

## المحاضرة رقم 02

تعد العلاقات العامة واحدة من أهم المجالات في الاتصال والاعلام، حيث تتجلى أهميتها من خلال دورها الفاعل في خلق علاقة اتصالية إيجابية بين المؤسسة وجمهورها، وقد أدى تطور المؤسسات المعاصرة الى احتلال العلاقات العامة كضرورة كبرى فرضتها المنافسة التي تسعى اليها المؤسسة لأجل البقاء والمحافظة على الجمهور.

وقد أدت الجهود النظرية والممارسة العملية في مجال اعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة المعاصرة الى ظهور العديد من المصطلحات والمفاهيم الهامة التي تنم عن دلالات خاصة يجب على المهتمين والباحثين في هذا المجال معرفة معانيها بدقة حتى تتحقق الأهداف المرجوة ويكون هناك اتفاق عام على معانيها التي تخدم هذا النوع من الفن الاتصالي الذي أصبح له مكانته الهامة.

**الاعداد والإنتاج:** هناك من يرى هذين المصطلحين في الممارسة الإعلامية على انهما عملية واحدة، والبعض الآخر يراها مكملتان لبعضهما البعض، والبعض الآخر يرى كل من هاتين العمليتين تختلف عن الأخرى ولكل واحدة منها أسس وطرق في التنفيذ.

**الاعداد:** عملية الاعداد لمواد وأنشطة العلاقات العامة هي الشروع العملي في التجهيز لمكونات وعناصر تلك المواد والبرامج.

**الإنتاج:** عملية تنفيذ او انتاج هي الاستفادة من العناصر التي تقوم بتجهيزها والخروج بأشكال نهائية للأنشطة والبرامج.

**المواد الإعلامية:** النوع الاتصالي الذي يستخدمه ممارسي العلاقات العامة لمعرفة النشاطات المقدمة من طرف المؤسسة.

**المراسيم والفعاليات:** تعتبر واحدة من المجالات التي تنشط إدارة العلاقات العامة سواء كانت عمومية او خاصة في أدائها لكونها من الاختصاصات الهامة في مجال العلاقات العامة، ويقصد بالمراسيم تلك الجهود الإجرائية التحضيرية والتنفيذية التي تتم بها عملية التخطيط والتنفيذ للأنشطة والبرامج التي تعدها أقسام العلاقات العامة.

المراسيم والفعاليات مرتبطتين بالبرامج المباشرة التي يلتقي بها بالجمهور مثل اللقاءات، الاحتفالات، الأنشطة التي تقدمها إدارة العلاقات العامة وتجمع بين المسؤولين والجمهور.

**البروتوكولات:** يرتبط هذا المفهوم الى حد كبير بالمراسيم والفعاليات ونعني به الطريقة الإجرائية المحكمة والمنضبطة والمنظمة لتسيير الأنشطة والفعاليات التي تنظمها إدارة العلاقات العامة، ويزداد دور هذا الأخير كلما زادت أهمية الشخصيات المستضافة.

**الاتصال المؤسسي:** يعد من الأنشطة المؤسسية التي أفرزتها الممارسة العملية المتطورة والحديثة للعلاقات العامة، وفرض هذه الظاهرة نفسها الى درجة تغيير تسمية أقسام العلاقات العامة الى الاتصال المؤسسي.

## تكوين فكرة المواد الإعلامية المقروءة 'المكتوبة'

تتكون بشكل عام من عنصرين وهما المحتوى والعناصر الخارجية.

### 1/ المضمون (المحتوى).

يُعرف المحتوى أو المضمون بالرسالة التي تُود مؤسسات العلاقات العامة في توصيلها إلى الجمهور المستهدف؛ وذلك من أجل التأثير عليهم ويكون هدفه خلق وتكوين صورة ذهنية مناسبة لدى الجمهور عن المؤسسة أو شركة أو منظمة ما؛ مما يؤدي إلى تبادل المصلحة من خلال تبادل السلع والخدمات والأعمال التي تُقدمها المؤسسة، ويُعد هناك أهمية مُلحة لمحتوى مواد العلاقات العامة من كونها الوسيلة التي يتم من خلالها التأثير على الجمهور، وإقناعه في التفاعل الإيجابي مع المؤسسة وأعمالها.

وبالإضافة إلى أن عملية إعداد المحتوى لها دور بالغ الأهمية، من حيث إنتاج محتوى رسائل العلاقات العامة بطريقة محكمة ومهنية إعلامية وتجعل طريقة التأثير ناجحة ومضمونة، وكما يجب الأخذ بعين الاعتبار الهدف من إعداد المطبوعة للعلاقات العامة، وحيث تُعتبر المطبوعات الوسيلة المناسبة لتحقيق أهداف العلاقات العامة والمحتويات التي تحملها المطبوعات تكون منسجمة من أهدافها نحو الجمهور. فالعلاقة بين المطبوعات والأهداف في العلاقات العامة تكون بسيطة، فكلما كانت أهداف العلاقات العامة بسيطة يكون من السهل تحويلها إلى رسائل اتصالية مقروءة ذات عناصر تأثيرية فعالة، وكلما كان الهدف واضح كلما كان استخدام القالب الأمثل في توصيله إلى

الجمهور، وكما تُعتبر الوسيلة الإعلامية من الضروري أن يكون المحتوى في رسالة العلاقات العامة مناسب مع الوسيلة الإعلامية، ومن المهم اختيار الوسائل التي تحمل مضامين العلاقات العامة ومدى تناسبها للظروف المحيطة والإمكانات المتاحة.

ويكون الهدف الأساسي للمطبوعات أن تستهدف الجمهور بشكل عام ممن يقيمون في منطقة معينة، وقد يتقيد محتوى مطبوعات العلاقات العامة لجمهور محدد من مختلف شرائح المجتمع، وهذا يتطلب من ممارسي العلاقات العامة أن يضعوا اعتباراً بالغاً لخصائص الجمهور المستهدف عند إعداد المطبوعات المتضمنة للمحتوى الموجه للجمهور، وكما أنه من الضروري مراعاة الظروف الاجتماعية والاقتصادية في البيئة التي تقوم العلاقات العامة بأنشطتها من خلاله، والتي يجب أن تُراعيها مضامين العلاقات العامة مما يجعل الاهتمام بهذا الموضوع شيئاً مهماً. ومن الناحية الاجتماعية من المهم أن تُراعي العلاقات العامة المعايير والقيم المجتمعية، بينما في الجوانب الاقتصادية أن تُناسب رسالة العلاقات العامة مع الأوضاع الاقتصادية وألا يكون هناك شيء من المبالغة فيه.

وفي إطار إعداد محتويات المواد الإعلامية المطبوعة يجب على المكلف بالعلاقات العامة ان يراعي بعض النقاط وهي:

- الهدف من اعداد المطبوعة.
- الوسيلة الإعلامية.
- خصائص الجمهور المستهدف.
- الظروف المحيطة.

## 2/ العناصر الاخراجية:

تقوم عملية إعداد مطبوعات العلاقات العامة على عنصرين رئيسيين وهما: العنصر التيبوغرافي ويقصد به طريقة رسم الحروف في المطبوعات، والعنصر الجرافيكي، يقصد به محسنات تقديم المادة المطبوعة في شكلها النهائي مثل الصور، الأشكال والرسوم، الألوان، وليس هناك فرق من الجوانب المهنية بين إخراج المطبوعات بشكل عام ومطبوعات العلاقات العامة.

العناصر التي تقوم عليها عملية إخراج المطبوعات:

- العنصر التيبوغرافي: وتستخدم الحروف في المطبوعات عموماً وفي مطبوعات العلاقات العامة بغرض، كتابة النص، كتابة العناوين، وهناك دور هام جداً للحرف وتأثيره في رسالة العلاقات العامة إذ يعتبر الهدف

الرئيسي من مراعاة اختيار حروف الطباعة هو تحقيق يسر القراءة الذي يمكن أن يحصل بمراعاة جوانب عدة منها، حجم الحروف وتناسب حجم الحرف ويتحقق يسر القراءة في الحروف الصغيرة.

■ **حجم الحروف:** يُعد تناسب حجم الحروف ويعمل على تحقيق يسر القراءة، فالحروف الصغيرة الحجم تعوق القراءة ولا داعي لاستعمال حروف كبيرة جداً.

■ **نوع الحروف:** يحقق هذا النوع جمالية محددة تجذب الجمهور على القراءة، حيث أنّ بعض مؤسسات المطبوعات أصبحت تمتلك نوع حروف معينة، وتُعتبر لها حقوق الملكية تستحق المساءلة القانونية.

■ **تباعد الحروف:** حيث يؤدي تداخلها إلى خلل في قراءة الكلمات والجمل من جانب فني بفراغات تساهم على إمكانية تكوين الكلمات.

■ **المسافة البيضاء بينها:** هي التي تعمل على حماية الكتابة من عدم التداخل الذي يعمل على اختلال في فهم معنى المحتوى، وتُعد العلاقة بين طريقة رسم الحروف ومطبوعات العلاقات العامة أصلية وعميقة، باعتبار أنها تساعد بطريقة أساسية في الكتابة محتوى العلاقات العامة المقروءة بالكثير من أنواعها مثل، الرسائل الإعلامية، الصحف، الإعلانات.

■ **العناصر الجرافيكية:** هي عبارة عن الكثير من العناصر المرئية التي لا تتكون منها الحروف والكلمات مثل الصور، الرسوم، الأشكال، ويكون الهدف من هذه العناصر هو تحقيق عامل الجذب من قبل الجمهور القارئ للمادة الإعلامية.