

## التخطيط لبرامج العلاقات العامة

برنامج العلاقات العامة هو مجموعة من الأنشطة والحملات الموجهة لتحقيق هدف ما، خاص جماهير معينة أو جماهير محددة أو بالجمهور العام، أو هو كل نشاط أو جهد موجه لتدعيم وكسب تأييد وثقة الجماهير، تستهدف تحقيق أهداف المؤسسة، فالبرنامج هو الآلية التي يتم بموجبها تفعيل الخطة بحيث تكون الخطة هذه جاهزة للتنفيذ.

وعليه فبرنامج العلاقات العامة يقوم على عناصر ومقومات وخصائص أهمها:

- أن يكون للبرنامج هدف محدد وواضح لجمهور المؤسسة.

- أن يراعي الدقة في اختيار الأدوات والأساليب التي تستخدم في البرنامج.

- أن يكون مستمرا ومتنوعا بتنوع الجماهير وتنوع احتياجاته.

- أن يكون قائما على عمليات بحث واستقصاء للجماهير.

أنواع البرامج في العلاقات العامة:

1- حسب حجم البرنامج وتعقيده:

- البرامج البسيطة: وهي البرامج التي تكون ذات أثر محدود وتهدف إلى تحقيق أهداف صغيرة

تصب لصالح الأهداف الكلية أو الكبيرة ومن أمثلتها:

- برامج الزيارات لمواقع المؤسسة المختلفة من قبل جمهور خارجي.

- برامج دعوة لضيف محدد أو احد زبائن المؤسسة المهمين أو شخصية ذات نفوذ وبساطة هذه البرامج

تكمن في إنها :-لا تكلف مبالغ كبيرة - لا تتطلب إشراك أكثر من أخصائي العلاقات العامة في إعدادها

أو تنفيذها، ويمكن أن ينطوي هذا النوع من البرامج أيضا تحت البرامج الموجهة نحو غرض محدود

تهدف المؤسسة من خلال تحقيقه إلى الحصول على تأييد جمهور معين أو البرامج التي تحاول مجاراة

الأحداث في البيئة المحيطة مثل حالة المشاريع التي تقام في وسط جماهير لا تعي أهميتها.

-البرامج الكبيرة والمتعددة الاتجاهات والتأثير:

وهو البرنامج الذي يشترك في أعداده مجموعة من المتخصصين في العلاقات العامة ومن ذوي الخبرة

الطويلة نسبيا وقد يستعان في أعداده بمستشار أو أكثر خاصة إذا كان البرنامج يستدعي استخدام

أكثر من وسيلة من وسائل الإعلام لتحقيق أهدافه. إن البرامج الكبيرة لابد أن يكون من ورائها هدف

كبير يهدف لإقامة علاقات واسعة مع مجتمع معين أو محاولة الدخول إلى سوق أو بلد لأول مرة وغير

معروفة بالنسبة للمؤسسة، وهذه البرامج تحتاج إلى جهود كبيرة ودراسات مختلفة ومتعمقة عن

الجمهور وللوسائل الإعلامية الأكثر فعالية حتى تحقق الهدف المعين للموضوع.

برامج حسب الموقف الذي تتعرض لها المؤسسة:

#### -البرامج الهجومية:

تُعتبر هذه البرامج غير مناسبة، لكن تستخدم لمنع الضرر والخطر قبل وقوعه، كأن تتوقع شركة من أحد منافسيها خطر ما، فهنا يكون الهجوم مبرراً للدفاع عن النفس وتهدف لتكوين رأي عام عن أهداف المؤسسة، تهدف إلى منع وقوع ضرر معين ودرء الأخطاء قبل حدوثها وذلك عن طريق كشف وفضح نوايا من يريد الإضرار بالمؤسسة. وهذا النوع من البرامج غير مستحب في العادة وإنما للضرورات أحكام.

#### -البرامج الدفاعية:

تتطلب هذه البرامج الحيطة والحذر في الوسيلة المتطلبية في الدفاع؛ لأنها تواجه برامج هجومية من شركات منافسة، ومن أهداف هذه البرامج إزالة الآثار التي خلفتها الإشاعات والدعاية والأكاذيب، معتمداً على كشف وعرض الحقائق دون تغيير؛ مبرهنناً ذلك بالأدلة والحجج والبراهين التي لا تقبل شك، حتى لا تعود للهجوم مرة أخرى. وتهدف إلى إزالة الآثار التي نتجت عن الحملة الهجومية  
برامج حسب أمد التخطيط وطبيعة تنفيذ الخطة:

-البرامج الوقائية نشير إلى أن التخطيط الوقائي هو التخطيط المستمر الذي يعتمد عليه العلاقات العامة، ويرتبط هذا النوع باستخدامه عند مواجهة مشكلة ما وفي أوقات الأزمات والكوارث فنشاط العلاقات العامة يضمن للمؤسسة التكيف مع البيئة المحيطة ويقلل من فرص نشوء المشكلات قبل حدوثها وهو التخطيط الدوري والمستمر للمؤسسة. وهذه البرامج لم تكن معروفة في مجال عمل العلاقات العامة والذي أدى إلى لفت الأنظار إليها وبدء العمل بها هو كثرة البرامج العلاجية التي كانت تنفذها المؤسسات بسبب كثرة المش اكل والأزمات التي كانت تتعرض لها، ويجب مراعاة أمرين مهمين عند البدء بالتخطيط للبرامج الوقائية ووضع أهدافها وهما: توعية الجماهير بأهداف التخطيط والإحاطة بمستويات ومواقف الجماهير المختلفة، تدريب وتأهيل القائمين على التنفيذ وتمليكهم الأساليب المطلوب إتباعها.

-البرامج العلاجية : نشير إلى أن التخطيط العلاجي يستخدم لمواجهة مشكلة تواجهها المؤسسة

تستخدمه العلاقات العامة لعلاج أعراض غير عادية مما يجعل أنشطة العلاقات العامة مجرد ردود أفعال لما يحدث في بيئة المؤسسة.

وتسمى أيضا برامج الطوارئ والأزمات وهذه البرامج يلجأ إليها أخصائي العلاقات العامة في حالة بروز مشكلات طارئة تعيق مسيرة عمل المؤسسة أو تؤثر على عملها سلباً بصورة من الصور وفي مثل هذه البرامج لا يتوفر لأخصائي العلاقات العامة الوقت اللازم للتمعن والتعمق في البحث والدراسة اللازمين لوضع خطة لبرنامج فعال ومحكم، وبالرغم من فجائية المشكلة وفقدان الوقت اللازم إلا انه يجب على إدارة العلاقات العامة التصرف ووضع الحلول المناسبة للأزمة الطارئة لأنها هي الجهة المسؤولة

عن ذلك في أي مؤسسة، وهذه المسؤولية تفرض على أخصائي العلاقات العامة أن يكون مؤهلاً علمياً ولديه القدرة علي الإدارة والسيطرة والتحكم حتى لا تخرج الأمور عن نطاقها وهذا كله لا يمكن أن يتوفر في أخصائي العلاقات العامة فجأة وإنما يحتاج إلى إعداد تصورات مسبقة يبني عليها خطط وبرامج نظرية لحين الحاجة.

من مه ام وأهداف البرامج العلاجية نجد:

- الحفاظ على ثقة الجماهير بالمؤسسة.
- إبراز الكوارث والمشاكل على أنها أشياء طارئة واستثنائية في حياة المؤسسة وليس شيء أصلياً لديها.
- تسعى هذه البرامج إلى الحفاظ على الوضع القائم ومنعه من التدهور والتفاقم.