

الاتصال في العلاقات العامة ووسائله

الاتصال في العلاقات العامة



الاستاذة سهام قنيفي

قائمة المحتويات

5	مقدمة
7	I-المكتسبات القبلية
9	II-مفهوم الاتصال في العلاقات العامة واهدافه
9.....	أ. مفهوم الاتصال وخصائصه في العلاقات العامة.....
9.....	ب. اهداف الاتصال الفعال في العلاقات العامة.....
11	III-انواع وسائل الاتصال في العلاقات العامة:
11.....	أ. وسائل الاتصال المطبوعة في العلاقات العامة.....
13.....	ب. وسائل الاتصال المسموعة والمرئية في العلاقات العامة.....
14.....	ب. تمرين: تقييم.....
14.....	ت. تمرين.....
17	حل التمارين
19	قائمة المراجع

مقدمة



فرنسية

يعتبر النشاط الاتصالي جوهر عمل العلاقات العامة، حيث توجه كافة الجهود التي تبذلها إدارة العلاقات العامة الى تصميم البرنامج الاتصالي الفعال الذي يحقق أهداف المنشأة بأقصى قدر من الفعالية والتأثير، ويمثل الاتصال أهمية كبرى بالنسبة لجهاز العلاقات العامة، الذي من خلاله يستطيع إذا توافرت لديه القدرة على الاستخدام الفعال لعناصره ووسائله ان يحدث التفاعل المطلوب بين المنظمة و جماهيرها المختلفة سواء الداخلية أو الخارجية . وعليه فان الاتصال في مجال العلاقات العامة عنصر أساسي وطريق مزدوج الاتجاه يؤدي إلى تقوية العلاقات وتحقق التوازن والرضا وتوفير المناخ الملائم لنجاح المنظمة.

المكتسبات القبلية

لفهم هذا المحتوى يجب على الطالب ان يكون على دراية بمفهوم الاتصال ووسائله المتنوعة المباشرة وغير المباشرة والتمييز بين مختلف وائل الاعلام من حيث خصائصها ومميزاتها التي تنفرد بها عن الوسائل الأخرى.
ادراك اساليب الكتابة الصحفية ولغة وطريقة وأسلوب التحرير في الوسائل الاتصالية المختلفة.

مفهوم الاتصال في العلاقات العامة واهدافه

9

مفهوم الاتصال وخصائصه في العلاقات العامة

9

اهداف الاتصال الفعال في العلاقات العامة

أ. مفهوم الاتصال وخصائصه في العلاقات العامة

يعرف الدكتور " علي عوجة " الاتصال بأنه "تفاعل بالرموز اللفظية وغير اللفظية بين طرفين أحدهما مرسل يبدأ الحوار والثاني مستقبل يكمل الحوار، ولكي يكتمل الحوار ينبغي أن تفتح قنوات التعبير عن الرأي للمستقبل لكي يعلن عن رأيه فيما يقال على هذا الرأي من جانب المرسل ، وتستمر عملية الحوار حتى يتحقق التفاهم، وقد يتحقق الاقتناع وقد لا يتحقق ، فيحفظ كل من الطرفين برأيه مع تفهم الرأي الآخر. كما قدم الباحث " محمد يوسف " تعريفا للاتصال في العلاقات العامة يتمثل في انه "عملية تبادل الحقائق

والافكار ووجهات النظر بين مشروع او منظمة ما وجماهيرها المختلفة لتحقيق الفهم المشترك.(1)[3]

وانطلاقا من التعريفين السابقين يمكن أن نحدد خصائص عملية الاتصال في العلاقات العامة كما يلي:

- ان عملية الاتصال تتضمن شخصين او اكثر
- ان عملية الاتصال عبارة عن تبادل مزدوج للمعلومات والحقائق.
- ان هدف عملية الاتصال هو تحقيق التفاهم المشترك بين المنظمة وجماهيرها.

ب. اهداف الاتصال الفعال في العلاقات العامة

تسعى العلاقات العامة عن طريق النشاط الاتصالي الى تحقيق مجموعة من الاهداف بالنسبة لكل من الجمهور الداخلي " العاملين " والجمهور الخارجي " المتعاملين " وتتمثل اهم هذه الاهداف فيما يلي:

اولا: اهداف النشاط الاتصالي للعلاقات العامة بالنسبة للجمهور الداخلي:

- تزويد العاملين بالمعلومات والبيانات التي ترى ضرورة توافرها لديهم لرفع كفاءة ادائهم.
- اشعار كل فرد في المنشأة بقيمة العمل الذي يقوم به.

- تويل توجيهات الادارة العليا للعاملين والعكس " اتصال مزدوج".
- تنمية روح التفاهم بين الادارة والعاملين بالمنشأة.
- تنشيط التعاون بين العاملين وبعضهم البعض لزيادة كفاءة الادارة.
- تجنب أو ازالة ما قد يحدث في سوء فهم في علاقة العاملين ببعضهم او بينهم وبين الادارة العليا.
- ثانيا: اهداف النشاط الاتصالي للعلاقات العامة بالنسبة للجمهور الخارجي:
 - تحقيق سمعة طيبة للمنشأة وتدعيم صورتها الذهنية لدى مختلف قطاعات الجماهير التي تتفاعل معها وتكوين مركز متميز لها على المستوى الوطني والاقليمي.
 - تزويد الجمهور بالمعلومات الدقيقة التي تساعد على تكوين رأي صحيح تجاه المنشأة وكسب ثقته وتأييده لها.
 - تحسين وتطوير علاقة المؤسسة بالمجتمع " المسؤولية الاجتماعية".
 - تحقيق التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها المختلفة التي تتعامل معها
 - اعلام الجمهور الخارجي بسياسة المؤسسة واهدافها .
 - الرد على الاخبار الكاذبة او الشائعات التي تنشر عن المؤسسة او قياداتها او ما تقدمه من خدمات.
 - اعلام الادارة العليا برد فعل الجمهور الخارجي تجاه المؤسسة ونشاطها..(2)[3].

انواع وسائل الاتصال في العلاقات العامة:

11	وسائل الاتصال المطبوعة في العلاقات العامة
13	وسائل الاتصال المسموعة والمرئية في العلاقات العامة
14	تمرين: تقييم
14	تمرين

انطلاقاً من كون العلاقات العامة نشاطاً اتصالي بالدرجة الأولى فإنه يعتمد بشكل أساسي عدد كبير من الوسائل والتقنيات والتي تتوافق كلها مع خصائص أهداف العلاقات العامة، حيث في هذا الإطار يمكن اللجوء إلى كل الوسائل والتقنيات الاتصالية التقليدية منها والحديثة إضافة إلى الدمج بين تلك الوسائل بإبداع من أجل تحقيق الهدف،

آ. وسائل الاتصال المطبوعة في العلاقات العامة

تعتبر أهم وسائل الاتصال في العلاقات العامة على الإطلاق تمتاز : في قدرتها على نقل معلومات كاملة في الزمان والمكان المناسبين ، الوحيدة بين وسائل الاتصال التي تسمح للفرد بالسيطرة على ظروف التعرض للرسالة الإعلامية ، وقراءتها أكثر من مرة والاحتفاظ بها أن أراد . وقدرتها على عرض المضمون وتطويرة بأشكال فنية مختلفة . وتنقسم وسائل الاتصال المطبوعة المستخدمة في العلاقات العامة من حيث أهدافها ووظائفها وجماهيرها المستهدفة إلى :

- مطبوعات داخلية : تدرج النسبة الأكبر من مطبوعات العلاقات العامة تحت مظلة المطبوعات الداخلية لأنها موجهة في الأساس إلى جماهير ترتبط ارتباطاً وثيقاً بطريقة ما بالمنشأة مثل : جمهور العاملين ، وحملة الأسهم وتجارة الجملة والموردين وأحياناً قادة الرأي في المجتمع المحلي .

- مطبوعات خارجية: يندرج العدد الأصغر تحت مظلة المطبوعات الخارجية والتي تتجه إلى المستهلكين الحاليين والمرتبطين ، وقادة الرأي العام والمشرعين وغيرهم . هدفها الأساسي :
 - خلق مركز متميز للمنشأة وصورة ذهنية طيبة عنها .
 - توفير سبل التكيف للمنظمة في بيئتها التي تعيش فيها والمحافظة عليها .
- وفي ما يلي نوضح وسائل الاتصال المطبوعة في العلاقات العامة وتركز المعالجة على إمكانيات الوسائل في نقل رسائل اتصالية محددة إلى نوعيات محددة من الجماهير ، أي مضمون الوسيلة وجمهورها :
 1. النشرات : ثمة اتفاق على أن النشرات من وسائل الاتصال الأساسية في العلاقات العامة وأكثرها استخداماً وقد تكون في:
 - صورة مذكرات رسمية توجه إلى الجمهور الداخلي من خلال وضعها في لوحة النشرات داخل المنشأة . أو في صورة تقرير يتضمن معلومات محددة موجهة إلى رجال أعمال محددين ومعنيين بالمنشأة أو بالمجال الصناعي الذي تنتمي إليه المنشأة . أو مجرد نشرة إخبارية توجه إلى الموزعين وتجار التجزئة أو قد تكون نشرة إخبارية موجهة أصلاً إلى وسائل الاتصال الجماهيرية .
 - لا تختلف هذه النشرات فقط في وظائفها ، ولكنها تختلف أيضاً في مواعيد صدورها ، فقد تكون منتظمة أو غير منتظمة في الصدور ومن أهم أنواع النشرات تلك الإخبارية المعدة للتوزيع على وسائل الاتصال الجماهيرية والتي تسعى إلى نشر ما تتضمنه من أنباء في وسائل الاتصال الجماهيرية .
 2. التقارير السنوية : أفضل وسيلة اتصالية في العلاقات العامة للاتصال بالمؤسسين وحملة الأسهم والمجتمع المالي بصفة عامة .
 - ينبغي أن يتضمن التقرير السنوي عناصر أساسية تتضمن تطور المنشأة وتوجهاتها المستقبلية ومنتجاتها الجديدة . إلى جانب أو كلمة من رئيس مجلس الإدارة تتضمن مجمل الرسالة الاتصالية التي تسعى إدارة المنشأة إلى نقلها من خلال التقرير السنوي كله .
 - ثمة اتجاه بدأ مؤخراً يعامل التقارير السنوية من حيث الإعداد والإخراج معاملة الدوريات ، وعموماً ينصح في إعداد التقارير بما يلي :
 - يجب أن يكون للتقرير من حيث الشكل والمضمون شخصية محددة ويجب إلا يكون مجرد تجميع لعناصر متفرقة .
 - يجب اعتبار الرسوم البيانية والخرائط والمواد الشارحة المصورة أدوات تربط عناصر التقرير ببعضها البعض .
 - ينبغي الحرص على عامل الاستمرارية والثبات في شكل التقرير العام .
 - لا ينبغي أن يكون التقرير وكأنه من عمل الهواة .
 - يتعين الحرص على استقصاء رأي عينة من الجمهور المستهدف في مضمون التقرير وشكله .
 - يجب أن يلتزم التقرير بإيراد الحقائق المتعلقة بالعام المنصرم فور انتهاء السنة المالية .
 3. الدوريات : تتمتع دوريات العلاقات العامة باهتمام كبير من المنشآت الإنتاجية والخدمية ، الربحية وغير الربحية ، لقوة تأثيرها التي تكتسبها من خلال ظهورها في مواعيد منتظمة واتساع صفحاتها لكل الموضوعات ومن ناحية أخرى تتمتع دوريات العلاقات العامة بمرونة كبيرة حيث يمكن تعديل أحجامها وشكلها العام بما يتناسب مع حجم المواد التحريرية والميزانية المتاحة لها .
 - المشكلة الأساسية التي تواجه دوريات العلاقات العامة أنها قد لا تعمر طويلاً إذ غالباً ما تعمل أو تتوقف عن الصدور أو يقل عدد صفحاتها بصورة كبيرة
 - لا تصدر دوريات العلاقات العامة بهدف تحقيق أرباح ولكنها تصدر أساساً لتحقيق أهداف محددة .
 - تعتبر دوريات العلاقات العامة من الدوريات الصغيرة وأحياناً يطلق عليها المجلات الصغيرة .
 - وتقسم دوريات العلاقات العامة من حيث أهداف العلاقات العامة ونوعية الجمهور المستهدف إلى:
 4. الكتب والكتيبات والمطويات : تعتبر هذه المواد وسائل اتصال ثانوية في العلاقات العامة ، لا تستخدم الكتب بشكل دائم في العلاقات العامة ، وتفضل استخدام الكتب في المناسبات التي تتطلب إطالة عمر الرسالة الاتصالية . يتم التعامل مع الناشرين بإحدى الطرق التالية :
 - أما أن تقوم المنشأة بتغطية نفقات إنتاج الكتاب وتوفير ربح مناسب للناشر .
 - أو تقوم المنشأة بشراء كمية من النسخ المطبوعة .
 - أو أن تقدم المنشأة دعماً مالياً للناشر إسهاماً منها في تغطية تكاليف إنتاج الكتاب .
 - أما الكتيبات والكراسات والمطويات فيقسمها " كاتليب " و " سنتر " من حيث وظائفها إلى ثلاث فئات أساسية هي :
 - الفئة الأولى : تشمل المواد التعليمية أو التوجيهية وهي تعد للترحيب بالعاملين الجدد .
 - الفئة الثانية : تشمل الأدلة المرجعية وهي تلك التي تقدم بيانات أو معلومات مفيدة لأعضاء المنشأة .
 - الفئة الثالثة : تقسم المواد المؤسسية وهي التي تخدم بصورة مباشرة فلسفة المنشأة وسياساتها المختلفة .

1. الراديو : للراديو مزايا هامة لرجل العلاقات العامة خاصة في مجال الاتصال بالمجتمع المحلي والجمهور الخارجية التي ترتبط معها المنشأة بعلاقات خاصة .
2. الشرائح المصورة : تستخدم كوسيلة اتصال مساعدة في العلاقات العامة ، وأهم خاصية تتميز بها الشرائح المصورة هي المرونة حيث يمكن ترتيبها ثم إعادة ترتيبها مرات ومرات على النحو المرغوب ويمكن استخدام الشرائح في عرض صور فوتوغرافية أو رسوم بيانية أو توضيحية أو خرائط أو عبارات أو جداول ... الخ . والشرائح المصورة وسيلة اقتصادية يمكن استخدامها عرض أو شرح أي موضوع لا يحتاج إلى عنصر الحركة في الأشكال الشارحة . وقد تنتج الشرائح المصورة على شكل فيلم يضم الشرائح الثابتة .
3. السينما : يمكن إجمال مزايا السينما في قدرتها على الجمع بين تأثير الصوت والصورة والدراما والحركة والألوان والموسيقى ، وتكمن عيوب السينما في أن قدرتها محدودة بتقديم المظاهر الخارجية للأشياء وغالباً ما تكون غير صادقة عند رسم الأفكار ، وتعتبر السينما من وسائل الاتصال مرتفعة التكاليف خاصة بالنسبة للمنشآت الصغيرة .
4. التلفزيون والفيديو : يتميز بأهميته أكثر تطوراً مع تطور تكنولوجيا الاتصال وأكثر مرونة وقابلية لخدمة الأهداف الاتصالية للعلاقات العامة ، ومن الممكن استخدام الفيديو لنقل رسائل اتصالية إلى جماهير مختارة داخلية وخارجية، كما يمكن استخدام الفيديو في عقد مؤتمرات عن بعد للجماهير الداخلية وفي إصدار مجلات إخبارية مصورة على أشرطة الفيديو . وتعتبر الدوائر التلفزيونية المغلقة السلكي وسيلة بسيطة وأقل تكلفة من النشر في محطات التلفزيون العامة .
5. الوسائل الرقمية : وفي ضوء تطور الاعلام الاجتماعي وشبكاتة التواصلية وازدياد ارتفاع قطاع الأعمال بها، ساهمت بالتالي وسائل الاعلامية ذات التقنيات الحديثة في إبراز عمل العلاقات العامة بمختلف القطاعات والمؤسسات على الصعيد الخاص والعام. وفي ظل هذا التطور -تطور «الاعلام الرقمي»- المتمثل في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي «السوشيال ميديا» بشكل احترافي وتوظيفها في خدمة العلاقات العامة، برزت لنا «العلاقات العامة الرقمية» المتبلورة في انتقال ادارة العلاقات والتواصل مع الجمهور من المرحلة التقليدية إلى المرحلة الحديثة التي تواكب عصر التكنولوجيا ومستخدامها. فلم تعد مقتصرة على العلاقات العامة الاعلامية وإرسال البيانات الصحفية فقط، بل أصبحت اليوم «العلاقات العامة الرقمية» عبارة عن فن دمج ما كانت تقتصر على عمله مع وسائل وقنوات الاعلام التقليدي بالمحتوى الرقمي - التسويقي الجديد، الذي يخدم أهداف المؤسسة من خلال ما تنشره اليوم وتناقله على منصات وشبكات الاعلام الاجتماعي، ما انعكس بصورة ايجابية على المؤسسة ذاتها في محركات البحث عبر الشبكة العنكبوتية.

ب. تمرين: تقييم

[17 ص 1 حل رقم]

شركة ما تعمل على تقديم الاغذية السريعة للمنازل والمكاتب والشركات ، كيف يمكنك مساعدة هذه الشركة في تحديد وسائل الاستهداف لديها، وتقوية هذه الوسائل ؟ أعط أمثلة توضيحية.

ت. تمرين

[17 ص 2 حل رقم]

ما المقصود بالعلاقات العامة كوظيفة ادارية؟

ما المقصود بالعلاقات العامة كوظيفة ادارية؟

هي نشاط مخطط ومستمر تقوم به المؤسسة

عملية اتصالية يقوم بها اخصائي يمتلك مهارات مختلفة

التمرين الثاني

ناقش العبارة التالية " العلاقات العامة فن تطبيقي يصعب على أي شخص الابداع فيه".

تمرين 3

حدد ابرز الوظائف التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة لخدمة الجمهور بصفة عامة من بين الوظائف التالية

تقديم النصح والمشورة للادارة العليا للمؤسسة	<input type="checkbox"/>
بناء ودعم ثقة شاملة بين المؤسسة ومختلف الجماهير.	<input type="checkbox"/>
- الاعلام عن المؤسسة باستخدام الوسائل الاتصالية باستخدام الوسائل الاتصالية الفعالة والمؤثرة	<input type="checkbox"/>
- القيام بالأبحاث والدراسات حول الجماهير باستخدام ادوات قياس الراي العام	<input type="checkbox"/>

تمرين 4

حدث الثورة التكنولوجية تأثيرات هائلة على ميدان العلاقات العامة، اذكر بعض من التطبيقات الرقمية التي ساهمت في تعزيز نشاط العلاقات العامة واعطائه فعالية اكثر في المؤسسات

حل التمارين

< 1 (ص 14)

تحديد الجمهور وتصنيفه الى فئات ، ثم تقوم المؤسسة بتصنيف الوسائل الاتصالية المناسبة حسب كل فئة من فئات الجمهور. اللجوء الى الاعلان في مختلف الوسائل الجماهيرية واللفات والملصقات . الخ.

< 2 (ص 14)

المقصود بالعلاقات العامة كوظيفة ادارية؟

هي نشاط مخطط ومستمر تقوم به المؤسسة

عملية اتصالية يقوم بها اخصائي يمتلك مهارات مختلفة

التمرين الثاني

رى بعض الباحثين ان العلاقات العامة فن تطبيقي يقوم به اخصائي لكب الثقة وخلق التفاهم والرضا بين المنظمة وعملائها وقد اطلقت هذه الفئة اسم " هندسة التفاهم" استنادا على ان خلق التفاهم يقوم على تقديرات حسابية أشبه ما تكون بالتقديرات الهندسية.

تمرين 3

تقديم النصح والمشورة للادارة العليا للمؤسسة	<input type="checkbox"/>
بناء ودعم ثقة شاملة بين المؤسسة ومختلف الجماهير.	<input checked="" type="checkbox"/>
- الاعلام عن المؤسسة باستخدام الوسائل الاتصالية باستخدام الوسائل الاتصالية الفعالة والمؤثرة	<input checked="" type="checkbox"/>
- القيام بالأبحاث والدراسات حول الجماهير باستخدام ادوات قياس الراي العام	<input checked="" type="checkbox"/>

تمرين 4

المواقع الالكترونية، منصات التواصل الاجتماعي، محركات البحث وقواعد البيانات، البريد الالكتروني...الخ.

قائمة المراجع

[1] - ضرار العتيبي: العمليات الادارية مبادئ وأصول وعلم وفن: ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2007

[2] علي عجوة، كريمان فريد، ادارة العلاقات العامة بين الادارة الاستراتيجية وادارة الازمات، دار عالم الكتب، القاهرة.

[3] نيفين احمد غباشي: ديناميكية العلاقات العامة الداخلية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.