

مكانة التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ودور تقنيات الإعلان المؤسساتي
في إصلاح وتحديث طرق تسيير المرفق العام وصورة الخدمة العمومية
الاستشفائية بالجزائر "الإعلان أنموذجاً" بالمركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس
- قسنطينة -

**The role and position of modern communication media in
improving the performance of hospital services in Algeria
"Advertising as a model" at the University Hospital Center
of Ibn Badis - Constantine-**

مراد ميلود استاذ محاضر أ جامعة الحاج لخضر باتنة 1 - الجزائر Mouradmiloud981@yahoo.com	حمزة طلحي* طالب دكتوراه مخبر البحث في دراسات الإعلام والمجتمع جامعة العربي التبسي تبسة - الجزائر Hamzatalhi1986@gmail.com
--	---

تاريخ القبول: 2020/10/04

تاريخ الاستلام: 2020/01/10

الملخص:

يعدّ تفعيل العمل بمختلف الوسائط الاتصال الحديثة في اي مؤسسة ضرورة ملحة تفرضها الحياة التكنولوجية على هاته المؤسسات ،خاصة الخدماتية منها كالمؤسسات الصحية الاستشفائية التي لا بد ان تترجم تسويق خدماتها عبر مختلف القنوات الاتصالية الداخلية منها والخارجية للمؤسسة والتي تنتج عليها مستقبلا لا محال عصرنتها والارتقاء بها كمرافق عمومية نموذجية ولا يتأتى ذلك إلا من خلال تطوير وتحيين ما يتم تداوله من بيانات ومعلومات عبر الوسائط الاتصالية المتاحة وهي وسائل غير مجهدة ومكلفة تستند عليها تلك المؤسسات العمومية في اتخاذ الكثير من المهام والقرارات التسييرية الخاصة بها والتي تعتبر جزء لا يتجزأ من البنية التحتية المجتمعية الرامية بالأساس لتقريب المواطن من خدماتها، ومحاولة استقطاب اكبر قدر من الجماهير لها وتقديم خدمات نوعية لهم تنافس حتي القطاع الخاص، كالإعلان .

ويعتبر استخدام الإعلان كأحد الوسائل الحديثة والمتطورة داخل المؤسسة استثمارا حقيقيا لكسب الكثير من الجهد والمال والوقت من جهة، والوصول إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة بكل دقة وإتقان من جهة ثانية، والتي تتجسد في المستقبل القريب للمؤسسة في تطوير مردودها

*المؤلف المرسل : حمزة طلحي ، الإيميل : hamzatalhi1986@gmail.com

المؤسساتي والارتقاء بنوعية الخدمات الصحية العمومية المقدمة للمرضى وبالأخص عند مواجهة كوارث وازمات طبيعية صحية...

كلمات مفتاحية: التكنولوجيا؛ الوسائط؛ الاتصالية؛ الأداء؛ الإعلان؛ المؤسسة؛ الاستشفائية

Abstract:

Activating the work with various modern communication media in any institution is an urgent necessity imposed by the technological life on these institutions, especially the service ones, such as hospital health institutions, which must be translated into the marketing of their services through the various internal and external communication channels of the institution, which are produced on them in the future, there is no way to modernize and upgrade them as public facilities This can only be achieved through the development and updating of the data and information circulated through the available communication media, which are non-stressful and costly means upon which these public institutions rely to take many tasks and their own management decisions, which are an integral part of the community infrastructure aimed mainly at bringing closer Citizen of its services, And trying to attract the largest number of audiences to it and provide them with quality services that compete with the private sector, such as advertising.

The use of advertising as one of the modern and advanced means within the institution is a real investment to gain a lot of effort, money and time on the one hand, and to reach the achievement of the institution's strategic goals with precision and mastery on the other hand, which are embodied in the near future of the institution in developing its institutional returns and upgrading the quality of public health services Provided to patients, especially when facing health natural disasters and crises ...

Keywords: technologie ; role ; effect ; advertising ; hospital; image.

مقدمة:

تعاني الكثير من المؤسسات الاستشفائية العمومية بالجزائر تدني كبيرا في نوعية الخدمات الصحية المقدمة بالرغم من كل الجهود المبذولة من طرف الدولة للإرتقاء بهذا القطاع ، إلا ان خدماتها اليوم لا ترقى لذلك المستوى المطلوب منها وتبقى بعيدة نوعا ما عن الخدمات التي يصبو إليها المواطن والذي لطالما قارنها بخدمات وتطورات للبنية التحتية الصحية الموجودة في دول الجوار، ان إقحام نظم وتكنولوجيا للتسيير داخل اي مؤسسة اثبت نجاعته على ارض الواقع في الأوقات العادية فما بالك باستخدام هذه التكنولوجيا أثناء الأزمات "اتصال الأزمة" (سنو، 1999، ص13) وخير مثال ما تواجهه اليوم المؤسسات الاستشفائية من شائعات جراء مجابهة فيروس

كورونا كوفيد 19 الأخذ في الانتشار والذي هدد الحياة فيها واقتحمها دون استأذن ، وحصد الأرواح ، وأقدم علي شلل الحياة الطبيعية في اغلب دول العالم بما فيها الجزائر ومن خلال ذلك فطبيعة البنية الداخلية للمؤسسات الاستشفائية ودورها التكاملي في تطوير الأداء المؤسساتي وتحسين الخدمات الصحية المقدّمة، ومن هذا السياغ يجب اليوم أكثر من اي يوم آخر ان نذهب الي استغلال اكبر قدر من الوسائط الاتصالية في خلق جسر تواصل قوي بين المؤسسات بصفة عامة والاستشفائية محل الدراسة بصورة خاصة مع جماهيرها وإعلامهم وتوجيههم وتبئهم وتوعيتهم بكل ما يخص المؤسسة الاستشفائية واليوم نسلط الضوء عن مكانة الاتصال عامة والاعلان خاصة داخل إحدى المؤسسات الاستشفائية العريقة بالجزائر هو المركز لاستشفائي الجامعي ابن باديس - قسنطينة - ومن خلال ما سبق نطرح الإشكالية التالية :

ما هي دور ومكانة الوسائط الاتصالية والإعلانية الحديثة في تحسين الخدمات بالمركز

الاستشفائي الجامعي ابن باديس - قسنطينة - ؟.

1. الفرضية العامة:

وفقا للتساؤل المطروح سالفا ومن أجل الوصول إلى نتائج علمية مقنعة لهذا المقال العلمي الانطلاق من الفرضية التالية كإجابة مؤقتة والتي مفادها: تساهم الوسائط الاتصالية الحديثة في تحسين أداء الخدمات المقدمة من طرف المركز لاستشفائي الجامعي ابن باديس - قسنطينة بالجزائر.

2. أهداف الدراسة:

يهدف مقالنا العلمي هذا بالأساس، إلى محاولة الكشف بشكل معمق عن مكانة الوسائط الاتصالية الحديثة في اجندت المؤسسة الاستشفائية عبد الحميد بن باديس قسنطينة وما مدى تحيين هاته الوسائط الاتصالية لمحتواها بشكل دوري، والي اي حد تعتمد على هاته التكنولوجيا في تسيير اتصالها الداخلي فمرونتها تحصيل حاصل على تحسن خدماتها، وتطور أدائها المؤسساتي، والتي تنعكس على تحسين صورتها لا محالة.

3. منهج الدراسة:

تدخل هذه الدراسة ضمن حيز الدراسات الوصفية ، لانها تهدف الي التعرف الدقيق لعناصر الظاهر المدروسة سواء في وصفها الفيزيقي، أو خصائصها المادية أو المعنوية ، ضمن حقل

العلوم الإنسانية و الاجتماعية، حيث تدور حيثيات هذا الموضوع حول مكانة الوسائط الاتصالية في تحسين أداء المؤسسة الاستشفائية العمومية الجزائرية- المؤسسة الاستشفائية عبد الحميد ابن باديس بقسنطينة أنموذجا ، فهي تندرج ضمن حيز الدراسات الوصفية التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة، أو للمشكلة من خلال تحديد ظروفها، وأبعادها، والعلاقة بين متغيراتها، وقد تم اختيار المنهج الاثنوغرافي يعتبر من أنسب المناهج لمثل دراستنا هذه (جوبو ترجمة لمحمد رشدي و مراجعة أحمد زايد، 2014، صفحة 21) والذي يهدف إلى معرفة واقع استخدام الوسائط الاتصالية والإعلانية بالمؤسسات الاستشفائية وتأثيره في زيادة فاعلية المنظومة الاتصالية الداخلية لها، وإمكانية مساهمة العمل المؤسسي المنظم في تحسين أداء الخدمات المقدمة فيها والذي ينعكس على تلك الصورة النمطية السيئة (عجوة، 2003، ص24) المشكلة عن المستشفيات وقطاع الصحة ككل بالجزائر.

كما أشرنا سالفًا، فإن الاستعانة بالمنهج الاثنوغرافي، لما له من خصوصيات توافقية تتناسب مع ما نصبو الى تحقيقه عبر الشق التطبيقي لمقالنا العلمي هذا، كما استعنا بالملاحظة بالمشاركة في بحثنا هذا ، والملاحظة بالمعايشة للظاهرة هو أن ينشئ الباحث علاقات مباشرة مع أفراد مجتمع البحث، ملاحظة ووصف سلوكهم يوميا مع تدوين كل ما تم ملاحظته، التعامل معهم والمشاركة في الإجراءات التفصيلية الروتينية في حياتهم اليومية معرفة قواعد سلوكهم لفهم معنى أفعالهم بحكم ان الباحث موظف دائم داخل المؤسسة (بن نوار، 2006، ص 21).

4. عينة الدراسة

باعتبار ان المركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس قسنطينة يضم بنية بشرية هائلة من موظفين باختلاف أسلاكهم المهنية من إداريين ، أطباء ، شبه طبيين ، عمال مهنيين و تقنيين . الخ والذي يقدر عددهم حسب أرقام مستقاة من مديرية الموارد البشرية للمركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس قسنطينة ب 7898 عامل (الموقع الرسمي للمركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس قسنطينة الجزائر، 2018)، وكذلك نظرا لاتساع الرقعة الجغرافية الهائلة، والبشرية لمجتمع الدراسة وتعذر إجراء مسح شامل يمس كافة أفراد المركز الاستشفائي الجامعي الذين يعملون 24 ساعة / 24 ساعة بدون انقطاع واستحالة مقابلة جميع أفراد العينة ،وفي كلّ الأوقات دفعة واحدة ، فقد تمّ اختيار عينة قسدية تمثيلية تشمل ما يقارب ال 65 مصلحة المشكلة للمركز الاستشفائي الجامعي

ابن باديس قسنطينية، حيث يخضع تحديد حجمها العلمي بالأساس الى النسبة العلمية المعتمدة في مختلف البحوث العلمية، والتي لا تتجاوز الـ 10 % من مجمل المجتمع الكلي للبحث، كما ارتأينا كذلك أن نعتمد بالأساس على نوع العينات غير احتمالية، وفق ضرورة فرضتها علينا بالتأكيد على طبيعة الموضوع المتناول بالبحث العلمي، وشساعة مجتمع البحث العام المعني بالدراسة وكثرة تشعباته الفئوية سواء أكان ذلك في شكله الداخلي، والذي يضم عدّة فئات وكل فئة تتضمن في حدّ ذاتها العديد من التفرعات الفئوية هي الأخرى، وكذلك شكله الخارجي الذي هو ذو شكل غير متجانس، وضخم للغاية باعتبار الطابع الجهوي للمركز الاستشفائية الجامعي ابن باديس - قسنطينية - بالشرق الجزائري، حيث قمنا بتحديد ما مجموعه الـ 70 مفردة كعينة بحث قصدية تمثيلية، لإجراء المقابلة العلمية مع فئة المسؤولين الرسميين للمؤسسة الاستشفائية، أصحاب القرار في العمل بالتكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال كأداة اتصالية داخل المؤسسة الاستشفائية.

والذين يعملون بها دون غيرهم من باقي الفئات الأخرى العاملة على مستوى المركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس قسنطينية ، سواءا أكان هؤلاء المسيرين ، مسؤوليين رسميين ، مكلفين بالاتصال أو رؤساء مصالح إدارية، أصحاب القرار في العمل بالتكنولوجيا داخل المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة كمصلحة النشاطات الطبية والشبه الطبية، خلية الاتصال والعلاقات العامة مثلا، أو حتى فاعلين عبر مصالحهم الاستشفائية وعلى درجة كبيرة من المعرفة، التحكم الوعي، والاضطلاع العلمي بالموضوع المتناول بالدراسة ألا وهو " مكانة الوسائط الاتصالية الحديثة في تحسين أداء الخدمات الاستشفائية للمركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس - قسنطينية - " من دون باقي أفراد مجتمع الدراسة الآخرين، والتي تخدم بذلك توجّهات دراستنا العلمية هذه وما نصبو إلى تحقيقه من أهداف ونتائج علمية دقيقة.

5. أدوات جمع البيانات :

1.5- الملاحظة :

تكمن أهمية الملاحظة العلمية كوسيلة بحثية، في أنها تتمتع بفوائد كبيرة تميّزها عن الوسائل الأخرى فهي تمكّن الباحث من ملاحظة سلوك، وعلاقات، وتفاعلات المبحوثين، والاضطلاع على الأجواء الطبيعية غير المصطنعة لمجتمع البحث، وقد كان سبب اختيارنا للملاحظة بشكليها الملاحظة بالمشاركة(المعايشة)، والملاحظة البسيطة لما من شأنه أن تكسبنا آيّه من قدرة على الاضطلاع أكثر بالمعلومات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق أدوات أخرى

كالمعلومات المتعلقة بالواقع الفعلي، وطبيعة تكنولوجيا المعلومات الموجودة حاليا عبر مختلف المصالح الاستشفائية المكوّنة للمؤسسة الاستشفائية، والمتأولة كنموذج، والبحث، ودورها في الرفع من الأداء المؤسساتي، وتحسين تلك الصورة النمطية المشكّلة عنها كمؤسسة استشفائية عمومية.

2.5- المقابلة :

تعتبر المقابلة بمثابة الأداة الرئيسية التي استخدمناها في مقالنا العلمي هذا لدراسة الجمهور المبحوث معه، لما تحظى به تلك المقابلة العلمية من مزايا في إمكانية التعرف على المشاعر والآراء، في وضعية ما، أو مشكلة ما، أو سلوك ما... الخ.

وقد نال هذا النوع من المقابلات نصيب الأسد عبر مقالنا العلمي هذا، وكان سبب لجوئنا إلى استخدام المقابلة الموجهة على الفور لما لهذا النوع من المقابلات، من أهمية ارتكازي كبيرة، لا بدّ منها عبر باقي المراحل المتقدمة من البحث، من خلال استهدافنا مقابلة المسؤولين الرسميين للمؤسسة الاستشفائية، أصحاب القرار في العمل المؤسساتي داخل المؤسسة الاستشفائية، فقد كان استخدامنا لهذا النوع من المقابلات مع فئة (المسؤولين) على وجه التحديد، سلاحا ذو حدين، يهدف إلى جمع دقيق للمعلومات و البيانات المتعلقة بموضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإعلان، وتدعيم التحليل، وإثراء البحث العلمي أكثر فأكثر، حيث يطبق فيها شفها اختبار معين على أن تدوّن الإجابات فيما بعد في شكل استمارة مقابلة، مثلما سبق وأن تناولناه في أداة جمع البيانات السابقة (الاستمارة) ، حيث توجّه جملة من الأسئلة المحددة سلفا والموحّدة بالنسبة لجميع الحالات المبحوث معها، لهذه الفئة من البحث (المسؤولين) بدون استثناء، باعتبار مبدأ الوعي و الامام بأهمية العمل المؤسساتي لهذه الفئة ومستواها الفكري، والعلمي، والإدراكي. ومن مزاياها توفير الوقت، وتيسير المقارنة بين الأشخاص، مع إمكانية تحليل نتائجها كميًا، والتي تصبّ في الأخير إلى وضع تفسيرات للبيانات المتحصل عليها من خلال الملاحظة بالمعايشة، وتكون تلك المعلومات المراد الحصول على قدر عالي من الدقة.

3.5- استمارة المقابلة :

تطبيقا للمقابلات سألقة الذكر، ارتأينا إدراجها في شكل استمارة كأداة أخرى رئيسية لجمع البيانات، من خلال إجرائنا لمقابلة قصديّة من جهة مع مسؤولي المؤسسة الاستشفائية، والمصالح الفاعلة في العمل بتكنولوجيا المعلومات والاتصال والإعلان بالمؤسسة الاستشفائية، وهذا من

أجل اختبار الفرض الرئيسي للمقال العلمي والمتعلق بالمكانة التي يحتلها دور الوسائط الاتصالية والإعلانية في أداء وصورة المؤسسة الاستشفائية العمومية، وعموم القطاع الاستشفائي بالجزائر ، وقد سعينا إلى ضبط استمارة مقابلة وفق الضوابط العلمية، والمنهجية المتفق عليها، وخدمة كذلك لموضوع مقالنا العلمي ارتأينا التركيز من خلال استمارة المقابلة على طابع الأسئلة الوصفية بنوعها، حيث أن الأسئلة المفتوحة والتي طغت وبدرجة كبيرة على الاستمارة مقارنة بنظيرتها المغلقة ، وهذا من أجل تبسيط محتواها قدر الإمكان للمبحوثين ، وكسبب رئيسي أدى بنا إلى الاعتماد على تلك الأسئلة الوصفية (الأسئلة المغلقة و المفتوحة)، والعمل بها هو استنادنا على الملاحظة بالمشاركة، وبالمعايشة، باعتبار أن الباحث هو جزء من مجتمع البحث في حد ذاته، وله معرفة شخصية بأغلب المسيرين بالمؤسسة الاستشفائية، حيث من شأن ذلك أن تنعكس بالإيجاب على دقة النتائج العلمية التي سيتم التوصل إليها في نهاية الدراسة، وتحقيقنا لأهدافنا العلمية المسبقة، من فئة مسؤولي المؤسسة الاستشفائية، والمصالح الفاعلة في الإقرار بمدى تنظيم العمل الوسائط الاتصالية والإعلانية بالمؤسسة الاستشفائية المتناولة في الدراسة وتركهم على راحتهم في التفاعل مع مختلف الأسئلة الوصفية المطروحة بنوعها المفتوحة، والمغلقة، والتي تصبّ بالتأكيد في إمكانية تحصيلنا على أكبر قدر ممكن من المعلومات الجديدة، والتي نخدم بالتأكيد صيرورة مقالنا العلمي هذا.

6. التعريف بميدان الدراسة :

إن العمل المؤسسي الملاحظ من خلال هذه المؤسسة الاستشفائية العمومية لا يخضع بالضرورة في مجمله لتلك الضوابط العلمية، والاحترافية، التي تحكمه كمنشآت اتصالي ومعلوماتي فعال، وقناة تواصل اجتماعي مع الجمهور المستهدف بالخدمات الصحية المقدّمة للمرضى، ناهيك أيضا عن عدم وجود حملات مستمرة، ومنظمة، وذات استراتيجيات مسبقة متضافرة الجهود، باعتبار ان تسيير المعلومات والاتصال والإعلان هو عمل فريق متكامل متخصص (kotler, 2002، ص 06) يستند في مهامه بالدور المنوط للمكلف بالعلاقات العامة والإعلان والاتصال بالمؤسسة الإشراف عليها (جلدة، 2007، ص 63).

ضف إليه ذلك النقص المسجل في الأماكن المخصصة للعرض الحائطي من خلال التكنولوجيا الجديدة الاتصال الذكية داخل المؤسسة، وغياب شبه كلي للافتات العرض الالكتروني الحديثة، وكذلك طغيان الطابع الورقي في التداول المعلوماتي سواء أكان مكتوبا أو مطبوعا، والذي يكون

في اغلبه باللغة الأجنبية (الفرنسية) فقط مما يستعصي في مرات عديدة فهم محتوياتها بشكل جيد من طرف كامل الفئات المهنية المشكّلة للجمهور الداخلي في حدّ ذاته، ناهيك عن الجمهور الخارجي للمؤسسة والذي يتسم هو الآخر بالبساطة في مجمله، ومنه صحيح توجد هنالك بوادر ملتزمة من خلال ملاحظتنا لها بأرض الميدان لادراج تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإعلان بالعمل المؤسساتي الآ أنها تحتاج في أغلبها إلى المزيد من الجدية والتأطير العلمي و المهني لصقلها بما يتناسب مع توجهات المؤسسة الاستشفائية العمومية خصوصا اذا ما علمنا بأن صورة المؤسسة العامة و سمعتها لدى جمهورها الداخلي على المحك، بفعل تنامي نقص الثقة الملتزمة لديهم ، ولدى الرأي العام الخارجي على حدّ سواء، حيث ساءت سمعتها خلال السنوات الأخيرة وصلت حتى الى اثاره الرأي العام الوطني بأكمله، وما حوادث الاعتداءات المتكررة على الأطقم الطبية، والشبه طبية للمؤسسة خير دليل واقعي عن ذلك، والتي تستدعي بذلك ضرورة التحلي بالوعي المهني والعلمي من خلال إمكانية استخدام الإعلان المؤسساتي (الحديدي، 1999، ص 09) بمختلف أنواعه الفعّالة على غرار إعلان العلاقات العامة، وإعلان الخدمة العمومية، وإعلان التوعية، وادراج مختلف الوسائل النشر الإعلاني التقليدي مثل اللافتات واللوحات الإعلانية العمومية، الصحافة المكتوبة، الإذاعة، التلفزة ، وما توصلت اليه التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال حاليا من تقنيات الإعلان الالكتروني المتطورة، مثل لافتات العرض الإعلاني الالكتروني، اللوحات الإعلانية الذكية، الإعلان من خلال شبكة الانترنت، الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فوفق ملاحظتنا المعمقة بالمشاركة، ومعايشتنا للعمل المؤسساتي الموجود هنالك بوادر للعمل الالكتروني العفوية والتي تحتاج الى الصقل، والمزيد من العمل العلمي والاحترافي الأبتكاري وفق استراتيجيات عمل مضبوطة كأحد الأدوات الناجعة للعمل المنظم.

7. تحليل بيانات الدراسة :

الجدول رقم (01) : يمثل جنس المبحوثين المستجوبين.

بدائل الاجابة	التكرار	المجموع
ذكر	46	65.71 %
أنثى	24	34.28 %
المجموع	70	100 %

المصدر: إحصاءات من إعداد الباحثين.

من خلال الجدول المبين أعلاه، يتضح لنا بأنه يغلب العنصر الرجالي بنسبة 67.71 بالمائة في تسيير الوسائط الاتصالية الحديثة بالمركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس قسنطينة من العينة المدروسة، في مقابل ما نسبته الـ 34.28 بالمائة للعنصر النسوي، من المجموع الكلي للمبحوث معهم عبر هذه الدراسة العلمية، تأتي هذه النسبة كنتيجة لتمثيل الذي أُتيح للباحث لتمثيل كل قسم ومصلحة من مصالح المؤسسة الاستشفائية، صحيح إن العينة قصدية في اختيار المصالح والأقسام حتى يأتي التمثيل جامعا، غير انتقاء المبحوثين كان عشوائيا.

الجدول رقم (02) : يمثل الفئات العمرية للمبحوثين بالنسب المؤوية.

الفئة العمرية	التكرار	المجموع
29-20 سنة	3	4.28 %
30 – 39 سنة	8	11.42 %
40 – 49 سنة	36	51.42 %
50 – 59 سنة	21	30 %
60 سنة فما فوق	2	2.85 %
المجموع	70	100 %

المصدر : إحصاءات من إعداد الباحثين.

من خلال البيانات المتحصل عليها من الجدول أعلاه، يتبين لنا بأن مجمل الفئة العمرية المسيرة للوسائط الاتصالية الحديثة تنحصر في الأساس في فئتي 40 إلى 49 سنة ، 50 سنة الى 59 سنة على التوالي و بنسبتي 11.42 بالمائة ، 51.42 بالمائة على التوالي، في مقابل نقص المسيرين الشباب فيما بين فئتي 20 الى 29 سنة و 30 إلى 39 سنة، تأتي هذه النتيجة كحتمية نقول ان المؤسسة الاستشفائية ابن باديس قسنطينة لا تثق في قدرات شبابها حتى تحملهم مسؤولية مثل هذه، وايضا محاولة إسناد هذه التكنولوجية لأشخاص قد يبدو أنهم غير متخصصين.

الجدول رقم (03) : يمثل مجال التخصص العلمي للمبحوثين بالنسب المؤوية.

مجال التخصص العلمي	التكرار	المجموع
اعلام و اتصال و علاقات عامة	0	0 %
تسيير اداري	16	22.85 %
مختص في القانون	23	32.85 %
مسير طبي	11	15.71 %

الاستشفائية بالجزائر

مسير شبه طبي	12	17.14 %
مسير في المالية و الاقتصاد و التجارة	6	8.57 %
مختص نفسي	2	2.85 %
المجموع	70	100 %

المصدر : إحصاءات من إعداد الباحثين.

من خلال البيانات المتحصل عليها عبر الجدول أعلاه، فإن مجمل الطاقم المسير للوسائط الاتصالية الحديثة بالمركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس قسنطينة، حيث تركز بالأساس على المختصين في القانون، والمختصين في التسيير الإداري بما نسبته 32.85 بالمائة ، 22.85 بالمائة على التوالي، في مقابل تسجيل 0 بالمائة مختصين في الإعلام والاتصال والعلاقات العامة، هذا يدل على ان المؤسسة الاستشفائية لا تعتمد على مبدأ الرجل المناسب في المكان المناسب ، ولا تعتمد على الكفاءة والتخصص في التعيينات ، مما ينجر عليه فوضي وإهمال في التعااطى مع الشغل ، ويخلق عدم رضي وظيفي.

الجدول رقم (04) : رأي المبحوثين في ارادة المؤسسة الاستشفائية باستغلال الوسائط الاتصالية

والإعلانية لتواصل الداخلي

هل هناك جهود فعلية لإدراج التكنولوجيا في العملية الاتصالية	التكرار	المجموع
نعم	47	67.14 %
لا	23	32.85 %
المجموع	70	100 %

المصدر : إحصاءات من إعداد الباحثين.

من خلال البيانات المتحصل عليها عبر الجدول أعلاه، فإن اغلب المبحوثين تكون لديهم الاعتقاد بوجود جهود فعلية لإدراج الوسائط الاتصالية والإعلانية في العملية الاتصالية بالمركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس قسنطينة، بما نسبته 67.14 بالمائة، في حين أجاب 32.85 بالمائة عكس ذلك باعتقادهم عدم وجود جهود أو نية الوسائط الاتصالية والإعلانية في العملية الاتصالية، هذا إن يدل على أن المؤسسة لم تطرح هذا الخيار ضمن أولوياتها في اجتماعات المسؤولين والمكففين.

الجدول رقم (05) : أسباب التي يراها المبحوثين في تمنع المؤسسة الاستشفائية باستغلال

الوسائط الاتصالية والإعلانية.

المجموع	التكرار	سبب عدم وجود جهود فعلية لإدراج تقنية التكنولوجيا في العملية الاتصالية
43.47 %	10	عدم وجود برامج و مخططات لذلك
21.73 %	05	عدم وجود تغطية مادية (ميزانية) مخصصة لذلك
13.04 %	03	لا تدخل ضمن نطاق اهتمامات مسؤولي المؤسسة
21.73 %	05	عدم وجود أشخاص مختصين في الاعلان لتسيير ذلك
100 %	23	المجموع

المصدر : إحصاءات من إعداد الباحثين.

من خلال البيانات المتحصل عليها عبر الجدول أعلاه، فإن مجمل المبحوثين ارجعو سبب عدم وجود جهود فعلية لإدراج الوسائط الاتصالية والإعلانية في العملية الاتصالية بالمركز أالاستشفائي الجامعي ابن باديس قسنطينة، وترتكز بالأساس من خلال إجابتهم و بنسبة 43.74 بالمائة باعتبار عدم وجود برامج ومخططات لذلك، لتليها إجابة ما نسبته ال 21.73 بالمائة من المبحوثين الذين ارجعوا السبب إلى عدم وجود تغطية مادية (ميزانية) مخصصة لذلك ، والى عدم وجود أشخاص مختصين في الإعلان كأحد ركائز تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتسيير ذلك على التوالي، في المقابل وكأخر نسبة تم تسجيلها أجاب ما نسبته 13.04 بالمائة من المبحوثين أقررو بأن السبب يكمن في أنها لا تدخل ضمن نطاق اهتمامات مسؤولي المؤسسة.

الجدول رقم (06) : يبين تقييم المبحوثين للموقع الإلكتروني للإعلاني للمركز الاستشفائي عبد

الحميد ابن باديس بقسنطينة

المجموع	التكرار	تقييم مردود المعلومات المقدمة عبر موقع المؤسسة الاستشفائية من خلال شبكة الانترنت
08.57 %	06	ضعيف
30 %	21	متوسط
50 %	35	جيد
11.42 %	08	ممتاز
100 %	70	المجموع

المصدر : إحصاءات من إعداد الباحثين.

من خلال البيانات المتحصل عليها عبر الجدول أعلاه، فإن مجمل المبحوثين كان تقييمهم لمردود المعلومات المقدمة عبر الموقع الإلكتروني للمركز أالاستشفائي الجامعي ابن باديس

قسنطينة ، يرتكز بالأساس بما نسبة 50 بالمائة على اعتباره موقع الكترونيا جيدا، لتليها إجابة ما نسبته 30 بالمائة واعتباره الموقع الإلكتروني متوسطة، في المقابل الإجابة بنسب ضئيلة مقارنة بسابقتها قدرت ب 11.42 بالمائة واعتباره موقعا ممتازا، وأخيرا بنسبة إجابة قدرت ب 08.57 بالمائة اعتبروه موقع الكترونيا ضعيفة، تعني هذه الأرقام ان المبحوثين والذين هم أنفسهم مسيروا لهذه التكنولوجيا حاولوا تغطية عجزهم عن ما هو مطلوب منهم في الاستغلال الأمثل لهذه التكنولوجيا في السير قدما بالمؤسسة الاستشفائية الي التطوير والرقمنة والاعتماد الكلي للوسائط الاتصالية الحديثة في العملية الاتصالية داخل المؤسسة وخارجها.

الجدول رقم (07) : يمثل رأي المبحوثين في استغلال المؤسسة للإعلان المجاني عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المجموع	التكرار	استغلال مميزات " اعلانات المؤسسات المجانية" من خلال مواقع التواصل الاجتماعي
51.42 %	36	نعم
48.57 %	34	لا
100 %	70	المجموع

المصدر : إحصاءات من إعداد الباحثين.

من خلال البيانات المتحصل عليها عبر الجدول أعلاه، فان المبحوثين تقاربت إجاباتهم في توظيف المؤسسة الاستشفائية عبد الحميد ابن باديس قسنطينة " للإعلان المجاني للمؤسسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث كان ما نسبة 51.42 بالمائة إجابة أن القائمين عن الوسائط الاتصالية الحديثة وظفوا الإعلان واستغلوا واقتنصوا الفرصة، في حين أجاب ما نسبته ال 48.57 بالمائة عكس ذلك باعتقادهم عدم وجود جهود لاستغلال منصات التواصل الاجتماعي للإعلان من طرف المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة .

الجدول رقم (08) : يمثل رأي المبحوثين في جدوى أنسابية اتصال المؤسسة عبر الإعلان الإلكتروني الداخلي بدل الإعلان الورقي القديم .

المجموع	التكرار	هل هناك فرق في اعتماد المؤسسة على الإعلان الإلكتروني بدل الاعلان التقليدي
80 %	50	نعم
20 %	20	لا
100 %	70	المجموع

المصدر : إحصاءات من إعداد الباحثين.

من خلال البيانات المتحصل عليها عبر الجدول أعلاه، فإن اغلب المبحوثين تكون لديهم الاعتقاد بوجود فرق في الاعتماد على الاتصال عبر التكنولوجيا بالمركز أأستشفائي الجامعي ابن باديس قسنطينة، بما نسبته 80 بالمائة، في حين أجاب 20 بالمائة عكس ذلك باعتقادهم عدم وجود فرق لإدراج تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العملية الاتصالية، هذا إن يدل على إن المؤسسة تعي جيدا الانتقال السلس لتكنولوجيا الي المستخدمين مما يؤهلهم لتعاطي معها مستقبلا.

الجدول رقم (09) : رأي المبحوثين في الوسائط الاتصالية والإعلانية الموظفة أثناء أزمة كوفيد 19 في خلق تواصل داخلي فعال ومستمر.

المجموع	التكرار	هل سساهم الوسائط الاتصالية والإعلانية في تسهيل العمل مع أزمة كورونا فيروس كوفيد19
90 %	60	فعالة
10 %	10	غير فعالة
100 %	70	المجموع

المصدر : إحصاءات من إعداد الباحثين.

من خلال البيانات المتحصل عليها عبر الجدول أعلاه، فإن اغلب المبحوثين تكون لديهم الاعتقاد بأن توظيف الوسائط الاتصالية والإعلانية الحديثة بالمركز أأستشفائي الجامعي ابن باديس قسنطينة جراء أزمة كوفيد 19 فيروس كورونا ساهم بشكل كبير في تواصل الاتصال والإطلاع بكل ما هو جديد داخل المؤسسة، بما نسبته 90 بالمائة، في حين أجاب 10 بالمائة باعتقادهم انه غير فعال بحكم ان الأطقم الطبية لا بد لهم من تواجد بمؤسساتهم ، وان الطاقم الإداري والشبه طبي والطبي يمارس مهامه بشكل عادي بحكم أن هذا القطاع حساس ولا يستثنى من الإجراءات، هذا ان يدل على ان المؤسسة اليوم تعي جيدا أهمية هذه الوسيلة خاصة في أثناء الأزمات.

8. استنتاج:

كنتيجة عامة نختتم بها دراستنا العلمية، وبالتناغم مع الفرض الرئيسي المدرج سابقا مفاده، مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين أداء الخدمات بالمركز أأستشفائي الجامعي ابن باديس - قسنطينة ، وبالتالي تغيير تلك الصورة السلبية الملازمة للمؤسسة الاستشفائية العمومية الجزائرية ككل، فقد جاءت هذه الفرضية مؤكدة تأكيدا جزئيا نظرا لتوفر بعض

تكنولوجيا الإعلام والاتصال بنسب طفيفة و رغم ذلك التواجد الضئيل فإنه يصنع الفارق بمدى انعكاسه على العمل في المقابل طغيان طابع التقليدية و الكلاسيكية على الوسائل الحالية، بالرغم من إجابة كل الفئات الممثلة لمجتمع الدراسة عبر الجدول الخاص بانعكاس وجود واستخدام تكنولوجيا الإعلام عبر منظومة الاتصال الداخلي بالمؤسسة الاستشفائية محل الدراسة ككل وتأثيره في تطوير الأداء المؤسساتي و تغيير وجه ونوعية الخدمات الصحية المقدمة بما ينعكس على تحسين الصورة العامة للمؤسسة الاستشفائية العمومية، وتأكيد المبحوثين بنسبة كبيرة على أنّ واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسبهم مرهونا بالإجبارية و ليس قيد الاختيار وهذا لما تمنحه الوسائل المتطورة من انعكاسات ايجابية في دعم منظومة الاتصال والمعلومات داخل المؤسسة والتي تتجسد بالأساس بضمان التنسيق عبر مختلف أجزاء المؤسسة الاستشفائية عكس نظيرتها الكلاسيكية والمستخدمه حاليا بدرجة كبيرة .

9. التوصيات :

- الاهتمام الجيد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال عبر مؤسسات الصحة ومحاولة إتقان العمل بها، واستخدامها بشكل هادف، فهي توفر المجهود، والوقت، والذي يصب في الأخير في صالح الارتقاء الأداء المؤسساتي وبذلك يكفل تقديم أحسن الخدمات للمرضى.
- ضرورة ترقية الدراسات والبحوث العلمية في مجال التكنولوجيا، وبالأخص منها تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، التي تتعلق بالأساس بالمنظومات الاستشفائية.
- تزويد مختلف المصالح الاستشفائية بوسائل الاتصال الحديثة المتطورة أكثر مواكبة للعصر والخروج من الحقبة الورقية الملازمة لهذا القطاع الحساس.
- تكوين، وتدريب المستخدمين، وتحسين معارفهم فيما يتعلق بالوسائل التكنولوجية من خلال دورات تدريبية، وتكوينية مستمرة لرفع الأداء العام المؤسساتي في العمل.
- وعي المسؤولين بتطبيق البرامج الوزارية الهادفة لعصرنة طبيعة العمل بالقطاع من خلال إدراج التكنولوجيا عبر مختلف مفاصله، وبالتالي مواكبة التغييرات الطفرة الرقمية الراهنة، وبالأخص في كل ما يتعلق بتحسين منظومة الاتصال والمعلومات والإعلان الداخلية من زوايا أخرى متعدّدة مثل تناول آخر التقنيات الحديثة، والتي تتجلى في دراسة الوسائل الالكترونية ، السجلات الالكترونية ، المستشفى الالكتروني ، الصحة عن بعد و غيرها من الخلفيات الجديدة.

- الوعي بمدى أهمية وفائدة توظيف وسائل الإعلام والاتصال الداخلي لما يجسده من عماد للطاقت البشرية مصدر العمل بمختلف المؤسسات خصوصا منها الصحيّة، ومعرفة مختلف النقاط التي تستوجب الكشف والإجابة أكثر لفهم الظواهر الجديدة التي تطفو على سطح هذا القطاع، فنجاح الاتصال يعد مرآة عاكسة لطبيعة الأداء المؤسّساتي ونوعية الخدمات المقدمة وانعكاس للصورة العامة عن هذه المؤسسة.
- نجاح الاتصال الداخلي تحصيل حاصل لنجاح منظومة الاتصال والمعلومات الخارجي، وانعكاس مهم لتحسين الأداء المؤسّساتي والصورة العامة للمؤسسة الاستشفائية.

قائمة المراجع:

- 1- منى الحديدي، (1990)، الإعلان، مصر، الدار المصرية اللبنانية.
- 2- مي العبد الله سنو، (1999)، الاتصال في عصر العولمة: الدور والتحديات الجديدة، لبنان، الدار الجامعية.
- 3- صالح بن نوار، (2006)، فعالية التنظيم في المؤسسات الاقتصادية، الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة بجامعة قسنطينة.
- 4- سليم بطرس جلدّة، (2007)، إدارة المستشفيات والمراكز الصحية، الأردن، دار الشروق للنشر و التوزيع.
- 5- علي عوجة، (2003)، العلاقات العامة و الصورة الذهنية، مصر، عالم الكتب.
- 6- جيامبييرو جوبو، (2014)، ترجمة لمحمد رشدي و مراجعة أحمد زايد، إجراء البحث الاثنوغرافي، مصر، المركز القومي للترجمة.
- 7- Philip KOTLER, (2002), Marketing Management, France, Pearson Education.
- 8- الموقع الرسمي للمركز الاستشفائي الجامعي الحكيم ابن باديس قسنطينة، (2019)، أرقام مفتاحية، الجزائر، الرابط بالتفصيل :

www.chu-constantine.dz/index.php