

المحاضرة الثامنة: تابع: المنطلقات الأساسية لبرامج العلاقات العامة.

رابعا: الرسالة: • تعرف الرسالة على أنها "الإشارة التي تنقل الفكرة من المرسل إلى المستقبل وذلك من خلال وسيلة أو عدة وسائل" ومن صور الرسالة ما يلي:

-الاتصال الشخصي - النشرات المحددة - الصحافة -الاتصال الهاتفي - الملصقات العامة
-الإذاعة - الاتصال البريدي - التلفزيون - الانترنت .

- الأمور التي يجب أن تراعى في الرسالة الناجحة: (1) لكل جمهور خصائص يجب مراعاتها، (2) أن تكون ذات تكلفة اقل، (3) مراعاة لغة الجمهور، (4) الصياغة المناسبة، (5) لكل وسيلة طابع مميز لها (6) التأثير الأكبر، (7) اختيار التوقيت المناسب، (8) الجماهير الأكثر.

أساليب عرض الموضوعات:

(1) عرض الموضوع بالتفصيل ثم عرض الملخص في النهاية. (2) عرض الملخص في البداية ثم شرح الموضوع بعد ذلك. (3) عرض مقدمة ثم عرض الموضوع بالتفصيل ثم عرض الملخص للموضوع في النهاية.

خامسا: الوسيلة: • الوسيلة هي "الأداة المستخدمة في نقل رسالة معينة من المرسل إلى المستقبل" وكما هو معروف فإن: (1) لكل وسيلة جمهورها الذي يتابعها ويتأثر بها، (2) لكل وسيلة خصائصها التي تميزها، (3) لكل جمهور وسيلته المفضلة: ومن أهم وسائل الاتصال:

أ) الاتصال الشخصي: • وهو أقدم الوسائل وأكثرها تأثيرا وهو يعتمد على عدد من: المميزات منها جاذبية المتصل - مكانة المتصل - أهمية اتصاله - إمكانية شرح الأشياء الغامضة - كذلك حياء المستقبل وبالتالي استعدادة لقبول ما يعرضه المرسل) - ولكن من عيوبه: ليست متيسرة لكل متصل - ليست متيسرة لكل جمهور - تنفع عدد محدود من الجماهير.

ب) الاتصال الهاتفي: • وهي وسيلة معدلة من الاتصال الشخصي ومن: - مميزات هذه الوسيلة أنها تصلح مع الأعداد الكبيرة - كما أنها توفر الوقت والتكلفة. - ولكن من عيوبها قلة التأثير مقارنة بالاتصال الشخصي - إنعدام تأثير جاذبية المتصل إلى حد ما.

ج) الملصقات: • وهي وسيلة من: - مميزاتا تفرض نفسها على من يمر بجوارها - هي موجودة بصورة دائمة - ومن عيوبها حيز الرسالة محدود - من الممكن أن تتعرض لحوادث مثل التعرية مثل الشمس والمطر والغبار.

(د) النشرات : • وهي وسيلة مطبوعة تنتجها المؤسسة لمصلحتها وتوجهها إلى الجماهير حسب نوعيتهم: - ومن مميزاتهما هي وسيلة مؤثرة إذا بنيت على خصائص الجمهور - حجمها قابل للتحكم فيه طبقا لمحتوى الموضوع - عددها يتحكم فيه من ستوزع عليهم . - من عيوبها عملية توزيعها - درجة جاذبيتها - تأثيرها كلها أمور ترتبط بإخراجها وصياغتها .

(ه) الصحف المطبوعة : • وهي تتعدد وفق الغرض وحسب الجماهير فهي توجه عادة إلى جماهير معينة مثل الجريدة التي تنشر في بلد معين فهي تكون موجهة إلى جماهير هذه البلد ، قد تكون موجهة إلى جماهير نوعية مثل المجلات التي توجه إلى المرأة أو الرياضي مثلا .. - من مميزاتهما يمكن قراءتها في أي زمان ومكان وإثناء سماع الراديو أو تناول الطعام وغيرها - ومن عيوبها أنها تتطلب القراءة والكتابة - قد تنقل أخبار متأخرة.

(و) الإذاعة : • وهي الوسيلة الأوسع انتشارا حتى بعد ظهور التلفزيون والأقمار الصناعية . - ومن مميزاتهما غير محددة بوقت ولا بمكان ولا بوضع المستمع - كما أنها تتضمن عدد من الوسائل المتخصصة مثل برامج المرأة والرياضة وغيرها - كما أنها تشجع على خصوبة الخيال . - ومن عيوبها قد يفقد المستمع بعض أجزاءها إذا لم يصغ إليها من البداية - كما أنها تركز على حاسة السمع .

(ي) التلفزيون : • وسيلة مؤثرة لما تتميز به من جاذبية. - ومن أهم مميزاتهما الجمع بين الصوت والصورة والحركة والآنية - تتضمن الكثير من الوسائل الفرعية. ومن وسائلها الفرعية أشرطة الفيديو بما لها من فوائد . - من عيوبها أنها ترتبط بوجود التيار الكهربائي - تحد من خصوبة الخيال.

(ز) الانترنت : • وهي أحدث الوسائل المستخدمة في العلاقات العامة وتحظى بشعبية كثيرة . - ومن مميزاتهما سرعة الانتشار - القدرة على التأثير في أعداد كبيرة من الجماهير - ومن عيوبها أنها تتطلب مهارة خاصة في تلقي الرسائل عبر هذه الوسيلة كما أن متابعتها تتطلب بعض التكاليف . - وعموما يمكن القول أنه : يجب على رجل العلاقات العامة التعامل مع كل أو بعض هذه الوسائل من أجل الوصول إلى أكبر عدد من الجماهير .