



تقييم الأداء المهني لممارسي العلاقات العامة في القطاع الصحي الليبي دراسة ميدانية - على مركز بنغازي الطبي

د. محمد رجب محمد علي

ملخص الدراسة :

سعت هذه الدراسة إلى تقييم واقع العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي , ومعرفة البرامج والأنشطة والخدمات التي تقدمها للجمهور الداخلي , بالإضافة إلى الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي , حيث اعتمد الباحث على نظرية النظم كمدخل نظري و نموذج جرونج لتوضيح الواقع العملي للعلاقات العامة, وباستخدام منهج المسح والذي يعد من أبرز المناهج التي تستخدم في مجال الدراسات الإعلامية خاصة الدراسات الوصفية وباستخدام أسلوب مسح أساليب الممارسة لكل العاملين في العلاقات العامة والإعلام (الحصر الشامل) أعتمد الباحث على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من جميع الموظفين والذين بلغ عددهم (24) موظفاً , حيث توصلت نتائج الدراسة إلى ضرورة تغيير مكان العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي بالإضافة إلى ضعف البرامج و الأنشطة التي تقدمها العلاقات العامة للجمهور الداخلي , كما أنها لا تقوم بنقل الآراء والمقترحات للإدارة العليا , فضلاً عن إهمالها لأجراء البحوث والدراسات , و لا تهتم بشكاوي الجمهور الداخلي , ولا ترد على استفساراتهم , ولا تقوم بتوضيح السياسات واللوائح والقوانين الخاصة بمركز بنغازي الطبي .

الكلمات المفتاحية: تقييم – الأداء المهني – العلاقات العامة – مركز بنغازي الطبي.





Evaluating The professional performance of public relations practitioners in Libyan public health sector

Mohamed Rajab Mohamed Ali✧

Abstract:

This study sought to evaluate the reality of public relations at the Benghazi Medical Center by identifying the programs and activities presented to the center's internal public, and determining the communication means that are used to communicate with target masses, The study is classified under descriptive studies, which are considered the most widely used in the field of media studies, while the study population consisted of all public relations practitioners, numbering (24), and relied on the questionnaire as a tool for collecting the data.

the results showed that the performance of public relations craft at Benghazi Medical Center is characterized by deficiencies and ineffective activities and programs that are provided to its audiences, it did not conduct research and studies, as well as neglected complaints and suggestions that were submitted by the internal public, and did not work to bridge the gap between those audiences and top management.

Keywords : Evaluation, Professional Performance, Public Relations, Benghazi Medical Center.

✧ Assistant Professor, public relations and advertising department, faculty of mass communication , Benghazi university , Libya



مقدمة :

تعد العلاقات العامة من العلوم الإنسانية التي تطورت عبر الزمان حتى أضحت من الأجهزة الإدارية والاتصالية المهمة في تكوين أي مؤسسة من المؤسسات مهما كان نوعها ونشاطها , فهي حلقة الوصل بين جماهير المؤسسة المختلفة وإدارتها , وهي صمام الأمان ضد الأزمات والمشكلات التي قد تتعرض لها المؤسسة فتقوم بمواجهتها والتصدي لها , وهي المسئولة عن إعداد البرامج والأنشطة التي تساهم بشكل كبير في خلق صورة ايجابية عن المؤسسة عند جماهيرها المختلفة , كل ذلك يزيد من أهمية العلاقات العامة ودورها في المؤسسة , ونظراً لحجم دورها وأهمية رسالتها وحساسية مكانتها في المؤسسات عامة وفي قطاع الصحة خاصة والذي لا يمكن مقارنته بدورها في الدول المتقدمة إلا أنها باتت من الأجهزة الإدارية التي لا يمكن الاستغناء عنها وعن وظائفها وبرامجها ونشاطاتها المتميزة خاصة في تكوين العلاقات المتميزة بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة .

فالعالم اليوم يشهد تطوراً كبيراً في شتى المجالات وانفتاحاً غير مسبوق في كل العالم بفضل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات المتطورة التي جعلت العالم قرية صغيرة , مما زاد من أهمية وظيفة العلاقات العامة في كل المؤسسات دون استثناء حتى باتت من الأجهزة الإدارية التي لا يمكن الاستغناء عنها مثلها مثل الإدارة والتسويق والمالية .. الخ , وذلك لما تقوم به من مهمة توفير المعلومات اللازمة التي من خلالها يمكن للمؤسسة اتخاذ القرارات السليمة المبنية على قاعدة معلومات صحيحة خاصة بعد حدة المنافسة بين المؤسسات المختلفة مما ينعكس ايجاباً على صورتها لدى جماهيرها , كما أن نجاح أي مؤسسة مهما كان نشاطها بات مرهوناً ومرتبطاً بشكل كبير بمدى قوة وتنظيم وفعالية جهاز العلاقات العامة فيها , ونظراً لأهمية العلاقات العامة ودورها المميز الذي لا يمكن الاستغناء عنه في أي مؤسسة من المؤسسات , الأمر الذي جعل الباحث يتناولها ويتطرق إليها ويسلط الضوء على واقعها من حيث الممارسة العملية في أهم مؤسسات قطاع الصحة الليبي والمتمثل في مركز بنغازي الطبي , وذلك للتعريف بها وبرامجها وأنشطتها ووظائفها المختلفة وما تقوم به وتقديمه سواء للمؤسسة أو للجمهور الداخلي والخارجي .

مشكلة الدراسة :

المشكلة العلمية أو الموقف المشكل problematic situation يمكن تعريفها بأنها (عبارة عن موقف أو قضية أو فكرة أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها وبناء العلاقات بين عناصرها , ونتائجها الحالية, وإعادة صياغتها من خلال نتائج الدراسة ووضعها في الإطار العلمي السليم)⁽¹⁾.

مشكلة الدراسة التي نحن بصدد حلها تتمثل في الدور الحيوي والفعال الذي يجب أن تقوم به العلاقات العامة في أي مؤسسة من المؤسسات مهما كان نوعها أو نشاطها , والذي يبدأ من داخل المؤسسة متجهاً إلى خارجها , أي من الضرورة بمكان الاهتمام بالجمهور الداخلي للمؤسسة وتعزيز العلاقة به من خلال إعداد البرامج



والأنشطة التي يهتم بها ومشاركته فيها مما ينعكس ايجاباً على أدائها من جهة وزيادة الثقة بينهما من جهة أخرى , الأمر الذي تطلب تقييم أداء ممارسي العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي لمعرفة البرامج والأنشطة التي يتم إعدادها سواء للجمهور الداخلي أو للجمهور الخارجي ووسائل التواصل معهم وتوضيح العلاقة الوظيفية مع الإدارات الأخرى , مما اوجب ضرورة القيام بهذه الدراسة لتقييم واقع الممارسة الحقيقي للعلاقات العامة والدور الذي تقوم به والخدمات التي تقدمها , كما يمكننا تحديد مشكلة الدراسة في السؤال التالي :

هل تقوم العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي بدورها على أكمل وجه ؟
أهمية الدراسة :

يمكن تحديد الأهمية العلمية لهذه الدراسة كما يلي :

- تكمن أهمية الدراسة في تناولها موضوعاً حيوياً وعلمياً يتمثل في تسليط الضوء على واقع جهاز العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي .
- تظهر أهمية الدراسة من خلال حداثة الموضوع وتقييم واقع هذا الجهاز .
- وجود العديد من الدراسات التي تناولت موضوع واقع العلاقات العامة ولكن فيما يتعلق بتقييم هذا الواقع في مركز بنغازي الطبي يعد من الموضوعات الحديثة .
- تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية ذات العلاقة بمفهوم ووظيفة العلاقات العامة خاصة في قطاع الصحي الليبي .

أهداف الدراسة :

- إن أي دراسة علمية يجب أن تنطلق من هدف أساسي تسعى إلى تحقيقه خدمةً لمجال التخصص العلمي , ولهذا لابد من إبراز أهداف الدراسة في مجموعة من النقاط على النحو الآتي:
- معرفة البرامج والأنشطة والخدمات التي تقوم بها العلاقات العامة وتقدمها خاصة للجمهور الداخلي .
- توضيح الوسائل المختلفة التي يستخدمها جهاز العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي .
- معرفة درجة إتاحة الفرصة للجمهور الداخلي للمشاركة في برامج وأنشطة العلاقات العامة .
- معرفة المشكلات و العوائق التي قد تواجه جهاز العلاقات العامة عند تواصله مع الجمهور .
- تقييم واقع العلاقات العامة في أهم مؤسسة صحية متمثلة في مركز بنغازي الطبي .
- أهمية الخروج بتوصيات يمكن الاستفادة منها في تطوير جهاز العلاقات العامة في قطاع الصحة الليبي .

تساؤلات الدراسة :

تساؤلات لتقييم واقع جهاز العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي :

- ما البرامج والأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي ؟
- ما الخدمات التي تقدمها العلاقات العامة للجمهور الداخلي أو الخارجي ومدى معرفته بها ؟
- ما الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها العلاقات العامة في التواصل مع الجمهور الداخلي ؟
- ما مدى مشاركة الجمهور الداخلي في البرامج والأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة ؟
- ما المشكلات والصعوبات التي تواجه العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي ؟
- ما المقترحات والتوصيات التي يمكن الاستفادة منها لتطوير العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي ؟

الدراسات السابقة :

1. دراسة : نبيله بلمهدي (2017-2018) (2)

(و واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمانية الجزائرية – دراسة حالة : بريد الجزائر)
استهدفت الدراسة : معرفة اتجاه الجمهور الداخلي والخارجي نحو العلاقات العامة في بريد الجزائر , حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي بالإضافة إلى منهج دراسة الحالة في الجانب التطبيقي , وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة عشوائية من الجمهور الداخلي قوامها (200) مفردة من الزبائن الداخليين , و(400) مفردة من الزبائن الخارجيين .
وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن اتجاه الجمهور الداخلي والخارجي بالنسبة لواقع العلاقات العامة بمؤسسة بريد الجزائر يعد سلبياً , بالإضافة إلى أن مفاهيم العلاقات العامة لا تزال غامضة , فضلاً عن ضعف مشاركة الجماهير في الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها , والتقصير الواضح من المؤسسة نحو الاهتمام بأنشطتها, فضلاً عن عدم تقديم خدمات جديّة للجمهور الداخلي .

2. دراسة : علي حامد هارون (2016) (3)

(و واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية – دراسة وصفية تحليلية على مركز سها الطبي)
استهدفت الدراسة : التعرف على مكانة العلاقات العامة من الإدارة العليا ودورها في مركز سها الطبي , بالإضافة لأساليب الممارسة والبرامج والأنشطة التي يتم تنظيمها , حيث اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي , وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات بأسلوب الحصر الشامل من جميع العاملين في قسم العلاقات العامة وعددهم (25) مبحوث.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن اغلب المبحوثين من حملة المؤهلات الجامعية تخصص الإعلام ولكن تم ملاحظة ضعف اهتمام قسم العلاقات العامة بأجراء البحوث العلمية والتخطيط للبرامج والتقييم , كما

يوجد العديد من المعوقات التي من بينها عدم إدراك الإدارة العليا لأهمية العلاقات العامة , وضعف التدريب , وضعف الميزانية المخصصة .

3. دراسة : عبد الصادق حسن (2015) ⁽⁴⁾

(نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية – دراسة على عينة من المؤسسات المصرية والبحرينية)

استهدفت الدراسة : معرفة مدى تطبيق نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية المصرية والبحرينية , ومعرفة أهداف العلاقات العامة وإستراتيجيتها في المؤسسات الحكومية , كما تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح , حيث تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات من عينة عشوائية بسيطة قوامها (273) مفردة من ممارسي العلاقات العامة .

وتوصلت نتائج الدراسة من حيث الوسائل الاتصالية التي يستخدمها ممارسو العلاقات العامة في الاتصال بالجمهور فإنها تستخدم الرسائل القصيرة SMS والانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي , كما أنها تهدف إلى كسب تأييد الرأي العام عن طريق المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة من خلال الاتصال في الاتجاهين , وطبقاً لنموذج بيرسون فإن العلاقات العامة تعمل على حل المشكلات التي تواجه الجمهور , وطبقاً لنموذج شارب فإنه يتم الاعتماد على البحوث العلمية لتحديد وتحليل آراء الجمهور , فضلاً عن استقبال وتوديع الوفود .

4. دراسة : ربحانه سحنون (2014-2015) ⁽⁵⁾

(واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية الجزائرية – دراسة ميدانية بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر)

استهدفت الدراسة : معرفة مكانة العلاقات العامة في المديرية العملية للاتصالات ومعرفة نشاطاتها والوسائل الاتصالية التي تستخدمها , كما تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي , حيث تم الاعتماد على استمارة الاستبيان لجمع البيانات بالحصر الشامل من جميع العاملين في المؤسسة والذين بلغ عددهم (50) مفردة .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن العلاقات العامة في المديرية العملية لاتصالات الجزائر تحتل مكانة مهمة , وتقوم بمختلف الأنشطة من أجل تحسين صورتها مع الجمهور الداخلي , فضلاً عن تنوع وسائل الاتصال التي تستخدمها , ولكن هناك عدد من المشاكل التي تعاني منها مثل نقص المتخصصين ذوي الخبرة والفهم الخاطئ للعلاقات العامة بالإضافة إلى عدم الاعتماد على الأسس العلمية وصعوبة التعامل مع الجمهور الداخلي والخارجي .



5. دراسة : طارق أحمد الجيار (2012-2013) (6)

(دور العلاقات العامة في المنظمات الإقليمية – دراسة ميدانية على جامعة الدول العربية بجمهورية مصر العربية)

استهدفت الدراسة : التعرف على واقع العلاقات العامة وسمات العاملين فيها وطبيعة عملها , وبرز الأنشطة التي تقوم بها , بالإضافة إلى تحديد المشاكل التي تواجهها واقتراح الحلول لها , كما تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على المنهج الوصفي والتاريخي من خلال الدراسات المسحية , أسلوب المسح , حيث تم جميع البيانات بأسلوب الحصر الشامل من خلال استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على عدد (23) مفردة من مسؤولي العلاقات العامة من الجمهور الداخلي و(72) مفردة من الجمهور الخارجي متمثل في الطلبة العرب .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى عدم اقتناع الإدارة العليا في الجامعة بمهام العلاقات العامة , وان موقعها في الهيكل التنظيمي للجامعة غير واضح بالإضافة إلى اختلاف مسمياتها , كما يوجد تداخل في اختصاصات إدارة العلاقات العامة مع الإدارات الأخرى , أي أنها ضعيفة ودورها محدود خاصة في مواجهة الأزمات فضلاً عن عدم استخدامها لوسائل الاتصال المختلفة وتركيزها على الاتصال الشخصي فقط , بالإضافة إلى عدم الاتصال بالجمهور الداخلي .

6. دراسة : كريمة ساعد (2011-2012) (العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية) (7)

استهدفت الدراسة : رصد ممارسة العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية , ومعرفة مكانتها والوسائل الاتصالية التي تستخدمها , والوظائف التي تقوم بها , حيث تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي اعتمدت على المنهج الوصفي القائم على المسح من خلال استخدام استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات بالحصر الشامل لعدد (32) مفردة من جميع العاملين في نيابة مديرية الجامعات للعلاقات الخارجية والتعاون والتنشيط والاتصال والتظاهرات العلمية .

وتوصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود مسمى وظيفي لجهاز العلاقات العامة وان نيابة مديرية العلاقات الخارجية هي من تقوم بدور ووظيفة العلاقات العامة نظراً لدورها المهم في الهيكل التنظيمي للجامعة , والتي تقوم ببعض الوظائف الكافية نسبياً للتعريف بالجامعة , كما يؤكد جميع أفراد مجتمع الدراسة أن الجهة المكلفة بصلاحيات العلاقات العامة داخل الجامعة على تواصل دائم بجماهيرها سواء الداخلية أو الخارجية , وأنها تستخدم في ذلك جميع الوسائل الاتصالية , كما أن أغلب العاملين فيها من المتخصصين في مجال علم الإدارة والاقتصاد واللغات وان هناك عدد بسيط من المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال .

الإطار النظري :

في هذا الإطار سوف يعتمد الباحث على (نظرية النظم - نموذج جرونج) لتوضيح دور العلاقات العامة ووظائفها داخل المنظمة وخارجها .

أولاً/ نظرية النظم :

يطلق عليها نظرية التكيف والتفاعل , فالمنظمة وفقاً لهذه النظرية عبارة عن نظام يتكون من عدد من الأنظمة المتفرعة عنه , كما تعتبر المنظمة جزءاً من نظام أكبر يمثل البيئة الخارجية الذي يؤثر وتتأثر به⁽⁸⁾. كما تقوم نظرية النظم بتقديم فهماً عميقاً لوظيفة العلاقات العامة في السياق الإداري للمنظمات المختلفة, حيث تعد هذه الوظيفة بالنسبة لممارسي العلاقات العامة الأداة أو الوسيلة لفهم العلاقة بين المنظمة والجمهور من جهة ودور العلاقات العامة داخل المنظمة من جهة أخرى⁽⁹⁾.

وفيما يأتي دور العلاقات العامة وفقاً لهذه النظرية :

1. المراقبة : وتعني رصد كل ما يحدث في البيئة من تطورات وأحداث وجمع معلومات عن التحديات التي يمكن أن تواجه المنظمة , والفرص المحتملة التي يمكن الاستفادة منها .
 2. التفسير : يعني القدرة على استقطاب وفهم وتفسير المعلومات التي تم جمعها لوضع أولويات القضايا والجمهور, وكذلك توقع اتجاهات التغير لتحديد ما يمكن أن يساعد المنظمة ويقدم لها فرصاً أو يؤثر عليها سلباً ويمثل لها التحديات .
 3. تقديم المشورة : والمقصود بها التحذير من المشكلات الموجودة في البيئة ومساعدة المنظمة في الاستجابة لهذه المشكلات من خلال تقديم مقترحات موضوعية للإدارة بما ينعكس في أنشطة ملموسة⁽¹⁰⁾.
- وبناءً على هذه النظرية يمكننا استنتاج أن المنظمة لا تعمل في فراغ , ولكن تحتاج إلى بحث مستمر لفهم التغيرات البيئية بشكل عميق , بالإضافة للنتائج المترتبة عليها , ويبدو انه كلما كانت البيئة مضطربة وغير مستقرة كان هناك حاجة ضرورية إلى علاقات عامة قوية وفاعلة يمكنها القيام بدورها والتنبؤ بسلوك المنظمة في البيئة المحيطة بها , كما تم استسقاء فكرة هذه الدراسة من هذه النظرية باعتبار أن العلاقات العامة جزءاً رئيسياً من المنظمة المتمثلة في (مركز بنغازي الطبي) , وتعد كذلك نظاماً فرعياً مع باقي الأنظمة التابعة للمركز الصحي والذي يعد جزءاً من المنظمات الأخرى العاملة في المجتمع , أي أن العلاقات العامة يجب عليها الأخذ بعين الاعتبار الجمهور الداخلي التابع للمنظمة والاهتمام به , وكذلك الجمهور الخارجي الذي يتعامل معها ويستفيد من خدماتها .

ثانياً / نموذج جرونيج : Gronig

1. نموذج المؤسسة الصحفية : وهو يعد أول النماذج التي ظهرت في تاريخ العلاقات العامة بالولايات المتحدة الأمريكية نهاية القرن التاسع عشر , حيث كان الهدف الأساسي لتطبيق هذا النموذج هو الدعاية , والذي من خلاله كانت المؤسسات الصحفية تهدف للوصول إلى أكبر عدد ممكن من القراء والمعلنين , كما يتميز هذا النموذج بالتدفق الأحادي الاتجاه من المؤسسة إلى الجمهور دون الاهتمام برجع الصدى.

2. نموذج الإعلام العام : ظهر نموذج إعلام الجمهور في بداية القرن العشرين والذي يهدف إلى نشر المعلومات لتحسين صورة المؤسسة , من المؤسسة إلى الجمهور عبر العلاقات العامة (الإقناع العلمي) , حيث تلعب الأبحاث دوراً أساسياً لتحديد الأهداف والآراء وزيادة التفاعل بين المؤسسة والجمهور , كما يتم توظيف الصحفيين في المؤسسة لتزويد الجماهير بالمعلومات اللازمة ولكن وفقاً لهذا النموذج تكون مصلحة المؤسسة هي الهدف الرئيسي⁽¹¹⁾.

3. نموذج الاتجاهين غير المتماثل : ظهر هذا النموذج عام 1920م وكان الهدف منه الإقناع عبر الاتصال ووفقاً لهذا النموذج فإن المؤسسة تسعى إلى تحقيق مصلحتها الخاصة , كما أن استخدام العلاقات العامة لهذا النموذج الهدف منه توظيف الأبحاث لتحديد أفضل الرسائل الاتصالية وأكثرها مقدرة على كسب تأييد الجمهور للمؤسسة.

4. النموذج ثنائي الاتجاه : من خلال هذا النموذج فإن المؤسسة تسعى إلى توظيف الأبحاث لتقديم رسالة اتصالية تساهم في إقناع الجمهور للسلوك الذي يرضي الطرفين , بالإضافة للحوار لبناء علاقات وطيدة مع الجمهور عن طريق الإقناع , كما أكد جرونيج في هذا النموذج على أهمية دور العلاقات العامة كوسيط محايد بين المؤسسة والجماهير⁽¹²⁾.

كما أن الاعتماد على هذا النموذج يساهم بشكل كبير في توضيح نوع الممارسة العملية للعلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي , ومدى قيامها بواجباتها تجاه الإدارة العليا من جهة والجمهور الداخلي والخارجي من جهة أخرى .

المفاهيم المستخدمة في الدراسة :

- الأداء المهني : أداه تأدية : أوصله والاسم الأداء ويقصد الباحث : أداء الوظائف والمهام بشكل علمي مخطط له وتنفيذ العمل بالشكل المطلوب⁽¹³⁾.
- العلاقات العامة : العلاقات العامة هي التواصل مع الجمهور لتطوير علاقات إيجابية وخلق الاتساق بين أهداف المنظمة من جهة وأهداف الجمهور من جهة أخرى , وهي تطوير وتنفيذ وتقييم البرامج التنظيمية التي تعزز العلاقة بينهما⁽¹⁴⁾.



- دراسة ميدانية : " فيها يقوم الباحث بتصنيف وتبويب وتحليل البيانات وتفسيرها وفق نسق معين يتيح للسمات والخصائص الرئيسة للدراسة أن تبرز بصورة واضحة , ومن أهمها المتغيرات وطريقة تداخلها وارتباطها وتوافقها مع بعضها البعض " (15).
- مركز بنغازي الطبي : هو عبارة عن مؤسسة خدمية صحية عامة تتبع لوزارة الصحة الليبية يطلق عليها مستشفى (1200) في مدينة بنغازي , يقوم بتوفير الرعاية الصحية للمواطنين .

نوع الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهدف إلى وصف الظاهرة وتحليلها ، ودراسة كافة الحقائق المتعلقة بها من خلال الحصول على معلومات واضحة ودقيقة عنها ، وتمثل الظاهرة موضوع البحث في محاولة تقييم الأداء المهني للممارسي العلاقات العامة بالإضافة لواقع جهاز العلاقات العامة في القطاع الصحي الليبي متمثل في مركز بنغازي الطبي .

منهج الدراسة :

سوف يعتمد الباحث على منهج المسح ، أي مسح أساليب الممارسة لكل العاملين في العلاقات العامة والإعلام ، والذي يعد من أبرز المناهج التي تستخدم في مجال الدراسات الإعلامية خاصة الدراسات الوصفية، كما يعد أسلوباً منهجياً يقوم على تقديم الوصف الدقيق لحالة معينة (16).

مجتمع الدراسة :

يتحدد مجتمع الدراسة الحالية في جميع الأفراد العاملين بقسمي العلاقات العامة و الإعلام في مركز بنغازي الطبي ، حيث أن قسم العلاقات العامة و الخدمات يتبع إدارة الشؤون الإدارية والمالية التابعة للمدير المساعد لمركز بنغازي الطبي ويتبعه عدد (15) موظفاً ، أما قسم الإعلام يتبع إدارة الشؤون الطبية التابعة للمدير المساعد لمركز بنغازي الطبي وفيه عدد (9) موظفين فقط ، وبذلك يكون الإجمالي المستهدف (24) موظفاً*.

* مقابلة شخصية مع الأستاذ / علي بن سعود ، رئيس قسم العلاقات العامة والخدمات بمكتبة في مركز بنغازي الطبي يوم الاثنين 2023/11/20م على تمام الساعة العاشرة والنصف .



عينة الدراسة :

في سياق تحقيق أهداف الدراسة وصولاً للنتائج المرجوة ، قام الباحث بالحصر الشامل لكافة العاملين بقسمي العلاقات العامة والإعلام في مركز بنغازي الطبي الواقع بمدينة بنغازي ليبيا ، والذين بلغ عددهم (24) مفردة.

أدوات جمع البيانات :

تعد أدوات جمع البيانات من الخطوات المنهجية التي يستخدمها الباحث في دراسته ، حيث يقوم بتجميع البيانات والمعلومات اللازمة لدراسته بعدد من الأساليب العلمية التي تتباين في أهميتها حسب درجة الاستفادة منها في حل المشكلة⁽¹⁷⁾، وفي هذه الدراسة سوف يعتمد الباحث على البحث في التراث العلمي بمجال العلاقات العامة ، بالإضافة للزيارات الميدانية والمقابلات الشخصية فضلاً عن صحيفة الاستبيان .

إجراءات الصدق والثبات :

معاملات الصدق الإحصائي لصحيفة استقصاء المبحوثين

المتغيرات	معامل الثبات المعتمد عليه	معامل الصدق الإحصائي
صحيفة استقصاء المبحوثين	معامل (ألفا.كرونباخ)	0.911
	معادلة سييرمان براون	0.89

يوضح الجدول السابق أن قيم معامل الصدق الإحصائي لصحيفة الاستقصاء مرتفعة ومقبولة وتفي بأغراض الدراسة.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة :

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية ، تم إدخالها بعد ترميزها على الحاسب الآلي لمعالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج (SPSS.V.17.0) .

المبحث الثاني

العلاقات العامة في المؤسسة

تعد العلاقات العامة من العلوم الإنسانية التي تطورت عبر الزمان حتى باتت من الأجهزة الإدارية التي لا يمكن الاستغناء عنها في أي مؤسسة من المؤسسات مهما كان نوعها أو نشاطها خاصة في الوقت الراهن ، الذي زاد فيه عدد الجماهير وتنوعها فضلاً عن تطور وتنوع وسائل الاتصال ، الأمر الذي تطلب وجود جهاز متخصص متمثل في العلاقات العامة التي باستطاعتها تحقيق التوافق والتكيف بين المؤسسة وجماهيرها المتنوعة ، مما ينعكس إيجاباً عليها وعلى أدائها ويساهم في استقرار المؤسسة بشكل كبير .

تعريف العلاقات العامة :

" يعرف كرتسيان Christian العلاقات العامة بأنها الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور عن طريق وسائل الإعلام المختلفة حتى يكون لديها فكرة صحيحة عن المؤسسة فيساندونها في أزماتها ويعاضدونها في أهدافها ويشجعونها في نشاطها " (18).

كما يرى هوارد بوفهام وكيل جمعية الصليب الأحمر الأمريكية " أن العلاقات العامة هي فن إدارة التفاهم مما يؤدي إلى المزيد من الثقة بالأفراد والمؤسسات " (19).

وتعرف العلاقات العامة أنها " وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على التأييد وذلك من خلال قياس اتجاهات الرأي العام لضمان توافقه قدر الإمكان مع سياستها وأنشطتها ، وتحقيق المزيد من التعاون الخلاق والآراء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل المخطط " (20).

كما يمكن تحديد أهمية العلاقات العامة في النقاط التالية (21):

- تعميق العلاقة بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة وخلق التكيف اللازم بينهما لتحقيق الأهداف المنشودة .
- تهيئة الظروف والمناخ المناسب للرأي العام لتقبل أفكار وأراء المؤسسة وتأييده لها مما ينعكس إيجاباً على المجتمع .
- إعداد البحوث التي توضح اتجاهات الجمهور الحقيقية وآرائهم ورغباتهم واحتياجاتهم وإحالتها لإدارة المؤسسة أو المنظمة لدراساتها وأخذها بعين الاعتبار لتعديل السياسات بما يتفق مع رغبات هؤلاء الجماهير .
- اهتمام العلاقات العامة بالجمهور الداخلي وتقديم الخدمات المناسبة له ، وتوفير الرعاية الصحية والاجتماعية لهم ولأسرهم بما يكفل لهم الحياة الكريمة .

أهداف العلاقات العامة :

تعد العلاقات العامة من العلوم الإنسانية التي لها العديد من الوظائف التي يجب القيام بها لتحقيق الأهداف المرجوة , والتي تسعى أي مؤسسة أو منظمة لتحقيقها وفيما يلي سوف يقوم الباحث بتسليط الضوء على أهداف العلاقات العامة التي تسعى لتحقيقها من خلال استخدام الوسائل والأساليب⁽²²⁾ , وتحديد الأهداف يعد الخطوة الأولى من خطوات التخطيط العلمي الصحيح ويرى الدكتور على عوجة أن أكثر أهداف العلاقات العامة شيوعاً في معظم المجتمعات ما يلي⁽²³⁾ :

- تحقيق السمعة الطيبة .
- المساعدة في ترويج المنتجات أو تنشيط الخدمات .
- كسب ثقة المجتمع الداخلي .
- كسب ثقة المجتمع الخارجي .

كما أن هناك بعض الوظائف المناطة بوظيفة العلاقات العامة والتي تتمثل فيما يلي⁽²⁴⁾:

- القيام بإجراءات الاتصال اللازمة مع جماهير المؤسسة سواء الداخلية أو الخاصة وذلك لشرح سياسة المؤسسة والدور الذي تقوم به تجاه جماهيرها .
- مساعدة الجماهير على تكوين صورة صحيحة من خلال تقديم معلومات دقيقة عن المؤسسة .
- التصدي لأي هجوم أو إشاعات قد تتعرض له المؤسسة وتقديم معلومات صادقة وواضحة عنها .
- المساهمة في إعداد الخطط والبرامج التي تكفل أداء مهام العلاقات العامة على أكمل وجه وبالصورة الصحيحة بالإضافة إلى القيام بإجراءات البحوث والدراسات وقياس الرأي العام .
- تنظيم الزيارات والرحلات للوفود والاهتمام بالبرامج الاجتماعية والثقافية .
- متابعة ما ينشر أو يذاع عبر وسائل الإعلام المختلفة⁽²⁵⁾ .
- تقديم النصح والمشورة للإدارة العليا وترشيدها عند اتخاذ القرارات .

كما أن العديد من الكتاب يرون أن هناك خمس وظائف أساسية للعلاقات العامة تتمثل فيما يلي :

1. البحث :

يعد البحث من الوظائف الأساسية للعلاقات العامة لاهتمامه بالدراسات ذات العلاقة بقياس اتجاهات الرأي العام نحو المؤسسة وجماهيرها المختلفة سواء الداخلية أو الخارجية⁽²⁶⁾ , وفي هذا السياق فإن مفهوم البحوث لا يقصد به البحوث الأكاديمية الصرفة وإنما يعني القيام بعملية جمع المعلومات وتقصي الحقائق عن كافة العوامل والمتغيرات المؤثرة على عمل ونشاط العلاقات العامة , بالإضافة لأبحاثها بشكل مستمر للإدارة العليا بطريقة موضوعية منظمة ومستمرة .

2- التخطيط : هو رسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة من خلال تحديد الأهداف وال جماهير المستهدفة وتصميم البرامج وتوزيع الاختصاصات , وتحديد الميزانية وتوزيعها على البرامج والأنشطة , فعملية التخطيط تعد عملية ديناميكية مستمرة لا تتوقف أبداً⁽²⁷⁾.

3- الاتصال : يعرف الاتصال بأنه عملية يتم من خلالها التفاعل بين المرسل والمستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة وفي هذا التفاعل يتم تبادل الأفكار والمعلومات والمنهيات بين الأفراد عن موضوع ما , أو قضية معينة⁽²⁸⁾.

ونجاح الاتصال يتطلب مجموعة من المقومات هي⁽²⁹⁾:

- فكرة واضحة محددة في ذهن صاحب الرسالة .
- قدرة هذا الشخص على نقل الفكرة بأسلوب واضح معبر عنها .
- استعداد الشخص الآخر لاستقبال الفكرة .
- قدرة هذا الشخص على استيعاب المعنى المقصود .
- قدرته على تنفيذ ما جاء بالرسالة .

4- التنسيق : المقصود بوظيفة التنسيق العمل على الاتصال بالمسؤولين داخل المؤسسة أو المنظمة وكذلك الاتصال بالهيئات والأفراد خارجها⁽³⁰⁾.

كما يمكن تعريف التنسيق : بأنه إيجاد الانسجام والترابط بين أوجه النشاط المختلفة عند توجيهها لتنفيذ الأهداف الموضوعية والتنسيق في حد ذاته لا يعتبر وظيفة إدارية لها كيان مستقبل , ولكنه مناخ يجب أن يتوفر في جميع مراحل العمل الإداري⁽³¹⁾.

5- التقييم : التقييم هو إتباع أساليب محددة بهدف تقدير مدى تحقيق برامج العلاقات العامة لأغراضها إذ أن هناك أهدافاً أو معايير معينة يجري إقرارها عند وضع برامج العلاقات العامة بحيث يتم مقارنة هذه المعايير أو الأهداف مع النتائج الفعلية التي تم تحقيقها ومن ثم التوصل إلى أي تغيرات ايجابية أو سلبية في المعايير المقررة واتخاذ الإجراءات الكفيلة بمعالجتها⁽³²⁾.

أما عن أهم وظائف العلاقات العامة في القطاع الصحي⁽³³⁾:

- التعريف بأهداف وأنشطة المؤسسة من خلال وسائل الإعلام .
- متابعة ما ينشر أو يذاع عن المؤسسة عبر وسائل الإعلام .
- تلقي شكاوي الجمهور ومتابعتها مع جهات الاختصاص .
- الوقوف على انطباعات وآراء الجمهور حول الخدمات التي تقدمها المؤسسة .
- مساعدة المراجعين وتوجيههم .

- المشاركة في استقبال الوفود التي تقوم بزيارة المؤسسة .

المبحث الثالث

نتائج الدراسة الميدانية

■ أولاً / تحليل نتائج الدراسة الميدانية

جدول رقم (01)

يوضح السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث النوع

النوع	مركز بنغازي الطبي ك	الإجمالي %
ذكر	18	75
أنثى	6	25
المجموع	24	100

يشير الجدول السابق رقم (1) إلى السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث النوع والذين بلغ عددهم (24) مفردة , منهم (18) من الذكور بنسبة (75%) و (6) من الإناث بنسبة (25%) , وقد يرجع ارتفاع عدد الذكور بالنسبة للإناث نظراً لطبيعة العمل في مركز بنغازي الطبي .

جدول (2) يوضح السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث العمر

العمر	ك	%
30-اقل 35	11	45.8
35 فما فوق	11	45.8
25-اقل من 30	2	8.3
المجموع	24	100

يوضح الجدول السابق رقم (2) المستويات العمرية لموظفي العلاقات العامة والإعلام , حيث تتساوى أولاً الفئة العمرية من (30-اقل من 35) وعددهم (11) مع الفئة العمرية (35- فما فوق) وعددهم (11) , حيث بغت النسبة المئوية لكل منهما (45.8%) , ثم جاءت ثانياً الفئة العمرية (25- اقل من 30) وعددهم (2) بنسبة مئوية (8.3%) , وبذلك يتضح أن الغالبية من الشباب وهو مناسب جداً لممارسة دور ووظائف العلاقات العامة .



جدول (3) يوضح السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	ك	%
الدبلوم متوسط	9	37.5
البكالوريوس	7	29.2
الدبلوم العالي	6	25
الماجستير	1	4.2
التعليم الأساسي	1	4.2
المجموع	24	100

يبين الجدول السابق رقم (3) السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث المؤهل العلمي , حيث جاء أولاً المؤهل العلمي (الدبلوم المتوسط) وعددهم (9) بنسبة مئوية (37.5%), ثانياً (البكالوريوس) وعددهم (7) بنسبة مئوية (29.2%), ثالثاً الدبلوم العالي و عددهم (6) بنسبة مئوية (25%), رابعاً وأخيراً (الما جستير) وعددهم (1) بنسبة مئوية (4.2%), يتساوى مع التعليم الأساسي وعددهم (1) بنسبة مئوية (4.2%), وبذلك يتضح أن موظفي العلاقات العامة و الإعلام يحملون مؤهلات علمية متباينة ولكن أغلبها مناسباً لممارسة وظيفة العلاقات العامة .

جدول (4) يبين السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث التخصص العلمي

التخصص العلمي	ك	%
تخصصات مختلفة	16	66.7
الإعلام	4	16.6
العلاقات العامة	2	8.3
الإدارة	1	4.2
الحاسوب	1	4.2
المجموع	24	100

يبين الجدول السابق رقم (4) السمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث التخصص العلمي، حيث جاءت أولاً التخصصات المختلفة وعددهم (16) بنسبة مئوية (66.7%)، ثم جاء ثانياً تخصص الإعلام وعددهم (4) بنسبة مئوية (16.6%)، ثالثاً تخصص العلاقات العامة وعدد (2) بنسبة (8.3%)، رابعاً يتساوى تخصص الإدارة وعددهم (1) مع تخصص الحاسوب وعددهم (1) بنسبة مئوية (4.2%)، وهنا يتضح أنه يوجد العديد من التخصصات العلمية، بالإضافة لتخصص العلاقات العامة والإعلام والذين بلغ عددهم (6) موظفين فقط، وهذا العدد يعد قليل جداً مقارنةً بحجم وظائف العلاقات العامة المراد القيام بها في صرح طبي بحجم مركز بنغازي الطبي والذي يتطلب عدد كبير من المتخصصين في مجال العلاقات العامة ليقوموا بدورهم على أكمل وجه، كما لاحظ الباحث أن هؤلاء الموظفين (6) يقوموا بوظائف إعلامية فقط ولا يقوموا بأي وظيفة في مجال العلاقات العامة، هذه النتيجة تتفق مع دراسة (كريمة ساعد، 2011-2012).

جدول (5) يشير للسمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	ك	%
20-10	13	54.2
10-5	8	33.3
5-1	2	8.3
أكبر من 20	1	4.2
المجموع	24	100

يشير الجدول السابق رقم (5) للسمات الشخصية لموظفي العلاقات العامة والإعلام من حيث سنوات الخبرة حيث جاءت أولاً سنوات الخبرة من 20-10 وعددهم (13) بنسبة مئوية (54.2%)، ثم جاء 10-5 سنوات وعددهم (8) بنسبة مئوية (33.3%)، ثم جاء ثالثاً 5-1 سنوات وعددهم (2) بنسبة مئوية (8.3%)، وأخيراً أكبر من 20 سنة وعددهم (1) بنسبة مئوية (4.2%)، وبذلك يتضح من خلال الجدول السابق تباين خبرة العاملين في مجال العلاقات العامة والإعلام.



جدول (6) يوضح رأي المبحوثين فيما تقدمه العلاقات العامة من برامج وأنشطة داخل مركز بنغازي الطبي

رأي المبحوثين	ك	%
جيد	9	37.5
رديء	9	37.5
متوسط	6	25
المجموع	24	100

يوضح الجدول السابق رقم (6) رأي المبحوثين فيما تقدمه العلاقات العامة من برامج وأنشطة داخل مركز بنغازي الطبي، حيث يتضح أن رأيهم بشكل جيد بنسبة (37.5%)، وبشكل رديء كذلك بنسبة (37.5%)، أما رأيهم بشكل متوسط كانت نسبته (25%)، أما الباحث لم يلاحظ من خلال الزيارة الميدانية أي برامج أو أنشطة تقوم بها العلاقات العامة لذلك كانت اغلب الآراء مابين المتوسط والرديء، وهذه النتيجة تتفق مع (دراسة نبيله بلمهدي، 2017-2018).

جدول (7) يبين رأي المبحوثين في مكانة العلاقات العامة بالهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي

رأي المبحوثين	ك	%
مناسب	8	33.3
غير مناسب	16	66.7
المجموع	24	100

يبين الجدول السابق رقم (7) رأي المبحوثين في مكانة العلاقات العامة بالهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي حيث يتضح أن من أجابوا (نعم) عددهم (8) بنسبة (33.3%)، ومن أجابوا (لا) كان عددهم (16) بنسبة (66.7%)، وبذلك يتضح أن الغالبية من المبحوثين غير راضيين على الوضع الحالي للعلاقات العامة، وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (طارق أحمد الجيار، 2012-2013)، كما تتفق هذه النتيجة مع نظرية النظم وظيفية (المراقبة) حيث تكمن في أهمية رصد التطورات الداخلية التي يمكنها تطوير العلاقات العامة وتغيير مكانها في الهيكل التنظيمي لتقوم بدورها على أكمل وجه.



جدول (8) يوضح رأي المبحوثين في المكان الصحيح للعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي

رأي المبحوثين	ك	%
تتبع للمدير العام مباشرة	18	75
تتبع للشؤون الإدارية والمالية	4	16.7
تتبع للمدير المساعد	2	8.3
المجموع	24	100

يوضح الجدول السابق رقم (8) رأي المبحوثين في المكان الصحيح للعلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي ، حيث جاء أولاً أنها يجب أن تتبع المدير العام مباشرة وعددهم (18) بنسبة مئوية (75%) ، ثم جاء ثانياً يجب أن تتبع للشؤون الإدارية والمالية وعددهم (4) بنسبة مئوية (16.7%) ، أما أخيراً فقد جاء يجب أن تتبع للمدير المساعد وعددهم (2) بنسبة مئوية (8.3%) ، وهذه النتيجة تتفق مع نظرية النظم وظيفية (تقديم المشورة) أي تقديم المقترح للإدارة العليا الذي يبين أهمية تبعية العلاقات العامة للمدير العام مباشرة حتى يتسنى لها القيام بوظائفها وواجباتها بالشكل الصحيح و دون أي عوائق ، وهذا يوضح مدى وعي وفهم المبحوثين لدور العلاقات العامة .

جدول (9) يبين الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في التواصل مع الإدارات الأخرى أو مع

الجمهور الداخلي

الوسائل الاتصالية المستخدمة	دائماً	أحياناً	أبداً
الهاتف	21	2	1
الاتصال الشخصي	20	3	1
البريد العادي	17	6	1
البريد الإلكتروني	16	6	2
الإعلانات التعريفية	0	17	7
الاجتماعات	6	11	7
التقارير	6	10	8
عبر المنصات الإلكترونية	0	5	19
صفحة المركز	0	8	16



يبين الجدول السابق رقم (9) الوسائل الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في التواصل مع الإدارات الأخرى أو مع الجمهور الداخلي حسب الترتيب , حيث جاء أولاً الهاتف بشكل دائم بنسبة (87.5%) , ثم الاتصال الشخصي بشكل دائم أيضاً بنسبة مئوية (83.3%) , ثالثاً البريد العادي بشكل دائم ونسبة مئوية (70.8%) , رابعاً البريد الإلكتروني بشكل دائم ونسبة مئوية (66.6%) , خامساً الإعلانات التعريفية أحياناً بنسبة مئوية (70.8%) , سادساً الاجتماعات أحياناً بنسبة مئوية (45.8%) , سابعاً التقارير أحياناً بنسبة مئوية (41.6%) , أما عن المنصات الإلكترونية فقد جاءت ثامناً (أبداً) بنسبة مئوية (79.1%) , أما صفحة المركز فقد جاءت تاسعاً (أبداً) بنسبة مئوية (66.6%) حيث لا يتم استخدامها في التواصل مع الإدارات الأخرى أو مع الجمهور الداخلي , وبذلك يتضح أن الاعتماد في التواصل يتم من خلال الوسائل الاتصالية المتمثلة في (الهاتف والاتصال الشخصي والبريد العادي والإلكتروني) .

جدول (10) يوضح طبيعة اتصال العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي

الوسائل الاتصالية المستخدمة	دائماً	أحياناً	أبداً
قياس الرأي العام	0	1	23
القيام بالأبحاث والدراسات	1	1	22
التعرف على آراء واقتراحات الجمهور	1	1	22
التعريف باللوائح والقوانين	2	1	21
القيام بالحملات الإعلامية	0	3	21
تكريم المتميزين من الجمهور الداخلي	0	3	21
معرفة شكاوي الجمهور الداخلي	1	3	20
التعرف على اتجاهات وآراء الجمهور	1	3	20
الرد على استفسارات الجمهور	0	5	19
إقامة الندوات والمحاضرات	1	5	18
القيام بالأنشطة الترفيهية للجمهور الداخلي	1	6	17
نشر الوعي	0	8	16
شرح وتوضيح سياسات المركز الطبي	2	8	14
التعريف بمركز بنغازي الطبي	2	12	10

يوضح الجدول السابق رقم (10) طبيعة اتصال العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي حسب الترتيب , حيث جاء أولاً قياس الرأي العام (أبداً) بنسبة (95.8%) , ثم القيام بالأبحاث والدراسات (أبداً) بنسبة (91.65%) , ثم التعرف على آراء واقتراحات الجمهور (أبداً) بنسبة (91.65%) , ثم التعريف باللوائح والقوانين (أبداً) بنسبة (87.5%) , ثم القيام بالحملات الإعلامية (أبداً) بنسبة (87.5%) , ثم تكريم المتميزين من الجمهور الداخلي (أبداً) بنسبة (87.5%) , ثم معرفة شكاوي الجمهور الداخلي (أبداً) بنسبة (83.3%) , ثم التعرف على اتجاهات وآراء الجمهور (أبداً) بنسبة (83.3%) , ثم الرد على استفسارات الجمهور (أبداً) بنسبة (79.1%) , ثم إقامة الندوات والمحاضرات (أبداً) بنسبة (75%) , ثم القيام بالأنشطة الترفيهية للجمهور الداخلي (أبداً) بنسبة (70.8%) , ثم نشر الوعي (أبداً) بنسبة (66.6%) , ثم شرح وتوضيح سياسات المركز الطبي (أبداً) بنسبة (58.3%) , ثم أخيراً التعريف بمركز بنغازي الطبي (أبداً) بنسبة (41.6%) , وبذلك يتضح أن العلاقات العامة لا تقوم بأي نشاط اتصالي داخل مركز بنغازي الطبي من الأنشطة الاتصالية التي يجب أن تقوم بها داخل أي مؤسسة .

جدول (11) يبين الأهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها في مركز بنغازي الطبي من وجهة نظر

المبحوثين

الأهداف المراد تحقيقها	دائماً	أحياناً	أبداً
التعريف بسياسة وبرامج وأنشطة المركز	0	3	21
تقديم المساعدة للجمهور الداخلي	2	3	19
المساهمة في حل المشكلات قبل وقوعها	1	4	19
تحسين الصورة الذهنية للمركز	1	9	14
أهداف إعلامية وإعلانية	0	10	14
اطلاع الجمهور على كل جديد	1	11	12
تكوين علاقات طيبة مع الجمهور الداخلي	1	12	11

يبين الجدول السابق رقم (11) الأهداف التي تسعى العلاقات العامة لتحقيقها في مركز بنغازي الطبي من وجهة نظر المبحوثين , حيث جاء أولاً التعريف بسياسة وبرامج وأنشطة المركز بمتوسط حسابي (1.12) واتجاه عام (أبداً) , ثم تقديم المساعدة للجمهور الداخلي بمتوسط حسابي (1.29) واتجاه عام (أبداً) , ثم المساهمة في حل المشكلات قبل وقوعها بمتوسط حسابي (1.25) واتجاه عام (أبداً) , ثم تحسين الصورة الذهنية للمركز بمتوسط حسابي (1.46) واتجاه عام (أبداً) , ثم أهداف إعلامية وإعلانية بمتوسط حسابي

(1.42) واتجاه عام (أبداً) , ثم اطلاع الجمهور على كل جديد بمتوسط حسابي (1.54) واتجاه عام (أبداً) , وأخيراً تكوين علاقات طيبة مع الجمهور الداخلي بمتوسط حسابي (1.58) واتجاه عام (أبداً) , وبذلك يتضح أن العلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين ليس لديها أي أهداف تسعى إلى تحقيقها في مركز بنغازي الطبي.

جدول (12) يشير إلى البرامج والأنشطة والفعاليات التي تعدها وتنظمها العلاقات العامة

البرامج والأنشطة والفعاليات	دائماً	أحياناً	أبداً
المؤتمرات العلمية	2	17	5
الاحتفالات	0	16	8
الندوات	0	14	10
المهرجانات	0	11	13
الزيارات الميدانية	0	10	14
الأنشطة الرياضية	3	7	14
المسابقات الثقافية	2	7	15
تنظيم المعارض	0	5	19

يشير الجدول السابق رقم (12) إلى البرامج والأنشطة والفعاليات التي تعدها وتنظمها العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي حسب الترتيب , حيث جاء أولاً المؤتمرات العلمية بمتوسط حسابي (1.88) واتجاه عام (أحياناً) , ثم الاحتفالات بمتوسط حسابي (1.67) واتجاه عام (أحياناً) , ثم الندوات بمتوسط حسابي (1.58) واتجاه عام (أحياناً) , ثم المهرجانات بمتوسط حسابي (1.46) واتجاه عام (أبداً) , خامساً الزيارات الميدانية بمتوسط حسابي (1.42) واتجاه عام (أبداً) , سادساً الأنشطة الرياضية بمتوسط حسابي (1.54) واتجاه عام (أبداً) , ثم المسابقات الثقافية بمتوسط حسابي (1.46) واتجاه عام (أبداً) , وأخيراً تنظيم المعارض بمتوسط حسابي (1.21) واتجاه عام (أبداً) , وبذلك يتضح من خلال إجابات المبحوثين أن العلاقات العامة تقوم أحياناً بتنظيم المؤتمرات العلمية والاحتفالات والندوات فقط , أما باقي البرامج والأنشطة فإنها لا تقوم بها مطلقاً , وهذه النتيجة تتفق مع نموذج جرونج المتمثل في (نموذج الإعلام العام) أي نشر المعلومات لتحسين صورة المؤسسة فقط .

جدول (13) يوضح رأي المبحوثين في وجود صفحة خاصة بالعلاقات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي

رأي المبحوثين	ك	%
نعم	6	25
لا	18	75
المجموع	24	100

يوضح الجدول السابق رقم (13) رأي المبحوثين في وجود صفحة خاصة بالعلاقات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي , حيث يتضح من خلال إجابة المبحوثين انه بنسبة (75%) لا يوجد صفحة خاصة بالعلاقات العامة على شبكات التواصل الاجتماعي .

جدول (14) يبين رأي المبحوثين في وجود أي مطبوعات تصدر عن العلاقات العامة بمركز بنغازي الطبي

رأي المبحوثين	ك	%
نعم	0	0
لا	24	100
المجموع	24	100

يبين الجدول السابق رقم (14) رأي المبحوثين في وجود أي مطبوعات تصدر عن العلاقات العامة بمركز بنغازي الطبي , حيث يتضح من خلال إجابة المبحوثين انه بنسبة (100%) لا يوجد أي مطبوعات تصدر عنها .

جدول (15) يشير إلى مدى قيام العلاقات العامة بنقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا

رأي المبحوثين	ك	%
نعم	2	8.3
لا	22	91.7
المجموع	24	100

يشير الجدول السابق رقم (15) إلى مدى قيام العلاقات العامة بنقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا , حيث يتضح أن العلاقات العامة ونسبة (91.7%) لا تقوم بنقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا وقد يرجع ذلك لعدم التبعية المباشرة للعلاقات العامة للإدارة العليا أو لعدم اهتمامها بآراء ومقترحات الجمهور الداخلي , وهذه النتيجة تتفق مع نموذج جرونج (نموذج المؤسسة الصحفية) أي أن الاتصال في اتجاه واحد من المؤسسة للجمهور الداخلي فقط .

جدول (16) يوضح مدى قيام العلاقات العامة بالتخطيط الاستراتيجي والمساهمة في صناعة القرار مع الإدارة العليا

رأي المبحوثين	ك	%
نعم	2	8.3
لا	22	91.7
المجموع	24	100

يوضح الجدول السابق رقم (16) مدى قيام العلاقات العامة بالتخطيط الاستراتيجي والمساهمة في صناعة القرارات مع الإدارة العليا , حيث يتضح أن العلاقات العامة ونسبة مئوية (91.7%) لا تقوم بأي نوع من أنواع التخطيط الاستراتيجي , كما أنها لا تساهم في صناعة القرارات الخاصة بمركز بنغازي الطبي مع الإدارة العليا , وقد يرجع ذلك إما لعدم اقتناع الإدارة العليا بمهام ووظائف العلاقات العامة , أو لعدم تبعيةها للإدارة العليا مباشرةً , وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (طارق الجيار , 2012-2013) .

جدول (17) يبين تقييم المبحوثين للعلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي من حيث قيامها بدورها ووظائفها بالشكل المطلوب

رأي المبحوثين	ك	%
تقوم بدورها على أكمل وجه	7	29.2
إلى حد ما	6	25
لا تقوم بدورها على أكمل وجه	11	45.8
المجموع	24	100

يبين الجدول السابق رقم (17) تقييم المبحوثين للعلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي من حيث قيامها بدورها ووظائفها بالشكل المطلوب , حيث يتضح أنها تقوم بدورها بنسبة مئوية (29.2%) , وإلى حد ما بنسبة مئوية (25%) , و أنها لا تقوم بدورها بنسبة مئوية (45.8%) , وبشكل عام نستنتج انه بنسبة مئوية عامة (61%) , وانحراف معياري (0.85) , ومتوسط حسابي (1.83) , واتجاه عام (محايد) , أن العلاقات العامة تقوم بدور محدود جداً , وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (علي حامد هارون , 2016) .

جدول (18) يشير إلى الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي

الصعوبات	ك	%
عدم التواصل مع الجمهور الداخلي	21	87.5
عدم الاهتمام بآراء ومقترحات الجمهور الداخلي	21	87.5
عدم نقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا	21	87.5
عدم توفر الميزانية المناسبة	21	87.5
عدم إقحام العاملين في دورات تدريبية	21	87.5
عدم معرفة العاملين في العلاقات العامة بمهامهم ووظائفهم	21	87.5
عدم خبرة العاملين في العلاقات العامة	21	87.5

يبين الجدول السابق رقم (18) الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي , حيث يتضح من خلال إجابات المبحوثين أن هناك عدة صعوبات تتمثل في عدم التواصل مع الجمهور الداخلي بنسبة مئوية (87.5%) , ثم عدم الاهتمام بآراء ومقترحات الجمهور الداخلي بنسبة مئوية (87.5%) , ثم عدم نقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا بنسبة مئوية (87.5%) , ثم عدم توفر الميزانية المناسبة بنسبة مئوية (87.5%) , ثم عدم إقحام العاملين في دورات تدريبية بنسبة مئوية (87.5%) , ثم عدم معرفة العاملين في العلاقات العامة بمهامهم ووظائفهم بنسبة مئوية (87.5%) , وأخيراً عدم خبرة العاملين في العلاقات العامة بنسبة مئوية (87.5%) , هذه النتيجة تتفق مع دراسة (ريحانه سحنون , 2014-2015) , ودراسة (علي حامد هارون , 2016) , كما تتفق هذه النتيجة مع نظرية النظم (تقديم المشورة) أي توضيح المشكلات التي تواجه العلاقات العامة للإدارة العليا .



جدول (19) يوضح مقترحات المبحوثين لتطوير العلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي

المقترحات	ك	%
وضع العلاقات العامة في مكانها الصحيح والمناسب في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي	22	91.7
الاعتماد على المتخصصين في مجال العلاقات العامة	21	87.5
التواصل المستمر مع الجمهور الداخلي	21	87.5
توفير الدورات التدريبية لرفع كفاءة العاملين في العلاقات العامة	21	87.5
توفير الإمكانيات المادية والفنية التي تساعد العلاقات العامة على القيام بمهامها ووظائفها	20	83.3

يوضح الجدول السابق رقم (19) مقترحات المبحوثين لتطوير العلاقات العامة داخل مركز بنغازي الطبي حسب الترتيب، حيث جاء أولاً وضع العلاقات العامة في مكانها الصحيح والمناسب في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي بنسبة مئوية (91.7%)، ثانياً الاعتماد على المتخصصين في مجال العلاقات العامة بنسبة مئوية (87.5%)، ثالثاً التواصل المستمر مع الجمهور الداخلي بنسبة مئوية (87.5%)، رابعاً توفير الدورات التدريبية لرفع كفاءة العاملين في العلاقات العامة بنسبة مئوية (87.5%)، خامساً وأخيراً توفير الإمكانيات المادية والفنية التي تساعد العلاقات العامة على القيام بمهامها ووظائفها بنسبة مئوية (83.3%).

خلاصة نتائج الدراسة وتوصياتها:

توصلت هذه الدراسة للعديد من النتائج أبرزها:

- أظهرت نتائج الدراسة أن عدد الموظفين من فئة الذكور أكبر من عدد الإناث بنسبة مئوية (75%).
- أوضحت نتائج الدراسة المستويات العمرية لموظفي العلاقات العامة والإعلام تتراوح من (30-35) بنسبة (45.8%)، ومن (35- فما فوق) بنسبة (45.8%).
- بينت نتائج الدراسة أن أغلب موظفي العلاقات العامة والإعلام من حملة المؤهلات العلمية الجامعية.
- أظهرت نتائج الدراسة تنوع التخصصات العلمية لموظفي العلاقات العامة والإعلام، حيث أن (66.7%) من تخصصات علمية مختلفة، و(16.6%) من تخصص الإعلام، ثم (8.3%) من تخصص العلاقات العامة.
- أوضحت نتائج الدراسة أن الخبرة العملية لموظفي العلاقات العامة والإعلام جيدة حيث أنها تتراوح من 10-20 سنة بنسبة مئوية (54.2%)، ومن 5-10 سنوات بنسبة مئوية (33.3%).
- توصلت نتائج الدراسة إلى ضعف البرامج والأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة وتعددها في مركز بنغازي الطبي

- بينت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (66.7%) أن مكان العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي غير مناسب ويحتاج للتغيير .
- أظهرت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (75%) أن المكان الصحيح للعلاقات العامة تبعيتها المباشرة للمدير العام لمركز بنغازي الطبي .
- أوضحت نتائج الدراسة أن أكثر الوسائل استخداماً من قبل العلاقات العامة في التواصل مع الإدارات الأخرى أو مع الجمهور الداخلي الهاتف بنسبة (87.5%) ، ثم الاتصال الشخصي بنسبة (83.3%) ، ثم البريد العادي بنسبة (70.8%) ، ثم البريد الإلكتروني بنسبة (66.6%) .
- توصلت نتائج الدراسة أن العلاقات العامة لا تقوم بقياس الرأي العام ، ولا تقوم بالأبحاث والدراسات ، ولا تهتم بأراء ومقترحات الجمهور ، ولا تقوم بالحملات الإعلامية ، ولا تكرم المميزين ، ولا تهتم بشكاوي الجمهور الداخلي ، كما أنها لا تقوم بالرد على استفسارات الجمهور ، ولا تنظم الندوات والمحاضرات العلمية ، ولا تقوم بإعداد وتنظيم الأنشطة الترفيهية للموظفين ، ولا تهتم بنشر الوعي ، ولا تقوم بتوضيح سياسات المركز واللوائح والقوانين .
- بينت نتائج الدراسة انه لا يوجد أي أهداف تسعى العلاقات العامة لتحقيقها في مركز بنغازي الطبي .
- أظهرت نتائج الدراسة انه لا يوجد صفحة خاصة بالعلاقات العامة على منصات الإعلام الرقمي بنسبة (75%) .
- توصلت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (100%) أن العلاقات العامة لا تقوم بإصدار أي نوع من المطبوعات .
- أوضحت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (91.7%) أن العلاقات العامة لا تقوم بنقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا .
- توصلت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (91.7%) أن العلاقات العامة لا تقوم بأي نوع من أنواع التخطيط الاستراتيجي ، كما أنها لا تساهم في صناعة القرار مع الإدارة العليا .
- بينت نتائج الدراسة بنسبة مئوية (45.8%) أن العلاقات العامة لا تقوم بدورها ووظائفها على أكمل وجه .
- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك العديد من الصعوبات التي تواجه العلاقات العامة للقيام بدورها بالشكل الصحيح ومنها :

- عدم التواصل مع الجمهور الداخلي .
- عدم الاهتمام بأراء ومقترحات الجمهور الداخلي .
- عدم نقل آراء ومقترحات الجمهور الداخلي للإدارة العليا .

- عدم توفير ميزانية تشغيلية مناسبة وثابتة .
 - عدم إقحام العاملين في دورات تدريبية لرفع الكفاءة .
 - عدم معرفة العاملين في العلاقات العامة بمهامهم ووظائفهم بالشكل الصحيح .
 - قلة خبرتهم في مجال العلاقات العامة .
- أوضحت نتائج الدراسة العديد من المقترحات التي يمكنها تطوير العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي على النحو التالي :

- وضع العلاقات العامة في مكانها الصحيح في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي .
- الاعتماد على المتخصصين في مجال العلاقات العامة .
- التواصل المستمر مع الجمهور الداخلي .
- توفير الدورات التدريبية المناسبة لرفع كفاءة العاملين .
- توفير الإمكانيات المادية والفنية التي تساعد العلاقات العامة على القيام بمهامها ووظائفها على أكمل وجه .

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة هناك عدد من التوصيات التي يجب ان تؤخذ بعين الاعتبار:

- ضرورة وضع العلاقات العامة في مكانها الصحيح في الهيكل التنظيمي لمركز بنغازي الطبي , و دمج قسم الإعلام إليها مع إضافة واستحداث المسميات الوظيفية الأخرى مثل (قسم النشاط – قسم الضيافة – قسم حجز التذاكر – قسم المطبوعات والنشر – قسم الخدمات الإدارية – قسم الشؤون الإدارية والمالية) .

- أهمية الاعتماد على المتخصصين في مجال العلاقات العامة للقيام بدورها ووظائفها بالشكل الصحيح .

- ضرورة إقحام موظفي العلاقات العامة في دورات تدريبية لرفع كفاءتهم الوظيفية .
- زيادة الاعتماد على التقنيات الحديثة والمتطورة في الاتصال مثل (منصات الإعلام الرقمي) , بالإضافة إلى إعداد صفحة خاصة بالعلاقات العامة على هذه المنصات لتسهيل عملية الاتصال مع الإدارات المختلفة و الجمهور الداخلي والخارجي .
- تفعيل وظائف العلاقات العامة بالشكل الصحيح مثل (إجراء البحوث وقياس الرأي العام – التخطيط للبرامج و الأنشطة بالطرق العلمية والبعد عن العشوائية) .
- توفير الميزانية المستقلة والثابتة للعلاقات العامة للقيام بوظائفها بالشكل المطلوب .



- زيادة مشاركة العلاقات العامة مع الإدارة العليا في وضع الاستراتيجيات وتحديد السياسات الخاصة بمركز بنغازي الطبي .
- تذليل كافة الصعوبات التي تحد من فاعلية عمل العلاقات العامة في مركز بنغازي الطبي .



قائمة المراجع:

1. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، جمهورية مصر العربية، ط 2، 2004 ف، ص 70.
2. نبيلة بلمهدي، واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمتية الجزائرية، رسالة دكتوراه منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجائر 3، 2017-2018.
3. علي حامد هارون، واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية، دراسة وصفية تحليلية على مركز سبها الطبي، مجلة الفنون والإعلام، مصراته – ليبيا، العدد الثاني، ص 291-321.
4. عبد الصادق حسن، نماذج ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية العربية – دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، القاهرة – مصر، العدد الثالث يوليو 2015، ص 95-180.
5. ربحانه سحنون، واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمتية الجزائرية، رسالة ماجستير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، جمهورية الجزائر، 2014-2015.
6. طارق احمد الجيار، دور العلاقات العامة في المنظمات الإقليمية، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة بنغازي ليبيا، 2012-2013.
7. كريمة ساعد، العلاقات العامة في الجامعة الجزائرية، رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، جمهورية الجزائر، 2011-2012.
8. فهي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 96-97.
9. نسرين عدنان الحموري، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في البنوك التجارية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة اليرموك، 2014، ص 17.
10. العدوي، مرجع سابق، ص 97.
11. عبد الباري إبراهيم درة – نبيل خليف المجالي، العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين: النظرية والممارسة منحنى نظامي واستراتيجي، ط 1، دار وائل للنشر، عمان الأردن، 2010، ص 39.
12. شدوان علي شيبه، العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، ط 1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية مصر، 2016 م، ص 110-115.
13. الطاهر احمد الزاوي، مختار القاموس، الدار العربية للكتاب، ط 2، ليبيا تونس، 1978 م، ص 16.



- nd ed, Kogan Page, London and 2.Sandra Oliver : Public Relations Strategy, 14.
13, P2007 Philadelphia.
15. السيد أحمد مصطفى , البحث العلمي مفهومه وإجراءاته , جامعة قاريونس, ط1 , بنغازي ليبيا
1994م , ص 324.
16. سمير محمد حسين , دراسات في مناهج البحث العلمي : بحوث الإعلام , عالم الكتب , ط2, القاهرة
مصر , 2006م , ص 147.
17. سعد سليمان المشهداني , مناهج البحث الإعلامي , دار الكتاب الجامعي , ط1 , العين , 2017, 42-
43.
18. محمد بهجت جاد الله كشك , العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية , المكتب الجامعي الحديث ,
د ط , الأزريطة الإسكندرية , 2003 , ص 11 .
19. محمد سالم مرسل , العلاقات العامة والإعلام الأمني , دار الكتب الوطنية , ط1 , بنغازي , 2006
ص 29.
20. محمود يوسف , المدخل في العلاقات العامة , كلية الإعلام جامعة القاهرة د ط , 2003. ص 18.
21. محمد مصطفى كمال , العلاقات العامة بين تكنولوجيا الاتصال والأزمات , دار المنهل اللبناني ,
ط1 بيروت , 2012 , ص 40-41 .
22. محمود يوسف , المدخل في العلاقات العامة , دار الإيمان للطباعة , د ط , القاهرة , 2001 , ص
46.
23. نفس المرجع السابق , ص 46-47 .
24. مختار حسين العريشي , واقع الممارسة العملية للعلاقات العامة في بعض المؤسسات الليبية , مجلة
البحوث الإعلامية , طرابلس ليبيا , مركز البحوث والتوثيق الإعلامي العدد 31-32 , 2005, ص 49.
25. شدوان علي شيبه , العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق , دار المعرفة الجامعية , ط1 القاهرة ,
2005 , ص 48-49.
26. حمدي عبد الحارس البخشونجي , العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية , المكتب
الجامعي الحديث , ط1, الإسكندرية , 2001 م , ص 20.
27. فؤاده البكري , العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال , دار نهضة الشروق , ط1 القاهرة , 2001
ص 47-48 ,
28. محمد جاسم فليحي , الاتصال الجماهيري وتبادل المعلومات في عصر الشاشة , مجلة البحوث
الإعلامية , ص 38.



29. غريب عبد السميع , مرجع سابق , ص 13 .
30. حمدي عبد الحارس البخشونجي, مرجع سابق , ص 21 .
31. علي عجوة - كريمان فريد , إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية وإدارة الأزمات , مرجع سابق, ص 4 .
32. محفوظ أحمد جودة , العلاقات العامة مفاهيم وممارسات , مؤسسة زهران للنشر والتوزيع , ط 1 , الأردن , 1996 , ص 225 .
33. محمد قيراط , العلاقات العامة في المؤسسات الصحية , دراسة حالة وزارة الصحة بدولة الإمارات العربية المتحدة , ورقة مقدمة في ندوة التخطيط الاستراتيجي في العلاقات العامة , جامعة الإمارات العربية المتحدة , كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية , قسم الاتصال الجماهيري , العين , 17/8/1996م, ص 17 .

