

## المحاضرة الرابعة عشر : الإجراءات التنفيذية لبرامج العلاقات العامة

### أولاً : البحث

- . تعريفه
- . أهميته
- . أساليبه
- . أهدافه
- . أنواعه
- . مراحلہ

### ثانياً : التخطيط

- . تعريفه
- . مراحل أعداد الخطة
- . أنواع التخطيط
- . مكونات الخطة

### ثالثاً : الاتصال

- . تعريفه
- . الإقناع
- . عناصره الأساسية
- . مفاتيح عملية الإقناع

### أولاً : البحث

تبدأ أنشطة العلاقات العامة بالبحث ، فأنت لا تستطيع أن تكتب إذا لم يكن لديك معلومات تستند إليها عما تريد الكتابة عنه ولا تستطيع أن تكتب لشخص أو لمجموعة أشخاص لا تعرف عنهم شيئاً .

### دور البحث :

١- البحث يعطينا معلومات لنستند إليها عما نريد أن نطرقه كما أنه يعطينا الخلفية التاريخية والأبعاد المكانية والزمانية للمشكلة ويساعدنا على التنبؤ بما ستؤول إليه في زمن معين .

٢- والبحث يحدد لنا صفات الجماهير وأبعادها التي تريد أن نتعامل معها والبحث يساعدنا على معرفة الوسيلة المناسبة للجمهور المناسب ، والمكان المناسب .

٣- والبحث يساعدنا على معرفة الرسالة المناسبة للجمهور المناسب ومن خلال الوسيلة المناسبة .

## تعريف البحث :

يعرفه كوتليب وزملاؤه بأنه " الجمع المنظم للمعلومات لوصف ، ثم فهم المواقف وجمع المعلومات عن الجماهير ومواقفها المتوقعة " .

## أهداف البحث :

- ١- يحدد أسس تصرفات الجماعة .
- ٢- يقيس الرأي الحقيقي لكل مجموعة .
- ٣- يحدد قادة الرأي الذي يؤثرون في المجموعة .
- ٤- يقلل التكاليف عن طريق جعل التركيز على الأهداف الحقيقية .
- ٥- معرفة تأثير الرسالة والوسيلة .
- ٦- تحديد الوقت المناسب لبرنامج .
- ٧- نحصل على ردود فعل الجمهور .
- ٨- المناطق الحساسة بالنسبة للرأي العام .

## أمور يجب مراعاتها لإظهار أهمية البحث :

- ١- تميل الجماهير إلى أن تتوزع إلى جماعات تجمعها رغبات ومصالح محددة .
- ٢- تضخم المؤسسات وكبر حجمها مما جعل الإدارة العليا فيما تنعزل عن الجماهير .
- ٣- يساعد البحث على التمييز بين المشكلات الملحة ، والمشكلات المتصورة .
- ٤- يمدنا البحث بحقائق تبنى عليها برامج العلاقات العامة .
- ٥- يساعد البحث على انتشار فكرة معينة أبرزها البحث .

## أنواع البحث :

- ١- بحوث تاريخية : نبحث فيها عن تجارب الآخرين .
- ٢- بحوث استطلاعية : نحاول فيها أن نستطلع مشكلة معينة هل هي موجودة أو غير موجودة .
- ٣- بحوث تفسيرية : وهي التي نستخدمها لتفسير لنا ظاهرة برزت ولا نعرف أبعادها .
- ٤- البحث الوصفية : وهي التي بواسطتها نقوم بوصف ظاهرة معينة وجدناها .
- ٥- البحوث التحليلية : وهي التي تقوم بتحليل المحتوى .

## أساليب إجراء البحث :

### ١- أسلوب الملاحظة :

وهي أسلوب بحثي يقوم على رصد السلوك وردود الأفعال عن طريق مراقبة التصرف .  
وهي تنقسم إلى :

أ- ملاحظة مقننة : وهي التي ترصد ردود تتسم بالتخطيط

ب- ملاحظة غير مقننة : وهي التي ترصد ردود الفعل من غير إعداد مسبق .

### ٢- أسلوب المقابلة :

وسيلة من وسائل جمع المعلومات يوم الباحث بإجراء مقابلة المبحوثين ، مستخدما في ذلك وسيلة معده سلفا وتنقسم إلى قسمين :

أ- المقابلة المقننة : وهي التي يصمم لها استبانة خاصة بها .

ب- المقابلة غير المقننة : وهي التي تترك لظروف المقابلة .

وأسلوب المقابلة يقيد في حالة الذي لا يعرفون القراءة .

### ٣- أسلوب الاستبيان :

وهي الذي تصمم فيه استبانة بقصد استقصاء آراء المسفتين .

ويتكون من عناصر متعددة :

أ- عناصر شخصية .

ب- عناصر تتعلق بالرأي المراد قياسه .

وتتكون الاستبانة عادة من أسئلة وقد تكون أسئلة الاستبانة ، كلها أو بعضها ، من النوع المفتوح .

### طرق إجراء البحث :

قد يتم إجراء البحث عن طريق الاتصال الشخصي ، أو عن طريق إرسالها بالبريد مصحوبة ، وقد يجري البحث عن طريق الاتصال الهاتفي

### مراحل البحث :

يمر البحث عادة في عدد من المراحل التي لا بد أن تنسق إحداها الأخرى وذلك حسب الأتي :

أولاً : تحديد المشكلة

ثانياً : وضع الفروض

ثالثاً : اختيار أداة البحث :

وهي التي تساعدنا على جمع المعلومات من المصادر ، والبحث أدواته الرئيسية ثلاث سبق ذكرها وهي :

الملاحظة ، والاستبيان والاستفتاء عن طريق الهاتف .

رابعاً : اختيار العينات :

إذا كان المجتمع الذي سيجري عليه البحث قليلا ويمكن شمول جميع أفراداه في البحث فذلك أفضل استخدام العينة قد يكون المجتمع كبيرا يصعب - وقد يستحيل - شموله ، فعندئذ نلجأ إلى أسلوب العينة

**العينة :** هي عبارة عن أسلوب يتبع لاختيار عدد محدود من مجتمع البحث تجرى عليه الدراسة .

وهناك عدد من الطرق لتحديد العينة :

أ- العينة العمدية

ب- العينة المريحة

ج- العينات العشوائية : وهي تختلف طبقاً للقصد من البحث ومن بينها :

١- العينة العشوائية البسيطة .

٢- العينة العشوائية المنتظمة .

٣- العينة الطبقية .

٤- العينة المركبة

خامساً تدريب الباحثين :

وهي عملية مهمة إذ يعتمد على كفاءتهم بنجاح البحث أو فشله .

سادس : تحليل البيانات :

كان تحليل البيانات من قبل عملية شاقة لكن تطور الحاسبات الآلية قلل من ذلك العناء

سابعاً : تفسير البيانات :

مرحلة تفسير البيانات هي المرحلة ما قبل الأخيرة من مراحل إجراء البحث .

ثامناً : إيصال النتائج إلى صناع القرار :

أن تفسير البيانات بعد تحليلها لا يكفي للوصول إلى النتائج المرجوة من إجراء البحوث ما لم يدعم ذلك

اتصال فعال بمن يملك سلطة المساعدة

ثانياً : التخطيط

تعريفه : (( عملية إدارية مقصودة يتم بموجبها تحديد الأهداف عن طريق تعيين السياسات الموصلة إلى

الأهداف بأفضل البدائل المتاحة )) .

وهو الخطوة الثانية التي تلي عملية البحث .

ويشير كثير من منظري العلاقات العامة إلى أن أسلوب الإدارة بالأهداف هو أنسب أسلوب للتعامل مع مشكلات العصر .

**ولكن يكون التخطيط سهل التنفيذ فلا بد من أتباع الخطوات التالية :**

- ١- تحديد الأدوار والواجبات .
- ٢- تحديد مناطق الوصول ، وكيفية الوصول إليها .
- ٣- تحديد مناطق التأثير .
- ٤- اختيار الأولويات المراد البدء بها .
- ٥- تجهيز خطة عمل .
- ٦- تحديد السياسات والقواعد والتعليمات .
- ٧- تحديد الإجراءات التي ستتبع في التنفيذ .

## أنواع الخطط :

والخطط نوعان :

**أ- الخطط العلاجية :**

وهي التي توضع لعلاج مشكلة برزت بحيث لم تكن في الحسبان ، أنها كانت متوقعه ولكن ليس بالحجم الذي برزت به وتسمى أيضاً بخطط الأزمات

**ب- الخطط الوقائية :**

وهي التي توضع للوقاية من الوقوع في الزلل ، أو هي التي توضع لكي تقي من الأخطاء التي يحدثها عدم التخطيط أو العمل عشوائياً نتيجة ردود فعل لعمل آخر .

## أنواع التخطيط من حيث الزمان :

**١- خطط قصيرة الأجل :** وهي التي تتراوح مدتها بين سنة وثلاث سنوات .

**٢- خطط متوسطة الأجل :** تكون مدتها خمس سنوات .

**٣- خطط طويلة الأجل :** وهي التي توضع لمواجهة توقعات المستقبل البعيد ويكون خمس سنوات وعشرين سنة .

## مراحل إعداد التخطيط :

- ١ . جمع المعلومات عن المؤسسة
- ٢ . تحليل البيانات
- ٣ . التعرف على أبعاد المشكلة
- ٣ . دراسات الحالات المماثلة وتحليلها
- ٤ . الموازنة بين الحلول المتعددة لمواجهة المشكلة
- ٦ . تحديد المطلوب فعله بما يمكن وصفه
- ٧ . يأتي وضع الخطة في صيغتها النهائية

## مكونات الخطة :

- ١ . المقدمة : تحتوي على الأسباب التي دعت إلى وضع الخطة .
- ٢ . الأهداف : وهي ما تهدف الخطة إلى بلوغها .
- ٣ . الرسالة : وهي الإمكانيات التي ستساعدنا على الوصول إلى الأهداف المراد بلوغها .
- ٤ . التكاليف المادية : فأي خطة لا تخلو من تكلفة مادية لتنفيذها .
- ٥ . أسلوب متابعة التنفيذ .

## ثالثاً الاتصال

يمكن النظر إلى مرحلة البحث ، ومرحلة التخطيط على أنهما تمهيد لعملية الإتصال التي هي عصب أنشطة العلاقات العامة

تعريفه : " التفاعل بالكلمات ، أو الحروف أو الوسائل لتبادل الأفكار والآراء "

عناصر الاتصال الأساسية :

- ١ . المصدر
- ٢ . استخدام الرموز
- ٣ . الرسالة
- ٤ . تفسير الرسالة
- ٥ . المستقبل
- ٦ . ردود الفعل المتحققة

## الإقناع

الإقناع هدف أساسي للاتصال وهو كذلك من أهم من أهداف العلاقات العامة ويصف لورانس ولت الإقناع الجيد بأنه ذلك الذي يراعي عددا من المكونات وهي :

- ١ . مصداقية المصدر
- ٢ . ربط الفكرة بمصالح الجمهور
- ٣ . وضوح المعنى
- ٣ الإلحاح
- ٥ . من أجل أحداث تأثير مقنع لا بد أن تحوي الرسالة إحياء واضحا .
- ٦ . اختيار الرسالة قبل إرسالها .
- ٧ . استخدام عدد من الإجراءات في الأسلوب ، مثل استخدام الجمل القصيرة .
- ٨ . محاولة أن تكون الرسالة أليفة .

## أخطاء الاتصال

- ١ . عدم المقدرة على الاستماع الجيد .
- ٢ . التعبيرات الحركية لها دور كبير في أداء المغزى المراد إرساله .
- ٣ . استخدام ضمير المخاطب أقرب إلى قلوب المخاطبين من استخدام ضمير المتكلم .
- ٤ . بعض الذين يعملون في الإتصال يكتب أو يتكلم .
- ٥ . الجهل بالمتلقين .
- ٦ . عدم الاعتراف بأن الاتصال الناجح هو استخدام قناتين .



## المفاتيح التي تساعد على عملية الإقناع :

- ١ . معرفة الجمهور معرفة صحيحة .
- ٢ . اختيار القناة المناسبة
- ٣ . اختيار الوقت المناسب .
- ٤ . اختيار الرسالة المناسبة .
- ٥ . اختيار الكلمات المناسبة .

