

## الجزء العملي / محاضرة (1)

### تصميم برامج العلاقات العامة

تمر عملية تصميم برامج العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية بمراحل ست تتمثل فيما يلي :

1-تحديد الأهداف .

2- اختيار قطاع الجماهير التي نرغب الاتصال بها ودراسته .

3- ابتكار الرسالة وتحديد فكرة الرسالة .

4- تصميم الرسالة .

5 - اختيار وسائل الاتصال والتوقيت .

6- تقدير الإمكانيات البشرية والمالية .

وفيما يلي توضيح هذه المراحل

#### المرحلة الأولى - تحديد الأهداف:-

تحديد وتقدير الأهداف تعتبر أولى الخطوات التي يقوم بها الأخصائي في تصميم برنامج العلاقات فبعد التعرف على المشكلة وتحديد ما أعلى درجة ممكنة من الدقة يتم تحديد هذه الأهداف وهي عملية في غاية الأهمية ، فإذا لم تكن أهداف البرنامج معروفة بدقة فإن جميع المبالغ المنفقة على البرنامج تعد ضياعا ولا تجني المؤسسة من ورائها أية فائدة . ويجب أن تتضمن هذه الأهداف معايير تستخدم في قياس فعالية نتائج تنفيذ البرنامج ، وينبغي أن يكون واضحا أن جوهر برامج العلاقات العامة يستهدف دعم الآراء المؤيدة أو تصحيح وتبديل الآراء والمواقف المعارضة لكي تكون مؤيدة ، أو بتحويل الرأي العام المحايد أو السلبي إلى رأي عام فعال . كما أن هناك حملات تسعى إلى تكوين الشهرة والسمعة الطيبة للمنظمة ومحاربة الإشاعات الضارة وتصحيح المعتقدات الخاطئة التي تترسب في ذهن الجمهور المستفيد من خدمات المنظمة .ويمكن توضيح ذلك بعرض المثال التالي : ظهرت إشاعات عن وجود آثار ضارة حول التطعيمات الخاصة بالأطفال ، وانتشرت تلك الإشاعات في الريف وبين المواطنين في الأحياء الشعبية ، الأمر الذي تتطلب من المراكز الصحية تصميم ونشر حملة لتصحيح هذه المفاهيم . وقد يكون أهم مشكلاتنا الاجتماعية في الريف تعود بالدرجة الأولى إلى ارتفاع نسبة الأمية ومن ثم خططت حملات استهدفت إيجاد الإدراك لدى الفلاحين بهذه القضية ، وبلورة جهود وزارة الصحة في رعاية الأطفال كثروة قومية وأن رعايتهم ضرورة لتحقيق الرخاء ، وأنه من الضروري إجراء حملات لتحصينهم ضد الأمراض مثل شلل الأطفال والحصبة و التدرن أو تعبئة المواطنين للتبرع بالدم وغيرها من الحملات التي تجريها وزارة الصحة لاكتساب ثقة

الجماهير التي تنعكس أن عاجلا أو آجلا على صحة المواطنين وإسهامهم في خطط وبرامج التنمية والتقدم في المجتمع.

### المرحلة الثانية - دراسة الجماهير:

يعد الطريق المباشر لمعرفة الجمهور تحديد من هو؟ ماذا يعمل ما هي توقعاته؟ ماذا تعرف عنها؟ وكيفية تقييمها؟ ويهتم مخطط برنامج العلاقات العامة بمعرفة نوعية الجمهور وعاداته من حيث النوع والسن والمهنة وحجم الأسرة والطبقة الاجتماعية والاقتصادية والفئات التي يؤثر أو تشترك في اتخاذ القرارات أو تكوين الرأي وأماكن الإقامة وتقسيمهم إلى حضر وريف وغيرها. وقد نلجأ إلى بحوث الدوافع في الكشف عن العادات وأسباب التفضيل أو الرفض أو الحياد ويعتمد على هذه الدراسات في تخطيط مضمون الرسالة وتصميمها وكذلك في اختيار وسائل الاتصال المناسبة واختيار الوقت الملائم له ولجعل مجهودات الاتصال ناجحة.

### المرحلة الثالثة - فكرة الرسالة :

وهذه الخطوة تحدد الفكرة الأساسية التي تحملها الرسالة وبمعنى آخر مضمون الرسالة الذي يتم فيه التركيز على نقاط معينة تسعى لتوصيلها إلى الجماهير لتحقيق أهداف البرنامج وفي المثال السابق الذي أشرنا إليه ركز على فكرة أن الطفولة هي اشرافة المستقبل وفي رعايتهم تامين له وللأسرة وللمجتمع وتطوره.