

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم الإعلام والاتصال



العنوان

دور العلاقات العامة في نشر الثقافة الصحية
للكشف المبكر عن سرطان الثدي الخبيث لدى
النساء

دراسة ميدانية - وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية بمدينة
الأغواط

مذكرة لنيل شهادة ماستر إتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

د.بن سليم حسين

إعداد الطلبة:

* خديجة بخماس

* نجاة نبق

لجنة المناقشة

- د/بودالي بن عون.....أستاذ محاضر.....رئيساً.
- د/بن سليم حسين.....أستاذ محاضر.....مشرفاً ومقرراً.
- د/قدوري عبد القادر.....أستاذ مساعد.....عضواً مناقشاً.

السنة الدراسية: 2019/2018

شكر وعرفان

أشكر الله العلي القدير الذي هدانا لطريق العلم وأعاننا على السير فيه ومن علينا بإتمام هذا البحث .

ومن منطلق وواجب الوفاء والإعتراف بالفضل لأهله، نتقدم بخالص الشكر والعرفان لأستاذنا المشرف:الأستاذ الدكتور حسين بن سليم على توجيهاته القيمة .
كما أشكر كل من أسهم بجهد أو وقت أو رأي في سبيل إنجاز هذا العمل وأخص بالذكر الدكتور عباني عيسى مدير وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية بالأغواط.
وكذلك نشكر مسؤولية خلية الإصغاء والإتصال بنفس الوكالة.
ويطيب لنا أن نتقدم كذلك بخالص الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول مناقشة هذا العمل والحكم عليه، جزى الله الجميع خير الجزاء.
وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

إهداء

إلى أغلى ما في الوجود ، وأكرم وأحسن موجود

إلى من تحدت الصعاب بفضلها .

إلى من يعجز اللسان عن شكرها ، ويفيض الفؤاد بحبها وتحلو الحياة في

كنفها والداي -أطال الله في عمرهما-

إلى زوجي العزيز الذي كان سنداً لي في دراستي ورافقني طيلة إنجاز هذا العمل ، وصبر

معي .

إلى أخوتي وأخواتي وأولادهم .

إلى أولادي قرة عيني : محمد -إسراء- ندى.

إلى صديقتي ومرافقتي في هذا العمل .نجاه.

إلى كل الزملاء ،أهدي هذا العمل المتواضع.

خديجة

* إهداء *

إلى من سهر علي الليالي ومن رباني أُمي وأبي .
إلى أخوتي مروة، ماريّا، عبد النور ، عبد القادر ، إلى رفيق دربي فتحي
إلى من رافقني طيلة هذا العمل زميلتي وصديقتي خدوج .
إلى صديقاتي الغاليات أشواق، صبرين، بشرى، إيمان، لينا ،نعيمة .
إلى بنات خالتي سميحة ،إلهام .

نِجاة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي

وعلى والدي وأن أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني

برحمتك في عبادك الصالحين

سورة النمل: الآية 19

ملخص الدراسة :

تعد العلاقات العامة نشاطاً حيويًا من أنشطة الإدارة التي أضحت ضرورة لاغنى عنها داخل أي مؤسسة ، وبالرغم من حداثة هذا النوع من فروع المعرفة الإنسانية إلا أنه بدأ يلقي العناية بفضل الدور الكبير الذي تقوم به خاصة في مجال التنقيف ونشر الوعي الصحي وبناء على هذا تمحورت إشكالية دراستنا في : **ما دور العلاقات العامة في نشر الثقافة الصحية في الكشف المبكر عن سرطان الثدي الخبيث؟**

وتفرعت عنها التساؤلات التالية :

1. **مامدى تعرض المرأة لبرامج العلاقات العامة التوعوية التي ينظمها الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للكشف المبكر عن سرطان الثدي بالأغواط؟**
2. **ماهي الوسائل الأكثر تأثيراً على النساء للفحص الطبي التي يستعملها الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية بالأغواط ؟**

حيث أجرينا الدراسة على عينة من النساء قوامها 100 مفردة ومن خلال إجابتهن توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أن تعرض المرأة لبرامج العلاقات العامة التوعوية للكشف المبكر عن سرطان الثدي يؤدي إلى رفع مستوى الثقافة الصحية لديها .
- أن الأيام الإعلامية أكثر الوسائل تفضيلاً لدى النساء .
- أن الأيام الإعلامية من أكثر الوسائل التوعوية تأثيراً على النساء للفحص الطبي .

Résumé d'étude:

Les relations publiques sont considérées comme une activité vitale des activités administratives qui devient une nécessité indispensable dans n'importe quel établissement.

Malgré la nouveauté de ce genre des branches de la connaissance humaine cependant il commence à intéresser grâce au grand rôle qu'elle a fait spécifiquement au domaine d'éducation de la diffusion de la conscience hygiène et d'après ceci notre étude s'est concentrée sur : de quoi s'agit-il le rôle des relations publiques à la diffusion de la culture hygiène de la détection précoce du cancer de sein ?

Et de cela les questions suivantes ont été soulevées.

1-a quel point, la femme a-t-elle été exposée aux programmes des relations publiques de sensibilisation qui est organisée par la caisse nationale de l'assurance sociale à la détection précoce du cancer de sein ?

2-quels sont les moyens les plus influents sur la femme concernant les examens médicaux utilisés par la caisse nationale de l'assurance sociale à Laghouat ?

On a fait des études sur un échantillon de 100 femmes et d'après ses réponses on est parvenu aux résultats les plus importants dont sont :

- L'exposition de la femme aux programmes des relations publiques de sensibilisation pour détecter précocement le cancer de sein qui a amené à élever sa culture hygiène.
- les journaux médiatiques sont les plus préférables moyens chez les femmes.
- les journaux médiatiques sont les plus moyens de sensibilisation influant sur les femmes pour le contrôle médical.

فهرس المحتويات والجداول

الصفحة	العنوان
	شكر وعرفان
	إهداء
	ملخص الدراسة
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
أ. ب	مقدمة
	الإطار المنهجي للدراسة
03	أولاً: تحديد وصياغة الإشكالية
04	ثانياً: صياغة الفرضيات
05	ثالثاً: تحديد المفاهيم
08	رابعاً: أسباب إختيار الموضوع
08	خامساً: أهمية الموضوع
09	سادساً: أهداف الموضوع
09	سابعاً: الدراسات السابقة
الباب الأول: الجانب النظري	
الفصل الأول: العلاقات العامة	
22	تمهيد
23	المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة
23	المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة
26	المطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة
31	المطلب الثالث: أسس ومبادئ العلاقات العامة
32	المطلب الرابع: فلسفة العلاقات العامة

34	المبحث الثاني: العلاقات العامة(خصائصها.وظائفها.أهدافهاأهميتهابرامجها)
34	المطلب الأول:خصائص العلاقات العامة ووظائفها
36	المطلب الثاني:أهداف العلاقات العامة
38	المطلب الثالث:أهمية العلاقات العامة
39	المطلب الرابع:برامج العلاقات العامة
41	خلاصة
الفصل الثاني:الثقافة الصحية	
43	تمهيد
44	المبحث الثاني :ماهية الثقافة الصحية
44	المطلب الأول:تعريف الثقافة الصحية
45	المطلب الثاني:نظرة تاريخية عن الثقافة الصحية
47	المطلب الثالث:أهداف ومجالات الثقافة الصحية
50	المطلب الرابع:وسائل تحقيق الثقافة الصحية
52	المبحث الثاني :سرطان الثدي
52	المطلب الأول:تعريف سرطان الثدي
53	المطلب الثاني:أعراض سرطان الثدي
54	المطلب الثالث:أسباب سرطان الثدي
55	المطلب الرابع:طرق تشخيص مرض سرطان الثدي
57	خلاصة
الباب الثاني:الجانب الميداني	
الفصل الثالث:الإجراءات المنهجية للدراسة	
60	تمهيد
61	أولاً:مجالات الدراسة
61	أ-المجال المكاني
64	ب- المجال الزمني

64	ت-المجال البشري
64	ثانياً: المنهج المستخدم
65	ثالثاً: أدوات جمع البيانات
66	رابعاً: مجتمع البحث والعينة
68	خلاصة
الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة	
70	تمهيد
71	أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة
83	ثانياً: إستخلاص نتائج الدراسة
خاتمة	
قائمة المصادر والمراجع	
الملاحق	

فهرس الجداول		
الرقم	العنوان	الصفحة
1	توزيع العينة حسب الحالة الإجتماعية .	71
2	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	71
3	توزيع العينة حسب متغير السن	72
4	توزيع العينة حسب المهنة	73
5	الوسائل التوعوية التحسيسية التي تتعرض لها المرأة	73
6	معدل تعرض المرأة للبرامج التوعوية	74
7	الوسائل التوعوية المفضلة لدى المرأة	75
8	أسباب تعرض المرأة للبرامج التحسيسية التوعوية	76
9	رأي العينة حول تقديم برامج العلاقات العامة التوعوية لمعلومات تههم المرأة	77
10	درجة إعتماد النساء على برامج العلاقات العامة في الحصول على المعلومات	78
11	أكثر الوسائل التوعوية التي تزيد من الثقافة الصحية للمرأة حول المرض	79
12	يمثل رأي المرأة في حاجة العلاقات العامة إلى وسائل مساندة لنشر الثقافة الصحية	80
13	تأثير العلاقات العامة على المرأة في زيادة ثقافتها الصحية ومدى فاعليتها	81
14	مساهمة العلاقات العامة في نشر الثقافة الصحية	82

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: الإشكالية.

ثانياً: الفرضيات.

ثالثاً: تحديد المفاهيم.

رابعاً: أسباب إختيار الموضوع.

خامساً: أهمية الدراسة.

سادساً: أهداف الدراسة.

سابعاً: الدراسات السابقة.

أولاً: الإشكالية:

للتقافة الصحية دوراً هاماً في حياة المجتمع عامةً والفرد خاصةً ونحن نعيش في زمن تتسارع فيه المعلومات من حولنا لآبد للإنسان أن يتابع كل ما يدور حوله من معلومات خاصة تلك التي تتعلق بالجسم والصحة والعقل والنفس والتي يفترض أن يلم ببعض منها .

ومع تعقد الحياة وزيادة المنافسة والصراع تفشت الأمراض العضوية وإزداد إنتشارها وأصبحت من أمراض العصر كمرض القلب وارتفاع ضغط الدم وداء السرطان وهذه الأمراض تغير مجرى حياة الإنسان عضوياً ونفسياً خاصة إذا تعلق الأمر بإصابة المرأة بسرطان الثدي الذي يعتبر من أكثر الأمراض التي أصبحت تنصدر لائحة الأمراض التي تصيب نساء العالم المتقدم والنامي على حد سواء، والجزائر كغيرها من الدول تعاني إنتشاراً كبيراً لسرطان الثدي وهذا ما تشير إليه إحصائيات الأيام التكوينية لمصورة الثدي الجزائري أن نسبة إرتفاعه متزايدة حيث يتم تشخيص ما بين 9000 و 10000 حالة سرطان ثدي سنوياً⁽¹⁾ حيث أن حالة واحدة من بين أربع حالات تبقى على قيد الحياة إلى غاية خمس سنوات وذلك لعدم وجود ثقافة صحية للكشف المبكر لهذا المرض الخبيث الوضع الذي أدى إلى ضرورة تكافل المجتمع ومساهمة الهيئات والمؤسسات المعنية بمحاربة أو التقليل من هذا المرض الخطير .

ومع إتساع الأنشطة والفعاليات التي تمارسها المجتمعات أدى ذلك إلى التطور والتنوع في مختلف المجالات الإقتصادية والإجتماعية والسياسية والثقافية والتكنولوجية إمتدت آثارها إلى كل الوظائف الإدارية التي تختص بها مختلف المؤسسات ومنها أصبحت العلاقات العامة تشكل مدخلاً أساسياً لتنظيم وإدارة المؤسسات الحديثة فهي بمثابة الأداة الأساسية للتواصل مع البيئة الخارجية ولذلك أضحت جزءاً لا يتجزأ من نشاط أي مؤسسة فضلاً عن الدور المهم الذي تقوم به في مجال توعية وتنقيف الأفراد والمجتمعات وهذا الدور يعد مدخلاً فاعلاً لتغيير السلوكات نحو عادات صحية سليمة وذلك من خلال البرامج المتنوعة والحملات التحسيسية التي تقوم بها العلاقات العامة للحد أو التقليل من مخاطر سرطان الثدي²

(1) - مقابلة مع أسيا هواري، مكلفة بالإتصال والعلاقات العامة، مقابلة أجريت بوكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية، الأغواط، تاريخ المقابلة: الأربعاء 26 فيفري 2019، الساعة: 10:15 صباحاً.

وتعد المؤسسات التي تقدم الخدمات من أخصب المجالات التي تنشط فيها العلاقات العامة من بينها الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية بإعتباره واحد من المؤسسات الخدماتية.

فالصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية كغيره من المؤسسات الخدماتية التي تقدم خدمات لأفراد المجتمع يحتاج لإجراء الإتصالات وإقامة علاقات تشاركية مع مؤسسات أخرى للعمل من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة، وهذه العملية من وظيفة العلاقات العامة الأمر الذي يفرض عليها تدارك الأوضاع والإستجابة الواعية لمجمل التطورات وهذا نظراً لدورها في تحمل المسؤولية ونشر المعلومات الصحيحة والتوعية على ضرورة الكشف المبكر لسرطان الثدي بإستخدام كل الوسائل لمخاطبة جميع شرائح المجتمع على إختلاف مستوياتهم ومن هذا المنطلق يمكن أن نطرح الإشكالية التالية: **مادور العلاقات العامة في نشر الثقافة الصحية للكشف المبكر عن مرض سرطان الثدي الخبيث؟**

ويندرج تحت الإشكالية العامة الأسئلة الجزئية التالية :

1. مامدى تعرض المرأة لبرامج العلاقات العامة التوعوية التي ينظمها الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للكشف المبكر عن سرطان الثدي بالأغواط ؟

2. ماهي الوسائل الأكثر تأثيراً على النساء للفحص الطبي التي يستعملها الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية بالأغواط ؟

ثانياً:الفرضيات:

الفرضية الأولى:

يؤدي تعرض المرأة لبرامج العلاقات العامة التوعوية إلى رفع مستوى الثقافة الصحية لديها للكشف المبكر عن مرض السرطان

الفرضية الثانية:

تختلف الوسائل التوعوية التي تتبناها وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية بمدينة الأغواط في زيادة مستوى الثقافة الصحية للنساء للكشف المبكر عن مرض السرطان.

ثالثاً: تحديد المفاهيم وبناء المتغيرات:

أ- المفهوم النظري:

1- العلاقات العامة: يضم هذا المصطلح مفهومين:

العلاقات : وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر وتتحقق هذه العلاقة بعد حدوث فعل ورد فعل إيجابي وتكون الحصلة علاقات إجتماعية تعاونية أو على عكس من ذلك يكون إتجاها سلبيا ويقود إلى علاقات متوترة قد تؤدي إلى التفكك والإختلاف بين الأفراد .

- **العامة :** وتعني الجمهور أو الناس ويعد هذا المفهوم تحديدا لنطاق شمولية العلاقات أي أن العلاقات تشمل هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس في المجتمع ولذلك تصبح عمليات التفاعل هذه واسعة النطاق معقدة الأبعاد متنوعة الأهداف بتعدد حاجات الأفراد والجماعات وتنوع مصالحهم وإتساع أهدافهم⁽¹⁾

العلاقات العامة :

يعرف قاموس ويبستر العلاقات العامة بأنها مجموعة من النشاطات تقوم بها هيئة أو إتحاد أو حكومة أو أي تنظيم في البناء الإجتماعي من أجل خلق علاقات جيدة و طيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكتسب رضاه⁽²⁾

أ. المفهوم الإجرائي :

هي كل نشاط تنظمي إداري إتصالي يهدف إلى نشر الثقافة الصحية للكشف المبكر عن سرطان الثدي من خلال البرامج التحسيسية والتوعوية المتمثلة في الأيام الإعلامية والملتقيات والملصقات وكذلك من خلال مواقع التواصل الإجتماعي بهدف الحد أو التقليل من خطر هذا المرض الخبيث.

(1) - عبد الرزاق الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013، ص34.

(2) - فهمي محمد العدوي ، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، مرجع سابق ، ص17.

الثقافة الصحية :

أ. المفهوم النظري :

- **الثقافة:** عرفها الأنثروبولوجي الإنجليزي تايلور ذلك الكل المركب الذي يضم المعارف والمعتقدات والفنون والأخلاق والقانون والعرف وكل المقدسات والعادات التي يكتسبها الإنسان كعضو في مجتمع معين (1)
- **الصحة :**
- **لغة:** جاء في معجم الوجيز مجمع اللغة العربية (ص360) حول مفهوم الصحة مايلي:
الصحة في اللغة العربية :البرئ من كل عيب أريب فهو صحيح ،أي سليم من العيوب والأمراض (2)
- **إصطلاحا:** تعرفها منظمة الصحة العالمية على أنها:مجمل الموارد الاجتماعية والشخصية والجسمية التي تمكن الفرد من تحقيق طموحاته وإشباع حاجاته(3)

ب. المفهوم الإجرائي :

الثقافة الصحية :

هي إحدي العمليات المترابطة والتي تسعى إلى التخلص من الأفكار والسلوكيات الخاطئة التي تتعلق بصحة الأفراد وتغييرها للأفضل.

(1)- منال أبو الحسن ،أساسيات علم الاجتماع ، دار النشر للجامعات ،القاهرة ،بدون ط ،2007،ص87.

(2)- جراد محمد الأمين،دراسة مقارنة لمستوى الوعي الصحي للتلاميذ الممارسين لحصة ت.ب في الثانوية،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم وتقنيات نشاطات البدنية والرياضة،جامعة بسكرة.ص15.

(3)- رحاب مختار،الصحة والمرض وعلاقتها بالنسق الثقافي للمجتمع،مقاربة من منظور الأنثروبولوجيا الطبية مجلة العلوم الإنسانية الاجتماعية،جامعة المسيلة،العدد14،جوان،2014،ص175.

2. سرطان الثدي:

أ. المفهوم النظري:

لغة: سرطان الثدي سرطان (مفرد) جمع: سرطانات وسراطين.

سرطن المرض الخلايا: جعلها سرطانية، حولها إلى سرطانية.

السرطان في الطب: ورم خبيث يتولد في الخلايا الظاهرية الغدية، يتفشى في الأنسجة المجاورة⁽¹⁾

- إصطلاحاً:

هو شكل من أشكال الأمراض السرطانية التي تصيب أنسجة الثدي وعادة ما يظهر في القنوات التي تحمل الحليب إلى الحلمة وغدة الحليب فهو نمو غير طبيعي للخلايا المبطنة لقنوات الحليب أو لفصوص الثدي⁽²⁾

أ. المفهوم الإجرائي: هو ورم ينشأ في خلايا الثدي ويحدث بسبب نمو غير طبيعي وسريع لخلايا الثدي وقد ينتشر إلى أجزاء أخرى من الجسم ويعد سرطان الثدي من الأمراض الشائعة لدى النساء .

(1)- أحمد مزار عمر، معجم اللغة العربية المعاصرة (المجلد الأول) علا الكتب للنشر، التوزيع، طباعة، ط1، القاهرة، 2008، ص1057.

(2)- نبيلة باوية، نادية مصطفى الزقاي يوب، الدعم الاجتماعي لدى المصابات بسرطان الثدي، دراسة إستكشافية مقارنة على عينة من النساء المصابات مستشفى محمد بوضياف ورقلة، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 13، ديسمبر 2013، ص340.

رابعاً أسباب إختيارالموضوع:

تعد مرحلة إختيار الموضوع جوهر الدراسة العلمية وهي من أصعب المراحل التي يمر بها الباحث لأنها تمثل مرحلة حاسمة تؤثر على سير عملية إنجاز البحث بكامله فيمكن أن تتعدد أسباب إختيار الباحث لموضوع معين فهي تكون إما أسباباً تفرضها طبيعة تخصصه أو إهتماماته ورغباته أو أسباباً يفرضها الواقع الإجتماعي والضرورة الملحة لمواضيع تطرح نفسها بنفسها ومن بين هذه الأسباب نجد :

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفياً ومنهجياً .
- محاولة فهم هذا المرض وإكتساب ثقافة صحية معرفية حوله .
- أسباب الإرتباط المباشر لموضوع دراستنا بمجال التخصص الرغبة في معرفة الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في نشر الثقافة الصحية .
- فهم كيف تؤثر العلاقات العامة في مكافحة إنتشار السرطان .

خامساً:أهمية الدراسة :

تتخذ هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع في حد ذاته كما تسعى إلى إبراز الدور الذي تقوم به العلاقات العامة ذات الهدف التوعوي ونشر الثقافة الصحية هذه الأخيرة التي أصبحت تطرح نفسها بإلحاح في الآونة الأخيرة مع الإنتشار الواسع والكبير للأمراض الخبيثة بما يمكن أن تحققه هذه الدراسة من نتائج يمكن الإستفادة منها إذا إستغلت من المعنيين أحسن إستغلال وترجع أهمية الدراسة إلى مايلي:

- تقديم تفسيرات منطقية وواقعية لإشكالية البحث المطروحة .
- تعتبر هذه الدراسة كمؤشر موجه للباحثين والدارسين المهتمين بهذا الجانب.
- معرفة مدى وعي المرأة بمرض سرطان الثدي .
- إعطاء صورة واضحة حول دور العلاقات العامة في رفع مستوى الثقافة الصحية لدى النساء خاصة.

سادساً: أهداف الدراسة:

- محاولة معرفة دور العلاقات العامة في توجيه المرأة نحو الوقاية من سرطان الثدي.
 - محاولة التعرف على الفروق في الثقافة الصحية حول مرض سرطان الثدي.
 - تقديم وتحليل دور العلاقات العامة في إبلاغ رسالتها الصحية.
 - محاولة معرفة مدى تأثير العلاقات العامة على النساء في رفع مستوى الثقافة الصحية لديهن حول مرض سرطان الثدي.
- سابعاً: الدراسات السابقة:

1-الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير المستقل :

أ. الدراسات المحلية :

الدراسة الأولى: سعاد بكار بنت طاعة الله ،دراسة بعنوان :دور العلاقات العامة لمجلس الأمة في إدارة صورته الذهنية،دراسة تحليلية وميدانية مقارنة بين الصورة المدركة والصورة المرغوبة والصورة المنقولة إعلامية ،أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال،2014-2015،جامعة الجزائر 3.

وقد تمحورت إشكالية هذه الدراسة في : ماهو دور العلاقات العامة في مجلس الأمة في إدارة صورته الذهنية المرغوبة في مقابل صورته المنقولة إعلامية وصورته المدركة ؟

وتفرعت عن الإشكالية مجموعة من التساؤلات أهمها:

- ماهي السمات التي تنقلها الصحافة المكتوبة عن المجلس؟
- ماهي السمات التي تدركها النخبة الجامعية عن المجلس؟
- مامدى تطابق الصورة المرغوبة مع واقع المجلس؟

ومن أهداف هذه الدراسة فهم و تفسير طبيعة تأثير نشاط العلاقات العامة على محتوى ماتنقله الصحافة وما تدركه النخبة الجامعية وفهم مدى مساهمة العلاقات العامة في تسويق الصورة الذهنية المرغوبة من خلال وسائل الإتصال العامة والخاصة و كذلك فهم واقع العلاقات العامة

بمجلس الأمة من حيث البرامج والأدوات والوسائل في إدارة الصورة الذهنية التي ترغب فيها الإدارة وكذا فهم مدى توافق نشاطات العلاقات العامة بمجلس الأمة في إدارة هذه الصورة . وتعد هذه الدراسة من حيث النوع دراسة تحليلية وميدانية مقارنة حيث إعتمدت على ثلاث مناهج علمية أشتملت على المنهج الوصفي والمنهج المسحي والمنهج الإحصائي . كما إعتمدت هذه الدراسة على ثلاث عينات هي المسح بالعينة ،العينة العشوائية المنتظمة والعينة القصدية ،و تم إستخدام الأدوات التالية :الإستبيان، تحليل المضمون ، التحليل الدلالي المنطقي لجمع المعلومات والبيانات،وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- الأسلوب المتبع من قبل مجلس الأمة هو الأسلوب الإتصالي أو الوظيفي من خلال الهيكل التنظيمي.

- من خلال تشخيص الهيكل التنظيمي لمجلس الأمة يتبين أن العلاقات العامة موجودة من حيث المهام والنشاطات ولكنها غائبة في الهيكل التنظيمي .
- تتجلى نشاطات العلاقات العامة بمجلس الأمة في مد جسور التواصل مع المجتمع والجمهور الدولي والمجتمع الإعلامي وكذا التواصل المرئي للمجلس .

الدراسة الثانية:

فطيمة لبصير ، دراسة بعنوان **واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري ،مجلس الأمة نموذجاً**،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإتصال والعلاقات العامة ، 2007-2008 و تمثلت إشكالية الدراسة في طرح التساؤل التالي :ماهو واقع ممارسة العلاقات العامة في مجلس الأمة ؟

أما عن فرضيات الدراسة فشملت على فرضية عامة: لاتولي إدارة مجلس الأمة أهمية كبيرة للعلاقات العامة (من حيث موقعها في الهيكل التنظيمي والوظائف) وتفرعت عنها فرضيات جزئية تمثلت في:

- لايتوفر مجلس الأمة على جهاز خاص بالعلاقات العامة يحمل إسمها .
- تسند إدارة العلاقات العامة بمجلس الأمة لغير المتخصصين في هذا المجال .

- تقتصر وظائف العلاقات العامة في مجلس الأمة على القيام ببعض المهام الكلاسيكية دون المهام الإستراتيجية .

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مكانة وموقع العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي في مجلس الأمة والصلاحيات الموكلة إليها .

-توجيه أنظار المسؤولين إلى هذه الإدارة والوظيفة القائمة بذاتها وأهميتها في نجاح المؤسسات

- التعرف على أهم الوسائل التي تعتمدها المؤسسة التشريعية لكسب ثقة المجتمع المدني .

- محاولة إلقاء الضوء على أهمية هذه الوظيفة ووضعها في المكان الآثق .

إعتمدت على المنهج الوصفي لجمع البيانات الدقيقة وهذا ما إستلزم إستخدام منهج المسح بالعينة .

كما إعتمدت على طريقة المسح بالعينة و تم إستخدام الوثائق والسجلات ،الملاحظة ، المقابلة ،الإستمارة كأدوات لجمع البيانات. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة

- لا يوجد جهاز خاص بالعلاقات العامة بمجلس الأمة يحمل إسمها .

- جهاز العلاقات العامة تابع لمصلحة وهي الخلية التي تجمع بين البروتوكول ومصلحة الإعلام .

- تسند مهام العلاقات العامة إلى إداريين رغم وجود متخصصين في علم الإجتماع والإعلام .

الدراسة الثالثة: رزيقة لقصير،دراسة ،بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإقتصادية ، دراسة ميدانية بمؤسسة الأملح قسنطينة، 2006-2007.

تمحورت إشكالية الدراسة في : ماهو دور العلاقات العامة في تحسين صوة المؤسسة

الإقتصادية ومنتجاتها ؟ وتفرعت عنها مجموعة من التساؤلات أهمها.

- كيف مساهم مصلحة العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن المؤسسة الإقتصادية للأملح لدى جمهورها الخارجي ؟

- هل تحظى مؤسسة الأملح بمعرفة واسعة في أوساط أغلب جماهيرها؟

- هل تحظى منتجات المؤسسة بتقدير جمهورها الخارجي ؟

- هل تحظى مؤسسة الأملاح بثقة جمهورها ؟

أما عن الفرضيات فإعتمدت الدراسة على فرضية رئيسية تمثلت في يساهم نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن مؤسسة الأملاح بقسنطينة لدى جماهيرها الخارجية ،وتفرعت عنها فرضيات جزئية .

- تحظى مؤسسة الأملاح بمعرفة واسعة في أوساط جمهورها الخارجي.

- تحظى منتجات مؤسسة الأملاح بتقدير جمهورها الخارجي.

- تفتقد مؤسسة الأملاح بقسنطينة إلى ثقة جمهورها الخارجي .

- يركز نشاط العلاقات العامة في مؤسسة الأملاح على إستعمال المطبوعة أكثر من غيرها من الوسائل .

- وقد هدفت هذه الدراسة إلى : الكشف عن مدي وعي المسؤولين بدور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإقتصادية وإظهار مدى مساهمة العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإقتصادية والكشف عن واقع دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإقتصادية .

أما عن نوع الدراسة فهي دراسة وصفية تحليلية لوصف ظاهرة موجودة في المؤسسة هي إستخدامات العلاقات العامة لتشكيل وتحسين صورة المؤسسة .

ومن أهم نتائج هذه الدراسة :

- يساهم نشاط العلاقات العامة في تشكيل صورة حسنة عن مؤسسة الأملاح بقسنطينة لدى جمهورها الخارجي .

- مؤسسة الأملاح بقسنطينة تحظى بمعرفة واسعة في أوساط جمهورها الخارجي .

- تحظى منتجات المؤسسة بتقدير جمهورها الخارجي .

- تتركز المؤسسة في علاقاتها العامة على الوسائل المطبوعة .

2- الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير التابع:

أ- الدراسات العربية :

الدراسة الأولى :أحمد ريان بن ريان دراسة بعنوان دور وسائل الإعلام في تثقيف الصحي للمرأة السعودية في مدينة الرياض.دراسة ميدانية،أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في قسم الأعلام بكلية الآداب 1424هـ 1424 هـ.

تمحورت إشكالية الدراسة في :ماهو دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي للمرأة السعودية ؟ وتفرعت عن الإشكالية مجموعة من التساؤلات .

- مامصادر التثقيف الصحي الإعلامية للمرأة السعودية ؟
- مامدى متابعة المرأة السعودية لوسائل إعلام في مجال التثقيف الصحي ؟
- ما رأي أو إتجاهات المرأة السعودية نحو دور وسائل الإعلام في التثقيف الصحي ؟
- ما العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية والثقافة الصحية وإستخدام وسائل الإعلام ؟

ومن أهداف هذه الدراسة :

- التعرف على مصادر التثقيف الصحي للمرأة السعودية .
- التعرف على مدى متابعة وسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي .
- معرفة رأي وإتجاهات المرأة السعودية نحو دور وسائل الإعلام في عملية التثقيف الصحي.
- الكشف عن علاقة المتغيرات الديموغرافية بالثقافة الصحية وإستخدام وسائل الإعلام من جانب المرأة السعودية .

حيث إعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي .

وتم إختيار عينة عشوائية .

وقد إستخدمت هذه الدراسة أداة الإستبيان لجمع البيانات .

وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- جاءت المجالات الطبية في الدرجة الأولى عند ترتيب مصادر التثقيف الصحي وفي المرتبة الثانية التلفزيون وبأنواعه الصحافة ثم الإذاعة وفي المرتبة الخامسة جاءت الأنترنت وفي المرتبة الأخيرة جاء الفيديو .
- مدى متابعة المرأة السعودية لوسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي إلى أنه قد جاءت متابعة الصحف في المرتبة الأولى بين وسائل الإعلام المختلفة .
- وجود إختلاف في الإستفادة من وسائل الإعلام في مجال التثقيف الصحي بين وسيلة إعلامية وأخرى فالمجالات الطبية والتلفزيون جاءت أكثر الوسائل الإعلامية فائدة من حيث ثلاث أرباع العينة يرون أنها مفيدتان جدا .
- يوجد هناك عدد من القيم الصحية التي تمس الاستفادة من وسائل الإعلام في التوعية الصحية بها .
- وجود علاقة بين إستخدام مصادر التثقيف الصحي والوعي الصحي للمرأة السعودية حيث كلما زادت متابعة مصادر التثقيف الصحي زاد الوعي الصحي لدى المرأة السعودية .

ب- الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى: جميلة قروي، دراسة بعنوان التوافق النفسي لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي

، دراسة ميدانية لثلاث حالات بمستشفى الدكتور حكيم سعدان ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم النفس العيادي 2016-2017 جامعة بسكرة .

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في : هل تعاني المرأة المصابة سرطان الثدي من عدم التوافق النفسي ؟ تمثلت الفرضيات في فرضية عامة : تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من عدم التوافق النفسي، وفرضيات جزئية : تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من عدم التوافق الإنفعالي .

- تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من عدم التوافق الأسري .
 - تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من عدم التوافق الإجتماعي.
 - وهدفت هذه الدراسة إلى:
 - التعرف على التوافق النفسي لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي .
 - التعرف على التوافق الإنفعالي لدى المرأة المصابة سرطان الثدي .
 - التعرف على التوافق الأسري لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي .
 - التعرف على التوافق الإجتماعي لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي.
- كما إعتمدت على المنهج العيادي .

أما عن نوع العينة في هذه الدراسة فكانت قصدية و تم إستخدام المقابلة العيادية نصف الموجهة كأداة في هذه الدراسة.

وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من عدم التوافق الإنفعالي لم تتحقق من خلال الدراسة وهذه راجع إلى النتائج المتحصل عليها من المقابلة والمقياس فقد تحصلت الأولى على 28 درجة والثانية 30 درجة والثالثة على 22 درجة وبالتالي نجد المرأة المصابة بسرطان الثدي التي تستطيع أن تحقق التفاعل الإنفعالي ،وهو ذلك البعد الذي يشمل السعادة مع الذات والثقة بها والرضى عنها والشعور بقيمتها أو إشباع الحاجات والتمتع بالأمن الشخصي كما يتمثل في إعتداد الفرد بالإنتماء والسعي إلى تحقيق الأهداف ويشمل توافق وجداني وعقلي وترفيهي .

تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من عدم التوافق الأسري لم يتحقق على حالات الدراسة فقد حصلت الحالة على 39 درجة والثانية على 36 درجة والثالثة على 39 درجة فالأسرة هي الملاذ الحقيقي للمريض من خلال شعور المريضات بالأمان والراحة خلال وجودهن في البيت ولكونهن يقضين معظم أوقانهن داخل أسرتهن فالتوافق الأسري يتضمن السعادة

الأسرية التي تتمثل في الاستقرار والتماسك الأسري والقدرة على تحقيق مطالب الأسرة وسلامة العلاقة بين الوالدين والأبناء حيث تسود المحبة والثقة والاحترام المتبادل بين الجميع. تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من عدم التوافق الاجتماعي لم يتحقق، فقد تحصلت الحالة الأولى على 34 درجة والحالة الثالثة على 32 درجة فهو عملية إجتماعية تقوم على مسايرة الفرد بمعايير المجتمع ولمواصفاته الثقافية وذلك من خلال قدرته على القيام بإستجابات متنوعة تلائم المواقف المختلفة وتشبع رغباته وحاجاته .

الدراسة الثانية: حنان عماري دراسة بعنوان قلق الموت لدي المرأة المصابة بسرطان الثدي .

دراسة عيادية لثلاث حالات بمركز مكافحة السرطان، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر 2012-2013 جامعة بسكرة ،وتمحورت إشكالية الدراسة في : هل تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من إرتفاع درجة قلق الموت؟

تمثلت الفرضيات في فرضية عامة ، تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من إرتفاع درجة قلق الموت وفرضية جزئية ،هناك علاقة بين إرتفاع درجة قلق الموت والحالة الإجتماعية للمرأة المصابة بسرطان الثدي .هناك علاقة بين إرتفاع درجة قلق الموت والمستوى التعليمي للمرأة المصابة بسرطان الثدي .

وهدفت إلى :

- معرفة مما تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من قلق الموت .
- لفت الإنتباه لهذه الشريحة والتكفل بها نفسياً وليس طبياً فقط.
- يدرس جانب في شخصية المريضة هو قلق الموت .
- إبراز تأثير قلق الموت على المرأة المصابة بسرطان الثدي .

كما إعتمدت على المنهج الإكلينيكي

وتم اختيار العينة بطريقة قصدية .

وقد استخدمت الدراسة الملاحظة العيادية والمقابلة كأدوات لجمع البيانات والمعلومات.

وتم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

تعاني المرأة المصابة بسرطان الثدي من إرتفاع درجة قلق الموت وهناك علاقة بين إرتفاع درجة قلق الموت والحالة الإجتماعية للمرأة المصابة بسرطان الثدي ونجدها قد تحقق مع الحالتين الأولى والثالثة إذ نجد صعوبة في التكيف الإجتماعي وقد ظهر الإنطواء والتوتر والإكتئاب فقلق الموت وسرطان الثدي شيئان مكملان لبعضهما أي أن هناك علاقة مكملية ولدى الحالات الشعور بقلق الموت ورفض وإنكار المرض بالنسبة للحالين الأولى والثالثة .

أما الحالة (B) فهي متمسكة بالوازع الديني من خلال علاجها بالرقية الشرعية لهذا نجدها تشعر بنوع من القبول لمرضها رغم مرارة الحقيقة فرضا الفرد عن ذاته في هذه الحالة يعتمد على كيفية قياس لمنظمة هناك علاقة بين إرتفاع درجة قلق الموت والمستوى التعليمي والثقافي للمرأة المصابة بسرطان الثدي قد تحققت مع الحالتين الأولى والثالثة نظراً لإنعدام المستوى التعليمي والثقافي للحالة الثانية وإيمانها بالمعتقدات الراسخة في الأسرة والمجتمع الذي نعيش فيه والنظرة الدونية للمجتمع لأن المجتمع نفسه ينظر إليهن نظرة خاطئة من خلال التفكير الخاطئ المتمثل في عدم الكمال والإختلاف على الأخريات لعدم الوعي بأن الكمال لله سبحانه وتعالى ومن خلال هذه الدراسة نستنتج أن المرأة المصابة بسرطان الثدي يكون لديها قلق الموت مرتفع وهذا الأخير يجعلها تشعر بالنقص والتوتر والإكتئاب والعدوان إتجاه الآخرين.

الدراسة الثالثة: دريدي زبيدة دراسة بعنوان **سلوك الملائمة العلاجية لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي**، دراسة عيادية لخمس حالات بمصلحة الأورام السرطانية بمستشفى الحكيم سعدان مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علم النفس 2015-2016 جامعة بسكرة.

وقد تمحورت إشكالية هذه الدراسة في: ما الذي يدفع المصابات بسرطان الثدي إلى اعتماد سلوك الملائمة العلاجية؟ و تفرعت عن الأشكالية عدة من تساؤلات أهمها :

- ما الذي يدفع المصابات بسرطان الثدي إلى اعتماد سلوك عدم الملائمة العلاجية ؟
- هل النشاط المعرفي للمريضة (إدراك المرض)تأثير على سلوك عدم الملائمة العلاجية ؟
- هل يرتبط سلوك عدم الملائمة العلاجية بأنواع إستراتيجيات المواجهة المستخدمة من طرف المصابات بسرطان الثدي؟

وتمثلت الفرضيات في:

- تعتمد مريضات سرطان الثدي سلوك عدم الملائمة العلاجية .
- يعود سلوك عدم الملائمة العلاجية إلى تشوه إدراك المرض لدي المصابات بسرطان الثدي .
- يعود سلوك عدم الملائمة العلاجية إلى استخدام إستراتيجيات المراجعة المركزة على الإنفعال والتجنب بالدرجة الأولى من هدف المصابات بسرطان الثدي .

و من أهداف هذه الدراسة :

- التعرف على السلوك المتبع في العلاج من طرف المريضات بسرطان الثدي .
- التعرف على كفايات إدراك المرض لدي مريضات سرطان الثدي وتأثيره على سلوك عدم الملائمة العلاجية .
- التعرف على إستراتيجية المواجهة الأكثر إستخداما لدي مريضات سرطان الثدي وتأثيره على سلوك عدم الملائمة العلاجية.

كما إعتمدت هذه الدراسة على المنهج الإكلينيكي.

أما العينة فكانت قصدية، وتم استخدام المقابلة الإكلينيكية النصف موجهة كأداة لجمع البيانات وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- أن الحالات الخمس التي إمتثلت للعلاج أبدت سلوك ملائمة علاجية.
- بينت نتائج الحالات الخمس أنهم يدركن مرضهن إدراكاً جيداً .
- أن ثلاث حالات أعتمدن إستراتيجية المواجهة المركزة على الأنفعال بالدرجة الثانية وحالتين إعتمدت على إستراتيجية المواجهة المركزة على التجنب بالدرجة الثانية .

الدراسة الرابعة: وردة سعادي دراسة بعنوان سرطان الثدي لدي النساء وعلاقته بالتوافق

النفسي الإجتماعي وإستراتيجيات المقاومة. دراسة مقارنة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة

الماجستير في علم النفس العيادي 2008-2009 جامعة الجزائر .

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في : ما هي ياترى العلاقة بين الإصابة بسرطان الثدي عند النساء وأستخدامهن لإستراتيجيات مقاومة فعالة ومدى قدرة هؤلاء النسوة على تحقيق التوافق النفسي الإجتماعي ؟

وقد تفرعت عن الإشكالية مجموعة من التساؤلات :

- هل تستخدم النساء المصابات بسرطان الثدي إستراتيجيات مقاومة فعالة للتخفيف من حجم الضغوط الممارسة عليها أو التي تتعرض لها .
- هل تستطيع النساء المصابات بسرطان الثدي تحقيق التوافق الإجتماعي .
- هل يوجد فرق بين إستراتيجيات المقاومة والتوافق النفسي عند النساء المصابات بسرطان الثدي وعند غير المصابات به.

تمثلت فرضيات الدراسة في :

- نتوقع عدم قدرة النساء المصابات بسرطان الثدي وإستخدام إستراتيجيات مقاومة فعالة .
- نتوقع عدم قدرة النساء المصابات بسرطان الثدي تحقيق التوافق النفسي الإجتماعي .
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية من متوسطات التوافق النفسي الإجتماعي عند النساء المصابات بسرطان الثدي والنساء الغير مصابات .

وكانت تهدف هذه الدراسة إلى الوصول إلى نتيجة دقيقة حول إمكانية توافق النساء المصابات بسرطان الثدي أم لا .

مساعدت المصابات على تحقيق التوافق مع ذواتهم ومع المحيط الاجتماعي بما فيه المحيط الأسري والأهل وزملاء العمل...إلخ.

مساعدة المصابات على استخدام إستراتيجية مقاومة مناسب للموقف الضاغط الذي يعيشه

وقد إعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي المقارن، وتم استخدام مقياس إستراتيجية المقاومة

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة مايلي:

- عدم قدرة النساء المصابات بسرطان الثدي في استخدام إستراتيجية مقاومة فعالة .
- عدم مقدرة النساء المصابات بسرطان الثدي تحقيق التوافق النفسي الاجتماعي بحيث توجد فروق بين النساء المصابات بسرطان الثدي في قدرتهن على تحقيق التوافق النفسي الاجتماعي.
- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إستراتيجية المقاومة عند النساء المصابات بسرطان الثدي والنساء الغير المصابات بسرطان الثدي .

التعليق على الدراسات السابقة :

إن هذا العرض الذي حاولنا فيه الإيجاز قدر المستطاع للدراسات السابقة وذلك طبعاً حسب أهميتها بالنسبة لنا يوضح مدي إقتراب دراستنا منها أو بعدها عنها كما كشف لنا نقاط التشابه والإختلاف بينها وبين دراستنا .

و بالرغم من أن دراستنا السابقة التي تم عرضها تتقاطع مع الدراسة الحالية إلا أنها تختلف مع دراستنا من حيث المجال المكاني والزمني وكذا المنهج المستخدم وعينة البحث وكذا في أدوات جمع البيانات .

ولكن هذا لاينفي بأن كل الدراسات لها وزنها وقد إستفدنا منه.

الباب الأول الجانب النظري

الفصل الأول: العلاقات العامة.

تمهيد

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة.

المطلب الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة.

المطلب الثالث: أسس و مبادئ العلاقات العامة.

المطلب الرابع: فلسفة العلاقات العامة.

المبحث الثاني: العلاقات العامة

(خصائصها ووظائفها ، أهدافها ، أهميتها ، برامجها)

المطلب الأول: خصائص العلاقات العامة ووظائفها.

المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة.

المطلب الثالث : أهمية العلاقات العامة .

المطلب الرابع: برامج العلاقات العامة.

الخلاصة

تمهيد:

إن حاجة المجتمع إلى نشاط العلاقات العامة في عالم اليوم أصبح ضروريا وخاصة المؤسسات سواء كانت إقتصادية إجتماعية صحية.....حيث أنها نشاط يدرس سلوكيات الأفراد ويعمل على الإتصال بهدف تنظيم العلاقات على أسس من الثقة والتفاهم المتبادل لخلق نوع من الانسجام بين خلايا المجتمع لذا خصصنا هذا الفصل للتعرض للعلاقات العامة وذلك من خلال مبحثين تناول الأول نشأة وتطور العلاقات العامة، مفهوما والأسس والمبادئ التي تقوم عليها وكذلك فلسفتها، فيما سيتناول المبحث الثاني العلاقات العامة من حيث خصائصها ووظائفها، أهدافها، أهميتها والبرامج المتعلقة بها.

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة.

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة.

على الرغم من تطور العلاقات العامة إلا أنه لا يزال يشوبها نوع من الغموض وعدم الفهم الحقيقي لرسائلها وأهدافها وهذا ما جعل العديد من الباحثين والخبراء يختلفون في وضع تعريف محدد وواضح للعلاقات العامة وعلى هذا الأساس سنحاول تقديم مجموعة من التعاريف حول مصطلح العلاقات العامة:

تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة:

تعرف العلاقات العامة بأنها الجهود المخططة والمرسومة التي تهدف إلى إقامة وتدعيم وإستمرار تفاهم متبادل بين الهيئة وجمهورها⁽¹⁾

تعريف هارولد تشايلدز للعلاقات العامة:

إن أساس العلاقات العامة هو ليس غرض وجهة نظر معينة وليس فن معالجة الإتجاهات النفسية وليس تطوير علاقات ودية ومتميزة وإنما هو إستمالة أو تكيف أو تعديل أو ضبط تلك الجوانب من سلوكنا الشخصي أو الجماعي المؤثر إجتماعيا ليساير الصالح العام والميول العامة.

تعريف الجمعية الأمريكية للعلاقات العامة:

العلاقات العامة وحدة إدارية متخصصة تقوم بتقديم خطط وبرامج لإدارة المؤسسة تتعلق بالعلاقات بين المؤسسة والرأي العام من أفراد وإتجاهات وسلوك سواء لمن هم خارج المؤسسة أو داخلها، محللة سياسة المؤسسة وإجراءاتها لتلائم حاجات الجماهير ومنفعة المجتمع، كما تؤمن وسائل الإتصال بين الإدارة ومحيطها تبادل المعلومات أو خارجها محققة الصالح العام⁽²⁾

(1) - عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة والعولمة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، ط2013، 1، ص32.

(2) - محمد صاحب سلطان، العلاقات العامة ووسائل الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط2015، 2، ص37، 38.

تعريف قاموس wibster للعلاقات العامة:

ورد في قاموس ويبستر أن العلاقات العامة كل نشاط تقوم به المؤسسات الصناعية والمهن المختلفة والنقابات والأجهزة الحكومية ويقصد به تكوين علاقات طيبة بال جماهير المختلفة كالمستهلكين والموظفين وحملة الأسهم وغيرهم حتى تكسب رضا المجتمع الذي تعيش فيه⁽¹⁾

تعريف علي عجوة :

يعرف العلاقات العامة بأنها الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الإتصالات المستمرة والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية إحتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع⁽²⁾

تعريف إبراهيم إمام:

يعرفها أنها فن الحصول على رضا الجماهير وتأييدها وثقتها والوصول إلى ذلك عن طريق الإتصال والتفسير الكافيين⁽³⁾

ومن التعاريف السابقة يمكن أن نخلص إلى أن العلاقات العامة:

- علم يستعين بالأسلوب العلمي ويستند إلى النظريات العلمية والخبرات المقننة والتجارب المدروسة .

- فن بمعنى أنها تعتمد تطبيقات العلوم الإجتماعية وتعتمد على مهارات خاصة في تطبيق النظريات المختلفة وإستعدادات فردية تختلف من متخصص لآخر.

(1)- محمد بهجت جاد الله كشك، العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية ، بدون ط، 2003، ص10.

(2)- عماد الدين تاج السر فقير عمر، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة ،دار البداية ،عمان، ط1، 2013، ص22، 23.

(3)- رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسات الإقتصادية ،دراسة ميدانية بمؤسسة الأملح بقسنطينة، ماجستير منشورات قسم الإعلام والإتصال، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2006، ص60.

- تحتاج إلى متخصصين على مستويات مختلفة للقيام بتحديد وتقييم الرأي العام ويقدمون النصيحة والمشورة إلى المديرين بخصوص طرق التعامل مع الجماهير.
- وسيلة لإعداد الجماهير لتقبل الأفكار والآراء الجديدة للمؤسسة .
- تستخدم أدوات الإتصال والإعلام والبحوث العلمية لتحقيق أغراضها⁽¹⁾

(1)- فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة ، دارأسامة، عمان، ط1، 2011، ص ص 27، 28.

المطلب الثاني: نشأة و تطور العلاقات العامة:

بالرغم من أن العلاقات العامة الحديثة لم تظهر إلا في القرن العشرين إلا أن الباحث في جذور التاريخ يجد أن العلاقات العامة عرفت منذ قديم الزمان ففي العصور الأولى لحياة الإنسان إحتاجت القبائل البدائية للإعلام من أجل رعاية مصالحها والحفاظ على بقائها، وذلك لأن الإنسان كائن إجتماعي لا يمكن عزله عن الآخرين فقد نشأت بينه وبين أفراد المجتمع علاقات مختلفة ومتبادلة ، فقد كان رئيس القبيلة يحرص على حضور أفراح أعضاء القبيلة والمشاركة في المناسبات الإجتماعية المختلفة وكل ذلك ضرب من ضروب الإعلام عن طريق خلق علاقة داخلية جيدة مع أفراد القبيلة وقد قام الشعراء في القبائل بدور إعلامي كبير من حيث نشر مناقب القبيلة وأثارها.

العلاقات العامة عند البدائيين:

إذا نظرنا إلى القبائل البدائية وجدنا أنها تحاول دائما أن تتماسك وتتعاون عن طريق التفاهم المشترك والمعروف أن رئيس القبيلة ينتهز مناسبات معينة لإعلام أفراد القبيلة بأخبار الصيد والقنص والدفاع والقتال، حيث يستعين بالطبيب والساحر أو يوكل مهام الإعلام إلى رجل زلق اللسان أو امرأة قوية البيان أمر الإعلام والشرح والتفسير ، وهكذا يمكن القول أن العلاقات العامة ظهرت في نشاط رؤساء القبائل في بادئ الأمر ثم إتخذت شكلا تخصصيا بعد ذلك، عندما إستعان رؤساء القبائل بالسحرة والأطباء ومن يجيدون فنون التعبير البدائية من إنشاء وقرع الطبول وغيرها من طرق التواصل⁽¹⁾

العلاقات العامة عند قدماء المصريين:

كان ملوك مصر الفرعونية وكهنتها يهتمون بالإتصال بالأهالي في كافة المناسبات فيقوم الكهنة بإبلاغ الأحكام الإلهية للناس كما ينقلون للملك المظالم التي يمكن أن يتعرض لها الشعب، كما كانت الدولة تهتم بتسجيل ووصف الأحداث الهامة في الحياة كالإنتصارات الحربية ، والبعثات التجارية والمشروعات الكبرى التي تتولاها الحكومة كحفر الترعة وإقامة

(1)- نصر الدين عبد القادر عثمان، المدخل إلى العلاقات العامة والإعلان، الأفاق المشرقة ناشرون، عمان، ط1، 2011، ص

الجسور التي تحمي القرى من الفيضانات، وتعبيد الطرق إلى غير ذلك من الأعمال التي كانت تهدف الدولة من ورائها إلى كسب تأييد الجماهير أو إقناعهم على الأقل بأن الحاكم يعمل كل ما في وسعه لخير شعبه ورفاهيته .

وقد استخدمت مصر الفرعونية أوراق البردي في النشرات التي كان يصدرها الفرعون وأمرائه لمحاربة أشياء ضارة أو لإظهار محاسن مواقف وأشياء أخرى، بالإضافة إلى استخدام واجهات المعابد وجوانبها لنقش التعاليم الدينية، كما كانوا يصورون عليها بعض الأحداث البارزة التي تشير إلى جوانب سياسية أو إقتصادية أو دينية، كما حدث عندما إعتلى الملك مينا عرش مصر حيث أعلنت هذه المناسبة في لوحة تذكارية وإستخدموا في ذلك الرموز⁽¹⁾

العلاقات العامة في بابل وأشور (العراق القديمة):

إهتم ملوك وحكام بابل وأشور بالتأثير في عواطف الناس وأفكارهم ومعتقداتهم وإتجاهاتهم في أوقات الأحداث والإنتقالات السياسية والعسكرية والإقتصادية والثورات وكان لملوك بابل صحف تسجل فيها الأحداث اليومية كما توجه عن طريقها التعليمات فقد كان الملك حمورابي يدعو عماله وموظفيه إلى بابل للحضور من الأقاليم في الأعياد والمناسبات حيث يستطيع تطبيق أوامره وتعليماته ولا شك أن هذا الإختيار فيه دليل على إحكام خطة التوقيت أي إختيار الوقت المناسب للحملة الإعلامية وذلك من أسس العلاقات العامة الحديثة⁽²⁾

العلاقات العامة عند اليونان والرومان:

لقد عني الرومان واليونان بالإتصال بأفراد الشعب وتوسعوا في أنشطة العلاقات العامة لأن حضاراتهما كانت تعتمد على ثقة أفراد الشعب وتأييده حيث كانوا يعرفون الكثير عن إرادة الشعب الحر وبظهور بعض المبادئ الديمقراطية وخاصة في المدن اليونانية أخذت العلاقات العامة تنمو وتهتم بالإتجاهات السائدة أو ميول الناس وتقاليدهم وكانو يستخدمون العديد من الوسائل منها القصائد الشعرية مثل أشعار هوميروس والنشرات اليومية عند أعمال

(1) - محمد بهجت جاد الله كشك، العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية، مرجع سابق، ص 34، 35.

(2) - عبد المحي محمود صالح وآخرون، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الإجتماعية، دارالمعرفة الجامعية، الإسكندرية ، ص 15.

مجلس الأشراف لتعريف الشعب بالأحداث كما كانوا يسمحون للشعب أن يوضح آرائه وأفكاره للمسؤولين ولذلك كان الإتصال يسير في إتجاهين⁽¹⁾

العلاقات العامة في الحضارة الإسلامية :

عنى الإسلام بالإنسان وكرامته وأفكاره ورغباته حيث إعتمدت الدعوة الإسلامية على التعامل الشخصي والتجاري وإقامة علاقة صادقة وعلى البراهين والإقناع والحجة في نشرها وإستخدام الرسول صلى الله عليه وسلم الإتصال الشخصي وغير الشخصي حيث كان يوفد الرسل ويبعث الكتب إلى الملوك والأمراء ويدعوهم إلى الدخول في الإسلام ويعد أسلوب الإقناع من أهم الوسائل الحديثة التي يقوم عليها علم العلاقات العامة.

وإهتم الإسلام بعد فتح البلاد بكتابات الفقهاء في التوجيه والإرشاد وكانو يرون في تلاوة القرآن أثراً قويا في رفع الروح المعنوية للمسلمين في الحرب والسلم كما أن الدين الإسلامي دعى إلى المعاملة الحسنة والمعاشرة الطيبة لما في ذلك من أثر في النفوس وتقربها من بعضها البعض.

وقد إعترف الإسلام بأهمية الرأي العام الذي يعتبر اليوم من أهم مبادئ العلاقات العامة وتمثل ذلك في مبدأ الشورى في الحكم وإهتم الخلفاء بالتعرف على آراء الرعية، كما حث الإسلام على العدالة والمساواة والتمسك بالنزاهة ومبادئ الأخلاق في التعامل التجاري وهذا من بين المبادئ الأساسية في العلاقات العامة⁽²⁾

العلاقات العامة في العصور الوسطى:

كانت المجتمعات في ظلمات التعصب والجهالة نتيجة الجهل والفساد والتعصب الديني والإنحلال الإقتصادي والإجتماعي والنفوذ الإقطاعي ،ومنذ الثورة البروسنتانتية التي قام بها مارتن لوثر وتحديه لسلطان الكنيسة الكاثوليكية وجدت هذه الكنيسة الجديدة أنه لابد من التفكير في فنون الدعاية المختلفة من أجل الدين كما عملت على تخريج متخصصين في

(1) - هناء حافظ بدوى، العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية (أسس نظرية ومجالات تطبيقية) (المكتب الجامعي

الحديث، الإسكندرية، بدون ط، 2001، ص ص 10، 16

(2) - فهمي محمد العدوى، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سابق، ص ص 46، 47.

الدعوة الدينية والتبشير عن طريق إنشاء معهد خاص بذلك، ومن هنا أخذ الإهتمام يتجه نحو العلاقات العامة بعد ذلك في المجالات الدينية بجانب المجالات الاقتصادية والسياسية وذلك عن طريق الكتاب والمؤلفين والصحفيين وغيرهم ممن ساهموا في النشر والإعلام لكسب ثقة الجماهير وتأييدهم وتعاونهم وحذت حذوها الكنيسة الكاثوليكية أيضاً⁽¹⁾

العلاقات العامة في العصور الحديثة:

ظهرت العلاقات العامة باعتبارها نشاطاً مستقلاً مع بداية الثورة الصناعية وما صاحبها من توسع ضخم في العمل والتجارة، ولكن لم تعرف بمفهومها الحديث إلا في أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين فقد نتج عن التقدم الصناعي في المجتمعات الغربية في ظهور المؤسسات الصناعية الضخمة وكان أصحاب الشركات ينظرون إلى العمال على أنهم آلات تعمل للإنتاج دون توقف كما كان ينظر المحتكرون إلى المستهلكين على أنهم مرتع للعيش الثمين وضحايا لإستغلال وتحقيق الأرباح منهم، مما دفع ذلك أصحاب الأعمال إلى البحث على أسلوب لكسب ثقة الجماهير والحصول على رضاها وتأييدها ومن ثم إستخدمت أخصائيين للقيام بهذه المهمة وإستخدمت في ذلك وسائل الإعلام والإتصال مما سهل عملية الإتصال بالجماهير في كافة أرجاء العالم وفي وقت قصير .

العلاقات العامة في الحرب العالمية الأولى والثانية :

كان الإعلام الموجه إلى الملايين أضخم تجربة شهدتها فن العلاقات العامة خلال هذه الحروب، وما كانت الدول الحديثة تستطيع إجراء ذلك لولا التقدم العظيم في فنون الإعلام والطباعة والإخراج....، وهكذا فإنه لولا تلك التجارب الضخمة التي أتاحتها ظروف الحرب ما كان للعلاقات العامة أن تبلغ ما بلغته من نضج، وكانت الولايات المتحدة الأمريكية سباقة في مجال العلاقات العامة ويعتبر A.Kendal من أوائل العاملين في هذا الميدان حيث قام بإصدار صحيفة باسم the colobe لعرض وجهة نظر الحكومة في المسائل العامة على الجمهور بهدف إعلام الشعب بنشاط الحكومة في الميادين المختلفة.

(1)- حسين عبد الحميد أحمد رشوان، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط4 -2004-ص176.

العلاقات العامة في القرن العشرين:

في بداية القرن العشرين وضع إيفي لي أسس العلاقات العامة ودعائمه واستطاع أن ينقذ رجال الأعمال من عثرتهم وغضب الجماهير وذلك بإستخدامه أساليب تتفق مع المبادئ الأخلاقية والمصالح العامة وتعتمد على الصدق والأمانة كما أكد إيفي لي أن نجاح هذه المؤسسات يتوقف إلى حد كبير على درجة ثقة الجمهور فيها وتأييده لها وأتى بشئ جديد إلى عالم التجارة والصناعة وهو الإعلام والنشر ويقول في ذلك أن مهمة العلاقات العامة مهمة مزدوجة تتلخص في نقل إتجاهات الرأي العام إلى المؤسسة ونقل أخبار وسياسة المؤسسة إلى الرأي العام بصراحة وأمانة، كما نجد كتاب إدوارد برنيز عن إستخدام العلاقات العامة للتأثير على الرأي العام بعنوان "بلورة الرأي العام"⁽¹⁾

(1) - عبد المحي محمود صالح وآخرون، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الإجتماعية، مرجع سابق، ص ص 17، 18.

المطلب الثالث: أسس ومبادئ العلاقات العامة :

ترتكز العلاقات العامة على مجموعة من الأسس والمبادئ التي تضمن إستمرار المؤسسة وتحقيق أهدافها في جذب إنتباه الجمهور وكسب الثقة والمصداقية وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الإهتمام بجميع الأطراف وقنوات الإتصال أخذاً بالحسبان التمسك بالمبادئ الأخلاقية التي ترسو بها في المسار الصحيح وتنحصر هذه المبادئ والأسس في ما يلي:

العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة:

يقوم هذا المبدأ على ضرورة وجود تفاهم متبادل بين كل من المؤسسة وجميع الأفراد الذين يعملون في خدمتها من خلال خلق روح التعاون والجماعة بين أفراد المؤسسة مع إختلاف مستوياتهم الإدارية وتنمية وتوطيد العلاقات الطيبة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي⁽¹⁾

ضرورة مراعاة الصدق والأمانة:

يجب أن تتسم أعمال المؤسسة بالصدق والأمانة وأن تتقيد بالعدالة وتعمل على تنمية الثقة والإحترام المتبادل بينها وبين جمهورها .

نشر الوعي بين الجماهير:

تقوم العلاقات العامة بشرح سياسة الدولة وخطط برامج تنميتها ودور المؤسسة في ذلك من خلال السعي بإستثارة إهتمام المواطنين بشؤون بلادهم وذلك عن طريق توضيح الأهداف والإتجاهات العامة للدولة والمشاركة في مناقشة خطط الحكومة ومشروعاتها، كما أنها تقوم بحملات التوعية بمختلف صورها من أجل تبصير المواطنين بمختلف المشكلات⁽²⁾

(1) - فطيمة لبصير، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري، مجلة الأمة نموذجاً، ماجستير منشورة، قسم الإتصال والعلاقات العامة، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007، ص84.

(2) سمير حسن منصور، منهاج العلاقات العامة من منظور الخدمة الإجتماعية، دارالمعرفة الجامعية، الإسكندرية، بدون ط، 2005، ص51.

مساهمة الهيئة في رفاية المجتمع:

إن رفاية المجتمع هدف عام تسعى جميع هيئات المجتمع على تحقيقه وتشارك المؤسسات مع بعضها على إنجازه، لذلك يجب أن تضع كل هيئة أهدافها في ضوء الأهداف العامة للمجتمع، فتقدم المؤسسة وتطورها سيساعد على تحقيق أهداف المجتمع لذلك يجب أن لا تتعارض أهداف المؤسسات مع أهداف المجتمع.

إتباع سياسة عدم إخفاء الحقائق:

- أساس العلاقات العامة نشر الحقائق التي تهم الجماهير، فسياسة عدم إخفاء الحقائق كفيلة بأن تقضي على الشائعات التي تضر المؤسسة والتي تولد عدم الثقة⁽¹⁾

- لا تقتصر العلاقات العامة على مؤسسات معينة وإنما تشمل جميع المؤسسات الحكومية والخاصة سواء كانت تجارية صناعية أو إجتماعية.

- أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة وهذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة وإحساسها بمسؤوليتها الإجتماعية والتزامها الصدق والأمانة⁽²⁾

- تعتمد العلاقات العامة على تطبيق الأساليب العلمية والنظرية في تكوين الإنطباعات وتشكيل الإتجاهات من خلال القواعد التي أرسنها العلوم السلوكية والنفسية خاصة علم الإجتماع وعلم النفس.

المطلب الرابع: فلسفة العلاقات العامة:

ترتكز فلسفة العلاقات العامة على حقيقة علمية مؤداها أن الإنسان كائن إجتماعي بطبيعته، لا يمكن أن يعيش بمعزل عن الآخرين وقد أثبتت الكثير من البحوث العلمية أن الإنسان يعجز عن إشباع جميع حاجاته الكثيرة البيولوجية والنفسية بنفسه، أما الإحتياجات

(1) - عبد المحي محمود صالح وآخرون، العلاقات العامة والإعلام والخدمة الإجتماعية، مرجع سابق، ص 41.

(2) - عبد الناصر جرادات، مقدمة في العلاقات العامة، اليازوري، عمان، بدون ط، 2011، ص 22.

الاجتماعية فلا تقوم أساساً بدون وجود الإنسان مع الآخرين، وهكذا تنشأ علاقات مختلفة مع غيره من الناس هو في أشد الحاجة إليها لإشباع إحتياجاته⁽¹⁾

- إن الإنسان كائن إجتماعي متفاعل بمعنى أنه يؤثر ويتأثر بالمواقف المختلفة وفي جميع الأوقات، فالإهتمام بالعامل في عمله ورعايته رعايه كاملة في إطار العمل يجعله يستجيب لذلك بصورة تنعكس على تحمسه للعمل وأدائه له بأقصى قدرة ممكنة⁽²⁾

- الإنسان كائن إجتماعي متفرد ومتغير من وقت لآخر ورغم أنه يتشابه مع غيره من بني البشر إلا أنه توجد إختلافات في جميع الإتصالات مع بني الإنسان.

- أن الإنسان يتميز بالعقل والتعقل ومعني هذا أن الإقتناع يرتفع به إلى مستوى الإنسان وهذا الأمر يقتضي إحترامه كإنسان ومحاولة إقناعه حتى يوضع في مكانته الحقيقية⁽³⁾

- يكون الناس إتجاهاتهم وأرائهم بصدد مختلف الأمور كما أنهم يكونون هذه الأراء وتلك الإتجاهات سواء بذلت الهيئة ما محاولات للمساعدة على تكوين هذه الإتجاهات أولاً لذلك فإنه من الضروري على مؤسسات العمل تكوين رأي عام سليم عن طريق عمليات الإخبار الصادقة والهادفة.

(1)- هاشم حمدي رضا، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ط2011، ص1، ص22.

(2) محمد عبد الفتاح محمد، العلاقات العامة بمنظمات الرعاية الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007، ص70.

(3)- فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، مرجع سابق، ص70.

المبحث الثاني: العلاقات العامة (خصائصها، وظائفها، أهدافها، أهميتها، برامجها):

المطلب الأول: خصائص العلاقات العامة ووظائفها:

- العلاقات العامة ليست من الأنشطة الثانوية قليلة الأهمية بل تشكل عنصراً أساسياً في أنشطة المؤسسة، فهي ضرورية في جميع المنشآت وعلى مختلف المستويات.
- العلاقات العامة وظيفة (إستشارية-تنفيذية)، إستشارية لأنها تقدم للإدارة العليا مشورتها في كيفية التعامل مع الجماهير، وتنفيذية لأنها تنفذ خطط العلاقات العامة وبرامجها وحملاتها.
- العلاقات العامة وظيفة إتصالية ذات تأثير متبادل حيث تعكس وجهة نظر الجماهير للإدارة العليا وتعكس وجهة نظر الإدارة لكافة الجماهير المعنية من خلال إستخدام كافة الوسائل والأشكال والقنوات والأساليب الإتصالية للمؤسسة ولجماهيرها المعنية⁽¹⁾
- تعتبر العلاقات العامة فلسفة الإدارة تفترض أن أي مؤسسة لا تنشأ فقط من أجل تحقيق الأهداف المالية وإنما لها دور إجتماعي بحيث تضع مصالح الجمهور في المقام الأول.
- العلاقات العامة تتسم بالديناميكية والحيوية والإستمرارية وقوة الفاعلية بين المؤسسة والجماهير الداخلية والخارجية التي تتعامل معها.
- تستخدم العلاقات العامة برامج وخطط خاصة يعدها الأخصائيون والخبراء على إختلاف تخصصاتهم⁽²⁾
- العلاقات العامة موجهة لكافة فئات الجماهير دون تمييز أو تفضيل.
- تستخدم العلاقات العامة وسائل الإعلام والإتصال المختلفة والمناسبة لتحقيق أهدافها.

(1)- فهمي محمد العدوي، المرجع نفسه، ص ص 27، 29.

(2)- هاشم حمدي رضا، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، مرجع سابق، ص ص 23، 24.

- العلاقات العامة ممارسة تطبيقية للعلوم الاجتماعية والسلوكية ويتأتى ذلك من خلال ربط تطورها بتطور هذه العلوم من جانب وتعاملها مع الكائنات البشرية ذات الطوائف المختلفة والتكوينات النفسية المتغيرة من جانب آخر (1)

وظائف العلاقات العامة:

للعلاقات العامة خمس وظائف أساسية كما يصنفها معظم الباحثين في مجال الإتصال وهي كالآتي:

- (1) **البحث:** ويتمثل في إستقصاء منظم يهدف إلى إضافة معارف يمكن توصيلها والتحقق من صحتها. فالبحث هو التفكير العلمي الموضوعي الذي يتناول ظاهرة معينة أو مشكلة لدراساتها أو تحليلها وفق أسس علمية للوصول إلى نتائج تخدم الظاهرة، وبفضل التقدم العلمي والتكنولوجي أصبحت العلاقات العامة تستخدم طرق وأساليب علمية في دراسة إتجاه الجماهير وإستطلاع الرأي العام للجماهير وقياس إتجاهاته ومواقفه (2).
- (2) **التخطيط:** وهو من أهم وظائف العلاقات العامة فهو النشاط العقلي الذي يوجه لإختيار أمثل إستخدام لمجموعة الطاقات المتاحة لتحقيق أغراض معينة في فترة محددة.
- (3) **الإتصال:** ويقصد به القيام بتنفيذ الخطط المختلفة والإتصال بالجماهير المستهدفة وتحديد وسائل الإعلام المختلفة والمناسبة لكل جمهور والإتصال بالهيئات والأفراد في الخارج وقادة الرأي ومراكز المعلومات المختلفة.
- (4) **التنسيق:** تقوم إدارة العلاقات العامة بالتنسيق بين أقسامها وبين الإدارات الأخرى في المؤسسة وذلك فيما يختص بالأنشطة التي تقوم بها وترتبط بهذه الإدارات حيث يؤدي في النهاية إلى فاعلية القيام بالنشاط (3)

(1)- سمي رحسن منصور، منهاج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، مرجع سابق، ص ص 23، 24.

(2)- عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2013، ص ص 42، 43.

(3)- بشير العلق، تخطيط وتنظيم برامج وحملات العلاقات العامة، اليازوري، عمان، بدون ط، 2009، ص 24.

5) التقويم: ويقصد به قياس النتائج الفعلية لبرامج العلاقات العامة والقيام بالإجراءات الصحيحة لضمان فعالية البرامج وتحقيق الأهداف.

* كما حدد إيفي لي أهم وظائف العلاقات العامة في الآتي :

- مساعدة الجمهور على التكيف حيث يقصد بالتكيف التقبل عن طريق الإقناع والمنشور الموجه إليه.

- استخدام وسائل الإعلام والاتصال بطرق علمية سليمة.

- الإقناع.. أي خدمة إهتمامات الجماهير والعمل على حفظ مستوى هذه الإهتمامات⁽¹⁾

المطلب الثاني: أهداف العلاقات العامة:

تعتبر الأهداف هي مجموعة الغايات أو المطلوبات التي تسعى العلاقات العامة من خلال أنشطتها وبرامجها إلى تحقيقها والتي تتمثل فيما يلي:

- تقديم المعلومات التي تنظم حركة العمل بالمؤسسات العامة والخاصة في الدولة .

- العمل على توعية الجمهور بأهداف المؤسسة وسياساتها واتجاهاتها.

- تنسيق العلاقة بين المؤسسات والجماهير لخدمة المصالح المشتركة بينهما⁽²⁾

- تسعى العلاقات العامة كما يقول إبراهيم إمام إلى: تحقيق الانسجام والتوافق في المجتمع الحديث الذي تعثره التغيرات السريعة في مختلف الأنظمة.

- تهدف العلاقات العامة إلى كسب ثقة العملاء، تدريب العاملين وكسب تأييدهم وتأييد المجتمع وتنمية العلاقات مع رجال الإعلام ونشر الثقافة الصحية و تحقيق السمعة الطيبة للمؤسسة .

(1) يسرا حسني عبد الخالق، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية ، دار أطلس، الجيزة، ط1، ص ص 27، 283.

(2)- عماد الدين تاج السر فقير عمر، أعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، مرجع سابق، ص ص 24، 25.

- الإهتمام برغبات وإهتمامات جمهور المؤسسة من الناحية الثقافية والصحية والترويجية⁽¹⁾
- تقديم الخدمات للجماهير كالعلاج والتأمين والعمل على نشر الثقافة الصحية.
- تحقيق نوع من التوافق والتفاهم المتبادل بين المؤسسة والجمهور الداخلي والخارجي.
- تعديل وتغيير الإتجاهات السلبية والخاطئة في المجتمع وتحويلها إلى إتجاهات إيجابية⁽²⁾
- تهدف العلاقات العامة إلى تحسين العلاقات الإجتماعية بين المؤسسة وجماهيرها والإهتمام بحاجات ورغبات هذه الجماهير المادية والصحية والثقافية والإجتماعية والنفسية⁽³⁾
- إن الثقة والإحترام المتبادلين بين أي طرفين يتصلان ببعضهما يساعدان على توطيد العلاقة والتمكين من إستمرارها ولذلك لابد أن تعتمد برامج العلاقات العامة على تكوين الثقة وأن تبتعد عن الغش والتضليل والدعاية المزيفة والخداع⁽⁴⁾.

(1)- سعاد بنت طاعة الله بكار، دور العلاقات العامة في مجلس الأمة في إدارة صورته الذهنية ،دراسة تحليلية وميدانية مقارنة بين الصورة المدركة والصورة المرغوبة والصورة المنقولة إعلاميا،دكتوراه منشورة،قسم الإتصال،كلية علوم الإعلام والإتصال،جامعة الجزائر 3،2014،ص85.

(2)- فاطمة لبصير، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري ،مرجع سابق،ص ص 112،114.

(3)- هناء حافظ بدوي ،العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية(أسس نظرية ومجالات تطبيقية)،مرجع سابق،ص 3.48.

(4)- محمد بهجت جاد الله كشك،العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية،مرجع سابق،ص22.

المطلب الثالث أهمية العلاقات العامة :

- تنبثق أهمية العلاقات العامة من مضمون العلاقات العامة الذي يدور حول كونه نشاط مستمر ينطوي عليه إقامة علاقات حسنة مع الجماهير بهدف تعزيزها باستمرار وصيانتها حيث يتفرع عن هذا الهدف أهمية وقائية لمنع حدوث المشاكل مع الجمهور، وأهمية علاجية تكمن في تصحيح الأوضاع والمواقف المتدهورة حال ظهورها وإعادة التوازن في العلاقات إلى الوضع الطبيعي⁽¹⁾

- تكمن أهمية العلاقات العامة في تهيئة الرأي العام لتقبل أفكار وآراء جديدة وإيجاد جمهور يؤيد ويساند المؤسسات بما يقوي الروابط بينهما.

- تعمل العلاقات العامة على غرس ودعم المسؤولية الاجتماعية⁽²⁾

- توضح بحوث العلاقات العامة للهيئات والمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجمهور وكذلك رغباتهم واحتياجاتهم وهذا التوضيح يساعد هذه المؤسسات على إحداث تعديلات مناسبة في سياساتها وخطط عملها بما يتماشى مع رغبات الجماهير وتحقيق النفع لهم وللهيئات معاً.

- تحقيق التكيف الإنساني اللازم بين الأجهزة والهيئات والجماهير وذلك لأنه يساهم في تحقيق الوظيفة الاجتماعية للمؤسسة⁽³⁾

- بناء سمعة حسنة للمؤسسة في البيئة التي تتواجد فيها وذلك لدعم بقائها واستمرارها وتأكيد هويتها⁽⁴⁾

- تساهم العلاقات العامة مساهمة فعالة في مد الجسور لإقامة علاقات قوية بين المؤسسة وجمهورها والمساهمة الجادة في رسم الصورة اللائقة عن نشاطات وسياسات هذه المؤسسة أمام الجمهور، كما تساعد المجتمع على تفهم حقيقة المؤسسة كعضو فعال فيه.

(1)- طارق شريف يونس، إدارة العلاقات العامة (مفاهيم ومبادئ وسياسات) إثراء للنشر والتوزيع، عمان، ط1 ص197.

(2)- عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة في التطبيق، مرجع سابق، ص ص38، 39.

(3)- وجدي بركات، محاضرات في العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الاجتماعية، ص11.

(4)- يسرا حسني عبد الخالق، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية، مرجع سابق، ص19.

- تبرز أهمية العلاقات العامة في المؤسسات من خلال عملها في مراجعة القرارات العامة للمؤسسة في مختلف النواحي الإدارية والتأكد من سلامتها من حيث أثرها على العاملين وجمهور المؤسسة والرأي العام بشكل عام على المديين القصير والبعيد، فهي تعمل على دراسة الاتجاهات العامة للبيئة المحيطة بالمؤسسة ومحاولة التنسيق بين سياسة المؤسسة وأهدافها بما يتفق مع تلك الاتجاهات⁽¹⁾

المطلب الرابع: برامج العلاقات العامة:

تعد برامج العلاقات العامة من أهم الموضوعات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة.

ويمكن تعريف برنامج العلاقات العامة بأنه: مجموعة من الأنشطة والحملات الموجهة لتحقيق هدف خاص بجمهور معين أو ب جماهير محددة أو بالجمهور العام وهو جزء من الخطة العامة ويشكل العمود الفقري لها ويمكن إعتباره تخطيطاً على المستوى الجزئي⁽²⁾

-ويقسم العديد من الباحثين برامج العلاقات العامة إلى برامج وقائية وبرامج علاجية و أخرى برامج لحالات الضرورة منها مايلي:

1- البرامج الوقائية: وفيها نوعين الأول طويل المدى والثاني قصير المدى .

التخطيط للمدى الطويل: يتحدد هذا النوع من التخطيط للبرامج طويلة المدى في ضوء السياسة العامة للمؤسسة ومن خلال الإطار العام لهذا النوع من التخطيط يتحدد معالم التخطيط للبرامج على المدى القصير .

وعند وضع أهداف التخطيط لبرامج طويلة المدى يجب مراعاة بعدين أساسيين هما: تنوعية الجماهير بأهداف التخطيط وتدريب القائمين بالتنفيذ على الأساليب المزمع إتباعها عند وضع

(1)- عبد الناصر جرادات، مقدمة في العلاقات العامة، مرجع سابق، ص ص 43، 45.

(2)- فاطمة عبد الكاظم الربيعي، "برنامج العلاقات العامة وإستراتيجية بناء وتعزيز سمعة المؤسسة"، الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد 8، مارس 2010، ص 167.

التخطيط موضع التنفيذ ويستلزم ذلك ضرورة معرفة الجماهير بمختلف مستوياتهم الإجتماعية والإقتصادية والثقافية.

التخطيط للمدى القصير: ويقصد به مجموعة من الإجراءات المدروسة التى تسبق تنفيذ الخطط للبرامج طويلة المدى بقصد الوصول إلى الأهداف، ويفيد المؤسسة في الأهداف الآتية:

- تنشيط المبيعات أو الخدمات.
- تقبل السياسة العامة للمؤسسة.
- توطيد العلاقات بين المؤسسة وجماهيرها.
- توعية الجماهير بأنشطة المؤسسة ومراحل تطورها⁽¹⁾

(2) البرامج العلاجية: وهي برامج ذات طبيعة إنسانية، أي البرنامج الذي يبدأ حينما يحتاج الأمر إلى بذل مجهود لمواجهة مشكلة ما، فهو يتسم بالحالية والمواجهة السريعة للمشاكل والأزمات التي تظهر فجأة في علاقة المؤسسة بجمهور معين من جماهيرها النوعية الداخلية أو الخارجية، كما أنها تتسم بقصر الأجل⁽²⁾

(1)- فطيمة لبصير ،واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري،مرجع سابق،ص ص151،152.

(2)- فاطمة عبد الكاظم الربيعي،"برامج العلاقات العامة وإستراتيجية بناء وتعزيز سمعة المؤسسة"،مرجع سابق ،ص172.

خلاصة:

مما سبق ذكره يتضح أن العلاقات العامة هي نشاط إتصالي إنساني قديم قدم الوجود الإنساني مر بعدة مراحل تاريخية وترك بصماته على مختلف الحضارات ليخرج في حلته الجديدة في المؤسسات المعاصرة ويضع لنفسه مكانة مرموقة في الدول المتقدمة وفق تخطيط دقيق وبرامج مدروسة ومن خلال الوظائف والمهام التي أنيطت به تحسين صورة المؤسسات مرتكزا في ذلك على مجموعة من الأسس والمبادئ.

الفصل الثاني: الثقافة الصحية

تمهيد

المبحث الأول: ماهية الثقافة الصحية.

المطلب الأول: تعريف الثقافة الصحية .

المطلب الثاني: نظرة تاريخية عن الثقافة الصحية.

المطلب الثالث: أهداف ومجالات الثقافة الصحية.

المطلب الرابع: وسائل تحقيق الثقافة الصحية.

المبحث الثاني: سرطان الثدي.

المطلب الأول: تعريف سرطان الثدي.

المطلب الثاني: أعراض سرطان الثدي .

المطلب الثالث: أسباب سرطان الثدي.

المطلب الرابع: طرق تشخيص مرض سرطان الثدي.

خلاصة.

تمهيد:

لثقافة الصحية دور كبير في رفع مستوى الوعي الصحي لجميع أفراد المجتمع فهي بمثابة وسيلة للكشف المبكر والتشخيص عن بعض الأمراض المزمنة خاصة ومن بينها مرض سرطان الثدي فهذا الأخير لا يعد فقط أكثر أنواع السرطان شيوعاً عند النساء لكنه من أكثر الأمراض المسببة للأذى النفسي فمرض سرطان الثدي يعتبر مرضاً خبيثاً ينشأ في خلايا الثدي نفسها حيث أن أكثر هذه الأمراض تبدأ من خلايا القنوات اللبنية الصغرى إذ أن الإكتشاف المبكر لهذا المرض يعطي للمرأة فرصة أكثر للعلاج ويؤدي هذا إلى إرتفاع معدل الشفاء.

المبحث الأول: ماهية الثقافة الصحية.

المطلب الأول: مفهوم الثقافة الصحية.

- تعرف الثقافة الصحية على أنها عملية ترجمة الحقائق الصحية المعروفة إلى أنماط سلوكية صحية سليمة على مستوى الفرد والمجتمع بهدف تغيير الإتجاهات والعادات السلوكية غير السوية وكذلك على مساعدة الفرد على إكتساب الخبرات وممارسة العادات الصحية الصحيحة.
- فمفهوم الثقافة الصحية يدور بشكل أساسي حول تقديم النصح والتواصل الصحي مع أفراد المجتمع بهدف إستثارة الدوافع لديهم أو إمدادهم بالمعرفة والمهارات اللازمة لتبني السلوكيات الصحية السوية وبالتالي لرفع مستوى الصحة أو الوقاية من المرض أو التقليل ما أمكن من مضاعفاته، والمعروف أن العادة هي سلوك مكتسب بالتعليم والإنسان يكتسب عاداته ولا يراها والصحة هي محصلة عوامل أهمها العادات الصحية إضافة للعوامل الوراثية والبيئية التي يعيش فيها الإنسان، لذلك فالثقافة الصحية هي عملية توجيه المجتمع لحماية نفسه من الأوبئة والأمراض المعدية ومشاكل البيئة المحيطة به⁽¹⁾
- تعرف الثقافة الصحية بأنها السعي المتواصل لتعزيز صحة الفرد والمجتمع ومحاولة منع أو التقليل من حدوث الأمراض وذلك من خلال التأثير على المعتقدات والإتجاهات والسلوك فرديا ومجتمعيا.
- تعرف أيضا بأنها عملية يتحقق عن طريقها رفع الوعي الصحي من خلال تزويد الفرد بالمعلومات والخبرات قصد التأثير في معرفته وميوله وسلوكه من حيث صحته وصحة المجتمع الذي يعيش فيه.

(1) - أحمد محمد بدح وآخرون، الثقافة الصحية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2009، ص ص 14، 15.

- ومن خلال التعريفات السابقة يمكن أن نستنتج تعريف شامل وهو أن الثقافة الصحية هي تقديم المعلومات والنصح والحقائق الصحية حول مرض ما لكافة الناس لتحسين سلوكهم بما يحفظ صحتهم (1).

المطلب الثاني نظرة تاريخية عن الثقافة الصحية.

نحن الآن أبناء القرن الواحد والعشرون نعيش حياة هي نتاج طبيعي لكل ما سبقها من تطورات وأحداث ومتغيرات في شتى المجالات ومنها الثقافة الصحية حيث تطور مفهومها عبر المراحل التاريخية المختلفة بشكل متزامن ومتطابق لمستوى التفكير البشري المكون لأراء الناس ومفاهيمهم عن الحياة والصحة والمرض ولهذا من المفيد أن نستعرض بإختصار هذه المراحل لنستوعب جيداً المرحلة التي نعيشها ونعرف كيف نتعامل ونتفاعل معها بالشكل العلمي الصحيح الذي سيؤدي حتماً إلى إرتقاء نوعية وكيفية الحياة في ثلاثة مراحل :

المرحلة الأولى:

في هذه المرحلة كانت معالجة القضايا الصحية مقصورة على الكوادر الصحية من حيث المسؤولية أما من حيث المكان فقد كانت محصورة داخل المستشفيات والعيادات ونتيجة لهذه الأوضاع فقد كانت الثقافة الصحية هي أيضاً مقتصرة على هذه الكوادر وحدها ، ومايتسرب منها إلى الناس كان عبارة عن عملية نقل بعض المعلومات الصحية والتي تحددها حالة المريض لترشده هو بالذات إلى الكيفية السليمة لإستعمال الدواء بتحديد الكمية والجرعات وتحديد علاقته وتعامله مع أنواع الطعام سلباً أو إيجاباً كالإمتناع عن تناول أنواع والإكثار من أخرى وكذلك تحديد النشاط البدني كالإمتناع عن القيام ببعض الحركات أو الأعمال أوالإكثار من غيرها وذلك بقصد الشفاء وتخفيف الآلام وتحسين الحالة ومنع المضاعفات .

في هذه المرحلة كان الطبيب هو مصدر المعلومات والمعرفة وهو ناقل الرسالة بإعتبار أنه صاحب الحق الوحيد المهيأ للقيام بهذه المهمات أما دور المريض فكان محصوراً فقط في

(1)- نادية مصطفى الغيدروس أحمد، "فاعلية وسائل التثقيف الصحي في بث ونشر المعلومات الصحية لبناء مجتمع المعرفة الصحي السوداني"، المؤتمر 33 للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، الدوحة، قطر، العدد 18، 20، 2013، ص 1766.

فهم الرسالة وتنفيذ ما جاء بها من تعليمات مع الافتراض بجهله الكامل أو شبه الكامل مما لا يستدعي الأمر التوسع أو الاستطراد وبالتالي المشاركة.

المرحلة الثانية:

ومع التطور في جميع مجالات الحياة بما فيها الطب والصحة حدث تغير في مفهوم الثقافة الصحية فأصبحت أكثر شمولاً وأكثر عمقاً بشكل يتطابق مع آراء الناس في هذه المرحلة التي إتسمت بالإكتشافات والإختراعات في هذه الفترة أيضاً تبلورت المهن الطبية المساعدة وأصبح لها مناهجها الخاصة ومهامها المحددة ولم يعد الأطباء هم المصدر الوحيد للمعرفة الصحية بل شاركهم هذه الكوادر المؤهلة (ممرضات، قابلات، مراقبو الصحة، فنيو المختبرات) ولم يعد المريض وحده هو المعني بالحصول على الثقافة الصحية بل إمتد إلى فئات المجتمع.

وفي هذه المرحلة كما في المرحلة التي سبقتها كانت الآراء السائدة هي أن الفرد شخصياً هو الذي يتحمل المسؤولية الكاملة نحو أوضاعه الصحية ونتيجة طبيعية لهذه الآراء فإن فكرة إشراك المجتمع بمفهومه الشامل لم تكن واردة وهو إنعكاس طبيعي لمستوى الطاقة الذهنية للإنسان في هذه المرحلة الزمنية.

ولنفس الأسباب كانت وزارة الصحة تعتبر هي المسؤولة الوحيدة عن هذه الفعاليات وهي وحدها المناط بها القيام بهذه المهمات وأن مشاركة الجهات والمؤسسات الأخرى كان ضئيلاً لا يذكر بل يكاد يكون غير مطلوب :

المرحلة الثالثة:

ونتيجة للتطور المذهل في مختلف المجالات بما فيها المجال الصحي فإن صورة الصحة والمرض أصبحت شبه كاملة حيث إنتقل الإنسان من مرحلة المتفرج إلى مرحلة الرسام القادر على رسم الخطوط إختيار الألوان التي تحدد معالم وجود الإنسان الصحي إذ أن المفهوم الجديد للثقافة الصحية قد تعدى مرحلة نقل المعلومات وإصدار الأوامر.

وهذه المرحلة كانت نتيجة حتمية لتفجير الطاقات الذهنية للإنسان والتي أحدثت تطورات مذهلة في شتى مجالات الحياة كالعلوم والصحة والإعلام والتعليم والاتصال والبيئة والإقتصاد والهندسة والتغذية..... وهذا أدى إلى حصول الإنسان على المعرفة العلمية الأكيدة للمسببات المرضية سواء كانت المسببات وراثية، خلقية، مكتسبة كما حصل الإنسان على المعرفة التامة لطرق العدوى ووسائل التشخيص وطرق المعالجة والوسائل الوقائية وهذا الأهم وهنا يبرز الدور الإيجابي الفعال للثقافة الصحية لمنع حدوث الأمراض والمشاكل الصحية وإدراك مثل هذه الحقائق الصحية لم يعد في هذه المرحلة محصوراً على الكوادر الصحية المهنية ولم يعد المواطن في موقف المتفرج الذي يتلقى النصائح والتوجيهات والتي كانت أقرب للأوامر من الكوادر الصحية ليقوم بما يطلب منه فقط بل أصبح له دور فعال وإيجابي في خلق الصحة وصناعتها أينما وجد، وهذا الدور يؤدي حتماً إلى منع الأسباب التي قد تولد أوضاعاً غير صحية تضطره لمراجعة المستشفيات والعيادات وهو من المؤكد قادر على منع حصولها⁽¹⁾

المطلب الثالث: أهداف ومجالات الثقافة الصحية.

أولاً: أهداف الثقافة الصحية :

- تحسين الحالة الصحية لأفراد المجتمع .
- تمكن أفراد المجتمع من الإعتياد على السلوكيات الصحية السليمة .
- الوقاية من الأمراض بمختلف أشكالها .
- الحد من إنتقال وانتشار الأمراض بين الأفراد .
- الحرص على جعل المحافظة على الصحة العامة والرقى بالمستوى الصحي مطلباً أساسياً
- تعريف وتشجيع الأفراد على تطوير الخدمات الصحية والتعاون من أجل نجاح هذه المشاريع.
- الحد من النفقات الطبية نتيجة إرتفاع مستوى الوعي الصحي .

(1)- محمد بشير شريم، الثقافة الصحية، مكتبة الأسرة الأردنية، عمان، بدون ط، 2012، ص ص 11، 15.

- كسب وتأيد المجتمع وصناع القرار لصالح القضايا الصحية وتبني سياسة الصحة العامة.
- رفع الجودة اليومية وتحسينها للفرد والمجتمع⁽¹⁾

ثانياً:مجالات الثقافة الصحية :

من أجل تحقيق أهداف الثقافة الصحية وخلق وعي وإدراك لدى المواطنين مسؤولياتهم من أجل المساهمة الفعالة في عملية تحسين وتوفير شروط الصحة الإيجابية فإنه ينبغي العمل في جميع المجالات المختلفة المحيطة بالإنسان وفي جميع أدوار ومراحل تطوره ومختلف جوانب شخصيته الحياتية والثقافية والاجتماعية والمهنية ومن أهم هذه المجالات :

1- البيت:

حيث تعمل الثقافة الصحية على :

- زيادة الإهتمام بالصحة الشخصية والنظافة العامة والتغذية الصحية ونظافة الماء ونوعية الملابس وساعات الراحة واللعب والنوم والسهر .
- إتباع أفراد الأسرة لعادات صحية سليمة وعدم ممارستهم عادات صحية سلبية مثل الشرب من كأس واحد وإستعمال منشفة مشتركة .
- ممارسة أفراد العائلة أسس الوقاية من الأمراض وسرعة معالجة المصاب .
- الأهتمام بصحة البيئة (مكافحة الحشرات، الطرق السليمة لحفظ الأغذية، الإضاءة المناسبة، التهوية الصحية)

2-المدرسة:

تلعب المدرسة دوراً رئيسياً في حياة الطفل وتغيير إتجاهاته وسلوكياته وغرس المبادئ والعادات والسلوكيات المرغوب فيها فإن المؤسسات العلمية والتربوية بمختلف مستوياتها من الروضة إلى المدرسة إلى الكليات الجامعية، فالجامعة تستطيع دعم ومؤازرة المؤسسات

(1)- بدون مؤلف ،'مقدمة في الصحة والتغذية"،من موقع الإلكتروني -2-s3.4s-west-bazingalifiles.https://

amazonaws جانفي 2019.

الصحية للوصول إلى أهدافها وتحقيق النجاح في جميع مجالاتها ويكمن دور المؤسسة في عملية الثقافة الصحية فيما يلي :

- تعاون المدرسة مع أولياء أمور الطلبة لنقل الثقافة والتوعية الصحية إلى البيت .
- تعاون المدرسة مع المؤسسة الصحية لعقد ندوات صحية وتشكيل لجان خاصة لنشر الثقافة الصحية والعمل على تنظيم معارض بأحدث الوسائل التعليمية التوضيحية الخاصة بالثقافة الصحية

- قيام الطلبة بنقل الإرشادات الصحية السليمة إلى بيوتهم من خلال النشرات الصحية .
- زيادة الإهتمام بالتربية البدنية والألعاب الرياضية .
- إشترك المعلمين في حملات مكافحة الأوبئة والأمراض إعتماًداً على ثقافتهم وكفاءتهم الصحية وإستعمالهم للأساليب التربوية الحديثة .
- تعليم الطلبة كيفية مواجهة الحوادث والطوارئ المرضية ومبادئ الإسعافات الأولية فيعمل على تطبيقها عملياً وعلى نقلها مجدداً إلى البيت والمجتمع.

3- المجتمع:

تهيئ المجتمعات المتقدمة فرصاً عديدة للثقافة الصحية لأفرادها ومن هذه الفرص النصائح والإرشادات التي يقدمها القائمون على الخدمات الصحية بالمجتمع والبرامج الصحية لتطبيقها في مختلف مجالات المجتمع مثل: المساجد، المطاعم، المقاهي، النوادي وغيرها⁽¹⁾

(1)- أحمد محمد بدح، الثقافة الصحية، مرجع سابق، ص ص 19، 20.

المطلب الرابع: وسائل تحقيق الثقافة الصحية:

وهي تلك الوسائل المستخدمة لتوصيل المعلومات والخبرات إلى جميع الناس ويتطلب التثقيف والإرشاد الصحي أكفاء ذوي مهارة ودراية بأسس الثقافة الصحية وقادرين على التعبير والإيضاح ووضع الحلول المناسبة للمشاكل التي تطرح عليهم كما أنه يستلزم توفير وسائل وأساليب يستعملها المثقف الصحي وهناك طريقتان تمكنه من إيصال رسالة الثقافة الصحية وهما :

أولاً: الإتصال المباشر:

يعتمد الإتصال المباشر على شخصية المثقف الصحي وأسلوبه ومهارته وتدريبه ويكون عادة في شكل مواجهة أو مقابلة بين المثقف وبين من يقدم لهم التوعية الصحية سواء كانت المواجهة فردية أو جماعية، فالمواجهة الفردية هي أن يلتقي المثقف الصحي بأي شخص آخر ويقدم له المعلومات والأسس الصحية وطرق الوقاية من الأمراض بأسلوب المحادثة الشفهية، فالمواجهة عادة ما يكون فيها حوار ونقاش وطرح أسئلة والإجابة عليها، أما المواجهة الجماعية فهي أن يلتقي المثقف الصحي مع مجموعة من الناس ويلقي عليهم محاضرة أو ندوة أو حوار أو مناقشة حول أسس الرعاية الصحية وأسس الوقاية من الأمراض.

ثانياً: الإتصال غير المباشر:

وهي عملية إتصال المثقف الصحي بطريقة غير مباشرة مثل إستخدام وسائل الإعلام المختلفة من فضائيات والتلفاز والمذياع والملصقات والصور والمعارض وذلك لإبلاغ الرسالة التثقيفية الصحية إلى المجتمع ومن هذه الوسائل:

1- الوسائل السمعية البصرية (المذياع، التلفاز): تعتبر من أفضل وسائل الإعلام والتثقيف الصحي لإستخدام غالبية الناس لها مع ضرورة مراعاة اللغة في الكلمة المنطوقة الوضوح في الصورة بالإضافة إلى الوقت المناسب لبثها.

2- المصورات والملصقات: تشتمل على فكرة واحدة وتعلق في أماكن بارزة وواضحة هدفها تعليم المواطنين أسس الممارسة الصحية السليمة،

3- الكتب، المنشورات، الصحف، المجلات: ويجب أن تكون معلوماتها بسيطة ومفهومة وأسلوبها شيق حتى تسهل قراءتها وإستيعابها .

4- إستخدام الحاسوب: من خلال إستخدام تقنياته المتعددة من شبكة الأنترنت وبرامجه مثل برنامج العرض التقدمي لتجهيز شرائح تحتوى على نصوص صحية ورسوم بيانية وصور وجداول ورسومات وأشكال مختلفة وعرضها بواسطة شاشة جهاز عرض الحاسوب لمشاهدتها

5- المعارض: وهي إختيار عدد من المعلومات والنماذج والرسوم واللوحات والصور والمجسمات والآلات والأدوات التي تتعلق بقضايا صحية من واقع الحياة التي يعيشها الناس⁽¹⁾

(1)- أحمد محمد بدح، المرجع نفسه، ص ص 21، 22.

المبحث الثاني: سرطان الثدي.

المطلب الأول: تعريف سرطان الثدي

سرطان الثدي هو ورم خبيث ناتج عن التكاثر العشوائي وغير الطبيعي لمجموعة من الخلايا في الثدي والتي تؤدي إلى تدمير النسيج الأصلي ثم تغزو الأنسجة المحيطة وأحياناً تنتقل إلى أماكن أخرى خاصة الكبد والرئتين والعظام الذي يؤدي إلى الموت للحالة في غياب العلاج⁽¹⁾

- تنمو الكثير من الخلايا في الجسم في وقت واحد ولكن الجسم يحرص على أن يكون عدد الخلايا المتكاثرة يوازي عدد الخلايا التي تموت ويظهر السرطان حيث تنمو الخلايا وتتكاثر بسرعة أكبر من الطبيعي تتمكن من تفادي آلية الجسم التي تتحكم بالنمو ويؤدي ذلك إلى كتلة سرطانية (ورم بشكل أساسي) يكبر حجمها أكثر فأكثر في حالة عدم معالجتها ذلك لأن الخلايا تستمر في الانتشار والتكاثر⁽²⁾

- ويعني سرطان الثدي أن بعض الخلايا داخل الثدي تنمو بشكل غير طبيعي لتشكل كتلة بداخله وتختلف هذه الخلايا السرطانية عن الخلايا الطبيعية في عدة أمور هي الحجم والشكل والسلوك وهذه الخلايا تفرز الأنسجة المحيطة وأحياناً تنتقل إلى أماكن أخرى من الجسم⁽³⁾

- من خلال هذه التعريفات يمكن أن نستنتج تعريف شامل هو أن سرطان الثدي مرض خبيث يصيب بعض الخلايا التي تتكاثر بشكل غير طبيعي في الثدي وقد يؤدي إلى الموت في حالة عدم الكشف المبكر أو غياب العلاج.

(1) حنان عمادي، قلق الموت لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي، رسالة ماستر في علم النفس العيادي، جامعة بكرة، 2013، ص 29.

(2) مايك ديكسون، سرطان الثدي، تر: هنادي مزويدي، دار المؤلف الرياضي، 2013، ص 7.

(3) - جميلة قروي، التوافق النفسي لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي، رسالة ماستر علم النفس العيادي، جامعة بكرة، 2017، ص 23.

المطلب الثاني: أعراض سرطان الثدي:

- ظهور كتل وتغيير في شكل ولون الحلمة.
- تغيير في شكل وسماكة الجلد حيث يتحول إلى الشكل الحرشفي أو ما يسمى بجلد البرتقالة .
- ألم شديد في الثدي أو تحت الإبط ولكن ليس الألم الذي يحصل أثناء الدورة الشهرية أو خلال الحمل.
- تغيير في حجم الثدي .
- نزول إفرازات من الحلمة مثل الدم .
- غوران الحلمة إلى الداخل .
- إحمرار الجلد.
- حكة شديدة في منطقة الحلمة.
- إنتفاخات في العقد اللمفاوية⁽¹⁾

(1) - علياء كيوان " كل ما يجب أن تعرفه عن سرطان الثدي" من الموقع الإلكتروني <http://www.aliakiwan.com>

المطلب الثالث: أسباب سرطان الثدي.

أولاً: العوامل الوراثية:

دور الوراثة في التسبب بالسرطان لا يختلف عن دور الوراثة في التسبب بأي مرض آخر فتاريخ العائلة وخصائص المورثات تلعب جميعها دوراً مهماً في بعض أنواع الأورام⁽¹⁾

زيادة نسبة حدوث سرطان الثدي عند تاريخ العائلة ليس صحيحاً فالغالبية ليس لديهم تاريخ في العائلة ووجود تاريخ في العائلة موجود في 5% من الحالات فقط أما الـ 95% فليس لديهم تاريخ عائلي لسرطان الثدي⁽²⁾

ثانياً: السن: إن خطر الإصابة بأورام الثدي متعلق كثيراً بتقدم السن فمن النادر أن نشاهد ورماً في الثدي تحت سن الثلاثين وقليلًا ما نشاهده بين سن الثلاثين والأربعين ولكن من الشائع أن يشاهد ورم الثدي بعد سن اليأس عند السيدات الأكثر من خمسين سنة⁽³⁾

ثالثاً: الكحول: فشرب الكحول بصفة منتظمة وبكثرة يزيد في خطورة ظهور سرطان الثدي ذلك لأن الكحول يزيد من معدل الأستروجين⁽⁴⁾

رابعاً: حبوب منع الحمل: الاستخدام الطويل لحبوب منع الحمل أظهرت بعض الدراسات إرتفاع في خطر الإصابة وخاصة قبل الحمل الأول⁽⁵⁾

خامساً: التغذية والدهنيات: هناك الكثير من الدلائل تشير إلى أن بعض العادات الغذائية والتدخين من أكثر العوامل المسببة لسرطان الثدي، وقد أشارت بعض التجارب إلى نقص

(1) - أحمد يحي عبد النعيم، قلق الموت من السرطان، مكتب العربي للمعارف، القاهرة، ط1، 2014، ص11.

(2) - سامية العمودي، معتقدات حول سرطان الثدي، مركز الشيخ محمد الحسين العمودي، السعودية، ط1، 2013، ص5.

(3) - سارة روزنتال، سرطان الثدي، تر: فرح الشامي، الدار العربية للعلوم، بيروت، ط1، 2001، ص22.

(4) - جميلة قروي، التوافق النفسي لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي، مرجع سابق ص25.

(5) - وردة سعادي، سرطان الثدي لدى النساء وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي وإستراتيجية المقاومة، ماجستير علم النفس العيادي، الجزائر، 2009، ص28.

فيتامين (D) عند المرأة يساعد الجسم على إمتصاص الكالسيوم (Ca) وقد يؤدي بدوره إلى إنقسام الخلايا والإصابة بسرطان الثدي بنسبة 97% مما يؤدي إلى تطور أورام الثدي⁽¹⁾

المطلب الرابع: طرق التشخيص.

- عند الإحساس بأي كتلة أو عندما يتم إجراء الأشعة الخاصة بالثدي (الماموغراف) يلاحظ وجود كتلة أو تغيرات أخرى فيه ينبغي زيارة الطبيب المتخصص في أمراض الثدي أو الأورام ويتم المبادرة بالفحص الجسماني بالبدء بإجراء بعض الفحوصات لمساعدته في التشخيص
- **الفحص بالأشعة السينية للثدي (MAMOGRAPHY) :**
- إن لم يكن قد تم عمل هذه الأشعة يعطي الطبيب معلومات عن وجود كتلة في الثدي ويتم عمل أشعة صينية تشخيصية⁽²⁾
- **التصوير بالموجات فوق الصوتية (Ultrasound) :**
- ترسل آلة الموجات فوق الصوتية موجات صوتية لا يسمعها البشر وترتطم تلك الموجات بالأنسجة داخل الجسم كالصدى ويستخدم الكمبيوتر تلك الأصدا في تكوين صورة تسمى مخطط أمواج صوتية (Sonogram)
- **عمل تصوير بالرنين المغناطيسي (IRM) :**
- مغناطيس قوي موصل بجهاز كمبيوتر يستخدم في صناعة صور مفصلة لمنطقة معينة من الجسم ويمكن للطبيب المتخصص أن يستعرض تلك الصور على شاشة مستقبلية أو يطبعها في أفلام⁽³⁾
- **تخطيط الحرارة (Thermographie) :**
- يساعد على تحديد وتسجيل الحرارة الإضافية التي تبعث من قبل الأورام⁽⁴⁾

(1)- دريدي زوبيدة، سلوك الملائمة العلاجية لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي، ماستر علم النفس العيادي، بسكرة، 2016 ص3.

(2)- دريدي زوبيدة، المرجع نفسه، ص32.

(3)- حنان عماري، قلق الموت لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي، مرجع سابق، ص36.

(4)- محمد بن عبد الرحمان العقيل، كل ماتريد أن تعرفه عن السرطان، الجمعية السعودية، ط1، 2013، ص31.

- أخذ عينة من الورم لمعرفة ما إذا كان الورم حميد أو خبيث ويمكن الحصول على عينة من الورم بإحدى الطرق التالية:

الرشقة أو إستئصال الأنسجة بالإبرة:

- يستعمل الطبيب الإبرة لإزالة السائل قليلاً من نسيج الكتلة التي في الثدي، سحب السائل من الحويصلة سيساعدها أن تلتئم إن لم يكن هناك خلايا خبيثة

- أخذ عينة من الأنسجة بالإبرة:

ويتم ذلك تحت تأثير تخدير موضعي يستعمل الطبيب الإبرة لإزالة جزء من نسيج الكتلة في الثدي ليتم فحصها في المختبر لإثبات أو نفي وجود الخلايا السرطانية

- الخزعة الجراحية:

يقوم الطبيب بإستئصال جزء من الكتلة أو أي موضع مشكوك فيه تحت التخدير⁽¹⁾

(1)- دريدي زوبيدة، سلوك الملائمة العلاجية لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي، مرجع سابق، ص33.

خلاصة:

إن الإسهام في نشر الثقافة الصحية بين النساء من الأمور المهمة في الحياة فالصحة من أهم الأولويات لدى الإنسان وذلك لتحقيق أكبر قدر من الوقاية فلم يعد مرض سرطان الثدي يسبب الموت مثل السابق بل أصبح مرضاً قابلاً للعلاج والشفاء منه، هذا إن إكتشفت المصابة مرضها في مراحله الأولى.

الباب الثاني:
الجانب الميداني

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة.

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة.

أ- المجال المكاني.

ب- المجال الزمني.

ت- المجال البشري.

ثانياً: المنهجية المستخدم.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات.

رابعاً: مجتمع البحث والعينة.

خلاصة

تمهيد:

تدعيماً للإطار المنهجي الذي تطرقنا فيه إلى تحديد المشكلة وتحديد الفرضيات فقد اخترنا الدراسة الميدانية وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية وذلك لأنه أنسب مكان لتسليط الضوء على العلاقات العامة ودورها في نشر الثقافة الصحية للكشف المبكر لسرطان الثدي من خلال برامجها التوعوية، وهذا الفصل خصصناه للتعريف بالمؤسسة بالإضافة إلى تحديد المجال البشري والزمني للدراسة والمنهج المستخدم وكيفية اختيار العينة وحجمها .

أولاً: مجالات الدراسة:

1-المجال المكاني :

1-1 نبذة عن وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية :

هي مؤسسة عمومية ذات طابع إقتصادي تجاري أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 85/223 المؤرخ في 1985/08/20 والقرار الوزاري المؤرخ في 1987/01/24 والذي يتضمن التنظيم الداخلي للصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية تهدف إلى الحماية والتغطية الإجتماعية للمؤمنين الإجتماعيين وذويهم ومعالجة الآثار التي تنجم عن الأخطار التي يتعرض لها العامل خلال حياته الوظيفية وهي الشيخوخة والعجز والوفاة وإصابة العمل والمرض والبطالة وذلك عن طريق إيجاد بديل عن الأجر في حالة إنقطاعه عن الشغل بسبب تحقق أي من هذه الأخطار سواء كان هذا البديل في صورة تعويض ومعاش بحسب الأحوال بما يكفل للعامل وأسرته من بعده حياة كريمة ومستقرة.

- سنة 1978 تم إنشاء وفتح وكالة الأغواط للصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للعمال الأجراء مافتئ قطاع الضمان الإجتماعي بصفة عامة وقطاع التأمينات الإجتماعية بصفة خاصة لا سيما في ولاية الأغواط يعرف و إلى يومنا هذا تطورات وتنمية متواصلة وهامة .

مهام وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية:

يمكن تلخيص مهام الصندوق في النقاط التالية :

- تسير التعويضات المادية كمصاريف العلاج، العطل المرضية ،حوادث العمل والأمراض المهنية .
- تسير تعويضات العالمية على حسب الدولة من الخزينة العمومية .
- تأمين التحصيل والمراقبة ومتنازعات التحصيل.
- المساهمة في تنبيه والوقاية ممن حوادث العمل والأمراض المهنية .
- تسير تعويضات الأشخاص المستفيدين من الإتفاقيات .

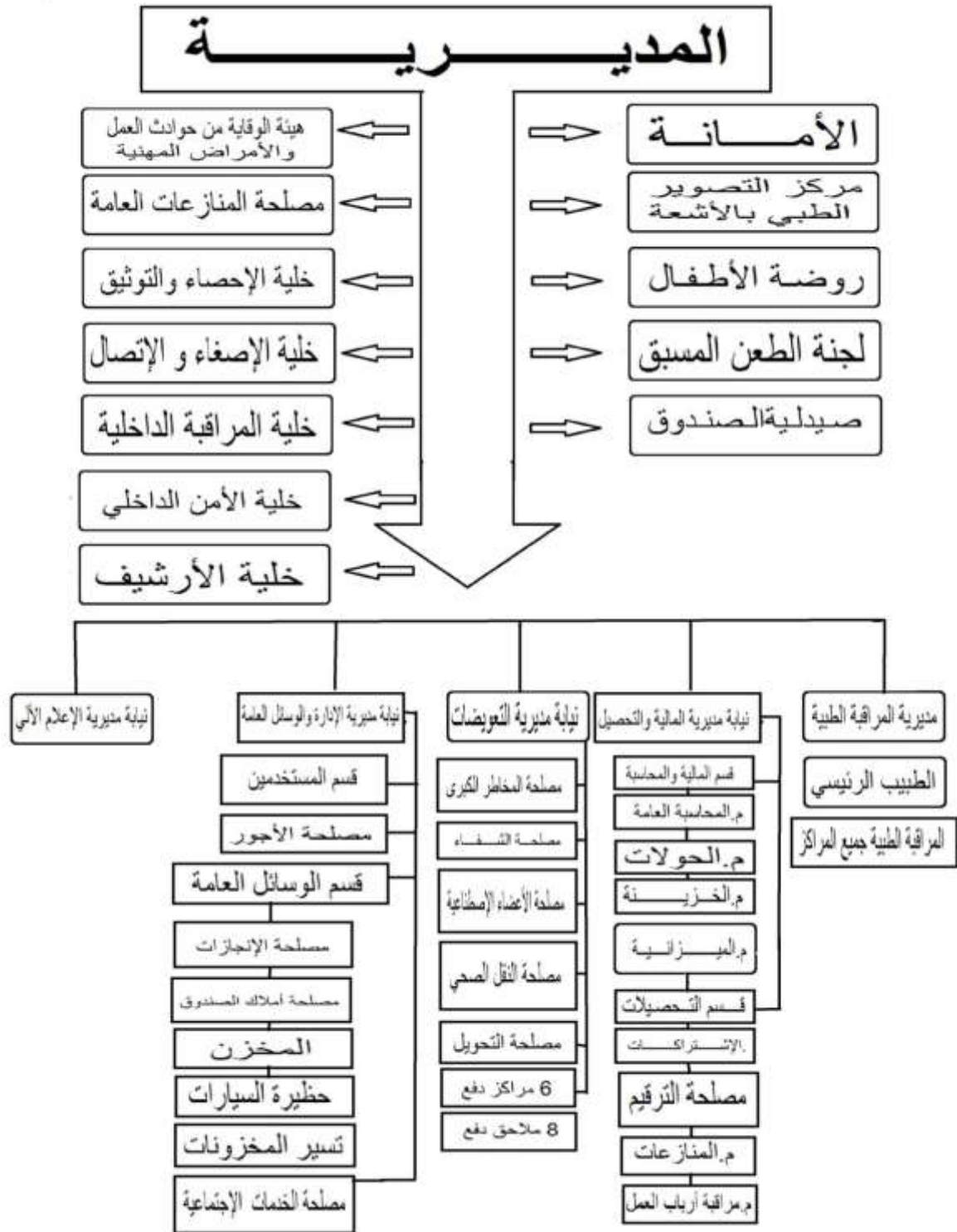
هياكل الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية :

حتى يتمكن الصندوق من القيام بمهامه على المستوى المركزي والولائي فهو يتكون من :
 مديرية عامتو 49 وكالة ولائية إثنان منهما بالجزائر العاصمة ، 839 هياكل الدفع ، 368 مركز
 دفع ، 405 ملحقة دفع ، 66 ملحقة محلية ، 4 عيادات متخصصة . جراحة الأطفال ، العظام
 والتأهيل ، أمراض الأذن والأنف والحنجرة ، وجراحة الأسنان ، 4 مراكز للتصوير الطبي
 الشعاعي ، 35 مراكز للعلاج والتصوير ، 55 صيدلية تابعة للصندوق ، 30 حديقة ورياض أطفال
 مطبعة ، مركز ذو طابع عائلي إجتماعي .

الوكالة الولائية للصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية لولاية الأغواط :

تحتوي وكالة الأغواط للصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للعمال الأجراء على 476 عامل
 إداريين وتقنيين وطبيين ، ينتمي إلى هذه الوكالة 133308 مؤمناً إجتماعياً ، وحائزين على
 بطاقة الشفاء أي المتقاعدين ومرضي مزمنين وغيرهم من الفئات المستفيدين من هذا النظام ،
 ويبلغ عدد الهياكل والمرافق التابعة للوكالة 19 هيكل ومرفق موزعين على النحو التالي :

- مراكز للدفع والتخليص من بينها 3 مراكز بمدينة الأغواط ومركزين بمدينة أفلو ومركز واحد بمدينة حاسي الرمل .
- 09 ملحقات للدفع موزعة عبر مختلف المناطق منها 07 ملحقات بلدية ، بلدية تاجموت ، عين ماضي ، سيدي مخلوف حاسي الدلاعة ، بريدة ، قلعة سيدي ساعد ، وملحقتين تابعتين لمؤسسة سونطراك وسونلغاز .
- مركز واحد لمعالجة الإعلام الآلي .
- مركز واحد متخصص في التصوير الطبي بالأغواط .
- روضة الأطفال
- صيدلية .



المصدر: وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية (الأغواط).

1-2 المجال الزمني:

لإجراء الدراسة كان لابد من زيارة أولية لوكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية حيث كانت أول زيارة إلى السيد مدير الوكالة في أواخر شهر فيفري 2019 على العاشرة صباحا وتمت الموافقة على إجراء الدراسة الميدانية حيث تم جمع المعلومات اللازمة حول موضوع الدراسة ، ثم قمنا بزيارة ثانية في شهر مارس 2019 وتم إجراء التريص لمدة 15 يوم في الوكالة حيث تحصلنا على معلومات أكثر وكذلك الوثائق والسجلات التي ساعدتنا كثيرا في إجراء عملنا .

أما الزيارة الأخيرة فكانت في شهر أبريل 2019 وتم فيها مساعدتنا من قبل المكلفة بالاتصال والعلاقات العامة على توزيع إستمارة البحث .

1-3 المجال البشري:

نظراً لطبيعة الموضوع المدروس ،إخترنا أن يكون المجال البشري النساء اللواتي حضرن اليوم الإعلامي الذي نظّمته وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية بمدينة الأغواط في شهر فيفري الفارط من سنة 2019 على إختلاف مستوياتهن التعليمية والإجتماعية والمهنية .

ثانياً :المنهج المستخدم:

نوع الدراسة ومنهجها :

أ. **نوع الدراسة :** تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف خصائص موقف أوظاهرة معينة حيث تم الإعتماد فيها على المنهج الوصفي وقد إخترنا هذا المنهج البحثي لملائمته ومتطلبات دراستنا.

ب.المنهج الوصفي :

هو أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبها ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة حيث يهدف المنهج الوصفي كخطوة أولى إلى جمع بيانات على ظاهرة أو موضوع إجتماعي وتحليل ما تم جمعه بطريقة

موضوعية والتعرف على العوامل المؤثرة على الظاهرة كما يعتمد على مختلف طرق جمع البيانات.: (1)

ثالثاً: أدوات جمع البيانات :

أ- الملاحظة الإستكشافية :

تعتبر الملاحظة من أهم الأدوات المستخدمة في الدراسات الوصفية وتكمن أهمية هذه الأداة في جمع البيانات المتعلقة بكثير من أنماط السلوك التي لا يمكن دراستها إلا بواسطة هذه الأداة وعموماً لا توجد طريقة من طرق البحث لا تعتمد على الملاحظة ففي فترة إعداد الدراسة الميدانية لاحظنا طريقة أداء المكلفة بالإتصال والعلاقات العامة للمهام الموكلة إليها وكيفية التعامل معها.

ب- المقابلة الإستكشافية :

هي محادثة موجهة بين الباحث وشخص آخر بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة ويتم إستعمالها بصورة جلية كأداة لجمع المعلومات والبيانات وقد تكون مساعدة لإستمارة البحث للحصول على بيانات عن العينة حيث تم إجراء مقابلة مع مدير وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية بالإضافة إلى مقابلة مع المكلفة بالإتصال والعلاقات العامة .

ت- الوثائق والسجلات :

تحصلنا على العديد من الوثائق والسجلات من طرف وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية التي تخدم موضوع الدراسة خصوصاً التعريف بالوكالة وهيكلها التنظيمي بالإضافة إلى الملصقات والمطويات والكتيبات التي تدعم موضوع نشر الثقافة الصحية للكشف المبكر عن سرطان الثدي.

(1)- محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات ،دار وائل للنشر،عمان ط1،1999،ص46.

ث - الإستبيان :

إعتمدنا على الإستبيان كأداة لما تتميز به عن غيرها من الأدوات الأخرى وذلك لسهولة استخدامها في جمع البيانات على الظاهرة محل الدراسة الذي هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة مهيكلة شكلا ومضمونا وتدخل ضمن تقنيات الأسلوب الكمي يقدمها الباحث مباشرة إلى المبحوث لجمع بيانات متعلقة بالموضوع المراد دراسته ومن مزاياها أنها قليلة الكلفة والجهد وهي أكثر أدوات جمع البيانات شيوعا واستخداما في البحوث الوصفية⁽¹⁾

رابعاً :مجتمع البحث والعينة :

1- مجتمع البحث :

يقصد بالمجتمع **Population** المجموعة الكلية **Universaliste** من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة وبالطبع فإن الصعوبة التي يواجهها الباحث في تحديد المجتمع تعتمد على نوع المشكلة والغرض من دراستها حيث يختلف عدد العناصر فالمجتمع هو جميع الأفراد أو الأحداث الذين يكونون موضوع مشكلة البحث ويقصد بها جميع المفردات أو الأشياء التي نود معرفة حقائق معينة عنها فتكون المفردات جمهور معين وكلما كان التحديد أكثر دقة كلما ساعد على دقة النتائج⁽²⁾

2-العينة :

هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم إختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم إستخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.

(1) - بلقاسم سلطانية والجيلالي حسان، أسس البحث العلمي، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. 2007، ص77.

(2) - مطصفي فؤاد عبيد، مهارات البحث العلمي، أكاديمية الدراسات العالمية، فلسطين، 2013، ص28.

تعتبر عينة الدراسة الحالية عينة قصدية بحيث قصدنا النساء اللواتي حضرن اليوم الإعلامي الذي نظّمته وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية بمدينة الأغواط والعينة القصدية هي تلك العينة التي يتم إنتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوافر بعض الخصائص في تلك الأفراد دون غيرهم ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة كما يتم اللجوء إلى لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي. (1)

(1)-محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، مرجع سابق، ص ص 84، 89.

خلاصة:

هذا الفصل يوضح أهم الخطوات المنهجية التي تم إستخدامها في الدراسة والتطرق لأهم الأدوات المنهجية التي إستخدمت في جمع وتحليل البيانات الميدانية بالإضافة إلي عرض مجالات الدراسة المتمثلة في المكان والزمان والمجال البشري ولقد شكلت هذه العناصر والأدوات في مجملها سنداً منهجياً في معالجة موضوع الدراسة وتوفير بيانات هامة ومتنوعة عنه.

الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات

الدراسة

تمهيد

أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة.

ثانياً: نتائج الدراسة.

ثالثاً: الإستنتاج العام

خاتمة

تمهيد :

هذا الفصل يقترب أكثر من الجانب النظري عن طريق تحويل المعلومات إلى نسب مئوية لجعلها أكثر موضوعية وذلك من خلال عرض وتحليل البيانات الميدانية في ضوء المتغيرات والفرضيات والأبعاد الأساسية للبحث، حيث تمكن هذه النسب من الإقتراب أكثر من وجهات نظر المبحوثين وتبرز أكثر آرائهم حول الموضوع المدروس.

أولاً: عرض وتحليل بيانات الجداول .

1- البيانات الشخصية :

- الجدول رقم 1 يبين توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية .

النسبة	التكرار	التكرار الحالة الاجتماعية
33%	33	عزباء
63%	63	متزوجة
3%	3	مطلقة
1%	1	أرملة
100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم (1) أن النساء المتزوجات هن الأكثر حضوراً في اليوم الإعلامي الذي نظمته وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية بنسبة تقدر بـ: 63% تليها النساء العازبات بنسبة تقدر بـ 33% في حين تقدر نسبة المطلقات بـ 3% والأرامل بنسبة 1% وهذا نظراً لأن النساء المتزوجات أكثر عرضة للإصابة بمرض سرطان الثدي وهذا راجع إما لإستعمالهن مواد منع الحمل والتي أشرنا إليها في الجانب النظري على أنها إحدى مسببات سرطان الثدي وإما لإعتمادهن بشكل كبير على الرضاعة الإصطناعية وهذا مانراه في وقتنا الحالي.

الجدول رقم (2): يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي :

النسبة	التكرار	التكرار المستوى التعليمي
00	00	إبتدائي
12%	12	متوسط
17%	17	ثانوي
71%	71	جامعي
100%	100	المجموع

يبين الجدول رقم (2) أن نسبة النساء اللواتي حضرن اليوم الإعلامي هي 71% والمتمثلة في النساء الجامعيات وهي أعلى نسبة تليها نسبة النساء ذوات المستوى التعليمي الثانوي والمقدرة بـ 17% في حين تقدر نسبة النساء ذوات المستوى المتوسط بـ 12% وتتعدى نسبة النساء ذوات المستوى التعليمي الابتدائي وهذا يدل على أن المستوى التعليمي له دور كبير في إقبال النساء على البرامج التوعوية المتعلقة بصحتهن وكذلك فإن المستوى التعليمي العالي يعكس مدى وعي وثقافة المرأة إتجاه القضايا المتعلقة بالصحة.

الجدول رقم (3): يبين توزيع العينة حسب متغير السن .

النسبة	التكرار	التكرار فئات السن
6%	6	[25-20]
13%	13	[30-26]
26%	26	[35-31]
24%	24	[40-36]
31%	31	[40- فأكثر]
100%	100	المجموع

من خلال النسب المئوية المتحصل عليها نلاحظ أن الفئة العمرية السائدة في اليوم الإعلامي هي الفئة من سن الأربعين فأكثر بنسبة تقدر بـ 31% تليها الفئة العمرية مابين [35-31] بنسبة 26% في حين أن الفئة العمرية مابين سن [40-36] تقدر بنسبة 24% في الأخير نجد الفئة العمرية مابين [25-20] بنسبة 6% ، وبالتالي يتضح لنا من خلال هذه النسب أن الفئة العمرية من 40 فما فوق هن النساء الأكثر إقبالاً على برامج العلاقات العامة التوعوية بصفتهم أكثر عرضة للإصابة بهذا المرض من غيرهن وهذا ماكان شائعاً لدى الكثير من النساء من خلال الدراسات والأبحاث المقدمة حول مرض سرطان الثدي إلا أنه في وقتنا الحالي ومع التطور التكنولوجي وتعدد الحياة فإنه أصبح بإمكان هذا المرض أن يصيب النساء في سن مبكرة.

الجدول رقم (4): يوضح توزيع العينة حسب المهنة .

النسبة	التكرار	التكرار المهنة
18%	18	طالبة
58%	58	عاملة
24%	24	ماكثة بالبيت
100%	100	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ أن النساء الأكثر إقبالاً على برامج العلاقات العامة التوعوية هن النساء العاملات بنسبة قدرت بـ 58 % في حين أن النساء الماكثات بالبيت قدرت نسبتهن بـ 24 % أما نسبة 18 % تمثلت في الطالبات.

ومن الملاحظ أن برامج العلاقات العامة التوعوية مست جميع الحالات دون إستثناء حتى تعم الفائدة بخصوص تفادي مرض سرطان الثدي ويرجع في الأساس إقبال النساء العاملات على برامج العلاقات العامة التوعوية إلى إحتكاكهن الدائم بالواقع الإجتماعي وتطلعهن الكبير بمستجداته.

ثانياً: تعرض المرأة لبرامج العلاقات العامة التوعوية للكشف المبكر عن سرطان الثدي.

الجدول: رقم (5): يوضح الوسائل التوعوية التحسيسية التي تتعرض لها المرأة.

النسبة	التكرار	التكرار الوسائل التوعوية
66%	66	الأيام الإعلامية
34%	34	الملصقات
26%	26	الملتقيات
32%	32	مواقع التواصل الإجتماعي
100%	158	المجموع

*158 يعبر على مجموع التكرارات وليس على حجم العينة.

من خلال الجدول يتبين أن الأيام الإعلامية من أكثر الوسائل التي تتعرض لها المرأة بنسبة قدرت بـ 66 % تليها الملصقات بنسبة 34% كوسيلة مرافقة لليوم الإعلامي في حين نجد مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 32% ثم الملتقيات بنسبة تقدر بـ 26% ويرجع سبب التعرض الكبير للأيام الإعلامية إلى الخدمات والتسهيلات التي تقدمها وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية خلال هذا اليوم لتسهيل عملية إجراء الفحص والتشخيص المبكر.

الجدول رقم (6): يوضح معدل تعرض المرأة للبرامج التوعوية .

النسبة	التكرار	التكرار معدل التعرض
23%	23	دائماً
48%	48	أحياناً
29%	29	نادراً
00	00	أبداً
100%	100	المجموع

من خلال الجدول يتضح أن معدل تعرض المرأة للبرامج التوعوية للعلاقات العامة يكون أحياناً بنسبة 48% في حين أنه نادراً ما تتعرض المرأة لهذه البرامج بنسبة تقدر بـ 29% تليها نسبة التعرض الدائم المقدرة بـ 23% وتتعدى نسبة عدم التعرض التام لهذه البرامج .

وهذا يعني أن برامج العلاقات العامة التوعوية التي تتبناها وكالة الصندوق الوطني قد كسبت ثقة المبحوثين وحقت مبتغاها في النجاح من خلال ما تقدمه من تسهيلات وخدمات متعلقة بإجراء الفحوصات للتشخيص المبكر وقد شددت على النهوض برفع مستوى الثقافة الصحية للحفاظ على الصحة وتغيير سلوكيات أفراد المجتمع عامة والنساء خاصة تجاه صحتهم.

الجدول السابع رقم (7) يوضح الوسائل التوعوية المفضلة لدى المرأة :

النسبة	التكرار	التكرار الوسائل التوعوية المفضلة
46,73%	50	الأيام الإعلامية
13,08%	14	الملصقات
19,63%	21	الملتقيات
20,56%	22	مواقع التواصل الإجتماعي
100%	107	المجموع

*المجموع 107 لايعبر عن حجم العينة وإنما يعبر على إجابات المبحوثين (مجموع التكرارات)

نلاحظ من خلال الجدول أن الأيام الإعلامية من الوسائل الأكثر تفضيلاً لدى النساء بنسبة 46,73% تليها مباشرة مواقع التواصل الإجتماعي بنسبة 20,56% في حين نجد أن الملتقيات تمثل نسبة 19,63% وفي الأخير الملصقات مقدرة بـ 13,08% ويرجع تفضيل الأيام الإعلامية على غيرها من الوسائل هو حضور الأطباء المتخصصين في اليوم الإعلامي من أجل تقديم المعلومات الكافية حول المرض والإجابة على كل تساؤلات النساء الحاضرات بالإضافة إلى حضور نماذج من النساء المصابات بهذا المرض لسرد معاناتهن مع المرض وهذا ما جعل النساء يتأثرن ويبدن رغبتهم في القيام بالفحوصات للتشخيص المبكر للمرض.

الجدول رقم (8) يوضح أسباب تعرض المرأة للبرامج التحسيسية التوعوية :

النسبة	التكرار	التكرار أسباب التعرض
28,57%	30	لمتابعة المواضيع الصحية
44,76%	47	لمعرفة كيفية الوقاية من المرض
18,09%	19	للحصول على معلومات في الحياة العلمية
8,57%	9	أسباب أخرى
100%	105	المجموع

*105 تعبر على مجموع التكرارات وليس على حجم العينة.

يتبين لنا من خلال الجدول أن معرفة كيفية الوقاية من المرض من أكثر الأسباب التي تؤدي بالمرأة إلى التعرض للبرامج التوعوية للعلاقات العامة بنسبة تقدر بـ 44,76% في حين أن هناك سبب ثاني لتعرض المرأة لهذه البرامج هو متابعة المواضيع الصحية والمقدرة نسبته بـ 28,57% يليها سبب الحصول على معلومات مفيدة في الحياة العلمية بنسبة 18,09% في حين نجد 8,57% تمثل أسباب أخرى لتعرض المرأة للبرامج التوعوية التحسيسية، فكيفية الوقاية من مرض سرطان الثدي من الأمور التي تجهلها الكثير من النساء وخاصة مع التطور التكنولوجي فإن هناك تطور مستمر في الأبحاث والدراسات حول هذا المرض واكتشافات جديدة حول مسبباته وأعراضه وطرق الوقاية منه الأمر الذي يفرض على النساء مواكبة كل جديد خاصة إذا تعلق الأمر بصحتهن.

الجدول رقم (9) يوضح رأي العينة حول تقديم برامج العلاقات العامة التوعوية لمعلومات تهم المرأة:

النسبة	التكرار	التكرار الإجابة
94%	94	نعم
6%	06	لا
100%	100	المجموع

توضح نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين يرون أن برامج العلاقات العامة التوعوية تقدم معلومات تهم المرأة حيث قدرت نسبتهم 94% بينما نسبة ضئيلة 6% من المبحوثين يرون أنها لا تقدم معلومات تهم المرأة، ويمكن تفسير النتائج السابقة بمتابعة المبحوثين لبرامج العلاقات العامة التوعوية التي تقدمها وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية والمميزات التي تحتويها هذه البرامج، وكذلك تقديم التدابير الوقائية للحفاظ على الصحة ونشر الثقافة الصحية للكشف المبكر عن سرطان الثدي.

ثالثاً: الوسائل الأكثر تأثيراً على النساء للفحص الطبي :

الجدول رقم (10) يبين درجة اعتماد النساء على برامج العلاقات العامة في الحصول على المعلومات للكشف المبكر عن سرطان الثدي :

النسبة	التكرار	التكرار درجة الاعتماد
13%	13	كبيرة
46%	46	متوسطة
41%	41	محدودة
100%	100	المجموع

من خلال الجدول نجد أن اعتماد النساء على برامج العلاقات العامة في الحصول على معلومات للكشف المبكر عن سرطان الثدي يكون بدرجة متوسطة بنسبة مقدرة ب 46% تليها نسبة درجة اعتمادهن المحدودة ب 41% في حين نلاحظ أن 13% تمثل نسبة اعتماد النساء على هذه البرامج بدرجة كبيرة، ويمكن تفسير هذه النتائج كون برامج العلاقات العامة التوعوية لها دور هام في توعية النساء والمجتمع عامة بالمشكلات الصحية وهذه البرامج تدخل ضمن إطار حملات التحسيس والتوعية التي تتم عن طريق تسويق الأفكار أو الخدمات التي تستهدف تنمية المجتمع والقضاء على مشكلاته.

الجدول رقم (11) يوضح أكثر الوسائل التوعوية التي تزيد من الثقافة الصحية للمرأة حول المرض .

النسبة	التكرار	التكرار أكثر وسيلة توعوية تزيد الثقافة الصحية
54,70%	64	الأيام الإعلامية
13,67%	16	الملصقات
18,80%	22	الملتقيات
12,82%	15	مواقع التواصل الاجتماعي
100%	117	المجموع

*117 يعبر عن مجموع التكرارات ولا يعبر على حجم العينة.

يبين الجدول رقم (11) أن الأيام الإعلامية أكثر الوسائل التوعوية التي ترى النساء أنها تزيد من ثقافتهن الصحية حول مرض سرطان الثدي بنسبة تقدر بـ 54,70 % في حين نلاحظ أن الملتقيات قدرت نسبتها بـ 18,80 % أما باقي الوسائل فتشمل كل من الملصقات ومواقع التواصل الاجتماعي بنسب متقاربة 13,67 %، 12,82 % على التوالي، ويرجع السبب كما ذكرنا سابقاً إلى حضور المتخصصين في مجال الصحة في اليوم الإعلامي لتقديم شروحات تتعلق بهذا المرض خاصة تلك المتعلقة بالكشف المبكر عن السرطان وكيفية الخضوع للفحص العيادي والشعاعي والتعريف بالأجهزة التي يتم من خلالها الفحص وطمأنة النساء بأن هذا الفحص بسيط وغير مؤلم وسريع.

الجدول رقم (12) يمثل رأي المرأة في حاجة العلاقات العامة إلى وسائل مساندة لنشر الثقافة الصحية للوقاية من سرطان الثدي .

النسبة	التكرار	العينة			
		هل تحتاج العلاقات العامة إلى وسائل أخرى مساندة لنشر الثقافة الصحية عند المرأة للوقاية من سرطان الثدي			
17%	17	لا			
83%	83	19,24%	32	الأسرة	نعم
		80.33%	55	المؤسسات التعليمية	
		27,66%	46	الجمعيات	
		3%	5	أخرى	
100%	100	83%	158	المجموع	

*158 يعبر على مجموع التكرارات ولا يعبر على حجم العينة.

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة النساء اللواتي يرون أن العلاقات العامة في حاجة إلى وسائل مساندة لنشر الثقافة الصحية للوقاية من سرطان الثدي تقدر بـ 83% وهي أعلى نسبة مقارنة بنسبة النساء اللواتي يرون أن العلاقات العامة تكفي وحدها لنشر الثقافة الصحية للوقاية من هذا المرض بنسبة قدرت بـ 17% بحيث تمثل المؤسسات التعليمية نسبة 80.33% وهي أعلى نسبة وأكثر الوسائل التي تحتاج العلاقات العامة إليها لنشر الثقافة الصحية للوقاية من سرطان الثدي، في حين نجد أنها تحتاج كذلك إلى الجمعيات التي تقدر نسبتها بـ 27,66% تليها مباشرة الأسرة بنسبة تقدر بـ 19,24% ثم نسبة 3% تمثل وسائل أخرى. نلاحظ أن النسب متقاربة جدا بين الوسائل الثلاثة (الأسرة ، المؤسسات التعليمية ، الجمعيات) وهذا يدل على أنه لا بد من تكافل جميع هذه المؤسسات للوقاية من سرطان الثدي وفي مقدمة هذه الوسائل المؤسسات التعليمية باعتبارها أكثر الأماكن إستقطاباً لجميع شرائح المجتمع .

الجدول رقم (13) يوضح تأثير العلاقات العامة على المرأة في زيادة ثقافتها الصحية

ومدى فاعليته

النسبة	التكرار	العينة			
		هل تأثر العلاقات العامة في زيادة ثقافتها الصحية بشكل فعال			
%8	8	لا			
%92	92	%25	25	كبيرة	نعم
		%35	35	متوسطة	
		%32	32	فعالة	
%100	100	%92	92	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أن العلاقات العامة تؤثر على المرأة في زيادة ثقافتها الصحية بنسبة 92% وذلك بدرجة متوسطة تقدر نسبتها بـ 35% وهذه النسبة تقارب درجة فاعليتها المقدرة بنسبة 32% تليها مباشرة نسبة تأثيرها بدرجة كبيرة المقدرة بـ 25% ، ويرجع السبب إلى تنوع برامج العلاقات العامة وإستعمالها مختلف الوسائل للتأثير على النساء من خلال تغيير إتجاهاتهم وسلوكاتهم نحو عادات صحية سليمة.

الجدول رقم (14) يوضح مساهمة العلاقات العامة في نشر الثقافة الصحية .

النسبة	التكرار	التكرار مساهمة العلاقات العامة في نشر الثقافة الصحية
31,03%	63	دفع المرأة للفحص الطبي
17,24%	35	إكتساب معلومات حول المرض
29,55%	60	الوقاية من المرض
18,71%	38	تقديم النصائح والتوجيهات
100%	203	المجموع

*203 تعبر عن مجموع التكرارات ولا تعبر عن حجم العينة.

تساهم العلاقات العامة في دفع المرأة للفحص الطبي بنسبة تقدر ب31,03% مقارنة بمساهمتها في الوقاية من المرض المقدرة نسبته ب29,55% في حين نجد أنها تساهم في تقديم النصائح والتوجيهات للمرأة حول مرض سرطان الثدي بنسبة تقدر ب18,71% مقارنة بمساهمتها في إكتساب المرأة لمعلومات حول المرض بنسبة تقدر ب17,24% .

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك تقارب في النسب فيما يخص مساهمة العلاقات العامة في نشر الثقافة الصحية للكشف المبكر عن سرطان الثدي لدى المرأة، وهذا راجع لتبني وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية بمدينة الأغواط لمجموعة من البرامج التوعوية أهمها تنظيم الأيام الإعلامية بعنوان: "التشخيص المبكر وقاية من سرطان الثدي" بحضور متخصصين في المجال الصحي وتبادل الحوار والنقاش بينهم وبين النساء المتواجدات، وكذلك دعوة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية النساء لإجراء فحص شعاعي للكشف عن سرطان الثدي بالمجان الأمر الذي يشجعهن على الإقبال على الخطوة الأولى وهي التشخيص المبكر، بالإضافة إلى وضع شبابيك متخصصة تحت تصرفهن على مستوى كافة الوكالات بغرض التكفل بتحديد مواعيدهن زيادة على ذلك فإن مصاريف النقل تقع على عاتق الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية، كل هذه الإجراءات يتبين من خلالها أن العلاقات العامة تساهم بشكل كبير في نشر الثقافة الصحية للكشف المبكر عن سرطان الثدي.

ثانياً: إستخلاص نتائج الدراسة:

1. نتائج الفرضية الأولى :

بعد أن قمنا بتحليل معطيات البيانات الإحصائية أمكننا أن نقارب الواقع الميداني مع الفرضيات التي وضعناها نظرياً وذلك لإثباتها في الواقع حيث إتضح أن تعرض المرأة لبرامج العلاقات العامة للكشف المبكر عن سرطان الثدي يؤدي إلى رفع مستوى الثقافة الصحية لديها من خلال تعرضها للأيام الإعلامية التي تنظمها وكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية سنوياً وهي تعد من الوسائل المفضلة لدى النساء والأكثر إقبالاً عليها وكذلك يتضح أن من أهم الأسباب التي تجعل النساء يتعرضن لبرامج العلاقات العامة التوعوية هو معرفة كيفية الوقاية من المرض لأنهن يعتبرن أن هذه البرامج تقدم معلومات تهم المرأة خاصة مايتعلق بمرض سرطان الثدي .

2. نتائج الفرضية الثانية:

إن العينة التي وجهت لها الأسئلة أكدت أن إعتمادها على برامج العلاقات العامة التوعوية في الحصول على المعلومات للكشف المبكر عن سرطان الثدي يكون بدرجة متوسطة وأن أكثر وسيلة توعوية تزيد من ثقافتهم الصحية حول المرض هي الأيام الإعلامية والتي تشهد إقبال العديد من النساء على إختلاف مستوياتهن التعليمية والإجتماعية وهذا راجع لحضور الأطباء المتخصصين في هذا المجال وتقديم الشروحات المعمقة حول هذا المرض وأسبابه والإجابة على كل تساؤلات النساء الحاضرات ومحاولة التأثير عليهن ودفعهن للفحص والتشخيص المبكر بالإضافة إلي حضور نماذج من النساء المصابات بسرطان الثدي للتأثير أكثر فأكثر على النساء الحاضرات ،كما أكدت أفراد العينة أن العلاقات العامة وحدها لا تكفي لنشر الثقافة الصحية للكشف المبكر عن مرض سرطان الثدي وإنما لابد من تكافل جميع مؤسسات المجتمع للعمل معاً من أجل الوقاية من هذا المرض وفي مقدمتها المؤسسات التعليمية بإعتبارها أكثر الأماكن إستقطاباً لكافة شرائح المجتمع .

ومن خلال إجابات المبحوثين نجد أن العلاقات العامة تؤثر على المرأة في زيادة ثقافتها الصحية بشكل فعال من خلال البرامج التوعوية خاصة الأيام الإعلامية بحيث تساهم العلاقات العامة من خلالها في دفع المرأة للفحص الطبي والتشخيص المبكر، إلا أن درجة فعاليتها تكون متوسطة وهذا راجع لأن برامج العلاقات العامة لاتقام بشكل مكثف حتي يكون هناك تأثير قوي وبالتالي إستجابة قوية وإنما إجراؤها يكون بصفة دورية كل سنة ما يجعل تأثيرها وفعاليتها يكون بدرجة متوسطة.

النتائج العامة:

- أكدت الدراسة أن تعرض المرأة لبرامج العلاقات العامة التوعوية للكشف المبكر عن سرطان الثدي يؤدي إلى رفع مستوى الثقافة الصحية لديها.
- أكدت الدراسة أن الأيام الإعلامية أكثر الوسائل تفضيلاً لدى النساء .
- من أهم الأسباب التي تجعل النساء يتعرضن لبرامج العلاقات العامة التحسيسية التوعوية هي معرفة كيفية الوقاية من هذا المرض .
- الأيام الإعلامية من أكثر الوسائل التوعوية تأثيراً على النساء للفحص الطبي .
- أكدت الدراسة على أن العلاقات العامة تحتاج إلى المؤسسات التعليمية كوسيلة مساندة لنشر الثقافة الصحية عند المرأة بشكل فعال من خلال دفعها للفحص الطبي

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع :

أولاً: الكتب:

1. أبو الحسن منال ، أساسيات علم الاجتماع ، دار النشر للجامعات، القاهرة، بدون ط ، القاهرة، 2007.
2. الدليمي عبد الرزاق محمد ، العلاقات العامة والعولمة، دار جرير للنشر والتوزيع ، عمان، ط1، 2013.
3. الدليمي عبد الرزاق محمد ، العلاقات العامة في التطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع ، عمان، ط1، 2013.
4. العدوي فهمي محمد ، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة، عمان، ط1، 2011.
5. العلاق بشير، العلاقات العامة الدولية، دار اليازوري، عمان، بدون ط ، 2010.
6. العلاق بشير، تخطيط وتنظيم برامج وحملات العلاقات العامة، اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، بدون ط، 2009.
7. العامودي سامية ، معتقدات حول سرطان الثدي ، مركز النسخ للتميز محمد حسين العمودي للميز في رعاية مرضي سرطان الثدي ، السعودية ، ط1، 2013.
8. العقيل محمد عبد الرحمان ، كل ما تريد أن تعرف عن السرطان ، الجمعية السعودية ، ط1 2013.
9. بدج محمد أحمد، وآخرون، الثقافة الصحية ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان، ط1 ، 2009.
10. جردات عبد الناصر، مقدمة في العلاقات العامة ، اليازوري ، عمان، بدون ط، 2011
11. حافظ بدوي هناء ، العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية (أسس نظرية ومجالات تطبيقية) المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، بدون ط، 2001.

-
- 12..حمدي رضاهاشم، إدارة العلاقات العامة والبروتوكولات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.
13. رزنتال و سارة ، سرطان الثدي ،ترجمة فرج الشامي ، دار العربية للعلوم ،بيروت ،ط1، 2001.
14. رشوان عبد الحميد أحمد ، العلاقات العامة والإعلام من منظور علم الاجتماع ،المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية ،ط4، 2004.
15. سلطان محمد صاحب ،العلاقات العامة ووسائل الإتصال ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط2015، 2.
16. سلطانية بلقاسم ،الجيلالي حسان ،أسس البحث العلمي، ط1،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، 2007.
17. شرم محمد البشير ، الثقافة الصحية ، مكتبة الأسرة الأردنية ،عمان، 2012.
18. شريف يونس طارق ،إدارة العلاقات العامة (مفاهيم ومبادئ وسياسات) إثراء للنشر والتوزيع ،عمان، ط1، 2008.
19. عمر عماد الدين تاج السر الفقير، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، دار البداية ،عمان، ط1، 2013.
20. عبد الخالق يسرا حسن، العلاقات العامة والدبلوماسية الشعبية ،أطلس للنشر والتوزيع والإنتاج الإعلامي،الجيزة، ط1، 2014.
21. عثمان نصر الدين عبد القادر ،المدخل إلى العلاقات العامة والإعلان، الأفاق المشرقة للنشر والتوزيع ،عمان، ط1، 2011.
22. عبد النعيم أحمد يحي ، قلق الموت من السرطان ،المكتب العربي للمعارف ،القاهرة ،ط1، 2014.
23. عبيدات محمد وآخرون ، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات ،ط2، دار وائل للنشر، عمان ، 1999.

24. عبيد مصطفى فؤاد، مهارات البحث العلمي ،أكاديمية الدراسات العالمية،فلسطين،2013.

25.عوض صابر فاطمة،ميرفت على خفاجة،أسس ومبادئ البحث العلمي،مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية،ط1،2002.

26. كشك محمد بهجت جاد الله ، العلاقات العامة والخدمة الإجتماعية ،المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية، بدون ط،2003.

27. محمد صالح عبد المحيي و آخرون ، العلاقات العامة والإعلام في الخدمة الإجتماعية ، دار المعرفة الجامعية ،الإسكندرية،بدون ط ،2004.

28. منصور سمير حسن، منهاج العلاقات العامة منظور الخدمة الإجتماعية ،دار المعرفة الجامعية ،الإسكندرية ،بدون ط،2005.

29. محمد عبد الفتاح محمد ، العلاقات بمنظمات الرعاية الإجتماعية ، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ،بدون ط،2007.

30.ديكسون مايك ، سرطان الثدي ، تر:هنادي مزيودي ،دار المؤلف ، الرياض ، 2013.

31.دريدي زبيدة ، سلوك الملائمة العلاجية لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي ، رسالة ماستر في علم النفس العيادي ، جامعة بسكرة 2016.

ثانياً:المعاجم:

32.عمر أحمد مختار،معجم اللغة العربية المعاصرة ،المجلد الأول،على كتب،نشر،توزيع،طباعة،ط1،القاهرة،2008.

ثالثاً: الرسائل والأطروحات :

33. رزيقة لقصير ، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الإقتصادية (دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح قسنطينة)، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والإتصال ، جامعة قسنطينة ،2006.

34. فطيمة لبصير، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري (مجلس الأمة نموذجاً)، رسالة ماجستير في الإتصال والعلاقات العامة، جامعة قسنطينة، 2007.

35. سعاد بكار بنت طاعة الله، دور العلاقات العامة لمجلس الأمة الجزائري في إدارة صورته الذهنية، رسالة دكتوراه في الإتصال، جامعة الجزائر 3، 2014.

36. قروي جميلة، التوافق النفسي لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي، رسالة ماجستير علم النفس العيادي، جامعة بسكرة، 2017.

37. سعادي وردة، سرطان الثدي لدى النساء وعلاقته بالتوافق النفسي الإجتماعي وإستراتيجيات المقاومة، رسالة ماجستير في علم النفس العيادي، جامعة الجزائر، 2006.

38. زوييدة دريدي، سلوك الملائمة العلاجية لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي، رسالة ماستر في علم النفس العيادي، جامعة بسكرة، 2016.

39. عماري حنان، قلق الموت لدى المرأة المصابة بسرطان الثدي، رسالة ماستر في علم النفس العيادي، جامعة بسكرة، 2013.

40. جراد محمد الأمين، دراسة مقارنة لمستوى الوعي الصحي للتلاميذ الممارسين لحصة ت.ب في الثانوية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم وتقنيات نشاطات البدنية والرياضة، جامعة بسكرة.

رابعاً: المجلات والدوريات :

41. عبد الكاظم الربيعي فاطمة، "لبرامج العلاقات العامة وإستراتيجية البناء وتعزيز سمعة المؤسسة"، الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، العدد 8، مارس 2010.

42. نادية مصطفى الغيدروس أحمد، "فعالية رسالة التثقيف الصحي في بث ونشر المعلومات الصحية لبناء مجتمع المعرفة الصحي السوداني"، المؤتمر الـ 33 للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، الدوحة، قطر، العدد 18، 2013، 20.

43. باوية نبيلة، نادية مصطفى زقاي يوب، "الدعم الإجتماعي لدى المصابات بسرطان الثدي"، مجلة العلوم الإنسانية، (العدد 13)، ديسمبر 2013.

44. مختار رحاب، "الصحة والمرض وعلاقتها بالنسق الثقافي للمجتمع"، مقاربة من منظور الأنثروبولوجيا الطبية، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة المسيلة، (العدد 14) جوان 2014.

خاساً: مواقع الأنترنت :

45 بدون مؤلف "مقدمة في الصحة والتغذية" من الكوقع الإلكتروني : <https://bazingafiles.s3.amazonaws.com>

جانفي 2019.

46. كيوان علياء، "كل ماتريد أن تعرف عن سرطان الثدي" من الموقع الإلكتروني <http://www.alickiwan.com> :

سادساً: المطبوعات :

47. بركات وجدي ، "محاضرات مقياس إعداد مذكرة قسم العلاقات العامة والإتصال في الخدمة الإجتماعية".

سابعاً: المقابلات الشخصية:

48. مقابلة مع أسيا هواري، مكلفة بالإتصال والعلاقات العامة، مقابلة أجريت بوكالة الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية، الأغواط.

الملاحق

إستمارة البحث العلمي:

تدخل هذه الإستمارة في إطار البحث العلمي لتحضير شهادة ماستر في علوم الإعلام
والإتصال تحت عنوان

دور العلاقات العامة في نشر الثقافة الصحية للكشف المبكر عن سرطان الثدي
نشكركم مسبقاً على مساهمتكم من خلال الإجابة على أسئلة هذه الإستمارة.

أولاً:البيانات الشخصية:

الحالة الإجتماعية:

- عزباء ☐ - متزوجة ☐ - مطلقة ☐ - أرملة ☐

المستوى التعليمي:

- إبتدائي ☐ - متوسط ☐ - ثانوي ☐ - جامعي ☐

السن:

- من 20 إلى 25 سنة ☐ - من 26 إلى 30 سنة ☐ - من 31 إلى 35 سنة ☐

- من 36 إلى 40 سنة ☐ - من 40 سنة فما فوق ☐

المهنة: - طالبة ☐ - عاملة ☐ - مأكثة بالبيت ☐

ثانياً:تعرض المرأة لبرامج العلاقات العامة التوعوية للكشف المبكر عن سرطان الثدي:

س1:ماهي الوسائل التوعوية التحسيسية التي تتعرضين لها ؟

- الأيام الإعلامية ☐ - الملصقات ☐
- - - - - المنتقيات ☐ - مواقع التواصل الإجتماعي ☐

س2:مامعدل تعرضك لهذه البرامج؟

- دائماً ☐ - أحياناً ☐ - نادراً ☐ - أبداً ☐

س3: أي الوسائل التوعوية تفضلين؟

.....-

س4: ما أسباب تعرضك للبرامج التحسيسية التوعوية؟

لمتابعة المواضيع الصحية ☐ - لمعرفة كيفية الوقاية من المرض ☐

للحصول على معلومات مفيدة في الحياة العملية ☐ - أسباب أخرى ☐

س5: برأيك هل برامج العلاقات العامة التوعوية تقدم معلومات تهتم المرأة؟

- نعم ☐ - لا ☐

ثالثا: الوسائل الأكثر تأثيراً على النساء للفحص الطبي:

س6: ما درجة إعتماذك على برامج العلاقات العامة في الحصول على المعلومات للكشف المبكر عن سرطان الثدي؟

- كبيرة ☐ - متوسطة ☐ - محدودة ☐

س7: ما أكثر وسيلة توعوية ترين أنها تزيد من ثقافتك الصحية حول المرض؟

الأيام الإعلامية ☐ الملصقات ☐ الملتقيات ☐

- مواقع التواصل الاجتماعي ☐

س8: في رأيك هل تحتاج العلاقات العامة إلى وسائل أخرى مساندة لنشر الثقافة الصحية عند

المرأة للوقاية من سرطان الثدي؟ - نعم ☐ - لا ☐

س9: إذا كانت الإجابة ب: (نعم) ماهي هذه الوسائل؟

- الأسرة ☐ - المؤسسات التعليمية ☐ - الجمعيات ☐

- أخرى ☐

س10: هل تؤثر العلاقات العامة على المرأة في زيادة ثقافتها الصحية بشكل فعال؟

- نعم . ☐ - لا . ☐

س11: إذا كانت الإجابة (بنعم) مامدى درجة فعاليتها؟

- كبيرة . ☐ - متوسطة . ☐ - فعالة . ☐

س12: هل تساهم العلاقات العامة في :.....؟

- دفع المرأة للفحص الطبي ☐
- إكتساب معلومات حول المرض ☐
- الوقاية من المرض ☐
- تقديم النصائح والتوجيهات ☐



وزارة العمل والتشغيل والضمان الإجتماعي

الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للعمال الأجراء

وكالة الأغواط

التشخيص المبكر وفدية من سرطان الثدي

أنا كنت مؤمن لها اجتماعيا أو من نوبات
دقيق التأمن له اجتماعيا وتبلغ من العمر
(40 سنة فما فوق هذا يهتمك

يدعوك الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية
للعمال الأجراء لإجراء فحص شعاعي للكشف
عن سرطان الثدي المبكر وهو فحص بسيط وغير
مؤلم وسريع.

يتم التكفل بهذا الفحص على مستوى المراكز
الجهوية الأربع للتصوير الطبي التابعة للصندوق
و المتواجدة بجيجل قسنطينة الأغواط بـمغنية
إضافة إلى مركز التشخيص والكشف والعلاج
بالمبنة التابع لوكالة الجزائر
وبغرض التكفل بتحديد مواعيدك ثم وضع
شبابيك متخصصة تحت تصرفك على مستوى
كافة الوكالات الولائية للصندوق

البريد: بـمغنية - جيجل
المستشفيات على مستوى الأغواط
البريد: الأغواط - الأغواط
البريد: الأغواط - الأغواط

هـام

المركز الجهوي للتصوير الطبي بالأشعة

طريق غرداية - الأغواط

الهاتف و الفاكس: 029.93.46.72

