

- هل يراد من العلاقات العامة أن توفر بعض الخدمات الاجتماعية والترفيهية ؟
المحاضرة الثالثة . تخطيط برامج العلاقات العامة

خطة المحاضرة

- متطلبات التخطيط الجيد
- مراحل اعداد برامج العلاقات العامة

بعد أن يتم الإجابة على الأسئلة التي سبق ذكرها يصبح من السهل على مسؤول العلاقات العامة تحليلها حتى يتسنى له رسم الخطة أو وضع البرنامج الذي يجب أن تسير عليه إدارة المؤسسة فيما يتعلق بخطتها الإعلامية و يمكن تلخيص هذه الخطوة في العبارة التالية: ماذا تفعل؟
نقصد بالتخطيط "رسم سياسة العلاقات العامة بالنسبة للمؤسسة عن طريق تحديد الأهداف و تصميم البرامج و توقيفها و توزيع الاختصاصات على الخبراء و تحديد ميزانيتها".
كما تعرف البرمجة بأنها تحديد للعملية أو مختلف العمليات المزمع القيام بها في زمن محدد للوصول إلى أهداف معينة هي ترسيخ علاقات ثقة مع مختلف جماهير المؤسسة سواء داخل المؤسسة أو خارجها".

1.متطلبات التخطيط الجيد :

- بحث تاريخي للمشكلة لمعرفة العوامل التي أدت إلى وجودها.
- نظرة عميقة للمشكلة نفسها لتبيين ماهية الحقائق و الآراء المتعلقة بها.
- دراسة تحليلية للعوامل المحيطة بها و للاتجاهات السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية التي توجد فيها.
- نظرة فاحصة للمستقبل لتحديد ماهية الأهداف المطلوب تحقيقها من برنامج الخدمات العامة .
و أخيرا يجب أن يكون التخطيط الجيد آمينا و صالحا في المدى القصير و الطويل على السواء واضح و مفهوم .

حيث صنف الباحثون ثلاث عناصر يجب أخذها بعين الاعتبار عند وضع خطة للعلاقات العامة هي
أ.الإمكانات البشرية.وهي جميع الأشخاص المجندين في إدارة العلاقات العامة لتصميم البرنامج

ب.الميزانية.مهما اختلف مقياس نجاح أية مؤسسة كان، هذا المقياس هو حجم مبيعاتها أو أرباحها أو خدماتها فان المهمة الرئيسية العليا هي توفير الأموال اللازمة لكل وحدة من وحدات التنظيم لكي تساهم هذه الأخيرة في الأجل القصير أو الأجل الطويل في نجاح المؤسسة بأكملها، حيث يتطلب الأمر في المقام الأول

تحليل احتياجات العلاقات العامة ثم إعداد البرامج و أخيرا ترتيب الأهداف التي ترمي مسؤول العلاقات العامة إلى تحقيقها.

ج. تعيين المسؤول عن تنفيذ الخطة. إن ربط الخطة بشخص معين من شأنه أن يسهل تحديد المسؤولية الناتجة عن نجاح أو فشل البرنامج كما يسمح للمسؤول معرفة قدرته على تأمين نجاح البرنامج المذكور حيث يركز C.lougovoy في دراسة طريقة

وضع البرنامج و انطلاقا من آرائه و النتائج التي توصل إليها يمكن تحديد المراحل المختلفة لتصميم البرنامج فيما يلي:

1. تقوم المؤسسة أولا باختيار مختلف العمليات الواجب القيام بها تماشيا مع أهداف العلاقات العامة هذه العلاقات العامة هذه الأهداف نفسها تحدد حسب طبيعة الجماهير المستهدفة في العمليات .

2. اختيار الوسائل اللازمة لتنفيذ هذه العمليات حيث يقوم برنامج عمل على الأربعة عوامل الآتية:

- المرسل و هو المؤسسة و ممثلها.

- المستقبلين و هم مختلف جماهير المؤسسة .

- المتناوبون ووسائل الاتصال و هم وسائل الاعلام الجماهيرية

- الرسائل ومحتواها و صياغتها.

حيث يقوم C.Lougovoy مجموعة من الأسئلة يجب على المسؤولين عن العلاقات العامة الإجابة عليها عند تصميم برنامج العلاقات العامة.

- الوضعية الاقتصادية للمؤسسة. ما هي وضعيتها الاقتصادية؟ هل تملك التمويل اللازم؟ هل هي في وضعية منافسة حادة؟

- على المستوى الاجتماعي هل تعاني المؤسسة من أزمات داخلية؟ هل يسود جو العمل روح التضامن؟

- مكانة المسيرين في المحيط الاجتماعي و الدور الذي يلعبه المدير في الميدان الاقتصادي و الاجتماعي و السياسي و الوطني؟

- مكانة العلاقات العامة في المؤسسة و هذا يتوقف على كيف ينظر للعلاقات العامة و شخصية القائم بها و مكان هذه الأخيرة في الهيكل الداخلي للمؤسسة؟

2. مراحل إعداد برنامج العلاقات العامة

تختلف خطوات برنامج العلاقات العامة من مفكر لآخر فبينما يتجه البعض من أمثال "هوبرت لويد" إلى تحديد هذه المراحل في ثلاث خطوات هي: الدراسة ، وضع الخطة ، و التنفيذ و تشمل مراحل التنفيذ في عمليات التقييم ، هناك من يحدد المراحل في أربعة هي:-السبب -الهدف - الوسائل الملائمة لتحقيق الأهداف -الكلفة

كما يحدد المختصون مراحل إعداد برنامج العلاقات العامة فيما يلي:

1. مرحلة البحث عن الحقائق.. تتم هذه المرحلة بالاتساع إلى آراء الأفراد أصحاب الشأن فيما يتعلق بالسياسات التي تتبعها إدارة المؤسسة و البحث عن حقائق المتعلقة بالمؤسسة نفسها و التوصل إلى ماهية المشاكل التي تواجهها و يمكن تلخيص الخطوات في العبارة الآتية: ما هي المشكلة ؟ و يتم ذلك من خلال ملف للمرجع الخاصة بالبيانات يمكن للمؤسسة الحصول على الإحصائيات من النشرات الحكومية و التجارية و الجرائد و غيرها من الناحية العلمية تعتبر إدارة العلاقات العامة المحور الذي تدور حوله جميع البيانات و المعلومات الخاصة بالمؤسسة لذلك يتصل مندوبو الجرائد و الراديو و التلفزيون مباشرة بهذه الإدارة للحصول على المعلومات المطلوبة.

و من هذا الملف يمكن استخلاص المعلومات و الحقائق التي يمكن التصريح بها في الخطب و نشرها في الكتيبات و التقارير العامة و النشرات الداخلية و المعارض و غيرها من وسائل الإعلام المختلفة كما تعتبر إدارة العلاقات العامة مسؤولة عن جميع البيانات المتعلقة بسياسة المؤسسة و خبرتها و تجربتها و نوع العملية الإنتاجية التي تزاوّل نشاطها فيه و تاريخها و ماهية المشاكل الداخلية و الخارجية التي تواجهها و هكذا.

2. تحديد معالم الجمهور الذي تلجأ إليه .

إن الغرض الأساسي للعلاقات العامة هو التأثير على راسي الجمهور المتصل بالمؤسسة و المقصود بالجمهور مجموعة من الأفراد تقع في محيط نشاط منشأة تؤثر عليها و تتأثر بها و ينقسم الجمهور إلى قسمين ، جمهور داخلي و جمهور خارجي.

يسمى مجموع الجماهير المتصلة بالرأي العام و أنه لمن المهم و اللازم على رجل العلاقات العامة أن يلم طبيعة الرأي العام و طريقة تكوينه و سلوكه حيث أصبح للرأي العام في عالم اليوم درجة من القوة لا يمكن معها تجاهله أو التغاضي عنه.

حيث الرأي العام على انه يمثل الإجماع أو الاتفاق الجماعي بين عدد من الأفراد حول أمر أو ظاهرة و إن هذا الإجماع له قوة و تأثير على الأمر أو الظاهرة التي يتعلق بها.

ينقسم مصطلح الرأي العام إلى قسمين العام و يعني وجود الجماعة من الأفراد تربطها مصلحة مشتركة و يتوفر كل من أفرادها الشعور بالانتماء تستعمل كلمة عام في مجال العلاقات العامة كمرادف لمجموعة مثلا مجموعة المستهلكين إما الرأي فهو عبارة عما يعتقد الفرد أو الجماعة إما أن يكون ايجابي أو سلبي كما انه قابل المناقشة ، من المشاكل التي يواجهها ممارسة العلاقات العامة قياس الرأي العام و التأثير فيه و في هذا الصدد "أوجزت نيوسك" في أربعة مبادئ هي:

أ. مبدأ المعرفة. أو مبدأ التعلق بالمصلحة فالأفراد يتجاهلون أي فكرة أو وجهة نظر إلا إذا عرفوا تماما مدى تأثيرها على رغباتهم و آمالهم الشخصية و من ثمة فان الرسالة يجب أن تكون في قالب يوضح المنفعة الشخصية التي ترجع على المستمع أو القارئ.

ب. مبدأ الحركة. أو مبدأ الأفعال الحقيقية أو العمل الفعلي فالأفراد لا يشترطون الأقوال و الأفكار منفصلة عن الأعمال و التصرفات و بالتالي فان أي فكرة أو رأي يجب أن يدعمه و يسندده عمل و تصرف حقيقي و إلا فان الجمهور سيتجاهله.

ج. مبدأ الثقة. الأفراد يقبلون بحماس رأي من يثقون فهم من أفراد أو شركات و معاهد و من ثمة نجد أن شخصية صاحب الفكرة لها تأثير كبير على نفسية المستمع أو القارئ لقبولها.

د. مبدأ الوضوح. يجب أن يكون الاقتراح أو الفكرة واضحة حتى لا يحدث أي لبس في فهم المقصود منها و نتيجة ذلك فإنه سواء استخدمت الكلمات أو الرموز في عملية الاتصال فإنها يجب أن تكون معروفة و مفهومة من طرف مستقبل الرسالة .

3. وسائل الحصول على البيانات المطلوبة. إن أهم مبدأ للحصول على المعلومات من الجماهير هو الاتصالات و قد لمس " أراهم لينكولن" هذه الحقيقة حينما قال كن قريبا من أفراد الجمهور و استمع إليهم فهم دائما على حق لعل أهم الطرق التي يمكن استخدامها ما يأتي:

أولاً. الاتصال الشخصي. الوسائل المستعملة الهاتف إرسال خطابات لأفراد معروفين للمراسل شخصيا يلجأ إليها مدير العلاقات العامة عن طريق الاتصال الشخصي بأعضاء مجلس الإدارة أو بمحرري الجرائد و المجلات و مندوبي الراديو و التلفاز و النقابات و غيرهم.

ثانياً. نظام محلي الرأي. و ذلك باختيار أفراد يكونون مجموعة يتم الاتصال بهم من وقت لآخر لاستطلاع رأيهم بالنسبة لسياسة المؤسسة بصفتهم يمثلون الرأي العام يجتمع هؤلاء دورية لتبادل وجهات النظر و الاستقرار على رأي معين، و لهذه الطريقة عيب يكمن في ضرورة التدقيق في تفسير الآراء التي يدلون بها فهي آرائهم الشخصية قبل أن تكون آراء الجمهور .

ثالثاً. لجان الاقتراحات. ترشد الإدارة السياسة التي يجب و تباعها و هذا اعتراف ربح من طرف الإدارة يحق الجمهور في المشاركة بطريقة غير رسمية في سياستها.

رابعاً. تحليل المراسلات الواردة. و هي طريقة اقتصادية لجمع البيانات و تتضمن رأي مراسلها في سياسة الإدارة و ما يعجبهم و ما لا يعجبهم بالمؤسسة فهي دليل مادي على ما تتمتع به المؤسسة من شهرة و ثقة لدى الجمهور و درجة تأثير برامجها و سياستها على نفوسهم .

خامساً. عمل تقارير للعلاقات العامة

أ. تقارير المندوبين و عمال البيع. لكل مؤسسة عمال بيع و مندوبين في مناطق نشاطها المختلفة فهم بمثابة العين و الأذن للإدارة يطلب منهم تقديم تقرير دوري لمعرفة رأي الجمهور و ما يشكو منه أفرادها.

ب. تقارير وسائل الإعلام كبيرة المدى . تقوم الجرائد و المجلات و الإذاعة و التلفزة بإصدار تقرير سنوي أو ستة شهور يحتوي على عناوين جميع المقالات التي طبعت أو أذيعت مرتبة حسب موضوعاتها مع مختصر بسيط لها فما يقال فيها عن المؤسسة صاحبة الشأن و المؤسسات المنافسة يعطي رجل العلاقات العامة مادة قيمة يمكن الاستناد عليها في برامجه.