



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

إستراتيجية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية- بالتطبيق على وزارة الصحة ولاية الخرطوم

في الفترة من (2016 - 2017 م)

**Public Relation Strategy In Raising Awaraeness Of The
Dangers Of Medical Waste**

**An Analytical Descriptive Study By Application On The
Ministry Of Helth Khartoum State (2016 - 2017)**

بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في علوم الاتصال تخصص العلاقات العامة والإعلان

إشراف الدكتور:

صالح موسى علي

إعداد الدراسة:

هدية بقادي الصديق سليمان

1442هـ - 2021م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ط
هـ ل ر
هـ ل ر
م
س
س

١٢ حمله ٧٧

إستهلال

قال تعالى:

(قُلْ لَوْ كَانَ الْبَحْرُ مِدَادًا لِكَلِمَاتِ رَبِّي لَنَفِدَ الْبَحْرُ قَبْلَ أَنْ تَنْفَدَ كَلِمَاتُ رَبِّي وَلَوْ جِئْنَا بِمِثْلِهِ مَدَدًا (109) قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِثْلُكُمْ يُوحَى إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ إِلَهٌ وَاحِدٌ فَمَنْ كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا (110))

صدق الله العظيم

سورة الكهف

الإهداء....

إلى من علمتني أن أعيش وأنتصر

يا من تكبدت المشاق من أجلي

فعنك يتحجر اللسان عن الكلام

إلى أعلى إنسان

أمي الغالية...

إلى من أحمل اسمه بكل إفتخار أرجو من الله أن يمد في عمرك

لترى ثماراً قد حان قطافها بعد طول إنتظار

وستبقى كلماتك نجوم إهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد

والدي العزيز...

إلى من بهم أكبر وعليهم أعتد إلى شموع متقدة تنير ظلمة حياتي

إلى من بوجودهم إكتسب قوة إلى من عرفت معهم معنى الحياة

إخواني و أخواتي...

إلى رفيق دربي وسندي في الحياة

زوجي العزيز،،،

إلى أصدقائي الأعزاء،،،

إلى كل من علمني حرفاً

إلى كل هؤلاء أهدي بحثي هذا ...

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على نبينا محمد ﷺ . وبعد فالشكر أولاً واخيراً لله سبحانه وتعالى الذي وفقني وأعانني لإنجاز وإتمام هذا البحث بهذه الصورة، أسأل الله العظيم أن يجازي كل من مد الي يد العون لإتمام هذا العمل، وأخص بالشكر أستاذي الدكتور: **صالح موسى علي** الذي نلت شرف أن يكون مشرفي على هذا البحث، فله مني أسمى آيات الشكر والتقدير علي ما بذله لي من نصح وإرشاد ، ولما قدمه لي من عون ومساعدته فكانت له المساهمة الفعالة في إخراج هذا البحث من مهده إلى حيز الوجود .

وأخيراً لا بد من كلمة شكر ومحبة وإمتنان الي كل من شد من أزمي وكل من ساندني وأعطاني الدافعية ورفع من روحي المعنوية في تحقيق هدفي حتي لو كان ذلك بكلمة واحدة، وممن فاتني ذكر أسمائهم إعتذر عنه وأقول لهم جزاكم الله خير الجزاء علي المساهمة والعطاء .

المستخلص

اسم الدراسة: هدية بقادي الصديق سليمان.

عنوان الرسالة: إستراتيجية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية.

درجة الدراسة: ماجستير في علوم الإتصال

هدفت الدراسة لمعرفة أهم الإستراتيجيات التي تتبعها وزارة الصحة ولاية الخرطوم لمعالجة مشكلة النفايات الطبية ووضع حلول ومقترحات لمعالجة تلك المشكلة وتسليط الضوء علي أبرز المعوقات التي تواجه العلاقات العامة في وضع تلك الإستراتيجيات، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي واسلوب التحليل لدراسة الحقائق حول مخاطر النفايات الطبية ودور العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم، واستخدمت لجمع بيانات الدراسة (الاستبانة) لعدد (80) مبحوث من جمهور وزارة الصحة - ولاية الخرطوم، وتوصلت لأهم النتائج وهي ان العلاقات العامة تساهم في مد متخذي القرار والمنظمات البيئية بمعلومات مهمة حول حجم النفايات الطبية وذلك من خلال ما تصدره من تقارير عن النفايات الطبية بوزارة الصحة ولاية الخرطوم، كما أثبتت الدراسة ان تطبيق مفهوم التخطيط الإستراتيجي يساعد موظفي إدارة العلاقات بوزارة الصحة ولاية الخرطوم على اسلوب العمل الجماعي وأكدت الدراسة انه يوجد ضعف في توظيف التكنولوجيا والأساليب الفنية التي تساعد في الحد من إنتشار مخاطر النفايات الطبية.

Abstract

Name: HadiyaBaqadi Al-Siddiq Suleiman.

Thesis topic: Public relations strategy in raising awareness of the dangers of medical waste.

Master of Sciences in Communication of Sciences

The study aimed to find out the most important strategies pursued by the Ministry of Health, Khartoum State, to address the problem of medical waste, to develop solutions and proposals to address this problem, and to shed light on the most important obstacles facing public relations in developing these strategies,

The study used the descriptive approach and the method of analysis to study facts about the dangers of medical waste and the role of public relations in the ministry, to collect the study data. It also used a tool to collect study data through a (questionnaire) for (80) respondents from the public of the Ministry of Health - Khartoum State and reached the most important results, which is that public relations It contributes to providing decision-makers and environmental organizations with important information about the volume of medical waste through the reports it publishes on medical waste at the Ministry of Health, Khartoum State. The study also proved that applying the concept of strategic planning helps employees of the Relations Department at the Ministry of Health, Khartoum State, on the method of teamwork. The study confirmed There is a weakness in employing technology and technical methods that help reduce the spread of medical waste risks.

قائمة الموضوعات

الترقيم	عنوان الموضوع	الصفحة
1	البسمة	أ
2	الإستهلال	ب
3	الإهداء	ج
4	الشكر والتقدير	د
5	المستخلص	هـ
6	المستخلص باللغة الانجليزية	و
7	قائمة الموضوعات	ز- ح
8	قائمة الجداول والرسوم البيانية	ط
9	قائمة الأشكال	ي
الفصل الأول الإطار المنهجي للبحث		
10	المقدمة	1
11	مبررات إختيار موضوع البحث	1
12	مشكلة البحث	2
13	أهمية البحث	2
14	أهداف البحث	3
15	أسئلة البحث	4
16	منهج البحث	4
17	حدود البحث	6
18	مجتمع البحث	6
19	أخلاقيات البحث .	6
20	مصطلحات البحث	6
21	الدراسات السابقة	8

الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث		
العلاقات العامة		
29-12	المبحث الأول: نشأة وتطور العلاقات العامة	23
49-30	المبحث الثاني: البناء الاتصالي للعلاقات العامة	24
66-50	المبحث الثالث: أنشطة العلاقات العامة التوعوية	25
الفصل الثالث		
العلاقات العامة واستراتيجية التوعية بمخاطر النفايات الطبية		
84-67	المبحث الأول: مكونات الاستراتيجية	26
104-85	المبحث الثاني: مخاطر النفايات الطبية	27
118-105	المبحث الثالث: حملات العلاقات العامة الإرشادية بمخاطر النفايات الطبية	28
الفصل الرابع		
إجراءات الدراسة الميدانية		
134-119	أولاً: نشأة وتطور وزارة الصحة ولاية الخرطوم	29
140-135	ثانياً: الإجراءات المنهجية	30
152-141	ثالثاً: تحليل البيانات	31
156-153	رابعاً: تفسير معلومات وبيانات وإحصائيات البحث	32
158 -157	خامساً: النتائج	33
159	سادساً: التوصيات	34
160	سابعاً : المصادر والمراجع	35
الملاحق		

قائمة الجداول والرسوم البيانية

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
1	جدول الرموز اللونية الموصى بها لنفايات الرعاية الصحية	95
2	جدول الخطة الإستراتيجية لوزارة الصحة ولاية الخرطوم للعام 2017م	129 - 127
3	جدول(1):قيم معامل (ألفا) لكروناخ (صدق وثبات محاور المقياس)	137
4	جدول (2): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم (ن=80)	138
5	جدول (3): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية. (ن=80)	139
6	جدول (4): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية. (ن=80)	140
7	جدول (5): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع	141
8	جدول (6): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر	142
9	جدول (7): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية	143
10	جدول (8): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	144
11	جدول (9): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	145
12	جدول (10): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الدرجة الوظيفية	146
13	جدول (11):التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة (ن = 80)	147
14	جدول (12):التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية.(ن= 80)	149
15	جدول(13): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية. (ن=80)	151
16	جدول (14): الأوزان والفترات	153
17	جدول(15): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة(ن=80)	153
18	جدول(16): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية (ن=80)	155
19	(17):التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية. (ن=80)	156

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	الموضوعات	رقم الشكل
29	الشكل رقم (1) محددات نجاح العلاقات العامة :	
77	شكل (2) يوضح المستويات المختلفة لصنع الإستراتيجية	1
141	شكل (1): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع	3
142	شكل (2): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر	4
143	شكل (3): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية	5
144	شكل (4): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	6
145	شكل (5): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة	7
146	شكل (6): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الوظيفة	8

المقدمة: (Intruduction)

تُعد العلاقات العامة من المرتكزات الحيوية في المجتمع الحديث بصلاته المعقدة وتطوراته على كل المستويات وهي تحتل هذه المكانة لما تؤديه من دور فعال في تسهيل عملية الاتصال ولما تحققه من الفهم المشترك بين أطراف التعامل في المجتمع، فهي بذلك صيغة متطورة للتفاعل الاجتماعي مقترنة بالصيغ المتطورة للسلوك الاجتماعي ، وهذا الدور تؤديه العلاقات العامة إعتماًداً على البحث والتحليل من خلال صياغة الخطط والاتصال والإستفادة من نتائج ذلك في رفاهية المجتمع .

ولكن نلاحظ أنه كثر الحديث عن النفايات الطبية ومدى خطورتها وكيفية التخلص منها، خصوصاً أنها تعتبر من النفايات الخطرة في حال عدم معالجتها بطريقة علمية ومطابقة مع الشروط والقوانين العالمية التي وضعتها منظمة الصحة العالمية وسواها من المنظمات العالمية ، وتمثل النفايات الطبية في السودان حاجساً لدى إختصاصي إصاح البيئة ومنظمات المجتمع المدني وفئات مقدره في المجتمع وكثير من متخذي القرار على جميع المستويات الإتحادية والولائية والمحلية لما لهذه النفايات من أضرار صحية وبيئة ومن المشاكل التي تواجه إدارة النفايات الطبية عدم وجود نظام تصنيف للنفايات في المستشفيات مما ساهم في إختلاط النفايات الطبية بغيرها من النفايات العادية، عليه تسعى هذه الدراسة للتعرف على وظيفة العلاقات العامة في وزارة الصحة والتعرف على الجهود التوجيهية التي تبذلها الإدارة والتي تعمل لتوعية المواطن بمخاطر النفايات الطبية وما تسببه من أمراض ضارة بصحة المواطن ، ومدى فاعلية نجاح تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي في تقديم خطط مستقبلية للإدارات بوزارة الصحة ولاية الخرطوم .

مببرات إختيار موضوع البحث :

تعود الرغبة لدى الباحثة في معالجة هذا الموضوع إلى مجموعة من الأسباب تتمثل في:

1. أصبحت مشكلة التخلص من النفايات الطبية محور إهتمام كل القطاعات الصحية وتسعى كافة الجهات ذات الصلة لحلها .
2. إهتمام إدارة التخطيط الإستراتيجي بوضع خطط إستراتيجية فعالة لوزارة الصحة ولاية الخرطوم بصورة مميزة وإهمال الإدارات بتنفيذها .

3. الرغبة في البحث في مشكلة من مشاكل القطاع الصحي الخاصة بالنهايات الطبية وكيفية التوعية من مخاطرها .

4. حداثة الموضوع وقلة البحوث التي تناولته على حد علم الباحثة وانه شغل إهتمام كثير من المختصين والخبراء والباحثين في المؤسسات والمنظمات المحلية والعالمية .

مشكلة البحث : (Problem of the Research)

كيفية تقديم خدمات صحية متميزة بطرق ميسرة للحفاظ على صحة وسلامة العاملين في الحقل الصحي والمرضى والمواطنين عن طريق تقديم خطط إستراتيجية لرعاية صحية وعلاجية شاملة عليه تتلخص مشكلة البحث في معرفة الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة واهم الوسائل التي تستخدمها في التوعية بمخاطر النفايات الطبية ، والطرق المستخدمة للتخلص منها وكيفية إدارتها ومعالجتها كإحدى خدمات القطاع الصحي .

ومعرفة الطرق المؤدية إلى نجاح تطبيق مفهوم التخطيط الإستراتيجي وجعله أكثر فاعلية لخدمات القطاع الصحي بوجه عام وخدمات التخلص من النفايات الطبية بوجه خاص، والتي هي موضوع الدراسة لذلك لا بد من معرفة طرق كيفية التخلص منها وطرق معالجتها وإعادة تدويرها من أجل تقليل نسبة الأمراض والوفيات، ولهذا إختص هذا البحث بدراسة إستراتيجية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية بوزارة الصحة ولاية الخرطوم.

أهمية البحث : (Research Importance)

للعلاقات العامة دور فعال في التغيير الإجتماعي والإسهام في حل مشاكل المجتمع لكي يكون مجتمعاً معافاً في مجالات الحياة المختلفة و تعد الأخطار والممارسات الضارة بالمجتمع من القضايا المستهدفة من قبل البرامج الإتصالية لتبقى من ضمن خططها ومعرفة الصورة الواقعية للدور الذي يقوم به قسم العلاقات العامة في وزارة الصحة ولاية الخرطوم في السودان للمساهمة في الحد من إنتشار مخاطر النفايات الطبية ، عليه تتبع أهمية هذا البحث في التعرف على مفهوم إستراتيجية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية وضرورة معالجة أثارها .

الأهمية العلمية : (Scientific significance)

تعتبر هذه الدراسة إضافة للبحث العلمي لإجراء مزيد من الإهتمام والدراسات فيما يتعلق بمعرفة دور العلاقات العامة في التوعية عبر الوسائل المختلفة ، وطرق تطبيق مفهوم التخطيط الإستراتيجي على إدارات وزارة الصحة بصورة عامة ، وبشكل خاص على خدمات النفايات الطبية وكيفية إدارتها وطرق معالجتها من خلال إستخدام طرق حديثة وأساليب متنوعة للحد من إنتشار مخاطر النفايات الطبية .

الأهمية التطبيقية : (Practical significance)

تكتسب الدراسة أهمية تطبيقية في تقييم الوضع الراهن في مجال التوعية الصحية ومجال خدمات التخلص من النفايات الطبية وذلك بالتعرف على إستراتيجية العلاقات العامة التي يمكن تطبيقها في مجال التوعية الصحية ومعرفة أثر هذا التطبيق في خلق توعية صحية متميزة ، وكيفية الإرتقاء بالوظيفة التوعوية للعلاقات العامة تجاه مخاطر النفايات الطبية بوزارة الصحة .

أهداف البحث : (Research Objectives)

تتمثل أهداف البحث في الآتي:

- 1- التعرف على إستراتيجية العلاقات العامة في وزارة الصحة.
- 2- تقييم الوضع الحالي وتحديد الصعوبات التي تواجه تحقيق الإدارة المتكاملة للنفايات الطبية .
- 3- التعرف على النفايات الطبية المنتجة وأنواعها وأخطارها .
- 4- معرفة الطرق المتبعة للفرز والجمع والتخلص الآمن والمعالجة للنفايات الطبية المنتجة .
- 5- تقييم مفاهيم وسلوك وممارسات المتعاملين مع النفايات الطبية بوزارة الصحة ولاية الخرطوم.
- 6- وضع حلول سليمة ومخطط عام لإدارة النفايات الطبية بوزارة الصحة ولاية الخرطوم .
- 7- تقديم المقترحات لمعالجة المشاكل والمعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة بما يمكن من رفع مستوى خدمات التخلص من النفايات الطبية .
- 8- تسليط الضوء على المشاكل وإبراز المعوقات والتحديات التي تعوق عملية تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي في خدمات التخلص من النفايات الطبية بمستشفيات وزارة الصحة ولاية الخرطوم .
- 9- الوقوف على مدى إهتمام وزارة الصحة ولاية الخرطوم بتدريب الكوادر العاملة بالمستشفيات وتوفير المعدات والادوات اللازمة كمطلب اساسي لخدمات التخلص من النفايات الطبية .

10- الخروج برؤية ونتائج عن واقع إستراتيجيات العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم

أسئلة البحث : (Questions of the Research)

لتحقيق أهداف هذه الدراسة تم طرح عدد من الأسئلة من خلال مشكلة البحث, والتي تمخضت من التساؤل المحوري أو الرئيس للبحث متمثلة في التالي:

1. ما الدور الذي تقوم به إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم؟
2. ما الخطط الإستراتيجية الخاصة الموضوع لإدارة النفايات الطبية بوزارة الصحة ولاية الخرطوم؟
3. ما الوسائل المستخدمة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية بالوزارة مجال التطبيق؟
4. كيف تدير المستشفيات التابعة لوزارة الصحة ولاية الخرطوم النفايات الطبية؟
5. هل هناك قوانين ولوائح تحكم التعامل مع النفايات الطبية بالمستشفيات التابعة لوزارة الصحة ولاية الخرطوم؟
6. ما المشاكل الناتجة عن إدارة النفايات الطبية بمستشفيات ولاية الخرطوم؟
7. ما الخطط خاصة بالتدريب للمتعاملين مع النفايات الطبية بمستشفيات ولاية الخرطوم؟
8. ما الإحتياجات الوقائية لحماية المتعاملين مع النفايات الطبية بمستشفيات ولاية الخرطوم؟
9. ما دور استراتيجية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية بوزارة الصحة ولاية الخرطوم.

منهجية البحث : (Methodology of the Research)

أستخدمت الباحثة المنهج الوصفي والاسلوب التحليلي بالإضافة الى المنهج الميداني.

وإسلوب دراسة الحالة بغرض الوقوف على واقع إستراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة.

المنهج الوصفي والاسلوب التحليلي :-

يعتبر من أهم المناهج التي تصلح للبحوث الإعلامية ويهتم بدراسة الحقائق حول الظواهر والأحداث القائمة وذلك بجمع البيانات والمعلومات وتحليلها باستخدام دلالاتها وإصدار تعليمات بشأنها ويقوم هذا المنهج علي قاعدتين هما :

1/ قاعدة التجريد: وتتضمن عزل وإنتقاء ظاهرة معينة من الظواهر منفصلة عن غيرها ولا يعني العزل إعتبار الظاهرة منفصلة عن غيرها من الظواهر بتمييزها كماً وكيفاً وإنما بغرض إظهارها وتحديدها بصورة واضحة .

2/ قاعدة التعميم : وتعني إصدار الحكم عن الظاهرة في إطار العينة التي تم إخضاعها للدراسة .1- (مصطفى-2009 ص319).

مصادر المعلومات:(Information's Sources)

أولاً: البيانات والمعلومات الأولية:(Primary Data and Information)

تستعين الباحثة في دراستها على عدد من الأدوات البحثية في جمع البيانات وفق الإجراءات المحددة ضمن هذه الادوات :

أ- الإستبانة:عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تُعد بقصد الحصول على معلومات و آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.2- (ابو نصار واخرون، 1999،ص63).

ب-المقابلة : تعتبر إحدى الوسائل التي تُستخدم لجمع البيانات او المعلومات او التأكيد من معلومات سبق للباحث الحصول عليها وهي وسيلة جديدة لنقل المعلومات ، وإن كان من تُجرى معه المقابلة حدثت له علاقة مع المستجيب تجعله يحدثه بأمانة وكذلك إذا كان السائل له قدرة فائقة في إدارة الحديث وتوضيح معانيه.3- (الفادني -2004-ص101).

ج- الملاحظة :تعرف الملاحظة بأنها إنتباه مقصود ومنظم ومضبوط للظواهر او الأمور بعنية إكتشاف أسبابها وهي تمثل الخطوة الاولى في البحث العلمي ويعرفها ويك (Week) بأنها الإختيار والإستشارة والتسجيل ، وتفسير مجموعة سلوك الأوضاع الطبيعية تفسيراً يتسق مع الأهداف العلمية.4- (إسماعيل ، 1994،ص33) .

ثانياً: البيانات والمعلومات الثانوية:(SecondaryData and Information)

تمثلت في الكتب والمجلات والدراسات السابقة والأدلة ونشرات الوزارات والجهات ذات الصلة والتقارير الرسمية والإحصائيات ومنشورات المنظمات التي تهتم بالشؤون الصحية كمنظمة الامم المتحدة او محركات البحث ذات الصلة من خلال شبكة الإنترنت وغيرها.

حدود البحث: (Research Limitation):

الحدود الموضوعية : استراتيجية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية.
الحدود المكانية : طبقت الدراسة علي نطاق النفايات الطبية بالعاصمة القومية الخرطوم السودان.
الحدود الزمانية : تم تطبيق هذه الدراسة في الفترة من (2016 – 2017م).

مجتمع البحث: (Population Research):

هو مجموعة من الأفراد تريد الباحثة تصميم دراستها عليهم وفي هذا البحث فإن المجتمع المستهدف هو (جمهورية وزارة الصحة - ولاية الخرطوم) .

أخلاقيات البحث : (Ethics of the Research)

بعد موافقة الجهات المختصة على إجراء الدراسة سيتم جمع المعلومات والبيانات من المبحوثين في غير أوقات عملهم وذلك بعد موافقتهم على إجراء المقابلة أو توزيع الإستبانة عليهم، وتتويرهم بأبعاد الدراسة مع تأكيد الباحثة على أن المعلومات التي سيدلون بها لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط ، كما تلتزم الباحثة بعدم نشر نتائج البحث إلا بعد تقييمها من المختصين، كما تؤكد الباحثة على إحترام وحرية المبحوثين وأسرارهم والمحافظة على خصوصياتهم علاوة إلى خصوصية أسرار المؤسسة محل الدراسة وإحترام نظمها وعدم إستخدام ما تطلع عليه من مشاهدات وملاحظات وما تتحصل عليه من معلومات إلا لأغراض البحث فقط ،للمبحوثين الحرية في البقاء أو الإنسحاب متى ما شاءوا ذلك، ولن اتسبب في إزعاجهم أو إجبارهم على البقاء دون رغبتهم .

مفاهيم ومصطلحات البحث (Concepts and rearsch Terminologies):

العلاقات العامة:

(يعرفها كانفيلد) بأنها الفلسفة الإجتماعية للإدارة التي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياستها المعلنة للجمهور ولكسب ثقته وتفاهمه.5- (مصطفى ، 2009 ، ص47).

الإستراتيجية:

المقصود بالإستراتيجيات حسب كتاب (Publicitor) : هي مجموع القرارات الهامة والمستقلة عن بعضها التي تتخذها مؤسسة ما ، بغرض تحقيق أهداف معينة بإستعمال وسائل الإتصال وتقنيات متعددة .6- (بودهان - الجزائر-ص5).

التوعية :

هي تقديم الإرشاد والمساعدة لعدد من الأشخاص بشكل جماعي يعانون من إضطرابات او توترات او مشكلة وأحدة وذلك بإستخدام طرق مختلفة منها المناقشات والمحاضرات وشرايط الفيديو ومناقشات جماعية .7- (مسنى - 2004-ص166) .

المخاطر:

يشير مصطلح المخاطر إلى عوامل الخطر من المنظور المعين إلى مجموعة الإجراءات، المعدات والأدوات والظروف المتغيرة، والمرتبطة بإحتمالات الإصابة الجسدية أو العضوية أو النفسية أو زيادتها.

النفائيات:

يقصد بالنفائيات أية مادة لم يعد لها قيمة في الإستخدام، أما إذا كانت هذه المادة او المواد يمكن إستعمالها او إستخدام أحد أجزائها أو مركباتها مرة أخرى فلا يمكن أن يطلق عليها نفاية.8- (عبدالجواد،1992م، ص 21) .

النفائيات الطبية:

هي النفائيات التي تنتج عن الأنشطة الطبية والتي تتكون كلياً أو جزئياً من نسج بشرية أو حيوانية أو دماء أو سوائل الجسم وإفرازاته ،وكذلك الأدوية والمنتجات الصيدلانية الأخرى بالإضافة إلى أعواد التنظيف وملابس الجراحة إضافة إلى المحاقن والإبر والمواد الحارة الأخرى.9- (قاسم- الاردن - ص3).

النفائيات التي تنتج من المؤسسات الطبية ،المختبرات ، مراكز إنتاج الأدوية واللقاحات ، مراكز العلاج والبحوث البيطرية ، ومن العلاج والتمريض في المنازل وهي تشتمل نفائيات خطرة وتمثل 10-30% من جملة النفائيات المنتجة .10- (محمد عباس وآخرون ، 2006م ، ص3).

الدراسات السابقة : (Previous Studies)

الدراسة الأولى: دراسة ابوروف (1437هـ - 2016م) ، بعنوان: أثر تطبيق مفاهيم الجودة على كفاءة الخدمات الصحية بولاية الخرطوم من خلال خدمات التخلص من النفايات الطبية، دراسة مقدمة لنيل درجة الدكتوراة - بالتطبيق على وزارة الصحة ولاية الخرطوم (مستشفى الخرطوم التعليمي - ام درمان التعليمي - بحري التعليمي).

أهم أهداف الدراسة :

تحريك دور الشراكات الصحية مع المنظمات والجمعيات ذات الصلة في ترقية مستوى الخدمات الصحية وخدمات التخلص من النفايات الطبية .
تسليط الضوء على المشاكل وإفراز المعوقات والتحديات التي تعوق عملية تطبيق مفاهيم الجودة في خدمات النطاق الصحي وخدمات التخلص من النفايات الطبية بمستشفيات ولاية الخرطوم .
منهجية الدراسة :

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي وأسلوب التحليل والمنهج الوصفي الميداني .
أهم نتائج الدراسة :

توصل الباحث من خلال هذه الدراسة إلى العديد من النتائج منها :

أكدت الدراسة ان غالبية افراد العينة لم يوافقوا على أن إدارة القطاع الصحي تهتم بتخصيص وتوفير الميزانيات المالية الكافية للتعامل مع النفايات الطبية.
أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية أفراد العينة لم يوافقوا إدارة النفايات الطبية تعمل على توظيف الأموال المخصصة بطريقة رشيدة وتوجيهها الى المجالات الاكثر نفعاً في تحقيق جودة التخلص من النفايات الطبية .

أكدت النتائج ان غالبية افراد العينة يوافقون على أنه يتوفر في المستشفيات والمراكز الصحية نظام علاقات عامة ونظم إتصال فعالة .

الدراسة الثانية: دراسة عثمان (2010م) ، بعنوان: دور التثقيف الصحي في ترقية نفايات الرعاية الصحية بالمستشفيات التعليمية شمال ولاية الخرطوم) – دراسة مقدمة لنيل درجة الدكتوراة في الصحة العامة – جامعة الزعيم الازهري.

أهم أهداف الدراسة :

هدفت الدراسة إلى تقييم الوعي في تنفيذ إدارة نفايات الرعاية الصحية وتدريب الكوادر بقواعد الوقاية الشخصية من مخاطر نفايات الرعاية الصحية وتحسين ادارة هذه العمليات بشكل آمن .

منهجية الدراسة :

إتبع الباحث لأغراض هذه الدراسة المنهج الوصفي وإسلوب التحليل ودراسة الحالة.

أهم نتائج الدراسة :

ان معرفة العاملين بعد التدريب قد تحسنت بصورة ملحوظة فيما يختص بمخاطر النفايات الطبية حيث أظهر كل العاملين المعرفة التامة بمخاطر وانواع مخاطر النفايات الطبية .
أفرزت الدراسة ان مواقف إيجابية تجاه إستخدام الملابس الواقية بعد إجراء أنشطة التثقيف الصحي بنسبة 80% أدى إلى زيادة عدد العاملين لإستخدام الأدوات الوقائية الشخصية من 45% إلى 100% بعد الأنشطة .

- دراسة ضيفة (2015م) ، بعنوان: إدارة نفايات الرعاية الصحية بمستشفى السلاح الطبي امدرمان ، رسالة ماجستير في إدارة الصحة – جامعه الرباط الوطني.

الأهداف :-

التعرف علي أنواع النفايات الطبية المنتجة أنواعها وأخطرها .
معرفة الطرق المتبعة للفرز والجمع والتخلص الآمن والمعالجة للنفايات الطبية المنتجة.
تقييم مفاهيم وسلوك ممارسات المتعاملين مع النفايات الطبية .

أهم النتائج :

إن مستشفى السلاح الطبي من أكبر المؤسسات الصحية في البلاد تنتج النفايات الطبية وأن نظام إدارة النفايات الطبية بالمستشفى فيه ضعف في بعض المراحل .

يتم نقل النفايات الطبية والتخلص منها مع النفايات العادية ولا يوجد سجلات بكميات النفايات المنتجة ومستوى التدريب الموجود ليس كافياً.

تحديد إدارة متكاملة للنفايات الطبية وتحديد المسؤوليات ودعم التشريعات والإدارات الرقابية وتوسيع برامج التدريب .

أهم التوصيات:

ضرورة وضع إستراتيجية واضحة على مستوى إدارة المستشفى والأقسام تحدد المستويات الخاصة بالإدارة السليمة للنفايات الطبية .

إلزام كل الأقسام بتوفير صناديق أمان وسلات وأكياس حمراء وصفراء ومتابعة وتوجيه العاملين بتنفيذ عمليات الفرز أول بأول و وضع لوائح صارمة بذلك .

وضع منهج تدريبي شامل عن النفايات الطبية وتنفيذ دورات تدريبية دورية للأطباء والمرضى والعمال.

الدراسة الرابعة: دراسة بشير (2013م)، بعنوان: إدارة النفايات الطبية في مستشفيات ولاية الخرطوم ، رسالة ماجستير - جامعة الخرطوم .

أهم الأهداف :

معرفة أسس إدارة النفايات الطبية في الدول العربية وإستعراض الحالة الراهنة في السودان خصوصاً في المستشفيات .

معرفة أهمية دور إدارة النفايات الطبية في تقليل التكلفة التي تشكل عبء علي الدولة.

عرض المشاكل الناتجة عن عدم الإهتمام بالمخلفات الطبية عموماً وبالمستشفيات خاصة .

شرح الأساليب التي تساعد في إنجاز عملية فرز وجمع ونقل ومعالجة المخلفات الطبية بكفاءة وإتخاذ القرارات المناسبة .

منهجية الدراسة :

إتبع الباحث لأغراض هذه الدراسة المنهج الوصفي وإسلوب التحليل ودراسة الحالة.

أهم النتائج :

غياب التشريعات وعدم الإلتزام بالمعايير والإتفاقيات الدولية .

عدم وجود بيانات ومعلومات وإحصاءات دقيقة عن وزن وحجم النفايات الطبية التي تنتجها كل مستشفى .

ندرة وجود المحارق والموجود منها لا يستوفي الشروط ويكمن كل هذا في غياب الإستراتيجيات والسياسات والخطط الشاملة للإدارة المتكاملة للنفايات .

الدراسات السابقة للدراسة الحالية :

من خلال إطلاعي علي الدراسات السابقة وموضوعاتها أستقدت منها في وضع حدود لبحثي حيث عملت الدراسات علي معالجة العلاقة بين العلاقات العامة ومدي موضوعاتها في تناول قضايا الصحة والأمن والتوعية والتثقيف الصحي وكل هذه الموضوعات لاغنى للباحثة عنها ، لأن في وجود التوعية الكاملة والتثقيف الصحي والأمن تتحقق الصحة وتسهم في الحد من مثل هذه الممارسات الخاطئة التي تضر بالمجتمع .

أما دراستي فقد سلطت الضوء على إستراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة ودورها في تعزيز الوعي الصحي المتعلق بالحد من إنتشار مخاطر النفايات الطبية على الإنسان .

المبحث الأول: نشأة وتطور العلاقات العامة

نشأة العلاقات العامة :

في الواقع إن الكثير من الناس يعتقدون بأن العلاقات العامة شيء جديد ، وأن نشاطها حديثاً نشأ في أعقاب الحرب العالمية الثانية ، وأنها وظيفة جديدة بدأت تأخذ مكانها في التنظيمات الحديثة فقط لكن بالنظر إلى تاريخ العلاقات العامة نجد بأنها ليست بالشيء الحديث ولكن قديمة قدم المجتمع البشري، فالإنسان كائن إجتماعي بفطرته يسعى للعيش في جماعات ، وبما أن البشر مختلفون في قدراتهم ومواهبهم فلا بد لأحدهم أن يكمل الآخر، وبالتالي لا يمكن أن يعيش فرد بمعزل عن الآخرين ومنهنا تتضح أهمية التفاهم والتعاون بين الأفراد وبالتالي الجماعات.11- (سالم 1999،ص6) .

العلاقات العامة ظاهرة نشأت مع الحياة الإنسانية ، كانت ملازمة لها في تطورها والذي يوضح لنا ملازمة العلاقات العامة للمجتمع الإنساني هو تفهم الرأي العام والتفاعل معه والاتصال به ، وذلك من خلال جديد وسائل الاتصال الحديثة والتي يستعملها العاملون بالعلاقات العامة في اتصالهم بالجمهور والجهود المستمرة التي تبذل لتدعيم وإيجاد علاقات سليمة بين الأفراد والجماعات وبين الهيئات التي يمثلونها .

وليس هناك إتفاق علي تحديد تاريخ العلاقات العامة ولم تدرس دراسة علمية منظمة إلا في القرن ال20 في امريكا علي يد ادوارد بيرنيز (Edward Bernays) ، ولا يمكن القول بأن العلاقات العامة ترتبط بتاريخ ظهور الصحافة و وسائل الطباعة ذلك لأنها نشأت نشوء الإنسان ومن ثم نشوء علاقات بين أفراد المجتمع نتيجة تفاعلهم مع بعضهم البعض ، إلا ان الحديث في الأمر او ما حملته العلاقات العامة من جديد هو :

1. ظهور المنشآت الكبيرة بما لها من مصالح وتتعقد هياكل الصناعة وزيادة الإبتعاد عن الاتصال

المباشر بجمهورها.12- (سالم ، مرجع سابق،ص6) .

2. ظهور مجتمع المعلومات وظهور هذه الاخيرة بصورة كبيرة .

3. إزدياد تدفق الراي العام وبروز الحاجة والطلبات .

4. زيادة الطلب علي الحقائق والمعلومات من جانب الجمهور نتيجة التعليم والمعرفة.

ويعتبر نشاط العلاقات العامة نشاطاً قديماً جداً إلا ان هناك من يعتبر ان جزور العلاقات بشكلها ومعناها الحديث تعود الي سنة 1802م حيث يذكر ان الرئيس الامريكي الثالث توماس جيفرسون (Thomas Jefferson) هو أول من أستخدم إصطلاح العلاقات العامة في رسالته السابعة الموجهة

إلى الكونغرس .13- (jean chaumely- paris : 1962-P:11).

وفي رأي الدكتور علي عجوة أستاذ العلاقات العامة، أن أول من إستخدم تعبير العلاقات العامة هو " تيودور فيل " (Thiodorphil) رئيس شركة الهاتف والتلغراف الأمريكية عام 1908م حين ظهر هذا التعبير على رأس تقرير الشركة المتضمن تأكيد حرص رئيس الشركة على مراعاة مصالح الجماهير وتجنب ما يتعارض مع هذه المصالح .14- (عجوة، 1988، ص6).

تطور ومفهوم العلاقات العامة :

تطور مفهوم العلاقات العامة على مر السنين وتطورت اهدافها و وظائفها داخل المنظمات المختلفة والمجتمع بما يوضح نضج المفهوم والإستخدام على مدار السنين والأعوام . فبعد أن كانت العلاقات العامة تعني الدفاع الدائم عن مصلحة المنشأة ضد الصحافة وضد الحكومة وتحاول التأثير على الراي العام لصالح المنشأة وتعمل على التعامل مع السياسة العامة المتغيرة التي تؤثر على إدارة العمل داخل المنشأة.

وتعتمد على الاتصال ذو الإتجاه الواحد الذي يقوم على الاخبار والرد والرد علي الهجوم المضاد لتغير مفهوم العلاقات العامة الذي كان يهتم ويعني بالاتصال الإقناعي ذا الإتجاه الواحد وإن إستمر مفهوم العلاقات العامة ال1ي يعتمد على الدعاية الإقناعية حتى الحرب العالمية الثانية وظهرت العلاقات العامة وكأنها جهود دعائية تقوم على السياسات الإقناعية وتحاول التأثير على الآخرين، وظهرت روح هذا المفهوم في القاموس الحديث الذي عرفها بأنها(العلاقات العامة هي حث وإستمالة الجماهير للفهم والإدارة الجيدة)، وساد المفهوم أيضاً في كتابات (إدوارد بيرنز) الذي إعتبر العلاقات العامة بأنها هندسة الإقناع (1955م) وقد إستمر المفهوم بعد ذلك وحتى يومنا هذا لدى الممارسين والمديرين.

ثم تتطور مفهوم العلاقات العامة خلال العقود التالية للحرب العالمية الثانية ليدخل على المفهوم فكرة جديدة وهي الاتصال المتبادل والمشارك والأداء التنظيمي وتنتقل أهداف العلاقات العامة من التأثير ذو الإتجاه الواحد إلى التأثير ذو الإتجاهين لكي يصبح التأثير من المنشأة للجمهور وظهر هذا المفهوم التفاعلي للعلاقات العامة في الطبعة العالمية الثالثة لقاموس (وبسترز) الذي أوضح أن (العلاقات هي الفن أو العلم الخاص بتطور الفهم المتبادل والإرادة) .

ثم قدم المعهد البريطاني للعلاقات العامة مفهوماً للعلاقات العامة وأقام المفهوم على أن (العلاقات العامة هي الجهود المبذولة لإيجاد الفهم المشترك بين المنظمة وجمهورها والحفاظ عليه) .

وجاءت الطبعات التالية لتضيف إلى المفهوم مزيداً من التفاعل ولكي يصبح المفهوم الخاص بالعلاقات العامة بأنها هي الجهود الخاصة بتحقيق التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها وأنها الجهود المخططة إلى إحداث تأثير في الآراء عن طريق الأداء المسئول والصفات الحسنة القائمة على الرضاء المتبادل ، ثم وفي الطبعة التالية (1984) تطورت النظرة مرة أخرى للمفهوم القائم على الفهم المتبادل، لكي يؤكد على أهمية الاتصال ، وان العلاقات العامة هي أداب الإتصالات بين المنظمة وجمهورها. وهذا يوضح أن فهم الباحثين الأوائل من امثال هاريولد تشيلد في الثلاثينيات كانت تعني معاني قريبة المعنى لهذا التعريف المتقدم للعلاقات العامة حيث ذكر (تشيلد) أن جوهر العلاقات العامة لا يتمثل فقط في تقديم عرض وجهات النظر ولا في فني إدارة الإتجاهات العقلية، أو في تنمية العلاقات الودية والنافعة ولكن الأساس أن وظيفة العلاقات العامة هي التكيف مع إهتمامات الجماهير المتمثلة في السلوك الشخصي والتعاوني والتي تحرص على التميز الإجتماعي، واضحت العلاقات العامة جزء فعال في تكييف المنظمات بعد ذلك.15-(بكري،2014،ص17-18) .

تعريفات العلاقات العامة:-

من خلال تناول العديد من الكُتاب والمتخصصين لموضوع العلاقات العامة، فقد أكدوا على أنها: نشاط يهدف إلى تحقيق التعاون و التفاهم بين المؤسسة وجمهورها، ولقد بين (Graze Wild) في نشرته الدورية (أبناء العلاقات العامة) بأنها الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتعديل الإتجاهات وتحديد

خطط و سياسات المؤسسة بما يتفق مع مصلحة الجمهور ، وتنفيذ البرامج الهادفة بهدف توطيد ثقة الجمهور مع المؤسسة و كسب رضاهم.17- (عجوة ، مرجع سابق،ص17).

- ويعرف البروفيسور (محمد فريد الصحن) العلاقات العامة بأنها:

النشاط المخطط الذي يهدف الى تحقيق الرضاء والتفاهم المتبادل بين المؤسسة و المنظمة و جماهيرها سواء داخليا او خارجياً من خلال سياسات و برامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الإجتماعية. 18- (الصحن ،1988،ص22).

- أما (الجمعية الدولية للعلاقات العامة) فتعرف العلاقات العامة بأنها:

وظيفة إدارية دائمة ومنظمة تحاول المؤسسة العامة او الخاصة عن طريقها ان تحقق مع من تتعامل او يمكن ان تتعامل معه عن طريق التفاهم والتأكيد والمشاركة.19- (ابو أصعب،1998،ص84).

- ويرى الدكتور (إبراهيم إمام) العلاقات العامة هي:

نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة ومفسرة لجماهير المؤسسة و ذلك بعنية الوصول الى الإنسجام و التكيف الإجتماعي بين المؤسسة و الجماهير.20- (يونس،2008،ص22 ، 192).

- وفي نظر البروفيسور (محمود محمد الجوهري) رئيس جمعية العلاقات العامة العربية بأنها:

مسؤوليات وأنشطة الأجهزة المختلفة في الدولة سياسية واقتصادية وأجتماعية وعسكرية للحصول على ثقة وتأثير جمهورها الداخلي والخارجي وذلك بالأخبار الصادقة والأداء النافع الناجح في جميع مجالات العمل وفق التخطيط العلمي السليم حتى عملها مرشدا و مميزا في بناء الوطن ورسم سياسة في إطار ميثاقها الوطني. 21- (الجوهري،2000،ص58).

- ويعرفها الدكتور ابراهيم إمام بأنها:

فن معاملة الناس و الفوز بثقتهم و محبتهم و تأييدهم و معنى ذلك هو كسب رضا الناس و المعاملة الصادرة عن صدق و إيمان بقيمة الإنسان في المجتمع.22- (إمام،1968،ص8).

اسباب ظهور العلاقات العامة :

من العوامل التي أثارَت الحاجة إلى العلاقات العامة وأدت إلى نمو وإزدياد أهميتها في حاجة الجماعات والشعوب هي كالاتي :-

1. إزدياد أهمية الفرد وقوة مكانته داخل المجتمع ، حيث أدى التقدم الإجماعي إلى تركيز العناية بالإنسان ذلك لأنه الهدف الأساسي في المجتمع وبدون قدراته وإبداعاته لن يتحقق النمو والإستمرار ، وتعتبر حاجاته ورغباته بمثابة المحور الجوهري لحدوث التقدم ، كما كانت النتيجة في إدراك مدى أهمية الإنسان في المجتمع ظهور مفهوم الرأي العام ودورها في تحديد خصائص بناء السلطة والاتصال في المجتمع وعلاقات القوة والصراع فيه ، مما فرض إهتمام بتوضيح بناء العلاقات عن طريق تحسين كفاءة نظم الإتصال ، وهذا يعني الحاجة إلى توجيه عمليات التفاعل الإجماعي وصياغته في بناء علاقات إيجابية بين الأفراد وبين المجتمعات . 23- (حربي، 1991، ص40) .
2. زيادة النمو السكاني ، حيث اصبح التزايد السكاني في القرن الـ20 من أهم المصاعب في المجتمع بحيث تؤكد مؤشرات علمية ، أن معدل الكثافة السكانية ينمو بسرعة فائقة وبالتالي الزيادة في حاجات ورغبات السكان ، مما يحتم ضبط العلاقات بين الأفراد والمجتمعات وإيجاد الحلول والسبل في توفير مستلزمات وحاجات السكان، حيث يعتبر النمو السكاني السريع بمثابة خلق لحالات من التنافس والصراع التي تغير بناء العلاقات الإجتماعية ، إزدياد الحاجة إلى إعادة توجيه عمليات التفاعل بواسطة وظيفة العلاقات العامة .
3. إرتفاع المستوى التعليمي وتقلص المسافات الثقافية والجغرافية بين المجتمعات حيث أدى إرتفاع معدل الإحتكاك بمجالات التقدم والتطور في العالم إلى تنشيط الرغبات الفردية نتيجة زيادة الوعي وكذلك إتساع مساحة العلاقات الإجتماعية ، مما أسهم في زيادة الحاجة إلى العلاقات العامة وهذا ما يسهل الفهم الجيد لمواقف الأفراد وإتجاهاتهم في إشباع حاجاتهم وتلبية رغباتهم كما أدت الرغبة في محاولة التقليد والتمتع بكل الخدمات والإمتيازات لدى الأفراد ، وهذا يعني بالضرورة الحاجة إلى خلق أنشطة مماثلة للدول الغربية وإستيراد التقنيات في إطار مؤسسات متخصصة ومن ثم نمو الحاجة إلى وظيفة العلاقات العامة . 24- (حسن، مرجع سابق، ص40) .
4. النمو الإقتصادي وإرتفاع درجة المنافسة في المجتمع ، حيث أدى التقدم في أساليب الإنتاج وتطوره إلى زيادة فرص العمل وتحسين المستوى المعيشي، والتوسع في مجمل الخدمات العامة (الصحية والتعليمية والإسكان ، والنقل...الخ) وأدى ذلك إلى زيادة وعي الفرد ومشاركته في الحياة الإجتماعية

والسياسية والثقافية خاصة بعد التقدم الكبير في وسائل الاتصال وتقنياته وهذا ما زاد من حاجة الفرد إلى المعلومات وبالتالي حاجة المجتمع على العلاقات العامة كإطار في توفير تلك المعلومات .

5. إتساع حالات الصراع وتعارض المصالح والأهداف، حيث كان من نتائج الثورة الصناعية والتقدم التكنولوجي الهائل حدوث تطور كبير في أنظمة الإنتاج وظهور ما يسمى بالنزوح الريفي، وإكتظاظ المدن بالسكان وبالتالي الصراع من أجل العمل ، أي التحكم في مصالح الأفراد وإستغلالهم، وكانت النتيجة تبلور معاناة العمال في علاقات نقابية وظهور إتحادات النقابات التي واجهت أرباب العمل مما أدى إلى ظهور ما يسمى بالمفاوضات بين العمال وأصحاب العمل، وعليه ظهرت العلاقات الصناعية وهي وجه من أوجه وظيفة العلاقات العامة في تحسين العلاقات. 25- (حسن، مرجع سابق، ص41).

أهداف العلاقات العامة :

تهدف العلاقات العامة كما يشير مفهومها إلى تكوين صورة محببة للمنشأة لدى جماهيرها وهذا هو الهدف الاساسي الذي تدور حوله أنشطة العلاقات العامة.

بيد أن إذا أردنا مزيداً من التفاصيل بخصوص هذه الاهداف فإنه يمكن تحديد تلك الاهداف فيما يلي:-

1-بناء إسم المنشأة وإصباغ هذا الإسم بسمعة وشهرة تلقى إستحسان الجماهير التي تتعامل معها المنشأة .

2- مساعدة إدارة البيع علي زيادة مبيعات المنشأة وتحسين خدماتها للجمهور و دعم سمعتها .

3-الحصول علي رضا المجتمع وإعتراف الراي العام وكسبه وتأييده ومحاولة جعل المنشأة متفهمة لخططها وسياساتها وخلق الانطباع المناسب والحيد عن المنشأة لدى ذلك الجمهور .

4- بعد تحديد سياسات المنشأة تستعين بالمعلومات المرتدة وتراعي إتجاهات الراي العام بين الجماهير المتصلة بالمنشأة لتوقيع مستوى نجاح كبير لتلك السياسات .

5- إستخدام الأساليب العلمية المتطورة في مجال العلاقات وتطبيقها مثل عمل الإستقصاءات وإتباع أسلوب المعاينة لاستطلاع آراء الجمهور وتطبيق بحوث الراي العام ، وذلك بغرض المساعدة علي تحقيق الأهداف التي حددتها الإدارة . 26- (عبدالله ، ص 67) .

6-تعريف جماهير المنظمة بأهدافها وسياساتها ومنتجاتها من السلع والخدمات .

7- إعطاء فكرة للإدارة عن إتجاهات جماهير المنظمة وآرائها .

8-المساهمة في القضاء علي المشاكل الداخلية في المنظمة والتي تؤدي الى عرقلة العمل فيها (من خلال وضع برامج للعلاقات العامة بهدف تحسين العلاقات مع الجماهير الداخلية) 27-جودة (2012م ، ص 25-26).

اهداف العلاقات العامة في إطار علاقتها بالجمهور :

1/ الأهداف الخاصة بالجمهور الداخلي :

بناء الثقة بين المنظمة وجمهورها الداخلي والخارجي وذلك بتعرفه على القرارات التي تصدرها الإدارة العليا للمنشأة ومحاولة شرحها من قبل التمهيد لها حتى يكون العاملون مهئين لتقبلها .
نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بما يستجد من سلع وخدمات واهداف وتكيفهم عليها وتعريفهم بدورها واهمية هذه الأدوار في المنظمة .
المشاركة في إختيار العاملين الجدد وتعريفهم بالمنظمة وتدريبهم على العمل ورفع وتحسين الكفاءة الإنتاجية لهم وتحسين ظروف العمل ، وتخفيض معدل دورات العمل وتقوية الروابط الإجتماعية .

2/ الأهداف المرتبطة بالجمهور الخارجي :

- أ- تقوية الصلة بين المنظمة و وسائل الاتصال الجماهيري .
- ب- تقوية العلاقات بين المنظمة والمنظمات الشعبية ذات الصلة بمجال المنظمة سواء داخل الدولة او خارجها .28- (العلاق، 2009م، ص18).
- ج- تختلف العلاقات العامة من وزارة إلى وزارة أخرى ومن منظمة لأخرى ومع ذلك نجد انه من الضروري تحديد تلك الأهداف للأسباب التالية :
- أ- إن الأهداف تعكس الفلسفة التي تقوم عليها الإدارة .
- ب-تعتبر الأهداف مقياسا للتقويم والرقابة فهي تحدد المطلوب عمله وتؤدي ايضا إلى تعديل إستراتيجية المنظمة .
- ج- تحدد أهداف الإتجاه العام للمجهودات الجماعية .
- د- تزود الأهداف المنظمة بالأساس الذي يقوم عليه التخطيط .
- هـ - تعتبر الأهداف بمثابة دافع لكل فرد في المجموعة للقيام بالعمل .

م- تسهل الأهداف من التنسيق بين مجهودات الأفراد.29-(حافظ، 2009م، ص 26) .

وظائف العلاقات العامة :

للعلاقات العامة أربع وظائف نوجزها على النحو التالي :

أولاً: الوظيفة الإدارية :

يمثل قيام العلاقات العامة بوظيفتها الادارية أهمية بالغة لمساعدة المنشأة في تكييف واقعها لبيئتها ومالم تشارك العلاقات العامة في إدارة المؤسسة والتمكين من التأثير في قراراتها فلن تتمكن من تحقيق التكيف المستهدف، ولتمكين العلاقات العامة من القيام بوظيفتها الادارية يتطلب ذلك توافر أربعة شروط هي:-

1. الرفع من المستوى الإداري للعلاقات العامة حتى تتمكن من الاتصال بالإدارة العليا.30-(فرج، 2010، ص 12).
2. منح جهاز العلاقات العامة صلاحيات كافية للقيام بمسؤولياته وبما يتناسب مع طبيعة العمل.
3. قيام جهاز العلاقات العامة بإعداد الخطط والبرامج والسياسات الإجراءات المتعلقة بأنشطة الجهاز مع التنسيق والتشاور مع الإدارة العليا والإدارات المختلفة بالمنشأة.
4. مشاركة العلاقات العامة مشاركة فعلية في عمليات صناعة القرارات الخاصة بالمؤسسة.

ثانياً: الوظيفة الاتصالية :

وهي جوهر العلاقات العامة وتخضع لعدة شروط أيضاً وهي:

- 1- إن الاتصال باتجاهين من المؤسسة إلى الجمهور والعكس.
- 2- أن يكون الاتصال مخططاً.
- 3- الإلتزام باخلاقيات المهنة والعمل الاعلامي كالصدق والدقة والموضوعية.
- 4- استهداف مصلحة المؤسسة والجمهور .

ثالثاً: الوظيفة الاجتماعية :

وهي وظيفة هامة تتحقق من خلال المساهمة في خدمة مصلحة الجماهير بدعم تنظيم الأنشطة الاجتماعية وخدمة المجتمع وتنظيم الزيارات والمحاضرات والمؤتمرات والندوات والحملات الاعلامية العامة للتثقيف والتعليم.

رابعاً: الوظيفة التسويقية :

وتساهم العلاقات العامة بصورة غيرمباشرة في تسويق منتجات المنشأة من خلال نشرالمعلومات عن المنشأة ومنتجاتها ومشروعاتها وتطوراتها وتحسين الصورة الذهنية للمنشأة مما يؤدي إلى زيادة المبيعات.31- (فرج، مرجع سابق، ص 13).

وتقوم العلاقات العامة بالعديد من الوظائف التي تتأثر بمجموعة من العوامل منها:-

- 1- طبيعة المؤسسة من حيث رسالتها وإهدافها ونظامها.
- 2- حجم المؤسسة من حيث الصغر والكبر.
- 3- الظروف المحيطة بها والبيئة التي تعيش فيها والأحوال التي تمر بها.
- 4- أهمية النظام السياسي والأطر الاجتماعية السائدة والمنافسة في المؤسسات الشبيهة كعوامل تايثر في وظائف العلاقات العامة. 32- (مصطفى، 2009، ص66).

أهم الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة:-

1/ **التوعية العامة** : فالعلاقات العامة تساعد على توعية المجتمع بأهمية القضايا التي تتصدى لها وأهمية الخدمات والبرامج التي تنفذها المنظمة وحيوية ارتباطها بمصالح المجتمع.

2/ **كسب أعضاء جدد** : فالعلاقات العامة تعمل على إطلاع الأفراد على فلسفة المنظمة ورسالتها وأهدافها وكذلك تساعد على تقويم برامجهم وخدماتهم الإجتماعية مما يشجع من إقبال المهتمين على الإنضمام لها.

3/ كسب التأييد : فالعلاقات العامة تساعد على اىصال السياسات والأراء التي تتبناها المنظمة عبر عدة وسائل وهو مايؤثر في الرأي العام وبالتالي قد يؤدي إلى تأييدها لمواقف المنظمة ودعمها.33- (رضا، 2010، ص17).

طرح الباحثون والمتخصصون العديد من التقسيمات لوظائف العلاقات العامة نذكر منها:

1. التقسم الذي طرحه (كاتليب Cutlip وسنتر Center) (وبروم Broom) حيث رأوا أن العلاقات العامة كوظيفة إدارية تنهض بأداء الوظائف التالية :-
 - أ. توقع اتجاهات الرأي العام وتحليلها وتفسيرها، ودراسة القضايا ذات التأثير الايجابي والسلبى على خطط المنظمة وعملياتها وسلوكياتها.
 - ب. تقديم النصح والمشورة لإدارة المنظمة عبر مختلف المستويات فيما يتعلق بصناعة قرارات المنظمة وافعالها واتصالاتها ومسؤولياتها الإجتماعية.
 - ج. مزاولة عمليات البحث وإعداد البرامج الاتصالية وتنفيذها وتقويمها بهدف تحقيق أهداف المنظمة، ومن أمثلة هذه البرامج تلك التي توجه للعاملين، والمجتمع المحلي، وكذلك الإدارات الحكومية.
 - د. إعداد الخطط بما يشمل عليه ذلك من وضع الأهداف، وتحديد الميزانيات، وتجنيد العناصر اللازمة لأداء الوظائف المشار إليها وتدريبهم.
2. التقسيم الذي طرحه (فيليب ليزلي Philip lesel) ورأى بمقتضاها أن هناك اربعة وظائف رئيسية تؤديها العلاقات العامة في المنظمة وهي :-
 - أ. تقديم النصح والمشورة على الإدارة العليا والإدارات الفرعية الأخرى في المنظمة، فالعلاقات العامة تتحمل مسؤولية مباشرة تجاه التوصية بالقرارات والسياسات المناسبة التي تؤدي إلى الاحتفاظ بعلاقات عامة سليمة كقاعدة لعمل الهيئة والمنظمة.
 - ب. الإعلام : وهو يشمل الإعلام عن المنظمة بين كل الجماهير النوعية ذات المصلحة المشتركة مع المنظمة ، واستخدام وسائل الاتصال المناسبة والمؤثرة طبقاً لطبيعة الرسالة وطبيعة الجمهور وحجم الإمكانيات المادية والفنية والظروف الاجتماعية المحيطة.

ج. الأبحاث والدراسات : لأن الإدارة العليا هي في خضم عملياتها اليومية، لا تملك فرصة التعرف على ما يحدث في إهتمامات جماهيرها من تطورات وتغيرات، ومن ثم فإن العلاقات العامة من خلال قياسها لاتجاهات الجماهير باستخدام استقصاءات الرأي تستطيع أن تتنبأ بالاتجاهات الجديدة أو الاحداث المستقبلية ذات التأثير على عمليات المنظمة.34-(يوسف،2008، ص28-29).

د. بناء الثقة الشاملة ودعمها ومقصود بها هذا التنوع الواسع في برامج العلاقات العامة التي يقصد بها بناء الثقة الشاملة بين مختلف الجماهير النوعية تجاه المنظمة التي يرتبطون بها بمصلحة أو مصالح مشتركة، وبينما يكون المقصود بمعظم هذه البرامج بناء ثقة حسن النية تجاه المنظمة بدرجة أو بأخرى، فإن بعضها يكون ذات طبيعة دفاعية، بمعنى أن الهدف منه الاحتفاظ بحسن النية أو حمايتها من الهجوم عليها.

3. التقسم الذي وضعه أ. د/ علي عجوة والذي حدد وظائف العلاقات العامة على النحو التالي :

أ. الوظائف الإعلامية :-

1-1 توعية جمهور المنظمة بالسلع والخدمات وكيفية الاستفادة منها.

2-2 تطور تقنيات الأنشطة الإعلامية لاحداث التفاعل الإيجابي مع جماهير المنظمة.

3-3 رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة.

ب. وظائف الاستعلام :-

ب-1 إجراء البحوث المسحية لجماهير المنظمة أو الرأي العام.

ب-2 تحليل مواقف الجماهير والرأي العام لدعم الجوانب الايجابية ومعالجة الجوانب السلبية.

ج.وظائف التنسيق :-

ج-1 ربط خطة العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى.

ج-2 برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى لمنع التدخل والإزدواجية والتعارض.

ج-3 تنسيق فعاليات المتابعة والمراقبة لبرامج العلاقات العامة في إطار مراقبة البرامج الأخرى.
35- (يوسف، مرجع سابق، ص30-31).

خصائص العلاقات العامة :

يمارس جهاز العلاقات العامة بالمنشأة عدداً من الإختصاصات التي تكفل له حق اهدافه ، وتختلف هذه الإختصاصات من المنظمة الي أخرى حسب الاهداف المراد تحقيقها وحسب حجم المنظمة وإمكاناتها البشرية والمالية وكذلك نوعية وطبيعة الجماهير التي تتصل بها وبصفة عامة فإن هناك عدداً من الإختصاصات الأساسية لجهاز العلاقات العامة أبرزها الإختصاصات التالية :-

اولاً :إختصاصات بشأن جمهور المنظمة:-

1) تعريف الجمهور بالمنظمة وإنتاجها او خدماتها بلغة مبسطة بهدف الحصول على تأييد الجمهور للمنظمة وانشطتها .

2) شرح سياسة المنظمة للجمهور وإبلاغه بالتعديلات والتغيرات التي تطرأ عليها بهدف قبوله إياها والتعاون معها.

3) مساعدة الجمهور على تكوين رأي سليم من خلال مدة لكافة المعلومات الصحيحة والصادقة ليكون رايه مبنياً علي اساس من الواقع والحقيقة.

4) التأكد من أن جميع الأخبار التي تنشر علي الجمهور صحيحة وسليمة .

5) تهيئة جو صالح بين المنظمة والأفراد وبعضهم البعض داخل المنظمة .

ثانياً : إختصاصات بشأن المنظمة ككل :

1) مد المنظمة بكافة التطورات التي تحدث في الرأي العام .

2) حماية المنظمة ضد اي هجوم يقع عليها نتيجة نسبة أخبار غير صادقة عنها .

3) التأكد من أن أهداف المنظمة واغراضها وأعمالها تلقى الإهتمام الكافي من كافة فئات الجمهور .

ثالثاً: إختصاصات بشأن الإدارة العليا :

1) إحاطة الإدارة العليا بالمنظمة بأثر سياستها وخططها وقراراتها برد فعل الجماهير الخاصة بالمنظمة واقتراح الحلول لمواجهة أية مشكلة في هذا الشأن.

- (2) مساعدة الإدارة العليا في النظر لنفسها بموضوعية وأن قرار تصوراتها المستقبلية طويلة الأجل وكذلك الثقافة المتمثلة في القيم والمعتقدات والآراء التي تحكم نماذج السلوك في المنظمة.
- (3) بحث وتحليل وتلخيص، يهتم الإدارة العليا بشأن المنشأة مثل إتجاهات الصحف والجمهور.
- (4) مساعدة وتشجيع الاتصال بين المستويات الإدارية العليا والمستويات الدنيا و العكس. 36- (فرج، مرجع سابق، ص 68، 69).
- (5) العمل كمنسق بين الإدارات المختلفة في المنظمة لتحقيق الانسجام داخل المنشأة.

في ضوء تحديدنا لتعريف العلاقات العامة يمكننا القول أن أهم خصائص العلاقات العامة هي:-

1. إن العلاقات العامة تعتبر فلسفة للإدارة وهذه الفلسفة تفترض أن أية منظمة لا تنشأ لتحقيق الأهداف المالية التي ينص عليها قانونها فحسب وإنما ينبغي أيضاً أن تلعب دوراً اجتماعياً ولهذا عليها ان تضع صالح الجمهور في المقام الأول بالنسبة للموضوعات التي تتعلق بسلوك المنظمة.
2. إن العلاقات العامة ليس من الأنشطة الثانوية الأهمية بل تشكل عنصراً أساسياً في أنشطة المنشآت، فهي ضرورة يفرضها المجتمع الحديث.
3. إن العلاقات العامة وظيفة إدارية، فهي نشاط تمارسه كل إدارة ويجب على الإدارة أن تستخدمه في كل ما تقوله وتفعله والوصول إلى علاقات عامة ضيقة ويعتبر أحد المستويات الكبرى لكل مدير في المنظمة.
4. إن العلاقات العامة عملية إتصال دائماً مستمر بين طرفين أساسيين هما المؤسسة والجمهور التي تتعامل معها سواء الجماهير الداخلية للمؤسسة أو الخارجية وكلاهما مؤثر ومتأثر في نفس الوقت ومن ثم فإن العلاقات العامة تتسم بالديناميكية والحيوية والاستمرار وقوة الفاعلية بين الطرفين.
5. يجب على إدارة العلاقات العامة أن تضع من السياسات ما يعكس فلسفة خدمة الصالح العام على أساس الكلمات الجوفاء وإنما على أساس الأفعال.
6. العلاقات العامة هي همزة الوصل بين فلسفة المشروع والجمهور وهذا الاتصال ضروري لجعل الجمهور يتفهم أنشطة المنظمة ويرتكب كثير من المديرين خطأ كبير عندما يتصورون أن الجمهور

يهتم بما تفعله المنظمة وكثيرون منهم يعتبرون إعلام الجمهور إنما هو مسار للافتخار والزهو بالنفس.37- (حجاب + وهي، القاهرة، ص 35).

الإخلاقيات في العلاقات العامة:

وكما تكلمنا سابقاً فإن العلاقات العامة تعتمد على الصدق والأمانة وكشف الحقائق كاملة إلى الجمهور، وذلك هو الطريق الأفضل والاسلم للحصول على ثقة الجماهير ، ويجب توخي الصدق دائماً حتى في ظروف الأزمات كما يجب كشف الحقائق وعدم إخفاءها أمام الجمهور والصحافة او وسائل الاتصال الأخرى فإخفاء الحقائق يؤدي إلى إنتشار الشائعات والتي كثيراً ما تكون أكثر تشويهاً لسمعة الشركة من أي شئ آخر ، ومما ساعد على تطور موضوع الاخلاقيات في العلاقات العامة وجعل منها قضية لها أهميتها ما يلي :

1. ظهور حركات الدفاع عن المستهلك في العالم والتي بدأ ظهورها في الولايات المتحدة الامريكية حيث استطاعت القيام بدور أساسي في هذا المجال والضغط لأجل سن التشريعات بهدف حماية هؤلاء المستهلكين .

2. ظهور حماية البيئة من التلوث أو من الكيماويات والتي قامت بإنقذ الشركات والمؤسسات المسؤلة عن التلوث وغيره ، وعندما شعرت المؤسسات والشركات بأن هذه الإنتقادات أدت إلى تشويه صورتها أمام الجماهير ، إضرت إلى أن تحاول قدر الإمكان التحفيف من الآثار السلبية بتركيب أجهزة معينة في مصانعها او بالقيام ببعض الأعمال والخدمات للجماهير إنطلاقاً من قيامها وإيمانها بالمسؤولية الإجتماعية تجاه هذه الجماهير .

3. إرتفاع مستوى التعليم والثقافة ، حيث أن كافة الإحصاءات تدل على إرتفاع مستوى التعليم والثقافة في العالم ، وكلما زاد المستوى التعليمي الثقافي لدى الجمهور كلما زادت مطالباته وتوقعاته باتباع الشركات للأسس الأخلاقية في تعاملها مع جماهيرها.38- (جودة ، 2011، ص 35-36) .

أخلاقيات العمل في العلاقات العامة :

حدد دستور جمعية مستشاري العلاقات العامة عشر نقاط تتعلق بأخلاقيات العمل والعاملين

بالعلاقات العامة وأوجبت الجمعية أعضائها التقيد بها، وهي :

1. بكل عضو واجبات محددة بصورة واضحة تجاه الجمهور .

2. أن يتعهد كل عضو بعدم الاشتغال في اي مهنة تقود إلى فساد سلامة الاتصال الجماهيري والقوانين .
3. على العضو ألا يقوم بنشر معلومات كاذبة ومضللة .
4. على العضو ألا يقدم خدمات لأسباب أو لأغراض غير مكشوفة أو يعطي أسباباً غير واقعية .
5. على العضو أن يحمي ثقة جمهوره الحالي والسابق وأن لا يستخدم هذه الثقة .
6. على العضو ألا يقبل إستشارة جهتين لديهما مصالح متضاربة إلا بعد أخذ موافقة كل منهما .
7. على العضو إخبار الشخص المتعاقد معه عن أي ممتلكات أو مصالح مالية تعود له ، أي العضو نفسه لدى أي شركة أو مؤسسة أو شخص عندما يقترح ذلك الشخص أو الشركة .
8. على العضو ألا يقترح على الزبون بأن يتوقف عن دفع الأجر والتعويضات المالية على تحقيق نتائج معينة أو أن تتأثر الأجر بنفس الطريقة بالنتائج المتحققة.
9. على العضو ألا يقدم إلى الزبون المتوقع مقترحاً تفصيلياً لبرامج العلاقات العامة قبل تعيينه فعلاً.

وفي عام 1961م صدر دستور آخر مماثل لدستور (جمعية مستشاري العلاقات العامة) من قبل (جمعية العلاقات الدولية) وقد أدخلت عليه بعض التعديلات في عام 1965م عندما صار مرتبطاً بدستور أثينا والذي إتخذ في وقت واحد من قبل (الجمعية العالمية للعلاقات العامة) (والمركز الأوربي للعلاقات العامة) .39-(محمد زين، 2008 ، ص 71-72).

مبادئ العلاقات العامة :

نظرا للتأثير الكبير الذي تمارسه وسائل الإتصال على رأي عام الجماهير ، فقد أصبح من الضروري وضع بعض الضوابط التي تنظم أنشطة العلاقات العامة ، والتي تعكس الإطار الفكري لمبادئ العلاقات العامة ، ومن أهم هذه المبادئ:

1- المسؤولية الإجتماعية : إن النظريات الإدارية الحديثة تؤمن بأن المنظمة هي نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة الخارجية التي حوله فيؤثر بها وتتأثر به ، ولذلك فإن هن مسؤولية تقع على عاتق المنظمة فيما يتعلق بالمجتمع الذي تعيش فيه .

2- **إحترام رأي الفرد**: يجب ان تركز فلسفة العلاقات العامة على مبدأ الإيمان بقيمة الفرد لإحترامهم حقوقه الأساسية التي نص عليها وضمنها القانون، وان تراعي في ذلك واجبات الفرد ومسؤولياته في المجتمع ، فالإيمان بالشئ هو خير دافع للإهتمام به .

3- **عدم إخفاء المعلومات عن الجمهور** : إن نظام إخفاء المعلومات عن الجمهور تثير الشك وتفسح المجال للشائعات المغرضة ، وتؤدي إلى وجود شرخ في الثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها. وبالتالي فإن العلاقات العامة تكشف كافة المعلومات التي يحتاجها الجمهور مع الأخذ بعين الإعتبار ضرورة عدم إفشاء أسرار العمل والتي قد تضر بمصالح المنظمة أمام المنافسين .

4- **الإلتزام بمبادئ الأخلاق السليمة**: تدعو فلسفة العلاقات العامة المنظمة إلى الإلتزام بمبادئ الأخلاق الكريمة كالنزاهة والصدق والعدالة .وهكذا فهي لا تخدع الجمهور ولا تغشه بل تسعى الى كسب ثقته بالقدوة الحسنة وليس بالأقوال فقط ، فالعلاقات العامة هي إعلام وسلوك ، فالجانب السلوكي يتمثل في الإلتزام بالمثل والأخلاق السامية ، والجانب الإعلامي هو إستخدام كافة وسائل الإعلام لتفسير نشاط المنظمة وتحليل رد فعل الجمهور ونحوها.40- (جودة ، 2011، ص 27) .

5- **إتباع الأساليب العلمية في البحوث** : إن من أهم وظائف العلاقات العامة إجراء البحوث وقياس إتجاهات الراي العام ل جماهير المنظمة ، وفي هذا المجال فإنه لا بد لموظفي العلاقات العامة ان يتبعوا الطريقة العلمية في البحث وأن يبتعدوا عن التحيز الشخصي ويتصفوا بالموضوعية في عملية إجراء البحث لكي يصلوا إلى النتائج الدقيقة.

6- **العلاقات العامة تبدأ من البيئة الداخلية** : ان تحقيق المنظمة لأهدافها يتعلق بمعرفة الموظفين بأهداف المنظمة وبالدور المطلوب منهم في هذا المجال ، فالمنظمة تؤدي عملها بشكل أفضل إذا كان موظفيها يلمون بكل ما يحدث من إنجازات ومشاكل ، فالعلاقات العامة يتجه مسارها من الداخل إلى الخارج أي إلى الجماهير الخارجية ، وهذا ما يستدعي الإهتمام بالموظفين وتوثيق الصلات معهم والحصول على تعزيزهم وتأييدهم لإدارة المنظمة وسياستها . 41- (حافظ ، 2009، ص31) .

أهمية العلاقات العامة :-

تنبع أهمية العلاقات العامة من الموجهات التالية :

1. دراسة سلوك الأفراد والجماعات للتعرف على إتجاهاتهم ورغباتهم والعوامل المؤثرة في هذا السلوك.

2. توجيه سياسات ونشاطات المنظمة بما ينسجم مع رغبات وتطلعات الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي للمنظمة .

3. لكون العلاقات العامة وظيفة جوهرية من وظائف الإدارة وليس مجرد نشاط إشرافي ضيق .42- (العلاق ، مرجع سابق ، ص19-20) .

مجالات العلاقات العامة :

يؤكد العلماء ان العلاقات العامة هي الدعامة الرابعة من دعائم الإدارة ، بالإضافة إلى الإنتاج والتوزيع والتمويل لانها تعد جزءاً رئيساً لنشاط المنشأة التي تبغى ثقة الراي العام فيها ، لذا فإن العلاقات العامة أصبحت نشاطاً يغلغل في كافة نواحي الحياة بمناشطها المختلفة خاصة بعد الطفرة الهائلة التي حدثت في المجال الاقتصادي والثقافي علي المستويين المحلي والعالمي وبروز كثير من الشركات العملاقة متعددة الأنشطة والجنسيات والعلاقات العامة لها أنواع يحددها بعض الباحثين وهي:-

1- العلاقات العامة التجارية.

2- العلاقات العامة الصناعية.

3- العلاقات العامة السياسية.

4- العلاقات العامة العسكرية. 42- (البكري،مرجع سابق ، ص 23)

محددات نجاح العلاقات العامة :

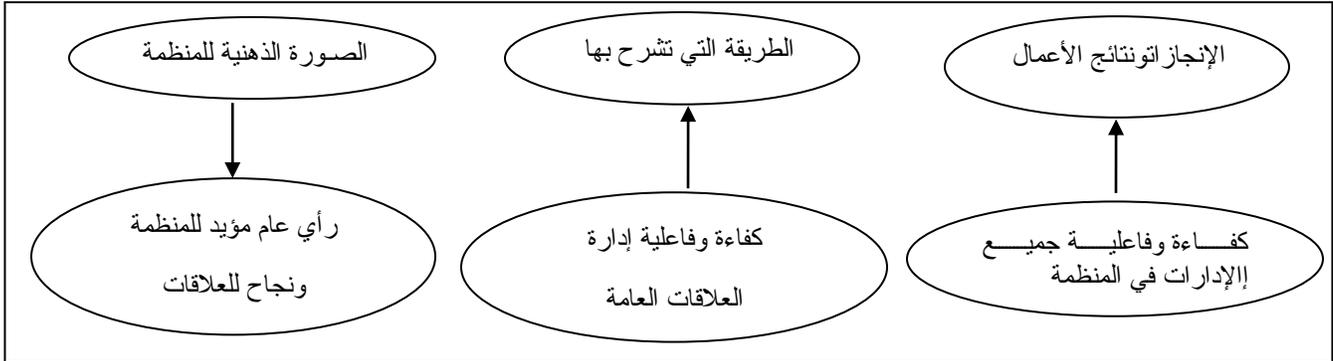
يتوقف نجاح العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمنظمة أمام جمهورها الداخلي والخارجي

علي عنصرين أساسيين هما :

1- مدى فاعلية وكفاءة المنظمة في تحقيق اهدافها ويتوقف ذلك بالدرجة الاولى علي كفاءة القيادات الإدارية في حسن إدارة الموارد المتاحة للمنظمة في تحقيق أهدافها وتلك هي مسؤولية مشتركة لجميع الإدارات داخل المنظمة. 43- (حافظ ، مرجع سابق، ص35) .

2- الطريقة التي تستخدم في شرح إنجازات المنظمة وهذا يتوقف على كفاءة العاملين لإدارة العلاقات العامة في استخدام الأساليب العلمية في توصيل الحقائق وشرح وجهات نظر الإدارة للجماهير المتفاعلة للمنظمة ويسهم الشكل التالي في إيضاح ما سبق .

الشكل رقم (1) محددات نجاح العلاقات العامة :



يؤدي عدم التحديد السليم لوظائف العلاقات العامة إلى الخلط بينها وبين العديد من الأنشطة الأخرى مثل الإعلان والدعاية، الأمر الذي يترتب عليه زيادة الصراعات بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى حول مدى أحقية كل إدارة في ممارسة النفوذ والرقابة على هذه الأنشطة .44- (حافظ ، مرجع سابق، ص36) .

أسس العلاقات العامة :-

من خلال التعاريف السابقة للعلاقات العامة ، نجد أن هنالك عدد من الأسس تستند إليها في وظيفتها، وهذه الأسس هي كما يلي:-

أ- وضع مصلحة الجمهور في المقام الأول.

ب- تنفيذ القرارات الادارية بطريقة تعكس فلسفة المؤسسة.

ت- سلوك سياسة إدارية سليمة في نجاح العلاقات العامة.45-(الجور،2000،ص32-34).

المبحث الثاني: البناء الاتصالي للعلاقات العامة

مفهوم الاتصال : (communication conception)

يعيش الإنسان في مجموعات بشرية، تتحرك وتتطور وتنمو، حركها في كل ذلك عوامل ومؤثرات متعددة متداخلة، وتربطها ببعضها شبكة دقيقة من الصلات، هذه الصلات والعلاقات تأخذ صورتها في شكل أفعال وأقوال واتصالات تؤثر في الجماعة أو تتأثر بها، فالاتصال إذا هو حقيقة أساسية ووجود الإنسان والعملية الإجتماعية، فهو الذي يجعل التفاعل بين أفراد المجتمع ممكناً، من خلال نقل وتبادل المعلومات بين أفراد ذلك المجتمع الذي على أساسها يتوحد الفكر وتتفق المفاهيم.

وفي العصر الحديث تؤدي الاتصالات بوسائلها المختلفة، كالدعوة والتوعية والإعلام، مهمة أساسية في سبيل توصيل المفاهيم الثورية والإشترابية وتوضيحها لأفراد الشعب. وفي إرتباط القيادة بأمانى وتطلعات الجماهير، وإرتباط الجماهير بقيادتها وتنمية وحدة الفكر من أجل العمل والهدف المشترك وتحقيق التفاهم والتعاون المتبادل. 46- (جرادات + الشامى، 2009، ص 107).

تعريف الاتصال : (communication definitions)

الاتصال لغة :

يعني (اتصل فلان) بمعنى إنتهى وإنتسب واتصل الشيء بالشيء معناها وصله به .

وكلمة اتصال باللغة الإنجليزية (communication) مشتقة من الكلمة اللاتينية (communcare) التي تعني جعل الشيء عاماً ويعني ذلك أن لفظ الاتصال في اللغة الإنجليزية يعني مقاسمة المعنى وجعله عاماً بين شخصين أو مجموعة أو جماعات . 47- (الشربيني، 2009، ص 183).

الاتصال اصطلاحاً يعني :-

عمومية موضوع معين بين أطراف معينة ذات علاقة محددة مع بعضها البعض وذلك بهدف خلق التوافق والإنسجام بينهم ، حيث تتحول الأفكار والمشاعر والأحاسيس إلى رموز مفهومة تستطيع وسائل

الاتصال المختلفة نقلها بسهولة إلى الأطراف المعنية التي تستطيع إستقبالها وفهمها وفقاً لمكوناته الفكرية والثقافية.48- (مهنا، 2007، ص69).

التعريف الاجرائي فهو :

عملية عكس المبادئ والمفاهيم والأفكار التي تمتلكها الشركات للمجتمع والعكس.

فالالاتصال في العلاقات العامة هو عملية يتم عن طريقها إيصال معلومات، أو الحصول على معلومات، مما يكون من الضروري أن يكون فعالاً بقصد إحداث تغيير إيجابي في المجتمع، إذ أن الاتصال الضعيف لن يأتي بالنتيجة المرجوة ولن يحقق الهدف المطلوب، مما يحتم على مرسل المعلومات معرفة ردود الفعل لدى المرسل إليه وعدم الإكتفاء بتبليغه بالمعلومات المجردة فقط.

هذا وتختلف وسائل الاتصال والإعلام من مؤسسة لأخرى تبعاً لعدة عوامل أهمها:-

1. نوع وطبيعة فئات الجماهير المطلوب الاتصال بها ومستواها الفكري والثقافي والإجتماعي وعددها

ومدى إنتشارها.49-(الدبيمي ، 2013م ص141) .

2. الوقت المتاح أو السرعة المطلوبة في عملية الاتصال.

3. مدى أهمية وحساسية الموضوع أو المعلومات المطلوب معرفتها ونقلها.

4. سرية أو علانية المعلومات المطلوب الحصول عليها والجهد المبذول في ذلك.50-(جرادات +

الشامي،المرجع السابق، ص110) .

ويهدف الاتصال إلى نقل " صورة ذهنية معينة في ذهن وفكر المؤسسة تضعها في رموز(اللغة أو الرسم أو الأنغام) وتحويلها لرسالة إلى مرسل إليه يقوم بفك رمزها وبذلك تتجسد تلك الصورة الذهنية في ذهن المرسل إليه.

وبهذا يكون الاتصال أساس كل تفاعل إعلامي ثقافي حيث يتيح نقل المعارف والمعلومات ويبسر التفاهم بين الأفراد و الجماعات لبناء المجتمع الإنساني المتطور والاتصال أساس كل العمليات والفعاليات .

- ويتجسد الاتصال من خلال :

- 1- الاتصال الشخصي مثل البريد والهاتف والمقابلات والندوات وهو قريب من الاتصال المواجهي او المباشر .
- 2- الاتصال عبر الوسائل الجماهيرية مثل الصحف الإذاعة و التلفزيون ويسمى أيضاً الاتصال غير المباشر .
- 3- الاتصال عبر طريق الزيارات كما في السياحة والتمثيل الدبلوماسي . . 51- (الدليمي ، مرجع سابق، ص142)

مكونات الاتصال (communication components) :

لا يوجد إتفاق محدد حول ماهية عناصر العملية الاتصالية فمنهم من يحددها بثلاثة هي (المرسل والرسالة والمستلم). وحددها آخر بأربعة عناصر هي (المرسل والرسالة والوسيلة والمستلم)، وأضاف إليها آخر عنصراً خامساً هو (التأثير)، ومن هنا يمكن حصر عناصر أو مكونات الإتصال بالآتي:-

1- المرسل (sender) :

أو ما يعبر عنه بمصدر الاتصال وهو الذي يبدأ أو يستهل عملية الاتصال وقد يكون هذا المصدر أو المرسل شخصاً أو مؤسسة.

2- المستلم (Receiver) :

ويقصد به مستقبل الاتصال وهو الذي تنتهي إليه عملية الاتصال ومن خلاله يتحدد نجاح أو فشل الجهود المبذولة في العملية الاتصالية .

3- الرسالة (Message) :

إن الرسالة تعبر عن مضمون معين يراد به نقل معناه إلى طرف ثان وهو المستلم.

4- الوسيلة (Media) :

وهي الأداة التي يتم استخدامها لايبصال المعلومات والأفكار بين أطراف عملية الاتصال. 52- (جرادات- مرجع سابق، ص110-111).

5- الأثر (Feedback) :

وهو ما يظهر زمن ردود أفعال لدى المستقبل بعض وصول الرسالة اليه وهو عنصر مهم وفعال في تبلور الشكل النهائي للعملية الاتصالية.

6- البيئة الاتصالية (Communication Environment):

ويقصد بها الأجواء التي تمت فيها العملية الاتصالية إبتداء من المرسل وصولاً إلى المستقبل وهي حتماً تؤثر على شكل ومضمون وظروف الاتصال وتسهم في تحديد نتائجه سلباً وإيجاباً. 53- (الدليمي، مرجع سابق ص -146).

7- الاتصال الفعال (Effective Communication) :

إن نجاح الاتصال مرهون بإتباع التعليمات التالية :

أ- البحث عن الجمهور (Audience Research):

فمن الضروري معرفة الجماهير التي نريد التأثير فيها، وكيفية السعي للوصول إليها، وإذا سأل خبير العلاقات العامة نفسه هذا السؤال: (ما الجماهير التي يجب علينا أن نصلهم بإعلامنا لتحقيق أهدافنا؟) وإذا أدرك الأهداف بشكل جيد وخطط لها ببرنامجها المناسبة، فإنه لامحالة واصل إلى جمهوره.

ب- إستخدام الوسيلة المناسبة (Right Channels) :

هناك وسائل عديدة للاتصال، ولكل واحدة مميزاتها وسلبياتها وفي غالب الأحوال من المفيد إستخدام أكثر من وسيلة واحدة في نفس الوقت لكي تتسع المساحة المغطاة من الجماهير المعنية وإن إختيار الوسيلة المناسبة يعتمد على معرفتك لخصائص جماهيرك وعاداتهم. وعلى معرفتك لخصائص وسائل الاتصال نفسها والرسالة التي تريد إرسالها.

ج- إستخدام الوقت المناسب (Right Time) :

لكي تكون الرسالة فعالة لا بد أن تصل إلى الجمهور المعني في الوقت المناسب فإذا وصلت مبكراً فلن تجد الجمهور مستعداً لتقبلها وإذا وصلت متأخراً فستجد عقول الجماهير وقد فقدت الرغبة

في الموضوع ، وإن معرفة الوقت المناسب يتطلب معرفة ، بعادات الجماهير وبتقافاتها وكيفية قضاء أوقاتها.

د- استخدام الرسالة المناسبة (Right Message) :

يجب أن تكون الرسالة واقعية وذات صلة مباشرة بالإهتمامات الشخصية لأفراد الجمهور وتحتوي على معلومات مفيدة تساعد في حل مشاكلهم اليومية، وهذا الأمر يتطلب معرفة إتجاهات الجماهير وكيف يتفاعلون مع الآراء الجديدة المعنية وطريقة تفكيرهم ، هذا وإن استخدام اللغة المناسبة لمستوى الجماهير أمر لا يقل أهمية على مضمون الرسالة نفسها، ومعرفة اللغة المناسبة للجماهير، كذلك يتطلب معرفة المستوى الثقافي والفكري. 54- (خضر ، 1998م ، ص 143).

وسائل الاتصال في العلاقات العامة :

تعد وسائل الإعلام من أهم الوسائل الاتصالية التي يستخدمها أخصائيو العلاقات العامة لذلك فإن استخدام وسائل الإعلام في مزاولة نشاطهم الذي يستهدف جماهير مختلفة يستوجب فهم كبير لأخصائنها وأساليبها. 55- (ابو اصبح ، مرجع سابق ، ص 141) .

هذا وقد تستخدم المؤسسات بعض وسائل الاعلام الخاصة التي تصدرها بنفسها ، كمجلة المؤسسة والنشرات الإخبارية والمعارض والمهرجانات والحفلات، وهناك وسائل الاتصال الشخصي كالخطاب والمحاضرات العامة ويتوقف استخدام هذه الوسائل على الوضع المالي للمنظمة وعلى مدى الإهتمام الذي توليه للعلاقات العامة. 56- (خضر، مرجع سابق ، ص 143) .

عرض بعض التقسيمات لوسائل العلاقات العامة:

تستخدم إدارة العلاقات العامة مختلف وسائل الاتصال لنقل رسائلها وإيصالها للجماهير ذات العلاقة ويعتبر هذا الاستخدام أحد الأنشطة الأساسية والمهمة في عمل العلاقات العامة ، ويكون إستعمالها حسب توفرها ، وملاءمتها لطبيعة الموضوع ، وهناك تقسيمات كثيرة لوسائل الاتصال نذكر منها :

أولاً: تقسيم (ديون):

- يقسم ديون وسائل الاتصال إلى:

1- وسائل داخلية موجهة إلى الجمهور الداخلي كمطبوعات المؤسسة والكتب والكتيبات.

2- وسائل خارجية موجهة إلى الجمهور الخارجي كالصحف والمجلات والمعارض.

ثانياً: تقسيم (ويلكوكس وزملائه) :

- ويقسمها إلى :

1- وسائل مطبوعة كالصحف والمجلات والكتب .

2- وسائل منطوقة كالراديو والتلفزيون والأفلام.

ثالثاً: تقسيم (نيوسوم) :

- ويقسمها إلى :

1- وسائل مطبوعة .

2- وسائل إلكترونية .

وتتقسم هذه الأنواع إلى قسمين منها الداخلي ومنها الخارجي وفق لطبيعة الجمهور، وقد تكون هذه الوسائل خاضعة مسيطر عليها أو غير خاضعة غير مسيطر عليها ، فالوسائل الخاضعة هي التي تصل الرسائل من خلالها إلى الجمهور دون تحريف ، أو تغيير أو تعديل كما أرسلتها إدارة العلاقات العامة، أما الوسائل غير الخاضعة فهي التي تطرأ تغيرات فيها على الرسائل قبل وصولها إلى الجمهور، وذلك حسب السياسة التحريرية أما المساحة المخصصة للمادة... الخ . 55- (الجور، 2000م، ص131-132).

وهناك تقسيمات أخرى عديدة ولكننا سنأخذ بالتقسيم الشائع الذي يصنف هذه الوسائل حسب حواس الإنسان فنجد : وسائل منطوقة ، وسائل مكتوبة - وسائل مرئية .

- الوسائل المكتوبة وتتمثل فيما يلي :

الصحف ، المجلات ، الملصقات ، الرسائل... الخ .

- الوسائل المسموعة: وتتمثل فيما يلي :

النشرات الإخبارية المذاعة ، الخطب ، المقابلات ، الدعوات ، الحفلات ، المؤتمرات ، الإخبارية ،
الصحفية ، والحلقات الدراسية ، المحاضرات ، المناقشات الموجهة ، البرامج الإذاعية ، الزيارات ،
اللقاءات ، البرامج الإذاعية ، الهاتف الخ .

- الوسائل المرئية : وتتمثل فيما يلي :

الإخبارية بالتلفزيون ، المقابلات التلفزيونية ، الأفلام السينمائية ، الأفلام الوثائقية ، الصور ،
لوحات الإعلانات ، الكاريكاتير ، الرسوم البيانية ، المعارض... الخ. 56- (حسن وزهير ، 1976 ، ص 372).
وستعرض فيما يلي لبعض منها بشي من التفصيل.

1- الوسائل المكتوبة :

الصحافة (News Papers):

تعني فن تسجيل الوقائع اليومية بدقة وانتظام وذوق سليم، مع الإستجابة لرغبات الرأي العام
وتوجيهه والإهتمام بالجماعات البشرية وتناول أخبارهم ووصف نشاطهم ثم تسليتها وترفيه أوقات
فراغها، فعلى هذا فإن الصحافة هي مرآة تنعكس عليها صورة الجماعات وأراؤها وخواطرها. 57- (الهاشمي،
2012، ص 103)

فضلاً عن ذلك تتميز الصحف بمجموعة من المميزات أهمها:-

أ- سهولة القبول والإستخدام الواسع في الصحف تعد من أكثر قنوات الاتصال شيوعاً وتداولاً، نظراً
لأن الصحيفة يمكن الإطلاع عليها بواسطة أكثر من فرد داخل الأسرة.

ب- تمتاز الصحيفة بإمكانية إستخدام الألوان بصورة فعالة، فقد أصبح من المتاح للصحف إمكانية
إستخدام الألوان بنظام (Run- of - paper) على الرغم من مشكلة التكلفة، التي تواجه
إستخدام الصحف للألوان وفرزها.

ج- وجود العديد من الصحف المحلية (مثل صحف المحافظات) والتي تغطي مساحات محلية
محدودة وهذا ما زاد من قدرة ممارسي العلاقات العامة على الوصول إلى المتلقين المحليين.

58- (سلطان، مرجع سابق، ص 207 - 208).

- إلى جانب المزايا السابقة للصحف فإن هناك مجموعة من العيوب أهمها:-

أ- العمر القصير: فالصحف عادة لا يتم الإحتفاظ بها في المنزل لفترات طويلة جداً فإن فرص تعرض

ب-الفرد لمحتوياتها للعديد من المرات تقل مع إستخدام قناة الصحف، ومما يخفض من هذا العيب أن معظم قنوات الاتصال الأخرى تشترك مع الصحف فيه بإستثناء المجلات.

ج-مشاكل الطباعة: نظراً لأن الصحف عادة ما يتم طبعتها على ورق يتشرب الأحبار فإن هنالك بعض المشاكل الفنية في صورة الطباعة، فضلاً عن أن معظم الصحف يتم إصدارها على أساس يومي فإن الوقت المتاح لعملية المراجعة والتدقيق يكون محدوداً مما يؤدي إلى وجود بعض الأخطاء فيها.

د-ومن عيوب الصحافة أنها لا تحظى بالصوت الإنساني مما يفقدها مصدر الفاعلية و الجاذبية.59(سلطان، مرجع سابق، ص 209 - 210).

ويستفيد القائم بالعلاقات العامة من هذا العرض الواسع بالصحف حيث يستطيع نشر رسالته التعريفية أو الدعائية أو الترويجية، التي يريد توصيلها إلى الجمهور المعني بها، وهنا عليه أن يصوغ تلك الرسالة بطريقة إخبارية مشوقة ووضحة لما يضمن وصولها وتحقيق الهدف منها.60(حجاب،2007، ص 498).

- المجلات (Magazine):

ويعتبر إختيار المجلة المناسبة لموضوع العلاقات العامة الذي نريد نشره ، من أهم النقاط في إستخدام هذه الوسيلة لأن كل مجلة لها جمهورها ، بالإضافة إلى الموعد الذي تصدر فيه ، وإرتباط كل من هذين العنصرين بجمهور المنشأة والتوقيت المناسب لعرض الفكرة او الرسالة المراد توصيلها إلى الجمهور . 61-(المصري،2001، ص44) .

سمات المجلة :

1-تهدف إلى تحقيق أهداف إدارات العلاقات العامة.

2-تعتبر من أكثر وسائل الاتصال في العلاقات العامة إنتشاراً.

3-توزع في الغالب مجاناً.

عيوب المجلات :

1-يرى البعض أن ثمنها قد يكون عقبة أمام بعض الفئات محدودي الدخل في سبيل إقتنائها والإنتفاع بمضمونها .

2-المجلات العامة التي تنشر على مستوى الدولة قد تصعب على ممارسي العلاقات العامة مهمة الوصول إلى جمهور معين.

3- يتطلب استخدام المجالات في مجال الإعلان نفقات مالية عالية نظراً لإرتفاع أسعار الإعلانات في المجالات وخاصة الإعلانات الملونة مما يصعب على المشروعات الصغيرة مهمة استخدامها إعلانياً نظراً لعدم توفر الموارد البشرية. 62- (الجريدة، 2013، ص 289).

- الكتاب (Book):

هو عدد من الصفحات المطبوعة داخل غلاف في موضوع واحد أو عدة موضوعات تنتمي لفرع واحد من فروع التخصص ويقوم بنقل المعلومات والأفكار والآراء لنشرها والتأثير في اتجاهات الجمهور.

فقد ظل الكتاب أحد وسائل الثقافة وأهمها رغم ظهور الوسائل السمعية والبصرية وغيرها حيث تتمتع بعمق التناول ودقة التأثير.

وتطور الكتاب حتى ظهر حالياً ما يسمى (بالكتاب الإلكتروني) (مشغل الأسطوانة المدمجة). بعض المنظمات بالمساهمة في طباعة الكتب وإنشاء المكتبات كنوع من الإلتزام بالمسؤولية الإجتماعية تجاه المجتمع. 63- (حجاب، القاهرة، ص 361).

يتميز الكتاب بما يلي:-

1- سهولة الإستعمال: انه عبارة عن جسم متواز السطوح، صلب أو شبه صلب وذو حجم محدود، قابل للإستعمال والنقل دون جهد كبير وسهل التخزين.

2- المتانة والإستمرارية، لىتميز عن الجريدة والمجلة، مثلاً.

3- الإنتاج بالجملة والسعر المعقول نسبياً.

وأما فيما يخص عيوب الكتب كوسيلة أتصال، فمنها أن مضمونها ثابت وغير قادر على مسابرة التغيرات، ومن الصعب التداول والحركة والحفظ من أثار الإستعمال المتكرر والتأثيرات المناخية المختلفة، كما أنه وبخلاف الوسائل السمعية البصرية وعلى غرار كل الوسائل المطبوعة لا تصل رسائله إلى الجمهور الأمي الذين لا يقرأون. 64- (دنيو، 2003، ص 117، 122).

2- وسائل الاتصال السمعية :

الإذاعة (Broad Cast):

تُعد الإذاعة من اصلى الوسائل للإستهواء والإيحاء ووسيلة سريعة للنشر والسبق، وتساهم الإذاعة بإنتشارها السريع الواسع في تكوين قدر من وحدة الفكر والذوق والإهتمام بالقضايا العامة ، وإلتفاف الشعب نحو موضوع معين أو رأي خاص أو مشكلة.65-(البكري، 2014، ص158).

- وتعود أسباب جماهيرية الراديو إلى :-

أ. إنتشاره الواسع بسبب إنخفاض سعره.

ب. إتساع نطاق الإرسال الإذاعي مقارنة بالإرسال التلفزيوني .

ج. يستطيع الإنسان أن يصغى للراديو وهو يعمل أي شئ آخر .

د. تعدد برامجه ما بين الثقافة والعلم والموسيقى والغناء.66- (عليان- الطوباسي، ص200).

- عيوب الإذاعة:

أ- البرنامج قد لا يشد المستمع إليه ويعتبر عديم الفائدة .

ب - حدوث تداخل صوتي خارجي يفسد الإستماع .

ت- هناك عيب في طبيعة الوسيلة ذاتها : الراديو يلزم المستمع بتحديد وقته ويجبره على ذلك.

كثراً ما تفوت فرصة سماع برنامج معين على المستمعين في حالة الإنشغال وبالتالي ،

صعوبة سماعه مرة أخرى، ذلك لأن الإذاعة بطبيعتها وسيلة زمانية تتعلق بالوقت وصفحاتها

وسطورها هي الساعات والدقائق.67-(عبد الفتاح، 2007، ص172) .

3- وسائل الاتصال السمعية البصرية :

التلفزيون (Television):

يعرف النظام التلفزيوني من الناحية العملية بأنه طريقة إرسال وإستقبال الصورة المرئية المتحدثة

والصوت المصاحب لها عن طريق موجات كهرومغناطيسية والكابلات " الألياف البصرية " والأقمار

الصناعية محطاتها الأرضية في حالة البث كبير المسافة. 68-(هارون، مرجع سابق، ص 207).

مزايا التلفزيون كوسيلة اتصالية :

أ- سعة الانتشار:

لا يزال التلفزيون حالياً محافظاً على المركز الأول بين وسائل الاعلام في الانتشار بين الناس.

ب - القدرة على التحديث والمتابعة :-

إنفرد التلفزيون بين وسائل الإعلام في المجال الإخباري بالقدرة على المتابعة وتحديث المعلومات والصور من واقع الأحداث أولاً بأول.69-(حجاب، مرجع سابق، ص233- 234).

انه وسيلة تجمع بين الكلمة والصورة بالإضافة إلى عنصر الحركة مما جعله أداة لها جاذبيتها النفسية، والعاطفية، وأداة لها القدرة على تخطي الكثير من الحواجز الزمانية والمكانية.70-(هارون، مرجع سابق، ص 261).

عيوب التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري:

أ- الظروف المناخية قد تحد من عملية البث وتؤدي إلى تشويش الصوت والصورة .

ب-المحطات التلفزيونية تحتاج الى تقنية فنية عالية الجودة ومكلفة وعاملين وفنيين ومدربين.

ج- يؤدي الي ضعف مستوي البرامجويقتلجمع المشاهدين في الفترة التي تصدح بها هذه البرامج مما يؤدي الي وصول الرسالة الي عدد اقل بكثير من العدد المتوقع.71-(الجريدة، مرجع سابق، ص296).

د- انه يفترق الي رجع الصدي فهو رغم انه وسيلة اتصال جماهيرية لايمكن قياس اثر برامجه التي يبثها بسهولة وبطريقة فورية وسريعة بعكس الاتصال الشخصي او الجماعي ،وهي مشكلة تتعلق بوسائل الاتصال الجماهيري عامة .

هـ-يري البعض ان التليفزيون ساعد علي التفكك الاسري ،فالاسرة تقضي ساعات طويلة امام شاشته لايكلم بعضها البعض .72-(اسماعيل ، 2003 ، ص 182-184)

و- تستفيد العلاقات العامة من البرامج والمسابقات في تقديم العديد من الرسائل الاتصالية الخاصة بالمؤسسة، إلا أن التلفزيون يبقى باهظ النفقات ولايمكن إستخدامه إلا بالنسبة للمؤسسة الكبيرة التي بإمكانها الإنفاق المالي على برامج العلاقات العامة.73-(أوندي ، مرجع سابق، ص12- 13).

4-الدوائر التلفزيونية المغلقة (Closed Circuit television):

هي عبارة عن إرسال خاص مستقل عن الإرسال المركزي توجه فيه الكاميرات إلى القوائم بالاتصال سواء كان محاضراً في ندوة، أو مهندساً يشرح طريقة عمل آلة. توصيل الكاميرات إلى أجهزة الاستقبال التي توضع في قاعات الاجتماعات أو في أماكن ملائمة أخرى بحيث يستلم الحاضرون في الأماكن الأخرى الإرسال في الوقت نفسه وبنفس درجة الوضوح كما لو كانوا مشاركين في المحاضرة أو الندوة. يمكن لممارس العلاقات العامة استخدام الدوائر التلفزيونية المغلقة لمراقبة السلوك الاتصالي للجماعات والتعرف على قادة الرأي وملاحظة ردود أفعال الجمهور الداخلي خلال عملية الاتصال، فضلاً عن التعرف على معوقات الاتصال بالجمهور الداخلي ، أو معوقات سير العملية الإنتاجية داخل المنظمة.74- (سلطان، 2011، ص163-164).

5- السينما (Cinema):

هي ما نحاول أن نؤصل للأبعاد الاتصالية لها بإعتبارها من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية وأبرز الوسائل التي دعمت نشر ثقافة الاتصال والتلقي البصري، فنعرض الفكرة التي تقوم عليها السينما ولتاريخها وسماتها الاتصالية والمكونات والمراحل التي يقوم عليها إنتاج الفيلم السينمائي وابرز التطورات الحديثة التي تنتظر مستقبل الوسيلة السينمائية . يعرف الفيلم السينمائي بأنه عبارة عن سلسلة من الصور المتوالية الثابتة، عن موضوع، أو مشكلة أو ظاهرة معينة، مطبوعة على شريط ملفوف على بكرة ، تتراوح مدة عرضه من (10) دقائق إلى ساعتين ، حسب موضوعه والظروف التي تحيط به. 75- (محمد ، 2009، ص 85-86) .

ومن مزايا السينما :

أ- وسيلة متخصصة: تعرض نوعية واحدة من الموضوعات، وهي الفيلم السينمائي . تستخدم وتوظف كثير من المؤثرات من حركة ولون ومؤثرات صوتية وغير صوتية وديكور ومكياج وملابس ، وكل هذه المؤثرات يساعدها على توصيل الرسالة وإبراز فطرة الفيلم والتأثير على المشاهد .

ب- ظروف مشاهدة : من إضلام للقاعة ، و وجود أعداد كبيرة من المشاهدين، تستحوذ على إهتمام المشاهد وتساعد على تركيز إهتمامه على ما يعرض.

6- المسرح (Stage):

يعد المسرح وسيلة جماهيري ، وهو نمط من الاتصال المباشر ، وأقرب منه إلى الاتصال المواجهي ، عرفه "الإغريق" حوالي سنة 490 قبل الميلاد كفن يقدم في الهواء الطلق من خلال مسارح كبيرة ، وقد غلب عليه الطابع الديني ، قبل أن يقوم المسرح بترويج أفكار الثورات الإصلاحية في القرون المتقدمة.76-(مراد، 2011 ، ص 205) .

وقد أطلق على المسرح مصطلح ابو الفنون لانه يتضمن كافة أنواع الفنون التمثيلية والتأثيرية على الجمهور، ولا يوجد فيه مونتاج.

وهناك رأي آخر عن المسرح : فقد يعتبر البعض بأن المسرح وسيلة اتصال جماهيري، بينما يعتبره البعض في مجال الاتصال المباشر.77-(عامر ، 2011 ، ص170).

ومن مزايا المسرح :-

أ- إنه قريب جداً من الاتصال المواجهي، بل أن البعض يعتبره اتصالاً مواجهياً بالفعل، ولذلك تتيح هذه المواجهة قدراً كبيراً من التعرف على رد الفعل، كما تتيح قدراً من المشاركة بين الممثل والجمهور .

ب- يستطيع المسرح أن يتناول الموضوعات ذات الفكر العالي، والموضوعات الجديدة التي تعرض للاتجاهات والتيارات العالمية الحديثة وأن يثير اهتمام الجمهور بها.

ت- أنه الوسيلة الجماهيرية الوحيدة التي تستطيع أن تتعرف على رد فعل الجمهور في طريقة أقرب إلى الاتصال المباشر، من خلال إنفعالات الجمهور وتفاعله مع العرض المسرحي.78-(مراد، مرجع سابق، ص206).

7- الإعلان (Advertis):

الإعلان هو نشر المعلومات والبيانات عن السلع أو الخدمات أو الأفكار أو المؤسسات أو غيرها بقصد بيعها أو المساعدة في بيعها أو تقبلها عن طريق استخدام وسائل الإعلام المختلفة نظير دفع مقابل. 79- (حجاب - وهي، القاهرة، ص83).

تستخدم العلاقات العامة الإعلان كوسيلة اتصالية بحيث يحقق الإعلان للعلاقات العامة بعض أهدافها ويرى (ريموند سيمون RaymondSimon) بأن استخدام الإعلان كوسيلة إتصالية في عملية العلاقات العامة ليس لبيع منتجات المؤسسة ولكن لتحقيق فهم للمؤسسة، ومثل هذا الإعلان يسمى عادة خدمة عامة (PublicService) أو إعلان مؤسسي، قد يتم منفرداً أو مرافقاً للإعلان عن السلعة ، ويتم استخدام حملات العلاقات العامة لتسويق المنظمة ، أو لتوضيح أوجه محددة من أنشطتها، أولتوصيل رسائل خاصة تهدف إلى فهم وأضح من قبل الجمهور. 80- (بو اصبع ، 1998، ص 148).

ويمكن للعلاقات العامة ان تستخدم الإعلام لتحقيق أهدافها وقد حدد (كتليب وسنتر) استخدامات الإعلانات في العلاقات العامة ومن بينها ما يلي :

- أ- العلاقات المجتمعية : إنتاج المصانع وتوسعات في مصانع للمناسبات السنوية للشركة والميزانيات السنوية وترويج الأنشطة المجتمعية مثل حملات السلامة .
- ب-العلاقات العملية : ويشمل ذلك دور الشركات في النزاعات العملية .
- ج- تقاعد المستخدمين .
- د- الترويج للمسابقات في مجال الفن والمقالة والمنح الدراسية .
- هـ- الإحتفال بالمعاهد والمؤسسات المحلية . 81- (السري ، 2010، ص294) .

8- البريد (Mail):

تقوم إدارة العلاقات العامة باستخدام البريد للاتصال بالجمهور وإيصال المعلومات ،البطاقات، الكتيبات والنشرات ، وذلك عن طريق إرسال الرسائل الخاصة ، إليه ويتم ذلك عادة أما بطريقة الاستبيانات وغيره من المنشورات الدعائية والإعلامية و يتم إرسال هذه المطبوعات بصفة دورية

أوعند الحاجة الشخصية ، حاملة اسم أو لقب الشخص المرسله إليه حتى يكون لها أثر طيب في نفوس المشتركين ، ولإنجاح هذه الوسيلة فإن على إدارة العلاقات العامة أن تنظم قوائم بأسماء وعناوين الأشخاص الذين تود الاتصال بهم ومن مزايا إستخدامه:

أ- توفير ونقل المعلومات إليهوسهولة تحديد نوع الجمهور الذي تود الاتصال به.

ب- الحرية في اختيار هذا النوع وعدد الأفراد الذين سيتم الاتصال بهم...الخ.

ج- مستوى قلة التكاليف وخاصة على الرسائل المحلية وذلك مقارنة مع تكاليف الوسائل الأخرى.

يساعد إدارة العلاقات العامة على تحديد الوقت المناسب للاتصال بالجمهور وتحقق هذه الطريقة الهدف الذي تستخدم من أجله، لابد أن تصدر تلك المطبوعات بلغة كما يجب أن تكون واضحة وسهلة ومصممة بطريقة جذابة وتعبر تعبيراً صادقاً عن سياسات المنظمة.82- (عساف-صالح، اسس العلاقات العامة، ص102).

9- الفيديو (Video) :

لقد إتسع إستخدام أجهزة الفيديو ضمن وسائلالاتصال المرئية والسمعية معاً وتقوم المنشآت الكبيرة بإمداد إدارات العلاقات العامة وأجهزة الفيديو لتسجيل وتصوير كبارالمديرين والجمعيات العمومية، الحفلات والمناسبات واجتماعات مجالس الإدارة ، وإعادة إذاعتها أو عرضها لإستخلاص النتائج والآراء التي عرضت فيها.83- (خضر، 1998م، ص 153) .

10- وسائل الاتصال الشخصي (غير المباشرة) الإلكترونية :-

وتتكون من مجموعة عديدة من القنوات منها : الهاتف ، التلغراف ، الفاكسميل ، الدوائر التلفزيونية المغلقة ، الانترنت ، التليتكس ، البريد الإلكتروني... الخ .

1- التلكس (Telex) :

هو عبارة عن جهاز قريب الشبه بالآلة الكاتبة يقوم بمهمة الإرسال والإستقبال.

ومن مميزاتة الفنية : قيام المرسل بإدارة رقم معين (كود) للحصول على خط اتصال، فإذا أعطى إشارة السماح يبدأ في كتابة رسالته التي تستقبل أوتوماتيكياً على التيلكس المستقبل في الجهة المستقبلة.

ومن عيوبه : يؤخذ على التيلكس، عدم قدرته على نقل النصوص والوثائق والمعلومات المصورة، ولعلاج هذا القصور إبتكر جهاز الفاكسيميلي.84- (سلطان، 211، ص162).

2- التليتكس (تبادل النصوص عن بعد) (Teletex) :

يعد نظام تبادل النصوص عن بعد أو ما يسمى بالتليتكس حالة متقدمة على نظام المبرقة أو التيلكس وتطويراً لها. حيث أن التليتكس يجمع بين عمل التيلكس الإعتيادي وعمل نظام معالجة النصوص (word pocessin) الذي يعمل بواسطة الآلة الكاتبة الإلكترونية والشاشة المرئية المثبتة فيها، مع وجود إمكانية لخرن المعلومات المطبوعة. وبذلك يمكن اعداد نص كامل من المعلومات بواسطة الآلة الكاتبة، ثم قراءته على الشاشة وتعديله قبل ارساله إلى المستقبل أو الجهات المعنية في اي وقت لاحق ، هذا يعني أن تبادل الرسائل والمعلومات يكون إلكترونياً من وحدة ذاكرة (Memory) إلى وحدة ذاكرة ثانية أو أكثر وعبر شبكة الاتصالات.

ومن مميزاتة :-

- أ- سرعة تناقل المعلومات والتراسل.
- ب- يكون إرسال المعلومات في نظام التيلكس بشكل صفحة كاملة.
- ت- يمكن ارسال الرسالة أو النص المطلوب إلى عدة محطات أو مستفيدين من نظام التليتكس في وقت واحد. 85- (عليان - الطوباسي، 2005 ، ص 111-112).

3- الهاتف المحمول (Mobile) :

هو جهاز اتصال صغير الحجم، مرتبط بشبكة للاتصالات اللاسلكية ويسمح ببث وإستقبال الرسائل الصوتية والنصية عن بعد وبسرعة فائقة.

وقد أتاح الهاتف المحمول كأداة إعلامية جديدة من الأشكال الجديدة في نقل المعلومات بين الأفراد والجمهور أي أن إستخدام الهاتف المحمول في مجال التواصل مع الجمهور أصبح أكثر من

عادي مما يفسر سرعة إنتشاره كوسيلة إعلام غير مرتبطة بزمان أو مكان وهذا ما فرض على العلاقات العامة التواصل مع جمهورها عبر هذه الوسيلة المتجددة والحية.

مزايا الهاتف المحمول :

- أ- الاتصال بالآخرين و رؤيتهم.
- ب- يمكن إرسال الرسالة القصيرة لأي شخص .
- ج- التسلية والترفيه.

عيوب الهاتف المحمول :

- أ- هدر الوقت وضياعه فيما لا فائدة منه.
- ب- إيذاء الآخرين والاتصال في أوقات غير مناسبة.
- ت- المضار الصحية والإجتماعية.86- (اوندي، 2013، ص15-16).

4- الفاكسيميلي: (الفاكس الهاتفية) (Facsmili):

الفاكسيميلي أو الفاكس عبارة عن جهاز يقوم ببث الرسائل والنصوص والصور والوثائق المكتوبة عبر خطوط الهاتف العادي، ولهذا فهو يشبه آلة التصوير الصغيرة ، غير انها مزودة بهاتف أو متصلة به، ولإرسال الوثيقة أو الرسالة بالفاكس، ما على المرسل إلا أن يضعه في الجهاز، ثم يدير رقم هاتف جهاز فاكس المرسل إليه، وبمجرد أن يفتح الخط أو يتم الاتصال تتحرك الأداة الفاحصة الالكترونية في جهاز الإرسال وتحول الصفحة المرسله إلى مجموعة من الإشارات الكهربائية الرقمية التي تنتقل عبر خط الهاتف إلى جهاز فاكس المستقبل الذي يعيد الإشارات الكهربائية الرقمية مرة أخرى إلى صورة من الوثيقة الأصلية ثم يطبع نسخة طبق الأصل منها.

ويمكن تحديد أهم مميزات الفاكس على النحو التالي:-

- 1- أجهزة الفاكس سهلة الإستخدام ولا تحتاج إلى خبرة أو فني متخصص.
- 2- لا يحتاج إلى متطلبات كثيرة، فخطوط الهاتف متوفرة في كل مكان.
- 3- مناسب جداً لنقل الوثائق والرسائل المالية والقانونية وكافة المطبوعات.

عيوب الفاكس :

- أ- عدم توفر جهاز الفاكس عند المستقبل أحيانا.
- ب- إنشغال الرقم المطلوب قد يؤدي إلى فوات الفرصة وبالتالي الاتصال.
- ج- عدم قدرة المرسل على صياغة الرسالة بالطريقة الرسمية المناسبة.
- د- الإكثار من استخدام الفاكس في الأمور غير الضرورية. 87- (عليان-مرجع سابق، ص 117).

5- الأقمار الصناعية (Sattelites) :

يعرف بأنه مركبة فضائية تدور حول الكرة الأرضية، لها أجهزة لنقل إشارات الراديو والبرق والهاتف والتلفزيون وترسل محطات على سطح الأرض (المحطات الأرضية) الإشارات إلى القمر الصناعي الذي يبث الإشارات بعد ذلك إلى محطات أرضية أخرى.

وتعد الأقمار الصناعية وسيلة إتصال فضائية متقدمة تتميز عن غيرها من وسائل الاتصال (السلكية واللاسلكية).

مميزات الأقمار الصناعية :

- 1- قدرتها على نقل المعلومات وتوفير الترابط على المستوى العالمي بكفاءة عالية.
- 2- توفير الوصول المتزامن (في نفس الوقت) من وإلى العديد من النقاط الموزعة في دول العالم.
- 3- إمكانية بناء شبكات إقليمية للاتصالات والمعلومات أو توسيعها أو إعادة بناء هيكلها سواء كانت هذه الشبكات وأسعة أو محددة. 88- (عليان - الطوباسي، مرجع سابق، ص 123).

6- الإنترنت (Entertnet) :

تمثل شبكة الإنترنت واحدة من أحدث الوسائل الإعلامية في بث ونشر معلومات لا حصر لها إلى جمهور كبير نسبياً، حيث يتكون الإنترنت من عدد كبير من شبكات الحاسب المترابطة والمتناثرة في أنحاء العالم: فهو عبارة عن مجموعة ضخمة من شبكات الاتصال المرتبطة ببعضها البعض وتربط أجهزة الكمبيوتر عبر الخط الهاتفي . وعبر جهاز الحاسب الآلي يستطيع المستخدم أن يرسل ما يشاء من معلومات ويستقبل ما يريد.

مزايا الانترنت :-

- أ- الرسالة عبر الانترنت غير مكلفة مقارنة بالوسائل الأخرى.
- ب- معرفة الأخبار في جميع انحاء العالم وقت حدوثها بالصوت والصورة.
- ج- التأكيد فعلاً أن من شاهد الرسالة هو من نبحت عنه.

ضعف الإعلان على الانترنت :-

- أ- عدم وجود أهداف واضحة من الاعلان على الانترنت.
- ب- عدم تحديد الجمهور المستهدف بدقة.
- ج- الامية التقنية التي تعاني منها بعض الدول.

وهو وسيلة مهمة يجب على العلاقات العامة أن تعد رسالتها على الشبكة بعناية فائقة كما يجب أن يحدد مضمونها وهدفها بشكل دقيق وأن تكون الرسالة مختصرة، سهلة، بسيطة وشاملة.

7- البريد الإلكتروني (Electronic Mail) :

هو الجهاز أو المحطة المستخدمة في دوائر البريد بطريقة الإستتساخ الالكتروني (طبق الأصل) والإرسال عبر الخطوط الهاتفية للنبضات الرقمية (Digital pulse) ملائمة للنقل الهاتفي، ثم تقوم المحطة الثانية المستعملة بالتحويل العكسي للإرشادات التشابهيية إلى النبضات الرقمية التي تتحول إلى معلومات وثائقية في الجانب الآخر. 89- (أوندي ، مرجع سابق ، ص 14-15).

يتميز البريد الألكتروني عن الهاتف والفاكس في أنه لا داعي لإستعداد جهاز الشخص المطلوب الإتصال به للإستقبال فبغض النظر عما كان جهازك في حالة اتصال مع الشبكة أم لا، فإن جميع المراسلات التي تصل أثناء فترات، لا تكون في حالة إتصال مع الشبكة، ستتجمع في صندوقك في وحدة تخزين الجهازالذي يقدم خدمة البريد الالكتروني للمشاركين والتي تعمل على مدار الساعة.

8- الفيسبوك: (Facebook)

عرف شري "كنكوف كيونت" (Sherry kinkoph gunter) الباحث في مجال مواقع التواصل الإجتماعي الفيس بوك بأنه واحد من مواقع الشبكات الإجتماعية، يمثل مجتمع دولي على الإنترنت وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم من خلال تبادل الصور وأشربة الفيديو وغيرها من المعلومات والإتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرهم ويربط الافراد داخل المدن والمناطق، العمل، المنزل، الدراسة أو أي مكان آخر.

أهم ما يميز الفيس بوك Facebook كوسيلة إعلانية مايلي:-

- 1- الوصول إلى (1.10) مليار مستخدم على الفيسبوك .
- 2- إمكانية إستهداف مناطق جغرافية بعينها (اقليم - دول - قارة).
- التوزيع الديموغرافي هو تحديد عمر معين أوجنس معين كعمر ما بين (18-30) سنة أو تحديد الإناث والرجال معاً أو كلاً على حده حسب طبيعة الإعلان.90- (هيتي، 2015، ص89،94).
- 9- التلغراف (TElegraf) : ومن أبرز مميزاتة :
 - أ- يعد قناة فورية وسريعة للاتصال عن بعد .
 - ب- يعتمد على الأسلاك لإرسال الإشارات وإستقبالها بواسطة جهاز واحد أوعدة أجهزة.
 - ج- يمكن أن يكون لا سلكياً كما في حالة التلغراف السلكي .
 - د- يحتاج إلى مترجم لتحويل الإشارات لرموز لغوية.
 - هـ- تستخدم أجهزة آلية للإرسال والإستقبال تحول آليات الإشارة إلى حروف كتابية وتطبع مباشرة على الورق كما في أجهزة التكبير . 91- (سلطان، 2011، ص162) .

المبحث الثالث: أنشطة العلاقات العامة التوعوية

تُعد وسائل الإعلام من أهم الوسائل الاتصالية التي يستخدمها أخصائيو العلاقات العامة في مزاوله نشاطهم الذي يستهدف جماهير مختلفة، لذلك فإن استخدام وسائل الإعلام يستوجب فهم كبير خصائصها وأساليبها. 92-(ابو صبح، 1998، ص143).

أما العلاقات العامة كجهود علمية وعملية تتم عن طريق متخصصين في هذا المجال ، يمثلون القنوات الضرورية اللازمة للقيام بالأنشطة المتعددة للعلاقات العامة ، وإختصاصيو العلاقات العامة هم الذين يقومون بالاتصال الفعال لتحقيق أقصى قدر من الفهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة حيث تلعب العلاقات العامة دوراً جوهرياً في الوصول إلى الأهداف المحددة في كافة المستويات الإدارية، وذلك من خلال التركيز على رسائل فعالة ونقلها إلى الجمهور بواسطة وسائل أكثر ملائمة لتحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة.

الاتصال بوسائله المتعددة يعد نشاطاً إنسانياً وإجتماعياً يعمل في إطار النظم الإقتصادية والإجتماعية والسياسية والفكرية والتي يتأثر بها ويؤثر فيها ، ويقوم بمساعدتهم على مواجهة قضاياها وحل مشكلاتها، ويجمع الباحثون أن علينا أن نفهم المجتمع الذي حولنا لكي نفهم الوسائل الاتصالية التي تعمل فيه فهماً صحيحاً ، وهناك الكثير من الوسائل الاتصالية المتنوعة التي تستطيع العلاقات العامة إستخدامها، بما يحقق أهدافها التي حددتها في مرحلة التخطيط لأنشطتها وبرامجها المختلفة. 93(مصطفى، 2009، ص243- 245).

يعتبر تحديد وسيلة الاتصال التي تستخدم في المنظمة من الأمور المهمة في نشاط العلاقات العامة حيث يتطلب تحديد أكثر الوسائل فاعلية واقتصاداً للاتصال بالجماهير لنقل وسائل محددة بما يناسب طبيعة الحملة الاعلامية وأهدافها . 94-(جرادات، مرجع سابق، ص118).

كما أن اخصائيو العلاقات العامة يمكن ان يستخدموا أشكالاً من الاتصال المباشر مثل :

1. الندوات و المؤتمرات .
2. المحاضرات والخطابات .
3. المعارض والاسواق التجارية .

4. الرحلات والزيارات .

وأيضاً يستخدم أخصائيو العلاقات العامة طرقاً أخرى غير مباشرة لتعزيز صورة مؤسساتهم وذلك مثل :

1. التبرعات .

2. رصد الجوائز .

3. المشاركة في الأنشطة الإجتماعية والبيئية .

4. تمويل البرامج والبحوث .

5. الحفلات الفنية .

خصائص بعض وسائل الاتصال وأساليب إستخدامها . 95-(ابو اصبح ، مرجع سابق،ص 142).

أشكال الاتصال المباشر:

(1) الإجتماعات:

هي لقاءات بين عدد من الأفراد لبحث مشكلة معينة أو لنقل وجهة نظر محدودة أو لإتخاذ قراراً معيناً، وقد تعقد هذه اللقاءات بين الجمهور الداخلي للمنظمة (للمنتسبين بعضهم البعض) أو بين المنتسبين والعملاء أو الموزعين أو المساهمين . 96-(سلطان، ٢٠١١، ص ١٧٣) .

تتميز الإجتماعات بالآتي:

أ- تبادل الآراء والمعلومات بين الأعضاء مما يؤدي إلى الاستفادة من الجهد والتفكير الجماعي.

ب- تساعد على الوصول إلى قرارات.

ج- تساعد على بث الروح الجماعية والدافع لخدمة المنظمة بما يوفر الفرص بإشعار الأعضاء بقيمتهم وأهميتهم وكذلك بمسؤولياتهم الجماعية فيما يتخذونه من قرارات.

لذلك فقد إهتم خبراء العلاقات العامة بها فهي تتيح الفرصة للعاملين لدراسة إتجاهاتهم وآرائهم ومعرفة مشكلاتهم ومقترحاتهم وذلك حتى يتثنى لهم رسم سياساتها على أسس واقعية وهي تعمل بكافة أشكالها على الوصول إلى قرارات معينة بالنسبة للمشاكل وإسلوب لتوصيل المعلومات والبيانات والخبرات بين الأفراد على إختلاف مستوياتهم الإدارية. 97-(البحري، 2001 ص ١٦٩).

11- تقوم إدارة العلاقات العامة في هذا المجال بمسؤولية رئيسة تتمثل فيما يلي :

- 1- التحضير لهذه الإجتماعات وذلك بتوفير المكان الملائم سوا من حيث المساحة، الإنارة، أو بعض التجهيزات الأساسية كالهواتف والمايكروفونات والساعات والخدمات الأخرى.
- 2- الاتصال بالأشخاص المعنيين، وتوجيه الدعوة لهم قبل موعد الإجتماع بوقت كاف على أن تشمل الدعوة، بياناً عن مكان الإجتماع ومواعيده ، وجدول أعماله ، وغير ذلك مما تراه إدارة العلاقات العامة مناسباً لإنجاح الإجتماع ، وإعطاء صورة جميلة عن المؤسسة المعنية. 98-(محمد عساف وآخرون، مرجع سابق، ص100). وهناك بعض الشروط التي يجب مراعاتها عند عقد الإجتماعات .

- شروط عقد وتنظيم الإجتماعات :

- 1- ضرورة قيام رئيس الإجتماع والسكرتير بتحديد الموضوعات التي سوف تعرض في الإجتماع وهو ما يعرف بعملية إعداد جدول الأعمال . ويراعي فيها الآتي :
 - أ- إختيار الموضوعات ذات الاهمية الخاصة للأعضاء وتلك التي تستدعي ضرورة بحثها لأهميتها للمؤسسة او الهيئة .
 - ب- تحديد الموضوعات بما يتناسب والوقت المخصص للإجتماع .
 - ج- ترتيب الموضوعات ترتيباً موضوعياً خاصة في حالة ترابطها .
- 2- دراسة الموضوعات التي ستعرض للمناقشة وإعداد البيانات والمعلومات والإحصائيات اللازمة لها حتى يسهل مناقشتها وإتخاذ قرارات بشأنها .
- 3- تحديد عدد الأعضاء الذين سوف يشتركون في الإجتماع مع تحديد الموعد والتاريخ .
- 4- توجيه الدعوة للإعضاء قبل عقد الإجتماع ويفضل أن يرفق جدول الأعمال والموضوعات التي ستثار في الإجتماع لدراستها وإمكان مناقشتها .
- 5- منع تحول الإجتماع إلي حوارات جانبية بين بعض المجموعات ومنع التعليقات التي قد تحول الحوار إلي موضوعات شخصية حتى يتم التركيز علي القضايا وليس الأفراد . 99-(عبدالمنعم، مرجع سابق، ص 170)

(2) المحاضرات:

هي من وسائل الاتصال الجمعي التي تستخدم لنقل قدر كبير من المعلومات لإعداد كبيرة من الجماهير في وقت محدد وهي تختلف عن الندوة في إنها لا تسمح بمشاركة الجمهور إلا إذا سمح المحاضر بذلك ، أما الندوة فيكون عدد الأشخاص بين إثنين إلي خمسة أفراد فيما يقوم بالمحاضرة شخص واحد . 100- (مصطفى، 2009 ، ص 245) .

مزايا المحاضرة:

- أ- تدفع المحاضرين إلى الإطلاع على موضوع المحاضرة، إذ ما قدرت بطريقة مناسبة ونجحت في إستثارة إنتباه الجمهور لموضوعها.
 - ب - تدور حول موضوع له أهمية بالجمهور .
 - ج- تصلح عندما يكون عدد الجمهور كبيراً، ولهذا تعد قناة رخيصة لأنه يمكن دعوة عدد كبير للاستماع لمحاضر واحد.
 - د- تسمح بتقديم كمية كبيرة من المعلومات بطريقة منطقية ومنتظمة ومترابطة وفي وقت قصير .
- 101- (سلطان، مرجع سابق، ص 190) .

عيوب المحاضرة:

- أ- لا تتيح الفرصة لتوجيه أي عناية فردية لكثرة عدد الحاضرين.
 - ب- من الصعب فيها التعرف على مدى استيعاب المستقبليين.
 - ج- صعوبة الاحتفاظ بتركيز الجمهور على كلام المحاضر .
 - د- عدم إتاحتها الفرصة لمشاركة الجمهور في المحاضرة إلا في الحدود التي يسمح بها المحاضر .
- 102- (عجوة، 1980، ص 76) .

- وهناك ضوابط ينبغي لخبير العلاقات العامة ان يراعيها بالنسبة للمحاضرة أهمها :

- أ- أن تكون مادة المحاضرة عبارة عن معلومات صحيحة وحديثة وصادقة وكافية ومنظمة ومترابطة ومتصلة بالموضوع الرئيس .

ب- أن يتسم في عرضه بالتسلسل وان يشرح كل فكرة بعناية ويدعم شرحه بأمثلة من واقع المستمعين ، مع العناية بوضوح الصوت بحيث يكون مسموعا للجميع مع تجنب الإكثار من الإشارات والحركات أثناء المحاضرة .

ت- يجب أن يتسم اسلوب المحاضرة بالبساطة والبعد عن التكرار وإستخدام الكلمات المألوفة وتجنب الكلمات البراقة . 103- (عبدالمعمر، مرجع سابق، ص112).

(3) الندوات :

تعد الندوات أحد قنوات الاتصال الجمعي التي تستخدمها العلاقات العامة لتحقيق الاتصال بين القيادات الإدارية والخبراء وبين العاملين من أجل النقاش حول الموضوعات التي تطرح للبحث والدراسة وتحاول الوصول إلى قرارات بشأنها.

تستخدم الندوات لتحقيق ثقة العاملين بالإدارة التي توضح لهم نشاط المنظمة والانجازات التي تمت أو لشرح القوانين والإتجاهات الجديدة لرفع مستوى الوعي للعاملين ومناقشة الأمور بصراحة ووضوح للوصول لحلول لها . 104- (سلطان، مرجع سابق، ص 187).

تتميز الندوة كقناة اتصالية بالاتي :-

- أ- تتيح الفرصة للنقاش بين الجمهور والخبراء بتلقائية مما يجعل الاتصال يسير في إتجاهين.
- ب- تتيح الفرصة للإستماع لآراء أكثر من خبير أو متخصص وتتنوع الآراء وتتعدد بتعدد المتحدثين.
- ج - تتميز بقدرتها على التأثير ولا سيما إذا كان موضوعاً غير مفهوم لأغلب الحاضرين. 105- (الشامي، 2003، ص 100).

ورغم هذه المزايا فالندوة لها عيوب أهمها:

- أ- الخروج بالمناقشة عن موضوع الندوة إلى موضوعات أخرى هامشية.
- ب- احتكار بعض الأفراد للمناقشة سواء من جانب المتحدثين أو الجمهور . 106- (البكري، مرجع سابق، ص 173).
- ج- احتكار المناقشة على بعض الأفراد.
- د- الخروج في المناقشة عن إطار الندوة و موضوعاتها إلى هامشية. 107- (عبد المعطي، 2005، ص 150).

وثمة ضوابط لا بد من مراعاتها من قبل المسؤولين في إدارة العلاقات العامة عن إقامة الندوة هي:

أ- أن يحسم إختيار الأفراد الذين يناقشون أمام الجمهور .

ب- أن تنظم موضوعات الندوة تنظيمًا دقيقاً .

ج - يتلزم مدير الندوة بمساعدة الجمهور و أعضاء الندوة بموضوع المناقشة. 108- (سلطان، مرجع سابق، ص ١٨٨).

كما أن هنالك إجراءات محددة تساعد على التخطيط لإقامة ندوات ناجحة هي:

1-مرحلة التخطيط :

أ- حيث يتم تحديد موضوع الندوة في إطار الأهداف المرجوة للمنشأة والجمهور على السواء وذلك

بتحديد الخبراء الذين يمثلون الزوايا المختلفة للموضوع .

ب- تحديد الجمهور .

ج- الاعلان عن الندوة ودعوة الخبراء .

د- إعداد سكرتارية لتسجيل الندوة . 109- (عبدالمعنى ، مرجع سابق،ص173).

2- مرحلة التنفيذ:

وفي هذه المرحلة يبدأ التنظيم للندوة بإفتتاحها في التوقيت المحدد بكلمة مختصرة للتعرف بموضوع

الندوة ،ثم يبدأ الخبراء بالترتيب بالقاء الضوء عن كل جانب من جوانب الموضوع، ثم يسمح للجمهور

بالإستفسار والمناقشات حتى يمكنهم الإلمام بجوانب الموضوع ، ويقوم مسئول الندوة في نهاية كل جزء

بتلخيص ما تم نقاشه بتلقي اسئلة الجمهور وتحديد الأشخاص المتحدثين ، والتأكد من تغطية الموضوع

من كافة جوانبه ، وفي نهاية المناقشة يقوم بتلخيصها بصورة توضح للجمهور الموقف من المشكلات

الرئيسية او الموضوعات التي ناقشتها .

3-مرحلة التقييم :

حيث يقوم مسئول الندوة بدراسة مدى نجاحها في تحقيق أهدافها من خلال ملاحظة سلوك الجمهور

ودور أفعاله أو عمل إستفتاء لمعرفة آرائهم أو يطلب من الجمهور كتابة تقرير عن رأيهم في الندوة وعما

إستفادوه منها . 110- (محمود، ٢٠٠٢، ص ١١٨) .

4- المؤتمرات :

المؤتمرات هي عبارة عن مناقشة وتبادل فكري بين أعضائه حول قضية معينة، أو موضوع أو مشكلة أو مشروع أو ظاهرة يهتمون بها مرتبطة بظروفهم بقصد التوصل إلى آراء أو توصيات أو قرارات مناسبة والعمل على الإلتزام بها. 111- (سلطان، مرجع سابق، ص192) .
وتعد المؤتمرات بصفة عامة من أهم أنشطة العلاقات العامة لكونها :

أ - تقدم فرصة كبيرة للتعريف بالمنظمة، لكونها تضم اعداداً كبيرة من الأفراد يأتون من أماكن مختلفة فضلاً عن قادة الرأي الذين يأتون بالتحدث إليها.

ب - تعد قناة مهمة لكونها تساعد على جذب إهتمام الرأي العام لموضوع معين أو مسألة محددة.

ج - تساهم في اقناع المسؤولين بما يتوصل إليه المؤتمر من توصيات.

د- تساهم المؤتمرات في تحقيق وحدة الفكر والرأي بين المهتمين بهذه الموضوعات وفي تحقيق

التعاون بينهم. 112- (الجوهري، 1959م، ص 189) .

هنالك جهود تنظيمية لا بد من توافرها ، يقوم بها ممارسوا العلاقات العامة على ثلاثة مستويات هي:

المستوى الأول: مرحلة الإعداد وفيها يجب تحديد الجوانب الآتية :

أ- تحديد أهداف المؤتمر وموضوعاته والبحوث والدراسات والتقارير المطلوب إعدادها .

ب-تحديد الأعضاء ودليل عمل اللجان ونظام الجلسات (صباحية - مسائية...الخ) .

ج-تحديد موعد المؤتمر ومكانه .

د- عمل اللاعلان اللازم عن المؤتمر وتوجيه الدعوات للأعضاء الذين سيشاركون فيه .

هـ-تشكيل لجنة تحضيرية للقيام بإعداد مستلزمات المؤتمر. 113-(سلطان ، مرجع سابق،ص195) .

المستوى الثاني: مرحلة إنعقاد المؤتمر :

أ- يبدأ المؤتمر في موعده بإجتماع عام يحضره كل الأعضاء تلقى فيه كلمة الإفتتاح لأحد كبار المسؤولين .

ب-يقوم الخبراء بالقاء البحوث والدراسات .

ج-تعقد اللجان المختصة التي يشكلها المؤتمر ، إجتماعاتها لمناقشة ما يخصها من الموضوعات .

د- تسلم كل لجنة مقترحها إلى لجنة التنسيق والصياغة .

ه- تعلن التوصيات في الجلسة الختامية للمؤتمر .

المستوى الثالث: مرحلة المتابعة :

أ- ويتولى فيها ممارسو العلاقات العامة إعداد مطبوعات المؤتمر ومحاضر الجلسات ومحاضر إجتماعات اللجان والتوصيات التي أصدرها المؤتمر .

ب- تتولى لجنة المتابعة المنبثقة عن المؤتمر ، متابعة تنفيذ التوصيات او القرارات التي اتخذت.114-
(الجوهري ، مرجع سابق، ص 201) .

5- الخطبة :

أ- تعد الخطب الرسمية من اسرع القنوات لنقل المعلومات الي الجماهير المنظمة داخليا وخارجيا في حالة وجود متحدثين مؤثرين .

ب- تحتاج الخطابة الي دراية ومران إلى جانب كونها موهبة .

ج- الخطيب المتمرس هو الذي يثير إنتباه السامع فلا يسير في أسلوبه على وتيرة واحدة في كل خطابة.

د- يجب ان يكون الخطيب متجددا في خطبه ، فلا يكرر نفسه ، حتى لا ينصرف عنه الجمهور وأن يدرس طبيعة جمهوره ، فيعرف ما يعجبه وما يكرهه .

ه- يفضل ان يدرّب ممارس العلاقات العامة نفسه على فن الخطابة كلما أمكن حتى يستطيع الإقناع والتبرير والدفاع في الإجتماعات التي يعقدها .

و- اثناء الخطبة لابد ان يكون الخطيب متمكناً بموضوعه ، ومستوعباً له، وأن لا يتلو خطبته من ورق

مكتوب ، لأن الخطبة المكتوبة تكون أقل تأثيراً من الخطبة المرتجلة ، ويلاحظ بصفة عامة أن

المستمعين يودون الإصغاء إلى حديث مرتجل عن الإصغاء إلى حديث مدون يتلى عليهم . 115-
(سلطان، مرجع سابق ،ص191).

إما الدور الذي لعبته الخطبة الدينية والخطبة السياسية في مجال الاعلام ومجال الدعاية في تاريخ

العرب الديني والسياسي فلا يقل في خطورته عن دور القصيدة الشعرية ما يكن أكبر منه ، والخطبة

منذ ظهور الإسلام هي الوسيلة الأولى من وسائل الإعلام التي إعتد عليها صاحب الدعوة - صلوات

الله وسلامه عليه- في نشر الدين الجديد وفي شرح المبادي التي نادى بها في الجزيرة العربية والحق

أن الخطبة كانت وستظل أداة خطيرة من أدوات الإعلام لا يمكن الإستغناء عنها أو زحزحتها عن مكانتها الكبيرة بين الوسائل الإعلامية. 116- (حمزة ، 1984، ص 64-66).

6- المناقشات:

المناقشة نشاط إجتماعي يأخذ طابع الحوار الكلامي المنظم الذي يدور حول مشكلة أو موضوع معين تشعر الجماعة بأهمية مناقشته وتمارس المناقشات في إجتماعات العمل وفي اللجان وفي كافة التجمعات بمختلف صورها ويتم في المناقشة تحديد الجوانب المختلفة للمشكلة، ثم يتم تحليلها ويشترك في المناقشة جميع أفراد الجماعة محاولين تبادل أكبر قدر من الحقائق والمعلومات خلال وقت محدد وفي نهايتها يمكن لكل فرد أن يكون قد إكتسب أفكاراً جديدة، ويحقق تجانس أفضل داخل الجماعة.

مميزاتها:

تُعتبر المناقشة الجماعية أحد الطرق التي تستعمل للكشف عن شعور الأفراد وتفكيرهم تجاه قضية سياسية معينة أو فكرة، سلعة، خدمة، برنامج من برامج العلاقات العامة أو غيرها من الموضوعات. وتتميز المناقشة بوجود اتصال بين مجموعة صغيرة من الناس ويشجع ذلك كل فرد في المجموعة للأداء بأرائه بصراحة كما تتيح الفرصة لطرق موضوعات جديدة من جميع الوجوه. وقد يوجه القائم بالعلاقات العامة سير المناقشة والوجهة التي تتفق وأهدافها تكون بينه وبين أفراد المجموعة وفي بعض الأوقات لا يوجهها بل يترك الحرية لأفراد المجموعة في مناقشة بعضهم بعضاً ولا يتدخل إلا في القليل النادر عندما تخرج المناقشة عن الموضوع المعني. 117- (البكري، 2013، ص 161-162).

7- المعارض:

المعرض طريقة أو وسيلة لعرض فكرة أو التعبير عنها ، ويتم ذلك بترتيب الأجسام وذلك لغير الحي منها، ترتيباً مقصوداً علي وفق خطة موضوعة . المعرض يشكل صورة مجسمة عن نشاط المنظمة ، بترتيب وتعليم الجمهور بدور المنظمة الاجتماعي والخدمات التي تؤديها في هذا المجال . 118- (سلطان، مرجع سابق، ص 199).

هنالك ترتيبات أساسية يجب مراعاتها من قبل ممارسي العلاقات العامة ، عند التخطيط لاقامة المعارض تتمثل بالتالي:

أ- ان يكون للمعرض غرض أو هدف يسعى إلى تحقيقه.

ب- تحديد نوع الجمهور الذي سيزور المعرض حتى يتناسب المعرض مع نوع الجمهور وخصائصه

ج- ج - تحديد نوع العرض حيث يسهل الوصول إليه.

د- أن يتناسب مكان العرض مع نوع المعارضات وحجمها وأن تتوفر له الإضاءة

الكافية.119- (جودت، ١٩٩٩، ص ٩٤).

التخطيط لمعرض العلاقات العامة:

كل مشارك في المعرض لديه فرص علاقات عامة كبيرة، إذا كان المعرض منظماً ويحمل خطة وأهدافاً لتحقيقها، خطة العلاقات العامة المطلوب تنفيذها يجب أن تقرر فوراً وقبل حجز القاعة أو المكان الخاص للمعرض، وذلك يمكن أن يكون قبل سنة من تاريخ المعرض. بعض الخطوات يجب أن تتخذ على الشكل التالي:

أ- توظيف أو تعيين موظف صحفي فور التقاعد على إستجار قاعة و مكان العرض.

ب- بالنسبة للعارض هناك فرص وفوائد أخرى تتمثل في إمكانية إرسال أخبار ومعلومات وبروشورات

إلى دول مختلفة. 120- (سلسلة الرضا للمعلومات، ٢٠٠٠، ص ٧٣).

8- المناظرات:

عبارة عن مبارزة كلامية بين طرفين يمثلان فكرتين متعارضتين ومناقشتها من كل الزوايا المختلفة

وصولاً للرأي الاصبوب امام جمهور لا يعرف الحل الصحيح فيه ولا يسمح له بالاشتراك في المناقشة.

للمناظرة مزايا عديدة اهمها:

أ- تساعد على زيادة إنتباه الجمهور وإهتمامه وتتبعه لما يعرض من حجج ومعلومات وحقائق.

ب- إختيار أشخاص المناظرة يعتمد على عمق ومقدرة تفهمهم لموضوع المناظرة .

أ- يفترض بالمناظرة أن تبدأ بداية مثيرة لإضفاء صفة الحيوية علي طابعها .

ب- عندما يستخدم القائم بالعلاقات العامة ، المناظرة كقناة للتأثير على الجمهور او لتثقيفه أو تعليمه أو

لإجتذاب تأييده لسياسة أو لموقف أو للوصول إلى الرأي الأصبوب في مشكلة ما، فإن هذا

الإجراء يحتاج إلى تخطيط وإعداد مسبق على وفق المراحل الآتية: 121- (سلطان ، مرجع سابق ، ١٩٧).

1- مرحلة الإعداد للمناظرة :

- أ- إختيار موضوع أو مشكلة تهتم الجمهور الذي سيشترك في المناظرة .
- ب- الدقة في إختيار المناظرين من حيث الخبرة والمركز والمستوى العلمي .
- ج- توزيع الأدوار على كل متناظر في المناظرة ومهمته .
- د- تحديد جمهور المناظرة وعدده ، والاعلان عن المناظرة من حيث الموضوع والمكان والزمان وتوفير المستلزمات لذلك .
- هـ - تشكيل لجنة سكرتارية للمناظرة لتدريب وقائع المناظرة ، وإعداد التقرير .122- (حجاب، مرجع سابق، ص 201).

2- مرحلة تنفيذ المناظرة :

- أ- تبدأ المناظرة في موعدها ويُقدم الموضوع والمتناظرين إلى الجمهور .
- ب- يحدد لكل متناظر وقت محدد مع مراعاة عدم خروج المناقشات عن موضوع المناظرة.
- ج- تلخيص آراء كل من طرفي المناظرة بحيث تكون واضحة للجمهور .
- د- أن يلتزم الجمهور بالتصرفات السليمة أثناء إبداء الرأي .
- هـ - ينهي المسؤول عن المناظرة (الرئيس) المناظرة في موعدها المحدد، ويلاحظ تسجيل كل ما ورد فيها من مناقشات وحوارات .

3- مرحلة تقييم المناظرة :

وهي المرحلة الأخيرة من المناظرة ، بغية تقييمها ، وتحديد مدى نجاحها في تحقيق ما تهدف إليه ، وذلك بالأساليب البحثية المختلفة .123- (سلطان، مرجع سابق، ص 198).

9- الزيارات:

الزيارة هي نوع من الأحداث الخاصة تعدها إدارة العلاقات العامة ،هدفها هو شرح وتبين طريقة لعمل وكذلك عرض آليات وإمكانيات المؤسسة ، وتتم هذه الزيارات في مناسبات معينة، إلا أن بعض المؤسسات تقوم بهذا النشاط يومياً على اعتبار أن هذا النشاط هو نشاط دائم لإدارة العلاقات العامة، وتعتبر الزيارات من المجالات المهمة التي تعمل فيها العلاقات العامة على لفت نظر الجمهور والإقبال على التعامل معها، وتشجعه على احترام المنشأة 124- (عساف وصالح ، 2004، ص 102).

ويلزم ان يرافق مثل هذه الوفود عدد من الموظفين من ذوي الكفاءة العالية، مع مندوبي العلاقات العامة والمدرّبين على حسن المقابلة ، والشرح والإرشاد عن محاسن الخدمة وجودة العمل بهدف إعطاء الجمهور صورة جيدة ، ومشرفة عن المنشأة والتطور التي حقّقه على مدى السنين الماضية وكلما كانت برامج الزيارات معدة بدقة وإتقان كلما ساعدت على توطيد العلاقات والعكس صحيح.125(محمد المصري، مرجع سابق،ص41) .

مزاياها :

1. التعرف على المعلومات المطلوبة دون الاعتماد على وساطة.
2. كسر الحاجز النفسي بين المؤسسة وجمهورها.
3. الإستفادة من الخبرات السابقة في تحليل بعض المسائل.
4. القضاء على التشويش الذي قد يحصل في الوسائل الاتصالية الأخرى .

عيوبها:

- 1- التكلفة العالية في تقديم الدعايات وغيرها .
- 2- الإعداد الكبير الذي يحتاج إليه مسئول العلاقات العامة في التحضير لمثل هذه الزيارات.

10- الاحتفالات:

تقوم إدارة العلاقات العامة بعمل حفلات ترفيهية خاصة بجمهور المؤسسة الداخلي، وقد تدعو المؤسسة ،حيث يحضر هذه الحفلات موظفو المؤسسة بكافة مستوياتهم الوظيفية أفراد مختارين من جمهورها الخارجي لحضور مثل هذه الحفلات وبخاصة تلك التي تعقد ، بمناسبة تأسيس المؤسسة أو بمناسبة إنضمام مديراً جديداً لها أو بمناسبة إنتاج منتجاً جديداً،أو غير ذلك من المناسبات الوطنية وعلى إدارة العلاقات العامة استغلال مثل هذه ،الحفلات لعرض توجهات الشركة وطموحاتها وأهدافها على الجماهير المشاركة في الإحتفالات المعنية.

مزايا الاحتفالات :

أ- إلتقاء الإدارة مع جمهورها بعيداً عن الرسميات، مما يمكنها من الوقوف على رأيه في الأمور التي تتعلق بالمؤسسة وسياستها ،حيث أن مثل هذه الأمور تشجع الموظفين على إبراز آرائهم بشجاعة ودون تردد.

ب-زيادة الثقة بين الإدارة والجمهور الداخلي والخارجي في نتيجة العلاقات غير الرسمية التي تنشأ بينهم.

ج- تساعد مثل هذه اللقاءات على إذابة ما يمكن أن يسمى (بجدران الجليد) بين الموظفين وبعضهم أو بينهم وبين رؤسائهم ،مما يساعد على خلق أجواء من التفاهم والشعور المتبادل الواضح، مما يؤدي إلى تقليل المشاحنات بينهم وتزداد الألفة والمحبة.

إن الاتصال بعينة مختارة من جمهور المؤسسة الخارجي يعطي المؤسسة الفرصة لتفسير بعض السياسات أو المواقف والأهداف الغامضة ،ويعمل على بناء جسور الثقة مع هذا الجمهور، وأن نجاح المؤسسة في التحاور وتبادل الآراء مع هذه الفئة المدعوة للاحتفال قد يجعل من أفراد هذه الفئة يقدمون رسالة للمنظمة على مستوى المجتمع ككل، مما يوطد العلاقة بها، ويدعم مسيرتها ويساعد على تطورها وإزدهارها 126- (عساف وآخرون ، مرجع سابق، ص104).

عيوب الاحتفالات :

أ- تحتاج إلى مبالغ نقدية ضخمة لا تستطيع المؤسسة تحملها.

ب- إهمال ذوي المراكز الدنيا والاهتمام فقط بذوي المراكز العليا من العمال مما يخلق توترات داخلية.

ج- الفوضى الناتجة عن الحضور القوي وهنا يجب على إدارة العلاقات العامة إحكام التنظيم لإضفاء الهدوء.

د- عدم تمكن إدارة العلاقات العامة من جمع الجمهور الداخلي والخارجي مع ذلك لنقص الأماكن المخصصة لذلك يجب على الإدارة مراعاة عدد الحضور والتوفيق مع أهدافها.

11- الدعوة :

الدعوة هي نوع آخر من الأحداث الخاصة التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة، وتقدمها بأشكال مختلفة حسب التوقيت والظروف، ويرتبط هذا الحدث الخاص بنشاط آخر، كالا اجتماع ، اللقاء ، الحلقة الدراسية أو يكون مستقلاً ويتم تنفيذه في فندق، دار إستراحة، مطعم، دار خاصة وفي جميع الأحوال لابد من إجراء الترتيبات المسبقة، والإعداد المسبق كالجوازات اللازمة والاتفاق على أنواع الطعام والشراب المطلوب تقديمه.

وللدعوات أنواع نذكر منها :

دعوات الإفطار :

توجه دعوات للمشاركين في الاجتماعات والمؤتمرات للفقور صباحاً وذلك لتحفيزهم على احترام مواعيد أنشطتهم كما أنها تعد وسيلة للاجتماع بالأشخاص الذين لا يستطيعون حضور دعوات الغداء أو العشاء .

دعوات الغداء :

تأخذ دعوات الغداء طابعاً رسمياً أكثر من دعوات الفطور، حيث يوجد متحدث يرحب بالضيوف ويعرض رأياً أو مشكلة أو موقفاً ما، ولها توقيت تحدد بدايته ونهايته، وهذا حتى يتسنى للمدعوين الرجوع إلى أماكن عملهم. 127- (عساف وآخرون ، مرجع سابق، ص-106).

دعوات العشاء :

تأخذ طابعاً رسمياً أكثر من دعوات الغداء لذلك نجد أن كل ما تحدثنا عنه في دعوات الغداء ينطبق على هذا النوع من الدعوات أيضاً مع إستثناء واحد هو أن موعد الإنتهاء غير محدد، فهذا ليس ضرورياً في هذا النوع من الدعوات ،لأن المدعوين لن يعودوا للعمل بانتهائها لكونها نهاية يوم عمل.

الولائم الكبرى :

يتضمن هذا النوع من الدعوات بالرسمية وينطبق عليه ما ينطبق على دعوات الغداء .

حفلات الكوكتيل:

يقام هذا النوع من الدعوات قبل الغداء أو العشاء، يمكن ان يكون حدثاً مستقلاً لا يرتبط بأي من الدعوات حيث يقام في فندق في قاعة صغيرة أو كبيرة ،لا تمد الحفلات التي تكون قبل العشاء لأكثر

من ساعة فإنها، أما الحفلات المسائية التي تكون قبل الغداء فإنها تمتد لحوالي ساعة، بينما الحفلات المستقلة تكون مدتها أطول حيث تبدأ بوصول أول ضيف بالموعد المحدد.

غرفة الضيافة :

تعد بعض منظمات الأعمال التي تعتمد مؤتمراً أو إجتماعاً غراً قريباً من مكان الإجتماع يطلق عليها غرفة الضيافة تقدم فيها بعض أنواع المشروبات المنعشة وبعض الأطعمة الخفيفة وهذه توفر فرصاً ذهبية للمؤتمرين أو للمجتمعين للمشاركة في محادثات جانبية غير رسمية على هامش المؤتمر أو الإجتماع ،قد تؤثر هذه تأثيراً كبيراً على سير جلسات المؤتمر .

حفلات الاستقبال والمسائية :

هذه الحفلات هي أنشطة غير رسمية، يتبادل فيها الحاضرون أطراف الحديث مع إمكانية أن يعرض فيها فيلم عن المؤسسة أو عن نشاط معين، مع توفير مختلف الأطعمة والمشروبات.

12- المعسكرات :

تعد إحدى قنوات الاتصال الجمعي التي تستخدمها بعض إدارات العلاقات العامة لتدعيم الصلات والروابط الطيبة بين المشتركين فيها وبين المنظمة التي تقيم المعسكر .
تعد فرصة للترويج عن العاملين والابتعاد عن جو العمل لفترة من الزمن الأمر الذي ينعكس على نفسية العاملين وراحتهم ويؤدي إلى زيادة إنتاجيتهم .

تستخدم في التخطيط والإعداد للمعسكرات ، ذات الخطوط الخاصة بالرحلات والمعارض التي ذكرت سابقاً ، إضافة فقرة خاصة بالمعسكرات هي برامج السمر الخاصة التي تنظمها إدارة المعسكرات.

ضرورة الإعداد الخاص لتلك البرامج بما يجعل مفرداتها ذات أطر شيقة وملائمة لميول أعضاء المعسكرات ليحقق أهدافه في المتعة والترفيه . 128-(الجوهر، مرجع سابق،ص199-101).

13- الرحلات :

تُعد الرحلات من قنوات الاتصال الجمعي التي تستخدمها العلاقات العامة لإكساب العاملين المعارف من خلال مشاهدة الواقع والتعرف على الحقائق .
تستخدم للترويج عن العاملين وتقوية أواصر الود والصداقة بينهم الأمر الذي يساعد على تماسكهم وترابطهم .

هناك مجموعة من الإعتبارات ينبغي مراعاتها لضمان نجاح هذا النشاط الاتصالي وهي :

1- مرحلة الإعداد :

أ- يتم تحديد الهدف من الرحلة ومكانها وما يتطلبه ذلك من إجراءات وتصريحات وتحديد أماكن المبيت.

ب- برنامج الرحلة و وضع دليل سليم للأعضاء ، مع تحديد المسؤوليات الخاصة بذلك.

ج- عقد اجتماع للمشاركين في الرحلة مع المشرفين لمعرفة التعليمات الخاصة بذلك .

2- مرحلة التنفيذ:

أ- القيام بالرحلة في الوقت المحدد وتوزيع المسؤوليات على الأعضاء بحيث تكون واضحة ومحددة.

ب- يراعى الإلتزام بالبرامج المحددة.

ج- الإطمئنان على سلامة المشاركين جميعاً عند العودة من الرحلة .

3- مرحلة تقييم الرحلة :

أ- تبدأ عند العودة وينصب التقييم على البرنامج ومحتوياته وطريقة التنفيذ .

ب- التأكد من مدى تحقيق البرنامج للغرض من الرحلة وعوامل النجاح والفشل .

ج- تقييم سلوكيات الأعضاء في الرحلة الفردية والجماعية ومدى تحملهم .

د- مراعاة توجيه رسائل شكر وتقدير لكل من قدم خدمات للرحلة تدعيماً للصلات الطيبة بين المنظمة

والجهات المختلفة.129-(سلطان، مرجع سابق، ص200-202).

- مجلة المنظمة :

غالبية المنظمات تصدر مجلات في مناسبات معينة أو بصورة دورية، قد تكون شهرية أو فصلية

أو سنوية، تهدف للاتصال بفئات الجمهور المتنوعة، داخلياً وخارجياً بغية تزويدهم بالبيانات والمعلومات

والوان المعرفة التي يرغبون الإفادة منها بغرض التفسير اوالتثقيف او تحسين الصورة الذهنية للمنظمة.

تتميز المجلة كغيرها من المطبوعات بصفات عديدة منها :

أ- تصل الي عدد كبير من الأفراد .

ب- تعطي الفرصة للتفصيل او الشرح بالنسبة للمعلومات التي يراد توصيلها سواء كانت تعليمات او

بيانات او إحصاءات ، وهناك إعتبارات أساسية ينبغي أن تتوفر عند إعداد مجلة المنظمة وهي :

أ- ان تكون المادة التحريرية وافية وشاملة وزاخرة بالمعلومات الضرورية تثير إهتمام القارئ حتى الايمل.

ب- ضرورة ان تتسم الكتابة بالبساطة والسهولة ووضوح المعنى ، مع تجنب العبارات المحيرة.

ج- ان يكتفي بعرض كل ما هو ضروري ومطلوب توصيل معناه الي ذهن القارئ ببسر.

- د- ان تتسم القوالب التحريرية والصياغية لعرض المادة بالتنوع كالخير والمقاولة والتحقيق والتقرير والعمود ، والمواد المصورة وغيرها وتتضمن بيانات مفيدة وذات معنى .
- ه- ان يتسم إخراج المادة بالبساطة والجمال والقدرة على توفير الفرصة الكافية لجعل المادة مقروءة ومريحة للعين .
- و- بالإمكان إستخدامها كقناة للاتصال المتبادل ، من خلال تشجيع القراء على إرسال الاسئلة والاستفسارات للرد عليها . 130- (عجوة،مرجع سابق، ص 60) .

المبحث الأول: مكونات الإستراتيجية

تناولت دراسات عديدة الاتصال في العلاقات العامة من منظور تطبيقي يركز على عناصر العملية الاتصالية المتعارف عليها، وعلى أهمية هذا المنظور في توضيح كيفية الإستفادة من نتائج الدراسات والتطبيقات في تنفيذ البرنامج الاتصالي المخطط له سلفاً، وتحقيق أهداف المنظمات، إلا أن هنالك جانباً آخر للاتصال في العلاقات العامة يتعلق بالإستراتيجيات الإقناعية المرتبطة بالرسالة الاتصالية . هذه الإستراتيجيات تمثل مرشداً وأسس نظرية لمخططي ومصممي البرامج الاتصالية في صياغة قواعد عامة تزيد من فاعلية تنفيذ هذه البرامج، وفي نفس الوقت تعد هذه الإستراتيجيات إنتقالاً منطقياً وموضوعياً من مرحلة التخطيط الإستراتيجي في العلاقات العامة إلي مرحلة التنفيذ الفعلي لهذه الخطط .131- (الجمال + عياد، 2005 م، ص213).

أصل كلمة إستراتيجية:

يرجع الكتاب أصل كلمة إستراتيجية (Strategy) إلى الكلمة اليونانية استراتيقوس (Strategos) وتعني فنون الحرب و إدارة المعارك.132- (المغربي، القاهرة ، 1999 ، ص 17).

ويعرف قاموس المورد (Almawrid) الإستراتيجية على أنها علم او فن الحرب وإدارة العمليات العسكرية. 133- (منير البعلبكي ، المورد القريب ، 1998م) .

يشير قاموس أكسفورد (The Concise Oxford Dictionary) إلى أن الإستراتيجية تعني الفن المستخدم في تعبئة و تحريك المعدات الحربية بما يمكن من السيطرة على الموقف و العدو بصورة شاملة.

من خلال التعريفات أعلاه يتضح أن الإستراتيجية إرتبطت في بداية ظهورها بالعلوم العسكرية وفنون إدارة الحرب و كسب المعارك الحربية .

في ظل التعقيدات والتطورات الراهنة يمكن أن نقول بأن الإستراتيجية تحولت من علم إدارة الصراع العسكري إلى إدارة الصراع الإستراتيجي عموماً بمجالاته السياسية والإقتصادية والإجتماعية والعلمية والتقنية والإعلامية بجانب العسكرية .

المفهوم العام للإستراتيجية :

المتدبر في المفاهيم والتعريفات التي أوردتها معظم كتب الإدارة الإستراتيجية يمكن ملاحظة أن معظم تلك المفاهيم والتعريفات تمت صياغتها لتتناسب منظمات الأعمال أي أنها تنطلق من الإدارة الإستراتيجية للمنظمات ، إلا أن معظمها لم يلتفت إلى الإستراتيجية في حالة التخطيط الإستراتيجي للدول وما قد يشمل ذلك من مفاهيم متخصصة مثل مفهوم التخطيط الإستراتيجي السياسي أو الإقتصادي أو مفهوم التخطيط الإستراتيجي للإعلام أو التعليم .

فإنه يمكن تعريف الاستراتيجية بأنها:

كل الأطروحات و الوسائل والأفكار المتناسقة والمتكاملة التي من شأنها تحديد وتحقيق المصالح الوطنية وتحقيق ميزات وقدرات تنافسية من منظور عالمي للدولة و مؤسساتها ، تمكينا من تحقيق غاياتها عبر أحسن إستغلال للفرص والموارد ، و تستجيب عبرها للمخاطر والتهديدات ونقاط الضعف في البيئة المحلية والدولية ، ويتم عبرها تحديد الرؤية و الرسالة و الغايات والأهداف الإستراتيجية للدولة. 134- (ابوصالح ، السودان ، 2009م ، ص53) .

الإستراتيجية:

هي منهج مقترح شامل يعتمد على فهم المحيط الواسع الذي يعمل فيه المرء وكذلك فهم نقاط القوة ونقاط الضعف في منظمته بالإضافة إلى الفرص الخارجية والقيود التي تحاول معالجتها ، وأن الإستراتيجية تعطيك إطاراً عاماً لتقوم بالعمل في حدوده كما أنها توضح لك أهدافك والطريقة التي تعتمزم إستخدامها لتحقيق ذلك. 135- (دليل التخطيط الإستراتيجي، 2010- ص 9) .

أهمية الإستراتيجية :

من أهم ميزات الإستراتيجية أنها تضع الدولة في موضع المبادرة بدلاً عن مواطن الإستجابة عند التخطيط لتشكيل المستقبل ، فهي بذلك تمكن من التأثير بفاعلية أكثر نتيجة لعنصر المبادرة ، عكس أسلوب ردود الأفعال الذي يتميز بمحدودية الأثر و الإستجابة من البيئة ، و بالتالي فإن الإستراتيجية وفق هذا المفهوم تصبح وسيلة أساسية لتحقيق السيطرة سواء على مصالح الدولة في البيئة أو على

مصيرها ، كما تتميز الإستراتيجية أيضاً بكونها تتيح فرصة أكبر للقيادة لفهم نشاط الدولة، وبالتالي التزامها .136- (ابوصالح، مرجع سابق ، ص55) .

أهداف العلاقات العامة الإستراتيجية:

وفي ضوء نظريات تأثير وسائل الاتصال وضع (جيمس جورنج) تصنيفاً لأهداف العلاقات العامة الإستراتيجية على النحو التالي:

1- الاتصال فقط :

فقط يكون الهدف الإستراتيجي هو مجرد اىصال رسالة إلى جمهور محدد.

2- فهم الرسالة وتذكرها :

هو السعي إلى ان يفهم فرد الجمهور المستهدف الرسالة وليس الضروري أن يوافقوا عليها .

3- قبول الأفكار المتضمنة في الرسالة :

يتجاوز الهدف هنا مجرد فهم الجمهور للرسالة وتذكرها إلى تقبل الأفكار الواردة فيها وتبنيها كأفكار لهم.

4- تشكيل أو تغيير الإتجاه :

عدم الإكتفاء بأن يؤمن الجمهور أو يتبنى الأفكار الواردة في الرسالة ولكن المطلوب أن يعي الجمهور هذه الأفكار على نحو إيجابي .

5- السلوك :

يكون الهدف الإستراتيجي هو أن يتغير الجمهور فعلاً أو أن يبدو في سلوك جديد أن يتبرع لموضوع ما ، أو يناصر قضية ما .

6- الأهداف الإستراتيجية :

هي صياغة فكرية لما ينبغي ان نخطط لبلوغه وهي في الأساس مجموعة من الصياغات التي تأتي

عكس المشكلة التي نخطط للتعامل معها .137- (عبد الحميد ، القاهرة، 2010م ، ص18).

ويجب أن تحقق الأهداف الإستراتيجية العناصر التالية :

أ- يجب أن تتضمن صيغة الأهداف الإستراتيجية عبارة (تهدف الحملة اوهذا البرنامج) ويشير إلى بلوغ نتائج محددة وبالتالي تجعل الأهداف الإستراتيجية واضحة للمنظمة .

ب-ينبغي أن تتضمن فعلاً محدد لإيضاح الحملة وما تتضمنه من أنشطة اتصالية تستهدف أحداث تأثيرات محددة .

ج- يجب أن تضمن صياغة الأهداف الإستراتيجية فكرة محددة وقابلة للقياس.

د- يجب أن تضمن صياغة الأهداف الإستراتيجية الجماهير المستهدفة بالتغيير المطلوب

المستويات الثلاثة للإستراتيجية:

1- إستراتيجية المنظمة:

وهي نصف توجيهات المنظمة الكلية بما يعكس إتجاهاتها العامة نحو النمو ، وإدارة اعمالها وخطوط منتجاتها لتحقيق التوازن في مزيج منتجاتها .

2- إستراتيجية الأعمال :

يطلق عليها احياناً الإستراتيجية التنافسية ، وعادة ما توضع على المستوى وحدات الأعمال الإستراتيجية ، وهي تركز على تحسين الوضع التنافسي لمنتجات او خدمات المنظمة في صناعة معينة او في قطاع سوقي معين .

3- الإستراتيجية الوظيفية :

تتعلق اساساً بتعظيم الكفاءة ، فهي تطور وتضع الإستراتيجية لتحسين الأداء في ظل القيود الوظيفية المتاحة .138-(عبدالحميد ،مرجع سابق ، ص18).

أنواع الإستراتيجية :

هناك أنواع عديدة للإستراتيجيات أهمها :

1- إستراتيجية الدفاع هي:

إستراتيجية تعمل على بناء القدرات التفاوضية والتنافسية ولا تسعى إلى المواجهة المباشرة.

2- إستراتيجية المبادرة أو الهجوم :

وهي تعمل على تحقيق أهداف إستراتيجية قد تقود إلى مواجهة صراع مع آخرين ، وهي تأتي عقب إكمال النوع الأول من الإستراتيجيات .
وقد تتضمن الإستراتيجية الواحدة النوعين معاً ، حيث تعبر المرحلة الاولى من الإستراتيجية عن الدفاع فيما تعبر المرحلة الثانية عن الهجوم والمبادرة .

3- إستراتيجية المنطقة الوسطى وهي:

التي تبلغ فيها الدولة مستوى القوة الكافية للدفاع على الصعيد العالمي أو الهجوم على الآخرين.

4- إستراتيجية القوة العظمى وهي:

التي تتيح للدولة إمتلاك مستوى متفوق من القوة الإستراتيجية الشاملة التي تمكنها من القيام منفردة أو بمشاركة آخرين في تصميم النظام العالمي وإدارته. 139- (ابوصالح، مرجع سابق ، ص65- 66)

فوائد الإستراتيجية :

من أبرز فوائد الإستراتيجيات التالي:

- 1- توفير المعيار الذي يمكن إستخدامه في عملية إتخاذ القرار الصائب.
- 2- القدرة على التجاوب مع الظروف البيئية المختلفة .
- 3- تساعد وضع الخطط الهجومية لمواجهة المنافسين.
- 4- تساعد في التفكير بعيد الأمد.
- 5- الإقتصاد في إستخدام الموارد، لأن الموارد تستخدم وفقاً للطريق المرسوم لتحقيق الأهداف.
- 6- اهداف إستراتيجية تكون واضحة ودقيقة ومدروسة وهذا يساعد على توجيه جهود المنظمة بالإتجاه الصحيح .
- 7- تقلل من حالات المخاطرة وعدم التأكد . 140- (العلاق الأردن، 2010م، ص38) .

تنفيذ الإستراتيجية:

دائماً ما يتحدث الناس عن تنفيذ الإستراتيجية بإعتبارها القضية الأساسية، وغالباً ما يتساءلون عن ماهية فائدة الإستراتيجية حتى وإن كانت ممتازة ، طالما أن تحقيقها على الأرض يتوقف على

الصدفة او الحظ ، فإن علم الإستراتيجية يجب أن ألا ينتهي في حدود التخطيط الإستراتيجي بل يجب أن يتعداه ليشمل تنفيذ الاستراتيجية ، وفيما يلي نذكر أهم النقاط المتعلقة بالإستراتيجية وهي:

- 1- القيادة الإستراتيجية.
- 2- ترقية الوعي الإستراتيجي.
- 3- تشكيل السلوك المناسب لتحقيق الإستراتيجية.
- 4- توفير المناخ السياسي الإستراتيجي.
- 5- وجود إستراتيجية للعلاقات الدولية .
- 6- وجود إستراتيجية للإنتاج العلمي .
- 7- توفير المهارات المناسبة لتنفيذ الإستراتيجية.
- 8- توفير البنية التحتية من التشريعات والسياسات.
- 9- تأسيس الشراكات بين الحكومة والشركات والمنظمات.
- 10- تضمين الإستراتيجية على الأهداف الإستراتيجية الخاصة بالتغيير .
- 11- إعداد الإستراتيجية بنا على نتائج التحليل الإستراتيجي .
- 12- تحديد الأولويات .
- 13- وجود إستراتيجية للإنتاج التقني .
- 14- وجود آلية التخطيط الإستراتيجي . 141-(ابوصالح،السودان ، 2012م ، ص 20).

خطوات بناء إستراتيجية العلاقات العامة :

عند البدء في بناء وإعداد إستراتيجية العلاقات العامة لا بد من إجراء بحث وإستكشاف عند كل خطوة من الخطوات التالية ، حتى نفهم بشكل أفضل مقتضيات كل خطوة ، مستعينين في ذلك بالدراسات الإجتماعية والنفسية ، وعلم التسويق من جهة لفهم طبيعة ونفسية الجمهور المستهدف من برامج العلاقات العامة ، وفيما يلي تفصيل اكثر لشرح كل خطوة من خطوات إعداد الإستراتيجية الفاعلة ، حتى تمكن القائمين على العلاقات العامة ، وكذا الدارسين لها من إتباع خطة محكمة لبناء إستراتيجية فاعلة تحقق الأهداف المرجوة ، الخطوات هي:

تحديد الأهداف :

يقصد بالهدف الغاية التي يسعى برنامج العلاقات العامة لتحقيقه ، وتكمن أهمية تحديد الأهداف مع بداية الخطة في توجيه جهود القائم بالعلاقات العامة نحو غاية مقصودة . كما يشترط في الأهداف أن تكون واقعية إجرائية قابلة للتحقيق ، في مدة زمنية محددة.

الجمهور المستهدف :

عرف المعهد البريطاني العلاقات العامة الجمهور على أنه:

مجموعة الأشخاص الذين يقعون داخل منطقة نشاط مؤسسة معينة: الزبون المحتمل -النفابة التي تجمع الإجراء، اللجنة البرلمانية المشرعة ، المساهمون ، البنوك ، ويمكن تقسيم الجمهور المستهدف إلى صنفين هما:

1. الجمهور الداخلي للمؤسسة.

2. الجمهور الخارجي للمؤسسة.

الوسائل والتقنيات :

يجب على المكلف بالعلاقات العامة أن يصنف قائمة الوسائل والدعائم التي تمكنه من توصيل ونقل المضامين والرسائل الاتصالية التي تُعبر عن صورة المؤسسة أو العلامة التجارية للمنتوج ، وعليه أن يختار الوسائل التي تتناسب مع طبيعة كل من الأهداف المحددة ، المضامين الإتصالية ، الجمهور المستهدف ، ويمكن إستعمال وسائل وتقنيات عدة (المطبوعة أو الكلاسيكية ، السمعية ، بصرية التكنولوجيات الحديثة للإعلام والإتصال إلى جانب الاستعانة بوسائل أخرى.

تحديد الميزانية والوقت :

يجب على القائم بالعلاقات العامة تحديد تكاليف تنفيذ برنامج العلاقات العامة منذ البداية وعرضه على الإدارة العامة للمؤسسة، حتى تخصص ميزانية كافية للتنفذ، تصرف هذه التكاليف على مستويات ثلاثة:

1. شراء المساحات الإعلانية في وسائل الإعلام الكبرى .

2. الأعباء التقنية .

3. تكاليف تصرف للقائم بالعلاقات العامة .142- (مجلة علوم الإنسانية، الجزائر ، 2006م، ص 6).

الأنشطة أو الخطوات العملية التي ينبغي إتباعها :

1. الأنشطة الموجهة للجمهور الداخلي.
2. الأنشطة الموجهة للجمهور الخارجي.

تقييم البرنامج :

إن تقييم البرنامج هي خطوة ضرورية لإنقاذ الذات ، من حيث إدراك عوامل القوة في الخطوات السابقة، إذ يتم تعزيز هذه العوامل والحفاظ عليها، ويمكننا التقييم أيضاً من إدراك عوامل الضعف والخطأ ، ويتم بذلك تقويم الذات وتصحيح الأخطاء، فنقوم بعد ذلك ببناء إستراتيجية لسنة مقبلة نراعي فيها نتائج التقييم وتعتمد على مبدأ التطور والتحسين كمبدأ أساسي.143-(مجلة علوم الإنسانية ، مرجع سابق ، م ، ص 12-).

أنواع إستراتيجيات العلاقات العامة داخل المؤسسة :

الإستراتيجية في معناها العام هي التكتيك أوالإسلوب الواجب إتباعه في مواجهة موقف معين، فهي بذلك تعتبر منهجاً للتفكير يعتمد على التنسيق والتنظيم السليم بغية الوصول إلى الهدف وبإنتقاء الوسيلة المناسبة .

تعدد أنشطة العلاقات العامة وتنوعها ، تعددت الإستراتيجيات ، بحيث أصبح لكل ميدان إستراتيجية خاصة تلاءم وتحقق أهدافه ، ومن أهم الإستراتيجيات الإتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة داخل المؤسسة أو التي يختارها خبير العلاقات العامة لتحقيق الهدف هي:

1- إستراتيجية التوقيت :

تعتمد على إختيار الوقت المناسب في توجيه الرسائل الإعلامية لضمان الحصول على أكبر قدر ممكن من التأثير، وتلبية حاجات الجمهور في الوقت المناسب .

إستراتيجية التوقيت تعني دراسة كافة الظروف المحيطة بالوقت والأطراف المختلفة المؤثرة بالجمهور ، ومن ثم إختيار الوقت المناسب لنشاط العلاقات العامة.144-(حجاب ، القاهرة ، 2006 ، ص 78).

2- إستراتيجية التركيز :

تستخدم هذه الإستراتيجية في أوقات الأزمات والحروب والمواقف الطارئة التي تقتضي تحركاً سريعاً من القائم بالعلاقات العامة لتوصيل الرسالة الإعلامية إلى كل أفراد الجمهور على إختلاف مواقعهم وفي أسرع وقت ممكن .

ولذلك فهي تستخدم كافة الوسائل الإعلامية المتاحة ، ما يساعد على إيصال المعلومات إلى الجمهور وفهمهم للرسالة .

3- إستراتيجية الصبر :

تلجأ العلاقات العامة إلى هذه الإستراتيجية عندما تتعرض المؤسسة لهجوم من قبل الصحافة أو مؤسسة أخرى ، وينبغي أن لا يكون الرد سريعاً في مواجهة الهجوم ، بل يجب أن يكون إيجابياً.145(حجاب ،مرجع سابق ، ص 79).

4- إستراتيجية المفاجأة :

تستخدمها العلاقات العامة عندما تكون هناك سلعة او خدمة جديدة فتقوم بمفاجأة الجمهور بكم هائل من الإعلانات وفي جميع وسائل النشر تزامناً مع ظهور السلعة في السوق ، بالإضافة إلى حملات التعريف بالسلعة وإستخداماتها وميزاتها في الصحف العامة والمتخصصة ، وتنظيم الرحلات والزيارات للمصانع التي تنتج هذه السلعة.

تستخدم العلاقات العامة هذه الإستراتيجية أيضاً عند تخطيط برامج رفع أسعار المنتجات في السوق، وتستخدم أيضاً في التغيير من الألوان وأشكال السلعة والرسالة الصوتية للإعلانات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية .

5- إستراتيجية المشاركة :

وقد تركز على مبدأ تشجيع الأفراد في تقديم إقتراحاتهم وإتاحة الفرصة أمامهم للتعبير عن آرائهم ، وهذه الإستراتيجية هي العمود الفقري للعلاقات العامة الحديثة فقد أصبح لزاماً على كل مؤسسة أن تراعى رغبات الجماهير وإتجاهاتهم وإقتراحاتهم.146-(الجريدة ،2013، ص 247).

6- إستراتيجية الإرتباط :

تتجه إدارة العلاقات العامة في إقتران إسم سلعة معينة بإسم شخصية بارزة في المجتمع وهذه الإستراتيجية تتيح للبائع فرصة لعرض بضاعته، كإرتباط إسم عطر نسائي بإسم مغنية مشهورة.

7- إستراتيجية التشخيص :

وهي تقوم على الإعتقاد السائد بأن الناس يحبون الأشخاص أكثر مما يحبون الأشياء ، وتستخدم هذه الإستراتيجية دائماً في تنشيط المبيعات وفي الإشهار وفي العلاقات العامة.147- (حجاب، مرجع سابق، ص82).

المدير الإستراتيجي والمهارات الواجب توافرها:-

يعد المدير الإستراتيجي مسؤولاً بدرجة كبيرة عن نجاح أو فشل المنشأة وهناك عدة مسميات وظيفية للاستراتيجيين، مثل رئيس مجلس الإدارة ، الرئيس ،العضو المنتدب ، المالك ، المدير التنفيذي أو رجل الأعمال.

حيث يمكن القول أن المدير الإستراتيجي هو الشخص ذو النظرة المستقبلية البعيدة و القادر على رسم سيناريوهات لمستقبل المنشأة في ظل بيئة تتسم بالتغيير والتعقيد الشديدين.

وبصفة عامة فإن كل مدير يعد مسؤولاً عن وضع وتنفيذ الإستراتيجيات بالنسبة لمجال عمله والذي يتمتع فيه بسلطات كاملة ، سواء كان رئيساً لوحدة نشاط أو إدارة أو مصنع أو منطقة جغرافية فكل مدير له دور ، ومن هذا يتضح أن المديرين في المستويات الإدارية الأقل يكون لهم دور أقل أو أكثر محدودية بشأن تكوين وتنفيذ الإستراتيجية بالمقارنة بمديري القمة كما هو موضح بالشكل التالي:148- (المغربي- رمضان ، 2006 ، ص128).

شكل رقم (2) يوضح المستويات المختلفة لصنع الإستراتيجية.

المستوى الاول	<ul style="list-style-type: none"> • إستراتيجية الشركة ككل (Corporate Strategy) يتم صياغة هذه الإستراتيجية بواسطة الرئيس التنفيذي الأعلى وعدد من كبار المديرين بالشركة .
المستوى الثاني	<ul style="list-style-type: none"> • إستراتيجية وحدة النشاط (Business Strategy) يتم صياغة هذه الإستراتيجية بواسطة رؤساء قطاعات النشاط الرئيسية أو رؤساء وحدات النشاط أو مديري الإنتاج .
المستوى الثالث	<ul style="list-style-type: none"> • إستراتيجية المجال الوظيفي (Functional Strategy) يتم صياغة هذه الإستراتيجية بواسطة رؤساء المجالات الوظيفية أو رؤساء الإدارات الوظيفية .
المستوى الرابع	<ul style="list-style-type: none"> • إستراتيجية المستوى التشغيلي (Operational Strategy) يتم صياغة هذه الإستراتيجية بواسطة رؤساء الوحدات الفرعية ومديري المستويات الأقل .

المصدر: 149- (دراسات سابقة ، ندى جودة حسين ، التخطيط الإستراتيجي للموارد البشرية، جمهورية مصر، 2011، ص72) .

إستراتيجيات الاتصال الفعال:

النظر للدور الذي يلعبه الاتصال في حياتنا وبنية التغلب علي مشاكل الاتصال ومعوقاته او تذليلها وبالتالي تحسين العملية الاتصالية بما يعود بالنفع على الأفراد والمنظمات ، جاء خبراء الاتصال بأفكار وأطروحات جسدها في عدد من الإستراتيجيات التي تستهدف من خلال تنفيذها على ارض الواقع وهي:

- 1- إستراتيجية : أنشر وتأمل .
- 2- إستراتيجية : أجبر ورجب .
- 3- إستراتيجية : تحديد ماهو مهم ثم الإطلاع .
- 4- إستراتيجية : التغيير .
- 5- إستراتيجية : التعزيز .

التخطيط الإستراتيجي تعريفه وملامحه ومستوياته :

التخطيط الإستراتيجي هو:

والتفكير المتعمق والشامل للوضع المثالي الذي يجب ان تكون عليه المنشأة في المستقبل البعيد ورسم سيناريوهات مختلفة لهذا المستقبل ثم التخطيط للاستفادة من الفرص المتاحة وتجنب أو تقليل مخاطر هذا المستقبل.150- (المغربي-رمضان، مرجع سابق، ص111).

ملامح التخطيط الإستراتيجي:

يمكن تناول ملامح التخطيط الإستراتيجي في النقاط التالية :

- 1- أنه نظام متكامل يتم بشكل معتمد بخطوات متعارف عليها.
- 2- هو نظام لتحديد مسار المؤسسة في المستقبل يتضمن تحديد رسالة المؤسسة وأهدافها ومواردها .
- 3- كما أنه نظام يتم من خلاله تحديد تميز المؤسسة وتحديد مجالات أنشطتها مستقبلاً .
- 4- هو رد فعل لكل من نقاط القوة والضعف في أداء المؤسسة والتهديدات والفرص الموجودة في البيئة بهدف تطور وتنمية مجالات التميز والتنافس المتاحة أمام المؤسسة في المستقبل .
- 5- هو أسلوب عمل على مستوى مجلس الإدارة والإدارة العليا والإدارة التنفيذية وبشكل يحدد ويميز مساهمة كل مستوى ووظيفته داخل المؤسسة .
- 6- كما هو أسلوب تحديد العوائد والمزايا التي ستعود على الجماهير ومصالحها سواء كانت مزايا إقتصادية أو غير إقتصادية ، وهو ما يبرر بقاء المؤسسة وإستمرارها.151- (مصطفى، 2009م، ص184-185).

مستويات التخطيط الإستراتيجي :

هناك بعد مهم لفهم طبيعة التخطيط الإستراتيجي ، وهذا البعد يشمل عدة مستويات إستراتيجية.

وهناك ثلاثة مستويات هي:

- 1- مستوى المنظمة .
- 2- مستوى نشاط الأعمال .
- 3- المستوى الوظيفي .

ونجد أن إستراتيجية المنظمة تبين مسار المنظمة ككل وتحاول الإجابة عن السؤال التالي:(ما النشاط الذي ينبغي ان ندخل فيه ؟)، أما إستراتيجية مستوى نشاط الأعمال فهو الذي يدخل في كل نشاط مفرد داخل المنظمة.152- (العلاق، مرجع سابق، ص41).

انواع التخطيط الإستراتيجي للعلاقات العامة :

1- التخطيط الإستراتيجي وفقاً للأساس الزمني .

أ- التخطيط قصير الأجل والذي يمتد لسنة او بضعة أشهر .

ب- التخطيط متوسط الأجل والذي يمتد لأكثر من سنة والى خمسة سنوات .

ج- التخطيط طويل الأجل وهو الذي يزيد مداه عن ذلك.153- (عليان- الطوباسي، 2005م، ص285).

2- التخطيط وفقاً لنطاق الخطة :

أ- خطة رئيسة تشمل مجال العلاقات العامة .

ب- خطط فرعية تتفق كل منها بنطاق محدد فرع او قسم للإدارة مثل خطة الإدارة والبحوث بالعلاقات

العامة وخطة لإدارة التدريب وخطة للإنتاج الإعلامي .

3- التخطيط وفقاً لطبيعة النشاط :

وتنقسم الخطط وفقاً لهذا المعيار خطط نوعية للتوظيف وخطة للشراء وخطة الصيانة وخطة

للجماهير الداخلية وخطة للجماهير الخارجية .

4- التخطيط للعلاقات العامة وفقاً للمشكلات المستهدفة :

أ- التخطيط الوقائي وهو:

التخطيط المبني على دراسات مستفيضة لبحوث رشيدة تستهدف غايات بعيدة تدور في محيط

إقامة علاقات ودية بين المنشأة وجماهيرها المختلفة، ويستهدف هذا النوع من التخطيط تجنب الأخطار

قبل حدوثها ودراسة مواقف الجماهير تجاه المؤسسة بإستمرار ومعرفة اسباب الأزمات ومعالجتها .

ب-تخطيط إعلامي :

وهو تخطيط يتسم بالحركة ويقف متأهباً للنزول إلى الميدان لمواجهة أي أزمة أو موقف مفاجئ ولا

يبدأ هذا النوع من التخطيط إلا بعد حدوث المشكلات ويتصف بالحسم والسرعة ويتطلب إعداداً مبكراً

لتلافي المشكلات في أي وقت. 154- (عليان- الطوباسي، مرجع سابق، ص-287).

عناصر ومقومات التخطيط الإستراتيجي:

تتضمن عملية التخطيط الإستراتيجي عدداً من العناصر والمقومات الأساسية، التي تتمثل في التالي:

1- تحديد الأهداف:

الأهداف هي النتائج المطلوب تحقيقها في المستقبل ، وإذا كان المطلوب هو تحقيق هذه النتائج في المستقبل البعيد ، فإنها تسمى غايات، وأهدافاً إستراتيجية ، وأما إذا كان تحقيقها في الأجل القصير فإنها تسمى أهدافاً تكتيكية .

2- التنبؤ هو:

نشاط ذهني مرتبط بوجود النشاط الإنساني ، وهو نتيجة لإرتباط النشاط الإنساني بعنصر الوقت ويعرف التنبؤ بأنه التوقع للتغيرات التي قد تحدث مستقبلاً ، وتؤثر بإسلوب مباشر او غير مباشر على ذلك النشاط الإنساني.

3- الأساسيات هي:

الأطر العامة التي تحكم العملية التنفيذية للمنظمة ، بحيث لا يمكن الحياد عنها ، وتوضع عادة من قبل الإدارة العليا لتوجيه وضبط العمل في المستويات الدنيا.

4- الإجراءات هي:

العمليات المراد القيام بها وتحديد زمن تنفيذ كل عملية وإجراء" اي وقت البدء و وقت الإنتهاء.

5- تدبير الوسائل والإمكانات :

إن الأهداف الموضوعية والسياسات والإجراءات المحددة لتنفيذ هذه الأهداف لا يكمن ان تعمل دون وجود مجموعة من الوسائل والإمكانات الضرورية لترجمة هذه الأهداف إلى شئ ملموس ، فهي ضرورية لإكمال وتحقيق الأهداف ، ويجب ان يتم النص في الخطة على الوسائل والأدوات المطلوبة لتنفيذ الأعمال، بهدف الموازنة اللازمة لتنفيذ الإجراءات السابقة .

6- الرقابة والتقييم:

بعد أن يتم الإنتهاء من وضع خطة العلاقات العامة ، فإن إدارة العلاقات العامة تجد نفسها أمام نشاط رئيس آخر، وهو وضع الخطة في صورة برامج محددة قابلة للتنفيذ ، وكذلك وضع خطة عملية لتنفيذ هذه البرامج ومتابعتها وتقييمها ، بعد تنفيذ أي خطة يجب تقييم ما تم تنفيذه للتعرف على مدى تحقيق الخطة للأهداف التي تم تنفيذها من أجلها.155- (الشربيني،2009م،ص132).

معوقات التخطيط الإستراتيجي :

إن إستخدام التخطيط الإستراتيجي ليس أمراً هيناً فهناك عقبات تجعل التخطيط الإستراتيجي أمراً صعباً وفي ما يلي بعض العقبات التي قد تعوق عملية التخطيط الإستراتيجي:

1- عدم رغبة المديرين او ترددهم في إستخدامه ويرجع ذلك لاعتقادهم بعدم توافر الوقت الكافي للتخطيط الإستراتيجي وأنها ليست مسئوليتهم ولن يكافؤا على إستخدامهم لعملية التخطيط الإستراتيجي.
2- البيئة الخارجية مضرية مما قد يجعل التخطيط متقادماً قبل أن يبدأ ، وذلك أما للتغيير السريع في عناصر البيئة السياسية والإقتصادية والإجتماعية والقانونية ونحوها او لإرتفاع تكلفة متابعة هذا التغيير عن قرب وبصورة مستمرة.

3- مشاكل التخطيط الاستراتيجي تترك إنطباعاً سيئاً في ذهن المدير وذلك مثل مشاكل وضع نظام للتخطيط الإستراتيجي وغموضه ومشاكل جمع البيانات وتحليلها والتي تساعد في وضع الخطط الإستراتيجية إضافة إلى وجود خطأ في إدارة هذه الخطط، مما يجعل المدير غير متقبلاً للفكرة.
4- ضعف الموارد المتاحة وذلك مثل صعوبة الحصول على مواد أولية ، صعوبة جلب التكنولوجيا والأساليب الفنية بالإضافة إلى النقص في القرارات الإدارية .

5- التخطيط يحتاج إلى وقت وتكلفة كبيرة ، وذلك لأن المناقشات حول رسالة وأهداف المؤسسة تستغرق وقتاً طويلاً من الإدارة العليا ، كما يحتاج إلى كم هائل من المعلومات والإحصاءات المكلفة. 156- (مصطفى، مرجع سابق، ص186-187).

الإدارة الإستراتيجية :

في الواقع، تمثل الإدارة الإستراتيجية منظومة من العمليات المتكاملة ذات العلاقة بتحليل البيئة الداخلية والخارجية وصياغة إستراتيجية مناسبة وتطبيقها وتقييمها في ضوء تحليل أثر المتغيرات المهمة عليها وذلك بما يتضمن تحقيق ميزة إستراتيجية للمنظمة وتعظيم إنجازها في أنشطة الأعمال المختلفة . والإدارة الإستراتيجية هي أيضاً وظيفة المدير الإستراتيجي، لأن الإستراتيجية دائماً في مقدمة الإدارة العليا في المنظمة ، فمن مهام الإدارة العليا صياغة رسالة واضحة ومحددة للمنظمة وتحديد الأهداف الإستراتيجية لها ، وتحليل الخيارات (البدايل) الإستراتيجية المتاحة وإختيار وتطبيق الإستراتيجية المناسبة. 157- (باسين، الأردن، 2010م، ص17-18) .

أبعاد الإدارة الإستراتيجية :

ترتكز الإدارة الإستراتيجية على ثلاثة ركائز، أو تتكون من ثلاثة أبعاد هي:

1- الأهمية:

وتعني أن الإستراتيجية تتعامل مع القرارات والقضايا ذات الأهمية البالغة دون غيرها من القضايا ذات الأبعاد التكتيكية.

2- الشمولية:

تعني أن القرار الإستراتيجي يتصف بكونه واسع النطاق يتعامل معاً في الإطار العام للحركة بإتجاه المستقبل، ويقوم بأدوار واسعة الأفق وربما غير متخصصة بوظيفة محددة بعينها.

3- النظرة المستقبلية بعيدة المدى :

إن المجال الحقيقي لتطبيق الإستراتيجية هو في المستقبل، أي ان الإستراتيجية تنفذ عبر خط زمني يبدأ من حينها ويمتد في المستقبل لسنوات طويلة، وأحياناً لحقب طويلة، ومن هنا عرفت الإدارة الإستراتيجية بأنها مجموعة القرارات والأنشطة التي تتخذ لضمان الأداء الإستراتيجي في المستقبل . لذلك لأبد من الإدراك بأننا نتعامل مع ظاهرة مستقبلية تبدأ من الوقت الحاضر وتتحقق نتائجها في المستقبل البعيد. 158- (الضمور- وآخرون، القاهرة، 2013م، ص12-13) .

مكونات الإدارة الإستراتيجية :

تحليل البيئة :

أولاً: تحليل البيئة الخارجية :

أ- البيئة العامة .

ب- البيئة الخاصة او بيئة العمل .

ثانياً : تحليل البيئة الداخلية :

أ- الهيكل التنظيمي ويتضمن الاتصالات ، السلطة وسلسلة القيادة، والذبيتم وصفه في الخريطة التنظيمية.

ب- الثقافة وتشمل المعتقدات والتوقعات والقيم المشتركة فيما بين أعضاء المنظمة.

ج- الموارد وتشمل اصول الشركة من اصول مادية ومهارات وقدرات بشرية ومواهب ادارية.

تكوين الإستراتيجية :

تتعلق بوضع الخطط طويلة الأجل لمقابلة الفرص والتهديدات البيئية في مقابلة القوى والضعف التنظيمي ، ولذى فهي تتضمن تعريف رسالة المنظمة وتحديد الأهداف التي يجب تحقيقها ووضع الإستراتيجيات والسياسات المرشدة للأعمال .

تنفيذ الإستراتيجية :

تتعلق بتحويل وترجمة الإستراتيجيات والسياسات إلى تصرفات من خلال البرامج و الموازنات والإجراءات ، وهذه العمليات تتطلب تغيرات داخل الثقافة التنظيمية ، والهياكل ونظم الإدارة ككل .

التقييم والرقابة :

تتعلق بتحويل ترجمة الإستراتيجيات والسياسات إلى تصرفات من خلال البرامج والموازنات والإجراءات ، وهذه العمليات تتطلب تغيرات داخل الثقافة التنظيمية ، والهياكل ونظم إدارة التنظيم ككل . 159- (عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص 19-20).

جوانب الاختلاف بين الإدارة الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي :

بالرغم من إعتقاد الكثيرين ان الإدارة الإستراتيجية والتخطيط الإستراتيجي هما وجهان لعملة واحدة إلا إنهما في حقيقة الأمر يختلفان من عدة اوجه ، ولعله من المثمر هنا ان نستجلي جوانب الاختلاف في النقاط التالية:

1. تعد الإدارة الإستراتيجية ثمرة لتطوير مفهوم التخطيط الإستراتيجي وتوسيعاً لنطاقه وإغناءً لأبعاده.
2. التخطيط الإستراتيجي هو عنصر من عناصر الإدارة الإستراتيجية وليس هو الإدارة الإستراتيجية بعينها لأن الإدارة الإستراتيجية تعني أيضاً بإدارة التغيير التنظيمي وإدارة الثقافة التنظيمية وإدارة الموارد وإدارة البيئة في نفس الوقت .
3. الإدارة الإستراتيجية هي عملية خلق هادفة (تعني بالحضار والمستقبل في آن واحد في حين نجد ان التخطيط الإستراتيجي هو عملية تنبؤ لفترة طويلة الأجل وتوقع لما سيحدث وتخصيص الموارد والإمكانات الحالية في النطاق الزمني الذي تحدده الخطة .

4. التخطيط يتعلق بالبرمجة وليس الإكتشاف في حين ان الإستراتيجية هي قبل كل شئ بحث وتنقيب مستمران .

5. بالرغم من أن التخطيط الإستراتيجي يسبق عملية الإدارة الإستراتيجية إلا ان الكثيرين يعتقدون أن الإدارة الإستراتيجية لا تكون فعالة إلا إذا تبعها تنفيذ وتقييم الخطط الإستراتيجية. 160- (مختار، السودان، 2011م، ص11).

المبحث الثاني: مخاطر النفايات الطبية

تعريف النفايات الطبية :

هي عبارة عن جميع النفايات الناتجة من المؤسسات الصحية مثل المستشفيات و المراكز الصحية والعيادات و الصيدليات ومراكز البحوث والمختبرات والتي تحتوي كلياً أو جزئياً على اعضاء الجسم مثل الدم والأعضاء المبتورة والسوائل والإفرازات الأخرى وكذلك تحتوي علي الأدوية المنتهية الصلاحية أو أي مواد تعتبر غير صالحة للاستعمال، و مخلفات العمليات من قطن وشاش وحقن وإبر ومشارط بالإضافة إلى الملابس الملوثة والأعضاء الحيوانية للتجارب والمواد المشعة الخطرة علي الصحة و الأدوية السامة للجينات ،وكل مواد ناتجة من عمليات علاج المرض ويراد التخلص منها وترمي و تعتبر نفايات طبية.161- (عبدالمجيد ، السودان، 2006م ، ص 15).

كما يعرفها (قاسم) على أنها :

هي النفايات التي تنتج عن الأنشطة الطبية والتي تتكون كلياً أو جزئياً من أنسجة بشرية او حيوانات، دماء، سوائل الجسم وإفرازاته وكذلك الأدوية والمنتجات الصيدلانية الأخرى بالإضافة لاعواد وملابس أقسام الجراحة، إضافة إلى المحاقن والإبر والمواد الحادة الأخرى.162- (قاسم ، 2011م، السودان ،ص 18) .

مكونات النفايات الطبية :

تتكون من مكونين عاملين هما :

النفايات العامة والنفايات البلدية الصلبة مثل مواد التغليف وبقايا الطعام والصحف والعبوات الزجاجية.

1. نفايات الرعاية الصحية الأولية الخطرة .

2. نفايات الرعاية الصحية الأولية.

نفايات محتمل تسببها بحدوث العدوى:

هي النفايات التي تشبه في أنها تحتوي على جراثيم ممرضة، مثل مستنبتات المختبر ، نفايات اجنحة العزل، والمناديل (القطن الطبي)، والمواد أو المعدات التي لامست المرضى المصابين، إفرازات الجسم .

نفايات الأعضاء المريضة (الباثولوجية):

تتكون النفايات الممرضة من الأنسجة والأعضاء وأجزاء الجسم ، والأجنحة المجهزة ، وجثث الحيوان ، والدم ، وسوائل الجسم وتسمى أيضاً أجزاء الجسم البشرية أو الحيوانية التي يمكن تمييزها بالنفايات التشريحية ضمن هذه الفئة ، ويجب إعتبار هذه الفئة ، فئة فرعية من النفايات المعدية حتى ولو إحتوت على أجزاء غير مريضة من الجسم.163-(منظمة الصحة العالمية ، 2005م، ص3) .

النفايات الكيميائية:

تصنف العديد من المواد الكيماوية على أنها مواد خطرة ، وقد وضعت وكالة حماية البيئة الأمريكية قائمة بتلك المواد (APA) من أجل السيطرة عليها عندما يراد التخلص منها ، حيث أن بعض المواد الكيماوية تكون قابلة للإشتعال والإنفجار ، وفي أي من هاتين الخاصيتين فإنه يجب التعامل معها بما يكفل عدم حدوث خطر الإنفجار أو الإشتعال . يتم التخلص من النفايات الكيماوية بوضعها داخل براميل معدنية مبطنية بمواد مبطنة بمواد غير قابلة للتفاعل معها ، او بوضعها داخل خزانات أسمنتية تحت الأرض مبطنة بالزجاج او بمادة فايبرجلاس.164-(مجلة بيئة المدن الإلكترونية،يناير،2013م،ص24) .

تعتبر النفايات الكيميائية خطرة إذا كان لديها صفة واحدة على الأقل من الصفات التالية:

1. سامة .
2. أكالة (مثل الأحماض ذات الرقم الهيدروجيني) .
3. سريعة الإلتهاب .
4. سريعة التفاعل (قابلة للإنفجار، التفاعل مع الماء ، حساسة للصدمات) .
5. سامة للجينات مثل الأدوية المثبطة للخلايا.

النفائيات الصيدلانية :

تشتمل النفائيات الصيدلانية على الأدوية منتهية الصلاحية ، وغير المستخدمة ، والمنسكبة ، والمنتجات الصيدلانية الملوثة ، والأدوية واللقاحات ، والأمصال التي لم تعد هناك حاجة إليها ويستدعي الأمر التخلص منها بشكل ملائم، كما تحتوي هذه الفئة على الأدوات المطروحة التي أستخدمت في تداول المواد الصيدلانية مثل : القوارير أو الصناديق المحتوية على بقايا المواد الصيدلانية ، والقفازات ، والأقنعة ، وأنابيب التوصيل ، وقوارير الدواء . 165-(منظمة الصحة العالمية، 2005م ،مرجع سابق،ص5).

النفائيات المشعة :

المواد المشعة هي تلك المواد التي تصدر عنها إشعاعات أيونية تشكل خطرا على الكائنات الحية التي تتعرض لها، وتتصف المواد المشعة بأنها تبقى تشع فترة طويلة من الزمن،و أن الإشعاعات الصادرة عنها تتراكم في جسم الكائن الحي إلى أن تصل إلى الجرعة الكافية لإحداث الضرر . إن التخلص من النفائيات المشعة يجب أن يخضع لأشد الإجراءات الوقائية، وتحت رقابة صارمة من قبل الهيئات الرسمية بإشراف أشخاص متخصصين على درجة عالية من الكفاءة، يتم تخزين النفائيات المشعة في مواقع خاصة بهابعيدة عن أية نفائيات أخرى، حيث يتم تهيئة هذه المواقع على أعماق بعيدة عن سطح الأرض، وغير قريبة من مصادر المياه الجوفية ،وأن كثير من الدول تلجأ إلى وضع النفائيات المشعة داخل كبسولات من الرصاص بسماكة كافية لمنع تسرب الإشعاعات منها وإحكام غطائها جيدا في باطن الأرض حتى لايمكن أحد من الوصول إليها، كما أنه يمكن إنشاء خزانات إسمنتية بسماكة كافية تحت سطح الأرض مبطنة بالرصاص، يتم تخزين النفائيات المشعة فيها فترة طويلة تتعدى فترة نصف العمر للعنصر المشع في النفائيات.166- (مجلة بيئة المدن الإلكترونية، مرجع سابق ، ص24) .

الأوعية المضغوطة وإسطوانات الغاز :

هناك عدة أنواع من الغازات المستخدمة في الخدمات الصحية ، بعض منها مخزن في إسطوانات يمكن إعادة إستخدامها ، والبعض الآخر مخزن في علب مضغوطة ترمى بعد إنتهائها مثل غاز التخدير والاكسجين ، وبعض غازات التعقيم في صالة العمليات ، والمواد المضغوطة في المعامل، وبعض أجهزة العلاج وقسم الصيانة.167-(الهجري ، مكافحة العدوى بالمنشآت الصحية ، 2011م ، ص 54) .

المصادر الرئيسية للنفايات الطبية :

المستشفيات :

1. المستشفى الجامعي.

2. المستشفى العام.

3. مستشفى المنطقة او الحي .

مؤسسات الرعاية الصحية الأخرى :

1. خدمات الرعاية الطبية الطارئية .

2. مراكز الرعاية الصحية والمستوصفات .

3. عيادات الإومومة والتوليد .

4. العيادات الخارجية .

5. مراكز غسيل الكلى .

6. نقاط الاسعاف الاولى وعيادات السفن .

7. مؤسسات الرعاية الصحية طويلة الأمد .

8. منشآت رعاية المحتضرين .

9. مراكز نقل الدم .

10.الخدمات الطبية العسكرية .

المختبرات ذات العلاقة ومراكز الابحاث وهي تتمثل في التالي:

1. المختبرات الطبية ومختبرات الطب الحيوي .

2. مختبرات ومعاهد التكنولوجيا الحيوية .

3. مراكز البحوث الطبية.168-(منظمة الصحة العالمية ، 2006،ص 13).

4. مراكز التشريح .

5. أبحاث وفحص الحيوان .

6. بنوك الدم وخدمات بنك الدم .

7. دور التمريض وخدمات كبار السن .

المصادر الثانوية للنفايات الطبية :

مؤسسات الرعاية الصحية الصغيرة وهي:

1. مكان الأطباء .
2. عيادات طب الأسنان .
3. المعالجة بالوخز بالإبر . مؤسسات الرعاية الصحية المتخصصة والمنشآت ذات الإنتاج المنخفض

للنفايات وهي تتمثل فيما يلي :

أ- دور النقاها التمريضية .

ب- مستشفيات الأمراض النفسية.

ج- مؤسسات رعاية المعوقين

الأنشطة غير الصحية التي تشمل الاتي :

1. إدخال وريدي أو تحت الجلد .

2. دور التجميل لثقب الأذن والوشم .

3. مستخدمى العقاقير المحظورة .

4. خدمات الجنائز .

5. خدمات الإسعاف .

6. العلاج المنزلي.169-(منظمة الصحة العالمية ، 2005، عمان ، مرجع سابق ، ص 20).

المخاطر المتعلقة بالنفايات الطبية:

تحتوي النفايات الطبية على كائنات قد تكون غير مفيدة ويمكنها نقل العدوى للمرضى الذين يتلقون الخدمات العلاجية بالمستشفيات ومقدمي الرعاية الصحية وعامة الناس، ومن المخاطر المحتملة الأخرى إنتشار كائنات مجهرية مقاومة للأدوية في البيئة إنطلاقاً من مؤسسات الرعاية الصحية.

أنواع المخاطر :

إن التعرض للنفايات الطبية الخطرة قد يؤدي إلى المرض او الإصابة ، ويمكن أن تعزى طبيعة

خطر النفايات الطبية إلى واحد أو أكثر من الخصائص التالية :

1. تحتوي على عوامل معدية .

2. أن تكون سامة للجينات .

3. أن تحتوي على مواد كيميائية أو مواد صيدلانية سامة أو خطرة .
4. أن تكون مشعة .
5. أن تحتوي على أدوات حادة.170.(منظمة الصحة العالمية ، 2006،مرجع سابق،ص 18).

المخاطر الصحية المرتبطة بالنفايات الطبية وهي :

1. المخاطر المعوية .
2. عدوى الجهاز التنفسي .
3. عدوى العيون .
4. عدوى الجلد .
5. الجمة الخبيثة .
6. الايدز .
7. فيروس إتهاب الكبد الفيروسي .

المخاطر البيئية المرتبطة بالنفايات الطبية :

1. تلوث التربة .
2. تلوث الماء .
3. تلوث الهواء .

المجموعات الرئيسية المعرضة للخطر:

1. جميع الأشخاص العاملين في المؤسسات الطبية من أطباء وممرضين وعمال معرضين للإصابة بالأمراض بسبب الإدارة الخاطئة للنفايات الطبية .
2. المرضى داخل مؤسسات الرعاية الصحية أو الذين يتلقون الرعاية المنزلية.
3. وكذلك المرضى وزوارهم معرضين أيضاً للخطر بالإصابة.
4. عمال الخدمات المسندة بمؤسسات الرعاية الصحية مثل عمال الغسيل،مناولة النفايات والنقل.
5. العاملون في مرافق التخلص من النفايات مثل(عمال المكبات والممرمات) إضافة إلى نباشي النفايات. 171-(يوسف،2010،م،ص 40) .

المخاطر من النفايات المعدية والأدوات الحادة :

يمكن أن تحتوي النفايات المعدية على أي من الأصناف العديدة من الميكروبات المسببة ، مع إشارة إلى سوائل الجسم الممرضة الموجودة في النفايات المعدية أن تدخل إلى جسم الإنسان بواسطة عدة طرق منها :

من خلال الأغشية المخاطية بواسطة الإستنشاق أو عن طريق الإبتلاع او من خلال ثقب او قطع بالجلد ، وهناك إهتمام بخصوص عدوى فيروس إلتهاب الكبد الوبائي (C،B) وفيروس نقص المناعة المكتسب (HIV) حيث يوجد دليل قوي على ان الفيروسات تنتقل عن طريق نفايات الرعاية الصحية ، وتنتقل هذه الفيروسات في العادة من خلال الإصابات التي تحدثها إبر المحاقن الملوثة بالدم البشريويمكن للأدوات الحادة الأ تكون سبباً في إحداث القطع والثقوب فحسب،ولكنها تلوث هذه الجروح أيضاً إذا ماكانت ملوثة بالكائنات الممرضة. 172.(منظمة الصحة العالمية، 2008 ، ص 20).

المخاطر من النفايات الكيميائية الصيدلانية هي:

تعتبر كثير من الكيماويات والمواد الصيدلانية المستخدمة في مؤسسات الرعاية الصحية خطرة مثل (سامة وسامة للجينات ، أكالة ، سريعة الإلتهاب ، فعالة ، منفجرة ، وحساسة للصدمات) ، وهذه المواد موجودة بكميات صغيرة في نفايات الرعاية الصحية وقد يتم العثور على كميات أكبر عندما يتم التخلص من الكيماويات والمواد الصيدلانية غيرالمرغوب فيها أوالمنتھية الصلاحية ، وقد تسبب هذه المواد التسمم،إما بالتعرض الحاد أوالمزمن، والإصابات بما في ذلك الحروق، ويكون التسمم نتيجة إمتصاص المادة الكيميائية أوالصيدلانية، من خلال الجلد، الأغشية المخاطية، الإستنشاق، الإبتلاع والمواد المطهرة من أهم أعضاءهذه المجموعة وغالباً ا تسبب التآكل.

المبيدات الحشرية التي بطل إستعمالها والمخزونة في براميل مسربة أو أكياس ممزقة يمكنها بشكل مباشر أو غير مباشر التأثير على صحة أي شخص يلامسها. 173 .(منظمة الصحة العالمية ، 2006، ص19).

تقليل وتدوير وإعادة إستخدام النفايات الطبية :

تقليل النفايات :

يمكن تشجيع التقليل من تولد النفايات في المؤسسات الطبية ومرافق البحث بوضع السياسات والممارسات التي تشمل:

1- التقليل من المصدر :

بإتباع بعض الإجراءات مثل قيود على الشراء لضمان إختيار وسائل او مواد تزيدأقل إسرافاً ، أو التي تولد كميات أقل من النفايات الخطرة .

2- منتجات قابلة لإعادة التدوير :

بإستخدام المواد الممكن إعادة تدويرها إما في المواقع أو خارج الموقع.

3- ممارسات إدارة وتحكم جيدين :

تطبق تحديدا في عمليات شراء وإستخدام المواد الكيميائية والصيدلانية .

فرز النفايات :

يساعد فرز النفايات(الفصل)إلى الفئات المختلفة بعناية على تقليل النفايات الخطرة وأن الإدارة الحريصة على المستودعات تمنع تراكم كميات كبيرة من المواد الكيميائية اوالمواد الصيدلانية المنتهية الصلاحية وتحصر النفايات بعبوات التغليف(صناديق،زجاجات)ومتبقياتالمواد في العبوات.

إن تقليل النفايات عادة ما يفيد منتج النفايات :

1. فهو يقلل من كلفة شراء المواد وكلفة معالجة النفايات والتخلص منها ، ويقلل المسؤوليات المصاحبة لعملية التخلص من النفايات الخطرة .

2. هناك دور لجميع موظفي الخدمة الصحية يمكن أن يقوموا به في هذه العملية وبناء على ذلك ،يجب أن يكونوا مدربين في مجالات تقليل النفايات وإدارة المواد الخطرة.
3. كما يستطيع موردوا المواد الكيميائية والمواد الصيدلانية ايضاً أن يصبحوا شركاء مسؤولين في برامج تقليل النفايات.174.(منظمة الصحة العالمية ، 2006 ،مرجع سابق، ص 50) .

إعادة الإستخدام وإعادة التدوير الآمنين :

يمكن إعادة إستخدام المعدات الطبية والمعدات الأخرى المستخدمة في المؤسسات الطبية بشرط ان تكون مصممة لهذا الغرض وتتحمل عمليات التعقيم. يمكن أن تشمل المواد القابلة لإعادة الإستخدام على بعض الأدوات الحادة مثل المشارط والإبر المستخدمة تحت الجلد والمحاقن والقوارير الزجاجية والحاويات، وبعد الإستخدام تجمع هذه المواد بشكل منفصل عن المواد غير القابلة لإعادة الإستخدام، وتغسل بعناية (خصوصاً في حالة الإبر المستخدمة تحت الجلد، والتي يمكن أن تكون قد علق بها قطرات معدية) وعندئذ يمكن تطهيرها بوحدة من الطرق التالية:

(التعقيم الحراري -التعقيم الكيميائي) ويجب ان لا يجرى تعقيم المحاقن البلاستيكية والقسطرات (أو القنطير) حرارياً أو كيميائياً بل يجب طرحها جانباً.

ويمكن إعادة إستخدام النويدات المشعة طويلة الأمد والمكيفة مثل الدبابيس أو الإبر أو الحبوب التي تستخدم في العلاج الإشعاعي وذلك بعد التعقيم، يجب تطبيق إجراءات خاصة في حالة احتمالية أو التأكيد من وجود تلوث بالعوامل المسببة للاحتلال الدماغي الإسفنجي القابل للانتقال .

يمكن إعادة إستخدام بعض أنواع الحاويات بشرط أن تغسل وتطهر بعناية، أما حاويات الغاز المضغوط فيجب أن ترسل للمراكز المتخصصة ليعاد تعبئته.175.(منظمة الصحة العالمية، جنيف، 1992) .

طرق تعقيم المواد القابلة لإعادة الإستخدام :

التعقيم الحراري :

1. التعقيم الجاف .

2. التعرض لدرجة حرارة 160 م لمدة 120 دقيقة في فرن " باوبينل".

3. التعقيم الرطب .

4. التعرض للبخار المشبع في درجة حرارة 121 لمدة 30 دقيقة في الأوتوكليف"الموصدة".

التعقيم الكيميائي :

1. أكسيد الإيثيلين .

2. التعرض لجو مشبع بأوكسيد الإيثيلين لمدة 3-8 ساعات في درجة حرارة 50° م -60 م في خزان التفاعل .

3. جلوتار الدهايد: التعرض إلى محلول الجلوتار الدهايد لمدة 30 دقيقة. 176.(منظمة الصحة العالمية ، 2006 ، ص 52) .

فرز وتعبئة النفايات :

تعتبر عمليات الفرز (الفصل) وتحديد نوعية النفايات الحل لعملية التقليل من نفايات ومفتاح الإدارة الفعالة لهذه النفايات ، فالمناولة والمعالجة والتخلص المناسبين من النفايات حسب النوع يقلل التكاليف ويوفر حماية أكثر للصحة العامة، ويجب أن يكون الفرز دائماً من مسؤولية منتج النفايات، ويجب أن يتم في منطقة تكون أقرب ما يمكن من مكان تولد النفايات ، ويجب المحافظة عليها في مناطق التخزين وأثناء النقل ويجب أن يكون نفس الفرز مطبقاً وساري المفعول في كافة أنحاء الدولة.

وتكون أنسب طريقة لتعريف فئات نفايات الرعاية الصحية بتوزيع النفايات على أكياس بلاستيكية أو حاويات مرمزة لونياً. وبالإضافة إلى الترميز اللوني يوصى بالممارسات التالية :

1- تتضمن النفايات الطبية ضمن مسار التخلص من النفايات البلدية .

2- تجمع كل الأدوات الحادة معاً، وأن تكون الحاويات مضادة للتقرب (وغالباً تكون مصنوعة من المعدن أو البلاستيك عالي الكثافة)، ومزودة بالأغطية وأن تكون شديدة الصلابة ، وغير منفذة لدرجة أنها لا تحفظ الأدوات الحادة فقط ولكنها تحتجز أيضاً أي بقايا سائلة من المحاقن ، ولمنع سوء الإستخدام يجب أن تكون الحاويات مقاومة للعبث بها (من الصعب فتحها أو كسرها) ، كما يجب إحداث تغيير في الإبر والمحاقن بحيث لا تكون قابلة للإستعمال. 177.(منظمة الصحة العالمية ، جنيف، 1997).

3- توضع علامات الرمز الدولي للمادة المعدية على أكياس وحاويات النفايات المعدية.

- 4- إجراء التعقيم الفوري بواسطة الاوتوكليف ، للنفايات الشديدة العدوى كلما أمكن ذلك، ولذلك يستدعى الأمر أن تعبأ في الأكياس التي تتوافق مع عملية المعالجة المقترحة ، ويوصى بإستعمال الأكياس الحمراء الملائمة (للاوتوكليف) .
- 5- تجمع النفايات السامة للخلايا ، والتي غالباً ما تنتج عن المستشفيات الكبرى او خدمات البحوث في حاويات قوية مانعة للتسرب وأن يوضع عليها بطاقة مكتوب عليها (نفايات سامة للخلايا).
- 6- تجمع النفايات الصغيرة الكيميائية أو الصيدلانية مع النفايات المعدية.178.(منظمة الصحة العالمية ، 2006 ، ص53) .
- 7- يتم إعادة الكميات الكبيرة من المواد الصيدلانية غير المستخدمة أو المنتهية الصلاحية والمخزونة في أجنحة المستشفى أو الأقسام إلى الصيدلية للتخلص منها .
- 8- تعبأ كميات النفايات الكيميائية الكبيرة في الحاويات المقاومة للكيميائيات وترسل إلى مرافق المعالجة المتخصصة، ويجب تحديد نوعية المادة الكيميائية بوضع علامة واضحة على الحاوية ويجب عدم مزج الأنواع المختلفة من النفايات الكيميائية الخطرة مع بعضها .
- 9- تجمع النفايات المحتوية على نسبة عالية من المعادن الثقيلة بشكل منفصل وتجمع حاويات الإبرسول مع نفايات الرعاية الصحية عندما تكون فارغة و شريطة أن يكون مصيرها الترميد .
- 10- تجمع النفايات المعدية ذات المستوى الإشعاعي المنخفض مثل(الماسح الطبية والمحاقن المستخدمة للتشخيص اوالعلاج) في الأكياس الصفراء أو حاويات النفايات المعدية إذا كانت مصيرها الترميد.

جدول رقم (1) الرموز اللونية الموصى بها لنفايات الرعاية الصحية :

نوع النفايات	لون الحاوية والعلامات	نوع الحاوية
نفايات شديدة العدوى	أصفر وعليها عبارة " شديدة العدوى	كيس بلاستيك متين ومانع للتسرب أو حاوية يمكن تعقيمها بلاوتوكليف
النفايات المعدية الأخرى والنفايات الممرضة والنفايات التشريحية	أصفر	كيس بلاستيكي مقاوم للتسرب أو الحاوية
الأدوات الحادة .	أصفر وعليها عبارة " أدوات حادة"	حاوية مقاومة للثقب
النفايات الكيميائية والصيدلانية	بنى	كيس بلاستيكي أو حاوية
النفايات المشعة .	بنى	علبة رصاص موسومة برمز الإشعاع ب
النفايات العامة الطبية	أسود	كيس بلاستيكي

المصدر: 179.(منظمة الصحة العالمية ، 2006 ، ص54) .

تجميع ونقل النفايات الطبية في المواقع :

التجميع :

لا يسمح بتراكم النفايات عند نقطة الانتاج ، ويجب إستحداث برنامج روتيني لتجميعها كجزء من خطة إدارة نفايات الرعاية الطبية .

هناك بعض التوصيات التي يتوجب على العمال المساعدين المسؤولين عن تجميع النفايات إتباعها

وهي :

1. جمع النفايات يومياً ونقلها إلى مواقع التخزين المركزي المعين .
2. يجب ألا تتقل الأكياس ما لم يكن عليها بطاقة بيان تحدد مكان تولدها والمحتويات
3. تستبدل الحاويات أو الأكياس فوراً بأخرى جديدة من نفس النوع .
4. توفير إمدادات أكياس أو حاويات جديدة في كل المواقع التي تنتج النفايات .

التخزين :

تحديد مواقع تخزين النفايات الطبية داخل مؤسسة الرعاية الصحية أو مركز الأبحاث ، ويجب تخزينها في الأكياس أو الحاويات في منطقة أو غرفة أو مبنى من حجم مناسب ، لكميات النفايات المنتجة ويناسب عملية تكرار التجميع . ويجب تخزين النفايات السامة للخلايا بشكل منفصل عن نفايات الرعاية الصحية الأخرى في موقع محدد وآمن.180.(منظمة الصحة العالمية ، 2006 ، ص55) .

النقل داخل المواقع :

تنقل نفايات الرعاية الصحية داخل المستشفى أوالمواقع الأخرى بعربات ذات عجلات أو بواسطة الحاويات أو عربات اليد المجهزة بعجلات والتي لاتستخدم لأي غرض آخر .

نقل النفايات خارج المواقع :

يعتبر منتج نفايات الرعاية الصحية مسؤولاً عن :

1. التغليف الآمن .
2. وضع بطاقة البيان .
3. تحديد المكان المتجه إليه .

آليات أو حاويات النقل :

وضع أكياس النفايات مباشرة داخل آلية النقل ، ولكن وضعها في حاويات إضافية يعتبر أكثر أمناً ، مثل الصناديق الكرتونية ، صناديق بلاستيكية أو مجلفنة متينة ذات عجلات لها غطاء .

تخطيط المسار :

تنقل النفايات الطبية من خلال ربع مسار ممكن والذي يجب أن يكون مخططاً له قبل بدء الرحلة ، بعد مغادرة نقطة تجميع النفايات ، يجب بذل كل الجهد لتفادي اي مناولة إضافية للنفايات .

تقنيات المعالجة والتخلص من النفايات الطبية :

1. كفاءة التطهير .
2. الإعتبارات الصحية والبيئية .
3. تقليل الحجم والكتلة .
4. إعتبارات السلامة والصحة المهنية .
5. كمية النفايات المطلوب معالجتها والتخلص منها .
6. انواع النفايات المطلوب معالجتها والتخلص منها .
7. خيارات المعالجة والتقنيات المحلية المتاحة .
8. خيارات التخلص النهائي المتاحة .
9. متطلبات التدريب لتشغيل الطريقة المختارة .
10. إعتبارات التشغيل والصيانة .
11. المساحات المتاحة .
12. مواقع منطقة المعالجة ومرفق التخلص والمنطقة المحيطة بهما .
13. تكاليف الإستثمار والتشغيل .
14. قبول الجمهور .
15. المتطلبات التنظيمية . 181. منظمة الصحة العالمية ، 2006 ، ص 71) .

المعالجة والتخلص من النفايات الطبية لها عدة طرق منها:

تصنيف المعالجة الممكنة وطرق التخلص من النفايات الخطرة والنفايات شديدة الخطورة الناتجة عن مؤسسات الرعاية الطبية ذات المصادر القليلة والتي تستخدم برامج الحد الأدنى لإدارة النفايات إلى ثلاثة أنواع وهي :

أولاً: العمليات الحرارية:

الترميد في الموقد الثابت ذي الغرفة الواحدة:

ترميد النفايات في فرن بسيط مزود بموقد ثابت وتدفق طبيعي، وتنفيذ عمليات إزالة الرماد والتحميل والتزليل يدوياً، بحيث تكون قيمة التسخين الدنيا للنفايات المفروزة كافية للإحترق ، إلا أنه قد تكون هناك حاجة إلى إضافة كمية قليلة من (الكبروسين) لبدء عملية الإشتعال، وأن ضخ الهواء أيضاً قد يساعد إلى وصول إلى ترميد مثالي.

المزايا:

1. كفاءة تطهير جيدة .
2. تخفيض شديد في كمية النفايات .
3. عدم الحاجة لمشغلين ذوي كفاءة عالية .

العيوب:

1. تولد إنبعاثات كثيفة تحتوي على ملوثات للغلاف الجوي تتضمن غازات متدفقة ورماد متطاير، كما يمكن أن تنتج روائح .
2. غير فعالة في تحطيم المواد الكيميائية والأدوية المقاومة للحرارة .

ثانياً: المرمدات البرميلية أو المبنية من الطوب:

تطبيق الحرق البسيط في حيز ضيق عند تعذر شراء المرمدات ذات الغرفة الواحدة أو عدم توفره، حيث يكن تصنيع برميل حديد أو تشييد جدران من الطوب أو الأسمنت فوق اللوح أو ستارة معدنية أو شبكة رقيقة ذات قضبان وتغطي بلوح أو بستارة ثابتة لتمنع تناثر الرماد أو المواد الخفيفة، وتوضع النفايات في الداخل وتحرق بإستخدام التهوية اليدوية وإضافة الكاز (الكبروسين) عند الضرورة.182. منظمة الصحة العالمية ، 2006 ، ص151-152) .

المزايا:

1. تقليل حاد في وزن وحجم النفايات .
2. تكاليف الإستثمار والتشغيل منخفضة جداً.

العيوب:

1. لا يتم تحطيم الكثير من المواد الكيميائية والمواد الصيدلانية .
2. إنبعاث كثيف للدخان الأسود وتدفق الغازات السامة .

ثالثاً: الحرق في الهواء الطلق:

يجب تنفيذ حرق النفايات المعدية في الهواء الطلق في المستوصفات الريفية، مراكز الصحة المعزولة أوفي الحالات الطارئة فقط كملاذ أخير، فيجب إجراء الحرق في حفرة التخلص النهائي (وهذا يعني حيث ستدفن المتبقيات)، وأن يشرف على العملية شخص مسؤول عن إدارة النفايات في وحدة الرعاية الصحية، ويتم ذلك بعكس إتجاه الرياح بعيداً قدر الإمكان عن مرافق المستشفى أو أية تجمعات أخرى، وتسييج المنطقة التي تتم داخلها عمليات الحرق لمنع الأشخاص غير المصرح لهم والحيوانات من الدخول. 183. (منظمة الصحة العالمية ، 2006 ، ص153).

رابعاً: التطهير الحراري الرطب:

يقوم مبدا التطهير الحراري الرطب على تعرض النفايات المعدية الممزقة لحرارة عالية وضغط بخاري عالي، حيث توضع النفايات الممزقة داخل خزان التفاعل، ويتم تثبيت ظروف تفريغ الهواء وإدخال البخار إلى الخزان ، وهنا يجب أن يقوم فنيون مؤهلون بمتابعة إجراءات التشغيل الدقيقة من أجل الحصول على تطهير فعال ، ويجب أن يستخدم التطهير الحراري فقط من قبل مؤسسات الرعاية الصحية التي يتوفر لديها المصادر الفنية والمالية الكافية.

المزايا هي:

1. أمن بيئياً .
2. تقليل حجم النفايات .
3. تكاليف الإستثمار والتشغيل منخفضة نسبياً .

العيوب هي:

1. تعرض معدات التقطيع للتعطل أو الفشل وضعف الأداء .
2. ضرورة وجود مشغلين مؤهلين .
3. غير ملائم للنفايات التشريحية والمواد الصيدلانية الكيميائية والنفايات التي لا يتخللها البخار بسهولة.

خامساً: التعقيم بواسطة الاوتوكليف:

التعقيم بالايوتوكليف هو عملية تطهير حراري رطب فعال ، وبشكل عام يستخدم في المستشفيات لتعقيم المعدات والأجهزة التي يعاد تدويرها ، وتسمح تلك الوحدات بمعالجة كميات محددة فقط من النفايات ، ولذلك تستخدم عموماً للنفايات شديدة العدوى فقط، مثل الاوساط الزراعية والأدوات الحادة ، ويجب ان يتم تزويد المستشفيات العامة بأوتوكليف حتى لو كانت ذات مصادر محدودة ، إلا أنه قد لا يتوفر لدى المستشفى المحلي واحداً منها ، وتتشابه مزايا وعيوب (الايوتوكليف) مع تلك المستخدمة للمعالجات الحرارية الرطبة .

سادساً: التطهير الكيميائي:

يعتبر التطهير الكيميائي عملية معالجة فعالة ، ولكنها مكلفة إذا كانت أسعار المطهر المستخدمة فيها مرتفعة ويتطلب التشغيل الآمن فنيين مدربين ومزودين بمعدات حماية مناسبة ، ولذلك لا يوصى به لمعالجة جميع النفايات الطبية المعدية،وعلى اي حال ، يمكن لهذه المعالجة أن تكون مفيدة في حالات خاصة ، مثل تطهير الأدوات الحادة القابلة لإعادة التدوير أو تطهير براز مري الكوليرا.

سابعاً: التعقيم الكيميائي للأدوات الحادة القابلة لإعادة التدوير:

يمكن إعتبار التطهير الكيميائي للمشارط والمحاقن بالإبر والأدوات الحادة الأخرى القابلة لإعادة التدوير كبديل أو طريقة مكملة للتعقيم الحراري،حيث توضع الأدوات الحادة،بعد تنظيفها بشكل شامل وتجفيفها، في خزان ويتم تعريضها إلى غاز او سائل تطهير قوي . 184.(منظمة الصحة العالمية ، 2005 ، ص153).

المزايا:

ذو فعالية عالية (يمكن أن يكون أكثر فعالية من التعقيم الحراري) .

العيوب:

1. ضرورة وجود مشغلين مؤهلين .
2. مكلف إذا كانت المطهرات الكيميائية المستخدمة غالية الثمن .
3. يتم فيها استخدام مواد خطيرة بحيث يتطلب الأمر توفير معايير السلامة.

ثامناً: التطهير الكيميائي للبراز الناتج عن مرضى الكوليرا:

التخلص منها لا يتطلب استخدام مطهر كيميائي قوي جداً ، ويمكن أن تطهر الدلاء التي تحتوي على براز المرضى المصحوب بإسهال حاد بإضافة بودرة أكسيد الكلور أكسيد الكالسيوم (الجير) المجفف (CaO)، ويمكن استخدام مطهرات أخرى سائلة أو بودرة وفي حالة الكوليرا البائية، يجب معالجة وتطهير شبكة مياه الصرف الصحي للمستشفى ،وفي حال توفير مساحة كافية فيمكن معالجة مياه الصرف الصحي ،من خلال احواض ترسيب ،يتبعها تطهير هذه المياه بواسطة مادة هيبوكلوريت الصوديوم ، ويجب تطبيق إجراءات التطهير في الحالات الطارئة وظهور اوبئة الكوليرا في نطاق المستشفيات وذلك للحيلولة دون إنتشار المرض .185-(يوسف،2010م،ص43) .

المزايا:

1. تطهير فعال .
2. عدم الحاجة إلى مشغلين على درجة عالية من التدريب .

العيوب:

ليست هناك عيوب مهمة مقارنة بالفوائد .

تاسعاً: عمليات الإحتواء:

الطمر في مواقع التخلص التابعة للبلدية وهي كالاتي :

يمكن طمر النفايات في مواقع التخلص التابعة للبلدية إن لم يكن بالإمكان معالجتها قبل التخلص، ومع ذلك فلا يجب التخلص من النفايات الطبية أو فرشها على سطح المكبات المكشوفة، وإذا كان هناك تخطيط (توجه) للطمر .186-(المدهوني،السودان، 2015م، ص55) .

المزايا:

1. أمنة نسبياً إذا كانت إمكانية الدخول مقيدة وكان الموقع الذي تم إختياره مطابقاً للشروط أعلاه.
2. تحليل حيوي فعال للمكونات البيولوجية لنفايات الرعاية الصحية إذا ما تم الطمر بدقة.

العيوب:

1. عدم إمكانية ضمان القيود الموضوعية على إمكانية الدخول دائماً .
2. صعوبة تقييم مطابقة عمليات الطمر مع شروط الطمر الآمن .

عاشراً: الدفن الآمن داخل حرم المستشفى كالاتي :

احياناً يكون الدفن الآمن للنفايات في حرم المستشفى الخيار المنطقي المتاح في بعض المؤسسات الصحية في المواقع النائية ومعسكرات اللاجئين والمناطق التي تعاني الحرمان بشكل إستثنائي .

المزايا:

1. مخاطر أقل من النفايات المتراكمة والمكدسة والتي يسهل الوصول إليها .
2. تكاليف منخفضة .

العيوب :

1. مخاطر تلوث التربة المنفذة إذا أصبحت النفايات مشبعة بالمياه.
2. صعوبة منع النباش في جميع الأوقات .

أحد عشر: الكبسلة:

يوصى بها كأسهل تكنولوجيا للتخلص الآمن من الأدوات الحادة ، حيث تجمع الأدوات الحادة في الحاويات مقاومة للثقب ومانعة للتسرب.

المزايا:

1. بسيطة وأمنة .
2. التكاليف منخفضة .
3. يمكن إستخدامها لنفايات المواد الكيميائية والصيدلانية.

العيوب:

لا ينصح بإستخدامها للنفايات المعدية الأخرى غير الأدوات الحادة. 187- (يوسف،2010م ،مرجع سابق ، ص45).

معالجة النفايات في محطة المعالجة:

يتعين على محطة معالجة النفايات الطبية معالجة النفايات بطرق صحيحة وأمنة وسليمة بيئياً كما ان تتم المعالجة وفق ما تنص عليه تعليمات الإستخدام مع التجهيزات المستخدمة في المعالجة وتعليمات العمل المعتمدة في المحطة، يجب ان تتم معالجة النفايات الطبية وفق القواعد العامة التالية:

1. يجب أن تتم معالجة النفايات بإشراف رئيس عمليات المعالجة في المحطة .
2. يجب أن يتم خلط النفايات الطبية مع انواع أخرى ، من النفايات في أثناء المعالجة تضمن طريق المعالجة والتخلص من النفايات الطبية الترميد أو التعقيم والتطهير (الأوتوكلاف).
3. ينبغي أن لا تستخدم طريقة التعقيم البخار (الأوتوكلاف) لمعالجة النفايات الملوثة بملوثات سامة او إشعاعية وذلك لإحتمال إنبعاث غازات سامة أثناء هذه العملية .
4. بعد الإنتهاء من عملية المعالجة ينبغي التخلص من النفايات الطبية بطريقة لا تعرض صحة الإنسان او سلامة البيئة على أي أخطار إضافية .

مرحلة ما بعد المعالجة :

- للمحافظة على مستوى عالٍ من النظافة العامة لابد بعد إجراء عملية حرق النفايات الطبية في محطة المعالجة من إتباع الإجراءات التالية: 188-(المدهوني،السودان، 2015م، ص-56) .
1. غسيل وتنظيف آلية جمع ونقل النفايات الطبية بشكل جيد مع التنشيف .
 2. غسيل مكان تجميع النفايات الطبية في مواقع محطة المعالجة بالكامل وبشكل يومي.
 3. تفرغ المحارق من الرماد الناتج عن عمليات الحرق بشكل يومي وذلك بعد الإنتهاء من عمليات الحرق والإنتظار حتى يبرد الحرق ويمكن في صباح يوم العمل التالي.
 4. وضع الرماد في حاويات خاصة محكمة الإغلاق وينقل بآليات خاصة إلى مكان الرماد النهائي .
 5. تجهيز حفر خاصة في المقلب النهائي لدفن رماد النفايات الطبية بشكل يومي وتغطية كاملة بالتراب وبسماكات جيدة لهذا الرماد من آثار سلبية على الصحة العامة.
 6. إجراء حمام كامل يومي بالماء الساخن والمنظفات بعد الإنتهاء من العمل .

التدريب :

بما ان جميع الأعمال التي يقوم بها لها علاقة بإدارة النفايات الطبية هي أعمال هامة تساعد في نجاح نظام إدارة النفايات الطبية كذلك يجب التركيز على تحضير المواد التعليمية والإرشادية النافعة في تدريب كافة المستويات الوظيفية التي تشمل الإدارة ورئيس عمليات المعالجة وعمال المعالجة وفيها:

1- الإدارة العليا والمتوسطة :

يجب التركيز على اعلام الادارة عن مدى أهمية الإيمان بضرورة إنجاز نظام النفايات.

2- منسق شؤون النفايات :

يجب تدريب منسق شؤون النفايات أو رئيس عمليات المعالجة على طرق تنفيذ الإجراءات الجديدة كما يتلقى تدريباً عملياً على كيفية تحضير الجداول الزمنية والمخططات البيانية وخطط السير الجغرافي وتسجيل كميات النفايات .

3- عمال النفايات:

يجب تدريب عمال معالجة النفايات الطبية وتثقيفهم من قبل رئيس عمليات معالجة النفايات . وينبغي أن تدرك الإدارة مدى دور عمال النفايات في إنجاز الدور العام ،لذلك يجب عدم الإستهانة بتدريبهم ويجب أن يركز التدريب على كيفية تخزين ومعالجة النفايات الطبية بأنواعها ،ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال تحضيرات لمصاقات جدارية إرشادية و وضعها على مقربة من تجهيزات المعالجة ويمكن تدريب عمال المعالجة على المواضيع التالية:

1. العمل وفق مخطط إسبوعي معد مسبقاً .
2. تعليمات العمل .
3. تسجل النفايات .
4. التعامل مع النفايات ونقلها ومعالجتها على إختلاف أنواعها .
5. المهام والمسؤوليات الأخرى . 189- (المدهوني، 2015م، مرجع سابق ،ص 57) .

المبحث الثالث: حملات العلاقات العامة الإرشادية بمخاطر النفايات الطبية

مفهوم الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد :

تُعد الحملات الإعلامية (Mediacampaigns) من النشاطات الإتصالية المهمة التي تعددت واختلقت بشأنها وجهات النظر ، حول وضع مفاهيم وتعريفات محددة بشأنها ، وذلك وفقاً لإختلاف الوظائف التي تؤديها الحملات الإعلامية ، وتعدد أهدافها التي تسيء إلى تحقيقها ، لا فضلاً عن إختلاف خصائصها ، وتعدد عناصرها ، وهو ما حال دون وضع تعريف محدد للحملات الإعلامية يتفق عليه الكثير من الباحثين .فقد عرف جاسبر براجت (Jasper Brajt) الحملة الإعلامية بأنها (سلسلة من الرسائل الإعلامية المتصلة والموظفة بمقاييس محددة ، لتحقيق أهداف بعينها، معتمدة في ذلك على وسائل إعلامية متعددة ، والتركيز على إستخدام تقنيات متطورة وضرورية لتتبع مسارات الحملة الإعلامية مع ضرورة ان تتسق رسائل الحملة مع الوسائط الإعلامية التي تقوم بنقلها، وذلك بهدف الوصول إلى الجمهور المستهدف وتحقيق أكبر قدر من التأثير). 190- (سليم، 2015، ص6).

ويعرف (هربرت سيمونز Herbert Simons) الحملة الإعلامية بأنها (محاولات منظمة للتأثير في الجماعات والجمهير العريضة من خلال سلسلة من الرسائل) . ويمكننا من التعاريف السابقة عرض إتجاهات الحملة الإعلامية وهي:
الإتجاه الأول :

هدف الحملة الإعلامية ويتركز في التأثير على المعتقدات وسلوك مجموعات أخرى من الأفراد بإستخدام فاعلية الاتصال .

الاتجاه الثاني :

الطرق والمناهج التي تتبعها الحملة : مثل رسائل التعزيز (الترويج) عن طريق وسائل الإعلام. 191- (اللحام وأخرون، 2015، ص174).

خصائص الحملات الإعلامية عبر الإعلام الجديد :

- للحملات الاعلامية التي تعتمد على تقنيات وتطبيقات الإعلام الجديد العديد من الخصائص التي تتوافق مع كونها حملات إلكترونية ، وهي كما يلي :
1. أن تكون الحملة الإعلامية ذات رسالة واضحة تمس إحتياجات وإهتمامات الجمهور المستهدف.
 2. تحتوي بداخلها على عناصر تفاعلية لبناء مزيد من العلاقات التي تزيد من فهم الناس للحملة .
 3. محددة باهداف واضحة ، وفترة زمنية معينة .
 4. تنتشر بسهولة وسرعة ، وإلا ستكون غير فعالة .
 5. لها شعار يعبر عنها ، يوضع على الموقع الخاص بالحملة .
 6. تتوافق مع قيم ومعايير المجتمع ، وإلا ستواجه صعوبة في إنتشارها.192- (سليم،2015م،ص8).

التخطيط لحملات العلاقات العامة :

يعرف (علي الحوت) التخطيط الإعلامي بأنه: (التدابير والإجراءات التي يتخذها فرد أو جماعة أو هيئة أو دول من أجل تحقيق غايات وأهداف محددة في مدى زمني قد يكون قصير أو بعيد) أما التخطيط في العلاقات العامة فهو (وضع منهج سليم للعلاقات العامة الداخلية أو الخارجية لكسب ثقة الجمهور وتلافي الأزمات والمشكلات ومواجهة الكوارث الطارئة ومعالجة أثارها السيئة) وإنطلاقاً من هذا المفهوم فإن القوة البشرية (جمهور العلاقات العامة) يمثل أهمية كبرى في التخطيط للعلاقات العامة على إعتبار أن المرسل والمتلقي هما هدف هذا التخطيط وذلك لإرتباطهما الوثيق بأهداف المنظمة فالعنصر البشري هو العنصر الرئيس من كل اهداف التخطيط في العلاقات العامة.

التخطيط لحملات العلاقات العامة يمر بمجموعة من الخطوات تتلخص فيما يلي :

1. جمع المعلومات والبيانات .
2. تحديد الأهداف الخاصة بالحملة .
3. تحديد فئات الجمهور .
4. وضع الميزانيات والمخصصات المالية .
5. إختيار الوسائل .
6. تحديد الوسائل الإعلامية .
7. جدولة الحملة(تنفيذالحملة).
8. تقييم نتائج الحملة.193- (مصطفى،القااهرة،2013م،ص236) .

أساسيات حملات العلاقات العامة :

يجب علينا إتباع بعض التوجيهات لإنجاح الحملة ، وهي كما يلي:

1. إجراء البحوث وإتباع الدقة في ذلك .
2. تحليل النتائج .
3. تحديد الأهداف .
4. تحديد الجمهور المستهدف .
5. تحديد أصحاب المصلحة .
6. تحديد الرؤية والرسالة .
7. تحديد الإستراتيجيات والتقنيات التي سيتم إستخدامها .
8. تحديد وسيلة او وسائل التنفيذ .
9. تحديد وقت التنفيذ .
10. يجب معرفة الوضع في الساحة العامة .
11. أعرف أصحاب المصلحة .
12. تحيد الميزانية .
13. تحديد و وضع خطة الطوارئ .
14. تقويم وتقييم النتائج في مراحلها المختلفة.194- (المشرف،2015م،ص116-117).

أنواع حملات العلاقات العامة :

الحملات الصحفية:

يعرفها الدكتور (سيد سلامة) بأنها ليست شكلاً صحفياً تحريرياً ، ولكنها في الأساس عبارة عن مضمون او محتوى في قالب تحريري او شكل صحفي يهاجم (مستهدف) سواء كان شخصاً أو قضية او مشكلة، ويتحقق من خلال هذا المضمون او المحتوى مفاجأة الخصم (المستهدف) بالحقائق التي تعتمد على الوثائق والمستندات ، وذلك لتحقيق هدف مباشر وهو إرباك الخصم وهدف غير مباشر وهو التأثير السريع على المتلقي في محاولة لكسب تأييده تجاه مضمون الحملة وذلك بهدف إنجاح الحملة في تحقيق غرضها وهو حل المشكلة. 195 - (عبدالمجيد-علم الدين،القااهرة،2009م،ص197).

أولاً: انواع الحملة الصحفية :

الحملة الصحفية المخططة:

وهذه الحملة يخطط لها جهاز التحرير في الصحيفة ويشرك فيها أكبر عدد من محرري وكتاب الصحيفة ويدعمها بالوثائق والادلة والدراسات والأبحاث ، ولا تبدأ هذه الحملة إلا بعد ان تستكمل الصحيفة إعدادها إعداداً كاملاً للنشر.

الحملة الصحفية المفاجأة :

وهي الحملة التي تقوم بدون إعداد مسبق والتي يفرضها تطور الأحداث في المجتمع فقد ينشر خبر صغير تمسك الصحيفة بأحد خيوطه وتظل تتابعه في مجموعة من الأخبار المتتالية حتى ينفجر الخبر في حملة صحفية تهز المجتمع كله. 196- (ابوزيد، القاهرة، 2007م، ص248).

ثانياً: سمات الحملات الصحفية :

1. تعمل على خلق الصراع بين طرفين هما المرسل والمستهدف .
2. طابعها هجومي من خلال المعلومات المدعمة بالوثائق.
3. تثير الرأي العام ضد شخص تؤثر سلوكياته سلباً على المجتمع من خلال مشكلة سياسية أو إقتصادية أو علمية أو صحية أو نحوها .
4. لا يثير مضمونها موضوع واحد بل مواضيع متتالية .
5. موضوعاتها لا تقبل الجدل وإبداء الرأي في مضامينها الإعلامية وذلك لإعتمادها على الحقائق.
6. قد تبدأ الحملة الإعلامية بخبر ثم تتطور إلى تقرير إخباري ثم إلى تحقيق والمقال بأنواعه ثم إلى حملة إعلامية .
7. الحملة الإعلامية ليس فناً اعلامياً بذاته وإنما هي فن توظيف الفنون والأشكال الإعلامية والصحفية لخدمة موضوع الحملة في شكل من أشكال الإستخدام الجيد للفنون الإعلامية والصحفية المتعددة .
8. قد تأخذ شكل الأخبار وقد تأخذ شكل الأحاديث الصحفية أو شكل التحقيقات والمقالات وقد تأخذ هذه الأشكال جميعها وقد تشتمل على الرسوم والصور والكاريكاتير وبقية الفنون الصحفية والإعلامية الأخرى. 197- (مصطفى ، 2013 م ص229-230).

ثالثاً: عوامل نجاح الحملة الصحفية :

1. الإعداد المسبق للحملة عن طريق جمع أكبر كمية من المعلومات والبيانات والتفاصيل والأدلة الكافية لإقناع الرأي العام .
2. المتابعة المستمرة للموضوع وعرض جوانبه المتعددة وتحليل فرعياته فلو تكاسلت الصحيفة عن متابعة الحملة الصحفية لفقدت حيويتها وبالتالي فقدت تأثيرها على الرأي العام .
3. ان تفسح الصحيفة صدرها للرأي الآخر وتمنحه فرصة الرد على الإتهامات الموجه إليه، لأن ذلك سوف يكسبها إحترام القراء ويزيد من ثقتهم في صحة موقف الصحيفة وشجاعتها الادبية .
4. أن تجند الصحيفة كل إمكانياتها لإنجاح الحملة الصحفية فتشرك فيها ابرزمحريها وكُتابها الكبار .
5. الإلتزام بالموضوعية وإحترام الخصم وعدم توجيه الإتهام بدون ادلة كافية وعدم الدخول في المهاترات وعدم الإساءة إلى الأبرياء .198-(عبدالمجيد وآخرون، مرجع سابق،ص249-250).

الحملة الإعلانية :

للحملة الإعلانية عدة تعاريف يمكننا ان نستعرض بعض منها كما يلي :

هي التصور المبدئي للنشاط الإعلاني الخاص بسلعة أو(خدمة) معينة الذي يسعى إلى تحقيق هدف معين في فترة زمنية محددة من خلال مجموعة من الرسائل الإعلانية المستهدف نشرها وإذاعتها في وسائل النشر المناسبة. 199-(التجار،1996،ص81).

الحملة الإعلانية هي سلسلة من الإعلانات وعدد من الجهود الإعلانية التي تبذل لإنتاج تلك الإعلانات وذلك لتحقيق أهداف محددة.200- (رشاد، القاهرة، 2008م ص18).

وقد عرفها الخبراء والمتخصصون بانها : نشاط إعلاني متصل ومتواصل ومنظم ومنسق يعمل

في تتاعم من أجل الحصول على أعلى النتائج بأقل تكلفة ممكنة.201-(خوخة،القاهرة،2011،ص38) .

أولاً: أسس بناء إستراتيجية الحملة الإعلانية:

يقتضي ان تبنى الحملة الإعلانية على أسس محددة تستند إلى العناصر الرئيسية التالية :

عنصر التكتيف :

إذا كانت مرحلة التقديم تمثل المرحلة الأولى من مراحل دورة حياة أية سلعة أو (خدمة) ، فإن التكتيف يشكل عنصراً من العناصر الواجب أخذها في الحسبان في هذه المرحلة بغية ملاحقة العملاء في وسائل النشر المناسبة وذلك من خلال التحديد السليم لمعدات التكرار لإحداث التأثير الإيجابي المستهدف الذي يحقق الغاية المراد الوصول إليها.

عنصر التركيز :

من الخطأ بمكان أن نجزم بتمائل تأثير وسائل النشر المختلفة في إحداث الأثر الإيجابي لتحقيق الهدف المباشر من الإعلان عن المنتجات أو الخدمات المختلفة ، لذا فإنه من المقترح ان يتم التركيز على بعض الوسائل الإعلانية ذات التأثير الكبير على المستهلكين والمستهدفين الذين يملكون سلطة إتخاذ قرار شراء السلعة أو الخدمة المراد الإعلان عنها .

عنصر البساطة :

مما لا شك فيه إن إنتقاء الأسلوب السهل الذي يصل إلى أفئدة المستهلكين وأذهانهم بسرعة يعد مدخلاً من المداخل التي تساهم في إحداث الأثر الإيجابي الملموس الذي يؤدي إلى تحقيق الإستجابة المرضية لديهم تجاه السلعة او الخدمة المعلن عنها .

عنصر التمييز :

من المبادئ الأساسية المتعارف عليها في مجال التسويق السلعي إن عنصرالتمييز يشكل وزناً كبيراً وثقلاً مؤثراً في إرتفاع حجم المبيعات من المنتجات المسوقة، فمن المخطط ان نخضع عنصر التمييز لمجال التطبيق عند الإعلان عن السلع أو (الخدمات). (202-النجار، 1996، مرجع سابق، ص83-84).

الحملات الصحية التوعوية :

هي طريقة علمية وإدارية أساسية مهمة يقاس بها أمية الأفراد والسعى لمحوها لتكوين بيئة صحية واسعة الوعي وتختلف الحملات الصحية من مسبب لأخر، إلا أن المنظور العام لها يهدف بشكل رئيس إلى التوعية وإستهداف الأسر والأفراد لتعزيز سبل الوقاية والسلامة ، وهناك تعريف آخر للتعريف الصحي عرفته (pender) عام 1987 ميلادي على أنه :

الإتجاه لزيادة مستوى العافية وتحقيق الذات عند الفرد والمجموعة وهذا النموذج الذي تم تطويره من قبلها يستخدم كتقييم لسلوك الصحة عند الفرد. 203-(الطب الجامعي ، تريض صحة المجتمع ومنظمة الصحة العالمية-2005).

أولاً: الهدف :

يتوافد الكثير من الأفراد إلى العيادات والمستشفيات بحثاً عن العلاج والوقاية من الأمراض وهذا يجعلنا نوقن أن هناك نكبة من الخلل في سبل التنقيف والوعي العام لذا فان هذه الحملات الصحية التوعوية تهدف غالباً إلى إستكشاف مخاوف ومشاكل الأفراد والسعي إلى حلها بطريقة علمية تحسن من مستوى وعي الفرد تجاه المسببات والأمراض المنتشرة والسلوكيات والممارسات الخاطئة التي تؤمن له بيئة صحية ذات مستوى عالي من التنقيف الصحي .

ثانياً: عوامل مرتبطة :

تعتبر الخدمات الصحية من الحقوق الأساسية لكل فرد من افراد المجتمع ولهذا ينبغي ضمان أن يحصل كل فرد في المجتمع على حد ادنى من هذه الخدمات، وترتبط البرامج الصحية في الدول النامية بصفة خاصة ببرامج إجتماعية واقتصادية الامر الذي يحتم ضرورة التنسيق والتكامل بين عامة هذه البرامج ومن الافضل ان تقوم الدولة بهذا العمل ليعكس توزيع الخدمات الصحية وبين الافراد درجة العدالة الاجتماعية السائدة في كل مجتمع ولهذا تهتم الدولة بتوفير الخدمات لضمان توزيعها بين افراد المجتمع .

ثالثاً: مصادر ووسائل التوعية التأمينية :

1- صفات الرسالة التوعوية :

- أ- محددة ومدروسة.
- ب-واضحة وسهلة.
- ج- كاملة ومختصرة.
- د- مستمرة وفاعلة. 204-(دليل التوعية التأمينية الصحية ، السودان، 2007م ، ص 39).

2- صفات مرسل الرسالة التوعوية:

- أ- المعرفة .
- ب-المصداقية .
- ج-المهارة .
- د- القدرة .

ه- القبول .

و- التواضع .

ز- اللغة .

3-متلقي الرسالة التوعوية يجب أن :

أ- يكون مستعداً لتلقي الرسالة (إختيار الوقت المناسب) .

ب-تصله الرسالة .

ج- يفهم الرسالة .

د- يقتنع بتطبيق الرسالة .

4- وسائل الإتصال يجب أن تكون :

أ- مقبولة إجتماعياً.

ب- صالحة عملياً .

ج- ميسرة ومتاحة .

د- بسيطة وسهلة.

وسائل التوعية التامينية :

الاتصال المباشر :

1- الندوات - المحاضرات - المخاطبات .

2- المقابلات الشخصية .

3- حلقات النقاش .

4- مجموعات النقاش البؤرية .

5- العروض المسرحية .

الاتصال غير المباشر :

1- وسائل الإعلام (تلفزيون - راديو - صحافة) .

2- العروض السنمائية .

3- عروض الفيديو .

4- المعارض - الملصقات - المطبقات - النشرات .

5- المواقع الإلكترونية والمواقع الهاتفية .

6- المؤسسات الصحية الإجتماعية .

7- مصادر تجارية (الصيدلايات - باعة الأدوية من الشركات) .

8- مصادر غير رسمية مثل الاصدقاء والجيران والمعارف. 205- (دليل التوعية التأمينية الصحية ،السودان، 2007م ، ص40)

العناصر الاساسية الواجب توافرها في إدارة حملة التغيير الإعلانية :

هناك مجموعة من العناصر الأساسية التي يجب توافرها لإدارة الحملة وهي :

قضية الحملة :

أي أن تكون هناك قضية محل إحتياج وإهتمام الناس .

الجمهور :

ضرورة وجود جمهور له مصلحة مباشرة في القضية يتم الدفاع عنها او تغييرها .

الموارد :

يجب توفير الموارد البشرية والمادية ومصادر المعلومات الأساسية .

الرسالة :

دقة و وضوح حملة التغيير وإعتمادها على حقائق ومعلومات صحيحة مع مراعاة عقود صياغة

الرسالة وفقاً للجمهور الذي يتم مخاطبته .

الجهات المستهدفة :

من الضروري التحديد الدقيق للجهات المستهدفة في الدعوة والتي بيدها صناعة إتخاذ القرار او

التاثير على صانعي القرار .

حسن إختيار القائمين لتوصيل الرسالة:

يجب أن تكون طريقة توصيل الرسالة ملائمة للجمهور الذي يتم مخاطبته. 206- (اسماعيل، 2015م).

برامج التوعية البيئية بمخاطر النفايات الطبية:

تهدف برامج التوعية البيئية إلى جعل المواطن أكثر تفهما ودراية بالعواقب التي تنجم عن تدخله

غير الرشيد في البيئة لتحقيق غاياته، وحتى يتسنى تحقيق هذا الهدف ينبغي أن يناط بأجهزة الإعلام

تشكيل وعي بيئي بصورة إيجابية تدفع المواطن إلى تغيير سلوكه الضار بالبيئة ، وتحثه على المشاركة

في حل مشكلاتها ، ويتم ذلك في ثلاث مراحل هي التوعية بالمشكلات البيئية والتأثير في مشاعر

وإتجاه الجمهور المستهدف والتأثير في السلوك العام، ولا ريب أن المرحلة الثالثة هي أصعب مراحل

منظومة الإعلام البيئي ، فقد يسهل على أجهزة الاتصال تزويد الناس بالمعلومات بيد أن تغيير المواقف

والسلوكيات مسألة قد يصعب منالها طالما أن المعرفة لا تؤدي إلى تغيير السلوك وهو ما يعرف بالاعلام الجيد الذي لا يحقق النتائج المرجوة.207- (صابر،السعودية، 2000م،ص 66).

الإعلام هو الوسيلة الجماهيرية التي تطلع العاملين معها على حقائق الأمور اليومية ، والتي تؤثر في مجريات الحياة البشرية لكل مجتمع ، فالإعلام يعد عنصراً مهماً في عملية الاتصال الهادف إلى إيجاد وعي بيئي يدرك أهمية التنمية المستدامة وكيفية الإسهام فيها،لذلك فإن الحملات الإعلامية عبر هذه الوسائل تعمل على بيان الطرق المثلى والإقتصادية لإستغلال الموارد الطبيعية ، وإرشاد الناس إلى طرق المحافظة عليها وديمومتها ، ومنع تدهورها ، وإبراز الآثار السلبية التي يمكن أن تظهر نتيجة إستغلال هذه الموارد والوقاية منها ، والعمل على تغيير عقلية الأفراد والجماعات لكيفية تعاملهم مع البيئة، وتحفيز الجمهور للمشاركة الفعالة في رعاية البيئة من خلال كون الحملة الاعلامية وسيلة لنقل الحقائق، وان الحملات الاعلامية التوعوية تؤثر في المجتمع من خلال الوعي الإجتماعي ، فكلما ساهمت الحملة الاعلامية في رفع درجة الوعي الإجتماعي لدى الجمهور قلت القوانين الملزمة له ، وكلما زاد مدى الوعي الإجتماعي تخف حدة المشكلات البيئية.208-(عبدالله،السودان، 2010 م ،ص144).

وتوجه أجهزة الاعلام برامج التوعية إلى ثلاثة مستويات تشمل :

اولاً: كبار المسؤولين المنوط بهم إصدار التشريعات وإتخاذ القرارات ومباشرة تنفيذها.

ثانياً: العشيرة الإستراتيجية التي تضم العلماء ورجال الدين وقيادات الهيئات والمنشآت التعليمية والإنتاجية ورؤساء الجمعيات المهنية .

ثالثاً: عامة المواطنين الذين يتدنى الوعي البيئي لديهم إلى مستوى تنعكس تأثيراته على تلوث البيئة.

وتتعامل أجهزة الإعلام في كل مجتمع مع اربع مجموعات من البشر ،(مجموعة غير الملمين بقضايا البيئة ، ومجموعة غير المبالين ، ومجموعة السلبيين ، ومجموعة الملتزمين) ، ولكل من تلك المجموعات ما يناسبها من برامج التوعية ، التي تحقق الهدف المنشود .

هناك العديد من الأدوات والوسائل التي يمكن تسخيرها في برامج التوعية تناسب كافة المستويات منها الحديث المباشر ، وعقد الندوات والمناظرات والدورات التدريبية والمعسكرات ، وإلى جانب الاتصال بالفئات المعنية من خلال الكلمة المقروءة والمسموعة والمرئية .

وبصفة عامة تتناول أجهزة الاعلام قضايا البيئة من خلال نمطين مختلفين هما:

1. يهتم النمط الأول بالأزمات والكوارث البيئية في عجالة سريعة ، تكتفي بالتغطية الإعلامية وتتحاشى الغرض من التفاصيل، ومعظم وسائل الإعلام لديها المهارة في إثارة النتائج الخطيرة المرتبطة بحادثة ما، وليس لديها الرغبة في وضع تلك المخاطر في منظور واقعي، ويتسم هذا النمط الإعلامي بالسطحية وتهويل الحدث وتجاهل الدور الرئيس لأجهزة الإعلام في مواجهة قضايا تلوث البيئة.

2. يعتمد النمط الثاني على تكامل المعالجة الاعلامية للقضايا المطروحة ، وسيُرسَل في توعية وتعريف الناس بتفاصيل المشكلة وبأساليب مواجهتها. 209- (صابر، مرجع سابق، ص 67)، وتتمثل في الآتي:

أ- تعليم الجمهور وتوعيتهم عن المخاطر المرتبطة بنفايات الرعاية الطبية.

ب- إن ترويج المناولة والتخلص المناسبين من النفايات الطبية امر هام لصحة المجتمع ، ومن حق كل فرد في المجتمع أن يتعرف على المخاطر الصحية المرتبطة بذلك ويهدف تعريف وتعليم الجمهور عن النفايات الطبية إلى:

1. خلق الوعي وتبني المسؤولية بين مرضى المستشفى والزائرين لمؤسسات الرعاية الصحية فيما يتعلق بتدابير التصحح (النظافة) وإدارة نفايات الرعاية الصحية .

2. تجنب التعرض لنفايات الرعاية الصحية والمخاطر الصحية المتعلقة بها، ويمكن لهذا التعرض ان يكون إرادياً ، في حالة النباشين ، أو عرضي ، نتيجة لطرق التخلص غير الآمنة .

3. إعلام الجمهور بالمخاطر المتصلة بنفايات الرعاية الصحية ، والتركيز على الفئات التي تعيش او تعمل قرب مؤسسات الرعاية الصحية ، أو تقوم بزيارتها ، وعائلات المرضى التي تتم معالجتهم في المنزل ، والنباشين في مكبات النفايات.

وفيما يلي الوسائل التي يمكن ان تؤخذ بعين الاعتبار عند تعليم الجمهور عن المخاطر، وفرز النفايات أو ممارسات التخلص من النفايات وهي :

1. تنظيم معارض لوحات عن الموضوعات التي تتعلق بنفايات الرعاية الصحية ، تتضمن المخاطر المتعلقة بنبش المحاقن المطروحة وإبر ما تحت الجلد .

2. عرض لوحات تتضمن معلومات وإرشادات عن فرز النفايات الطبية في مناطق إستراتيجية في المستشفيات مثل مواقع حاويات النفايات، يجب ان تكون اللوحات واضحة، بإستخدام الأشكال البيانية والامثلة التوضيحية توصيل الرسالة إلى أكبر عدد من جمهور المشاهدين، بما فيهم الأميين.
3. قيام كادر مؤسسات الرعاية الصحية بشرح سياسة إدارة النفايات للمرضى الجدد والزوار، وقد يكون ذلك صعب التنفيذ، وفي هذه الحالة يجب الأخذ بالإعتبار وتوزيع مطويات ونشرات توضيحية.
4. ولزيادة التأثير إلى أقصى حد ، يجب ان تكون جميع المعلومات معروضة او قادرة على توصيل المعلومة بطريقة عرض جذابة تلفت إنتباه الناس .
5. ويجب أن تكون حاويات النفايات في مؤسسة الرعاية الطبية في مكان يسهل الوصول إليه من قبل المرضى والزوار ، كما ويجب ان تكون موسومة بعلامة واضحة تبين نوع النفايات .
6. إن نمو مستوى الوعي بالمخاطر الصحية والبيئية ادى إلى إزدياد حاجة الجمهور للمعلومات والإرشادات المتعلقة بهذه المواضيع ، وقد تكثف الطلب على ذلك مع إزدياد تفشي فيروس العوز المناعي (AIDS) (HIV) وإلتهاب الكبدB، ويتوجب على مؤسسات الرعاية الطبية ان تكون مثلاً للمجتمع بإدارة نفاياتها بطريقة مصممة لحماية الصحة والبيئة. 209- (صابر، مرجع سابق، ص 68) .

التعليم والتدريب لموظفي الرعاية الصحية :

الهدف من التدريب:

لا يمكن لاي مؤسسة لإدارة الرعاية الصحية ان تكون فعالة ما لم تطبق بعناية، وبإستمرارية، وبشكل عام، وهكذا، فإن تدريب موظفي الرعاية الصحية في تنفيذ تلك السياسة يعتبر حرجاً لانجاح برنامج إدارة النفايات .

إن الهدف العام من التدريب هو تنمية الوعي في مجال مواضيع الصحة والسلامة والبيئة المتعلقة بنفايات الرعاية ، وكيفية تأثيرها على العاملين أثناء عملهم اليومي، ويجب على برامج التدريب أن تسلط الضوء على مهام ومسؤوليات موظفي الرعاية الصحية في برنامج الإدارة ككل ، إن الصحة والسلامة في مكان العمل والوعي البيئي هي مسؤولية ومصحة الجميع.

العاملون الواجب تدريبهم :

- يجب أن يكون جميع موظفي المستشفى ، بما فيهم كبار الأطباء ، مقتنعين بالحاجة إلى سياسة شاملة لإدارة نفايات الرعاية الصحية وبأهمية التدريب الخاص بذلك ولقيمتها لصحة وسلامة الجميع . ويضمن هذا تعاونهم في تنفيذ مثل هذه السياسة ويجب تصميم أنشطة تدريب منفصلة بحيث تستهدف أربع فئات رئيسة من الموظفين هم:
- أ- مدراء المستشفى والكادر الإداري والمسؤول عن تنفيذ المنظمة المتعلقة بإدارة نفايات الرعاية الصحية.
 - ب-الأطباء .
 - ج-المرضى ومساعدو الممرضون .
 - د- عمال النظافة ، البوابون ، الكوادر المساعدة ومناولو النفايات .

-ويمكن ان يتم تعليم الأطباء من خلال ورش عمل خاصة بكبار الموظفين وتدريب الكادر العام للمستشفى من خلال ندوات رسمية , وعلى اية حال ، فإن تدريب مديري ومنظمي النفايات ، يمكن أن يتم خارج المستشفيات في مدارس الصحة العامة او في دوائر الجامعة .

يجب ان تتضمن برامج تدريب على التالي :

1. معلومات عن جوانب كل سياسة نفايات الرعاية الصحية .
2. معلومات عن دور ومسؤوليات كل عضو من كادر المستشفى في تنفيذ تلك السياسة .
3. الإرشادات التقنية ذات الصلة بالمجموعة المستهدفة ، في تطبيق ممارسات إدارة النفايات وتعتبر الممارسات واحدة من أفضل طرق التعليم ، ويجب إعتبار التدريب العملي لمجموعات صغيرة من الموظفين حيثما هو مناسب ، كما ان اختيار المشاركين في نهاية الدورة بوسائل بسيطة مثل اسئلة صح / خطأ وأسئلة متعددة الخيارات ، غالباً ما يشكل حافز للتعليم ، ويسمح لمنظمي الدورة تقييم المعرفة المكتسبة لدى المشاركين .

توصيات التدريب لموظفي الرعاية الصحية:

- أ- يجب إتخاذ أقصى درجات العناية إذا كان يتوجب إزالة الإبر من المحاقن .
- ب-يجب في جميع الحالات ،عدم إجراء أي محاولة لتصحيح الأخطاء في عملية الفرز بإزالة المواد من الكيساو الحاوية او بوضع كيس داخل كيس آخر بلون مختلف .

ج- يجب أن لا تخلط النفايات الخطرة والعامّة معاً ، وإذا إختلط بالصدفة فيجب معاملة الخليط الكلي كنفائات رعاية صحية خطيرة .

د- يجب على الكادر التمريضي والطبي التأكد من توفير اعداد كافية من حاملات الأكياس والحاويات للجمع .

توصيات التدريب لمناولو النفايات الطبية:

أ- التأكد من ان اكياس وحاويات التخزين مغلقة ، ويجب عدم ازالة الكياس ما لم تكن بطاقة البيان ملصقة عليها بشكل صحيح ، وأن تكون محكمة الإغلاق لمنع الإنسكابات.

ب- يجب ان ترفع الأكياس من عنق الكيس فقط ، ويجب وضعها ارضاً بالشكل الذي يمكن من رفعها مرة ثانية من العنق للمناولة اللاحقة .

ت- يجب عدم ملامسة الأكياس للجسم أثناء المناولة. 210- (منظمة الصحة العالمية، 2006م، ص 142 - 145).

أولاً: نشأة وتطور وزارة الصحة ولاية الخرطوم

يعود تاريخ وزارة الصحة بولاية الخرطوم إلى فترة الثمانينات إبان تطبيق نظام الحكم الإقليمي بالسودان، كانت ولاية الخرطوم هي الولاية الوحيدة التي أنشئت فيها وزارة الصحة منفصلة عن الرعاية الإجتماعية تحت إسم (مفوضية الشؤون الصحية) ، بينما كانت الصحة والرعاية الإجتماعية في وزارة واحدة ببقية الإقليم .

النشأة الحديثة للوزارة بشكلها الحالي تعود للعام 1993م إبان تطبيق نظام الحكم الفدرالي بالسودان وقيام وزارات الصحة بالولايات ، وأيضاً كانت ولاية الخرطوم هي الولاية الوحيدة التي كانت فيها الصحة منفصلة عن الشؤون الإجتماعية .

تقوم الوزارة بممارسة وظائف الصحة العامة الأساسية على مستوى ولاية الخرطوم بالتنسيق مع عدد من الوزارات والجهات عبر (8) إدارات هي :

- 1- الإدارة العامة للطب الوقائي .
- 2- الإدارة العامة للرعاية الصحية الأولية .
- 3- الإدارة العامة للطب العلاجي .
- 4- الإدارة العامة للصيدلة .
- 5- الإدارة العامة للتخطيط .
- 6- الإدارة العامة للشؤون الإدارية والمالية .
- 7- إدارة تعزيز الصحة .
- 8- إدارة القمسيون الطبي . 211- (الهيكل التنظيمي والوظيفي لوزارة الصحة للعام 2014م).

الهيكل التنظيمي للوزارة :

الوزير وتتبع له الوحدات التالية :

- 1- صندوق الدواء الدائري .
- 2- مجلس تنسيق الطب العدلي .

3- المستشار القانوني .

4- المجالس المتخصصة .

مدير عام الوزارة وتتبع له الوحدات التالية :

1- المكتب التنفيذي .

2- وحدة المراجعة الداخلية .

3- القمسيون الطبي .

4- وحدة الطوارئ الصحية

5- وحدة التطوير الإداري والجودة. 212- (الهيكل التنظيمي والوظيفي لوزارة الصحة ولاية الخرطوم للعام 2016م).

6- وحدة الإعلام والعلاقات العامة .

الإدارت العامة :

الإدارة العامة للصيدلة وتضم :

1- إدارة المؤسسات الصيدلانية الخاصة .

2- إدارة المؤسسات الصيدلانية العامة .

3- إدارة النباتات الطبية والعطرية .

4- إدارة الإمداد والإعلام الدوائي .

الإدارة العامة للطب العلاجي وتضم :

1- إدارة المستشفيات والمراكز المتخصصة .

2- إدارة الإسعاف المركزي .

3- إدارة صحة الفم والأسنان .

4- إدارة المختبرات الطبية .

5- إدارة المؤسسات العلاجية الخاصة .

6- إدارة صحة العين.

الإدارة العامة للرعاية الصحية الأولية وتضم:

- 1- إدارة النظام الصحي المحلي .
- 2- إدارة المنظمات الطوعية .
- 3- إدارة صحة الام والطفل .

الإدارة العامة للطب الوقائي وتضم:

- 1- إدارة الوبائيات .
- 2- إدارة صحة البيئة. 213- (الهيكل التنظيمي والوظيفي لوزارة الصحة ولاية الخرطوم للعام 2016م).
- 3- إدارة الإيدز والأمراض المنقولة جنسياً .
- 4- إدارة الملاريا .
- 5- إدارة مكافحة نواقل الأمراض .
- 6- إدارة مكافحة الدرن والجزام .

الإدارة العامة للتخطيط الإستراتيجي والمعلومات وتضم :

- 1- إدارة التخطيط والتقييم .
- 2- إدارة إقتصاديات الصحة .
- 3- إدارة الدراسات والبحوث .
- 4- إدارة تقانة المعلومات والإحصاء .
- 5- إدارة التدريب .

الإدارة العامة للموارد المالية والبشرية وتضم:

- 1- إدارة الموارد المالية .
- 2- إدارة الموارد البشرية .
- 3- إدارة التنمية .
- 4- إدارة الإمداد والمشتريات .
- 5- إدارة الشؤون الإدارية .

الإدارة العامة لتعزيز الصحة وتضم :

- 1- إدارة الصحة المهنية .
- 2- إدارة التثقيف والتوعية الصحية .
- 3- إدارة الشراكات .
- 4- إدارة الأمراض غير السارية .
- 5- إدارة النماذج المعززة للصحة .
- 6- إدارة القوانين والنظم الصحية. 214 - (الهيكل التنظيمي والوظيفي لوزارة الصحة للعام 2016م).

مستشفى أم درمان التعليمي، تاريخ إنشائها ومراحل تطورها :

أصبحت مدينة أم درمان عاصمة المهديّة منذ مطلع عام 1985م بعد إنتصار الثورة المهديّة ، وتمركزت فيها كل مؤسسات الدولة الرسميّة وصارت مقراً لجيوش المهديّة ، وإهتمت بالجانب الصحي في حدود الإمكانيات المتاحة في ذلك الزمان ، شيّدت دار لرعاية المرضى في بيت المال كان يشرف عليها طبيب مصري يدعى (حسين نكي) ، طلب منه (الخليفة عبدالله) أن يشرف على عيادتين لعلاج المرضى واحدة في منطقة الشهداء والأخرى بحي أبوروف ، حيث كانتا النواة الأساسيّة لقيام مستشفى أم درمان بموقعها الحالي . ويعتبر أول مستشفى حكومي في عهد (الخليفة عبدالله التعايشي) ، بُنيه من المواد المحليّة (الجالوص) أشرف عليه الطبيب المصري (حسن نكي) الذي خصص له سكن في حي فنقر (العباسية حالياً) .

الموقع والمساحة:

أختير موقع مستشفى أم درمان الحالي في قلب أم درمان العاصمة الوطنيّة تسهيلاً للمرضى وبالقرب من سكن الخليفة عبدالله .

قسم إلى أربعة أقسام رئيسة :

1. المبنى الرئيس على مساحة (24.000) متر مربع .
2. قسم شرقي ويشمل الميزات (الأطباء + السسترات + التمريض) .

3. المبنى الثالث وتبلغ مساحته (946) متر مربع ويستخدم حالياً مجمع لعيادات العيون وعيادة الأسنان ومركز الإرشاد النفسي ويعرف بالمجمع التشخيصي.

4. مبنى العيادات التخصصية (العيادات المحولة) أوقف عبدالمنعم. 215- (التقرير الإحصائي السنوي لمستشفى ام درمان التعليمي - 27 ديسمبر 2011م).

الهدف من إنشاء المستشفى :

الهدف من إنشاء مستشفى ام درمان هو تقديم الخدمات الصحية للمواطنين والعاملين بالمؤسسات الرسمية التي صارت أم درمان مقراً ومعسكراً لجيوش الثورة المهدية وقبائلها المتعددة ، حيث اقاماً فيها المهدي وخليفته وقادته وأمرأؤه، وجموع خفيرة من جميع مناطق السودان المختلفة مما تطلب توفير الخدمات الصحية لهذه الجموع .

شهد عهد الخليفة عبدالله التعايشي تعيين أول حكيمباشا بالسودان كان يُدعى (سليم افندي عطية) الذي أنتدبه بواسطة الخليفة ليشرف على النواحي البيئية الصحية والعلاجية بالمستشفى والبلاد عامة إذ كان يمر دورياً على جميع أقاليم السودان ليعالج المرضى الذين لم تُمكنهم ظروفهم للحضور إلى أم درمان لتلقي العلاج اللازم وكان مقره ورئاسته مستشفى أم درمان ، وبعد الغزو الإنجليزي المصري تم تدمير المستشفى تدميراً كاملاً وذلك لطمس كل المعالم التي لها علاقة بالمهدية وقد تم بناءه في موقعه الحالي بصورة حديثة من الطوب والاسمنت المسلح بعد هيمنة المستعمر على العاصمة الوطنية ام درمان . 216- (التقرير الإحصائي السنوي لمستشفى ام درمان التعليمي - 27 ديسمبر 2011م).

الوضع الحديث للمستشفى :

بدأ المستشفى العمل بعد ترحيله وبنائه بالصورة الحديثة بسعة 61 سرير موزعة على ثلاث درجات ، أولى ، ثانية وثالثة ، يدفع المريض رسوماً في الدرجات الأولى والثانية ويعالج مجاناً في الثالثة ، ثم توسعت المستشفى وزاد عدد المترددين عليها .

شمل المستشفى ضمن أقسامه قسم التوليد وفصل وحول إلى مستشفى الولادة بأم درمان بعد إنشائه كُون مجلس إدارة مستشفى ام درمانوضم كل رؤساء الأقسام التخصصية وبعض الأخصائيين

بالمستشفى و إنتخاب رئيس له ، أصبح المجلس مسئولاً عن تصريف كافة الأعباء المتعلقة بإدارة المستشفى وتحسين الأداء مع وضع الخطط المستقبلية تحت مسئولية وإشراف وزير الصحة الإتحادي .
217- (التقرير الإحصائي السنوي لمستشفى ام درمان التعليمي - 27 ديسمبر 2011م).

في مقابلة مع الأمين العام لمستشفى ام درمان التعليمي (د/ أنس الشريف جلال الدين) أوضح بان المستشفى تم توسعته من الناحية الجنوبية في الثمانينيات قبالة مسجد الخليفة عبدالله ، كما حولت بعض الاقسام إلى بعض المستشفيات الأخرى بمدينة ام درمان ، وحول قسم النساء إلى مستشفى الولادة ، قسم الجلدية وقسم الأنف والأذن والحنجرة إلى مستشفى عوض حسين ، قسم العيون إلى مستشفى الوالدين ، وأن الإدارات المختلفة التي تعاقبت على المستشفى في الأقسام المختلفة تعمل على التأهيل المستمر للأقسام ، ومنذ بداية فترة أيلولو المستشفى لوزارة الصحة ولاية الخرطوم عملت على توسيع قسم الحوادث و تكملة المجمع الجراحي وكذلك تكملة محطة معالجة مياه الصرف الصحي .

إدارة النفايات الطبية بمستشفى ام درمان التعليمي :

إلقت الباحثة بمدير إدارة الصحة العامة ضابط الصحة (التومة غريب الله) بمستشفى أم درمان التعليمي ، اوضحت أنه لا توجد إدارة منفصلة للنفايات الطبية بوزارة الصحة ولاية الخرطوم ، لذلك لا توجد بمستشفى ام درمان التعليمي، وهي تتبع لإدارة الصحة العامة، وتحتوي على مجموعة من الأطر البشرية العاملة (ضباط صحة، إدارة النظافة، مشرفين وعمال) فالنفايات الطبية أصبحت خطر يهدد البيئة والصحة العامة لذلك لابد من إنشاء إدارة او قسم خاص بالنفايات الطبية والإهتمام بالتخلص منها بالطريقة المتبعة للجمع والفرز والنقل والتخلص الآمنيساعد في ذلك وضع الخطط الإستراتيجية طويلة المدى لكيفية التعامل مع النفايات الطبية الخطرة ، وتفعيل القوانين التي تحكم التعامل معها ، وجلب التكنولوجيا الحديثة التي تساعد في التخلص منها وتشرف إدارة الصحة العامة على نقل وجمع النفايات وفرزها بصورة سليمة ، والتخلص النهائي يكون خارج المستشفى،توزيع السلال الحمراء والصفراء والسوداء لعمليات الفرز والجمع لتنتقل بواسطة العاملات بكل قسم وعنبر عدا قسم المعامل

والعمليات لديهم عمال خاصين بالنقل، لسير العمل بصورة صحيحة وطرق حديثة مبتكرة للتخلص النهائي من النفايات الطبية لابد من القيام بالتالي:

- 1- إنشاء إدارة تسمى إدارة النفايات الطبية ويكون لها هيكل مستقل ، للإهتمام بالنفايات الطبية.
- 2- تدريب العمال على كيفية التعامل مع النفايات الطبية .
- 3- توفير الإحتياجات اللازمة والخاصة بعمال النفايات الطبية .
- 4- إنشاء محرقة خاصة بمستشفى أم درمان التعليمي .
- 5- تطوير الكادر الطبي علي كيفية التعامل مع النفايات الطبية .
- 6- تطعيم عمال النفايات الطبية و وقايتهم من الأمراض المعدية .

المشاكل التي تواجههم تمثلت في التالي :

- 1- عدم توفير الميزانيات المخصصة لأنشطة النفايات الطبية .
 - 2- نقص في آليات الفرز (اكياس ، صناديق ، سلات) .
 - 3- الحاجة الماسة لأطر بشرية مدربة ومؤهلة في مجال النفايات الطبية .
 - 4- قلة حاويات النقل اليومي .
 - 5- عدم وجود عقوبة للكادر الطبي لعدم إتباعه قانون وضع النفايات في الموضع المخصص لذلك .
 - 6- لا يوجد مرور إداري دوري داخل المستشفى .
 - 7- لا يوجد تدريب للتعامل مع النفايات الطبية وإنما التدريب يكون على الأساسيات (النظافة،النقل).
 - 8- من قبل 8 سنوات لا توجد ملابس خاصة بعمال النفايات الطبية .
 - 9- تكس النفايات الطبية داخل العنابر والمعامل لان النقل في الفترة الصباحية فقط.
- و وضحت مسؤول الصحة العامة بمستشفى امدرمان التعليمي ،ان عملية فرز،تصنيف، تخزين ونقل النفايات الطبية يتم بالتالي :

- 1- تنقل النفايات يومياً عبر المجلس الاعلى للبيئة وفق العقد المبرم معهم في الفترة الصباحية ماعدا الجمعة وفي الحالات الطارئية يتم التدخل ، ينقل بحاويتن واحدة للنفايات الطبية والثانية للنفايات العامة.

2- المجلس الاعلى للبيئة معني بنقل النفايات المعدية مثل(الشاش،القطن،القفازات،الدم) وتوضع في سلات بها أكياس بلون احمر تجمع في المكان المخصص لها لحين ترحيلها،وايضاً تسمى النفايات غير المفرزة .

3- محاليل المعامل يتخلص منها بواسطة المجلس الاعلى للبيئة يومياً في الفترة الصباحية.

4- النفايات العامة مثل (الورق ، القوارير ، بقايا الطعام) توضع داخل سلات بها اكياس بلون اسود وتجمع في المكان المخصص لها لحين ترحيلها .

5- النفايات الباثولوجية يتخلص منها وفقاً للفتوى الشرعية عبرالمقابر في السنة مرتين كل ستة اشهر

6- النفايات الصيدلانية يتم إرجاعها إلى الإمدادات الطبية وتوضع داخل أكياس بلون بني .

7- النفايات الحادة مثل (المحاقن ، الأدوات الحادة) تجمع بواسطة صناديق الأمان وتخزن بمكان مخصصة لها لحين ترحيلها وإبادتها بالاتوكليف بواسطة (المجمع السعودي) لفرز وتدوير ومعالجة النفايات الطبية تعاقد معهم لنقل النفايات والتخلص منها في الأسبوع مرتين.

8- الدم التالف يجمع من بنك الدم ويتخلص منه بواسطة المجمع السعودي .

9- النفايات الأقل خطورة (نفايات العنابر) تحفظ في سلات بها أكياس بلون أصفر ومن ثم ترحيلها والتخلص منها .

كما اشارت الي وجود محرقة داخل المستشفى ولكنها توقفت ولم تذكر الاسباب.

- الخطة الإستراتيجية لوزارة الصحة ولاية الخرطوم للعام 2017م :

-الرؤيا

الرؤيا القومية :

"إستكمال بناء أمة سودانية موحدة، آمنة، متحضرة، متقدمة ومتطورة "

رؤيا الولاية :

" نحو عاصمة... وطنية... آمنة...متحضرة"

رؤيا وزارة الصحة بالولاية:

مجتمع ينعم بأفضل المستويات الصحية .

الرسالة:

توفير القدر الكافي من الخدمات التعزيزية، الوقائية، العلاجية والتأهيلية عالية الجودة والمدعمة بالأبحاث والشراكات مع الجهات ذات الصلة .

الأهداف الإستراتيجية:

الأهداف الإستراتيجية (2017- 2030)

- 1- توفير أفضل الخدمات الصحية التعزيزية والوقائية.
- 2- توفير أفضل الخدمات الصحية العلاجية والتأهيلية.
- 3- تحقيق التغطية بالمؤسسات الصحية حسب مؤشرات التغطية المعتمدة بنسبة (100%).

- الخطة الإستراتيجية لوزارة الصحة ولاية الخرطوم للعام 2017م

الجهة الممولة	التكلفة السنوية	توزيع التكلفة				توزيع الانشطة				النتائج المتوقعة وفق مؤشرات القياس	الانشطة	الوضع الابتدائي	الهدف الفرعي المشروع	اسم المش روع
		الربع الرابع	الربع الثالث	الربع الثاني	الربع الاول	الربع الرابع	الربع الثالث	الربع الثاني	الربع الاول					
	1092413.3									وجودنظام لإدارة النفايات الطبية وتكملة حزمة النفايات الخطرة	تنوير الإدارات الصحية بنظام التخلص السليم من النفايات الطبية	32.5%	تغطية المؤسسات الصحية بنظام	برنامج صحة البيئة
	100650									تنوير الإدارات الصحية بنظام التخلص السليم من النفايات الطبية		إدارة النفايات الطبية وتكملة حزمة النفايات الخطرة بنسبة 75%.		
										نـدريـب الاشـخاص المحـورين بالمستشفيات والمرآكـز الصحية وشـركـات				

										ومصانع الادوية علي نظام التخلص السليم من النفايات الطبية وواجباتهم تجاهه			
										تدريب بقیة الأطـر المستهدفة بالمستشفيات والمراكز الصحية و شركات و مصانع الأدوية علي نظام تفريز وجمع و حفظ النفايات الطبية بمؤسساتهم			
										توفير الكميات المستهدفة من حاويات حفظ الالات الحادة			
										توفير الكميات المستهدفة من الاكياس البلاستيكية بالألوان المميزة			
	811800000									توفير الكميات المستهدفة من حاويات حفظ أكياس النفايات بالاقسام داخل المؤسسات			
										توفير مواقع مهياة حسب المعايير بالمستشفيات والمراكز الصحية و شركات			

											ومصانع الادوية لحفظ النفائيات الطبية إلحين نقلها لموقع المعالجة		
	55000										إجراء القياسات المطلوبة لمتابعة فعالية أداء نظم المعالجة بمعدل مرة كل (6) شهور		
	121488										إكمال حصر النفائيات الخطرة بالولاية		
	990000										تحديد جهات فنية مرجعية للتخلص من النفائيات الخطرة		
											إجازة دليل التخلص السليم من النفائيات الخطرة		
											إجراء مسح لمتابعة وجود محطات معالجة اولية		

5- إدارة الاعلام و العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم :

كان الإعلام بوزارة الصحة مجرد مكتب يتبع للسيد الوزير حتي أنشئت إدارة الإعلام عام 2002 وكانت تسمى إدارة التنمية والإعلام وإنقسمت لإدارتين إدارة التنمية وإدارة الإعلام في العام 2005م لتضم داخلها قسم الصحافة والإذاعة والتلفزيون (التغطيات) والأرشيف، التصوير، السكرتاريه والكمبيوتر وضمت إليها العلاقات العامة في 2010 فأصبحت إدارة الإعلام والعلاقات العامة، فإدارة الإعلام

بأقسامها المختلفة إستطاعت خلق علاقة وطيدة بينها وبين الإدارات المختلفة التي إستفادت كثيراً من خطط وبرامج الإعلام والخبرات الإعلامية والصحفية.

رسالة إدارة الإعلام والعلاقات العامة:

مجتمع ينعم بالخدمات الصحية

أهداف الإدارة:

رفع الوعي الصحي والتوعوي لمواطني الولاية

مهام إدارة الإعلام والعلاقات العامة:

- نشر الأخبار والمواد التثقيفيه الصحية في الصحف اليومية الإذاعات والتلفزيونات.
- خلق علاقة متينة تركز عليها أقسام التثقيف الصحي بالإدارات المختلفة.
- تنظيم المؤتمرات الصحفية والسمنارات.
- تغطية أخبار مكتب الوزير وبقية الإدارات.
- إنجاز الدليل الطبي وإنجازات الوزارة.
- مجلة الوزارة وكتيب إنجازات الوزارة .
- التنسيق للإذاعات والمرئيات لعمل البرامج لعكس إنجازات الوزارة .
- عمل فيلم وثائقي يعكس الإنجازات .
- تحسين الصورة الذهنية للمنشأة لدى الجمهور.

للإعلام والعلاقات العامة دوراً كبيراً في خلق العلاقة المبنية على الوعي والتبصير بين الجمهور والمنشأة المعنية كما يخلق صلة معرفية بانشطة الوزارة المختلفه والدور الذي تقوم به لأداء رسالتها وتحقيق أهدافها المنشودة مما يُمكن الجهات الرقابية العليا بجانب الجمهور من الإطلاع علي عمل الوزارة بشفافية عالية، الأمر الذي معه تستطيع تلك الجهات من أداء مهامها بسهولة ويسر، كما يؤدي رسالته كاملة في توعية الجمهور المتعامل مع الوزارة وتمليكه المعلومات والحقائق وتسهيل مهمته في التعامل معها وإحاطته بكل ما يدور داخلها وعكس المجهود الذي يقوم به فريق العمل المكون لهذه المنشأة، ومن جانب

آخر للإعلام والعلاقات العامة دور كبير داخل وخارج الوزارة في خلق العلاقة الجيدة والمستمرة مع الإدارات المختلفة وعكس الأنشطة التي تقوم بها ودعمها بالخطط والبرامج وتقديم كافة المساعدات الممكنة متى ماطلب ذلك وخلق شراكات مع الوزارت والمنظمات الطوعية وغيرها.

6- أنشطة العلاقات العامة :

7- جهاز التعقيم البخاري Autoclave

شهد العام 2012م جهداً مكثفاً لحل مشكلة النفايات الطبية حيث تقدمت شركة كايمان للتممية المحدودة بعرض جيد لمحرقه انجليزية الصنع وتم توقيع عقد معها وبدأت تنفيذ عملها بمستشفى بشائر التعليمي، حيث اجتمع مدير الشركة وبصحبه نائب السفير الهولندي بالسودان مع الوزارة ووعداوا بإكمال العمل وفق المواصفات العالمية.

ولكن فشلت الشركة أيضاً بإستيفاء الاشتراطات العالمية للغازات المنبعثة من المحرقه حيث تجاوزت الحد المسموح به وتم إيقافها فوراً، وقامت الشركة بتغيير نوع المحرقه وأيضاً فشلت في الحد من الانبعاثات وقامت وزارة الصحة متمثلة في إدارة صحة البيئة بالتعاون مع المجلس الأعلى للبيئة والترقية الحضريه بوضع خارطة طريق لمعالجة مشكلة إنبعاثات الغازات، وأيضاً لم تستطع الشركة تنفيذها وتوقف العمل بها. وتوصلت جهود الوزارة في بحثها عن أنجع وسيلة لمعالجة النفايات الطبية وهي "التعقيم البخاري" (Autoclave) وهو البديل الأكثر إستعمالاً لمعالجة النفايات. ويقتل التعقيم البخاري الجراثيم المعدية عبر إستخدام حرارة البخار وضغطه. وعلى عكس المحارق فإن المواد لا تحترق، مما يقلل من خطر إنتاج الديوكسين. أن تقنية التعقيم البخاري مألوفة جداً لدى المستشفيات ذلك فإن معظمها ما زالت تستخدم معدات تعقيم صغيرة الحجم في مختبراتها لتعقيم المعدات. لذلك قامت وزارة الصحة ولاية الخرطوم والمجلس الأعلى للبيئة والترقية الحضريه ولاية الخرطوم بدراسة العرض المقدم من شركة (سيكو للبيئة) "المملكة العربية السعودية" لمعالجة النفايات الطبية بالولاية.

وقد تم الإتفاق مع الشركة السعودية لأنشاء جهاز تعقيم بخاري (Autoclave) للتخلص من النفايات الطبية وتم إختيار الموثع وقد إكتملت الأعمال الإنشائية وفقاً للمواصفات العالمية ويجري العمل

لإكتمال الترتيبات الخاصة بسلامة التشغيل، حيث يعتبر إنجاز حضاري يشكل نقلة نوعية نحو مجتمع معافي من أخطار النفايات الطبية التي ظلت هاجساً يؤرق الإختصاصيين ومسئولي البيئة في الولاية. 218- (مجلة صحتك، السودان، 2015، ص 15-16).

-معالجات النفايات الطبية . بداية الحل والعقبات:

إقتصرت الفكرة القديمة علي معالجة النفايات الطبية دون النظر لما بعد المعالجة من فرز وتدوير لأن النظرة كانت تقليدية. وهناك جهد مقدر بدأ منذ حوالي عشرون عاماً رواية الدكتور (عمار حامد سليمان) المدير العام السابق لوزارة الصحة، والدكتور محمود القايم مدير الادارة العامة للتخطيط برئاسة الوزارة ويقول الدكتور طارق عبدالله المدير السابق للرعاية الصحية الأولية.. أنهم ظلوا في تفكير دائم ومحاولات كثيرة توجت بتعاقد الوزارة مع السيدة (سلوي الشيباني) من دولة الإمارات العربية المتحدة علي توريد وتشغيل أو تكليف بالشراكة مع الوزارة، وتم تسليم قطعة أرض في بحري وبالفعل وصل الاوتوكليف ولم يتم التشغيل وذلك لإختلاف في تفسير بعض مواد العقد المبرم حسب رواية الدكتور سيد سليمان.. وعدم وجود ثقافة وكادر مدرب في السودان لمناقشة التفاصيل.. ووصل الأمر للمحاكم ثم رئاسة الجمهورية ولم يحسم الأمر بعد ولا بد من الإشارة إلى أن هنالك محرقة وليس اتوكليف.. وبعد فشل المحاولات السابقة لإستجلاب محرقة تابعة تابعة لوزارة الصحة يحتاج الأمر لقرار سياسي ومسئولين لهم رؤية إستراتيجية وفهم بخطة وخبرة بمجال الصحة.. كانت النفايات الطبية يتم جمعها ورفعها مع النفايات الصلبة بواسطة آلية نظافة ولاية الخرطوم.. الهيئة الإشرافية ولأن العمال والقائمين على أمر النفايات بالمستشفيات غير مدربين ولهم أجندة خاصة تحكمها المصالح.. ومن أسباب فشل معالجة النفايات الطبية هو أن مجموعة من المشرفين على معالجة النفايات يمتلكون مواقع للفرز لجمع البلاستيك لإعادة تدويره وبيعه لمصانع البلاستيك ويعود ذلك إلى أن المرتبات والحوافز للعمال غير مجزية.. ولا بد من الإشارة إلى أنه لا يوجد تشريع لقوانين تساهم في عمل فرز وتدوير ومعالجة النفايات الطبية في السودان ولكن توجد لوائح منتظمة ولكنها لم تتطور ولم تعدل ولا يوجد في قانون الإستثمار الولائي أو الإتحادي يساعد على هذه الصناعات وليس ذلك عيباً.. لأنه حينما وضع القانون لم يكن موضوع النفايات الطبية قد طرح في الساحة آنذاك.

ومن العقبات أيضاً ان العقلية السائدة والمسيطرة في المستشفيات الحكومية والقطاع الخاص لا زالت تقاوم الفرز وتسليم النفايات لان اصحاب المصلحة في بيع مخلفات البلاستيك لأن الناس أعداء ما لا يعرفون . 219- (مجلة صحتك، السودان، 2015م، ص 18-19) .

-التخلص من النفايات الطبية .. من المعوقات حتى الاوتوكليف

بدأت وزارة الصحة في موضوع معالجة النفايات الطبية والتي بدأت المفاوضات ولم تكن لديها سابقة تستند عليها سوي سابقة شركة (شيباني هاي تيك الإماراتية) والتي لم تكمل بالنجاح. وإختفت معظم المستندات وكذلك الشهود علي التجربة. ولا ندري أن كان ذلك عمداً أم مصادفة. ولم تكن تجربة شركة (كايمان) أيضاً سارة رغماً من إحضار الشركة لمحرقه تم تركيبها بمستشفى بشائر ثم حولت لمنطقة حطاب في بحري، إلا أنها بعد التجربة إتضح أنها غير مطابقة للمواصفات ولمعايير وزارة الصحة ولاية الخرطوم، وأشير هنا إلى أنه لا توجد مواصفة سودانية ولكن بعد تجربة وزارة الصحة وإستناداً عليها وصفت الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس مواصفة بمساعدة وزارة الصحة ولاية الخرطوم والمجلس الأعلى للبيئة والترقية الحضرية الريفية، ولكن كان لوزارة الصحة القدر المعلى لأنها تمتلك ناصية المعلومة ولها الكادر المدرب والمؤهل، وقانون حماية الصحة العامة ولاية الخرطوم لسنة 1999م ولائحة تنظيم إدارة النفايات الطبية لولاية الخرطوم لسنة 2005م مع تطبيق قانون الصحة العامة الإتحادية لسنة 2009م.

ولابد من الإشارة إلى أنه بعد منع الإتحاد الاوربي العمل بالمحارق والانبعاثات صارت اوربوا ترسل المحارق لدول العالم الثالث، وحتى يجدوا السوق لإرسالها فقد كانوا يدفعون مع المحرقه وملحقاتها والتي تحتوي في الغالب على مواد إشعاعية محروقة دولياً، وبعد فشل التجربة الهولندية ظهرت كل من السعودية والإمارات وقد جاءوا إلى وزارة الصحة بإعتبار أنها جهة الإختصاص، وقد قامت بعمل عرض في وزارة الصحة لنشاطها في مجال التخلص من النفايات الطبية، وبدأت الوزارة سلسلة إجتماعات ومقاربات ومقارنات أسفرت عن إدخال شريك محلي حسب قانون الإستثمار وبدأ العمل في شكل شراكة بين وزارة الصحة والشركة السعودية والشريك المحلي تحت اسم العمل المعروف بالمجمع السعودي السوداني لمعالجة وتدوير النفايات الطبية وهكذا دخل أول اوتوكليف بالبخار والذي إستقر به المقام في

غرب المستشفى السعودي بام درمان ودخل الخدمة بعد معاناة طويلة مع الجمارك والهيئة القومية للكهرباء ومياه المدن والأجهزة الأمنية والتي تصدى لها الوزير بكل جسارة، واخلص الى ذلك الي انه بدا العمل بتاريخ الخميس (2015/3/19م) في احتفال حضرته كل الأجهزة الرسمية والضيوف السعوديون ولكن لا يزال العمل يعاني من عدم تفهم الكثيرين في الحقل الطبي والبيئي لموضوع النفايات الطبية بالصورة العلمية وذلك لانهم اعتادوا لسنين طويلة علي المعالجة بالطرق التقليدية من طمر وحرق مع الفائدة المنظورة من بيع البلاستيك لإعادة تدويره مع دفنهم للنفايات الصلبة دون معالجة.220- (مجلة صحتك، السودان، 2016م، مجلة فصلية ، ص 16-17) .

وزارة الصحة تؤكد مسئوليتها تجاه فرز النفايات الطبية الصلبة:

أكدت وزارة الصحة ولاية الخرطوم مسئوليتها التامة عن فرز النفايات الطبية الصلبة ومعالجتها بالمجمع السعودي بمبادرة من الوزارة مشيراً إلى أن فعالية المجمع السعودي في التخلص من النفايات بنسبة (100%) حيث تم إضافة خط إنتاج جديد للمحرق، في وقت كشفت فيه الوزارة عن تقدم المجلس الأعلى للبيئة والترقية الحضرية وهئية نظافة الخرطوم عن إعتذار رسمي لوزارة الصحة ولاية الخرطوم لبعض تصريحات سابقة لبعض منسوبي المجلس في تقصير الوزارة والمستشفيات بعدم فرز النفايات الطبية، مبيناً أن الإجتماع الذي عقد بين مدير عام الوزارة ورئيس المجلس الأعلى للبيئة والترقية الحضرية لإزالة كثير من اللبس، ووضح دور المستشفيات والمسئولية التي تقع على عاتق ادارة المستشفيات وهي عملية فرز النفايات الطبية داخل المستشفيات وعملية نقل النفايات الصلبة والطبية مسئولية الهيئة وأي تقصير في النفايات إلى المرادم يظل مسئولية الهيئة ومجلس البيئة مؤكداً اهتمام الوزارة بعملية حرق النفايات الطبية والتخلص منها بالطرق السلمية، وأشار الوزارة إلى وجود محرقه بالدواء الدائري للتخلص من الأدوية المنتهية الصلاحية كأول محرقه بالبلاد لافتاً النظر إلى أن وزارة الصحة الإتحادية تبرعت بمحرقه طبية تحل محل المحرقه القديمة بالمستشفى الصيني . 221-(مجلة صحتك، السودان، 2016م ، ص1).

ثانياً: الإجراءات المنهجية

عينة البحث:

تمَّ إختيار عدد (80) مشاركاً من الخبراء والمختصين بصورة قصدية للإجابة على أسئلة الإستبانة.

أدوات جمع البيانات:

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي وإسلوب التحليل، واستخدمت من الأدوات الاستبانة كأداة رئيسة، إضافة إلى الملاحظة والمقابلة .

خطوات اعداد الإستبانة:

القسم الأول :

البيانات الشخصية ويتكون من عدد(6) اسئلة. وهي متغيرات: النوع، والعمر، الحالة الاجتماعية، والمؤهل العلمي، الخبرة العملية، الدرجة الوظيفية.

القسم الثاني:

المحور الأول:أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم وفيه (10)عبارات.

المحور الثاني: وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية وشمل (10) عبارات.

المحور الثالث: استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية، وفيه (12) عبارة .

الصدق الظاهري:

قامت الباحثة بعرض الإستبانة بصورتها الأولية على عدد من الأساتذة والخبراء المختصين لتحكيمها وقياس مدى صلاحيتها.

وقد روعي أن تكون الإستبانة واضحة الصياغة وسليمة اللغة وسهلة الفهم مع التسلسل المنطقي للعبارات والأسئلة، صممت الاستبانة بعد الاطلاع على الدراسات السابقة وعرضها على المشرف وبعد التعديلات عرضت على محكمين في مجال الإختصاص وهم:

1. بروف/ حسن محمد الزين - استاذ كلية علوم الإتصال جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
2. د. سيف الدين حسن العوض - أستاذ مساعد - عميد كلية الإعلام جامعة امدرمان الإسلامية.
3. د. عاد سعد حبيب الله - أستاذ مساعد - معهد البحوث والدراسات الاستراتيجية - جامعة امدرمان الإسلامية.
4. د. أسامة حسب الرسول - أستاذ مساعد كلية علوم الإتصال جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
5. د. حبيبة عثمان - أستاذ مساعد جامعة القرآن الكريم - كلية الإعلام جامعة امدرمان الإسلامية.

صدق وثبات المقياس:

للتأكد من الثبات والاتساق الداخلي للعبارات المستخدمة في أداة البحث لكل محور تم إجراء اختبار (ألفا) لكرونباخ لقياس الصدق والثبات و أختبر معامل الارتباط (لبيرسون) .

جدول(1): قيم معامل (ألفا) لكرونباخ (صدق وثبات محاور المقياس)

الرقم	اسم المحور	عدد العبارات	معامل الصدق	معامل ألفا (الثبات)
1	أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم	10	0.827	0.684
2	وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية.	10	0.956	0.913
3	استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم في، التوعية بمخاطر النفايات الطبية.	12	0.909	0.827
	الكلية	32	0.963	0.928

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)

الجدول (1) يوضح نتائج قياس ثبات الاستبانة بطريقة ألفا-لكرونباخ (Cronbach Alpha) قامت الباحثة بحساب معامل ألفا لكل محور من محاور الدراسة وذلك بهدف اختبار ثبات هذه المحاور، ومعامل الصدق ويساوي الجذر التربيعي لمعامل ألفا. وتتراوح قيمة معامل ألفا بين (0) و(1) وكلما اقتربت من الواحد دلت على وجود ثبات عالي وكلما اقتربت من الصفر دلت على ضعف الثبات. ويبين الجدول رقم (1) الصدق ومعامل الثبات لمحاور أداة الدراسة. وقد تراوح معامل الثبات ما بين (68.4% و 91.3%) وهي معاملات عالية وبلغ معامل الثبات الكلي للأداة (92.8%). وبالتالي يمكن القول بأن الأداة المستخدمة تتمتع بدرجة صدق وثبات جيدتين وتخدم الهدف الذي صممت من أجله.

الاتساق الداخلي والارتباط لمحاور الدراسة:

جدول (2): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم (ن=80)

رقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون (r)	الدلالة
1	تهدف العلاقات العامة إلى تكوين صورة ذهنية محببة لدى جماهير وزارة الصحة.	0.984	ارتباط قوي دال معنوياً
2	تعتبر أهداف العلاقات العامة مقياساً للتقويم فهي تحدد المطلوب عمله.	0.867	ارتباط قوي دال معنوياً
3	تسعى العلاقات العامة للحصول على رضا المجتمع.	0.926	ارتباط قوي دال معنوياً
4	العلاقات العامة ليس لديها دور فعال في القضاء على المشاكل التي تؤدي إلى عرقلة العمل داخل الوزارة.	0.921	ارتباط قوي دال معنوياً
5	تسعى العلاقات العامة لنشر الوعي بين العاملين للحد من انتشار مخاطر النفايات الطبية.	0.984	ارتباط قوي دال معنوياً
6	هناك ضعف في أداء العلاقات العامة تجاه سياسات الإدارة.	0.989	ارتباط قوي دال معنوياً
7	لا يوجد توافق بين موظفي العلاقات العامة مما يؤثر سلباً على سير العمل داخل المؤسسة.	0.972	ارتباط قوي دال معنوياً
8	تسعى العلاقات العامة إلى اعتراف الرأي العام وكسبه وتأييده.	0.960	ارتباط قوي دال معنوياً
9	تسعى العلاقات العامة إلى جعل وزارة الصحة متفهمه لخطتها وسياساتها.	0.943	ارتباط قوي دال معنوياً
10	تقوم ادارة العلاقات بوزارة الصحة بطباعة منشورات خاصة بالتوعية بمخاطر النفايات الطبية.	0.951	ارتباط قوي دال معنوياً

ملحوظة : الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (79).

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)

يتضح من خلال الجدول (2) بأن قيم معامل بيرسون (r) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وان قيم الإحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يؤكد وجود ارتباط معنوي قوي. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.867)، وأكبر قيمة هي (0.989). وهذا يدل على أنّ هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (3): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية. (ن=80)

رقم	العبارة	معامل ارتباط بيرسون (r)	الدالة
1	تؤدي العلاقات العامة دوراً مهماً وأساسياً في وزارة الصحة.	0.885	ارتباط قوي دال معنوياً
2	تُصدر العلاقات العامة تقارير عن النفايات الطبية بوزارة الصحة.	0.983	ارتباط قوي دال معنوياً
3	للعلاقات العامة مجموعة من القوانين التي تتحكم في التعامل مع النفايات الطبية.	0.888	ارتباط قوي دال معنوياً
4	هنالك مجموعة من المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في التعامل مع النفايات الطبية.	0.851	ارتباط قوي دال معنوياً
5	للعلاقات العامة جانب يختص بتدريب العاملين على كيفية التعامل مع النفايات الطبية.	0.994	ارتباط قوي دال معنوياً
6	تقوم العلاقات العامة بوضع إحتياطات وقائية لحماية المتعاملين مع النفايات الطبية.	0.932	ارتباط قوي دال معنوياً
7	تتعامل العلاقات العامة مع وسائل الإعلام للتوعية بمخاطرالنفايات الطبية.	0.917	ارتباط قوي دال معنوياً
8	تقوم العلاقات العامة بدراسات وبحوث حول مخاطر النفايات الطبية.	0.920	ارتباط قوي دال معنوياً
9	من أهم المشاكل التي تواجه العلاقات العامة: غياب المنهجية العلمية.	0.903	ارتباط قوي دال معنوياً
10	تقوم الوزارة بتعيين الكادر المختص في مجال العلاقات العامة.	0.747	ارتباط قوي دال معنوياً

ملحوظة : الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (79).

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)

يتضح من خلال الجدول (3) بأن قيم معامل بيرسون (r) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وان قيم الإحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يؤكد وجود ارتباط يتدرج من متوسط إلى قوي. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.747) ، وأكبر قيمة هي (0.983). وهذا يدل على أنّ هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

جدول (4): قيم معامل الارتباط لبيرسون (r) لعبارات محور استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية. (ن=80)

رقم	العبرة	معامل ارتباط بيرسون (r)	الدلالة
1	هنالك رؤية استراتيجية واضحة في إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة لنشر التوعية بمخاطر النفايات الطبية.	0.984	ارتباط قوي دال معنوياً
2	عدم رغبة المديرين في استخدام التخطيط الاستراتيجي لاعتقادهم بعدم توافر الوقت الكافي لتنفيذه.	0.867	ارتباط قوي دال معنوياً
3	الإدارة الاستراتيجية بوزارة الصحة لا تكون فعالة إلا إذا تبعها تنفيذ وتقييم الخطط الاستراتيجية.	0.926	ارتباط قوي دال معنوياً
4	ضعف الموارد المتاحة للتخطيط الاستراتيجي بوزارة الصحة.	0.921	ارتباط قوي دال معنوياً
5	وزارة الصحة لا تستخدم التخطيط الاستراتيجي بصورة جيدة مما أدى إلى عدم التخلص من النفايات الطبية بخطوات صحيحة.	0.984	ارتباط قوي دال معنوياً
6	أدى تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي إلى استحداث طرق جديدة في إدارة النفايات الطبية بوزارة الصحة.	0.989	ارتباط قوي دال معنوياً
7	تقوم وزارة الصحة بوضع حلول لمشاكل النفايات الطبية عن طريق التخطيط الإستراتيجي.	0.972	ارتباط قوي دال معنوياً
8	تستهدف برامج التدريب في مجال النفايات الطبية جميع العاملين بوزارة الصحة وفق تطبيق التخطيط الاستراتيجي.	0.960	ارتباط قوي دال معنوياً
9	يوجد نظام تخطيط استراتيجي لنقل النفايات الطبية بوزارة الصحة.	0.943	ارتباط قوي دال معنوياً
10	يساعد تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي موظفي إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة إلى اسلوب العمل الجماعي.	0.951	ارتباط قوي دال معنوياً
11	تقوم إدارة العلاقات العامة بشرح رؤية استراتيجية واضحة لكل للعاملين بوزارة الصحة.	0.971	ارتباط قوي دال معنوياً
12	هنالك ضعف لجلب التكنولوجيا والأساليب الفنية للحد من انتشار مخاطر النفايات الطبية.	0.917	ارتباط قوي دال معنوياً

ملحوظة : الاختبار عند مستوى معنوية (0.05) و درجة حرية (79). المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)

يتضح من خلال الجدول (4) بأن قيم معامل بيرسون (r) للارتباط موجبة وأكبر من الصفر وأقل من الواحد الصحيح، وان قيم الإحتمالية أقل من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يؤكد وجود ارتباط معنوي قوي بين العبارات. حيث كانت أقل قيمة لمعامل بيرسون هي (0.867)، وأكبر قيمة هي (0.989). وهذا يدل على أن هناك اتساقاً داخلياً لعبارات المحور وبالتالي صلاحيتها وقدرتها لقياس الهدف الذي وضعت من أجله.

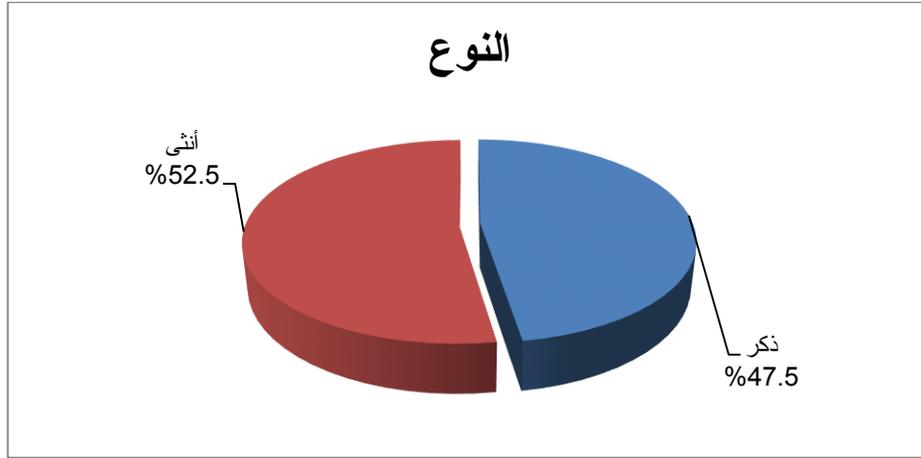
ثالثاً: تحليل البيانات

تميزت مفردات عينة الدراسة بمجموعة من الصفات الديموغرافية تمثلت في (النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي، الخبرة، الدرجة الوظيفية)، فيما يلي التوزيعات بالتكرارات والنسب المئوية لهذه المتغيرات:

جدول (5): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	38	%47.5
أنثى	42	%52.5
المجموع	80	%100

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)



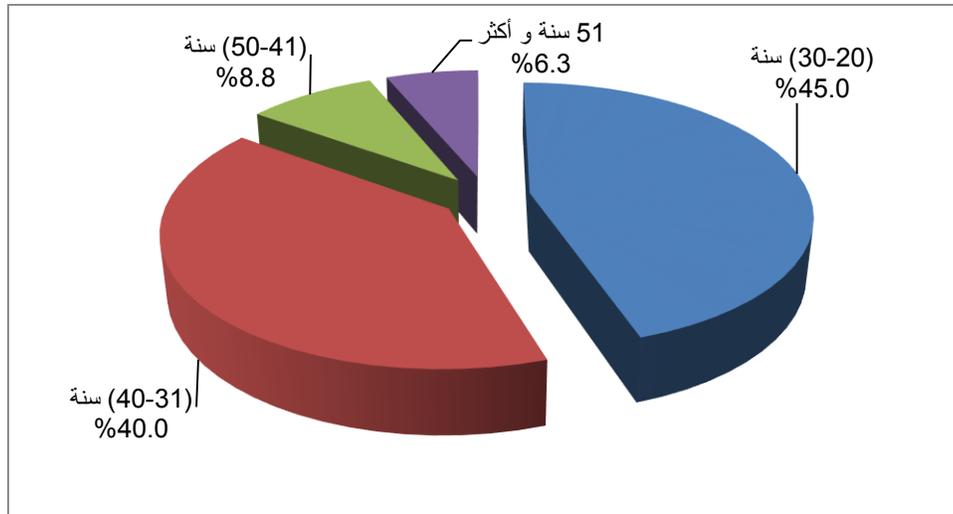
شكل (1): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب النوع

يوضح الجدول (5) توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع، ويتبين أن هناك (38) مشاركاً يمثلون (%47.5) من العينة كانوا من (الذكور)، بينما هناك (42) مشاركاً يمثلون (%52.5) من العينة كانوا من (الإناث). أي أن أكثر من نصف عينة الدراسة كانوا من الذكور أن النسب بين الجنسين كانت متقاربة. الشكل (1) يوضح ذلك بيانياً.

جدول (6): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية
سنة (30-20)	36	%45
سنة (40-31)	32	%40
سنة (50-41)	7	%8.8
51 سنة و أكثر	5	%6.3
المجموع	80	%100

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)



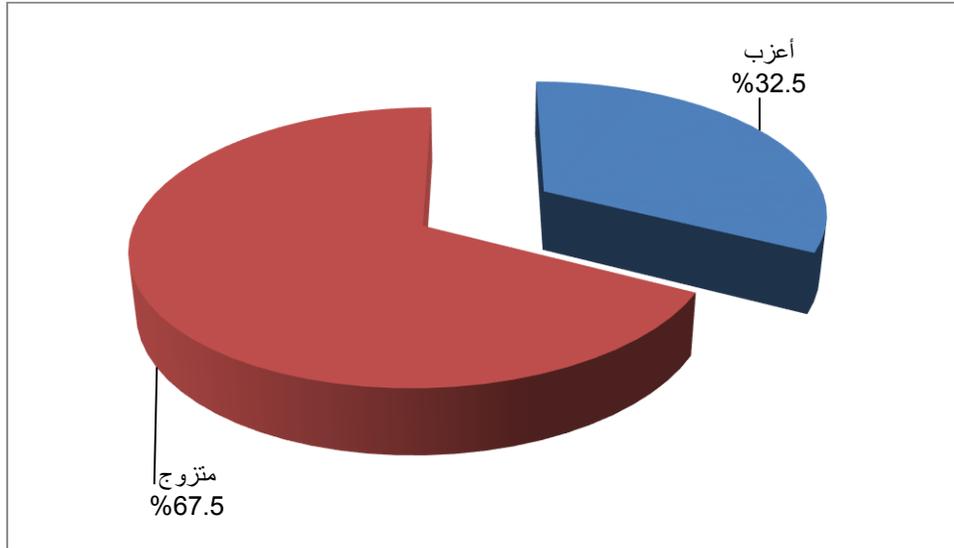
شكل (2): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب العمر

الجدول (6) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر، ويتضح أن أقل من نصف المشاركين بقليل (%45) تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية (30-20) سنة، وهناك (%40) من المشاركين تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية (40-31) سنة، بينما هناك (7) مشاركين، بنسبة مئوية (%8.8) تقع أعمارهم ضمن الفئة العمرية (50-41) سنة. وهناك (5) مشاركين فقط يمثلون (%6.3) من الفئة العمرية 50 سنة فأكثر. من هذه النتيجة يتضح أن الفئات العمرية الأكثر تكراراً هي (30-20) سنة، و (40-31). وهذا يدل وأن عينة الدراسة يغلب عليها عنصر الشباب مما ينعكس إيجاباً على نتائج البحث كون الشباب أكثر الفئات العمرية تفهماً للمشاكل العصرية مثل النفايات الطبية وأثرها الصحي. الشكل (2) يوضح ذلك بيانياً.

جدول (7): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية

النسبة المئوية	العدد	الحالة الاجتماعية
32.5%	26	أعزب
67.5%	54	متزوج
100%	80	المجموع

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)



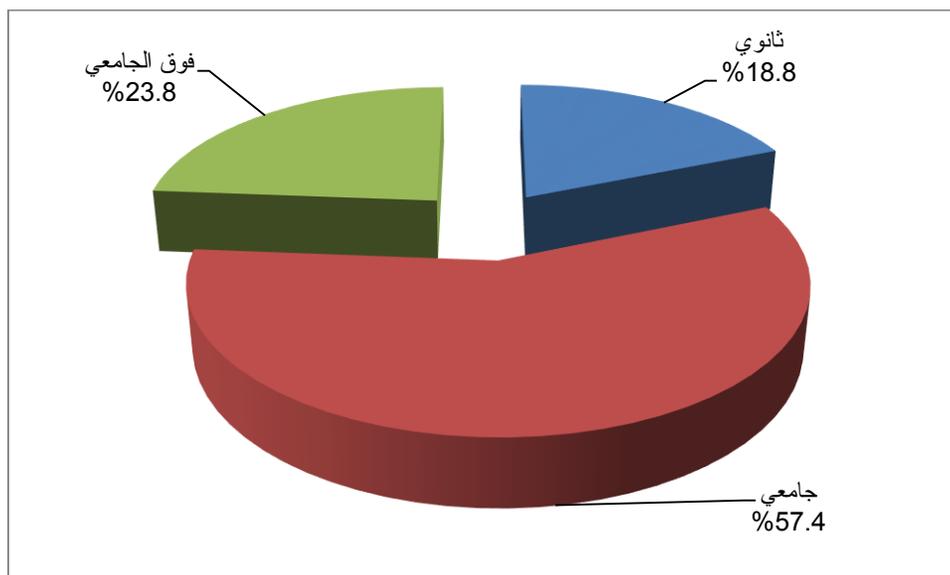
شكل (3): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الحالة الإجتماعية

يوضح الجدول (7) توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي، ويبيّن أن هناك (26) مشاركاً، بنسبة مئوية (32.5%) من العينة غير متزوجين، بينما حوالي ثلثي العينة (67.5%) كانوا من المتزوجين. وهذا بدوره ينعكس على الأداء، كون الزواج يمثل عاملاً مهماً في تحقيق الرضا والاستقرار النفسي.

جدول (8): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية	العدد	المؤهل العلمي
%18.8	15	ثانوي
%57.5	46	جامعي
%23.8	19	فوق الجامعي
%100	80	المجموع

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)



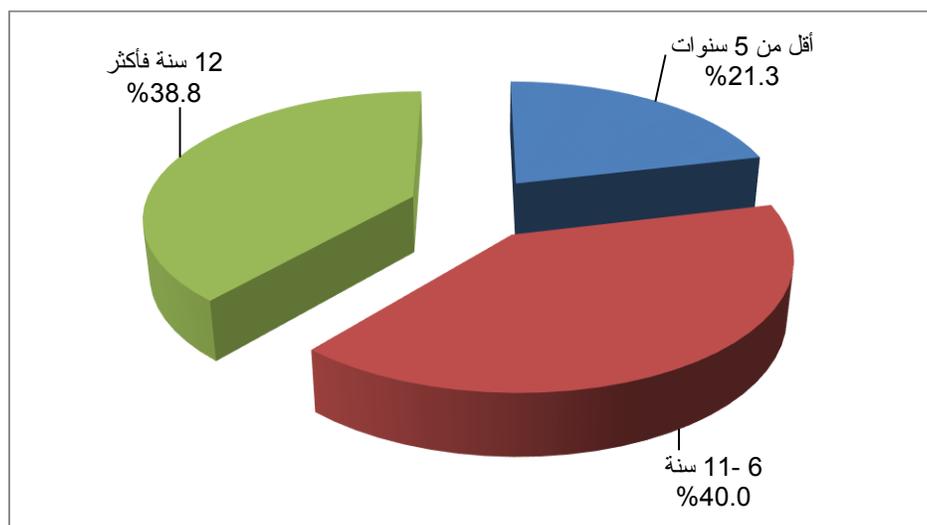
شكل (4): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

يوضح الجدول (8) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي، ويتضح أن أكثر من نصف المشاركين كانوا من الجامعيين، بنسبة بلغت (57.5%)، وهناك (19) مشاركاً، يمثلون (23.8%) من العينة يحملون مؤهل فوق الجامعي. وكان حملة مؤهل الثانوي هم الأقل تكراراً 15 (18.8%). وهذا يؤكد أن عينة الدراسة تمتاز بمستوى جيد من التأهيل العلمي مما يجعل اجاباتهم أكثر موضوعية ومهنية مما يثري نتائج هذه الدراسة.

جدول (9): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	العدد	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	17	%21.3
6- 11 سنة	32	%40
12 سنة فأكثر	31	%38.8
المجموع	80	%100

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)



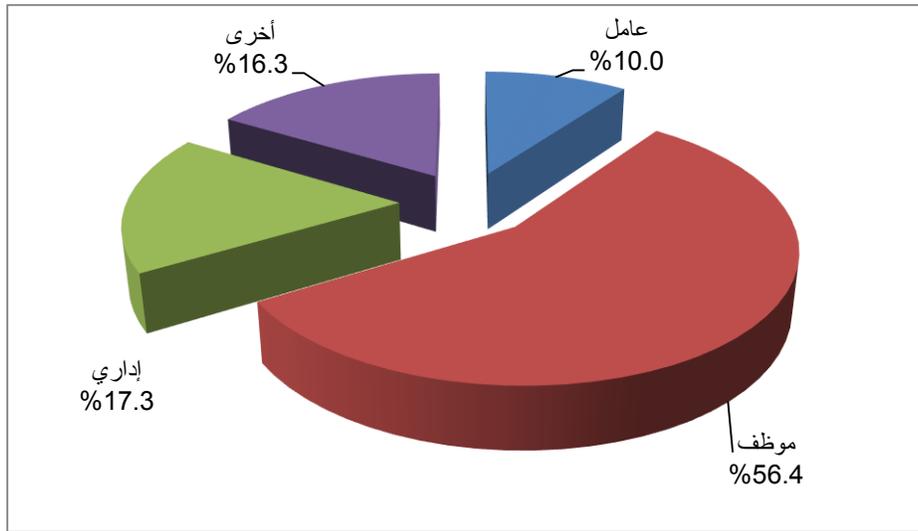
شكل (5): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

الجدول (9) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة بالوزارة، ويتضح أن أقل من نصف المشاركين بقليل (40%) كانت سنوات خبرتهم بالوزارة (6-11) سنة، وهناك (38.8%) سنوات خبراتهم 12 سنة فأكثر. وهناك نسبة بسيطة كانت خبرتهم أقل من 5 سنوات. وهذا يدل على أن عينة الدراسة تمتاز بمستوى جيد من الخبرة العملية بالوزارة مما يجعلهم أكثر إماماً بواقع استراتيجية الوزارة أكثر معرفة بمعوقات أداء إدارة العلاقات العامة بالوزارة وهذا ينصب في مصلحة جمع بيانات دقيقة تفي بأغراض البحث.

جدول (10): التوزيع التكراري والنسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الدرجة الوظيفية

الوظيفة	العدد	النسبة المئوية
عامل	8	%10
موظف	45	%56.3
إداري	14	%17.3
أخرى	13	%16.3
المجموع	80	%100

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)



شكل (6): التوزيع النسبي المئوي لعينة الدراسة حسب الوظيفة

الجدول (10) يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة، ويتضح أن أكثر من نصف المشاركين بقليل (%56.3) كانوا من فئة الموظفين، تليهم فئة (الإداريين) بنسبة بلغت (%17.3)، ثم (أخرى) بنسبة (%16.3) وكانت فئة العمال هي الأقل تكراراً (%10). وهذا يدل على أن عينة الدراسة تضم في غالبيتها فئة الموظفين والتي تعتبر من أهم المستويات في العمل التنفيذي وهي بذلك على دراية بدور ووظائف العلاقات العامة والمشاكل التي تواجه عمل إدارة العلاقات العامة بالوزارة.

تحليل اجابات محاور الدراسة :

جدول (11): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة. (ن = 80)

رقم	العبرة	أوافق بشدة		أوافق		محايد		لا وافق		لا أوافق بشدة	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1	تهدف العلاقات العامة إلى تكوين صورة ذهنية محببة لدى جماهير وزارة الصحة.	23.9	19	62.5	50	11.3	9	2.5	2	0	0
2	تعتبر أهداف العلاقات العامة مقياساً للتقويم فهي تحدد المطلوب عمله.	13.8	11	76.3	61	5	4	3.8	3	1.3	1
3	تسعى العلاقات العامة للحصول على رضا المجتمع.	20	16	67.5	54	5	4	7.5	6	0	0
4	العلاقات العامة ليس لديها دور فعال في القضاء على المشاكل التي تؤدي إلى عرقلة العمل داخل الوزارة.	17.5	14	45	36	11.3	9	15	12	11.3	9
5	تسعى العلاقات العامة لنشر الوعي بين العاملين للحد من انتشار مخاطر النفايات الطبية.	20	16	50	40	8.8	7	18.8	15	2.5	2
6	هناك ضعف في أداء العلاقات العامة تجاه سياسات الإدارة.	12.5	10	52.5	42	18.8	15	16.3	13	0	0
7	لا يوجد توافق بين موظفي العلاقات العامة مما يؤثر سلباً على سير العمل داخل المؤسسة.	15	12	42.5	34	21.3	17	13.8	11	7.5	6
8	تسعى العلاقات العامة إلى اعتراف الرأي العام وكسبه وتأييده.	23.8	19	58.8	47	12.5	10	5	4	0	0
9	تسعى العلاقات العامة إلى جعل وزارة الصحة متفهمه لخطتها وسياساتها.	28.8	23	42.5	34	15	12	12.5	10	1.3	1
10	تقوم ادارة العلاقات بوزارة الصحة بطباعة منشورات خاصة بالتوعية بمخاطر النفايات الطبية.	16.3	13	48.8	39	8.8	7	18.8	15	7.5	6

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)

محور أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة:

تشير نتائج الجدول (11) إلى أنّ إجابات المبحوثين على جميع عبارات محور أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة تتجه نحو الموافقة. حيث أظهرت النتائج بأن (23.9%) وافقوا بشدة، و(62.5%) قد وافقوا على أن العلاقات العامة إلى تكوين صورة ذهنية محببة لدى جماهير وزارة الصحة. أما آرائهم حول العبارة الثانية بنفس المحور فهناك (13.8%) وافقوا بشدة، و(76.3%) قد

وافقوا على أن أهداف العلاقات العامة تعتبر مقياساً للتقويم فهي تحدد المطلوب عمله. وحول آرائهم حول سعي العلاقات العامة للحصول على رضا المجتمع، فقد أبدى (20%) موافقتهم بشدة ، وهناك (67.5%) أكدوا موافقتهم على ذلك. مما يؤكد أن العلاقات العامة تهتم بتحقيق رضا المجتمع.

أما حول دور العلاقات العامة في القضاء على المشاكل، أشارت اجابات المبحوثين إلى ضعف الإدارة في هذا الجانب، إذ جاءت آراء (17.5%) موافقة بشدة وجاءت آراء (45%) منهم موافقة على العبارة، وهذا يدل على أن العلاقات العامة ليس لديها دور فعّال في القضاء على المشاكل التي تؤدي إلى عرقلة العمل داخل الوزارة.

وحول دورها التوعوي ، فقد وافق (20%) بشدة ، و وافق نصف المبحوثين (50%) على أن العلاقات العامة لنشر الوعي بين العاملين للحد من انتشار مخاطر النفايات الطبية.

أما آراء المبحوثين حول أداء العلاقات العامة تجاه سياسات الإدارة، فقد أبدت الغالبية منهم موافقتها على ضعف هذا الدور، إذا وافق بشدة (12.5%)، ووافق (52.5%) مما يشير إلى ضعف في أداء العلاقات العامة تجاه سياسات الإدارة.

أما فيما يتعلق بتوافق موظفي العلاقات العامة، فقد كان الإتجاه العام للمبحوثين هو الموافقة على عدم وجود هذا النوع من التوافق الأمر الذي يؤثر سلباً على أداء الإدارة، إذ أجاب (15%) أوافق بشدة، و (42.5%) أوافق.

ترى النسبة الغالبة من المبحوثين بأن العلاقات العامة تسعى إلى اعتراف الرأي العام وكسبه وتأييده، وذلك بموافقة (23.8%) بشدة، وموافقة (58.8%).

وحول العبارة التاسعة بنفس المحور عبّر أكثر من ربع المبحوثين عن موافقتهم بشدة (28.8%)، ووافق (42.5%) على أنّ العلاقات العامة تسعى إلى جعل وزارة الصحة متفهمه لخطتها وسياساتها.

وحول دور العلاقات العامة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية، فقد أبدى (16.5%) موافقة بشدة، و (48.8%) وافقوا على أنّ ادارة العلاقات بوزارة الصحة تقوم بطباعة منشورات خاصة بالتوعية بمخاطر النفايات الطبية.

محور وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية:

تشير نتائج الجدول (12) إلى أن إجابات المبحوثين على جميع عبارات محور وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية تتجه نحو الموافقة. حيث أظهرت النتائج بأن (26.3%) وافقوا بشدة، و(50%) قد وافقوا على أن العلاقات العامة تؤدي دوراً مهماً وأساسياً في وزارة الصحة.

جدول (12): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية. (ن = 80)

رقم	العبرة	أوافق تماماً		أوافق		محايد		لا وافق		لا أوافق مطلقاً	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1	تؤدي العلاقات العامة دوراً مهماً وأساسياً في وزارة الصحة.	26.3	21	50	40	7.5	6	15	12	1.3	1
2	تُصدر العلاقات العامة تقارير عن النفايات الطبية بوزارة الصحة.	13.8	11	42.5	34	16.3	13	16.3	13	11.3	9
3	للعلاقات العامة مجموعة من القوانين التي تتحكم في التعامل مع النفايات الطبية.	10	8	45	36	16.3	13	20	16	8.8	7
4	هنالك مجموعة من المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في التعامل مع النفايات الطبية.	18.8	15	47.5	38	21.3	17	10	8	2.5	2
5	للعلاقات العامة جانب يختص بتدريب العاملين على كيفية التعامل مع النفايات الطبية.	11.3	9	51.3	41	8.8	7	21.3	17	7.5	6
6	تقوم العلاقات العامة بوضع إحتياطات وقائية لحماية المتعاملين مع النفايات الطبية.	16.3	13	40	32	11.3	9	20	16	12.5	10
7	تتعامل العلاقات العامة مع وسائل الإعلام للتوعية بمخاطر النفايات الطبية.	22.5	18	52.5	42	10	8	10	8	5	4
8	تقوم العلاقات العامة بدراسات وبحوث حول مخاطر النفايات الطبية.	8.8	7	53.8	43	13.8	11	15	12	8.8	7
9	من أهم المشاكل التي تواجه العلاقات العامة: غياب المنهجية العلمية.	20	16	57.5	46	16.3	13	3.8	3	2.5	2
10	تقوم الوزارة بتعيين الأطر البشرية المختصة في مجال العلاقات العامة.	8.8	7	48.8	39	17.5	14	8.8	7	16.3	13

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)

أما آرائهم حول العبارة الثانية بنفس المحور فهناك (13.8%) وافقوا بشدة، و(42.5%) قد وافقوا على أن العلاقات العامة تقوم بإصدار تقارير عن النفايات الطبية بوزارة الصحة. وحول آرائهم فيما يتعلق بإملاك إدارة العلاقات العامة لقوانين تتحكم في التعامل مع النفايات الطبية، فقد أبدى (10%) موافقتهم بشدة، وهناك (45%) أكدوا موافقتهم على ذلك. مما يشير إلى أن للعلاقات العامة مجموعة من القوانين التي تتحكم في التعامل مع النفايات الطبية.

أما وجود مشاكل تواجه العلاقات العامة في التعامل مع النفايات الطبية، أشارت اجابات المبحوثين إلى وجود هذا النوع من المشاكل في هذا الجانب، إذ جاءت آراء (18.8%) موافقة بشدة وجاءت آراء (47.5%) منهم موافقة على العبارة، وهذا يدل على وجود مجموعة من المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في التعامل مع النفايات الطبية.

وحول دور العلاقات العامة في برامج التدريب المختصة في كيفية التعامل مع النفايات الطبية. فقد وافق (11.3%) بشدة ، و وافق حوالي نصف المبحوثين (51.3%) على أن للعلاقات العامة جانب يختص بتدريب العاملين على كيفية التعامل مع النفايات الطبية.

أما آراء المبحوثين حول دور العلاقات العامة تجاه المتعاملين مع النفايات الطبية، فقد أبدت الغالبية منهم موافقتها على أنها تلعب دوراً في ذلك، إذا وافق بشدة (16.3%)، ووافق (40%) مما يشير إلى أن العلاقات العامة تقوم بوضع إحتياجات وقائية لحماية المتعاملين مع النفايات الطبية. أما فيما يتعلق بتعامل العلاقات العامة مع وسائل الإعلام للتوعية بمخاطر النفايات الطبية، فقد كان الإتجاه العام للمبحوثين هو الموافقة على ذلك ، إذ أجاب (22.5%) أوافق بشدة، و (52.5%) أوافق.

وترى النسبة الغالبة من المبحوثين بأن العلاقات العامة تقوم العلاقات العامة بدراسات وبحوث حول مخاطر النفايات الطبية، وذلك بموافقة (8.8%) بشدة، وموافقة (53.8%).

وحول العبارة التاسعة بنفس المحور أبدى (20%) موافقتهم بشدة، ووافق (42.5%) على أن غياب المنهجية العلمية يعتبر من أهم المشاكل التي تواجه العلاقات العامة.

وأشارت النتائج إلى أن أكثر من نصف المبحوثين يروون بأن الوزارة تقوم بتعيين الأطر البشرية المختصة في مجال العلاقات العامة، فقد أبدى (8.8%) موافقة بشدة، و (48.8%) وافقوا على ذلك.

محور استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية:

أظهرت نتائج الجدول (13) أن إجابات المبحوثين على جميع عبارات محور استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية. حيث أظهرت بأن غالبية المبحوثين وافقوا على العبارة الأولى ، فهناك (17.5%) وافقوا بشدة، و(46.3%) قد وافقوا على أن إدارة العلاقات العامة تمتلك رؤية استراتيجية واضحة لنشر التوعية بمخاطر النفايات الطبية. أما آرائهم حول العبارة الثانية بنفس المحور فهناك (15%) وافقوا بشدة، و(46.3%) قد وافقوا على أن عدم رغبة المديرين في استخدام التخطيط الاستراتيجي لاعتقادهم بعدم توافر الوقت الكافي لتنفيذه.

جدول(13): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية. (ن=80)

م	العبارة	أوافق تماماً		أوافق		محايد		لا وافق		لا أوافق مطلقاً	
		%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
1	هنالك رؤية استراتيجية واضحة في إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة لنشر التوعية بمخاطر النفايات الطبية.	17.5	14	46.3	37	10	8	22.5	18	3.8	3
2	عدم رغبة المديرين في استخدام التخطيط الاستراتيجي لاعتقادهم بعدم توافر الوقت الكافي لتنفيذه.	15	12	46.3	37	15	12	21.3	17	5	2
3	الإدارة الاستراتيجية بوزارة الصحة لا تكون فعالة إلا إذا تبعها تنفيذ وتقييم الخطط الاستراتيجية.	27.5	22	60	48	7.5	6	3.8	3	1.3	1
4	ضعف الموارد المتاحة للتخطيط الاستراتيجي بوزارة الصحة.	13.8	11	60	48	20	16	5	4	1.3	1
5	وزارة الصحة لا تستخدم التخطيط الاستراتيجي بصورة جيدة مما أدى إلى عدم التخلص من النفايات الطبية بخطوات صحيحة.	12.5	10	56.3	45	8.8	7	18.8	15	3.8	3
6	أدى تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي إلى استحداث طرق جديدة في إدارة النفايات الطبية بوزارة الصحة.	15.5	12	53.8	43	13.8	11	13.8	11	3.8	3
7	تقوم وزارة الصحة بوضع حلول لمشاكل النفايات الطبية عن طريق التخطيط الاستراتيجي.	13.8	11	52.5	42	15	12	13.8	11	5	4
8	تستهدف برامج التدريب في مجال النفايات الطبية جميع العاملين بوزارة الصحة وفق تطبيق التخطيط الاستراتيجي.	11.3	9	53.8	43	10	8	21.3	17	3.8	3
9	يوجد نظام تخطيط استراتيجي لنقل النفايات الطبية بوزارة الصحة.	10	8	57.5	46	17.5	14	12.5	10	2.5	2
10	يساعد تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي موظفي إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة إلى أسلوب العمل الجماعي.	22.5	18	51.3	41	16.3	13	8.8	7	1.3	1
11	تقوم إدارة العلاقات العامة بشرح رؤية استراتيجية واضحة لكل العاملين بوزارة الصحة.	16.3	13	40	32	20	16	17.5	14	6.3	5
12	هنالك ضعف لجلب التكنولوجيا والأساليب الفنية للحد من انتشار مخاطر النفايات الطبية.	18.8	15	56.3	45	16.3	13	8.8	7	0	0

المصدر: من واقع تحليل بيانات الدراسة الميدانية (2018)

وحول آرائهم فيما تنفيذ وتقييم الخطط الاستراتيجية، فقد أبدى (27.5%) موافقتهم بشدة، وهناك (60%) أكدوا موافقتهم على ذلك. مما يشير إلى أن الغالبية يؤيدون بأن الإدارة الاستراتيجية بوزارة الصحة لا تكون فعالة إلا إذا تبعها تنفيذ وتقييم الخطط الاستراتيجية.

أما آراء المبحوثين حول الموارد المتاحة للتخطيط الإستراتيجي بوزارة الصحة، فقد أبدت الغالبية منهم موافقتها على أن هناك ضعف في الموارد المتاحة للتخطيط الاستراتيجي، إذا وافق بشدة (13.8%)، ووافق (60%).

أما بخصوص استخدام وزارة الصحة للتخطيط الاستراتيجي، فهناك (16.3%) وافقوا بشدة، (40%) وافقوا على أن وزارة الصحة لا تستخدم التخطيط الاستراتيجي بصورة جيدة مما أدى إلى عدم التخلص من النفايات الطبية بخطوات صحيحة.

وأبدى أكثر من نصف المبحوثين موافقتهم على أن تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي أدى إلى استحداث طرق جديدة في إدارة النفايات الطبية بوزارة الصحة. وذلك بنسب موافقة بشدة (15.5%) وموافقة (53.8%).

وحول آرائهم فيما يتعلق بوضع حلول لمشاكل النفايات الطبية، فقد أبدى (13.8%) موافقتهم بشدة، وهناك (52.5%) أكدوا موافقتهم على أن وزارة الصحة تقوم بوضع حلول لمشاكل النفايات الطبية عن طريق التخطيط الإستراتيجي.

وعلى صعيد برامج التدريب في مجال النفايات الطبية، فقد أظهرت النتائج هناك (11.3%) وافقوا بشدة، و (53.8%) وافقوا على أن برامج التدريب في مجال النفايات الطبية تستهدف جميع العاملين بوزارة الصحة وفق تطبيق التخطيط الاستراتيجي.

أشارت آراء المبحوثين بخصوص نقل النفايات الطبية، فقد أظهرت النتائج بأن هناك (10%) وافقوا بشدة، و (57.5%) وافقوا على أنه يوجد نظام تخطيط استراتيجي لنقل النفايات الطبية بوزارة الصحة.

أما بخصوص أثر تطبيق مفهوم التخطيط الإستراتيجي، فقد وافق بشدة (22.5%) من المبحوثين، ووافق (51.3%). مما يشير إلى أن تطبيق مفهوم التخطيط الإستراتيجي يساعد موظفي إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة على أسلوب العمل الجماعي.

و يرى أكثر من نصف المبحوثين بنسب موافقة بشدة (16.3%)، وموافقة (40%) بأن إدارة العلاقات العامة تقوم بشرح رؤية استراتيجية واضحة لكل للعاملين بوزارة الصحة.

أما بخصوص استخدام التكنولوجيا والأساليب الحديثة، أبدى (18.8%) موافقتهم بشدة، وأبدى (56.3%) موافقتهم على أن هناك ضعف لجلب التكنولوجيا والأساليب الفنية للحد من انتشار مخاطر النفايات الطبية.

رابعاً: تفسير معلومات وبيانات وإحصائيات البحث

يعتبر مقياس ليكرت من أفضل أساليب قياس الاتجاهات فقد تم حساب المتوسط المرجح لإجابات العينة على الأسئلة الواردة لمقياس ليكرت بغرض معرفة اتجاه آراء المستجوبين حيث تم إعطاء الأوزان لإجابات المبحوثين وذلك حسب الأوزان والفترات الموضحة. وتم حساب طول الفترات بقسمة عدد الفترات على عدد الأوزان ($0.80 = 5/4$) كما موضح في الجدول (14).

جدول (14): الأوزان والفترات

الفترات	الوزن	الرأي
5.0 - 4.20	5	أوافق بشدة
4.20-3.40	4	أوافق
3.40-2.60	3	محايد
2,60-1.80	2	لا أوافق
1.80 - 1.0	1	لا أوافق بشدة

جدول(15): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة(ن=80)

رقم	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
1	تهدف العلاقات العامة إلى تكوين صورة ذهنية محببة لدى جماهير وزارة الصحة.	4.08	0.268	موافقة	1
2	تعتبر أهداف العلاقات العامة مقياساً للتقويم فهي تحدد المطلوب عمله.	3.98	0.255	موافقة	4
3	تسعى العلاقات العامة للحصول على رضا المجتمع.	4.00	0.258	موافقة	3
4	العلاقات العامة ليس لديها دور فعال في القضاء على المشاكل التي تؤدي إلى عرقلة العمل داخل الوزارة.	3.43	0.168	موافقة	10
5	تسعى العلاقات العامة لنشر الوعي بين العاملين للحد من انتشار مخاطر النفايات الطبية.	3.66	0.210	موافقة	6
6	هناك ضعف في أداء العلاقات العامة تجاه سياسات الإدارة.	3.61	0.202	موافقة	7
7	لا يوجد توافق بين موظفي العلاقات العامة مما يؤثر سلباً على سير العمل داخل المؤسسة.	3.44	0.171	موافقة	9
8	تسعى العلاقات العامة إلى اعتراف الرأي العام وكسبه وتأييده.	4.01	0.260	موافقة	2
9	تسعى العلاقات العامة إلى جعل وزارة الصحة متقهمه لخطتها وسياساتها.	3.85	0.238	موافقة	5
10	تقوم ادارة العلاقات بوزارة الصحة بطباعة منشورات خاصة بالتوعية بمخاطر النفايات الطبية.	3.48	0.178	موافقة	8

ملحوظة : قيمة الاحصائية (الاحتمالية) أقل من (0.05 مستوى معنوية) العبارة دالة احصائياً وعند درجة حرية 4.

الجدول (11) و الجدول(15) يوضحان إستجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة ، فقد وافق المبحوثون بدرجة عالية على معظم عبارات المحور ، وجاءت آرائهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس مما يضعها في اتجاه الموافقة والموافقة التامة. وجاءت العبارة رقم (1) بأعلى متوسط (4.08) والتي تنص " تهدف العلاقات العامة إلى تكوين صورة ذهنية محببة لدى جماهير وزارة الصحة." ، مما جعلها الأولى في الترتيب من حيث الأهمية حسب آراء عينة الدراسة ، بينما حازت العبارة رقم (4) التي تنص " العلاقات العامة ليس لديها دور فعال في القضاء على المشاكل التي تؤدي إلى عرقلة العمل داخل الوزارة." على أقل وسط حسابي بين عبارات المحور (3.43).

وترى الباحثة أن من أهم الأهداف التي ترمي إليها العلاقات العامة بوزارة الصحة تتمثل في رسم صورة ذهنية لدى جمهور المتعاملين مع الوزارة والعمل على كسب تأييد ورضاهم.

جدول(16): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية والاتجاهات لعبارات محور وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية (ن=80)

رقم	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
1	تؤدي العلاقات العامة دوراً مهماً وأساسياً في وزارة الصحة.	3.85	0.238	موافقة	2
2	تُصدر العلاقات العامة تقارير عن النفايات الطبية بوزارة الصحة.	3.31	0.144	موافقة	7
3	للعلاقات العامة مجموعة من القوانين التي تتحكم في التعامل مع النفايات الطبية.	3.28	0.135	موافقة	8
4	هنالك مجموعة من المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في التعامل مع النفايات الطبية.	3.70	0.216	موافقة	4
5	للعلاقات العامة جانب يختص بتدريب العاملين على كيفية التعامل مع النفايات الطبية.	3.38	0.158	موافقة	6
6	تقوم العلاقات العامة بوضع إحتياطات وقائية لحماية المتعاملين مع النفايات الطبية.	3.28	0.135	موافقة	9
7	تتعامل العلاقات العامة مع وسائل الإعلام للتوعية بمخاطر النفايات الطبية.	3.78	0.227	موافقة	3
8	تقوم العلاقات العامة بدراسات وبحوث حول مخاطر النفايات الطبية.	3.39	0.161	موافقة	5
9	من أهم المشاكل التي تواجه العلاقات العامة: غياب المنهجية العلمية.	3.89	0.243	موافقة	1
10	تقوم الوزارة بتعيين الأطر البشرية المختصة في مجال العلاقات العامة.	3.25	0.129	حياد	10

ملحوظة: قيمة الاحصائية (الاحتمالية) أقل من (0.05 مستوى معنوية) العبارة دالة احصائياً وعند درجة حرية 4.

الجدول(12) والجدول(16) يوضحان إستجابات الباحثين على العبارات المكونة لمحور وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطرالنفايات الطبية، فقد وافق الباحثون بدرجة فوق الوسط على جميع عبارات المحور، وجاءت آرائهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس مما يضعها في اتجاه الموافقة. وجاءت العبارة رقم(9) بأعلى متوسط (4.73) والتي تنص " من أهم المشاكل التي تواجه العلاقات العامة: غياب المنهجية العلمية." مما جعلها الأولى في الترتيب من حيث الأهمية حسب آراء عينة الدراسة، بينما حازت العبارة رقم(10) التي تنص " تقوم الوزارة بتعيين الأطر البشرية المختصة في مجال العلاقات العامة." على أقل متوسط حسابي بين عبارات المحور (3.25). وترى الباحثة أن وجود وتفعيل قوانين فعّالة للتحكم في التعامل مع النفايات الطبية بالإضافة التزام المنهجية العلمية في العمل تُعد من التحديات التي تواجه العلاقات العامة في الإضطلاع بدورها.

جدول (17): التوزيعات التكرارية والنسبية لإجابات عينة الدراسة على عبارات محور استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية. (ن=80)

رقم	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الاتجاه	الترتيب
1	هنالك رؤية استراتيجية واضحة في إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة لنشر التوعية بمخاطر النفايات الطبية.	3.51	0.185	موافقة	9
2	عدم رغبة المديرين في استخدام التخطيط الاستراتيجي لاعتقادهم بعدم توافر الوقت الكافي لتنفيذه.	3.50	0.183	موافقة	10
3	الإدارة الاستراتيجية بوزارة الصحة لا تكون فعالة إلا إذا تبعها تنفيذ وتقييم الخطط الاستراتيجية.	4.09	0.269	موافقة	1
4	ضعف الموارد المتاحة للتخطيط الاستراتيجي بوزارة الصحة.	3.80	0.231	موافقة	4
5	وزارة الصحة لا تستخدم التخطيط الاستراتيجي بصورة جيدة مما أدى إلى عدم التخلّص من النفايات الطبية بخطوات صحيحة.	3.55	0.191	موافقة	8
6	أدى تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي إلى استحداث طرق جديدة في إدارة النفايات الطبية بوزارة الصحة.	3.63	0.204	موافقة	5
7	تقوم وزارة الصحة بوضع حلول لمشاكل النفايات الطبية عن طريق التخطيط الإستراتيجي.	3.56	0.194	موافقة	7
8	تستهدف برامج التدريب في مجال النفايات الطبية جميع العاملين بوزارة الصحة وفق تطبيق التخطيط الاستراتيجي.	3.48	0.178	موافقة	11
9	يوجد نظام تخطيط استراتيجي لنقل النفايات الطبية بوزارة الصحة.	3.60	0.200	موافقة	6
10	يساعد تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي موظفي إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة إلى أسلوب العمل الجماعي.	3.85	0.238	موافقة	2
11	تقوم إدارة العلاقات العامة بشرح رؤية استراتيجية واضحة لكل للعاملين بوزارة الصحة.	3.43	0.168	موافقة	12
12	هنالك ضعف لجلب التكنولوجيا والأساليب الفنية للحد من انتشار مخاطر النفايات الطبية.	3.85	0.238	موافقة	3

ملحوظة : قيمة الاحصائية (الاحتمالية) أقل من (0.05 مستوى معنوية) العبارة دالة احصائياً وعند درجة حرية 4.

الجدول (13) والجدول (17) يوضحان إستجابات المبحوثين على العبارات المكونة لمحور استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية، فقد وافق المبحوثون بدرجة عالية على بعض عبارات المحور وبدرجة فوق المتوسطة على البعض الآخر، وجاءت آرائهم بمتوسطات حسابية أكبر من المتوسط المرجح للمقياس مما يضعها في اتجاه الموافقة والموافقة التامة. وجاءت العبارة رقم (3) بأعلى متوسط (4.09) والتي تنص أن "الإدارة الاستراتيجية بوزارة الصحة لا تكون فعالة إلا إذا تبعها تنفيذ وتقييم للخطط الاستراتيجية."، مما جعلها الأولى في الترتيب من حيث الأهمية حسب آراء عينة الدراسة ، بينما حازت العبارة رقم (11) التي تنص "تقوم إدارة العلاقات العامة بشرح رؤية استراتيجية واضحة لكل للعاملين بوزارة الصحة." على أقل متوسط حسابي بين عبارات المحور (3.43).

وترى الباحثة أنّ واقعية تحقيق الأهداف ترتبط بصورة أساسية بوجود رؤية استراتيجية واضحة وتوفير موارد كافية لتنفيذها.

خامساً: نتائج الدراسة

- 1- اكدت الدراسة ان العلاقات العامة تقوم بنشر التوعية بمخاطر النفايات الطبية وذلك من خلال تعاملها مع وسائل الإعلام وطباعة المنشورات.
- 2- اوضحت الدراسة ان العلاقات العامة تساهم في مد متخذي القرار والمنظمات البيئية بمعلومات مهمة حول حجم النفايات الطبية وذلك من خلال ما تصدره من تقارير عن النفايات الطبية بوزارة الصحة ولاية الخرطوم .
- 3- كشفت الدراسة ان العلاقات العامة تؤدي دوراً وقائياً من خلال تدريب العاملين على كيفية التعامل مع النفايات الطبية.
- 4- اثبتت الدراسة ان تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي يساعد موظفي إدارة العلاقات بوزارة الصحة ولاية الخرطوم على اسلوب العمل الجماعي.
- 5- اكدت الدراسة انه يوجد ضعف لجلب التكنولوجيا والأساليب الفنية التي تساعد في الحد من انتشار مخاطر النفايات الطبية.
- 6- اثبتت الدراسة ان تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي أدى الى استحداث طرق جديدة في إدارة النفايات الطبية بوزارة الصحة ولاية الخرطوم .
- 7- اكدت الدراسة ان ضعف الموارد المتاحة يعيق عملية وضع الخطط الاستراتيجية وتنفيذها بوزارة الصحة ولاية الخرطوم .
- 8- أوضحت الدراسة أن وزارة الصحة ولاية الخرطوم لا تستخدم التخطيط الإستراتيجي بصورة جيدة مما أدى إلى عدم التخلص من النفايات الطبية بخطوات غير صحيحة.
- 9- أكدت الدراسة أن الإدارة الإستراتيجية بوزارة الصحة ولاية الخرطوم لا تكون فعالة إلا إذا تبعها تنفيذ وتقييم الخطط الإستراتيجية.
- 10- أوضحت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة تسعى إلى جعل وزارة الصحة ولاية الخرطوم متفهمة لخططها وسياساتها مما يحد من إنتشار مخاطر النفايات الطبية.
- 11- أثبتت الدراسة أن غياب المنهجية العلمية يعتبر من أهم المشاكل تواجه إدارة العلاقات العامة ولاية الخرطوم.
- 12- أوضحت الدراسة بأن وزارة الصحة ولاية الخرطوم تقوم بتعيين الأطر البشرية المختصة بمجال العلاقات العامة.

- 13- أكدت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة ليس لديها دور فعال في القضاء على المشاكل التي تؤدي إلى عرقلة العمل داخل وزارة الصحة ولاية الخرطوم.
- 14- أكدت الدراسة أن إدارة العلاقات العامة وزارة الصحة ولاية الخرطوم تهتم بتحقيق رضا المجتمع الداخلي والخارجي.
- 15- أثبتت الدراسة أن برامج التدريب في مجال النفايات الطبية تستهدف جميع العاملين بوزارة الصحة ولاية الخرطوم وفق تطبيق التخطيط الإستراتيجي.

سادساً: التوصيات

- تأسيساً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة فأنا نخلص من تلك النتائج مجموعة من التوصيات:
- 1- ضرورة عمل دورات تدريبية للعاملين لتعزيز الوعي وتطوير المهارات لديهم حول مخاطر النفايات الطبية لجميع المستويات ، وتقديم التحفيز والتشجيع المستمر مقابل تطبيقهم للمعايير الوطنية والدولية في التعامل مع تلك النفايات الطبية الخطرة .
 - 2- ضرورة توفير مستلزمات وادوات السلامة وتطبيق الخطط الإستراتيجية للتخلص من النفايات الطبية بصورة صحيحة.
 - 3- يوصى بتفعيل البحوث والدراسات للتعرف على المشاكل والمعوقات التي تعترض إدارة العلاقات العامة في الإطلاع بدورها.
 - 4- يوصى بتكثيف العمل التوعوي من خلال نشر ثقافة التعامل مع مخاطر النفايات الطبية باستخدام وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمنشورات الإعلانية.
 - 5- يوصى بإعتماد الطرق الحديثة في المعالجة على ان تتم داخل المستشفيات او اقرب نقطة معالجة وان تكون صديقة للبيئة ، ومعالجة النفايات الطبية عن طريق الدفن .
 - 6- ضرورة الإهتمام بإنشاء مكبات ومحارق للنفايات الطبية يراعى فيها كافة شروط الأمن والسلامة.
- توصيات خاصة بالمستشفى موضوع الدراسة :**
- 7- قيام إدارة متخصصة للعلاقات العامة والاعلام بمستشفى ام درمان التعليمي وأخرى تعنى بالنفايات الطبية.
 - 8- توسعة وتحسين اماكن تخزين النفايات داخل المستشفى وضرورة إحكام إغلاقها وان تكون محاطة بسور ومزودة بأدوات السلامة والحماية .
 - 9- الالتزام الكامل بالفترة المعتمدة لوجود النفايات بمواقع التخزين لتفادي الأثار المترتبة عليها .
 - 10- الحرص علي إستعمال مواد التطهير والتعقيم في النظافة بصفة مستمرة بالأقسام والعنابر وغرف العمليات وعند الطوارئ .

سابعاً: المصادر والمراجع

أولاً: المصادر:

1. القرآن الكريم والسنة النبوية :

ثانياً: المراجع :

2. القطامين، أحمد (2002م)، الإدارة الاستراتيجية مفاهيم وحالات تطبيقية، دارمجدلاوي للنشر والتوزيع عمان - الاردن، الطبعة الاولى .
3. اشرف فهمي خوخة، (2011) ، استراتيجيات الدعاية والحملات الإعلانية، الناشر دارالمعرفة الجامعية، جمهورية مصرالعربية، الطبعة الاولى .
4. قاسم، أمجد (2011م) ، تعريف النفايات الطبية وأنواعها وطرق معالجتها، السودان.
5. بهنسي، السيد (1992م.) ، مزايا وفوائد التخطيط .
6. المشرف، المشرف عبداللطيف(2015م)، العلاقات العامة ودارة الحملات الانتخابية، الطبعة الاولى.
7. العلاق ، بشير(2010م)، تنظيم وادارة العلاقات العامة ، مكتبة اليازودي العلمية للنشر و التوزيع، الاردن - عمان ، المطبعة العربية .
8. مسني، حسن(2004م) التوجيه والارشاد النفسي ونظرياته ، دار الكندي للنشر، الطبعة الاولى.
9. بودهان، يامين (2006 م) ، استراتيجية العلاقات العامة في المؤسسات الجزائرية الخاصة ، مجلة علوم الانسانية، العدد 29، السنة الرابعة.
10. الجرايدة ، بسام عبدالرحمن (2013م)، إدارة العلاقات العامة، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، الطبعة الاولى .
11. مختار، حسن محمد احمد(2011م)، الإدارة الإستراتيجية المفاهيم والنماذج، السودان، الناشر الشركة العربية المتحدة للتسوق والتوريدات، الطبعة الثانية .
12. غنيم ، حمد محمد (2013م)، التخطيط الاستراتيجي .

13. البخشونجي، حمدي عبدالحارس (2000م) ، العلاقات العامة في الدول النامية، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الاولى .
14. شعبان، حمدي (2008م)، و وظيفة العلاقات العامة الاسس والمهارات الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، مصر .
15. سليم، حنان أحمد(2015م)، الحملات الاعلامية عبر الاعلام الجديد.
16. ابواصبع، صالح خليل (2013م)، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة ، دارمجدلاوي للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى .
17. ابو اصبع، صالح واخرون (2011م) ، الاتصالات والعلاقات العامة، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، الطبعة الاولى .
18. عطية، طاهر مرسي(2004م) ، فن وعلم العلاقات العامة، النسرالذهبي للطباعة .
19. الجمال، راسم محمد(2005 م) ، ادارة العلاقات العامة – المدخل الاستراتيجي، القاهرة و البحرين، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الاولى.
20. عليان ، ربحي مصطفى (2005م) ، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفا للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الاولى .
21. عبدالباقي ، زيدان (1976م) ، التخطيط لوسائل الاعلام والتخطيط لوسائل الاتصال والتخطيط لوسائل الاعلام التربوي .
22. يوسف، دلير (2010م)، النفايات الطبية تأثيراتها وكيفية إدارتها .
23. ابوزيد، فاروق (2007م) ، فن الكتابة الصحفية، القاهرة ، الناشرعالم الكتب.
24. رشاد، فاتن محمد (2008م) ، تخطيط الحملات الإعلانية، القاهرة ، الناشر الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى.
25. البكري، فؤادة(2001م) ، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، دار نهضة الشرق للطبع و النشر و التوزيع .
26. البكري، فؤادة (2014م) ، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، دارنهضة الشرق للطبع والنشر و التوزيع .

27. ياسين، سعد غالب (2010م)، الإدارة الإستراتيجية، الطبعة العربية، الاردن، داراليازوري العلمية للنشر والتوزيع .
28. العاصي، شريف احمد شريف(2006 م) ، الترويج والعلاقات العامة ومدخل الاتصالات التسويقية المتكاملة، الدار الجامعية، الاسكندرية .
29. ساعاتي، عبدالاله سيف الدين(2010م)، ادارة المستشفيات بين النظرية و التطبيق، مركز النشر العلمي ، السعودية ، الطبعة الاولى .
30. عبدالمجيد، ليلي واخرون (2009م) ،فن التحرير الصحفي، القاهرة،الدار العربية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى .
31. مصطفى، عبدالحكيم خليل(2013م) ، الصورة الذهنية وحملات العلاقات العامة، الدارالعربية للنشر والتوزيع، الطبعه الأولى.
32. صالح ، عبدالحى محمود واخرين (2000م) ،العلاقات العامة في الخدمات الاجتماعية، دار المعرفة الاجتماعية، الاسكندرية.
33. المغربي ، عبد الحميد واخرون (2006م) ، التخطيط الإستراتيجي بقياس الإداء المتوازن،المكتبة العصرية، المنصورة- مصر .
34. مصطفى، عبدالحكيم خليل (2009م) ،العلاقات العامة بين النظري والتطبيق العملي، الجيزة، الدار العالمية للنشر و التوزيع،الطبعة الاولى .
35. عبدالحميد، عبدالمطلب (2010م) ،الادارة الاستراتيجية في بيئة العمل ، القاهرة، ،الناشر الشرطة العربية المتحدة للتسويق والتوريد، الطبعة الاولى.
36. الشرييني، عبير فتحي(2009م)، العلاقات العامة بين العلوم والفنون، القاهرة، دارالنهضة العربية.
37. عجو ، علي واخرون(1989م)، مقدمة في وسائل الاتصال، مكتبة المصباح، الطبعة الاولى.
38. مصطفى، عبدالحكيم خليل(2013م)، الصورة الذهنية وحملات العلاقات العامة،الدار العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى.

39. درة، عبدالباري ابراهيم واخرون(2010م) ، نبيل خليف المجالي، العلاقات العامة في القرن الحادي والعشرين ، النظرية و الممارسة، منحى نظامي استراتيجي، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى.
40. المغربي، عبد الحميد عبدالفتاح (1999م)، الإدارة الإستراتيجية لمواجهة تحديات القرن الحادي والعشرون، القاهرة ، مجموعة النيل العربية.
41. جرادات، عبدالناصر احمد واخرون (2009م)، اسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، داراليازوري العلمية للنشر والتوزيع ،عمان - الاردن، الطبعة العربية .
42. عبدالماجد ، عصام محمد (2006م)، هندسة النفايات الطبية وإدارتها،اكاديمية السودان للنشر والتوزيع، الخرطوم، الطبعة الاولى .
43. كنجو، كنجو عبود واخرون (1999م) ، العلاقات العامة و ادارتها، مدخل وظيفي، عمان - الاردن ، الطبعة الاولى .
44. حجاب، محمد منير(2007م)، الاتصال الفعال للعلاقات العامة ، دارالفجر للنشر و التوزيع ، الطبعة الاولى .
45. حجاب، محمد منير واخرون (2006م) ، المداخل الاساسية للعلاقات العامة المدخل الاتصالي ، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الرابعة .
46. محمد، محمد سعيد(1988م) ، التخطيط لوسائل الاعلام في الدول النامية .
47. المغربي، محمد الفاتح محمود (1013م) ، مبادئ الإدارة، الدار العالمية للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى .
48. أبوسمرة، محمد (2009م) ، الاتصال الاداري و الاعلامي، دار اسامة للنشر و التوزيع، الاردن، عمان، الطبعة الاولى .
49. جودة، محفوظ احمد (1996م) ، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات، مؤسسة زهران للنشر والتوزيع.
50. الجوهر، محمد ناجي (2000م) ، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مكتبة الرائد العلمية ،عمان، الطبعة الاولى .

51. الجوهر، محمد ناجي (1986م)، اجهزة العلاقات العامة في العراق، الاهداف و الوظائف، ، العراق ، دار الشؤون الثقافية ، الطبعة الاولى .
52. سلطان، محمد صالح (2011م) ، العلاقات العامة و وسائل الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع و الطباعة، الاردن ،الطبعة الاولى .
53. ابوصالح، محمد حسين سليمان (2009م) ، التخطيط الاستراتيجي القومي، الخرطوم، شركة مطابع السودان للعملة، السودان، الطبعة الرابعة .
54. ابوصالح، محمد حسن سليمان (2012م) ، التخطيط الاستراتيجي القومي،الخرطوم- السودان، .
55. ابو صالح، محمد حسين سليمان (2002م) ، التخطيط الاستراتيجي للاقتصاد السوداني البعد المفقود، الخرطوم ، مطبعة العملة.
56. حجاب، محمد منير (2006 م) ، المداخل الأساسية للعلاقات العامة - المدخل الاتصالي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الرابعة .
57. اسماعيل، محمود جابر (2015م)،الصحافة الاعلامية والمجتمع ، دار التعليم الجامعي الاسكندرية، الطبعة الاولى .
58. صابر،محمد (2000م)، الانسان وتلوث البيئة المملكة العربية السعودية، الادارة العامة للتوعية العلمية والنشر .
59. اللحام ، محمود عزت وأخرون (2015م)، التخطيط الاعلامي ،الاردن، الناشر دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.
60. الضمور،هاني حامد (2013م) ، الإدارة الإستراتيجية،الطبعة الاولى، القاهرة ، الناشر الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريد، الطبعة العربية الاولى .
61. بدوي، هناء حافظ (2001م) ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعي أسس ونظرية ومجالات تطبيقية ، المكتب الجامعي الحديث،الاسكندرية.
62. النجار، نبيل الحسيني (1996م) ، الإعلان والمهارات البيعية، الشركة العربية للنشر والتوزيع، رقم الإيداع 1996/9822.

63. الهاجري ، يوسف راشد (2011م) ، مكافحة العدوى بالمنشآت الصحية والتعامل مع المخلفات الطبية .

64. يحي واخرون (2000 م) ، العلاقات العامة ، مطابع ابن سينا، القاهرة.

ثالثاً: المجالات والدوريات والتقارير:

65- دليل التوعية التأمينية الصحية،(2007م) ، الصندوق القومي للتأمين الصحي،السودان.

66- مجلة علوم الإنسانية (2006م) ، الجزائر، العدد 29 .

67- مجلة بيئة المدن الإلكترونية(2013م)، تصدر عن مركز البيئة للمدن العربية، العدد الرابع.

68- مجلة صحتك (2015م)، مجلة فصلية تصدر عن وزارة الصحة - ولاية الخرطوم ، العدد الأول.

69- مجلة صحتك(2016م)، مجلة فصلية تصدر عن وزارة الصحة - ولاية الخرطوم، العدد الثاني .

70- الطب الجامعي(2005م) ، ترميز صحة المجتمع ومنظمة الصحة العالمية، إعداد نخبة من اساتذة الجامعات في العالم العربي.

71- الملك خالد(2010م)، مؤسسة الخيرية، دليل التخطيط الإستراتيجي،الرياض، المملكة العربية السعودية.

72- مجلة صحتك(2015م)، مجلة فصلية تصدر عن وزارة الصحة - ولاية الخرطوم، السودان، العدد الثاني.

73- مجلة صحتك (2016م)، مجلة فصلية تصدر عن وزارة الصحة - ولاية الخرطوم،السودان، العدد الثالث .

74- الخطة الإستراتيجية (2017-2030م) ، لوزارة الصحة ولاية الخرطوم، السودان.

75- الهيكل التنظيمي والوظيفي (2014م) ، لوزارة الصحة ولاية الخرطوم ، السودان .

76- الهيكل التنظيمي والوظيفي (2016م) ، لوزارة الصحة ولاية الخرطوم ، السودان .

77- التقرير الإحصائي السنوي(2011م) ، لمستشفى ام درمان التعليمي-الخرطوم،السودان.

78- منظمة الصحة العالمية، (2015م) ، إدارة أفضل لنفايات الرعاية الصحية ، المكتب الإقليمي للشرق المتوسط ، المركز الإقليمي لأنشطة صحة البئية، عمان ، الأردن .

79- منظمة الصحة العالمية (2006م) ، إدارة افضل لنفايات الرعاية الصحية، المكتب الإقليمي لمنظمة الصحة العالمية للشرق المتوسط ، القاهرة ، جمهورية مصر العربية.

رابعاً: الرسائل الجامعية :

80- دراسة ابوروف، عمر ادم على (1437هـ - 2016م) ، أثر تطبيق مفاهيم الجودة على كفاءة الخدمات الصحية بولاية الخرطوم من خلال خدمات التخلص من النفايات الطبية، دراسة دكتوراة،الخرطوم ، السودان .

81- دراسة عثمان، فاطمة فضل على (2010م)، دور التثقيف الصحي في ترقية نفايات الرعاية الصحية بالمستشفيات التعليمية شمال ولاية الخرطوم، رسالة دكتوراة ،جامعة الزعيم الازهري،السودان .

82- دراسة ضيفة، محمود محمد محمود(2015م)، إدارة نفايات الرعاية الصحية بمستشفى السلاح الطبي امدرمان - رسالة ماجستير ، جامعه الرباط الوطني،السودان .

83-دراسة بشير، تيسيرعوض الكريم(2013م)، إدارة النفايات الطبية في مستشفيات ولاية الخرطوم، رسالة ماجستير،جامعة الخرطوم ، السودان .

خامساً: المواقع الالكترونية:

84 - إدارة الموارد البشرية (2005-2004م) ، المنتدى العربي ، الموسوعة الحرة و ويكيبيديا.

85 - إدارة الموارد البشرية (2015 -2014م) ، المنتدى العربي ، الموسوعة الحرة و ويكيبيديا.

86 - المعهد الوطني لتكوين مستخدمي التربية (2016م)، الموسوعة الحرة ويكيبيديا.

87 - المجمع العربي للمحاسبين (2001م)، الموسوعة الحرة.

88 - السلمي(2000م)، الموسوعة الحرة و ويكيبيديا.

سادساً: المقابلات :

88 - جلال الدين، أنس الشريف(2018م) ، الأمين العام لمستشفى ام درمان التعليمي، السودان.

89 - علي، نجوى(2018م)، مدير إدارة الاعلام و العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم، السودان.

90 - غريب الله ،التومة(2018م)، مدير إدارة الصحة العامة بمستشفى ام درمان التعليمي، السودان.

ملحق رقم (1)



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

قسم العلاقات العامة والإعلان

إستبانة



الأخ الكريم / الأخت الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

الموضوع / إستبانة لنيل درجة الماجستير في علوم الإتصال تخصص العلاقات العامة والإعلان

بعنوان : (إستراتيجية العلاقات العامة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية -

بالتطبيق على وزارة الصحة ولاية الخرطوم في الفترة من 2016 - 2017م) .

يسعدني ان أتوجه لسيادتكم بكل لطف لإبداء مآلدكم من مآلحظآت وإقآرآحآت وكيفية التوعية بمخآطر النفاياآ الطبية

الهدف من الإسآبانة: هو جمع بياآناآ لإسآخدامها في الدراسة عن الموضوع أعلاه ،علمأ بأن هذه المعلومآا سآكون سرية و سآسآخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

مآلحظآا:

نرجو التكرم بالإجابة عن جميع الاسئلة .

ضع علامة (√) امام الإجابة التي تراها مناسبة .

مع جزيل الشكر والتقدير ،،،

البآآآة:

هديه بقادي الصديق

1440هـ - 2018م

اولاً: البيانات الشخصية:-

- 1- النوع: أ/ ذكر () ب/ انثى ()
- 2- العمر: أ/ 20-30 سنة () ب/ 31-41 سنة () ج/ 42-52 سنة () د/ 53 سنة فأكثر ()
- 3- الحالة الإجتماعية: أ/ أعزب () ب/ متزوج ()
- 4- المؤهل العلمي: أ/ ثانوي () ب/ جامعي () ج/ فوق الجامعي ()
- 5- مدة الخبرة بالوزارة : أ/ اقل من 5 سنوات () ب/ من 6-11 سنة () ج/ من 12- فأكثر ()
- 6- الدرجة الوظيفية: أ/ عامل () ب/ موظف () ج/ إداري ()

د/ أخرى تذكر.....

ثانياً: البيانات الموضوعية :

7. المحور الاول: أهداف العلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم .

العبارة	أوافق	أوافق بشدة	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
أ- تهدف العلاقات العامة إلى تكوين صورة ذهنية محببة لدى جماهير وزارة الصحة .					
ب- تعتبر اهداف العلاقات العامة مقياساً للتقويم فهي تحدد المطلوب عمله .					
ج- تسعى العلاقات العامة للحصول على رضا المجتمع.					
د- العلاقات العامة ليس لديها دور فعال في القضاء على المشاكل التي تؤدي إلى عرقلة العمل داخل الوزارة .					
هـ- تسعى العلاقات العامة لنشر الوعي بين العاملين للحد من إنتشار مخاطر النفايات الطبية.					
و- هنالك ضعف في اداء العلاقات العامة تجاه سياسات الإدارة.					
ز- لا يوجد توافق بين موظفي العلاقات العامة مما يؤثر سلباً على سير العمل داخل المؤسسة .					
ح- تسعى العلاقات العامة إلى إعتراف الراي العام وكسبه وتأييده.					
ط- تسعى العلاقات العامة إلى جعل وزارة الصحة متفهمة لخططها وسياساتها .					
ي- تقوم إدارة العلاقات العامة بوزارة الصحة بطباعة منشورات خاصة بالتوعية بمخاطر النفايات الطبية .					

8. المحور الثاني : وظائف العلاقات العامة والتوعية الصحية تجاه مخاطر النفايات الطبية

العبارة	أوافق	أوافق بشدة	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
أ- تؤدي العلاقات العامة دوراً مهماً وأساسياً في وزارة الصحة.					
ب- تُصدر العلاقات العامة تقارير عن النفايات الطبية لوزارة الصحة .					
ج- للعلاقات العامة مجموعة من القوانين التي تتحكم في التعامل مع النفايات الطبية بوزارة الصحة .					
د- هنالك مجموعة من المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في التعامل مع النفايات الطبية بوزارة الصحة .					
هـ- للعلاقات العامة جانب يختص بتدريب العاملين على كيفية التعامل مع النفايات الطبية .					
و- تقوم العلاقات العامة بوضع إحتياطات وقائية لحماية المتعاملين مع النفايات الطبية .					
ز- تتعامل العلاقات العامة مع وسائل الاعلام للتوعية بمخاطر النفايات الطبية .					
ح- تقوم العلاقات العامة بدراسات وبحوث حول مخاطر النفايات الطبية .					
ط- من اهم المشاكل التي تواجه العلاقات العامة : ي- غياب المنهجية العلمية.					
ك- تقوم الوزارة بتعيين الكادر المختص في مجال العلاقات العامة.					

9. المحور الثالث: استراتيجية العلاقات العامة بوزارة الصحة في التوعية بمخاطر النفايات الطبية

العبارة	أوافق	أوافق بشدة	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
أ- هنالك رؤية استراتيجية واضحة في ادارة العلاقات العامة بوزارة الصحة لنشر التوعية بمخاطر النفايات الطبية .					
ب- عدم رغبة المديرين في إستخدام التخطيط الاستراتيجي لاعتقادهم بعدم توافر الوقت الكافي لتنفيذه .					
ج- الادارة الاستراتيجية بوزارة الصحة لا تكون فعالة إلا إذا تبعها تنفيذ وتقييم الخطط الاستراتيجية .					
د- ضعف الموارد المتاحة للتخطيط الاستراتيجي بوزارة الصحة.					
هـ- وزارة الصحة لا تستخدم التخطيط الاستراتيجي بصورة جيدة مما ادى الى عدم التخلص من النفايات الطبية بخطوات غير صحيحة.					
و- أدى تطبيق مفهوم التخطيط الإستراتيجي إلى إستحداث طرق جديدة في إدارة النفايات الطبية بوزارة الصحة .					
ز- تقوم وزارة الصحة بوضع حلول لمشاكل النفايات الطبية عن طريق التخطيط الإستراتيجي .					
ح- تستهدف برامج التدريب في مجال النفايات الطبية جميع العاملين بوزارة الصحة وفق تطبيق التخطيط الإستراتيجي .					
ط- يوجد نظام تخطيط إستراتيجي لنقل النفايات الطبية بوزارة الصحة .					
ي- يساعد تطبيق مفهوم التخطيط الاستراتيجي موظفي ادارة العلاقات العامة بوزارة الصحة إلى أسلوب العمل الجماعي .					
ك- تقوم إدارة العلاقات العامة بشرح رؤية إستراتيجية واضحة لكل العاملين بوزارة الصحة .					
ل- هنالك ضعف لجلب التكنولوجيا والأساليب الفنية للحد من انتشار مخاطر النفايات الطبية .					

10. ما أهم المشاكل والمعوقات التي تعوق أداء العلاقات العامة في وزارة الصحة؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

11. كيف يمكن الإرتقاء بالوظيفة التوعوية للعلاقات العامة تجاه مخاطر النفايات الطبية بوزارة الصحة ؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

بسم الله الرحمن الرحيم

وزارة الصحة - ولاية الخرطوم

لائحة النفايات الطبية بولاية الخرطوم لسنة ٢٠٠٥م

تدريب العاملين :-

٥- يجب على اى منتج نفايات طبية تدريب جميع العاملين لديه عن ماهية النفايات الطبية وخطورتها على العاملين وعلى البيئة وكيفية التعامل معها .

الالتزام بالموصفات العالمية للحاويات :-

٦- على كل جهة منتجة للنفايات الطبية استخدام حاويات حسب المواصفات العالمية لحفظ النفايات حسب الالوان الواردة فى دليل النفايات الطبية وموضح فيها العلامة الدولية الخاصة بكل نوع من هذه النفايات الطبية .

المعالجة النهائية للنفايات الطبية :-

٧- يجب أن تكون المعالجة النهائية للنفايات الطبية كل حسب نوعه والطريقة المخصصة له الواردة بدليل النفايات الطبية .

ارتداء الملابس الواقية :-

٨- يجب على جميع العاملين فى تجميع وتصنيف وترحيل والتخلص من النفايات الطبية ارتداء كل الملابس الواقية .

الكشف الطبي الدوري للعاملين :-

٩- يجب أن يخضع العاملين بالنفايات الطبية لكشف طبي كل ستة شهور للتأكد من سلامتهم .

الموظف الفني المختص فى إدارة النفايات :-

١٠- على كل جهة منتجة للنفايات الطبية تخصيص موظف فني مختص فى إدارة النفايات الطبية مسئول عن مراقبة عمليات فرز ، جمع ، تخزين وترحيل النفايات داخل وخارج الوحدة المنتجة .

الفصل الثالث

شروط نقل النفايات الطبية

الحصول على ترخيص من الوزارة :-

١١- على كل شخص أو منشأة تعمل فى نقل النفايات الطبية الحصول على ترخيص من الوزارة. يجدد سنويا

المراجعات اللازمة لنقل النفايات الطبية :-

١٢- على كل جهة تعمل فى نقل النفايات الطبية الالتزام بالاتي :-

(أ) عدم نقل أي نفايات إلى وحدة معالجة ليس لديها تصريح للتخلص من النفايات الطبية الخطرة من الجهات المختصة.

(ب) عدم نقل أي نفايات كيميائية لا ترافقها استمارة بيانات السلامة الخاصة بها.

(ج) عدم نقل أي نفايات لا ترافقها وثيقة نقل مستوفية جميع بياناتها من قبل المنتج .

(د) عدم خلط نفايات ذات مواصفات شحن مختلفة وذلك بوضعها في حاوية واحدة.

(هـ) تزويد الجهة المختصة ببرنامج نقل النفايات موضحاً الجهة المنتجة، نوعية وكمية النفايات المراد نقلها

والفترة الزمنية لنقل النفايات (تاريخ الابتداء والانتهاى من عملية النقل) قبل الشروع في اى عملية نقل.

(و) عدم تخزين النفايات الطبية الخطرة إلا بعد الحصول على تصريح خاص بتخزين النفايات الطبية الخطرة من الجهات المختصة.

(ز) صيانة وسائل النقل والمعدات بشكل مستمر للحد من تأثيرها على صحة الإنسان والبيئة.

(ح) وضع العلامات الإرشادية على وسيله النقل التي تبيّن نوع المواد المنقولة، وان يكون الناقل على معرفة

تامة بدرجة خطورتها والخطوات الواجب اتباعها في حالة حدوث طارئ أثناء عملية النقل .

(ط) الالتزام بالوقت المناسب للنقل الذي تحدده الجهات المعنية .

(ي) الاحتفاظ بالسجلات و الوثائق الخاصة بنقل النفايات وتقديمها إلى الجهات المختصة عند طلبها.

ترخيص مرافق المعالجة

١٣ / أ - يجب على كل شخص أو منشأة، ترغب في إنشاء مرافق معالجة للنفايات الطبية

الحصول على ترخيص من الجهات المختصة، والالتزام عند اختيار الموقع بالمحافظة على البيئة وسلامة المياه الجوفية والسطحية وجودة الهواء المحيط وعدم الإضرار بأي منها أو بالمناطق السكنية المجاورة .

١٣ / ب - للحصول على ترخيص من الجهات المختصة يجب على صاحب الطلب استيفاء استمارة بيانات تقييم الآثار البيئية المعتمدة من قبل الوزارة.

١٣ / ج - على كل جهة مشغلة لمرفق معالجة نفايات طبية تقديم تقرير دوري حسب ما تطلبه الجهة المختصة يحتوي على كمية النفايات التي تم استلامها يومياً من كل منتج على حدة واسم منتجها ونقلها متى ما طلبت منه الجهة المختصة ذلك.

الفصل الرابع

أحكام عامة

سلطة التفتيش

يجوز للسلطة المختصة دخول وتفتيش أى مرفق يعمل في إنتاج ، نقل ومعالجة النفايات الطبية في أى وقت وعلى ذلك المرفق العمل على تنفيذ توجيهات الإدارة المختصة.

العقوبات

١٥ - كل من يخالف أحكام هذه اللائحة يعاقب بالآتي :

- (أ) الغرامة التي لا تقل عن عشرة الف دينار ولا تزيد عن خمسين الف دينار .
(ب) في حالة عدم دفع الغرامة السجن لمدة لا تقل عن شهر ولا تزيد عن ستة اشهر .

صدرت تحت توقيعي في اليوم ١١ من شهر سنة ١٤٢٦ هـ الموافق
..... ١٥ من شهر سنة ٢٠٠٥ م

د. الصادق الصادي عبد الرحمن المصدي
وزير وزارة الصحة - ولاية الخرطوم



الرسالة الصحية



بسم الله الرحمن الرحيم

العدد الثاني - الخميس ٢١ يوليو ٢٠١٦ م

اسبوعية متخصصة - تصدرها وزارة الصحة - ولاية الخرطوم - ادارة الاعلام والعلاقات العامة

وزارة الصحة تؤكد مسؤوليتها تجاه فرز النفايات الطبية عن الصلبة



مركز المعالجة العلمية للنفايات الطبية

الحضرية أزال كثير من اللبس ووضح دور المستشفيات والمسئولية التي تقع على عاتق ادارة المستشفيات هي فرز النفايات الطبية داخل المستشفيات وعملية نقل النفايات الصلبة والطبية مسئولية الهيئة واي تقصير في نقل النفايات الى المرادم يظل مسئولية الهيئة ومجلس البيئة مؤكداً اهتمام وزارة الصحة بعملية حرق النفايات الطبية والتخلص منها بالطرق السليمة .

وأشارت الوزارة الى وجود محرقة بالدواء الدائري للتخلص من الادوية المنتهية الصلاحية كاول محرقة بالبلاد لافتاً النظر الى أن وزارة الصحة الاتحادية تبرعت بمحرقة طبية تحل محل المحرقة القديمة بالمستشفى الصيني .

أكدت وزارة الصحة ولاية الخرطوم مسؤوليتها التامة عن فرز النفايات الطبية عن الصلبة ومعالجتها بالمجمع السعودي بمبادرة من الوزارة مشيراً الى أن فعالية المجمع السعودي في التخلص من النفايات بنسبة ١٠٠٪ حيث تم إضافة خط انتاجي جديد للمحرقة .

في وقت كشفت فيه الوزارة عن تقدم المجلس الاعلى للبيئة والترقية الحضرية وهيئة نظافة الخرطوم عن اغتذار رسمي لوزارة الصحة ولاية الخرطوم لبعض تصريحات سابقة لبعض منسوبي المجلس في تقصير الوزارة والمستشفيات بعدم فرز النفايات الطبية ، مبيناً ان الاجتماع الذي عقد بين مدير عام الوزارة الدكتور بابكر محمد على ورئيس المجلس الأعلى للبيئة والترقية



**د.حميدة : تدريب
٣٠٠ سستر ومررض**

ص ٧



**مستشفى
جبل اولياء**

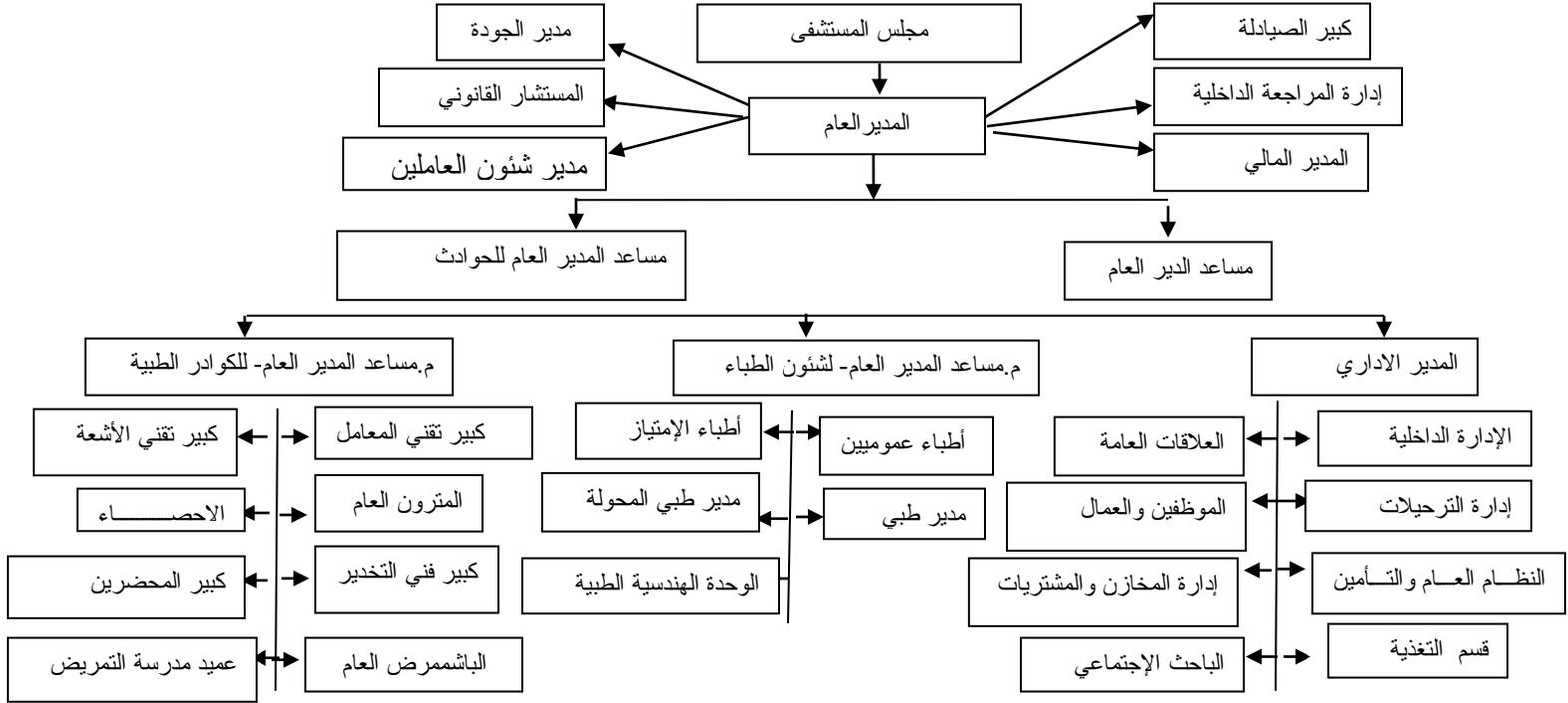
ص ٤-٥



**في هذا
العدد**

ملحق رقم (4)

الشكل يوضح الهيكل التنظيمي لمستشفى ام درمان التعليمي .



المصدر : عمر آدم عبدالله ابوروف - رسالة دكتوراة- 2016.

الهيكل الوظيفي لإدارة الاعلام والعلاقات العامة بوزارة الصحة ولاية الخرطوم:

