

ج. طرق أخرى تعتمد على العينة. يلجأ خبراء العلاقات العامة إلى الاستماع إلى عينة من الأفراد يفترض أنها تمثل المجموع تمثيلا سليما و كلما كان اختيار العينة سليما كلما كانت النتائج التي يمكن الحصول عليها من أفرادها اقرب إلى الواقع و الحقيقة.

من خلال طبعا عدة طرق هي :

أ. الاستقصاء العام :توجه مجموعة من الأسئلة إلى عينة من جمهور مستهدف و المختار و فق ثلاث طرق هي، طريقة الاجتماعات- طريقة الحصص- الطريقة الجغرافية .

ب. العينة الثابتة ج. المقابلة د. إستمارة الاستبيان

## المحاضرة الرابعة. نشاط العلاقات العامة

### خطة المحاضرة

#### 1. خطوات تخطيط العلاقات العامة

- دراسة شاملة للمؤسسة
- دراسة الجمهور و تشخيصه
- تحديد المشاكل
- معالجة مشاكل الجماهير

#### 2. أنواع نشاط العلاقات العامة

- نشاط العلاقات العامة في المجال الحكومي .
- نشاط العلاقات العامة في مجال المنظمات الحكومية.

تتناسب برامج العلاقات العامة في المؤسسات العامة مع ما يرصد لها من ميزانيات و تختلف هذه البرامج باختلاف المؤسسات و تتناسب كذلك مع الأهداف التي تخطط لها تلك المؤسسات و مع هذا فان جميع المؤسسات تشترك في الأسلوب العلمي الذي تتبعه لوضع خطة سليمة ناجحة للوصول إلى الأهداف بأقصر وقت و اقل نفقات و جهد.

و لابد للمخططين لهذا النشاط من وضع خطوات متسلسلة و أهم هذه الخطوات هي .

#### 1. خطوات تخطيط العلاقات العامة .

أولا.دراسة شاملة للمؤسسة : و هي الخطوة الرئيسية و الحيوية الأولى للمخطط و يقوم فيها بالاطلاع على كل صغيرة و كبيرة و دراستها بشكل كامل كي يتعرف على وضعها و مشاكلها.

ثانيا.دراسة الجمهور و تشخيصه: إن دراسة جمهور المؤسسة أمر حيوي كي يتطابق مصالح و رغبات الجمهور مع دراسته و تضم هذه الخطوة تحديد الجماهير ذات العلاقة بالمؤسسة التي تهتم المؤسسة في كسب رضاها و تأييدها.

**ثالثا. تحديد المشاكل.** بعد دراسة المؤسسة و الجمهور تتضح للمخطط جميع المشاكل و العقبات التي تواجه المؤسسة و دور العلاقات العامة في مواجهتها و حلها و بناء على هذا لابد من التعرف على الجذور العميقة للمشكلة التي تولدت في تفكير الجمهور للتمكن من إحداث التأثير الفعال و إحداث الأثر المطلوب.

**رابعا. معالجة مشاكل الجماهير:** إن كل مجتمع سواء أن كان كبير الحجم أم صغير يتصف بحدوث بعض المشاكل و الاختلافات الناجمة عن تبيان الآراء و الاجتهادات بين أعضاء هذا المجتمع و لكي يكون الإداري ناجحا في عمله لابد له إن يقوم بدراسة ذلك و تشخيص هذه المشاكل و الاختلافات المعوقة للعمل ثم وضع انسب الحلول لذلك في وقت مبكر و قبل فوات الأوان حتى لا تصل إلى درجة الاستفحال و لكي يجنب مؤسسته جميع الأضرار المحتملة و المتوقعة نتيجة هذه المشاكل خصوصا الداخلية منها.

**أ. مشاكل الجمهور الداخلي:** بالنسبة للجمهور الداخلي في المؤسسة يشمل التخطيط الداخلي حل مشاكل العاملين و إلغاء متاعيمهم و معاناتهم و في ما يلي بعض الحلول المقترحة التي يمكن أن تجنب الإدارة بعض المشاكل و المعوقات .

- دعم العلاقات العامة ماديا و معنويا لتمكينها من إعداد برامج خاصة لتوثيق العلاقات الإنسانية بين العاملين و الإدارة.
  - تدريب و تأهيل الهيكل الإداري و وضع الموظف في القسم الذي يلائم اختصاصه.
  - فتح الدورات التأهيلية للموظفين الذين يحتاجونها.
  - وضع المحفزات المادية و المعنوية و المكافآت الأخرى للمبدعين أو المتميزين .
  - الاهتمام بعقد الندوات و الاجتماعات للهيكل الإداري و المنتسبين و مناقشة المشاكل و طرح الحلول المناسبة لها بين الحين و الآخر قبل تفاقم المشاكل و استفحالها.
- ب. مشاكل الجمهور الخارجي.** إن المؤسسة الإنتاجية أو الخدمة التي تبغي التوسع لابد أن تجابه اتساع و انتشار خدماتها و مبيعاتها و بالتالي زيادة أعداد زبائنها أو المستفيدين من إنتاجها أو خدماتها و هذا يعني ظهور المشاكل التي تواجهها بحكم تشابك علاقاتها ، إن كل إدارة تحاول القضاء على ما يواجهها من معوقات بالرغم من استحالة التوصل إلى علاقة مثالية خالية من المشاكل تماما بين الجمهور الداخلي و الخارجي.
- إن زبائن المؤسسة المستفيدين من إنتاجها أو خدماتها من غير الموظفين يسمون بالجمهور الخارجي و القائد الإداري الناجح يعمل على وضع أسس و برامج تقلل من وطأة المعوقات أو المشاكل التي تحدث مع الجمهور الخارجي من أجل استمرار مسيرة المؤسسة نحو تحقيق أهدافها من أجل ذلك تبدأ الدراسات و البحوث الخاصة بكيفية تشخيص نفسية الجمهور الخارجي لإنجاح عملية التعامل معهم و ضمان رضاهم النفسي بشكل جيد مع المحافظة على مصالح المؤسسة .

## 2. أنواع نشاط العلاقات العامة

### 1. نشاط العلاقات العامة في المجال الحكومي

و هو التوعية و الإرشاد و الإعلام في جميع المجالات الاقتصادية و السياسية و الاجتماعية و الثقافية و الدبلوماسية للوصول إلى مساندة الجماهير لها و مشاركتهم المعنوية و المادية في البرامج الشاملة التي تخطط لها الحكومة.

-كسب الرأي العام للسياسات الحكومية الداخلية و الخارجية.

- التعرف على توجهات الرأي العام و تقييم الخدمات العامة لوظائفها المحددة و مدى تلبيةها لرغبات الجمهور .

- العمل على دحض الشائعات و التصدي للحملات الإعلامية المضادة و إبراز الحقائق عن طريق مصارحة الجماهير

- الاهتمام بشؤون الموظفين الحكوميين .

## 2. نشاط العلاقات العامة في مجال المنظمات و الهيئات الحكومية

التعريف بأهدافها و سياساتها و توثيق الصلة و التعاون بين المواطن و المنظمة أو الهيئة الحكومية للوصول للهدف المطلوب.

- دراسة مواقف الرأي العام و نقل الرغبات و مطالب الجماهير العريضة للمسؤولين تمهيدا لإيجاد الحلول لها و تلبيةها وفق الظروف المتاحة

- الاهتمام بشؤون العاملين في تلك المنظمات و الهيئات الحكومية.

- الاتصال بالهيئات و المنظمات الحكومية المشابهة لتحقيق أفضل صورة من التعاون بينها في الداخل و الخارج .

- إصدار المواد الإعلامية المطبوعة و المسموعة و المرئية عن نشاطات المنظمة أو الهيئة الحكومية و تبادلها و توزيعها في الداخل و الخارج .

- توثيق كل ما تنشره وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيرية و غيرها من وسائل الاتصال الجماهيري في الداخل و الخارج .

- تنظيم الزيارات الرسمية و الخاصة .