

حمله الدعايه الفعاله في التعداد الضروريه لأنها 90 في اجاح التعداد بصفه عامه فعن طريق زياده فهم الجمهور لاغراض التعداد تتحسن معدلات الاجابه وتزداد جوده نوعيه البيانات وينبغي ان تكون العلاقة وثيقه بين استراتيجيه الدعايه وعمليه جمع البيانات ومن الضروره الاعلان المعلومات الهامه التي تبين موعد التعداد وكيف تنظيمه وما هو متوقع من الجمهور العام وكيف يمكنه الحصول على المزيد من المعلومات عن التعداد ومن شأن فهم الجمهور لجوانب التعداد هذه ان يسهم في تحقيق ثلاثة غسيل العمليات جمع البيانات ويتفاوت حجم ودرجه تعقد حمله الدعايه تابعه للاوپاع في البلد المعنى والاموال المتاحه لهذه الحملات وغالبا ما يجري في التخطيط للتعداد التغاضي عن تكلفه حمله الدعايه غير ان من المهم ان تتضمن موازنه التعداد ما يكفي من الموارد لضمان جوده النتائج ومع ان حمله الدعايه يمكن ان تتبادر في بين البلدان الا ان اهداف ونطاق حمله الدعايه الجيد واحتياجاتها التخططيه تبقى واحده في كل تعدادات وينبغي ان تراعيه خطط الاعلام الفعال للجماهير كافه القضايا التي يمكن ان تؤثر في التفاعل بين هئه التعداد والأشخاص الذين يجيبون على الاسئله وليس هذا التخطيط سهلا ومن غير ممكن القيام به في اخر لحظه لذلك ولتحقيق نواتج جيدة ينبغي النظر بعنایه في قضايا السياسات في اطار الخطط العامه للتعداد ومن الضروري ان يلقى التخطيط للدوايع المسانده من هئه التعداد وان يرى موظفو الهيئة والجمهور خارجها ان يلقى هذه المسانده ومن المستصعب جدا ان تستعمل هيئات التعداد عناصر اتصال محترفين في تخطيط وتنفيذ حمله الدعايه وتكميل منافع هذا النهج في انه يضمن ان الحمام من وضع محترفين احتياجات هئه التعداد وهذا من شأنه ان يسهل لاداره التعداد التركيز على العمل الاساسي المتمثل في اجراء عده ما يمكن ان ويمكن في مراحل التخطيط الاولى ندب المديرين الرئيسيه المتخصصين بالاتصالات في هئه التعداد ان وجروا العمل على التعداد او تعين استشاريين من خارج الهيئة ويمكن ان تجد الهيئات المعنى ايضا ان حمله الدعايه امتداد طبيعي ليات برامج دعايه جاريه موجهه لفئات الموجبين على الاسئله والجهات المستعمله للبيانات الناجمه وتكون استخدام حمض الدعايه جاريه في انه لها صله مع وسائل الاعلام وتلعب دورا في اثاره الصوره لدى عموم المجتمع يمكن الاستفاده من هذا في زياده انتصار الوعي بالتعداد