

المحاضرة الثالثة

أنواع برامج العلاقات العامة:

أ - البرامج الإعلامية : تهدف إلى تكوين رأي عام مستنير مدرك للدور الذي تقوم به المنظمة وذلك عن طريق نقل المعلومات المتعلقة بإنجازاتها وتفسير سياستها وأهدافها للجماهير المختلفة .

ب - البرامج التأثيرية : تهدف إلى إقناع الجماهير واستمالتها لسياسة المنظمة وكسب التأييد لها وتحقيق التفاهم والتناغم بين المنظمة وجماهيرها بالإضافة إلى تأكيد السمعة الطيبة والصورة المشرفة لها في أذهان الجماهير .

ت - البرامج الترفيهية : تهدف إلى توثيق أواصر الود والمحبة بين المنظمة وجماهيرها وتجديد نشاط العاملين بها ودفع الملل الذي قد ينشأ عن العمل الجاد المستمر .

ث - البرامج التثقيفية : وهي تهدف إلى التثقيف في مجال العمل التعليمي المباشر أو مجال المؤسسة ككل أو مجال التنظيمات النقابية والإدارية أو المجال العمل السياسي وهو من أهم البرامج التي يجب أن يركز عليها رجل العلاقات العامة .

ج - البرامج الإعلامية الهجومية: ليست من النوع المستحب عادة إلا أنها في كثير من الحالات تكون بغرض منع وقوع ضرر أو درء بعض الأخطاء قبل حدوثها يستخدم فيها بعض أساليب الهجوم في وسائل الإعلام لكشف الخطايا التي تتصل بالمنافس ليتضح أن ما يقوله ليس الحقيقة أو على الأقل يترك الشك فيما يقول .

ح - البرامج الإعلامية الدفاعية : تكون في مواجهة حملة هجومية لذا يلزمها الحرص والحيطه في المادة المستخدمة في الدفاع تحاول أن تزيل الآثار التي خلفتها الشائعات أو الدعاية الكاذبة معتمدة في ذلك على حقائق دون تعديل أو إضافة وكشف الأكاذيب وتفنيدها بما لا يترك فرصة لإعادة الهجوم .ويمكن تقسيم برامج العلاقات العامة .

برنامج استقبال الشكاوى والرد عليها :

الشكاوى تكشف صعوبات أو أسباب سوء العلاقة بين المنظمة و جماهيرها وللشكاوي نوعين :

1- شكاوى خارجية : يحررها الجمهور الخارجي "مستهلك ، مسترشد ،مستخدم ، منتفع... الخ " ويجب هنا التحقق من صحتها أو عدم الرد عليها في وضوح مع التزام الحقيقة والواقع وإيجاد الحلول الملائمة لها .

2 - شكاوى داخلية : يحررها أفراد الجمهور الداخلي وغالبا ما تكون شكاوى تظلم لذا يجب دراستها والتحقق منها من قبل المستويات الأعلى ممن يتظلم منه ، والرد عليها عن طريق الإنصاف والعدل ومواجهة أي خطأ ومعالجته في شفافية ووضوح.