

قسم : علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال تنظيبي

مذكرة ماستر تحت عنوان

آليات الاتصال الخارجي في فعالية المؤسسة الخدماتية الجزائرية في ظل جائحة كورونا

-دراسة ميدانية بالمؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي الشريعة-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

إشراف الأستاذ
• ربوح معمر

من إعداد الطلبة

- حليلة جباري
- نادية بوزيدة

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
البار الطيب	أستاذ محاضر - أ -	رئيسا
ربوح معمر	أستاذ مساعد - أ -	مشرفا ومقررا
أمير علي فاطمة الزهراء	أستاذ مساعد - أ -	عضوا ممتحنا



Université Larbi Tebessi - Tebessa
Faculte des sciences Humaines et Sociales

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieure et de la Recherche Scientifique



جامعة العربي التبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

تعهد

أنا الموقع أسفله الطالب: نوزيدة نادية
والعدد مذكرة التخرج الموسومة: النساء الاستعمال المختار جبي بي
المؤسسة الجامعية: مدرسة المتشويكي الشريفة تبسة

الكلمة لتطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص: استعمال تشخيصي
وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 والمتضمن القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها، لا سيما المواد 35.19.07.03
أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل وأشهد بخلوه من كل انتهاك لأعمال الغير أو اقتباس غير منسوب لصاحبه، وترجمة دون ذكر المصادر ووضع أشكال بيانية أو خرائط أو صور دون الإشارة للمصدر.

تبسة في:

31 ماي 2022

قرأت وأتعهد بما ورد أعلاه
التوقيع واليمنى

مضاء السيد من طرف نجات
كتيب رئيس المجلس



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



Ministère de l'Enseignement Supérieure et de la Recherche Scientifique

Université Larbi Tébessi – Tébessa

Faculte des sciences Humaines et Sociales



* جامعة العربي التبسي تبسة *
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

إذن بالطبع

أنا الموقع أسفله الأستاذ المشرف:

الرتبة: أستاذ مساعد - أ

أشهد أن المذكرة المعنونة: البكالوريا في اللغة العربية

الذاتية في ظل ما كان كورساً
دراسة ميدانية بالجامعة الاستثنائية - مع السوكيا
والمكاملة لمتطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص:

من إعداد:

الطالب: عبد الله طيحي

الطالب: نور الدين نامري

تتوفر فيها جميع الشروط العلمية والمنهجية والشكلية التي تؤهلها للمناقشة العلنية بعد تحديد لجان المناقشة للسنة الجامعية 2022/2021، وعليه يمكن طبع العمل وإيداعه لدى إدارة القسم وفقاً للشروط المحددة مسبقاً.

تبسة في: 05/05/2022

توقيع الأستاذ:



Université Larbi Tebessi – Tebessa
Faculte des sciences Humaines et Sociales

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieure et de la Recherche Scientifique



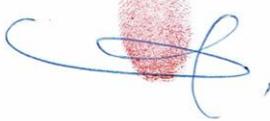
جامعة العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

تعهد

أنا الموقع أسفله الطالب: حيار رجا حليسة
والمعاد مذكرة التخرج الموسومة: السياحة والاستقبال التجاري في العوامة
الحمائية كمد الشيو كها - الشريعة - تبسة
المكملة لتطلبات نيل شهادة الماستر في تخصص: استقبال متطليسي
وبعد اطلاعي على القرار الوزاري رقم 933 المؤرخ في 28 جويلية 2016 والمتضمن القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها، لا سيما المواد 03-19-07-35
أتعهد بتحمل المسؤولية العلمية والقانونية حول هذا العمل وأشهد بخلوه من كل انتحال لأعمال الغير أو اقتباس غير منسوب لصاحبه، وترجمة دون ذكر المصادر ووضع أشكال بيانية أو خرائط أو صور دون الإشارة للمصدر.

تبسة في:

قرأت وأتعهد بما ورد أعلاه
التوقيع والبصمة

31 ماي 2022

المعلمة التي
ويشرفها التي
إمضاء السيدة بن عرفة
كاتب راقن القبلي



شكر و عرفان



قال الله تعالى: "لئن شكرتم لأزيدنكم"

الحمد والشكر لله العلي العظيم الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعطانا قدرة الصبر ووقفنا لإنجاز هذه المذكرة و عرفانا بالجميل اتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان الى من ساندني بنصائحه القيمة ولن يبخل علي بإرشاداته من خلال اشرافه على هذا العمل خطوة بخطوة الى الدكتور المشرف "معمربوح".

كما اتقدم بالشكر الخالص الى لجنة المناقشة كذلك اقدم شكري الى كل اساتذة الكلية كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ايضا الى مدير المؤسسة الاستشفائية محد الشبوكي وفي الاخير اشكر كل من قدم لي يد العون وساهم من قريب او بعيد في انجاز هذا العمل المتواضع.





مقدمة



إن البحث العلمي في ميدان علوم الإعلام والاتصال يشكل آلية بحثية هامة في حقول الدراسات العلمية التي أنتجت مواضيع ومعارف جديدة إضافة صبغة مميزة لطابع البحث العلمي في هذا الميدان. ويعتبر الاتصال من المواضيع التي شددت اهتمام الكثير من الباحثين في هذا المجال والذي يشكل بدوره محركا أساسيا للعلاقات الإنسانية، ومنه فالاتصال بنوعيه الخارجي والداخلي يعد حلقة ربط داخل المؤسسة وخارجها وتهتم المؤسسات الخدماتية خاصة بالاتصال الخارجي الذي يظهر من خلال طبيعة الأعمال والخدمات المقدمة خدمة لمصالحها وكذا جمهورها .

فان موضوع آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمية في ظل جائحة كورونا (كوفيد19) يفتح لنا مجالا للبحث وتقصي الأحداث على أرض الواقع وهذا من أجل الوصول إلى بناء تصور جديد حول الموضوع أو الظاهرة المدروسة، فالاتصال الخارجي يعتبر موضوع هام في المؤسسة العمومية الجزائرية وذا أهمية بالغة لا سيما عندما يتعلق الأمر بعلاقة الجمهور الخارجي مع المؤسسة الذي يقصد المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي الشريعة "تبسة" لطلب خدمة عمومية فهو يساهم في تحقيق أهداف المؤسسة المسطرة مسبقا ويعمل على رسم صورة ذهنية حسنة، والوقوف على ما يصاحبهم من عقبات وعراقيل لدى الجمهور الخارجي وهو الهدف الأسمى ومن الصعوبات التي واجهتها نجد صعوبة في إيجاد المراجع أيضا ضيق الوقت عدم إجراء بحث ميداني في اليسانس، قلة خبرتنا، قلة الزاد المعرفي.

وتأسيسا لما سبق ويهدف التعرف على الجوانب المختلفة والمتعلقة لهذه الدراسة التي تناولت الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدماتية في ظل جائحة كورونا ولمعالجة إشكالية هذه الدراسة اتبعنا في ذلك خطة اشتملت على ثلاثة فصول فجاءت على النحو التالي:

الفصل الأول:

المسار الإشكالي والمنهجي: وفيه تم بناء إشكالية الدراسة وتساؤلاتها والتطرق إلى أسباب اختيار الموضوع، وأهمية هذه الدراسة وأهدافها، وكذا تحديد المفاهيم والمصطلحات الخاصة بالدراسة، ثم تحديد مجال الدراسة ومجتمع البحث وعينته والإشارة إلى الإجراءات المنهجية كالمنهج المتبع في هذه الدراسة، وأدوات جمع البيانات وشمل هذا الفصل على بعض الدراسات السابقة.

الفصل الثاني:

المسار النظري: بعنوان آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية في ظل جائحة كورونا، ويحتوي على ثلاث مباحث وجاءت كآتي:

المبحث الأول: ماهية الاتصال ويندرج ضمنه مطالب لعرض أهم جوانبه الأساسية من تعريف الاتصال الخارجي، أنواعه و وظائف بالإضافة إلى وسائله وتقنياته أيضا وأهميته وأخيرا عوائق الاتصال الخارجي. المبحث الثاني: فقد تناولت فيه المؤسسة الخدمية مفهومها واحتوت مطالبه على التعريف فالمؤسسة الخدمية وخصائصها وعناصرها.

المبحث الثالث: فقد جاء بعنوان جائحة كورونا تطرقنا فيه إلى تعريف الكورونا ونشأتها بالإضافة إلى خطورة وباء كورونا على الصحة العامة وأعراضها وطرق إنشائها وكيفية الوقاية من الوباء بالإضافة إلى الإجراءات و التدابير وتوصيات منظمة الصحة العالمية لمواجهة جائحة كورونا.

الفصل الثالث: المسار التطبيقي للدراسة:

خصص لعرض المقابلة الاستمارة ونتائجها وتفرغ البيانات وجدولتها والتعليق عليها وكذا تحليلها وتحليل النتائج على ضوء التساؤلات المطروحة وصولا إلى النتائج العامة الخاصة بموضوع الدراسة ككل والتي نستطيع من خلالها الرد على الإشكالية المركزية المطروحة في هذه الدراسة.



الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1- تحديد الإشكالية.

2- أسباب اختيارنا للموضوع وأهميته.

3- أهمية الدراسة.

4- أهداف الدراسة.

5- ضبط المفاهيم.

6- الدراسات السابقة.



1- تحديد الإشكالية:

يعد الاتصال عملية ضرورية في طبيعة البشر وفي المؤسسات على اختلاف أنواعها فالتطبيعة البشرية تسعى إلى التواصل والاندماج والانضمام إلى جماعات مهما اختلف نوعها ، فالإتصال يعد الركيزة العملية الاجتماعية حيث يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية ونقل إشكالاتها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير، التسجيل، التعليم ولا يمكن لأي جماعة أن تنشأ وتستمر دون اتصال يجري بينه ويكفي أن ننظر إلى المجتمع الحديث بمؤسساته وهيئاته ومنظماته لكي ندرك أن الإتصال بأنواعه سواء كان صاعد أو نازل داخلي أو خارجي فهو الجهاز العصبي الذي يعمل على تماسك الأجهزة وتكاملها كما يساهم الإتصال الخارجي في المؤسسة إلى تبادل المعلومات فيما بين المؤسسات الإدارية، بحيث يعتبر حلقة وصل بين المؤسسة والمحيط المجتمع بها .

فالاتصال الخارجي هو عبارة عن جهود الإدارة خارج حدود المنشأة بحيث يؤدي إلى كسب ثقة الجماهير وتشكل صورة ايجابية في أذهانهم وبهذا لا بد للمؤسسة من القيام بإعلام المحيط بما يجري داخلها وطبيعة منتوجاتها وخدماتها فتتبادل المعلومات بينها وبين المحيط الخارجي والاتصال المستمر بهذا الأخير يصل بالضرورة إلى إنشاء صورة وشعار خاص بالمؤسسة يجعلها معروفة ومطلعا عليها لدى أغلب أو كل المتعاملين معها .

فنجد أن المؤسسات الخدمائية تهتم بالاتصال الخارجي كونها ذات طابع اجتماعي وتعدد خدماتها ووسائلها في ظل الحاجة إليها وفي هذا السياق يعتبر القطاع الصحي معرض إلى العديد من الأزمات ومن بين هذه الأزمات "جائحة كورونا"، وقد مارست المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي -الشرية- العديد من الأنشطة ومن بين هذه الأنشطة نشاط الإتصال الخارجي فقد استخدمته بشكل كبير لأنه الذي يساهم في تواصل كل من الطاقم الطبي وإداري مع المريض ويقلل من انتشار الفيروس .

وعلى ضوء ما سبق ،سنلقي الضوء في هذه الدراسة على آليات الإتصال الخارجي بالمؤسسة الخدمائية محمد الشبوكي -الشرية- في ظل جائحة كورونا .

وعليه نطرح السؤال التالي :

- التساؤل الرئيسي:.

- فيما تتمثل آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدماتية الجزائرية في ظل جائحة كورونا؟

1-1- الأسئلة الفرعية:

- ما هي آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الاستشفائية - محمد الشبوكي - الشريعة؟

- فيما تتمثل فعالية الاتصال الخارجي في التوعية والتحسيس وخطورة كوفيد 19 بالمؤسسة

الاستشفائية محمد الشبوكي؟

- ما هي المعوقات التي تواجه آليات الاتصال الخارجي في تقديم الرعاية الصحية للمرضى في

ظل جائحة كورونا كوفيد 19؟

2- أسباب اختيارنا للموضوع وأهميته:

لكل بحث سبب أو مجموعة من الأسباب سوى كانت علمية أو عملية موضوعية أو ذاتية تدفع

الباحث لاختيار موضوع دون غيره لذلك اعتمدنا في هذه الدراسة تحديد مجموعة من الأسباب تمثلت فيما

يلي:

2-1- الأسباب العملية:

- الاهتمام الشخصي بدراسة المواضيع المتعلقة بالاتصال الخارجي في المؤسسات الخدماتية الجزائرية.

- تنمية معارفنا حول كيفية عمل المؤسسات الخدماتية الجزائرية.

- اكتساب مهارات جديدة بالدخول الى الهياكل المختصة في الدراسة والاستفادة من التجارب.

- معرفة مدى تطابق معارفنا النظرية مع ما هو موجود على أرض الواقع.

2-2- الأسباب العلمية:

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.

- محاولة معرفة الدور الذي يقوم به الاتصال الخارجي في المؤسسات الخدماتية الجزائرية.

- حدثت الموضوع إلى جانب قلة الدراسات الأكاديمية التي تتناول آليات الاتصال الخارجي في المؤسسات الاستشفائية في ظل جائحة كورونا.

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أن موضوع الاتصال الخارجي يساهم في تحسين صورة المؤسسة أمام جمهورها وذلك عن طريق وسائله المختلفة في توفير المعلومات الكافية حول الجمهور فيما يخص احتياجاته ورأيه حول خدمات ومهما المؤسسة، للعمل على مواجهة النقائص التي تواجهها والتي قد تكون عقبة أمام نجاحها.

كما تسعى هذه الدراسة إلى إبراز أهمية الاتصال و بصورة أدق الاتصال الخارجي في تحريك المؤسسة نحو تحقيق أهدافها المسطرة بالإضافة إلى معرفة المعوقات التي تواجه رضا الجمهور ومحاولة تحسين الأداء غير الجيد للمؤسسة.

4- أهداف الدراسة:

يعتبر موضوع الاتصال الخارجي في المؤسسات الخدماتية ذو أهمية بالغة لا سيما عندما يتعلق الأمر بالعلاقة القائمة بين المحيط الخارجي والمؤسسة العمومية الاستشفائية مجد الشبوكي - الشريعة - باعتبارها مؤسسة خدماتية وعليه تهدف الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

- محاولة الإحاطة بمفهوم الاتصال الخارجي وإبراز أهميته في تعزيز الثقة بالمؤسسة الخدماتية.
- معرفة الآليات التي يوظفها الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدماتية العمومية الاستشفائية في ظل جائحة كورونا.
- إبراز تأثير الاتصال الخارجي في كسب ثقة الجمهور.
- توضيح مكانة الاتصال الخارجي في تسيير العملية الاتصالية بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

5- ضبط المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم مسألة ضرورية في البحث العلمي بحيث تعد (المفاهيم) بمثابة المتغيرات المنهجية المرتبطة بالدراسة، حيث تسمح لنا بضبط موضوع بحثنا وتحديد به قدر الإمكان للتحكم فيه بشكل يمكننا من الوصول إلى نتائج أكثر دقة ومصداقية ومفسرة للإشكالية المطروحة والإجابة على الأسئلة الفرعية كما تتيح لنا تحديد وتوضيح جوانب الموضوع وأبعاده المراد دراستها وكشف غموضها.

وتتمحور هذه الدراسة الموسومة بـ " آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية الجزائرية في ظل جائحة كورونا" حول عدة مفاهيم أساسية وهي كالآتي:

5-1- الاتصال الخارجي:

5-1-1- اصطلاحا:

يعرف مصطفى حجازي الاتصال بأنه حلقة وصل بين المؤسسات والمجتمع المحيط بها ففي كل مجتمع لا بد من وجود مؤسسات وهيئات مختلفة قائمة لتحقيق غايات ووظائف معينة، ولها صلات مع أفراد المجتمع، ولا نتمكن هذه المؤسسات من القيام بأعمالها ما لم تكن متبادلة بينها وبين جماهيرها، هذه الثقة لا تأتي عن طريق الصدفة، وإنما يجب أن تبنى على أسس متينة وخطة مدروسة بالمؤسسة لتضمن لها البقاء لذلك فالالاتصال الخارجي هو بناء ثقة الجمهور بالمؤسسة والمحافظة عليها.¹

الاتصال الخارجي هو مجموعة المعلومات والنشاطات التي ترسلها المؤسسة إلى المحيط الخارجي بهدف إمداده بالمعلومات المتنوعة تبعا لتنوع الجمهور الذي تخاطب، وبالتالي تنوع الوسائل الموجهة من طرف المؤسسة إلى الجمهور المقصود، فالالاتصال الخارجي هو اتصال جماهيري وهو مرتبط بالإدارة العليا للمؤسسة فالالاتصال الخارجي في المؤسسة هو عملية اجتماعية ذات أهداف محددة تقوم بها المؤسسة بهدف تعيين علاقاتها مع الزبائن ولتحسين صورتها ومكانتها في السوق.

¹ - مصطفى حجازي: الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية والإدارية، دار الطباعة، بيروت، 1992، ص52.

إضافة لما سبق ذكره نجد أن الاتصال الخارجي يعتمد كذلك على رغبات وحاجات الجمهور بالرجوع إليه وتلقي المعلومات منه لذلك على المؤسسة القيام بإجراءات تمكنها من المحافظة على رضا وتأييد الجمهور عن طريق النشاط الإعلامي المتخصص الموجه لكسب رضا الجمهور.¹

5-1-2- إجرائيا:

هو الوسيلة التي تعتمد عليها المؤسسة في التفاعل مع جمهورها الخارجي وذلك لتبادل المعلومات والمستجدات لاستمرار العملية الاتصالية.

هو الاتصال الذي يتم بين المؤسسات الخدمائية وجمهورها قصد تقديم خدمة للمحيط الخارجي لها ولتحقيق التفاهم وغرس الثقة بين الطرفين وذلك للوصول إلى تحقيق أهداف المؤسسة.²

5-2- المؤسسة:

5-2-1- تعرف المؤسسة على أنها:

شكل اقتصادي أو خدماتي وتقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لقيم العمل الاجتماعي بهدف تقديم خدمات متنوعة.

تعرف المؤسسة على أنها: المنظمة الأساسية التي يمكن أن يبنى على أساسها أي اقتصاد مهما كان تقدمه وتوجهه.³

5-2-2- إجرائيا: هي ذلك التنظيم البشري، يشتركون في هدف معين وفق السياسات العامة يكونون في اتصال دائم، يتخذون من المورد المادي أداة في تحقيق الكفاءة في التنظيم والتسيير من أجل بلوغ الهدف المشترك، سواء كان نشاطها ذو طابع خدماتي، اجتماعي، اقتصادي.

¹ رضوان بلخيري: مدخل إلى الاتصال المؤسسي، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015، ص124.

² صمويل عبود : اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 1982، ص58.

³ بن خرف الله الطاهر وآخرون: الوسيط في الدراسات الجامعية، دار هومة للنشر، الجزء 4، الجزائر، 2003، ص28.

5-3- المؤسسة الخدمائية:

تعرف المؤسسة الخدمائية على أنها: منظمة تقوم على أساس أشخاص قادرين ومتمكنين من العملية الاقتصادية بوسائل خاصة تهدف إلى تحقيق أرباح وذلك عن طريق إشباع حاجيات ورغبات الزبون كما تسهر هذه المؤسسة على تقديم خدمات ذات مستوى مرغوب الجودة.¹

5-4- فيروس كورونا: Covid 19:

فيروس كورونا هي مجموعة من الفيروسات التي يمكنها أن تسبب أمراضا مثل الزكام والالتهاب التنفسي الحاد الوخيم (السارز) ومتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (ميرز).

تم اكتشاف نوع جديد من فيروسات كورونا بعد أن تم التعرف عليه كمسبب لانتشار أحد الأمراض التي بدأت في العين في 2019.²

6- الدراسات السابقة :

إن وجود الدراسات السابقة يفيد الباحث في الكشف والاستفادة من خيارات قديمة واستخراج إشكاليات جديدة واستنتاج معطيات لم يوصل إليها الباحثون السابقون بالاطلاع على بعض الدراسات التي تناولت هذا الموضوع ومحاولة الاستفادة منها بقدر الإمكان وتتبعه للخطوات المنهجية التي يجب أن يتقيد بها والأدوات التي عليه أن يستخدمها، وصولاً إلى النتائج التي تحصل عليها وقد تم اختيار الدراسات السابقة التالية:

6-1- الدراسة الأولى:

أجرت الباحثة "هامل مهدية" والموسومة بالاتصال الخارجي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية دراسة مكملة لشهادة ماجستير تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية، الشركة الوطنية للكهرباء والغاز

¹ أبو قحف عبد السلام : التسويق وجهة نظر معاصرة، جامعة الاسكندرية، كلية التجارة، بدون سنة، ص77.

² مرض فيروس كورونا المستجد 2019، من الرابط:

التوقيت 2022-01-13 بتاريخ: <https://www.mayoclinic.org/ar/diseases.conditions/coronavirus>

بجامعة عنابة، سنة 2001، وقد انطلقت من التساؤل الرئيسي: ما هو واقع الاتصال الخارجي في

المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

واستمدت في هذا التساؤل ثلاث تساؤلات فرعية جاءت كالآتي:

- كيف نستخدم المؤسسة الاقتصادية الجزائرية اتصالها الإشهاري؟

- فيما تتمثل سياسة العلاقات العامة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟

- كيف تتعامل المؤسسة الاقتصادية الجزائرية مع الصحافة؟

وتمثلت أهداف الدراسة في:

- الكشف عن الخصائص المهنية والشخصية للقائم بالاتصال الخارجي.

- الكشف عن وسائل الاتصال، وطرق التقييم والمتابعة التي يعتمدها كل تخصص من تخصصات

الاتصال الخارجي.

- الكشف عن الهدف من كل تخصص (الإشهار، العلاقات العامة، العلاقات مع الصحافة).

- الكشف عن التخصص الذي توليه المؤسسة الاقتصادية الجزائرية أهمية كبيرة من تخصصات

الاتصال الخارجي الأخرى.

المنهج الذي اعتمدت عليه هذه الدراسة:

المنهج في هاته الدراسة غير محدد نوعه وخصائصه، وتم الاكتفاء بذكر بعض الأساليب الكمية وطرق

البحث مثل المسح الاجتماعي بالعينة، بالإضافة إلى استخدام الأسلوب الكمي.

أدوات الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على الأدوات التالية:

- الملاحظة بالمشاركة غير التامة.

- استمارة المقابلة، واستبيان المقابلة.

- المقابلة الموجهة.

عينة الدراسة:

كان حجم عينة الدراسة تقدر بـ30 فرد منهم 17 إناث من مجموع أفراد المجتمع مؤسسة سونلغاز الإجمالي البالغ 2721 عاملا، وكانت العينة من نوع عينة "كرة الثلج أو السلسلة" لم يتم نشر كيفية تحديدها بالضبط.

نتائج الدراسة:

- إن عملية الاتصال الإشهاري يقوم بها أفراد من اختصاصات عملية مختلفة ومتعددة وتجارية، لهذا يكون القائم بالاتصال خاصة في تخصص العلاقات العامة والإشهار.
- أن الوسيلة الأكثر استخداما في الاتصال الإشهاري، هي الإشهار في الصحف وفي المرتبة الثانية تأتي الإذاعة المحلية التي تبث الإعلانات وبعدها تأتي وسيلة التسويق المباشر.
- تقوم عملية التقييم في الاتصال الإشهاري على طريقة صبر الآراء لمعرفة انشغالات الزبائن دون أن تهتم بتقييم نوعية الاتصالات الأخرى.
- كشف الدراسة أن العلاقات العامة غير كافية لأنه يتم أدائها من كفاءات مهنية غير متخصصة.
- أن نشاطات القائمين بالعلاقات مع الصحافة غير كافية يتولاها في الغالب المكلف بالاتصال أو المدير العام للمؤسسة، وهي أيضا تعتمد فقط على المؤهلات الشخصية للقيام بهذا، وليس على اختصاصه العلمي، وثبت أن المؤسسة مجال الدراسة في هذا المجال تلجأ إلى الصحافة المحلية.

علاقة الدراسة الحالية بالدراسة المشابهة:

أ- أوجه التشابه:

- كلاهما يدرسان متغير الاتصال الخارجي.

ب- أوجه الاختلاف:

- يختلفان من حيث التخصص.
- يختلفان من حيث مجتمع البحث.

- يختلفان من حيث المنهج المتبع من حيث الدراسة المشابهة لم تحدد نوع المنهج في حين دراستنا اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي.

- يختلفان من حيث العينة في حين استخدمت الدراسة المشابهة عينة كرة الثلج ودراستنا استخدمت العينة الطبقية الحصصية.

مجالات الاستفادة:

أفادتنا هذه الدراسة كثيرا في الإحاطة بالموضوع المدروس ومختلف العناصر الخادمة له من الجانب المنهجي وكذلك التشابه من حيث متغير الاتصال الخارجي وكذلك المعلومات التي تم توظيفها على المستوى المفاهيمي النظري التي ساعدت بشكل كبير في تحديد أهم النقاط التي يمكن الاستعانة بها في دراستنا إضافة إلى الاستفادة من الجانب التطبيقي وكيفية التحليل والتعليق على النتائج المتوصل إليها.

6-2- الدراسة الثانية:

دراسة مولدي رامي ومزريقي عبد الحق، عبارة عن تقرير مشروع نهاية الدراسة بعنوان 'تحسين وسائل الاتصال الخارجي في الجامعة الافتراضية بتونس'، (l'amélioration de moyens de la communicatuion externe de l'UVT من المعهد العالي للدراسات التكنولوجية في شرقية (Charguia) بتونس سنة 2011، عالج الباحثان في هذا التقرير مكون الاتصالات الخارجية للجامعة، فكان هدفهم الاساسي هو تقييم الاتصال الخارجي في الجامعة لاقتراح مجالات لتحسين وسائل الاتصال مع الشركاء الخارجيين لما له أهمية قصوى بالنسبة لجامعة تونس الافتراضية وخاصة وأن الاتصال هو أحد مكونات مشروع الجودة.

وقد طرح هذا الموضوع من خلال مجموعة من الأسئلة على النحو التالي:

1- ما هي وسائل الاتصال المعتمدة آليا من قبل جامعة تونس الافتراضية؟

2- ما مدى فعاليتها؟

3- كيف يمكن تحسينها؟

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد ممارسات جامعة تونس الافتراضي للاتصالات الخارجية من خلال تقدير درجة فعالية ووسائل الاتصال مع جمهورها المستهدف، وكذا تشخيص ممارسة الاتصالات في الجامعة مع اقتراح طرق لتحسين ممارسة الاتصالات الخارجية سواء مع الشركاء، الطلاب، المعلمين، والمصممين وغيرهم .

اعتمد الباحثان على المقابلات كأداة أساسية لجمع البيانات حول موضوع التقرير وتمحورت أسئلتها في محورين حول الجمهور المستهدف ووسائل الاتصال الخارجي. وأما الاستبيان فقد تم إرساله عن طريق البريد الإلكتروني لكل أستاذ.

نتائج الدراسة

أهم النتائج التي توصل إليها الباحثان في دراستهم ما يلي:

تستعمل جامعة تونس الافتراضية العديد من وسائل الاتصال الخارجي من ملصقات، كتيبات ندوات، البريد الإلكتروني، الهاتف، وهذا من أجل التواصل مع الجمهور الخارجي. كما توصل الباحثان إلى أن هذه الوسائل المعتمدة من قبل الجامعة غير فعالة للوصول إلى الهدف المسطر وعليه اقترحوا إنشاء وحدة مسؤولة عن تنفيذ الاتصالات الخارجية في الجامعة ومن مهامها تطوير نوعية وسائل الاتصال الخارجي المستخدمة من قبل الجامعة لتحسين فعاليتها.

التعقيب على الدراسات السابقة:

إن الدراسات السابقة تساعد الباحث على تكوين خلفية نظرية على موضوع الدراسة كما أن الهدف من عرض هذه الدراسات وتقدير مستوى النظرية العلمية لموضوع الدراسة التي تتأكد أكثر في موضوعية النتائج المتوصل إليها، كما توفر على الباحث الجهد في الاختيار والبحث حول الإطار النظري للدراسة وتجنبه الوقوع في الأخطاء والنقائص التي وقعت فيها الدراسات السابقة للموضوع والربط بين الجانب النظري والميداني.

بالنسبة للدراسة الأولى: فهي تتشابه مع دراستنا الراهنة في كونها تسعى لمعرفة الاتصال الخارجي في المؤسسة الجزائرية ومعرفة وسائل الاتصال التي تعتمد عليها وطرق التقييم والمتابعة التي يعتمد عليها كل تخصص من تخصصات الاتصال الخارجي والكشف عن أهداف كل تخصص، في حين أن دراستنا الحالية تهدف إلى معرفة آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمتية في ظل جائحة كورونا.

بالنسبة للدراسة الثانية: ركزت هذه الدراسة على وسائل الاتصال الخارجي وفعاليتها في التواصل مع الجمهور الخارجي وقد اتسمت بالدقة والوضوح في الأهداف وهو الأمر الذي سهل على الباحثين الوصول إلى نتائج واضحة حيث افادتنا من خلال بعض المفاهيم المتعلقة بالاتصال الخارجي أنواعه ووسائله.

الفصل الثاني:

آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية في ظل

جائحة كورونا Covid 19

I- آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية.

- 1- مفهوم الاتصال الخارجي.
- 2- أهمية وأهداف الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية.
- 3- وظائف الاتصال الخارجي.
- 4- وسائل الاتصال الخارجي وجمهوره.
- 5- أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة.
- 6- معايير الاتصال الخارجي.

II- المؤسسة الخدمائية.

- 1- مفهوم المؤسسة الخدمائية.
- 2- خصائص المؤسسة الخدمائية.
- 3- عناصر المؤسسة الخدمائية.

III- فيروس كورونا (Covid 19).

- 1- التعريف الاصطلاحي لكورونا.
- 2- ظهور فيروس كورونا (كوفيد 19).
- 3- خطورة كورونا (كوفيد 19) على الصحة العامة.
- 4- أعراض فيروس كورونا (كوفيد 19).
- 5- طرق انتشار الفيروس.
- 6- الوقاية من الفيروس.
- 7- إجراءات وتوصيات منظمة الصحة العالمية لمواجهة كورونا (COVID 19).
- 8- إدارة أزمة كورونا وسلوكها بالمؤسسة.
- 9- مناهج تشخيص أزمة كورونا بالمؤسسة.

تمهيد:

أصبحت العملية الاتصالية في المؤسسات الخدمائية من أبرز اهتماماتها باعتبارها وسيلة فعالة في التفاعل مع المحيط الخارجي، حيث يعد الاتصال الخارجي العملية التي يتم بمقتضاها إقامة وتدعيم التفاهم المتبادل القائم على الثقة والصدق بين المؤسسة وجماهيرها باعتباره الوسيلة الاتصالية الأكثر نجاعة لتحسين سمعة المؤسسة وتكوين صورة إيجابية وصادقة عنها.

كما أصبح الاتصال الخارجي أيضا في المؤسسات الخدمائية يقوم بدور محدد خصائص هذا الأخير ومعوقاته محاولة منا إلى الإلمام بجميع الجوانب السابقة تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث بهدف فهم آليات الاتصال الخارجي ودوره في المؤسسة الخدمائية الاستشفائية في ظل جائحة كورونا.

I- آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية:

يعد الاتصال الخارجي صلة وصل بين المنشأة والمؤسسة وجمهورها الخارجي وهو قائم على التعريف بالمؤسسة والتعريف بمختلف مهامها وخدماتها وإطلاع جمهورها بكل ما هو جديد وذلك من أجل تحقيق أهدافها التي تسعى إليها سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية تربوية أو تعليمية ... إلخ .

ولذلك سوف نقوم بتدارس الاتصال الخارجي في هذا الفصل من حيث: المفهوم والسوائل والوظائف والأهداف والأهمية والمعوقات التي تواجه الاتصال الخارجي.

1- مفهوم الاتصال الخارجي:

الاتصال الخارجي هو مجموعة العلاقات والروابط التي تعمل المديرية على إنشائها مع الجمهور المحيط بها سواء كانوا أفراد أو مؤسسات أخرى وذلك بغرض التعريف بالمديرية وإعطاء صورة لها ترغبهم في التعامل معها.

أو كما يعرفه العلماء تعريف مصطفى حجازي: هو حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها ففي كل مجتمع لابد من وجود مؤسسات وهيئات مختلفة (مديرية الصحة مثلا) قائمة على تحقيق غايات ووظائف معينة ولها صلات مع أفراد ذلك المجتمع.¹

هو مجموعة الاتصالات التي يتم تبادلها بين المنظمة والبيئة التي تعمل فيها وتهدف إلى تحقيق التقاهم بين المنظمة وال جماهير الخارجية خاصة الموردين العملاء، الإدارات والمجتمع المحلي وجمع المعلومات من الظروف التي تعمل فيها.²

¹ مصطفى حجازي: الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ط3، 2000، ص200.

² صلاح الدين محمد عبد الباقي: السلوك الفعال في المنظمات، القاهرة، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2002، ص318.

2- أهمية وأهداف الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية:**2-1- أهمية الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية:**

أن المؤسسة تعمل على أن تكون علاقتها مع جمهورها الخارجي مبني على التفاهم المتبادل ولهذا تسعى إلى تطوير اتصالها الخارجي لئلا يهمل من أهمية في تكوين هذه العلاقة ومن هنا نرى أن الاتصال الخارجي له أهمية بالغة تتمثل في:

يعمل على تحقيق شهرة المؤسسة وتكوين صورة إيجابية عنها: وذلك بتركيز وتطوير وضمان انتشار النماذج الخاصة بالمؤسسة من اسم المؤسسة والعلامة والمشاركة في المناسبات كالمعارض والمؤتمرات.¹

تقديم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي معرفتها: وهذه المعلومات أما عن منتج أو خدمة عن طريق وسائل الاتصال الخارجي.

تعريف الرأي العام بسياسة المؤسسة والخدمات والمنتجات وتقييمها لها: من خلال ما يقوم به الاتصال الخارجي من نشرات وملصقات ...

إقناع الجمهور بأفكار معينة: فالالاتصال الخارجي يعمل على إقناع الجمهور بالمنتج أو الخدمة ليدفع به نحو رضا الجمهور، وبالتالي يحصل الرضا على المؤسسة.²

خلق التفاهم والانسجام بين المنظمة والجمهور الخارجي: فالالاتصال الخارجي لا يقتصر على الأفراد بل حتى على المؤسسات التي تسعى المؤسسة إلى بعث التعاون المشترك بينها وبين المؤسسات الأخرى.

¹ رضوان بلخيري وسارة جابري: مدخل للاتصال والعلاقات العامة، جسر للنشر والتوزيع، المحمدية، الجزائر، ط1، 2014، ص59.

² صالح خليل أبو أصبع وآخرون: العولمة والهوية الثقافية، منشورات الجامعية فيلادلفيا، مصر، د.د.ن، 2002، ص68.

يساهم في رفاهية المؤسسة وتحقيق الربح والكسب المادي: وذلك من خلال تقنيات الاتصال

الخارجي من أعمال خيرية ومساعدات لها تأثير إيجابي على صورة المؤسسة.

تحقيق الأهداف المرجوة من طرف المؤسسة: من خلال وسائل الاتصال الخارجي لضمان السمعة

الجيدة وإبراز دور المؤسسة في المجتمع.¹

2-2- أهداف الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية:

يحتل الجمهور أهمية بالغة لدى المؤسسة الخدمائية ولذا يهتمها أن يتعرف الجمهور على حقيقة هذه

الجهود، كما يهتمها التعرف على رأي أفراد الجمهور في نشاطها، وكذلك تسعى المؤسسة إلى التعرف على

شكاوى ومقترحات الجمهور.

تختلف أهداف الاتصال الخارجي من مؤسسة لأخرى تبعا لاختلاف الهدف والوظيفة التي تمارسها

ومع وجود هذه الاختلافات الأساسية الجوهرية فإن هدف الاتصال الخارجي من حيث المبدأ الأساسي

يستلزم تحقيقه بالتعاون بين المؤسسات والجمهور المستهدف.²

فأي مؤسسة تسعى لتحقيق أهداف من خلال اتصالها بجمهورها الخارجي وتمثلت في:

- التوعية بالأهداف العامة للمؤسسة والتعريف بالخدمات التي تؤديها.
- كسب تأييد الجمهور وخلق نوع متكامل معه بالرفع من مستوى الخدمات وحسن أدائها.
- تصحيح الأفكار الخاطئة عن المؤسسة والمؤسسات الأخرى.³
- إيصال رغبات وطلبات المواطن إلى الإدارة العليا في المؤسسة ومحاولة تلبية قدر الإمكان.
- إظهار الجهود التي تبذلها المؤسسة لتطوير أنشطتها ورفع مستوى أدائها وعلى العموم فإن أهداف العملية الاتصالية الخارجية مرتبط بشكل مباشر مع الأهداف الخاصة بالمؤسسة باعتبار أن الاتصال

¹ فضيل دليو: اتصال المؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص104.

² جاسم فخري سليمان وآخرون: العلاقات العامة، وزارة التعليم العالي، بغداد، 1981، ص85.

³ محمود فهمي العطروري: العلاقات الإدارية في المؤسسات العامة والشركات، علم الكتب للنشر، ط1، 1969، ص320.

الجيد وسيلة لدعم الأهداف المرسومة وخلق آفاق جديدة، إذ لاحظ المتعاملون مع المؤسسة اهتمامها بتحسين إمكانية معهم فإنهم بدورهم يسعون دائماً إلى المعاملة بالمثل أي السعة لنجاح الاتصال بين الطرفين إلى أقصى الحدود.¹

3- وظائف الاتصال الخارجي:

نجد وظائف متعلقة بالمؤسسة وأخرى متعلقة بالجمهور وهي:

3-1- الوظائف المتعلقة بالمؤسسة:

إحاطة المؤسسة بكل ما يطرأ من تغيير بالرأي العام عن طريق المبحوث من خلال تحليل آراء المواطنين وتقديم التقارير وهذا الرسم سياسة تهتدي بها المؤسسة. تزويد وسائل الإعلام بالبيانات والمعلومات عن المؤسسة سواء كانت مقروءة مسموعة أو مرئية.

تنظيم الأحداث التي تقوم بها المؤسسة مثل المعارض المؤتمرات الصحفية والزيارات وذلك للتأكد من سياسة المؤسسة وأهدافها وشأنها تجد الاهتمام الكافي من جانب جماهير مختلفة، إعداد مطبوعات وملصقات لها علاقة بالمؤسسة.²

3-2- وظائف الاتصال الخارجي المتعلقة بالجمهور:

التعريف بالمؤسسة وأهدافها وإعداد الإعلانات المتعلقة بذلك تعريف الجمهور بخدمات ومنتجات المؤسسة إلى جانب نشاطها توضيح سياسة المؤسسة للجمهور وتعريفهم بالتغيرات والتعديلات التي تطرأ.³ التأكد من صحة وسلامة الأخبار التي تنشرها المؤسسة ومساعدة الجمهور على تكوين أفكار سليمة ومعلومات صحيحة عليها العمل على تهيئة جو ملائم في استقبال وإرشاد زوار المؤسسة والترحيب بهم.

- تحسين سمعة أو الصورة الذهنية لدى الجماهير عن المؤسسة بشرح سياستها.

- شرح دور المنظمة أو المؤسسة في تحقيق الصالح العام.

¹ صالح خليل أبو أصبع: العلاقات العامة الاتصال الإنساني، دار الشروق، ط1، 1998، ص95.

² رضوان بلخيري وسارة جابري : مدخل للاتصال والعلاقات العامة، مرجع سابق، ص62 - 63.

³ محمد بهجت كشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003، ص48.

- استيعاب الكفاءات البشرية المتميزة والمناسبة للعمل بالمنظمة.
- إطلاع المعنيين على إنجازات المديرية.
- الحصول على التغذية الراجعة من المعنيين وذلك من أجل:
- تحديد استيعاب المعنيين.
- الحصول على الاقتراحات، الشكاوى.
- تعريف العملاء بحقيقة الجهود التي تبذل داخل المنشأة في سبيل تطوير الخدمات المقدمة لهم.
- الاهتمام والتأكيد على الاتصال بين المديرية والمؤسسات الأخرى سواء تلك التي تتشابه معها في الإنتاج والخدمات أو التي تختلف عنها.¹

4- وسائل الاتصال الخارجي وجمهوره:

4-1- وسائل الاتصال الخارجي:

نظرا لتنوع الجماهير الخارجية واختلافها من حيث خصائصها الثقافية ومدى انتشارها، جعل تحديد وسيلة معينة تصلح لجميع الجماهير الخارجية أمر مستحيل فالوسيلة التي تتناسب مع جمهور قد لا تتناسب مع جمهور آخر وهذا يتطلب من القائم بالاتصال أن يختار الوسيلة التي تتناسب مع الجمهور الذي يرغب في الاتصال به ويمكن تقسيم الوسائل المستخدمة في الاتصال الخارجي إلى أربعة أقسام:

4-2- وسائل الاتصال الشفوية:

وهي من أشهر الأدوات التي تعتمد عليها المؤسسة في نشر أخبارها للوصول إلى أهداف محددة ومن بين هذه الوسائل:

4-2-1 المناقشات:

- نشاط جماعي لأخذ طابع الحوار الكلامي المنظم الذي يدور حول مشكلة أو موضوع تشعر الجماعة بحماس لمحاولة الخروج منها ويتم في المناقشة تحديد الجوانب المختلفة للمشكلة ثم تحليلها

¹- ربحي مصطفى عليان وآخرون: وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط2، ص82.

ويشارك فيها جميع أفراد الجماعة محاولين تبادل أكبر قدر من الحقائق والمعلومات خلال وقت محدد وفي نهايتها يمكن لكل فرد أن يكون قد اكتسب أفكار جديدة وحققت تجانس أفضل داخل الجماعة.

وتعتبر المناقشة عنصراً بارزاً في العديد من الوسائل الأخرى إذ يكمن اعتبار المحاضرات وبالذات التي تستخدم فيها المناقشة بالذات.

- عبارة على شرح لفظي وتوضيح لفظي لموضوع أو مشكلة يقوم به شخص لديه خبرة في هذا الموضوع لأعضاء جماعة في حاجة إليها وتعد من الوسائل الشائعة لاستعمال في كثير من المجالات المختلفة.

4-2-2- الندوات:

عبارة عن مناقشة متكاملة بين مجموعة من المستخلصين في موضوع معين في جوانب مختلفة من هذا الموضوع ويتناول المختصون الموضوع من جوانبه المتعددة كل منهم يتبادل من زاويته¹.

4-2-3- الاجتماعات:

تعتبر وسيلة هامة تلتقي فيها إدارة المؤسسة وجهاً مع أفراد الجمهور الخارجي أو ممثلين لهم وجهات النظر فيما ينسجم ويمكن عن طريق هذه الوسيلة التعرف على آراء هذا الجمهور نحو سياسة المؤسسة وأنشطتها كما أنها تستخدم في تزويد هذا الجمهور بالمعلومات والمعارف التي يرغب في التزويد بها عن المؤسسة.

4-2-4- المقابلات:

هي التفاعل اللفظي الذي يتم بين فردين في موقف مواجهة بحيث يحاول كل منهما أن يستشير بين المعلومات أو التغيرات لدى الآخر والتي تدور حول خبراته.

¹ - محمود مهدي: مدخل إلى تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ص 142 - 144.

4-2-5- المؤتمرات:

تعتبر إحدى الوسائل الهامة التي تستخدمها المؤسسات وهي ذات تأثير عميق والمؤتمر أداة لإقامة مناقشة أو تبادل فكري للاستفادة من بحوث وخبرات المختصين حول القضية أو موضوع مشكلة أو مشروع أو ظاهرة يهتمون بها أو مرتبطة بظروفهم يقصد التوصل إلى آراء أو قرارات مناسبة والعمل على التزامها.¹

4-3- وسائل الاتصال المكتوبة:

هي التي تتم عن طريق الكلمة المكتوبة التي يصدرها المرسل إلى المرسل إليه وهذا يتطلب كثيرا في المؤسسات كبيرة الحجم والمعقدة التنظيم ولنجاحها يجب أن تتسم بالبساطة والوضوح والدقة² ويتحقق الاتصال الكتابي باتباع وسائل متباينة أهمها:

4-3-1- المجالات: تعتبر المجالات وسيلة محدودة من وسائل الإعلام، نظرا لعدم صدورها يوميا فهي تصدر عادة كل أسبوع، أو كل أسبوعين أو كل شهر وهي تتناول موضوعات تتفق ورغبات الجمهور.

4-3-2- الملصقات:

عبارة عن لافتات كبيرة تتعلق على الحائط في أماكن عمومية حتى يتحرك الجمهور إليها، شأنها في ذلك لوحة الإعلانات.

4-3-3- بالكتيبات:

تحتاج المؤسسة مهما كان حجمها أو طبيعة عملها إلى إصدار كتيبات من وقت لآخر للجمهور الخارجي وهذا قصد التعريف بالمؤسسة.

¹ - محمد بهجت كشك : العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2003، ص43.

² - ابراهيم عبد العزيز شيما: الإدارة العامة، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والطباعة، الاسكندرية، 1993، ص396.

4-3-4- المراسلات:

وهي أداء اتصال مباشر بالأفراد، لذلك تستعمل بصفة منتظمة للوصول إلى العمال والموظفين والعملاء وهي تتكون من الخطابات العادية أو التلغرافات أو البطاقات.

4-3-5- التقارير:

حيث يستخدم التقرير السنوي للمؤسسة كوسيلة للاتصال بالجمهور الخارجي وإعطائه صورة من أعمال المؤسسة ونشاطها خلال العام الحالي ومميزاتها.¹

4-3-6- الصحافة:

أثبتت العديد من الدراسات أن وسائل الإعلام المطبوعة تتفوق على الوسائل الأخرى بالنسبة للجمهور القارئ وذلك لما يتميز به من مقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة والموضوعات الطويلة، التي تساعد على توضيح الأمور للقراء وتهيء لهم الفرصة في الدراسة المتأنية بالإضافة إلى إمكانية قراءتها.²

4-4- وسائل الاتصال السمعية البصرية:

تعد الوسائل المستعملة في هذا النوع من الاتصال السمعي البصري أكثر الأنواع تأثيرا وفاعلية لدى المستقبلين، حيث يلعب دورا فعالا في توصيل الرسالة واستيعابها، وقد ظهر الاتصال مع المواد السمعية البصرية كالتلفزيون، الإذاعة، الفيديو، الإعلام.

4-4-1- التلفزيون:

هو أقرب وسيلة للاتصال الموجه، فهو يجمع بين الرؤية والصوت والحركة وأحيانا اللون، ويستطيع أن يكبر الأشياء الصغيرة فتبدو في صورة واضحة.

¹ - محمد بهجت كشك: مرجع سابق، ص 45.

² - ابراهيم عبد العزيز شيما: مرجع سابق، ص 400.

4-4-2 الإذاعة:

وهي الوسيلة الأولى التي استطاعت أن تصل إلى الجمهور في أي مكان متخطية حواجز الأمية وعواقب الانتقال في المناطق الوعرة والقيود السياسية التي تمنع بعض الوسائل الأخرى من الوصول إلى مجتمعاتها.¹

4-5- وسائل الاتصال التكنولوجي:

قد أدى التطور والتقدم في تكنولوجيا الاتصالات بكافة أشكالها إلى النتائج إيجابية وهامة في مجال زيادة إنتاجية وفعالية المؤسسات العامة والخاصة سواء كانت تعمل في المجال السياسي الاقتصادي ...، وقد لعبت التطورات الجديدة في تكنولوجيا الاتصال دورا في جعل الحياة أكثر سهولة وأكثر إقناع ومن بين هذه التكنولوجيا الحديثة.²

4-5-1- الفاكس:

عبارة عن جهاز يقوم ببث الرسائل والنصوص والصور والوثائق المكتوبة عبر خطوط الهاتف العادية، لهذا فهو يشبه آلة التصوير الصغيرة، غير أنها مزودة بهاتف أو متصلة به فهو إذن نقل المادة المكتوبة كما هي إلى أي مكان عن طريق ربط الهاتف بجهاز الفاكس الذي يقوم بتصويرها ثم نقلها لاسلكيا إلى جهاز آخر يقوم بتحويلها مرة أخرى إلى رموز مكتوبة.

4-5-2- الهاتف:

هو نوع الاتصال الشخصي المباشر، فمن خلال الحديث الهاتفي يمكن تبادل الرأي ومناقشة وإزالة الخلافات بسرعة ويعتبر الهاتف وسيلة سريعة للاتصال بين المسؤولين بالمؤسسة وجماهيرها.

¹ - رضوان بلخيري : مدخل للاتصال المؤسستاتي، مرجع سابق، ص132.

² - المرجع نفسه، ص133.

4-5-3- الأنترنت:

وهي عبارة عن شبكة معلومات إلكترونية، يدعمها وتغذيها مؤسسات كبرى وكانت بداية هذه الشبكات في الستينات من القرن العشرين وكان الأساس من إنشاءها خدمة وزارة الدفاع الأمريكي، وتعمل الأنترنت على نقل المعلومات وتدققها بصورة سريعة وبكميات هائلة من وإلى أفراد المؤسسات في جميع المجالات.

5- أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة:

يتضمن الاتصال الخارجي ثلاثة أنواع وتتمثل في:

1-1- الاتصال الاجتماعي:

يقصد به الدكتور "جمال مجدي حسنين" " أنه نسق معين، يدخل في إطاره فردين على الأقل أولاً، وثانياً قيمة ما هي أساس هذا الاتصال وثالثاً تفاعل ما مرتبط بهذه القيمة".¹

وهو وسيلة لتحقيق أهداف وغايات مجتمعية عبر التأثير في سلوك الفرد وتغييره بما يتوافق مع هذه الأهداف كما يندرج ويتطابق الاتصال الاجتماعي مع المنحنى الديمقراطي الذي تسلكه المجتمعات الحديثة، فلا يكاد يخلو من هيئة متخصصة في الاتصال الاجتماعي، تتولى تخطيط ووضع برامج مختلفة لمعالجة المشاكل التي يمكن أن يكون الاتصال الاجتماعي وسيلة ناجعة في حلها.

فالاتصال الاجتماعي يسعى إلى مساعدة كل من المجتمع والتنظيم على تنمية الوعي بالاهتمامات المتبادلة والمصالح الخاصة بكليهما.²

5-2- الاتصال الخارجي المؤسسي:

هو تقديم وعرض دور المؤسسة، وتثبيت صورتها وهويتها وتفسير كافة نشاطاتها بصفة عامة يعرفه "لوصدافاسكس" بمجموع العلاقات الشاملة لكل مجالات التفاعل التنظيمي والتي تتم في شكل تعبير رسمي

¹ - رضوان بلخيري: مدخل إلى الاتصال المؤسسي، ص 125.

² - شران علي شبيبة: العلاقات العامة بين النظري والتطبيقي، دار المعرفة الجامعية، ط، الإسكندرية، 2007، ص 197.

ومقصود للمؤسسة بصفتها القائمة بعملية الاتصال وذلك بإدماج كل الوسائل التي بحوزتها بغية تسهيل عملها.¹

5-3- الاتصال التجاري:

وهو جزء من الاتصال الخارجي يهدف إلى التجارة لصالح المؤسسة وذلك عن طريق ما تبتنه المؤسسة من رسائل ومعلومات والتي تتعلق بالمؤسسة.²

وقد عرفه "بيارهود" بأنه مجموعة التقنيات والأساليب المستعملة بغرض بناء صورة المؤسسة وتتمثل هذه التقنيات في العلاقات العامة للإشهار.³

6- معوقات الاتصال الخارجي:

مما لاشك في أن خلل أو اختناق يحصل في عملية الاتصال أو نموذج الاتصال يترك آثار سلبية على نوعية الرسالة المنقولة وبالتالي على نتائج الأداء، فنظام الاتصال ينبغي أن يكون محكم الحلقات وأن أي تغير قد تحدث فيه من شأنها إضعاف هذا النظام وجعله عقيماً في حالات عديدة ولأن معوقات الاتصال الخارجي متنوع ومختلفة ومتجددة في طبيعتها ف عند الضرورة تقتضي تحديد المسؤولين عنها بدقة متناهية من خلال تتبع مصادرها بموضوعية عالية، وعدم وضع اللوم على جهات أو حلقات من دون دراسة وتحليل منطقيين،⁴ وسنحاول إدراج أهم معوقات الاتصال الخارجي وهي كالاتي:

¹ - Jean - Marie Decaudin : La communication marketing concepts techniques stratégies economics, 3^{eme} édition, Paris, 2003, P11.

² - رضوان بلخيري: المرجع نفسه، ص126.

³ - فضيل دليو: اتصال المؤسسة إشهار علاقات عامة علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر، ط1، دم، 2003، ص29.

⁴ - عباد فضل الشعراوي: الإعلان والعلاقات العامة، دراسة مقارنة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، ط1، الكويت، 2006، ص ص 135 - 136.

6-1- مدى التعرض للاتصال:

قد لا تصل الرسالة الإعلامية الى هدفها لأنها لا تصل الى الجمهور المعني بسبب ضعف أو انعدام الوسيلة كصعوبة الإرسال الإذاعي أو عدم قدرة الفرد على اقتناء الوسيلة.

6-2- طبيعة الوسيلة الإعلامية:

يجب استخدام وسيلة مؤسسة مؤثرة وفعالة في نقل الرسالة وهذا الأمر يتطلب المعرفة الدقيقة خصائص ومميزات الوسيلة والجمهور معا وطريقة تعامله مع الوسائل وأي الأنواع يستخدم.

6-3- طبيعة الرسالة:

فقد تكون الرسالة صعبة ومعقدة يسهل فهمها أو مختصرة يصعب شرح جزئيتها أو طويلة للغاية مما يضطر القارئ المستعجل إلى تركها.

6-4- طبيعة الجمهور:

إن درجة ذكاء الجمهور واهتمامه وثقافته ربما تكون معوقا من معوقات الاتصال وقد تدخل عوامل أخرى كالسن، الجنس يجب اتخاذها بعين الاعتبار.

6-5- اتجاهات الجمهور:

إن اتجاهات الجمهور نحو الرسالة الإعلامية لما أكبر أثر في تلقي الرسالة فالأفراد الذين يتسمون بعدم المبالاة أو الخوف من الأفكار الجديدة، فهم معرضون لعدم الاستفادة من الرسائل التي ترد إليهم.

6-6- الإعلام المضاد:

إذا كان هناك إعلام مضاد أو معاكس أو منافس لفكرة أو سلعة أو خدمة ما، هذا يشوه الرسالة الإعلامية.

بالإضافة إلى عدم فهم فلسفة إدارة المؤسسة مع الجمهور، عدم تفهم الإدارة لطبيعة ودور الاتصال وضعف سياسة المؤسسة والإطارات المختصة في الاتصال.¹

¹ رضوان بلخييري: مدخل الاتصال والعلاقات العامة، جسور للنشر والتوزيع، ط1، المحمدية، الجزائر، ص ص 70،

II. المؤسسة الخدمائية:

تقوم المؤسسة الخدمائية بتطبيق الاتصال في مجال الخدمات ويساعدها في ذلك خصائصها وهيكلها التنظيمية وموقع التسويق فيها.

1- مفهوم المؤسسة الخدمائية:

تعتبر المؤسسة الخدمائية الخلية الأساسية والفاعلة لعملية الدورة الاقتصادية إن الكلمة المؤسسة في ترجمة لكلمة Enterprise التي ظهرت خلال القرن السابع عشر وهناك عدة تعاريف أعطيت للمؤسسة وكلها تركز على جانب من جوانب طبيعة النشاط، العناصر المكونة، الأهداف، الهيكل والأخذ بأي تعريف يتوقف على الغرض من استعمالها.

فتعرف المؤسسة على أنها منظومة اقتصادية مكونة من مجموعة من الأشخاص والوسائل المادية والتي يتم استعمالها لإنتاج وعرض السلع والخدمات في السوق¹.

والخدمة فقد عرفتها الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة كالاتي: الخدمة تتضمن أنشطة وفوائد أو نواحي إشباع تقدم للبيع أو تكون مصاحبة لبيع السلع.

أما المؤسسة الخدمية فتعرف كما يلي: هو نظام يتكون من مجموعة من الأشخاص والوسائل المنظمة والمتفاعلة فيما بينهما لإنتاج قيمة غير مادية لإشباع حاجات ورغبات الزبون².

2- خصائص المؤسسة الخدمائية.

تختلف طبيعة الخدمة عن طبيعة السلعة وبالتالي فإن المؤسسة التي تنتج الخدمة تختلف عن المؤسسة التي تنتج سلعة مادية، هذا ما جعل المؤسسة الخدمية تتميز بعدة خصائص تتلخص في:

¹ - أحمد شاكر العسكري: التسويق مدخل استراتيجي، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان، 2000، ص5..

عبد الجبار مندبل الغانمي: الاعلان بين النظرية والتطبيق، دار البازوري، عمان، 1998، ص 296.

² - أحمد شاكر لعسكري: التسويق مدخل استراتيجي، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان، 2000، ص15.

- تتميز المؤسسات الخدمية بأن زبائنها يحصلون على ما يجلبونه من خدمات في أماكن إنتاجها وبالتالي يتعذر على هذه المؤسسات تمييز مخرجاتها فهي دائما متغيرة ومتنوعة حسب ما يطلبه كل زبون أو كل مجموعة من الزبائن.

- تتميز المؤسسات الخدمية بحاجتها المستمرة إلى المعلومات الصحيحة والمراقبة الدقيقة لبيئتها حتى تستطيع التخطيط لأنشطتها التسويقية بسبب الطبيعة غير الملموسة لمنتجاتها وطبيعة العمل الذي تمارسه هذه المؤسسات¹.

- تقوم المؤسسة الخدمائية بتحويل تشكيلة من المدخلات المادية وغير ملموسة ولكنها محسوسة في خبرات وتجارب يمر بها زبائن المؤسسة وقد ترتبط هذه المخرجات بكيانات مادية تتبلور من خلالها الخدمة المقدمة إلا أن هذا لا يعني تحويلها إلى مخرجات مادية فخدمة التعليم مثلا يستلزم وجود مباني تعليمية وكتب وأوراق إلا أنها في حد ذاتها ليست ملموسة لكونها معارف ذهنية عليا وخبرات تعليم لا يمكن تحديد أبعادها المادية.

- يظهر الزبون في مجال الخدمات كمستخدم للخدمة وكمساهم في إنتاجها وتقديمها وهم أفراد كخدمة الحلاقة أو مؤسسات كخدمة التنظيم الصناعية وقد تكون هذه الخدمة محتكرة كتقديم خدمة الكهرباء أو تكون مفتوحة على المنافسة كخدمة نقل البضائع .

- تتعامل المؤسسة الخدمية مع اشخاص يملكون مهارات عالية وخبرة كبيرة في مجال تخصصهم، الذين لهم القدرة على اتخاذ القرارات بأكثر فعالية وكفاءة حول النشاط الخدمي، وذلك لجذب اكبر عدد ممكن من الزبائن².

3- عناصر المؤسسة الخدمائية:

هذه العناصر يمكن استخراجها من التعريفات السابقة والمتمثلة في الموقع، الموارد المالية والبشرية، التنظيم نماذج ودورة مستندي معتمدة والتمويل وتقييم المؤسسة الخدمائية بوظيفتين:

¹-زكي الخليل المساعي: تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2003، ص 34.

² -Christian dumoulin et autre : Enterprise de organisation: paris ,1993, p33.

وظيفة تنفيذية: وهي وظيفة منتجة للخدمات (الإنتاج، التسويق).

وظيفة إدارية معاونة: هي الوظائف الإدارية التي تخدم العاملين داخل المؤسسة الخدمية (شؤون العمل، تسيير المشتريات والتخزين)¹.

وحتى تتمكن أي مؤسسة خدمية من القيام بوظيفة وإنتاج خدماتها للزبائن فإنه عليها ومنذ المراحل الأولى في التخطيط لأي مشروع خدمي إيجاد الحلول للمشاكل التالية:

- **المكان:** يتمثل أساسا في اختيار الموقع وتنظيم المبنى من الداخل.
- **اختيار الموقع:** من خلال اختيار مكان المشروع الخدمي والمقارنة بين أفضل المواقع وأحسنها وهذا يأخذ بعين الاعتبار علاقة الموقع المقترح بنوع الخدمات المقدمة وكذلك علاقته بالفئات وخصائص الزبائن المتوقع بتقديم الخدمة لهم.²
- **التنظيم الداخلي للمبنى:** يقصد تسهيل إنتاج وتقديم الخدمات وهذا يتوقف على طبيعة ونوعية الخدمات المخطط تقديمها وعلى كيفية وضع خريطة لتسلسل العمل.
- **التنظيم:** يشمل وضع معايير الاختيار والتوظيف ومعايير لمراقبة الأداء
- **معايير الاختيار:** باختيار وتوظيف الأفراد، الهيكل الإداري، الخزينة التنظيمية، أشكال ومستويات الاتصال بين المؤسسات وعمالها، جداول المرتبات.
- **معايير مراقبة الاداء ومستوياته ومراقبة الجودة:** وهي تلك المتعلقة بتحديد المعايير والمستويات اللازمة لمقارنة الاداء الفعلي بالمستهدف، والتأكد من ان الخدمات المقدمة تنتج وتقدم طبقا للمواصفات التي سبق وان حددت عند التخطيط لإقامة المشروع الخدمي.
- **الموارد المالية والبشرية:** هي بالضرورة تتناسب مع طبيعة ونوع الخدمة المقدمة، وعليه يتم تحديد أعداد وخصائص الأفراد، وكيفية تأهيلهم للعمل وإنتاج وتقديم الخدمة، كما يتم تحديد الموارد المادية

¹ محمود زكريا قطر: تسويق خدمات المعلومات والمكتبات العامة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب جامعة حلوان، سوريا، 2004، ص 55.

² محمد كامل مصطفى الكردي: إدارة المستشفيات والمركز العلاجي، مكتبة الشمس، القاهرة، 2003، ص 215-219.

اللازمة لمشروع الخدمي، والكميات المطلوبة لإنتاج وتقديم الخدمة وإمكانية تخزينها، وحجم الطلب المتوقع على الخدمات المقدمة، وتحديد الموردين وكيفية التعامل معهم.

- **التمويل:** يدرج تحتها حجم التمويل المناسب لطبيعة ونوعية الخدمة المقدمة (في حالة الرغبة في التوسع)، مصادر التمويل (أفراد أو مؤسسات مالية)، أشكال التمويل (قروض، مساهمات، تبرعات وودائع).

- **الدورة المستندية:** هي النماذج اللازمة لذلك، والتعليمات اللازمة لاستقائها، سواء من قبل الأفراد داخل المؤسسة وخارجها (موردين، زبائن)، بالإضافة إلى أنماط حفظها (سجلات مكتوبة أو آلية)، وكيفية استرجاعها وضوابط ذلك الاسترجاع، مع تحديد الفترات الزمنية لحفظ تلك المستندات.

III. فيروس كورونا (Covid 19)

1- التعريف الاصطلاحي لكورونا:

فيروسات كورونا هي فصيلة كبيرة من الفيروسات التي قد تسبب المرض للحيوان والإنسان، ومن المعروف أن عددا من فيروسات كورونا تسبب لدى البشر حالات عدوى الجهاز التنفسي التي تتراوح حدتها من نزلات البرد الشائعة إلى أمراض الأشد وخامة مثل متلازمة الشرق الأوسط التنفسية والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (السارس).

يمكن للفيروس أن ينتقل من شخص لآخر من خلال قطرات الرذاذ الصغيرة التي تتناثر من الأنف أو الفم عند السعال أو العطس، وعندما يستنشق شخص آخر هذا الرذاذ، أو يلمس سطحاً استقر عليه هذا الرذاذ ثم يلمس عينيه أو أنفه أو فمه، فإنه قد يصاب بمرض كوفيد 19.

ومرض الكوفيد يمكن أن يصيب (الأطفال والبالغين على حد سواء، ولكن معظم الحالات المرض المسجلة من الإصابات بين البالغين، ويبدو أن الأعراض لدى الأطفال أخف من أعراض لدى البالغين، وقد وردت تقارير مؤخراً عن متلازمة تصيب عددا من أجهزة الجسم بالالتهاب لدى الأطفال وترتبط بمرض كوفيد 19، وتسبب أعراضاً مثل الطفح الجلدي و الحمى وألام البطن، والتقيؤ والإسهال)¹.

2- ظهور فيروس كورونا (كوفيد 19):

إن ما يشهد العالم حالياً مع ازدياد تحركات السكان عن طريق السياحة أو الهجرة أو نتيجة الكوارث ونمو التجارة الدولية في الأغذية والمواد البيولوجية والتغيرات الاجتماعية والبيئية التي تقترن بالتوسع الحضري وإزالة الغابات والتغيرات الطارئة على طرائق تجهيز الأغذية والتوزيع وعادات المستهلكين جعلته يشهد ظهور أمراض معدية، شكلت أوبئة فتاكة كان بعضها في نطاق جغرافي محدود وبعضها أوبئة عالمية أو ما يطلق عليه بالجائحة مرض كوفيد 19 الذي ظهر في مدينة (ووهان) الصينية أواخر سنة

¹ - تقرير منظمة الصحة العالمية: المنشور في 4 جوان 2012، الولايات المتحدة الأمريكية، تحديد المقال بتاريخ 28

2019، والذي أطلق عليه في بداية تسمية (فيروس كورونا المستجد) ثم تغيرت التسمية إلى (Covid19) وهب التسمية التي تم اعتمادها رسميا منظمة الصحة العالمية بتاريخ 11 فيفري 2020 وهو اسم انكليزي مشتق من حرفي (Co) وهما أول حرفين من كلمة كورونا، وحرفي (V) وهما أول حرفي من كلمة (Virus) و(D) وهو أول حرف من كلمة مرض بالانجليزية (Disease) وهو مرض ناجم عن الإصابة بفيروس كورونا الجديد الذي يرتبط بعائلة الفيروسات نفسها التي ينتمي إليها والذي يتسبب بمرض متلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (سارز) وبعض أنواع الزكام العادي وتشتمل أعراضه في الحمى والسعال وضيق التنفس، ذي الحالات الشديدة يمكن للمرض أن يتسبب بالتهاب الرئة أو صعوبة التنفس كما يمكن أن يؤدي إلى الوفاة¹.

ولقد أعلنت على انتشار (كوفيد19) واعتبر جائحة عالمية من طرف المنظمة الصحية العالمية بتاريخ 09 مارس 2020 حيث انتشر حاليا إلى معظم دول العالم، وقد كانت بداية انتشار هذا الفيروس بالجزائر بتاريخ 25 فيفري 2020 لما كشفت الفحوصات إصابة رعية ايطالي بالفيروس، لتلي بعد هذه الحالة العديد من الحالات في مختلف ولايات الوطن².

3- خطورة كورونا (كوفيد 19) على الصحة العامة:

لقد بات وباء كورونا (كوفيد19) من أكبر المخاطر التي تهدد جميع دول العالم، وسط تزايد حالات الإصابات والوفيات في دول عدة، ولم تقتصر مخاطره على جانب تعداد الضحايا فحسب، بل انجر عنه توقف كلي لكل النشاطات في الدول سواء الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والدينية والرياضية ومؤسسات التعليم وغيرها من النشاطات الحساسة، ومن الصعب في الوقت الراهن في ظل انتشاره تحديد حجم الخسائر التي لحقت بهذه القطاعات.

¹ - تقرير الأمانة العامة للمنظمة الصحية العالمية: بعنوان الأمن الصحي العالمي، الإنذار بحدوث الأوبئة والاستجابة لمقتضياتها، بمناسبة الدورة 107 للمجلس التنفيذي، 28 نوفمبر 2000، ص 1.

² - لنا بندير وآخرون : رسائل وأنشطة رئيسية للوقاية من مرض الكوفيد 19 والسيطرة عليه في المدارس، مقال منشور

على منظمة اليونسيف على الرابط التالي. <http://www.unicef.org/media/65871/life>

تم الاطلاع عليه بتاريخ 5 أبريل 2021 على الساعة 12:54.

أما ما تعلق بمخاطر هذا الوباء على الصحة العامة فتتمثل في حالات الإصابة بالمرض التي قد تنتهي بالوفاة، حيث تجاوز عدد المصابين في الجزائر 5000 مصاب من بينهم أكثر من 400 حالة وفاة هذا بالإضافة إلى التكاليف المترتبة على توفير كل من العلاج وكذلك تكاليف برامج الوقاية التي تزيد من الأعباء، وتثقل كاهل ميزانية المخصصة للصحة العامة، حيث تتمثل تكاليف الإقامة الحجز الصحي في المستشفى، وتكاليف العناية المركزة للحالات التي تتطلب ذلك هذا علاوة من خسارة قطاع الصحة العديد من الموارد الطبية التي توفت جراء إصابتها بالفيروس الذي انتقل إليهم من المرض في فترة الإشراف عليهم.

هذا ولانتشار وباء كورونا أثر آخر على الصحة العامة تتعلق بالآثار التي ومزال يخلفها على الصحة النفسية للأشخاص الموضوعين تحت الحجر المنزلي والحجر الصحي لأن الصحة النفسية جزء لا يتجزأ من الصحة الجسدية، وقد حذر أطباء وعلماء نفسانيون من آثار عميقة وباء كورونا على الصحة النفسية في الوقت الحاضر ومستقبلا، حيث أن الإمعان في العزل الاجتماعي، والوحدة والقلق، والتوتر والاعصار المالي هي بمثابة عواصف قوية تجتاح الصحة النفسية للناس، ووسط توقعات بزيادة معدلات القلق والتوتر أثناء الوباء يتوقع الباحثون زيادة في أعداد المكتئبين والمقدمين على الانتحار، حيث سجل سنة 2009 وفي ظل انتشار وباء سارس، معدلات الانتحار في الفئة العمرية التي تجاوزت الخامسة والستين ارتفاعا بنسبة 30%¹.

4- أعراض فيروس كورونا (كوفيد 19):

يمكن أن تتراوح شدة أعراض كوفيد 19 بين خفيفة جدا إلى حادة.

قد يصاب بعض الأشخاص بأعراض قليلة فقط وقد لا تكون لدى بعض الناس أي أعراض على الإطلاق، قد يعاني بعض (الأشخاص من تأزم الأعراض مثل تفاقم ضيق التنفس وتفاقم الالتهاب الرئوي، بعد حوالي أسبوع من بدء الأعراض.

¹ - لينا بندير وآخرون: المرجع السابق.

الأشخاص الأكبر سنا عرضة بشكل أكبر لخطر الإصابة بأعراض كوفيد 19 خطيرة،¹ ويزداد ذلك الخطر كلما تقدم الشخص بالعمر، قد يكون المصابون بحالات طيبة أصلا أكثر عرضة للإصابة بأعراض خطيرة من أمثلة الحالات التي ترفع احتمال إصابتك بأعراض كوفيد 19 الخطيرة قد يظهر علامات وأعراض كوفيد 19 بعد يومين إلى 14 يوما من التعرض له، وتسمى الفترة الحالية للتعرض والسابقة لظهور الأعراض "فترة الحضانة" يمكن أن تتضمن العلامات و الأعراض الشائعة ما يلي:

- الحمى.
- السعال.
- التعب.

5- طرق انتشار الفيروس:

يبدو أن الفيروس المسبب لكوفيد 19 ينتشر بسهولة بين الناس، ويستمر العلماء باكتشاف المزيد عن كيفية انتشاره مع مرور الوقت، أظهرت البيانات أنه ينتشر من خلال المخالطة الشخصية اللصيقة (ضمن 6 أقدام، أو 2 متر)، وينتشر الفيروس عن طريق الرذاذ التنفسي المنطلق عندما يسعل المصاب بالفيروس أو يعطس أو يتحدث، يمكن استنشاق هذا الرذاذ أو دخول في فم الشخص القريب أو أنفه أو عينيه.

يمكن أحيانا أن ينتشر فيروس كوفيد 19 عند التعرض للقطرات الصغيرة أو الضباب التي تبقى عالقة في الهواء لعدة دقائق أو ساعات، ويسمى ذلك الانتقال بالهواء، من غير المعروف حتى الآن مدى شيوع انتشار الفيروس بهذه الطريقة.

و يمكن أن ينتشر أيضا إذا لمس الشخص سطحاً أو شيئاً عليه الفيروس ثم لمس فمه أو أنفه أو عينه، مع أن هذه ليست الطريقة الرئيسية لانتقاله.²

¹- لنا بندير وآخرون: المرجع السابق.

²- فاتح هوي: مرجع سابق، ص 14.

6- الوقاية من الفيروس:

أصدرت إدارة الغذاء والدواء الأمريكية (FDA) ترخيصاً طارئاً لاستخدام ثلاث لقاحات لكوفيد 19 لأول مرة من إنتاج بيوانتيك، والثاني من إنتاج موديرنا، والثالث من إنتاج جانسن، جانسن آت جانسن، قد يقيك اللقاح من عدوى كوفيد 19 أو الإصابة بمرض حاد في حالة أصبت بفيروس كورونا.

يمكنك اتخاذ خطوات إضافية لتقليل خطر إصابتك بالعدوى، توصي منظمة الصحة العالمية (WHO) ومراكز مكافحة الأمراض والوقاية منها (CDC) في الولايات المتحدة الأمريكية بإتباع الاحتياطات التالية لتجنب التعرض للفيروس المسبب لكوفيد 19:

- تجنب المخالطة اللصيقة (ضمن 6 أقدام أو 2 متر) مع أي شخص مريض أو لديه أعراض.
- حافظ على وجود مسافة بينك وبين الآخرين (ضمن مسافة 6 أقدام أو 2 متر) ولهذا الأمر أهمية خاصة إذا كنت من الفئات الأكثر عرضة للإصابة بحالة شديدة من المرض، ضع في اعتبارك أن بعض الأشخاص قد يكونون مصابين بكوفيد 19 ويمكن أن ينقلوه للآخرين، حتى إذا لم تكن لديهم أعراض أو لم يعرفوا أنهم مصابون به أصلاً.
- تجنب الازدحامات والأماكن المغلقة ذات التهوية السيئة.
- يجب غسل اليدين بالماء والصابون لمدة 20 ثانية على الأقل، أو استخدام مطهر يدي يحتوي على الكحول بنسبة 60% على الأقل.
- ارتداء كمامة قماشية في الأماكن العامة مثل محلات البقالة، حيث يصعب تجنب المخالطة اللصيقة بالآخرين، يمكن استخدام الكمامة الجراحية في حال توفرها، يجب أن يقتصر استخدام كمادات N95 على مزودي الرعاية الصحية.
- غط أنفك، فمك بمرفقك أو بمنديل عند السعال أو العطس تخلص من المنديل بعد استخدامه واغسل يدك فوراً.
- تجنب لمس العينين و الأنف والفم.

- تجنب مشاركة الأطباق وأكواب الشرب والمناشف وأغطية أفراس والأدوات المنزلية الأخرى إذا كنت مريضات.
- نظف وعقم يوميا الأسطح التي تلمس بكثرة، مثل مقابض الأبواب وهنا مفاتيح الإضاءة والالكترونيات والطاولات.
- إذا كنت مريضا فألزم منزلك ولا تذهب للعمل أو المدرسة أو الجامعة، وكذلك الأمر بالنسبة للأماكن العامة، إلا إذا كان ذلك بهدف الحصول على رعاية طبية، إذا كنت مريضا تجنب وسائل النقل العام وسيارات الأجرة بما فيها تلك التي تطلب عبر التطبيقات الذكية.¹

7- إجراءات وتوصيات منظمة الصحة العالمية لمواجهة كورونا (COVID 19):

- لقد سجلت معظم بلدان العالم حالات اصابة بمرض كوفيد 19 ويشهد العديد منها نقشي هذا المرض، ونجحت السلطات المعنية في بعض البلدان في ابطاء وتيرة نقشي المرض من خلال تبني اجراءات الحجر الصحي، غير أن لا يزال من الصعب التنبؤ بالوضع ويمكن الحد من احتمالات الإصابة بعدوى كوفيد 19 على مستوى الأفراد وانتشارها باتخاذ بعض الاحتياطات البسيطة:
- المواظبة على تنظيف اليدين بفركهما بمطهر كحولي أو بغسلهما جيدا بالماء والصابون لقتل الفيروسات.
 - المحافظة على مسافة التباعد بين الأشخاص والمقدرة بـ 3 أقدام) على الأقل.
 - تجنب الأماكن المزدحمة أين ترفع احتمالات مخالطة الأشخاص المصابين المرض ويصعب الحفاظ على مسافة التباعد.
 - متابعة آخر المستجدات من مصادر موثوقة مثل منظمة الصحة العالمية أو السلطات الصحية المحلية والوطنية؛ لأنها عي الأقدر على السواء المشورة بشأن الإجراءات والتدابير اللازمة لمواجهة مرض كورونا.²

¹ - فاتح هوي: مرجع سابق، ص 15.

² - غيولي أحمد، توابتية الطاهر: دراسة تحليلية فوق شاملة لأهم آثار جائحة كورونا (كوفيد 19) على الاقتصاد العالمي الأزمة الاقتصادية العالمية 2020، مجلة العلوم الاقتصادية لجائحة وعلوم التسيير، المجلد 20، العدد خاص حول الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا 2020، ص 133.

8- إدارة أزمة كورونا وسلوكها بالمؤسسة:

يرى العديد من الباحثين أن أزمة فيروس كورونا المستجد من الازمات الشديدة باعتبارها حدثا غير متوقع شكل ضغطا كبيرا على صانعي القرار في مختلف بلدان العالم ، وذلك بسبب ضخامة وخطورته وسرعة انتشاره الذي كان يستلزم معها توفير الآليات والوسائل العالمية للحد من استفحاله أو التقليل من انتشاره، وقد كان للأخطاء المرتكبة من طرف صانعي القرار على المستوى العالمي من خلال التقليل من أهمية الحدث على الرغم من انبعاث مؤشرات خطورته من بلدان الموطن الصيني، الأثر البالغ في إدارة هذه الأزمة الصحية نتيجة الفهم الخاطئ وضعف التعامل مع أحداثها مما أدى إلى تحولها كارثة عالمية سببت ما خلفته من أضرار لا حصر لها سواء بشرية أو مادية عصفت بالنظم الصحية وخلفت آثار نفسية واجتماعية بالغة.

وقد أثبت أزمة كورونا أهمية علم إدارة الأزمات في العصر الحالي والذي يشهد العديد من المتغيرات الفجائية والمتشابكة، تجاوزت فيها تأثيراتها الحدود القومية إلى المستويات الإقليمية وصولا إلى العالمية ويجمع العديد من الباحثين في مختلف المجالات سواء في علم الإدارة أو العلوم السياسية أو العلاقة الدولية بأن إدارة الأزمات معناها هو كيفية التغلب على الأزمة بأدوات وأساليب علمية موضوعية لتجنب عواقبها وذلك من خلال اتخاذ إجراءات طارئة يفرضها ضغط وحجم الأزمة من أجل إصلاح الخلل الناجم عنها في سبيل خلق التوازن للتكيف مع متغيراتها المختلفة.¹

ولذلك ومن خلال نموذج أزمة فيروس كورونا فان إدارة الأزمة تستوجب التحكم في أحداث فجائية سواء قبل وقوعها وأثناء حدوثها أو بعد الانتهاء: من محطاتها، ولك عبر مجموعة من الإجراءات

¹ - يوسف أبو قار: إدارة الأزمات في المنظمات العامة والخاصة، دار البازوني العلمية للنشر والتوزيع، ط1 220، ص

والمخططات الاستراتيجية التي ترسمها الدولة للتعامل مع الأزمات الطارئة للسيطرة عليها، وهي تتجلى في

التالي¹:

- أهمية التخطيط في القدرة على التنبؤ بالأحداث المستقبلية أي على ما قد يحدث.
 - محاولة التعرف على حجم وطبيعة الأزمات المحتملة خصوصا الفجائية مثل الأزمة الصحية لجائحة كورونا العالمية.
 - التعامل الفعال مع الأزمة وذلك من خلال إيجاد كافة البدائل المتاحة لمنع وقوعها مستقبلا أو على الأقل التقليل من حدة آثارها والإعداد لمواجهةها عند حدوثها.
 - المرونة والقدرة على التعامل السريع مع تغيرات الأزمة بحيث شهدت أزمة فيروس كورونا المستجد أحداثا وتطورات متسارعة بفعل تغير الوضعية الوبائية بين الفينة والأخرى وتصاعد تأثيراتها سواء الصحية أو الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها.
 - توفير المعلومات الكافية بالسرعة المطلوبة بما يمكن تحديد أبعاد الأزمات ووضع المؤشرات بما يترتب عليها من نتائج.
 - القدرة على خلق مناخ تنظيمي عبر التنسيق الفعال بين مختلف المؤسسات وأجهزة الدولة سواء الصحية أو التنظيمية أو الإدارية وغيرها لمواجهة مختلف الأزمات والحد من آثارها الطبية.
- ولذلك فإن العناصر الشديدة التي يجب توافرها في إدارة الأزمات والتي تمثل أزمة كورونا أكبر مثال حي لكيفية إدارة الأزمات بطريقة ناجحة هي كفاءة القيادة ووعيها في معالجة الأزمة عبر استراتيجية وتخطيطي واضح المعالم لمجابهة كافة التحديات، ويتحمل القادة في مثل هذا الأزمات الفجائية مسؤولية قيادة فريق العمل أو خلية الأزمة الوبائية لأزمة كورونا بحيث أثبت بعض التجارب نجاحها في وضع استراتيجية فعالة للتعامل مع هذه الأزمة الوبائية بينما فشلت أخرى في تدبيرها نتيجة الاستهانة بخطورة الوضع الوبائي من جهة وتسيير هذه الجائحة العالمية من جهة أخرى. ولذلك كان على المؤسسات في

¹ - صالح بن محمد التويجري: الكوارث والأزمات، التخطيط الاستعداد، الإدارة، العبيكان للنشر، ط1، 2018، ص:

بداية جائحة كورونا العالمية أن تضع نفسها موضوعيا حول مدى خطورة الوضع الوبائي ومن ثم تحديد أولويات التعامل مع الأزمة، وذلك من خلال تأمين صحة المواطن وتحقيق التوازن في استخدام الموارد الطبية المتاحة سواء الآلياتية أو البشري، لأن طبيعة الأزمة وتقيدها والتعامل مع عنصر الزمان يحتاج إلى اتخاذ قرارات عاجلة دقيقة وواقعية لتفادي تفاقم الوضعية الوبائية ولاشك أن وقوع هذه الأزمة والاجتهاد في إدارتها ومواجهتها ستضيف لنا الكثير من الخبرات العلمية في إدارة الأزمات بشكل عام وفي الإدارة الإعلامية للأزمات بشكل خاص في المستقبل.¹

9- مناهج تشخيص أزمة كورونا بالمؤسسة:

بعد التشخيص السليم للأزمات هو مفتاح التعامل معها، وبدون هذا التشخيص السليم يصبح التعامل معها ارتجالا وأساس التشخيص السليم هو المعرفة والممارسة والخبرة والإدراك، وفوق كل هذا وفرة المعلومات أمام متخذ القرار أو من تولى مهمة تشخيص الأزمة، ومن هذا فان مهمة التشخيص الدقيق، لا تتصرف فقط إلى أسباب وبواغث نشوء الأزمة، والعوامل التي ساعدت عليها، ولكن الضرورة إلى تحديد الأزمة من معلومات واتصالات وأدوات مساندة، ويستخدم في تشخيص هذه الأزمات عدة مناهج أساسية هي كالتالي:²

9-1- المنهج الوصفي التحليلي:

يقوم هذا المنهج على تشخيص الأزمة وفقا للمرحلة التي وصلت إليها وكما هي الآن من حيث تحديد مظاهرها وملامحها العامة والنتائج التي أفرزها، أو تأثيرها على هيكل المؤسسة التي حدثت لها وينتهي هذا المنهج بتوصيف الأزمة وعرض أبعادها وجوانبها ومظاهرها التي وصلت إليها، والوضع والمرحلة التي وصلت إليها الأطراف الفاعلة فيها والتداعيات التي قد تصل إلى إليها.

¹ - صالح بن محمد التويجري: الكوارث والأزمات، التخطيط الاستعداد، المرجع السابق، ص 239-252.

² - محسن أحمد الخضيرى: إدارة الأزمات، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2003، ص 65-74.

9-2- المنهج التاريخي لتشخيص الأزمات:

يعمل هذا المنهج وفقا لنظرية أن أي أزمة من الأزمات لا تنشأ فجأة، وأنها ليست وليدة اللحظة التي حدثت ولكنها نتائج تفاعل أسباب وعوامل نشأة قبل ظهور الأزمة تاريخيا، ومن هذا فان أي تعامل مع الأزمة يجب أن يبنى أساسا على معرفة كاملة بالماضي التاريخي للأزمة وكيفية تطورها، فالتعمق في تشخيص الأزمة، وردها الى أصولها التاريخية هو المقدمة الضرورية لتطرح تصورات المعالجة، ووفقا لما سبق يتم تقسيم الأزمة إلى مراحل تاريخية، يتم تشخيص وتوصيف كل مرحلة وتحليل العوامل التي تسبب في نشوئها... الخ



الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

I- المرتكزات المنهجية للدراسة:

1- مجالات الدراسة.

2- منهج الدراسة.

3- عينة الدراسة ومجتمع البحث.

4- أدوات جمع البيانات.

5- صعوبات الدراسة.



I. المرتكزات المنهجية للدراسة:

يقوم الباحث بتنفيذ بحثه من خلال مراحل أساسية تحوي كل منها مجموعة من الخطوات والإجراءات لذلك ينبغي أن يقوم قبل تنفيذ بحثه بوضع تصميم منهجي لبحثه يتم فيه تخطيط المراحل والخطوات وإجراءات التي يمر بها البحث بصورة واضحة ودرجة كافية تتحدد معها الخطوات العملية للتنفيذ بأقل وقت وجهد وتكاليف.

1- مجالات الدراسة:

تعتبر مجالات الدراسة خطوة أساسية في بناء البحث العلمي حيث تسمح بإعطاء نظرة على بيئة الدراسة و تساعد على قياس وتحقيق المعارف النظرية في الميدان تتضمن المجال الزماني والمكاني والبشري.

1-1- المجال المكاني: ونعني به المجال الذي تم تحديده لإنجاز الدراسة الميدانية أو تحديد المنطقة التي تجري فيها الدراسة حيث تم إجراء الدراسة الميدانية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية -مجد الشبوكي- الشريعة وسوف نعرض تعريفا شاملا حولها.

تعرف على أنها منشأة من منشآت الدولة، دورها استشفائي لإيواء المرضى وتقديم خدمات صحية لهم على مستوى كل المصالح الداخلية، وتم انشاؤها كمستشفى سنة 1981، وكان آنذاك كقاعة ولادة يتسع لـ 12 سرير وفي سنة 1987 تم تسليم هيكل من هيئة الضمان الاجتماعي وأجريت عليه عدة توسعات وترميمات وأصبح يتسع لـ 90 سرير وفي سنة 2005 تم انجاز جناح آخر وبهذا الانجاز أصبح مستشفى الشريعة يتسع لـ 150 سرير مصنف في القائمة (ب) بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم: 140/07 المؤرخ في 2007/05/19 المتضمن إنشاء المؤسسات العمومية الاستشفائية والمؤسسات العمومية للصحة الجوية وتنظيمها وسيرها.

الهيكل التنظيمي للمؤسسة العمومية الاستشفائية الشريفة:

المديرية الفرعية للمالية والوسائل:

- مكتب الميزانية والمحاسبة: خاص بكل ما يتعلق بالميزانية والمحاسبة.
- مكتب الصفقات العمومية: خاص بإبرام الصفقات العمومية لمؤسسة وكذا اتفاقيات الشراء بمختلف أنواعه.
- مكتب الوسائل العامة والهيكل: ويضم المخازن، مكتب الجرد ويسهر على تسيير المخزونات بكافة أنواعها وكذا متابعة الجرد ويشمل الأقسام التالية:
- مغارة خاصة بالأدوات المكتبية والسجلات.
- مغارة خاصة بمواد الترخيص الصحي.
- مغارة خاصة بمواد الدهن.
- مغارة خاصة بالكهرباء و مواد البناء.
- مغارة خاصة بمواد التنظيف.

المديرية الفرعية للموارد البشرية:

مكتب تسيير الموارد البشرية والمنازعات: يسهر هذا المكتب على تسيير الموارد البشرية ومراقبة حركة المتخصص فيما يخص الإجازات، العطل،... الخ وكذا تسيير المنازعات عن طريق محامي خاص بالمدرسة بالمؤسسة (الممثل القانوني).

مكتب التكوين: يسهر على تكوين المستخدمين بكل تخصصاتهم حيث يتم برمجة حصص تكوينية متعددة يليها متخصصون في التكوين المتواصل.

المدرسة الفرعية للمصالح الصحية:

مكتب القبول: يسهر على متابعة المريض منذ دخوله للمستشفى حتى خروجه حيث يتم تسجيله ببطاقة تسجل فيهما معلومات المريض على مستوى مكتب القبول ثم ترسل هذه البطاقة إلى المصلحة

المستقبلية للمريض ليتم التسجيل أي عمل طبي أو شبه طبي موجه للمريض وعند انتهاء الاستشفاء يتم إرجاع البطاقة للمكتب وقصد انجاز فاتورة نهائية توجه لمصالح الضمان الاجتماعي.

- مكتب التعاقد وحساب الكلفة: يتم فيه حساب كلفة المريض من دخوله إلى خروجه من حيث استهلاكه للأدوية والأكل... الخ

مكتب تنظيم ومتابعة النشاطات الصحية وتقييمها يتم إعطاء إحصائيات مفصلة عن المؤسسة كل شهر.

- المديرية الفرعية لصيانة التجهيزات الطبية والتجهيزات المرافقة:

- مكتب صيانة التجهيزات الطبية: وهو مكتب خاص بصيانة العتاد الطبي من طرف شركات متعاقدة مع المؤسسة.

مكتب صيانة التجهيزات المرافقة: وهو مكتب خاص بصيانة التجهيزات الأخرى مثل المجثمة، المولد الكهربائي... الخ.

1-2- المجال الزمني: ويعتبر في البحث العلمي الفترة الزمنية الكلية لتنفيذ البحث العلمي مرورا بجميع الخطوات وجمع المادة العلمية وتحديد مجالاتها واختيار عينتها وصولا إلى تحليل البيانات والخروج بالنتائج.

1-3- المجال الزمني للإطار المنهجي: كان ذلك منذ بداية الدراسة مباشرة بعد خطوة إختيار الموضوع والموافقة عليه وبالتحديد في الفترة الممتدة من منتصف شهر فيفري الى غاية ضبط وصياغة المشكلة البحثية وما يليها من اجراءات منهجية فكانت المدة الزمنية المتخصصة له من منتصف شهر فيفري الى غاية اواخر شهر مارس 2022.

1-4- المجال الزمني للإطار التطبيقي: ويعتبر شهر فيفري البداية الحقيقية لهذا الجزء من الدراسة انطلاقا من مرحلة اعداد استمارة استبيان وتحكيمها بعرضها على مجموعة من الاساتذة وتوزيعها على افراد العينة المبحوثين وجمعها ومعالجتها من خلال القيام بتفريغ معطياتها، وصولا إلى مرحلة تلك

المعطيات بالطريقة المناسبة بالتعليق والتحليل والتفسير والاستنتاج وتنتهي الفترة المتخصصة لهذا التطبيقي في اخر شهر مارس .

1-5- المجال البشري:

تتمثل في تعداد الموظفين والعمال بمختلف (رتبهم، وأسلاكهم وهي امكانيات متوسطة حيث تتوفر

على التعداد كالاتي):

37	الأطباء
295	الأسلاك الشبه الطبيين
14	القابلات
13	الأعوان الطبيين في التخدير والإنعاش
07	البيولوجيين
05	النفسانيين العياديين
65	الإداريين
108	العمال المهنيين
544	المجموع

2- منهج الدراسة:

لكي تكون دراستنا على الطريق الصحيح لا بد من منهج يرشدنا ويسيرها، لأن المنهج أمر ضروري ومهم في أي بحث علمي باعتباره الوسيلة التي يستغني بها الباحث في كامل مراحل دراسته حيث يتمكن الباحث من الوصول إلى نتائج علمية موضوعية ودقيقة وتسير كلمة منهج هو الطريق المتبع للكشف عن

هذه الدراسة بواسطة استخدام مجموعة من القواعد التي ترتبط أساسا بتجميع البيانات وتحليلها حتى تساهم في التوصل إلى نتائج ملموسة¹:

وكما يعرف بأنه طريقة تصوير وتنظيم البحث بنص على كيفية تصور وتخطيط العمل حول موضوع دراسة ما².

يعرف محمد شفيق المنهج بأنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة للمشكلة لاكتشاف الحقيقة وللإجابة على الأسئلة التي يثيرها موضوع البحث وهو البرنامج الذي يحدد السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها³

كما يرى موريس أنجرس "Mauris Angers" هو مجموعة من الإجراءات والخطوات المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة.

وبالتالي فدراستنا تعتمد على المنهج الوصفي الذي يعرفه مصطفى صلاح بأنه يهدف إلى وصف الظواهر أو وقائع أو أشياء معينة، بحيث ترسم ذلك كله صورة واقعية لها ويعد هذا المنهج من أكثر المناهج انتشارا فالمنهج الوصفي يعتمد على التركيز الدقيق على الوصف، فالوصف هو نقل صورة العالم الخارجي أو الداخلي من خلال الألفاظ وهو يخدم موضوع دراستنا بصورة كبيرة وبما أن دراستنا تنطوي على معرفة آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية الجزائرية (مستشفى محمد الشوكي-الشرعية-) في ظل جائحة كورونا فإنها تندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية الشائعة في بحوث الاتصال و التي يعرف بأنها استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة كما هي، قائمة في الحاضر يقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها⁴، حيث تقوم الدراسات الوصفية على وصف دقيق وتفصيلي للظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها أما التعبير

¹ - محمد الهادي محمد: أساليب توثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، الجزائر، 1995، ط7، ص 123/122

² - موييس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبية للنشر، الجزائر، 2004، ص 100.

³ - رجاء وحيد الدريدي: البحث العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق، عمان، 2008، ص 183.

⁴ - صلاح الدين شروخ: منهجية البحث العلي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 92.

الكمي فيعطينا وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخرى المختلفة وقد يقتصر هذا المنهج على وضع قائم في فترة ومنية محددة أو تطويرا يمثل عدة فترات زمنية.

3- عينة الدراسة ومجتمع البحث:

تعد العينة احدى الدعائم الأساسية في البحث العلمي فهي تتمتع بأهمية بالغة في اجراء البحوث ويكون اختيارها بعناية فائقة فهي اداة انتقاء مجموعة محدودة نسبيا من أفراد العينة وحسب موضوع البحث.

3-1- مجتمع البحث:

هو مجموعة عناصر لها خاصية مشتركة تميزها من غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي¹.

وهو المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته ويعرف أيضا: مجموعة "عناصر" لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها من غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.

إن مجتمع الدراسة الذي سيقوم عليه هذا البحث يتمثل في الطاقمين الطبي والإداري داخل المؤسسة الاستشفائية محمد الشوكي - الشريعة -

ولقد اعتمدنا في دراستنا هذه على نوع من العينات وهي العينة الطبقية (الحصصية).

3-2- عينة الدراسة:

العينة هي الطريقة الأكثر شيوعا في البحوث العلمية لأنها أيسر تطبيقا وأقل تكلفة من دراسة المجتمع الأصلي إذ أنه ليس هناك من حاجة لدراسة المجتمع الأصلي بحيث يمكن الحصول على عينة

¹ - موريس آنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر، الجزائر، ط2، 2006، ص 298.

كبيرة نسبيا ومختارة بشكل يمثل المجتمع الأصلي المأخوذة منه، فالنتائج المستنبطة من دراسة العينة ستطبق الى حد كبير مع النتائج المستخلصة من دراسة المجتمع الأصلي فالعينة جزء من المجتمع الأصلي وبها يمكن دراسة الكل بدراسة الجزء بشرط أن تكون العينة ممثلة للمجتمع مأخوذة منه¹.

3-2-1- العينة الطبقية:

ينقسم المجتمع إلى طبقات والشرائح التي يشمل كلها.

مثال: اذ كان مجتمع البحث مكون من طلبة كلية الآداب فان طبقات أو شرائح المجتمع تتكون من

قسم التاريخ والجغرافيا وعلم النفس... الخ ويقسم مجموع العينة المطلوبة على هذه الشرائح ويؤخذ

متساوي من كل منها مثلا 200 من كل قسم².

3-2-2- العينة التناسبية:

ويقوم هذا النوع على أساس تقسيم المجتمع الأصلي للبحث إلى شرائح وفئات وطبقات، مهنية أو

اجتماعية أو تعليمية... الخ ويحدد حجم العينة على أساس أن يتناسب حجم عدد أفراد العينة المختارة مع

الحجم والتعداد الأصلي لكل شريحة داخل المجتمع، ونسبتها إلى المجموع الكلي لمجتمع البحث³.

¹ - ماجد محمد الخياط: أساليب البحث العلمي، دار الرابطة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2011، ص 184.

² - أ.د. عصام حسن الدلبي، علي عبد الرحيم صالح: البحث العلمي أسسه ومناهجه، ط1، 1435 هـ-2014م، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، ص 81.

³ - د. محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، ط3، 1440 هـ-2019م، مكتبة الوسطية للنشر والتوزيع، صنعاء، جولة الجامعة الجديدة، ص 173.

مجتمع البحث هو 544 فرد وكان تمثيلهم في إحصاءات المنطقة يقدر بالآتي:

الشريحة	العدد
أطباء	37
أسلاك شبه طبية	295
القابلات	14
الأعوان الطبيين	13
البيولوجيين	07
الاستشفائيين	05
الإداريين	65
العمال المهنيين	158
المجموع الكلي	544

كانت العينة المطلوبة هي 54 فرد فان تمثيلهم في العينة الطبقية التناسبية سيكون الآتي:

$$\text{مفردة } 54 = \frac{10 * 544}{100}$$

الرقم المطلوب اعتمدها أساسا للتقسيم فتكون العينة الطبقية الحصصية كالتالي:

الشريحة	العدد الكلي في المجتمع	العينة المختارة من الشريحة
طاقم طبي	321	32 مفردة / 59.44%
طاقم إداري	223	22 مفردة / 41.29%
المجموع	544	100%

أخذنا نسبة 10% من المبحوثين على أساس:

1- إمكانيات الباحث.

2- سهولة الاتصال بهذا العدد من المبحوثين.

3- التمثيل والتجانس.

4- أدوات جمع البيانات

بما أن الدراسة تهدف إلى وصف آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمتية الجزائرية في ظل جائحة كورونا ولتحقيق ذلك والوصول إلى النتائج تم الاعتماد على أدوات جمع البيانات والمتمثلة في الملاحظة، المقابلة، الاستمارة، الاستبيان.

4-1- الملاحظة:

الملاحظة في البحث العلمي، هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب في إطارها المتميز حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات وتفاعلات المبحوثين، ومن التعرف على أنماط وطرق عملهم وهي عملية مقصودة تسير وفق الخطة المرسومة للبحث كما يعرفها الدكتور محمد طلعت بأنها الأداة الأفضل لجمع المعلومات وهدفها ينحصر في مشاهدة الجوانب الخاضعة للدراسة ليس بالمعنى التسجيلي السلبي لهذه الجوانب عبر استخدام الحواس بل يتعدى إلى تدخل العقل في إجراء المقارنات واستخلاص النتائج¹. وقد اعتمدنا على الملاحظة غير المشاركة أثناء الاستطلاع الأولي وهذا من خلال متابعة الموضوع عن بعد لرصد كل النقاط والتي يدور حولها موضوع الدراسة، كما كانت في المرحلة الاستكشافية للمكان وأيضا طرق اتصال الجمهور بالمؤسسة.

¹ - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2005، ص 203 - 204.

4-2- استمارة الاستبيان:

الاستبيان كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه، والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف بالأمر.

في البحث العلمي، فإن الاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية لتقدم الى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة. يعرف الاستبيان في الأوساط البحثية العلمية تحت أسماء عديدة مثل الاستقصاء، الاستفتاء، الاستبيان وكلها كلمات تفيد الترجمة الواحدة لكلمة Questionnaire أو Sondage في اللغة الفرنسية.

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها¹.

وقد استخدمت الاستمارة بعد تحكيمها من طرف الأساتذة وقمت بتوزيع (54) استمارة على الجمهور المتردد على المؤسسة العمومية الاستشفائية بالشرية - تبسة- في الفترة المتددة من 02.24.2022 إلى 31.03.2022 وقد تم توزيع جزء من الاستمارات في الفترة الصباحية وجزء في الفترة المسائية وتم استرجاعها في نفس الوقت.

ضمت الإستمارة (26) سؤالاً تنوعت بين الأسئلة المغلقة والمفتوحة وكانت موزعة على أربعة محاور حسب التساؤلات الفرعية للدراسة وكانت كما يلي:

المحور الأول: يتضمن البيانات الشخصية

المحور الثاني: آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الاستشفائية -محمد الشبوكي- الشرية.

¹ - المرجع السابق، ص 220.

المحور الثالث: فعالية الاتصال الخارجي في التوعية والتحسيس من خطورة كوفيد 19 بالمؤسسة الاستشفائية محمد الشوكي -الشرية-.

المحور الرابع: المعوقات التي تواجه آليات الاتصال الخارجي في تقديم الرعاية الصحية للمرضى في ظل جائحة كورونا Covid 19.¹

4-3- المقابلة:

تدخل المقابلة ضمن أدوات البحث العلمي، حيث يتخذها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات الغير موثوقة في أغلب الأحيان في إطار انجازه للبحث.

المقابلة في البحث العلمي هي اللقاء المباشر الذي يجرى بين الباحث والمبحوث الواحد أو الأكثر من ذلك في شكل مناقشة حول موضوع معين قصد الحصول على حقائق معينة أو آراء ومواقف محددة² وعرفها موريس أنجرس بأنها الأداة تستخدم في مساءلة الأشخاص المبحوثين فرديا أو جماعيا قصد الحصول على معلومات كيفية ذات علاقة باكتشاف العلل العميقة لدى الأفراد وقد تم استخدام المقابلة مع مدير مصلحة الاستعمالات في المؤسسة العمومية الاستشفائية الشرية (E.P.H) بالشرية تبسة للتعرف على المؤسسة وعن هيكلها التنظيمي وعن نشاطها والخدمات التي تقدمها.

وهذه الإجابات ساعدتنا لاحقا في تحليل البيانات الميدانية وفي معرفة بعض المعلومات والإحصائيات للاستشهاد بها في هذه الدراسة.

¹ - أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، المرجع السابق، ص 220.

بن مرسل، المرجع السابق، ص 20.

5- صعوبات الدراسة:

بشكل عام تتمحور صعوبات البحث في:

- ندرة المراجع والدراسات والبحوث المتخصصة في موضوع الاتصال الخارجي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية.
- صعوبة الدراسة حول الاتصال الخارجي والتي يرجع سببها لطبيعة الاتصال من حيث التأثير بالعامل النفسي والمزاج النفسي والحالة النفسية للمرسل والمستقبل على حد سواء.
- الدراسة تتمحور حول المستشفيات التي تتميز بخصائص مميزة عن باقي المؤسسات.
- الصعوبات المتعلقة بـ عملية الاستقصاء وطبيعة العمل في المستشفى (التعامل مع الإداريين والأطباء...).
- ضيق الوقت خاصة في ظل الأحداث الأخيرة ساهمت على وجود نقائص في العمل.



الفصل الرابع: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة

عرض وتحليل النتائج

النتائج العامة للدراسة



عرض وتحليل النتائج

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس:

تبين معطيات الجدول رقم (01) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس داخل المؤسسة العمومية

الاستشفائية محمد الشبوكي -الشرية- أن

الجدول رقم (01): يوضح متغير الجنس.

النسبة	التكرار	الجنس
60%	32	أنثى
40%	22	ذكر
100%	54	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 أن أعلى نسبة هي نسبة الإناث بالمؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي والتي تقدر ب 60% ونسبة الذكور المبحوثين 40% وهذا راجع إلى طبيعة الاتصال التي تستلزم توافر العنصر النسوي وأيضا دون تغافل العنصر الذكوري لتغطية كافة المظاهر التي تعكسها الأزمة فالعنصر النسوي له مهام مثل العنصر الرجالي في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي فالآليات الاتصالية تساعد المؤسسة في مواجهة فيروس كورونا من خلال الاتصال الخارجي الذي يساعدنا في الوصول لكافة معلومات الموظفين وحتى الجمهور الخارجي.

2. السن:

تبين معطيات الجدول رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن داخل المؤسسة العمومية

الاستشفائية محمد الشبوكي -الشريعة- أن

الجدول 02: يمثل متغير السن.

السن	التكرار	النسبة
من 20 إلى 30 سنة	21	%38.88
من 31 إلى 40 سنة	23	%42.59
من 41 فما فوق سنة	10	%18.53
المجموع	54	%100

نلاحظ من خلال الجدول 02 أن نسبة المبحوثين الذين يتراوح سنهم بين 31 إلى 40 سنة أعلى نسبة بحيث تقدر بـ %42.59 وهذا راجع إلى أن هذه الفئة تعتبر فئة شبابية وهي ما تتطلبه هذه الوظيفة خاصة مع كثرة العمل داخل المستشفى والتي تتطلب السهر والعمل المتواصل خاصة مع فيروس كورونا ومستجداته أما نسبة الذين أعمارهم من 20 إلى 30 سنة كانت نسبتهم %38.88 وهي الفئة الشبابية الأكثر جدا ونشاط في الاتصال والتفاعل والتنظيم والتسيير وهي تمثل المرتبة الثانية أما الذين أعمارهم أكثر من 41 سنة فهي تعتبر أقل بنسبة %18.53 من المبحوثين وتمثل الأشخاص ذوي الخبرة الكبيرة حيث لاحظنا وجود عدد قليل من هؤلاء يعتبرون ذوي الخبرة والأقدمية ونجدهم في رأس الهرم الإداري.

3. المستوى التعليمي:

تبين معطيات الجدول رقم (03) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي داخل المؤسسة العمومية الاستشفائية محمد الشبوكي -الشريرة- أن

الجدول 03: يمثل المستوى التعليمي.

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
48.14%	26	البكالوريا
51.85%	28	الجامعة
100%	54	المجموع

يلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين يحملون شهادات جامعية هم الأكثر استخداما لنشاط الاتصال الخارجي وتقدر نسبتهم ب 57.40% بعدد 28 مبحوثا وهذا راجع إلى أن أغلب المناصب الإدارية في المؤسسة تتطلب أثناء إجراء المسابقة شهادات عليا مما يعمل على سيرورة الإدارة كما أن وجود كفاءات جامعية مؤهلة علميا وقادرة على تحمل مسؤوليات عملها كما يجنب الوقوع في الأخطاء والكوارث الصحية التي أحيانا ما تقع .

أما نسبة المبحوثين المتحصلين على شهادة البكالوريا فهم اقل استخداما لنشاط الاتصال الخارجي فتقدر نسبتهم ب 42.59% وهي النسبة الضئيلة مقارنة بسابقتها، وهذا راجع إلى أن المؤسسة تعتمد على الكفاءات العلمية ذوي شهادات.

4. طبيعة عمل المبحوثين:

تبين معطيات الجدول رقم (4) المتعلقة بطبيعة عمل المبحوثين داخل المؤسسة العمومية الاستشفائية

محمد الشبوكي -الشرية- أن

الجدول 04: يوضح طبيعة عمل المبحوثين.

النسبة	التكرار	الوظيفة
%48.14	26	الطاقم الإداري
%51.85	28	الطاقم الطبي
%100	54	المجموع

يلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الأكبر هي الطاقم الطبي والتي تقدر نسبتهم بـ %51.85 وهذا راجع إلى أن المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي تعتمد بنسبة كبيرة على الطاقم الطبي في أزمة كورونا و هذا راجع إلى طبيعة العمل الذي يقومون به ،وهو حركي و نشيط بدرجة كبيرة ، ونجد فيه ضغوط العمل بشكل مكثف، فاستقبالهم لعدد كبير من حالات المرضى و طبيعة الفرد الجزائري الذي يريد خدمات سريعة وأنية جعلتنا نركز على هذه الفئة.

أما نسبة المبحوثين للطاقم الإداري فتقدر نسبتها بـ %48.14 فهي أقل اعتمادا عليها في هذه الجائحة لأن المستشفى يحتاج إلى الطاقم الطبي أكثر لمواجهة الأزمة.

5. الخبرة والأقدمية في العمل:

تبين معطيات الجدول رقم (05) توزيع أفراد العينة حسب الخبرة والأقدمية في العمل داخل

المؤسسة العمومية الاستشفائية محمد الشبوكي -الشرية- أن

الجدول 05: يوضح توزيع المبحوثين حسب الخبرة والأقدمية في العمل.

النسبة	التكرار	الخبرة والأقدمية في العمل
24.07%	13	من سنة إلى 3 سنوات
14.81%	8	من 3 سنوات إلى 5 سنوات
61.11%	33	من 5 سنوات فما فوق
100%	54	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (5) أعلاه أن نسبة المبحوثين الذي لديهم أكبر خبرة وأقدمية في العمل من 5 سنوات فما فوق والتي تقدر نسبتهم 61.11% ويمكن تفسير إرتفاع عدد العاملين الذين لديهم 5 سنوات فما فوق داخل المؤسسة الإستشفائية محمد الشبوكي -الشرية-، إلى أن هذه الأخيرة قديمة النشأة بالإضافة إلى حفاظها على سياسة التشغيل وهذا راجع إلى أقدميتهم و خبرتهم في العمل الجيد، تليها نسبة المبحوثين الذين لديهم خبرة من سنة إلى 3 سنوات وذلك بنسبة 24.07% بعدد 8 مبحوثين في حين أن نسبة المبحوثين الذين لديهم خبرة 3 سنوات إلى 5 سنوات هي 14.81% أقل نسبة وهذا راجع لأن أغلب المبحوثين من 5 سنوات ما أكثر ووتيرة التوظيف سريعة والمعتبرة في قطاع الصحة في السنوات الأخيرة والعمال الذين يمكنهم مواجهة ساعات العمل الطويلة والإجهاد الجسدي اليومي خاصة مع خلية الاتصال بالمؤسسة.

المحور الثاني: آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي -الشرية -

يهدف هذا المحور إلى التعرف على آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي بمدينة -الشرية-.

6. مدى جودة الاتصال بين الطاقم الطبي و الإداري في مستشفى محمد الشبوكي:

الجدول رقم (6) يمثل مدى جودة الاتصال بين الطاقم الطبي والإداري في مستشفى محمد الشبوكي - الشرعية- أثناء الجائحة .

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	50	92.59%
لا	4	7.40%
المجموع	54	100%

تبين نتائج الجدول رقم (6) المتعلقة بمدى جودة الاتصال بين الطاقم الطبي والإداري في مستشفى محمد الشبوكي -الشرية- اثناء جائحة كورونا أن نسبة المبحوثين الذين اختاروا الإجابة بنعم وإنه يوجد اتصال جيد بين الطاقم الطبي الإداري وأنه هو من يساهم في توفير الرعاية الملائمة للمرضى في ظل جائحة كورونا هي 92.59% كأعلى نسبة وهذا نظرا للأدوار التي يقومون بها نحو مصالحهم والوقوف على سيرورة العمل الجيد بينهما .

أما الإجابة بلا فكانت بنسبة 7.40% من المبحوثين الذين اختاروا أنه لا يوجد اتصال جيد وهذا يدل على أن أغلب المبحوثين يوافقون ويؤكدون على وجود اتصال جيد بين الطاقم الطبي والإداري في المؤسسة.

7. مدى توفر وسائل اتصال الخارجي في المؤسسة في ظل الجائحة:

الجدول رقم 07: يمثل مدى توفر وسائل اتصال الخارجي في المؤسسة في ظل الجائحة.

النسبة	التكرارات	هل توفر المؤسسة وسائل اتصال متنوعة في ظل الجائحة
%75.92	41	نعم
%24.07	13	لا
%100	54	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (07) أن نسبة المبحوثين الذين اختاروا الإجابة بنعم وأن المؤسسة توفر وسائل اتصال متنوعة في ظل الجائحة هي %75.92 كأعلى نسبة بعدد 41 مبحوثاً والذين الذين يؤكدون على ان الوسائل التي توفرها المؤسسة الإستشفائية محمد الشبوكي الشريعة تحقق فعاليتها بحيث تصل الى الجمهور الخارجي بكفاءة، أما الإجابة بلا فكانت بنسبة %24.07 من المبحوثين الذين لم يوافقوا على أن المؤسسة لم توفر ما يلزم من وسائل الاتصال متنوعة في ظل الجائحة وهذا راجع لعدم توفر الامكانيات اللازمة .

8. وسائل الاتصال المستخدمة على مستوى المؤسسة:

الجدول رقم 8: يمثل وسائل الاتصال المستخدمة على مستوى المؤسسة.

النسبة	التكرار	وسائل الاتصال المكتوبة
%88.88	48	التقارير
%37.03	20	لوحة الإعلانات
%62.96	34	الفاكس
%37.03	20	الملصقات

نلاحظ من خلال الجدول رقم (8) أن نسبة المبحوثين الذين اختاروا وسائل الاتصال المستخدمة المكتوبة على مستوى المؤسسة والمتمثلة في التقارير هي الأعلى نسبة 88.88% من المبحوثين أي أنه الوسيلة الاتصالية المناسبة على مستوى المؤسسة أما نسبة المبحوثين الذين اختاروا الوسائل الاتصالية التي استخدمتها المؤسسة والمتمثلة في الفاكس هي 62.96% أما المبحوثين الذين اختاروا لوحة الإعلانات والملصقات فهما النسبة الضئيلة تمثلت في نفس النسبة وهي 37.03%مبحوثا.

- وسائل الاتصال الشفوية:

الجدول رقم 08: يمثل توزيع أفراد العينة حسب إجابتهم على وسائل الاتصال الشفوية :

النسبة	التكرار	الشفوية
%27.77	15	المقابلات
%38.88	21	الاجتماعات
%16.66	9	الملتقيات
%42.59	23	الهاتف

نلاحظ من خلال الجدول رقم (8) أن نسبة المبحوثين الذين اختاروا وسائل الاتصال المستخدمة الشفوية على مستوى المؤسسة الاستشفائية محمد الشوكي -الشرية- المتمثلة في الهاتف 42.59% كأعلى نسبة من المبحوثين وأنه الوسيلة المناسبة للاتصال على مستوى المؤسسة تليها نسبة المبحوثين الذين اختاروا الوسائل الاتصالية الشفوية التي استخدمتها المؤسسة والمتمثلة في الاجتماعات 38.88% أما المبحوثين الذين اختاروا المقابلات كوسيلة اتصالية للمؤسسة هم 27.77% في حين أن النسبة الضئيلة هنا المتمثلة في الملتقيات بـ 16.66% ويرجع ذلك إلى عدم وجود تجمعات تسمح بذلك لأن عدد المبحوثين والتي تمثل الهاتف يكون كبير .

- الالكترونية:

الجدول رقم 08: يمثل إجابة أفراد العينة على عبارة الالكترونية

النسبة	التكرار	الالكترونية
38.88%	21	البريد الالكتروني
50%	27	الانترنت

نلاحظ من خلال الجدول رقم(8): أن نسبة المبحوثين الذين اختاروا وسائل الاتصال الالكترونية المستخدمة في المؤسسة الاستشفائية محمد الشوكي -الشرية- في ظل جائحة كورونا هي الانترنت تمثل أعلى نسبة تقدر بـ 50% وفي حين نسبة المبحوثين الذين اختاروا البريد الالكتروني 38.88% كأقل نسبة وذلك لسهولة وصول المعلومة.

9. فعالية استخدام الاتصال الخارجي في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي:

الجدول رقم 9 : يمثل فعالية استخدام الاتصال الخارجي في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي

النسبة	التكرار	هل ترى أن استخدام هذه الوسائل زاد في فعالية الاتصال الخارجي
50%	27	كثيرا
44.44%	24	قليلا
5.55%	3	لم يفعل
100%	54	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم(9): أن نسبة المبحوثين الذين قالوا بأن استخدام هذه الوسائل زاد في فعالية الاتصال الخارجي كثيرا هي 50% كأعلى نسبة وهذا دليل على كفاءة المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي في مثل هذه الأزمات.

أما نسبة 44.44% من المبحوثين الذي اختاروا بأن استخدام هذه الوسائل زاد من فعالية الاتصال الخارجي بنسبة قليلة أما النسبة المتبقية من المبحوثين الذين اختاروا لم يفعل فهي 5.55% كأقل نسبة.

10. الهدف من الوسائل المتاحة:

الجدول 10: يمثل الهدف من الوسائل المتاحة

النسبة	التكرار	في حالة الإيجاب هل أتاحت هذه الوسائل
51.85%	28	تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة
64.81%	35	ربط المؤسسة بالجمهور الخارجي

نلاحظ من خلال الجدول ومن خلال السؤال المفتوح أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بأن في حال الإيجاب هل أتاحت هذه الوسائل في ربط المؤسسة بالجمهور الخارجي فهي أعلى نسبة وتمثلت 64.81% وهذا لتحسين العلاقة مع الجمهور، أما نسبة المبحوثين الذين اختاروا تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة فكانت بنسبة 51.85% مبحوثاً وذلك أن المؤسسة الإستشفائية محمد الشبوكي تعمل على خدمة المواطن والسهر على راحته .

11. مدى سهولة إجراء العملية الاتصالية في مستشفى محمد الشبوكي محمد الشبوكي -الشرية:

الجدول رقم 11: يمثل مدى سهولة إجراء العملية الاتصالية في مستشفى محمد الشبوكي محمد الشبوكي

-الشرية -

النسبة	التكرار	هل هناك سهولة في إجراء عملية الاتصال الخارجي في المستشفى في ظل جائحة كورونا
70.37%	38	نعم
29.62%	16	لا
100%	54	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين أجابوا عن السؤال هل هناك سهولة في إجراء عملية الاتصال الخارجي في المستشفى محمد الشبوكي في ظل جائحة كورونا بالاجاب بنعم يفوق الإجابة بلا بكثير نسبة 70.37% وذلك لأنها تلجأ إلى العديد من الوسائل التي يستخدمها الموظفون من اجل تبليغ المعلومات للجمهور الخارجي، بينما كانت نسبة 29.62% مبحوثا أجابت بلا وهي النسبة الأقل بعدد 16مبحوثا .

12. كيفية حصول عينة الدراسة على المعلومات في فترة جائحة كورونا:

الجدول رقم 12: يمثل كيفية حصول عينة الدراسة على المعلومات في فترة جائحة كورونا

النسبة	التكرار	هل يمكنكم الحصول على المعلومات لممارسة الاتصال الخارجي أثناء الجائحة ؟
70.37%	38	نعم
29.62%	16	لا
100%	54	المجموع

يكشف الجدول رقم 12 المذكور أعلاه والبيانات الإحصائية المقدمة فيه الذي يوضح إمكانية الحصول على المعلومات في الوقت المناسب أثناء فترة الجائحة حيث اتجه أغلب المفحوصين إلى الإجابة بنعم بنسبة 70.37%، ذلك يمكن تفسيره من خلال أهمية وحساسية المعلومات الصحية في الفترة السابقة الذكر، حيث أن جودة تدفق المعلومات بين الطاقمين الإداري والطبي يعتبر من الركائز الأساسية لنجاح لممارسة أنشطة الاتصال الخارجي في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي بالشرية، ومما سبق يمكننا القول أن هناك سلاسة في إيصال البيانات الاتصالية بينهما، أيضا يمكن إرجاعها إلى أن خلال جائحة كورونا كل معلومة تصل إلى المؤسسة يجب أن يعلم بها كافة الموظفين في حال وصولها.

بينما كانت نسبة الإجابة بلا وبلغت النسبة حوالي 29.62%، وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على مدى تدفق المعلومات بين الطاقمين مختلفة ومتذبذبة ومتفاوتة على حسب المنصب التي يشغله مفردات عينة الدراسة كل وفق لاختصاصه وصلاحياته في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي-الشرية- على حسب مدى الحصول على المعلومات في وقتها المناسب.

13. طريقة تلقي الطاقمين المعلومات من المرضى:

الجدول رقم 13: يمثل طريقة تلقي الطاقمين المعلومات من المرضى.

النسبة	التكرار	كيف يتلقى الطاقمين الإداري والطبي المعلومات من المرضى
94.44%	51	مقابلة شخصية
22.22%	12	الهاتف

يلاحظ من الجدول أعلاه بأن الطاقمين الإداري والطبي يتلقى المعلومات من المرضى عن طريق المقابلة الشخصية بنسبة 94.44% من المبحوثين وذلك لمعرفة ما يحتاجونه بطريقة مباشرة لأن في فترة الجائحة من المفروض ان تكون المقابلة الشخصية قليلة ويكون الاحتكاك بين المرضى وشبه طبيين والأطباء إجباري لكن مع وجود ضرورة تطبيق صارم للبروتوكول الصحي باعتبارها ممارسة اتصالية مع الجمهور الخارجي (المرضى)، أما نسبة المبحوثين الذين اختاروا الهاتف فكانت نسبة 22.22% أي أن الطاقمين يعتمدان على المقابلة الشخصية أفضل للمرضى ولأن المريض خوفا من انتقال العدوى مارسوا الاتصال الشفوي الغير مباشر.

14. اطلاع المؤسسة بمختلف التعليمات التنظيمية في ظل جائحة كورونا:

الجدول رقم (14): يمثل اطلاع المؤسسة بمختلف التعليمات التنظيمية في ظل جائحة كورونا.

النسبة	التكرار	هل تقوم المؤسسة باطلاع العمال باستمرار بمختلف التعليمات التنظيمية خاصة في ظل جائحة كورونا
79.62%	43	نعم
20.37%	11	لا
100%	54	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين وافقوا على أن المؤسسة تقوم باطلاع العمال باستمرار بمختلف التعليمات التنظيمية خاصة في ظل جائحة كورونا والإجابة بنعم بنسبة 79.62% كأعلى نسبة وهذا راجع لتفادي ومعرفة أي أخطار قد تحدث في ظل الأزمة بحيث تتم عملية الاتصال الخارجي بطريقة سليمة لتجنب العدوى على أكبر قدر ممكن بحكم أن الفيروس خطير، أما نسبة المبحوثين الذين أجابوا على المؤسسة لا تقوم باطلاع العمال باستمرار بمختلف التعليمات التنظيمية بنسبة 20.37% لأنه ليس من الضروري وصول المعلومات الى كافة الموظفين لأن بعض المعلومات تبقى سرية مثال: وصول بعض المعلومات الى الأطباء ليس من الضروري وصولها إلى الممرضين، وتبقى نسبة المبحوثين الذين وافقوا على أن المؤسسة تقوم باطلاعهم عليها الأعلى على سابقتها.

15. مدى تحفيز وتوفير الموظفين في توفير خدمات صحية:

الجدول رقم 15: يمثل مدى تحفيز وتوفير الموظفين خدمات صحية للمرضى .

النسبة	التكرار	هل يؤثر تحفيز الموظفين وتحقيق الرضا الوظيفي في توفير خدمات صحية ذات جودة للمرضى في ظل الجائحة
90.74%	49	نعم
9.25%	5	لا
100%	54	المجموع

من خلال البيانات المبينة في الجدول (15): أعلاه نلاحظ أن إجابة المبحوثين نعم بنسبة 90.74% وأنه يوجد تأثير على تحفيز الموظفين وتحقيق الرضا الوظيفي في توفير الخدمات الصحية الجيدة للمرضى في ظل جائحة كورونا وانهم يعتبرون أنفسهم مرتاحين ولا يشعرون بأي ضغط جراء العمل الذي يقومون به، وحسب ما رأيناه وما صرحوا به لنا بأن العلاقات الاجتماعية والشخصية والحوارات الجانبية مع زملائهم ومرؤوسيهم تجعلهم يشعرون بالراحة أفضل، بحيث يفوق الإجابة لا بنسبة 9.25% مبحوثا وهذا راجع لطبيعة المهام التي توكل لهم، والتي من دون شك هي مهام فرعية وجانبية بها مسؤوليات كبيرة بحيث قسمت بالتساوي تقريبا من طرف المبحوثين، وهذا راجع إلى الاختصاصات المتنوعة لهم (ما بين الطاقم الطبي، الطاقم الإداري)، فكل مبحوث يرى أن العمل الذي يقوم به هو الأكثر تعقيدا ومسببا للضغط له ما يفسر الديناميكية والحركة الكبيرة التي تشهدها أي مؤسسة استشفائية، وأن العمل داخل هذا الصرح يتطلب الكثير من الجهد (الذهني على وجه الخصوص).

16. علاقة المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي -الشرية- بالجمهور الخارجي:

الجدول رقم 16: يمثل علاقة المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي -الشرية- بالجمهور الخارجي .

النسبة	التكرار	كيف تقيمون علاقتكم بالجمهور الخارجي
11.11%	6	جيدة
72.22%	39	متوسطة
16.66%	9	سيئة
100%	54	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16): أن نسبة المبحوثين الذين اتفقوا على أن علاقتهم بالجمهور الخارجي متوسطة كأعلى نسبة تقدر بـ 72.22%، يعني أن الخدمات التي تقدمها المؤسسة الاستشفائية من وجهة نظر الطاقمين الإداري والطبي متوسطة من حيث الجودة حيث أن الممارسات الاتصالية بالجمهور الخارجي متذبذبة ومتفاوتة من حيث سلاستها ومرونتها.

أما نسبة المبحوثين المتبقين فكانت متفاوتة والتي تتمثل في الإجابة سيئة فكانت بنسبة 16.66% مبحوثا فيما النسبة التي اعتبرت أن علاقتها بالجمهور جيدة فهي نسبة 11.11% وهذا يعني أن المبحوثين علاقتهم بالجمهور الخارجي شبه جيدة أي متوسطة وهذا راجع إلى صعوبة التعامل مع المرضى.

المحور الثالث: فعالية الاتصال الخارجي في التوعية والتحسيس وخطورة كوفيد19 بالمؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي - الشريعة-.

يهدف هذا المحور إلى التعرف على فعالية الاتصال الخارجي في التوعية والتحسيس وخطورة كوفيد - 19 - بالمؤسسة محل الدراسة.

17. المجالات التي يستخدم فيها أنشطة الاتصال كثيرا في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي:

الجدول رقم (17): يمثل المجالات التي يستخدم فيها أنشطة الاتصال كثيرا في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي .

النسبة	التكرار	في أي مجال يستخدم أكثر في مؤسستكم
62.96%	34	في الاتصال مع العمال
48.14%	26	في الاتصال مع المرضى

تبين معطيات الجدول أعلاه المجالات التي يستخدم فيها أنشطة الاتصال الخارجي في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي و أنه من خلال السؤال المفتوح والإجابات المتعددة التي قدمها المبحوثون على أن مجال الاتصال المستخدم أكثر في المؤسسة عن طريق الاتصال مع العمال في المؤسسة الإستشفائية محمد الشبوكي -الشريعة - بنسبة 62.96% نظرا مستواهم المحدود وبالتالي يتطلب إعادة التعليمات أكثر من مرة خاصة لأنهم يتعاملون مع الجمهور الخارجي بشكل كبير، في حين أن إجابة المبحوثين الذين اختاروا أن مجال الاتصال المستخدم في المؤسسة عن طريق الاتصال بالمرضى أقل نسبة 48.14% وذلك لتفادي انتشار الوباء في ظل الجائحة.

18. أنشطة الاتصال الخارجي ودوره في أداء العمل بكفاءة وفعالية للحماية من عدوى كوفيد 19:

الجدول رقم 18: يمثل أنشطة الاتصال الخارجي ودوره في أداء العمل بكفاءة وفعالية للحماية من عدوى كوفيد 19.

النسبة	التكرار	هل ترى أن أنشطة الاتصال الخارجي لها دور في أداء عملك بكفاءة وفعالية من عدوى كوفيد 19
87.03%	47	نعم
12.96%	7	لا
100%	54	المجموع

يلاحظ من معطيات الجدول رقم (18) المتعلقة بأنشطة الاتصال الخارجي ودورها في أداء العمل بكفاءة وفعالية في الحماية من عدوى فيروس كورونا، حيث أن البيانات الإحصائية المقدمة فيه توضح أن أنشطة الاتصال الخارجي لها دور في أداء العمل بكفاءة وفعالية للحماية من عدوى كوفيد 19 حيث اتجه أغلب المبحوثين إلى الإجابة بنعم بنسبة 87.03 % بأن الاتصال الخارجي فعال في تنسيق الجهود في أداء مهام العاملين في المؤسسة، بحيث أنه يغني عن الجهل الذي قد يصيب أحد المصالح أو أحد العاملين وعدم معرفته لشيء قد يكون حساس، بينما كانت نسبة الإجابة بـ لا 12.96% وهذا يدل على أن أنشطة الاتصال غير مهم وان أنشطة الاتصال لا تعنيهم في شيء نظرا لطبيعة عملهم الذي قد لا يحتاج إلى معلومات أصلا.

- في حال الإجابة بنعم:

النسبة	التكرار	إذا كانت الإجابة بنعم فما هي مؤشرات هذه الفعالية
59.25%	32	مرونة انتساب المعلومات والتعليمات من الطاقم الطبي الى المرضى
68.51%	37	تحفيز وتنمية الموارد البشرية

يفيد الجدول أعلاه في حال الإجابة بنعم ومن خلال السؤال المفتوح والإجابات المتعددة التي قدمها المبحوثون، فنسبة المبحوثين الذين اختاروا تحفيز وتنمية الموارد البشرية كانت بنسبة 68.51% كأعلى نسبة وذلك لان هناك دوافع تدفعهم وتحفزهم على إتقان وسرعة العمل، بينما ترى الأقلية أن أنشطة الاتصال الخارجي التي لها دور فعال بكفاءة وفعالية للحماية من عدوى فيروس كورونا هي مرونة انتساب المعلومات بنسبة 59.25% مبحوثا.

19. أهم أنشطة الاتصال الخارجي الخاص بالبروتوكول الصحي للوقاية من فيروس كورونا كوفيد

19 بالمؤسسة الصحية محمد الشبوكي -الشرية:

الجدول رقم (19): يبين أهم أنشطة الاتصال الخارجي الخاص بالبروتوكول الصحي للوقاية من

فيروس كورونا كوفيد 19 بالمؤسسة الصحية محمد الشبوكي -الشرية- .

النسبة	التكرار	فيما تتمثل أهم أنشطة الاتصال الخارجي الخاص بالبروتوكول الصحي للوقاية من فيروس كورونا كوفيد 19 بالمؤسسة الصحية محمد الشبوكي الشرية
51.85%	28	استخدام الأشرطة العازلة التي تحمل إشارة قف.
96.29%	50	تنبيه المرضى القادمين من الخارج إلى ضرورة غسل اليدين وارتداء الكمامات
62.96%	34	ضرورة مسافة عازلة بين الطبيب أو الممرض لمنع الاحتكاك الجسدي مع المريض

من خلال الجدول أعلاه رقم (19) ومن خلال السؤال المفتوح فيما تتمثل أهم أنشطة الاتصال الخارجي الخاص بالبروتوكول الصحي للوقاية من فيروس كورونا كوفيد 19 بالمؤسسة الصحية محمد الشبوكي الشرية نلاحظ ان نسبة تنبيه المرضى القادمين من الخارج إلى ضرورة تطبيق البروتوكول الصحي و ذلك بغسل اليدين وارتداء الكمامات 96.29% وهي أكبر نسبة تم اختيارها من طرف المبحوثين وذلك لتفادي انتقال الفيروس والمحافظة على سلامة المواطنين، تليها نسبة ضرورة وضع مسافة عازلة بين الطبيب أو الممرض لمنع الاحتكاك الجسدي مع المريض وقدرت نسبتها بـ 62.96%، أما النسبة الأقل فكانت استخدام الأشرطة العازلة التي تحمل إشارة قف بنسبة 51.85 بالمئة.

20: وضع مخطط اتصال خارجي على مستوى المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي الشريعة:

الجدول رقم 20: يوضح أنه إذا تم وضع مخطط اتصال خارجي على مستوى المؤسسة الاستشفائية

محمد الشبوكي الشريعة

النسبة	التكرار	هل تم وضع مخطط اتصال خارجي على مستوى مؤسستكم لتسيير العمل على مستوى خلية كورونا
59.25%	32	نعم
40.74%	22	لا
100%	54	المجموع

نلاحظ من خلال البيانات في الجدول رقم (20) أن نسبة المبحوثين الذين اختاروا الإجابة بنعم

الذين وانه تم تحديد مخطط اتصال خارجي مناسب على مستوى مؤسسة محمد الشبوكي -الشريعة- هي

59.25% كأعلى نسبة وهذا دليل على استعدادات المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي الدائمة لمثل هذه

الأزمات، بينما كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا بـ لا تقدر بنسبة بـ 40.74% وهي النسبة التي لم

تشارك في المخطط الاتصالي.

21: أهمية المشاركة في الاتصال الخارجي أثناء جائحة كورونا:

الجدول رقم 21: يمثل أهمية المشاركة في الاتصال الخارجي أثناء جائحة كورونا.

النسبة	التكرار	هل تسمح لكم مؤسساتكم بالمشاركة في الاتصال الخارجي اثناء جائحة كورونا
31.48%	17	دائما
48.14%	26	أحيانا
20.37%	11	أبدا
100%	54	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم 21 والبيانات المبينة أعلاه أن نسبة المبحوثين الذين اختاروا بأن المؤسسة أحيانا ما تسمح لهم بالمشاركة في الاتصال الخارجي أثناء الجائحة 48.14% والتي تقدر أعلى نسبة لأن جميع المبحوثين اتفقوا على الإجابة بـ أحيانا وهذا يرجع إلى تحقيق فعالية اتصالية خلال الأزمة بينما كانت نسبة المبحوثين الذين اختاروا أن تكون الإجابة بـ دائما فكانت نسبتهم 31.48% أما النسبة الأقل فكانت بالإجابة بـ أبدا بنسبة 20.34% مبحوثا.

22: نوع الخطط الاتصالية التي قام بها الموظفون على مستوى مؤسسة محمد الشبوكي الشريعة في ظل جائحة كورونا:

الجدول رقم 22: يمثل نوع الخطط الاتصالية التي قام بها الموظفون على مستوى مؤسسة محمد الشبوكي - الشريعة - في ظل جائحة كورونا.

النسبة	التكرار	ما هو نوع الخطط الاتصالية التي قام بها الموظفون على مستوى مؤسستكم
35.18%	19	خطط بعيدة المدى
44.44%	24	خطط متوسطة المدى
20.37%	11	خطط قريبة المدى
100%	54	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 22 أن نسبة المبحوثين الذين اختاروا خطط متوسطة المدى في نوع الخطط الاتصالية التي قام بها الموظفون على مستوى المؤسسة هي 44.44% كأعلى نسبة، أما نسبة 35.18% من المبحوثين الذين اختاروا الخطط بعيدة المدى وهي تعبر عن تقارب وتجانس آراء الموظفين في الإجابات وكذا التوافق في العمل والمهام في الاتصال على مستوى المصالح، في حين أن النسبة الضئيلة هي نسبة المبحوثين الذين اختاروا الإجابة بخطط قريبة المدى فكانت النسبة 20.37% ويرجع ذلك إلى أن الخطط التي وضعت من قبل الموظفين المسؤولين عن الاتصال على مستوى المؤسسة كان بعيدة المدى للتمكن من الأزمة والتحكم في مخلفاتها.

المحور الرابع: المعوقات التي تواجه آليات الاتصال الخارجي في تقديم الرعاية الصحية للمرضى في ظل جائحة كورونا كوفيد 19:

يهدف هذا المحور إلى التعرف على المعوقات التي تواجهها آليات الاتصال الخارجي في تقديم الرعاية الصحية للمرضى في ظل جائحة كورونا.

23:الصعوبات التي واجهت المؤسسة الإستشفائية محمد الشبوكي -الشرية:

الجدول رقم 23: يمثل الصعوبات التي واجهت المؤسسة الإستشفائية محمد الشبوكي -الشرية -

النسبة	التكرار	هل توجد صعوبات في تطبيق آليات الاتصال الخارجي في تقديم الرعاية الصحية في ظل جائحة كورونا
57.40%	31	نعم
44.44%	23	لا
100%	54	المجموع

من خلال الجدول رقم 23 والعينات المقدمة فيه والنسب يتبين لنا أن نسبة المبحوثين الذين اتفقوا على أن هناك صعوبات في تطبيق آليات الاتصال الخارجي في ظل جائحة كورونا بالمؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي الشريعة والإجابة بنعم بنسبة 57.40% كأعلى نسبة من المبحوثين بينما نسبة المجموع الذين أجابوا بلا فكانت نسبتهم أقل قدرت بـ 44.44% وهذا يدل على أن هناك صعوبات عديدة تواجه المبحوثين خلال القيام بالاتصال والذي تتطلب وجود حلول مساعدة على ذلك.

24: إذا كانت الإجابة بنعم فهل تعود إلى:

الجدول رقم 24: إذا كانت الإجابة بنعم فهل تعود إلى:

النسبة	التكرار	الإجابة
74.07%	40	عدم توفر الإمكانيات
37.03%	20	الخلل الاتصالي بين العمال والمرضى
5.55%	3	نقص الخبرة والكفاءة

نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 ومن خلال السؤال المفتوح والإجابات المتعددة التي قدمها المبحوثون على مستوى المؤسسة على أنه إذا كانت الإجابة بنعم فهل تعود إلى فكانت الإجابة أنها تعاني من عدة صعوبات خلال القيام بالعملية الاتصالية خلال الأزمة وذلك من خلال نسبة الإجابة بنقص الإمكانيات أو عدم توفر الإمكانيات 74.07% أما نسبة الإجابة بالخلل الاتصالي بين العمال والمرضى 37.03% في حين الإجابة بنقص الخبرة والكفاءة كانت بنسبة 5.55% من هنا نستنتج أن المؤسسة الصحية محل الدراسة تعاني من عدة مشاكل وصعوبات وتحديات خلال أزمة كورونا.

25: العلاقة بين الطاقمين الطبي والإداري:

الجدول رقم 25: يمثل العلاقة بين الطاقمين الطبي والإداري.

النسبة	التكرار	هل يؤثر سوء العلاقات بين الطاقمين الطبي والإداري على قيامهم بأنشطة الاتصال الخارجي في ظل جائحة كورونا
%83.33	45	نعم
%16.66	9	لا
%100	54	المجموع

يرى 83.33% من المبحوثين أن سوء العلاقات يؤثر بين الطاقمين الطبي والإداري لقيامهم بأنشطة الاتصال الخارجي في ظل جائحة كورونا وذلك بالإيجاب بنعم لأن خلال هذه الأزمة يجب أن تكون العلاقة بين كل الموظفين علاقة ودية بحيث أن ذلك التبادل يحدث نوع من الزمالة والوفاء بين عمال المصالح ما يساهم في رفع فيما يساهم في رفع قيمة الاخوة وتعزيز قيم التواصل فيما بينهم، يقابله بعد ذلك 16.66% من المبحوثين الذين أجابوا ب لا وهذا راجع إلى أن أفراد العينة الآخرون انه لا توجد بينهم علاقات جيدة بين الطاقمين وذلك لأنهم في بيئة عملية حساسة ولا يحتاجون للترابط الاجتماعي بقدر ما يحتاجون للانضباط والعمل الصارم لتفادي والقضاء على أزمة كورونا.

26: الحلول المقترحة:

الجدول 26: يمثل الحلول المقترحة.

هل حاولت مؤسستكم إيجاد حلول لهذه الصعوبات	النسبة	التكرار
نعم	37	68.51%
لا	17	31.48%
المجموع	54	100%

من خلال الجدول أعلاه والعينات الإحصائية المقدمة فيه الذي يوضح هل يتم إيجاد حلول لهذه الصعوبات حيث اتجه أغلب المبحوثين بنعم نسبة 68.51% بعدد 37 مبحوثاً وتمثلت هذه في الاتصال بمؤسسات أيضاً طلب إعانات مادية، توفير وسائل حديثة والأهم تكوين خلية اتصال الأزمة، فيما كانت نسبة الإجابة بلا 31.48% بعدد 17 مبحوثاً وهذا يعني أنه المؤسسة تحاول قدر الإمكان إيجاد الحلول المناسبة للحد من تفشي الأزمة.

- الحلول المقترحة التي استخدمتها المؤسسة لخدمة هذه المشاكل في ظل جائحة كورونا:

- الحلول المقترحة التي استخدمتها المؤسسة لخدمة هذه المشاكل في ظل جائحة كورونا.

إذا كانت الإجابة بنعم	التكرار	النسبة
القيام بعمليات تحسيسية حول الجائحة	32	59.25%
توفير الوسائل والمستلزمات لمواجهة للجائحة	38	70.37%
وضع جدول خاص بمواقيت العمل وتوزيع المهام	30	55.55%
السماح للعاملين بالمشاركة في اتخاذ القرارات المتخذة من قبل الإدارة	16	29.62%

من خلال السؤال المفتوح والإجابات المتعددة التي قدمها المبحوثون على مستوى المؤسسة الصحية محمد الشبوكي الشريعة النسب المقدمة يتبين لنا أن أهم الحلول التي استخدمتها المؤسسة للخدمة هذه المشاكل تتمثل في توفير الوسائل والمستلزمات المواجهة للجائحة بنسبة 70.37% والقيام بحملات تحسيسية حول الجائحة بنسبة 59.51% ووضع جدول خاص بمواقيت العمل وتوزيع المهام بنسبة 55.55% مبحوثا وأخيرا السماح للعاملين بالمشاركة في اتخاذ القرارات المتخذة من قبل الإدارة بنسبة 29.62% مبحوثا.

النتائج العامة للدراسة:

- في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي بمدينة الشريعة ولاية تبسة تعتمد على التمايز الجذري حيث وجود الإناث أكثر من الذكور راجع إلى طبيعة الأعمال في المؤسسة.
- وجود الفئة الشبابية في المؤسسة يجعل المؤسسة أكثر نشاطا وتوصلا مع الأعضاء الآخرين أي الطاقم الطبي والإداري؛
- الأقدمية لها دور فعال في المؤسسة الاستشفائية وذلك لكون الخبرة أساس تسيير الحسن للأعمال بين الطاقم الطبي والإداري.
- تستخدم المؤسسة الاتصال وسائل الهاتف والاتصال اللاشخصي بالإضافة إلى الوسائل الالكترونية في الاتصال بين الموظفين داخليا وخارجيا.
- لدى المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي خلية الاتصال إلا أنها غير فعالة.
- يوجد مستوى اتصالي مرتفع من المورد البشري وهو ما يبين أن المؤسسة تقوم بالاتصال الداخلي بين الموظفين عن طريق الاتصال الشخصي كونه أكثر وسيلة فعالة؛
- تقدم المؤسسة الاستشفائية خدمات صحية، إدارية للجمهور وتتفاعل معهم عن طريق الاتصال الخارجي.
- الاتصال الخارجي للمؤسسة غير فعال نوعا ما ولكنه في الغالب معتمد بكثرة من طرف العمال والطاقم الطبي، الإداري.

- الاتصال الخارجي يعد نوع الاتصال الأكثر تطبيقاً مع جمهور مرضى كوفيد وذلك احتراماً للوسائل التدبيرية والوقاية من الكوفيد.
- الاتصال الخارجي يساعد بشكل مباشر وغير مباشر في المساهمة في اعتماد صحيح للاحتياجات المعيارية الواجب إتباعها والعناية بالمرضى في مؤسسة محمد الشبوكي للحد من انتقال العدوى.
- عملت مؤسسة محمد الشبوكي على إدخال تحسينات في سياسات الرعاية الصحية والنظم وتقديم الرعاية عن بعد من خلال إتباع التعليمات.
- في المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة تتولى هيئة التمريض إدارة مركز الاتصال بخدمة المرضى هاتفياً عن طريق الرد على أسئلتهم وتقديم مشورة للرعاية في المنزل.
- من أهم المعوقات التي واجهتها المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي بمدينة الشريعة بولاية تبسة، عدم احترام إجراءات الوقاية والتعليمات.
- عدم توفر الإمكانيات المناسبة والأجهزة المتطورة ووجود الخلل في الاتصال أحياناً؛
- عدم القدرة على احتواء المرض وذلك راجع إلى عدم وجود الوعي والتوعية من قبل الجمهور الخارجي.
- العلاقة بين الطاقم الإداري والطبي جيدة نوعاً ما مما يجعل حسن الاتصال بين الطرفين من أجل احتواء المرض والاستجابة لاحتياجات المرضى داخلياً وخارجياً.
- على المؤسسة من خلال المعوقات السابقة القيام بحملات تحسيسية للتوعية وإعلام الجمهور الخارجي بضرورة احترام التعليمات من أجل الوقاية وعدم الإصابة بالعدوى.
- على المؤسسة توفير البنية والإمكانيات اللازمة التي تؤهل بالقيام بالاتصال الخارجي اللازم من أجل التقليل من الإصابات واحترام قوانين التباعد.



الخاتمة



في الختام يعد الاتصال من بين أسباب نجاح أي مؤسسة على اختلاف نشاطها وذلك من خلال الدور الذي يؤديه في المساهمة على استمرارية هذه المؤسسة.

فالالاتصال أصبح ركيزة أساسية لقياس نجاح أي مؤسسة من خلال قدرتها على استخدام رسالة متنوعة ومن خلال دراستنا توصلنا إلى أن المؤسسة العمومية الاستشفائية محمد الشبوكي الشريعة -تبسة- تعتمد على الاتصال الخارجي عن طريق مجموعة من الوسائل والتقنيات في تقديمها لخدمة عمومية التي من شأنها بناء صورة حسنة لدى جمهورها الخارجي، ورغم الصعوبات التي واجهتنا منذ اختيار موضوع آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية في ظل جائحة كورونا في المؤسسة الصحية وتطبيقها على المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي بالشريعة ومعرفة أهم آليات الاتصال الخارجي في ظل جائحة كورونا في المؤسسة إلى غاية كتابة وإخراج هذا العمل ولا سيما الجانب الميداني الذي صعب في ظل الفيروس والإجراءات الصارمة في المستشفى.

ننوه في الأخير إلى الأهمية الكبيرة في وجود الاتصال الخارجي لأنه في وقتنا الحالي ونظرا لما تسيير به المؤسسات من مشاكل كان لا بد من وجود عنصر فعال لاستمرار العمل وتطويره وهذا العنصر هو الاتصال فبدونه لا يمكن للحياة أن تستمر لأن جل علاقات التسيير في المؤسسة الاستشفائية عبارة عن اتصال لذلك يجب مراعاة الاقتراحات التي من شأنها زيادة نمو المؤسسة وتطويرها.

في الختام يعتبر الاتصال الخارجي أحد الركائز الأساسية التي اعتمدها المؤسسة الخدمائية الاستشفائية -محمد الشبوكي- الشريعة لإتمام الأعمال وانجازها ويتحقق عند إرسال الرسالة الصحيحة في الوقت المناسب إلى الشخص المناسب ومن خلال الدور الذي يؤديه في المساهمة على استمرارية هذه المؤسسة.



الملاحق





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة العربي التبسي - تبسة -
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية



السنة: ثانية ماستر -اتصال تنظيمي-

قسم: الاعلام والاتصال

استمارة مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر بعنوان:

آليات الاتصال الخارجي بالمؤسسة الخدمة في ظل جائحة كورونا كوفيد 19

دراسة حالة المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي - الشريعة -

إشراف الأستاذ:

ربوح معمر

من إعداد الطالبتان:

- جباري حليلة

- بوزيدة نادية

في إطار التحضير لشهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص - إتصال تنظيمي- نضع بين أيديكم إستمارة استبيان حول توظيف الاتصال في المؤسسات الاستشفائية في ظل جائحة كورونا، بهدف إنجاز بحث علمي وميداني ونأمل في تعاونكم معنا بإجابات على ما تتضمنه الأسئلة.
ملاحظة:

- إن المعلومات سرية ولا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي، لذا نرجوا منكم الإجابة بكل مسؤولية وموضوعية وجدية.
- ضع علامة (X) في خانات الإجابة المناسبة.

السنة الجامعية : 2021-2022

المحور الأول : البيانات السوسيوديموغرافية

- 1/ النوع ذكر أنثى
- 2/ السن من 20 الى 30 سنة
 من 31 الى 40 سنة
 من 41 فما فوق
- 3/ المستوى التعليمي بكالوريا جامعي
- 4/ الوظيفة طاقم إداري طاقم طبي
- 5/ الخبرة والأقدمية في العمل من سنة الى 3 سنوات
 من 3 سنوات إلى 5 سنوات
 أكثر من 5 سنوات

المحور الثاني: آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الإستشفائية محمد الشبوكي-الشرية -

6/- هل الاتصال الجيد بين الطاقم الطبي و الإداري هو من يساهم في توفير الرعاية الملائمة للمرضى في ظل جائحة كورونا ؟

نعم لا

7/ هل توفر المؤسسة وسائل اتصال متنوعة في ظل الجائحة ؟

نعم لا

8/ ماهي وسائل الاتصال المستخدمة على مستوى المؤسسة ؟

أ/ المكتوبة

الملاحق

التقارير لوحة الاعلانات الفاكس الملصقات

ب/ الشفوية

المقابلات الاجتماعات الملتقيات الهاتف

ج/ الالكترونية :

الانترنت البريد الالكتروني

9/ هل ترى أن استخدام هذه الوسائل زاد في فعالية الاتصال الخارجي ؟

كثيرا قليلا لم يفعل

10/ في حال الايجاب هل اتاحت هذه الوسائل ؟

تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

ربط المؤسسة بالجمهور الخارجي

أخرى تذكر

11/ هل هناك سهولة في اجراء عملية الاتصال الخارجي في المستشفى في ظل جائحة كورونا؟

نعم لا

12/ هل مكنكم الحصول على المعلومات المناسبة في الوقت المناسب ؟

نعم لا

13/ كيف يتلقى الطاقمين الاداري والطبيي المعلومات من المرضى ؟

14/ هل تقوم المؤسسة باطلاع العمال باستمرار بمختلف التعليمات التنظيمية خاصة في ظل جائحة كورونا؟

نعم لا

15/ في رأيك هل يؤثر تحفيز الموظفين وتحقيق الرضا الوظيفي في توفير خدمات صحية جيدة للمرضى في ظل جائحة كورونا؟

نعم لا

16/ كيف تقضون علاقتكم بالجمهور الخارجي؟

جيدة متوسطة سيئة

المحور الثالث : فعالية الاتصال الخارجي في التوعية والتحسيس وخطورة كوفيد 19 بالمؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي الشريعة .

17/ في أي مجال يستخدم الاتصال أكثر في مؤسستكم؟

في الاتصال مع العمال في الاتصال مع المرضى

18/ هل ترى أن أنشطة الاتصال الخارجي لها دور في اداء عملك بكفاءة وفعالية لحمايتك من عدوى كوفيد 19؟

نعم لا

إذا كانت الاجابة بنعم فما هي مؤشرات هذه الفعالية؟

مرونة انتساب المعلومات والتعليمات من الطاقم الطبي الى المرضى

تحفيز وتنمية المواد البشرية

19/ بما تتمثل أهم أنشطة الاتصال الخارجي الخاص بالبرتوكول الصحي للوقاية من فيروس كورونا كوفيد 19 بالمؤسسة الصحية محمد الشبوكي الشريعة ؟

استخدام الأشرطة العازلة التي تحمل اشارة قف

تنبيه المرضى القادمين من الخارج الى ضرورة غسل اليدين وارتداء الكمامات

ضرورة مسافة عازلة بين الطبيب أو الممرض لصنع الاحتكاك الجسدي مع المريض

20/ هل تم وضع مخطط اتصال خارجي على مستوى مؤسساتكم لتسيير العمل على مستوى خلية أزمة كورونا ؟

نعم لا

21/ هل تسمح لكم المؤسسة بالمشاركة في الاتصال الخارجي اثناء جائحة كورونا ؟

دائماً احيانا ابدا

22/ ماهو نوع الخطط الاتصالية التي قام بها الموظفون على مستوى مؤسساتكم

خطط بعيدة المدى

خطط متوسط المدى

خطط قريبة المدى

المحور الرابع : المعوقات التي تواجه أليات الاتصال الخارجي في تقديم الرعاية الصحية

للمرضى في ظل جائحة كورونا كوفيد 19 ؟

23/ هل توجد مؤسساتكم صعوبات في تطبيق أليات الاتصال الخارجي في ظل جائحة

كورونا المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي الشريعة ؟

نعم لا

24/ اذا كانت الاجابة نعم فهل تعود الى:

عدم توفر الامكانيات

الخلل الاتصالي بين العمال والمرضى

نقص الخبرة والكفاءة الاتصالية من طرف الطاقمين الطبي والإداري

25/ هل يؤثر سوء العلاقات بين الطاقمين الطبي والاداري على قيامهم بأنشطة الاتصال

الخارجي في ظل جائحة كورونا ؟

لا

نعم

هل حاولت مؤسستكم ايجاد حلول لهذه الصعوبات ؟

لا

نعم

اذا كانت الاجابة بنعم فماهي الحلول التي استخدمتها المؤسسة للخدمة هذه المشاكل في ظل

جائحة كورونا

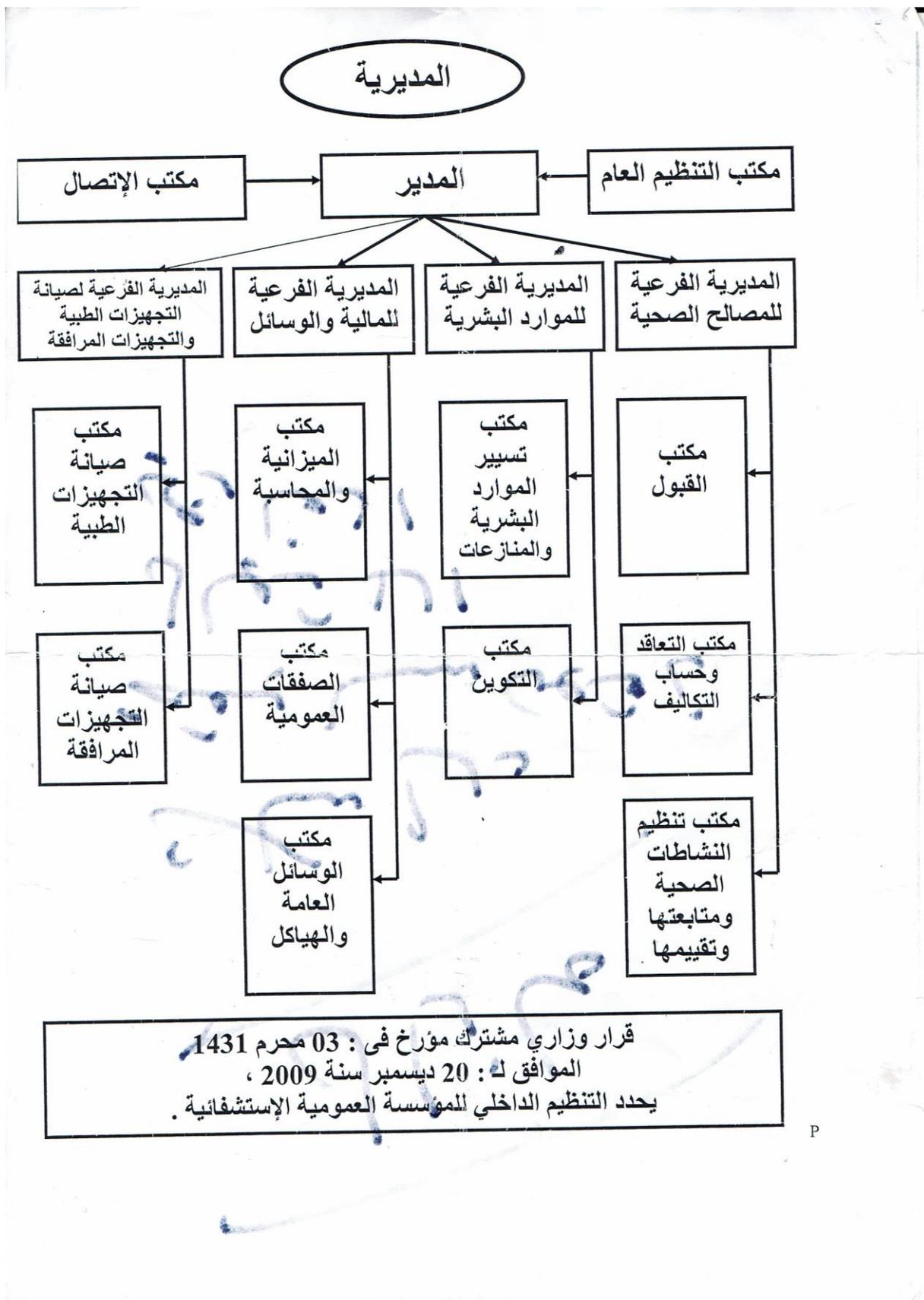
القيام بحملات تحسيسية حول الجائحة

توفير الوسائل والمستلزمات المواجهة للجائحة

وضع جدول خاص بمواقيت العمل وتوزيع المهام

السماح للعاملين بالمشاركة في اتخاذ القرارات المتخذة من قبل الإدارة

حلول أخرى أذكرها



P

إذا كنت تعاني من الحمى والسعال وصعوبة التنفس ، فاطلب الرعاية الطبية مبكرًا - لكن استفسر عبر الهاتف أولاً

ابق في المنزل إذا شعرت بتوعك حتى إذا كانت الحمى والسعال طفيفين

اغسل يديك باستمرار

تجنب لمس عينيك وفمك وأنفك

قم بتغطية فمك وأنفك بمرفقك أو منديلك عند السعال أو العطس

تجنب الأماكن المزدحمة

كن على علم بأخر المعلومات من منظمة الصحة العالمية

CORONAVIRUS (COVID-19)

كيف تحمي نفسك من فيروس كورونا
مسؤولية فردية لحماية مجتمعية

WFP
برنامج الأغذية العالمي



منظمة
الصحة العالمية
سواء من العربية



إرشادات هامة لارتداء الكمامة في أماكن العمل



1

فيروس كورونا ينتقل
من خلال القطرات



2

فناج الألف والضم يقلل فرصة
نقل العدوى والإصابة بها



4

من المهم أن تكون الكمامة
ملاصقة للضم والألف



3

في الحيز العام وفي مكان العمل
يجب ارتداء كمامة للضم والألف
ولا حاجة لذلك في المنزل

تذكر جيدًا:

<p>احرص على غسل اليدين بعد ملاصقة الكمامة لتجنب نقل الفيروس.</p>	<p>الكمامة النافذة لا تحميك</p>	<p>تخلق من أن الكمامة لا تسبب صعوبات في التنفس، وخاصة لدى مصابي الأمراض القلبية أو الرئوية.</p>
--	-------------------------------------	---

105 الخط الساخن
15335

 @egyptgovt
  Egypt gov
 @egyptgovt
  youtube


صحة مصر
Egypt Health



قائمة المصادر

والمراجع



الكتب :

- 1- أ. د عصام حسن الدلبي، علي عبد الرحيم صالح: البحث العلمي أسسه ومناهجه، ط1، 1435 هـ-2014م، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان.
- 2- ابراهيم عبد العزيز شيما: الإدارة العامة، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والطباعة، الاسكندرية، 1993.
- 3- أبو قحف عبد السلام : التسويق وجهة نظر معاصرة، جامعة الاسكندرية، كلية التجارة، بدون سنة.
- 4- أحمد بن مرسلي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2005.
- 5- أحمد شاكر العسكري: التسويق مدخل استراتيجي، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان، 2000.
- 6- أحمد شاكر لعسكري: التسويق مدخل استراتيجي، دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان، 2000.
- 7- بن خرف الله الطاهر وآخرون: الوسيط في الدراسات الجامعية، دار هومة للنشر، الجزء 4، الجزائر، 2003.
- 8- جاسم فخري سليمان وآخرون: العلاقات العامة، وزارة التعليم العالي، بغداد، 1981.
- 9- د. محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، ط3، 1440هـ-2019م، مكتبة الوسطية للنشر والتوزيع، صنعاء، جولة الجامعة الجديدة.
- 10- ربحي مصطفى عليان وآخرون: وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط2.
- 11- رجاء وحيد الدريدي: البحث العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق، عمان، 2008.
- 12- رضوان بلخيري وسارة جابري: مدخل للاتصال والعلاقات العامة، جسور للنشر والتوزيع، المحمدية، الجزائر، ط1، 2014.
- 13- رضوان بلخيري: مدخل الاتصال والعلاقات العامة، جسور للنشر والتوزيع، ط1، المحمدية، الجزائر.
- 14- رضوان بلخيري: مدخل إلى الاتصال المؤسسي، دار قرطبة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2015.

- 15- زكي الخليل المساعي: تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2003.
- 16- سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلاني، دار الكتاب الجامعي، ط1، 1437 هـ - 2017م، دولة الإمارات العربية المتحدة، الجمهورية اللبنانية.
- 17- شران علي شبيبة: العلاقات العامة بين النظري والتطبيقي، دار المعرفة الجامعية، ط، الإسكندرية، 2007.
- 18- صالح بن محمد التويجري: الكوارث والأزمات، التخطيط الاستعداد ، الإدارة، العبيكان للنشر، ط1، 2018.
- 19- صالح خليل أبو أصعب وآخرون: العولمة والهوية الثقافية، منشورات الجامعة فيلادلفيا، مصر، د. د. ن، 2002.
- 20- صالح خليل أبو أصعب: العلاقات العامة الاتصال الإنساني، دار الشروق، ط1، 1998.
- 21- صلاح الدين شروخ: منهجية البحث العلني، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
- 22- صلاح الدين محمد عبد الباقي: السلوك الفعال في المنظمات، القاهرة، دار الجامعة الجديدة للنشر، 2002.
- 23- صمويل عبود : اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 1982.
- 24- عباد فضل الشعراوي: الإعلان والعلاقات العامة، دراسة مقارنة، الدار الجامعية للطباعة والنشر، ط1، الكويت، 2006.
- 25- عبد الجبار منديل الغانمي: الاعلان بين النظرية والتطبيق، دار البازوري، عمان، 1998.
- 26- فضيل دليو: اتصال المؤسسة إشهار علاقات عامة علاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر، ط1، دم، 2003.
- 27- فضيل دليو: اتصال المؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
- 28- ماجد محمد الخياط: أساليب البحث العلمي، دار الرابة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2011.
- 29- محسن أحمد الخضيرى: إدارة الأزمات، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2003.
- 30- محمد الهادي محمد: أساليب توثيق البحوث العلمية، المكتبة الأكاديمية، الجزائر، 1995، ط7.
- 31- محمد بهجت كشك : العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2003.

- 32- محمد بهجت كشك: العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2003.
- 33- محمد كامل مصطفى الكردي: إدارة المستشفيات والمركز العلاجي، مكتبة الشمس، القاهرة، 2003.
- 34- محمود فهمي العطروري: العلاقات الإدارية في المؤسسات العامة والشركات، علم الكتب للنشر، ط1، 1969.
- 35- محمود مهدي: مدخل إلى تكنولوجيا الاتصال الاجتماعي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- 36- مصطفى حجازي: الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ط3، 2000.
- 37- مصطفى حجازي: الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية والإدارية، دار الطباعة، بيروت، 1992.
- 38- مورييس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، ط2، 2006.
- 39- موييس أنجريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004.
- 40- يوسف أبو قار: إدارة الأزمات في المنظمات العامة والخاصة، دار البازوني العلمية للنشر والتوزيع، ط1 2020.
- 41- المراجع باللغة الأجنبية
الكتب:

- 1- Jean – Marie Decaudin : La communication marketing concepts techniques stratégies economics, 3^{eme} édition, Paris, 2003.
- 2- Christian dumoulin et autre : Entreprise de organisation: paris ,1993

تقارير ومجالات

- 1- تقرير الأمانة العامة للمنظمة الصحة العالمية: بعنوان الأمن الصحي العالمي، الإنذار بحدوث الأوبئة والاستجابة لمقتضياتها، بمناسبة الدورة 107 للمجلس التنفيذي، 28 نوفمبر 2000.
- 2- تقرير منظمة الصحة العالمية: المنشور في 4 جوان 2012، الولايات المتحدة الأمريكية، تحديد المقال بتاريخ 28 جوان 2020.

غيولي أحمد، توابتية الطاهر: دراسة تحليلية فوق شاملة لأهم آثار جائحة كورونا (كوفيد 19) على الاقتصاد العالمي الأزمة الاقتصادية العالمية 2020، مجلة العلوم الاقتصادية لجائحة وعلوم التسيير، المجلد 20، العدد خاص حول الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا 2020.

رسائل ومذكرات:

1- محمود زكريا قطر: تسويق خدمات المعلومات والمكتبات العامة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب جامعة حلوان، سوريا، 2004.

المواقع الإلكترونية:

- 1- مرض فيروس كورونا المستجد 2019، من الرابط:
<https://www.mayoclinic.org/ar/diseases.conditions/coronavirus>
- 2- لينا بندير وآخرون : رسائل وأنشطة رئيسية للوقاية من مرض الكوفيد 19 والسيطرة عليه في المدارس، مقال منشور على منظمة اليونسيف على الرابط التالي // http
www.unicef.org/media/65871/life.



قائمة الفهارس



الصفحة	العنوان
	شكر وعران
	إهداء
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
04	6- تحديد الإشكالية:
05	7- أسباب اختيارنا للموضوع وأهميته:
06	8- أهمية الدراسة:
06	9- أهداف الدراسة:
07	10- ضبط المفاهيم:
09	11- الدراسات السابقة
الفصل الثاني: آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية في ظل جائحة كورونا	
17	I- آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية
17	1- مفهوم الاتصال الخارجي.
18	2- أهمية وأهداف الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية.
20	3- وظائف الاتصال الخارجي:
21	4- وسائل الاتصال الخارجي وجمهوره:
26	5- أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة:
27	6- معايير الاتصال الخارجي:
29	II- المؤسسة الخدمائية
29	1- مفهوم المؤسسة الخدمائية:

29	2- خصائص المؤسسة الخدماتية.
30	3- عناصر المؤسسة الخدماتية:
33	III- فيروس كورونا (Covid 19)
33	1-التعريف الاصطلاحي لكورونا:
33	2-ظهور فيروس كورونا (كوفيد 19):
34	3-خطورة كورونا (كوفيد 19) على الصحة العامة:
35	4-أعراض فيروس كورونا (كوفيد 19):
36	5- طرق انتشار الفيروس:
37	6- الوقاية من الفيروس:
38	7- إجراءات وتوصيات منظمة الصحة العالمية لمواجهة كورونا (COVID 19):
39	8- إدارة أزمة كورونا وسلوكها بالمؤسسة:
41	9- مناهج تشخيص أزمة كورونا بالمؤسسة
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
44	II. المرتكزات المنهجية للدراسة
44	1-مجالات الدراسة:
47	2-منهج الدراسة:
49	3- عينة الدراسة ومجتمع البحث
53	4- أدوات جمع البيانات
56	5- صعوبات الدراسة:
الفصل الرابع: مناقشة وتحليل الدراسة	
58	عرض وتحليل النتائج

فهرس الموضوعات

85	النتائج العامة للدراسة
88	الخاتمة
90	الملاحق
101	قائمة المصادر والمراجع
	فهرس الموضوعات
	الملخص

الصفحة	الشكل	رقم الجدول
58	يوضح متغير الجنس	01
59	يمثل متغير السن.	02
60	يمثل المستوى التعليمي.	03
61	يوضح طبيعة عمل المبحوثين.	04
62	يوضح توزيع المبحوثين حسب الخبرة والأقدمية في العمل.	05
63	يمثل مدى جودة الاتصال بين الطاقم الطبي والإداري في مستشفى محمد الشبوكي -الشرعية- أثناء الجائحة .	06
64	يمثل مدى توفر وسائل اتصال الخارجي في المؤسسة في ظل الجائحة.	07
65	يمثل وسائل الاتصال المستخدمة على مستوى المؤسسة.	08
67	يمثل فعالية استخدام الاتصال الخارجي في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي	09
68	يمثل الهدف من الوسائل المتاحة	10
68	يمثل مدى سهولة إجراء العملية الاتصالية في مستشفى محمد الشبوكي محمد الشبوكي -الشرعية -	11
69	يمثل كيفية حصول عينة الدراسة على المعلومات في فترة جائحة كورونا	12
70	يمثل طريقة تلقي الطاقمين المعلومات من المرضى.	13
71	يمثل اطلاع المؤسسة بمختلف التعليمات التنظيمية في ظل جائحة كورونا.	14
72	يمثل مدى تحفيز وتوفير الموظفين خدمات صحية للمرضى .	15
73	يمثل علاقة المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي -الشرعية-بالجمهور الخارجي	16
74	يمثل المجالات التي يستخدم فيها أنشطة الاتصال كثيرا في المؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي .	17
75	يمثل أنشطة الاتصال الخارجي ودوره في أداء العمل بكفاءة وفعالية للحماية من عدوى كوفيد 19.	18

فهرس الجداول

77	يبين أهم أنشطة الاتصال الخارجي الخاص بالبروتوكول الصحي للوقاية من فيروس كورونا كوفيد 19 بالمؤسسة الصحية عهد الشبوكي -الشرعية- .	19
78	يوضح أنه إذا تم وضع مخطط اتصال خارجي على مستوى المؤسسة الاستشفائية عهد الشبوكي الشرعية	20
79	يمثل أهمية المشاركة في الاتصال الخارجي أثناء جائحة كورونا.	21
80	يمثل نوع الخطط الاتصالية التي قام بها الموظفون على مستوى مؤسسة عهد الشبوكي -الشرعية- في ظل جائحة كورونا.	22
81	يمثل الصعوبات التي واجهت المؤسسة الإستشفائية عهد الشبوكي -الشرعية	23
82	إذا كانت الإجابة بنعم فهل تعود إلى	24
83	يمثل العلاقة بين الطاقمين الطبي والإداري.	25
84	يمثل الحلول المقترحة.	26

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة التي تدور حول آليات الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمية في ظل جائحة كورونا (مستشفى محمد الشبوكي الشريعة أنموذجاً) إلى البحث عن أهميته داخل هذه المؤسسة وكذا معرفة أهم الوسائل الاتصالية المستخدمة للحد من هذه الظاهرة ولقد تطرقنا إلى هذا الموضوع نظراً لأهمية الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمية في ظل الجائحة، لأهم وسائله ووظائفه الأساسية وأخيراً التطرق إلى العراقيل الاتصالية التي تحول دون تحقيق هذه المؤسسة الاستشفائية لأهدافها الخارجية وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج التي تبين أن الاتصال الخارجي له فعالية هامة والتوعية والتحسيس بخطورة كوفيد 19 بالمؤسسة الاستشفائية محمد الشبوكي وذلك من خلال مرونة انتساب المعلومات والتعليمات من الطاقمين الطبي والإداري.

الكلمات المفتاحية: الاتصال الخارجي - المؤسسة الخدمية - جائحة كورونا.

Summary:

The study, which revolves around the mechanisms of external communication in the service institution under the Corona pandemic (Mohammed Al-Shabuki Sharia Hospital as a model) aims to find its importance within this institution as well as to know the most important means of communication used to reduce this phenomenon and we have touched on this subject due to the importance of external communication in the service institution under the pandemic, for its most important means and basic functions and finally to address the communication obstacles that prevent this hospital institution from achieving its external objectives and has reached the study for many of its basic means and functions and finally address the communication obstacles that prevent this hospital institution from achieving its external objectives. The results show that external communication has an important effectiveness and awareness of the seriousness of Covid 19 at the Hospital Foundation Mohammed Al-Shabuki through the flexibility of the affiliation of information and instructions from the medical and administrative staff.

Keywords: External Communication - Service Organization - Corona Pandemic

