

**تمهيد:**

- تكلمنا سابقاً عن خطة اعداد برنامج للعلاقات العامة وكانت الخطوة الرابعة من خطوات اعداد خطة هذا البرنامج هي تحديد وسائل الاتصال المناسبة ويتضح ذلك من خلال ما يلي :-
- ان اعداد خطة برنامج للعلاقات العامة يحتاج الي خبرة واسعة ومهارة في التحليل بالإضافة الي الالمام بأهداف المنشأة وفئات جماهيرها ، حيث تتضمن الخطوات التالية :

**١- تقييم الوضع الحالي :**

من الضروري ان نبدأ بانطباعات الجماهير عن المنشأة وسياستها واهدافها ومنتجاتها ، وحتى نتمكن من تحديد هذه الانطباعات لا بد من دراسة اتجاهات الجماهير او آرائها عن طريق الملاحظة او البحث المكتبي او استطلاعات الراي والبحث المكتبي نعني به دراسة المعلومات والاحصائيات المتوفرة والمسجلة ، واما استطلاعات الراي تتم عن طريق قيام الباحث بتوجيه اسئلة محددة الي عينه تمثل الجمهور المستهدف ومن خلال تبويب الإجابة وتحليلها يمكننا تقييم الوضع الحالي .

**٢- تحديد اهداف اعداد البرنامج :**

- علي رجل العلاقات العامة ان يحدد اهداف الحملة الاعلامية والتي بناء عليها يقوم بتحديد النشاطات والاعمال المفترض القيام بها لتحقيق هذه الاهداف ومن الضروري ان يتم ترتيب هذه الاهداف وفق اهميتها النسبية
- وحتى نعطي صورة واضحة عن المقصود بأهداف العلاقات العامة :
  - تغيير الصورة الذهنية لدي الجمهور عن الشركة .
  - تقديم الشركة الي اسواق تصدير جديدة .
  - عدم الاسراف في استخدام الطاقة .
  - التقليل من معدلات الحوادث داخل الشركة .
  - المشاركة مع جهات اخري في زيادة الوعي التاميني لدي الجمهور .

**وهذا ينبغي مراعاة توفر الاعتبارات التالية في الاهداف**

- \* ان يكون الهدف واقعي اي ضمن الظروف والامكانيات المتاحة حيث بالإمكان تحقيق الاهداف الموضوعة .
- \* ان يكون الهدف واضح ومحدد من حيث المكان وتاريخ الانجاز المتوقع .
- \* ان يكون الهدف قابل للقياس وذلك حتي نتمكن من استخدامه كمعيار لمقارنته بالإنجاز المتحقق في نهاية الفترة .
- \* المرونة في تحديد الاهداف وضرورة مراجعة هذه الاهداف كل فترة محددة .

**٣- تحديد الجماهير المستهدفة :**

- من هي تلك الجماهير ؟ انها تتفاوت بالنسبة لكل موضوع ويختلف عددها من موضوع الي اخر ، فان اتسع نطاق الاهداف زاد عددها وان ضاق النطاق قل عددها ( تقلص عددها ) .
- وكما نعلم فان هناك الكثير من الجماهير التي قد تتعارض مصالحها ، كمصالح جمهور المساهمين وجمهور الموظفين وجمهور العملاء وبالتالي دائما ينبغي مراعاة الامور التالية عند تحديد الجمهور وطبيعته :
- ١- لما كان من المؤلف ان تتضارب مصالح الجماهير ، فمن الطبيعي ان تسعى الادارة الي اجراء التوازن بين هذه المصالح .
- ٢- ان قوام هذه الجماهير بشراً ويجري علي اعضائها ما يجري علي البشر عموماً من حيث اختلاف الافكار والانفعالات والعواطف .
- ٣- ينبغي الاخذ بعين الاعتبار الاتجاهات الاقتصادية والاجتماعية السائدة بين الراي العام مما يؤثر علي القرارات الحكومية واساليب الحياه المألوفة والمعتقدات .
- ويتعين علي رجل العلاقات العامة في هذه الخطوة ان يحدد لمن من الجماهير سوف يوجه برنامج العلاقات العامة ، كما انه يجب معرفة الي اي من فئات الجمهور سوف نقوم برسائلنا الاعلامية .
- ان عملية تحديد الجمهور المستهدف توفر الكثير من النفقات لأنها تقوم بالتركيز علي الهدف مباشرة ولا توجه رسائلها الاعلامية الي الجماهير كافة .
- ومن هنا اصبح من الضروري توفير بيانات عن خصائص هذه الجماهير من حيث اتجاهاتها وعاداتها واحتياجاتها وكذلك من حيث خصائصها الديموغرافية العمر - الجنس - مكان الإقامة .

#### ٤- تحديد وسائل الاتصال المناسبة :

- من مهمة رجل العلاقات العامة تحديد وسائل الاتصال المناسبة التي تكفل وصول الرسائل الاعلامية الي فئات الجماهير المستهدفة بفعالية وبأسرع وقت ممكن واقل تكلفة ممكنة ، وفي العادة لا يتم اختيار وسيلة اتصال واحدة بل عادة عدة وسائل اتصال او بعبارة اخري مزيج من وسائل الاتصال .
  - ومن وسائل الاتصال ما تكون خاصة مثل الاجتماعات الدورية او تشكيل اللجان او نظام الباب المفتوح او التقارير الدورية ومنها ما تكون جماهيرية كالصحف والاذاعة والتلفزيون والمعارض والمؤتمرات .
  - ولا يفوتنا في هذا المجال ان نؤكد علي ضرورة اقامة علاقات جيدة مع وسائل الاتصال المختلفة وذلك لأجل الحصول علي تسهيلات افضل وتجاوب اكبر من المسؤولين عنها .
  - كما ان القائمين علي اعدا برنامج للعلاقات العامة يجب ان يأخذوا بعين الاعتبار موضوع تكلفة كل وسيلة اتصال قبل اقرارها .
- وحتى يكون البرنامج ناجح يجب اختيار وسيلة الاتصال المناسبة والوقت الذي يكون فيه نقل الرسالة
- **ويمكننا تقسيم وسائل الاتصال الى أربعة مجموعات :-**

أ- وسائل مقروءة :- ومنها الصحف والمجلات والنشرات والملصقات .

ب- وسائل مسموعة :- وهي الوسائل التي يمكن سماعها دون الحاجة الي قراءة ومنها الاذاعة والندوات والتلفزيون .

ج- وسائل مرئية :- أي يمكن رؤيتها بالعين ومنها التلفزيون والمعارض والصور .

د- وسائل اللغة الصامتة في الاتصال :- وهي الوسائل التي تعتمد على القراءة او الاستماع او المشاهدة بل على الاشارة والحركات الجسدية .

#### وهناك من يقسم وسائل الاتصال من حيث درجة تأثيرها الى مجموعتين :-

أ- وسائل الاتصال الداخلية او الخاصة :- وهي تلك الوسائل التي تعدها المنظمة والتي تكون موجهة الى جماهيرها الداخلية ، فالعلاقات مع الموظفين كجمهور داخلي تعتبر من اهم العلاقات التي تهتم ادارة الشركة وبالذات العلاقات العامة ان تحافظ عليها ومن امثلة وسائل الاتصال الداخلية مطبوعات المنظمة : الكتيبات ، لوحة الاعلانات الداخلية ، الاجتماعات ومجلة المنظمة .

وتتميز هذه الوسائل بتوافر خبرة حدوث الاتصال في اتجاهين ووجود تغذية عكسية او راجعة في الوقت الاتصالي ، حيث يحقق الاتصال المباشر تفاعلا كاملا بين الرسالة والمستقبل .

#### ب- وسائل الاتصال الخارجية ( الجماهيرية )

- وهي تلك الوسائل التي تكون موجهة الى جماهير المنظمة الخارجية كالصحف والمجلات والراديو و التلفزيون وغيرها وحتى يستطيع رجل العلاقات العامة ان يتعامل مع وسائل الاتصال الخارجية فعليه ان يفهم مزايا كل وسيلة اتصال ويقارن بين كافة الوسائل لاختيار انسبها .
- وهنا يتم توجيه الاتصال الى مجموعات ضخمة غير متجانسة من الجمهور المستهدف دون وجود مواجهه مباشرة مع الجمهور وهذا النوع غالبا من الاتصال يكون في اتجاه واحد وعند وجود ردود فعل فإنها لا تظهر بشكل فوري وانما يمكن ان تظهر بعد فترة من الزمن .
- وبالتالي فان ما يصيب هذا الاتصال هو انخفاض حجم التغذية العكسية فيه حيث يكون الجمهور متلقيا للمعلومات ولكن عملية الاتصال هنا تكون منظمة ومدرسة يشرف عليها عادة عدد من الاخصائيين في نفس المجال .

#### وفيما يلي سوف نقوم باستعراض اهم وسائل الاتصال التي يتعامل معها رجل العلاقات العامة

#### أولاً : الصحف NEWS PAPERS

الصحف تلعب دوراً هاماً في تكوين الراي العام ، حتى ام البعض لقب الصحافة بالسلطة الرابعة أي انها تأتي بعد السلطات الثلاثة ( التشريعية والقانونية والتنفيذية ) وذلك دلالة على اهميتها في حياة الناس وعلى قدرتها على التأثير في الراي العام .

- الا ان الصحف في تلك الاوقات لم تكن منتشرة كما هي علية اليوم ويعود السبب في ذلك ضعف اساليب الاتصال والة ارتفاع ثمن الصحيفة ، الا انه وبعد اختراع الطباعة انخفضت تكلفة طباعة الصحف وبالتالي زاد انتشارها .

- وفي هذه الايام فإننا نجد ان الصحف تعتبر الاكثر انتشارا في العالم من بين وسائل الاتصال الجماهيرية حيث تلجا معظم صحف الى طباعة صفحتها باستخدام الكمبيوتر بالإضافة الى استعمال وسائل التكنولوجيا الحديثة للحصول على اخر الاخبار من اقصى بقاع العالم .

## تقييم استخدام الصحف كوسيلة من وسائل الاتصال :-

### • تخدم الصحف اربعة وظائف رئيسية :-

- ١- اخبار القارئ عما يحدث في مجتمعه وفي العالم الخارجي .
- ٢- التأثير على الراي العام من خلال اختيار المادة الاعلامية والتعليق علي الاحداث .
- ٣- التسلية من خلال قراءة القصص المشوقة وروية الصور والمناظر الخلابة .
- ٤- وسيلة للإعلان عن السلع والخدمات .

### • وتتميز الصحافة عن غيرها من وسائل الاتصال بالمزايا التالية :-

- ١- يستطيع القارئ اختيار الوقت المناسب لقراءته للصحيفة ، فالبعض يقرأها في الصباح في بيته ، والبعض الآخر يفضل قراءتها في مكتبه ، وآخرون لا تسمح لهم ضغوط الوقت والعمل الا قراءتها في البيت .
- ٢- يستطيع القارئ ان يقرأ ما يريد ويعيد قراءته لمزيد من الفهم والاستيعاب وقت ما يشاء وبالتالي يتمكن القارئ من التحكم في اختيار المواد التي يود قراءتها بينما في البث الاذاعي او التلفزيوني هم الذين يتحكمون في البرامج الاذاعية والتلفزيونية .
- ٣- ينظر الى الصحف بانها المصدر الاكبر للمعلومات والاخبار فأخبارها تشمل كل ما يتعلق بالأمور السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية .
- ٤- التغطية الواسعة التي تقوم بها الصحف .
- ٥- تطورت الصحف في الفترة الاخيرة عن طريق استخدامها للكمبيوتر في صف الاحرف والطباعة وكذلك عن طريق العرض الدقيق والجميل للألوان .
- ٦- يمكن استخدام الصحف والاحتفاظ بها او بأجزاء منها لأغراض شخصية او في المكتبات العامة والخاصة .
- ٧- رخيصة التكاليف مقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى .

### • اما مساوئ استخدام الصحف كوسيلة من وسائل الاتصال فهي تتمثل فيما يلي :-

- ١- تنتهي الاستفادة من الصحيفة بعد مرور يوم على صدور ها .
- ٢- احتمالات تحيز محرر الاخبار او المقالات لوجهه نظر معينه .
- ٣- تدني مستوى جودة الانتاج والتصميم والاخراج والتصوير وفرز الالوان في الصحف .

## □ المؤتمرات الصحفية PRESS CONFERENCES

- يمكن استخدام الصحف لأغراض العلاقات العامة فعندما يكون هناك اخبار لدى المنشأة تود عرضها على الراي العام ، فإنها تقوم بالاتصال بالصحافة لدعوتها لحضور المؤتمر الصحفي .
- هذا ويجب التخطيط جيداً للمؤتمر الصحفي لان المؤتمرات غير المخطط لها يمكن ان تسيء الى سمعة الشركة وصورتها امام الصحافة .
- وهناك عدة أمور يجب مراعاتها عند عقد المؤتمر الصحفي من أهمها :-
- ارسال الدعوة الى الصحفيين قبل وقت كافي من انعقاد المؤتمر ، حيث يوضع في هذه الدعوة اسباب انعقاد المؤتمر ومن هم المتحدثون .
- دعوة ممثلي كافة الصحف وليس صحف محددة دون اخرى .
- اعداد المكان الذي سيعقد فيه المؤتمر بشكل جيد وتوفير كافة التسهيلات اللازمة والخدمات .
- التأكد من ان الاخبار التي سوف يتم اذاعتها في المؤتمر هي اخبار ذات اهمية كبيرة وتحتاج الى مناقشة .
- يجب ان يكون لكل مراسل فرصة صحفيي للتكلم والاستفسار ولا يفضل ان يحتكر مراسل معين كافة الاسئلة والمناقشات .
- قيام موظفي دائرة العلاقات العامة باستقبال الصحفيين وارشادهم مكان انعقاد المؤتمر والعمل على راحتهم اثناء انعقادهم .
- يجب ان لا يستمر لفترة طويلة واكثر مما تحتاجه المواضيع والاخبار التي سوف تناقش فيه .
- ❖ واخيراً فإنه يجب التأكيد على عدم عقد المؤتمر الا اذا كان هنالك سبباً موجباً لعقده ، ففي كثير من الاحيان نجد ان تعقيدات الاخبار المراد مناقشتها في المؤتمر من زوايا وابعاد مختلفة لا يمكن وضعها في الصحف على شكل كلمات جامدة ولا يمكن اعطاؤها حقها من الدراسة والتحليل الا من خلال عقد مؤتمر صحفي .

## □ الاعلانات في الصحف :-

- عادة يكون في الصحف دائرة خاصة للإعلانات سواء اعلانات العلاقات العامة او الاعلانات التجارية .
- وتشمل الاعلانات في الصحف الاعلانات المبوبة والتي تكون عادة بدون مقابل او بتكلفة اقل ، و اعلانات الوظائف الشاغرة والاعلانات التجارية من قبل الشركات التي يكون هدفها زيادة المبيعات ، و اعلانات العاقات العامة و اعلانات المعارض والاعلانات الثقافية والرياضية والاجتماعية .
- ويتم نشر الرسالة الاعلامية للمنظمة في مكان خاص في احدى الصحف او المجلات او يخصص لها وقت معين في التلفزيون او الاذاعة وقد تكون هذه الاعلانات مدفوعة القيمة او مجانية .
- ان اعلانات العلاقات العامة يكون هدفها تعزيز اسم الشركة وصورتها الذهنية امام الناس ، حيث يتم نشرها في الصحف لعرض انجازات الشركة او للرد على اشاعات مغرضة او لإبلاغ الجمهور بانضمام الشركة الى شركة اخرى او عرض لدور المنظمة في حل مشكلة البطالة او مشاكل الاسكان او دورها في تنمية الثقافة الصحية .
- وقد تكون اعلانات العلاقات العامة على شكل اعلانات خدمة عامة والتي تصاغ في العادة بهدف نشر معلومات تهم الجمهور ، ومن امثلتها شرح اجراءات جديدة او شرح تعديلات على قوانين العمل او الضرائب .

## اخلاقيات الصحافة :-

- \* الصحافة قد استطاعت ان توسع دائرة نفوذها في كافة بلاد العالم عن طريق التأثير على تفكير الراي العام ، وبالتالي فالحصول على ثقة القارئ يعتبر أساس الصحافة الجيدة .
- \* وسوف نستعرض فيما يلي اهم قواعد اخلاقيات العمل الصحفي :-
- ١- الامانة : يجب ان يكون الصحفي امين مع نفسه ومع غيره ومن المعروف انه يستطيع عن طريق السلطة الممنوحة له ان يتحكم في شكل الاخبار وطريقة صياغتها .
- ويجب ان يتذكر الصحفي دائماً بان مصالح المجتمع هي الهدف الاساسي الذي يسعى الى تحقيقه .
- ٢- الاستقلالية : أي ان على الصحفي ان يبتعد عن أي تأثيرات خارجية ويتجنب وجود أي تضارب بين مصلحته الخاصة والمصلحة العامة .
- ٣- الدقة والصدق : على الصحفي الجيد ان يتوخى الدقة دائماً في نقل الاخبار وان يكون نقلها من مصادرها الرئيسية او من مصادر موثوق بها ، وحتى ايضاً بالنسبة للمقالات او التحليلات الصحفية او التعليقات ، فانه يجب ان يتمسك بالدقة ايضاً عند ايراد الحقائق والارقام مثلاً يفعل في الاخبار .
- ٤- الاخلاق الحميدة : يجب ان يكون الصحفي خلوقة لأنه يعتبر قدوة لغيره من الجمهور ، وكذلك فان افعاله يجب ان تتفق مع مبادئه حتى يحصل على ثقة الجمهور والتي تعتبر اساس سمعته ورصيد شعبيته .
- ٥- المسؤولية : العمل الصحفي يهدف الى امداد الجماهير بالأخبار والقضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والرياضية وتمكينهم من تحليلها واتخاذ مواقف بشأنها .
- ٦- حرية الصحافة : من واجب الصحفي ان يمارس حقه في حرية الصحافة التي كفها له القانون .

## - تشمل حرية الصحافة ما يلي :-

- أ- اطلاع المواطن على الوقائع والافكار والاتجاهات والمعلومات في المجالات التي تهم المجتمع على المستوى المحلي والعربي والاسلامي والدولي .
- ب- افساح المجال للمواطنين لنشر ارائهم .
- ج- حق الحصول على المعلومات والاخبار والاحصائيات التي تهم المواطنين من مصادرها المختلفة وتحليلها وتداولها ونشرها والتعليق عليها في حدود القانون .
- د- حق المطبوعة الصحفية ووكالة الانباء والمحرر الصحفي في ابقاء مصادر المعلومات او الاخبار التي يتم الحصول عليها سرية .
- هـ- حق المواطنين والاحزاب السياسية والمؤسسات الثقافية والاجتماعية والنقابات في التعبير عن الراي والفكر والانجاز في مجالات نشاطاتها المختلفة من خلال المطبوعات .

- وعلى الصحفي وكل من يعمل بالصحافة التقيد التام بأخلاق المهنة وآدابها بما في ذلك ما يلي :-
- احترام حقوق الافراد وحررياتهم الدستورية وعدم المساس بحرمة حياتهم الخاصة .
- توخي الدقة والنزاهة والموضوعية في التعليق على الاخبار والاحداث .
- عدم استغلال المادة الصحفية للترويج لمنتج او الانتقاص من قيمته .
- الامتناع عن نشر كل من شأنه يذكي العنف والتعصب والبغضاء .

### ثانياً : الراديو radio

يعتبر الراديو وسيلة من وسائل الاتصال المسموعة ، ولا يكاد يخلو بيت من وجود راديو فيه وقد كان الراديو منذ فترة ليست بعيدة هو الوسيلة الأكثر استعمالاً من بين وسائل الاتصال ، الا انه بعد اختراع التلفزيون اصبح الراديو اقل استعمالاً عن ذي قبل . اما بالنسبة لمزايا ومساوئ استخدام الراديو كوسيلة من وسائل الاتصال فيمكن ايجازها فيما يلي :

#### المزايا :

- ١- الوسائل المسموعة لا تحتاج الى تفرغ كامل .
- ٢- يصل البث الاذاعي الى الجمهور في اقاصي البلاد وخاصة بعد انتشار الراديو الترانزستور وبالإضافة الى ذلك لا توجد سيارة تخلو من وجود راديو فيها .
- ٣- يتخطى الراديو حواجز الامية ، فمن يستمع الى الراديو لا يحتاج الى معرفة بالقراءة والكتابة وبالتالي فان الراديو كوسيلة اتصال يصلح لتوجيه الرسائل الاعلامية الى الاميين
- ٤- تمتاز الاذاعة بالسرعة في ايصال الرسائل الاعلامية الى الجماهير .
- ٥- الكلمة المسموعة بالإضافة الى التداخلات الموسيقية لها تأثير فعال اكثر من الكلمة المكتوبة في الصحف والمجلات
- ٦- امكانية تسجيل الكلمة المسموعة على اشرطة تسجيل واعادة اذاعتها حسب الوقت المطلوب .

#### العيوب :-

- ١- صحيح ان الراديو لا يحتاج الى تفرغ للاستماع اليه ، ولكن الاستماع اثناء الانشغال قد يكون بدون تركيز .
  - ٢- اذا اذيعت الرسالة الاعلامية الموجهة الى جمهور معين مرة واحدة فقط لا تصل الى من لا يستمع الى الراديو .
  - ٣- امكانية التشوش على البث الاذاعي بقصد او بدون قصد .
- ويمكن لموظفي العلاقات العامة الاستفادة من البث الاذاعي لإيصال رسائلهم الى الجمهور .

### ثالثاً : التلفزيون

- يعتبر التلفزيون من وسائل الاتصال السمعية والمرئية في نفس الوقت حيث انه يجمع بين الصوت والصورة المتحركة وبالتالي فهو اكثر تأثيراً في النفس البشرية من وسائل اخرى كالصحف والمجلات وغيرها .
- ويعتبر التلفزيون من المصادر الهامة والموثوق بها للأخبار وللإستمتاع بالبرامج الثقافية والاجتماعية والسياسية والرياضية .
- والواقع ان الكاميرا تصور الاوضاع الحقيقية كما هي دون مبالغة او تضخيم

ويتميز التلفزيون كوسيلة اتصال عن غيره من وسائل الاتصال الأخرى :-

- ١- يتمتع بالتأثير الكبير على الجمهور لأنه يقدم الصوت والصورة المتحركة في نفس الوقت وبالتالي يبقى تأثيره في النفس لفترات طويلة .
  - ٢- التغطية الواسعة من حيث حجم الجماهير التي تشاهد التلفزيون .
  - ٣- استخدام فنون الاخراج والسيناريو والحوار وفرز الالوان يزيد من التأثير العاطفي على المتفرج .
  - ٤- القدرة على جذب اهتمام المتفرجين وخاصة ان عدد ساعات الارسل التلفزيوني اليومية قد زادت بشكل ملحوظ .
- مصادقية التلفزيون كمصدر للأخبار حيث ان الكاميرا لا تكذب .

## رابعاً : المعارض

- تعتبر المعارض وسيلة اتصال هامة بال جماهير حيث تقوم الشركات بعرض منتجاتها او نماذج لخدماتها معززه برسوم بيانية واشكال واحصائيات ووسائل ايضاح وكذلك يمكن تدعيم اسم الشركة وتحسين صورتها امام الجمهور عن طريق عرض وتفسير سياسة المنظمة وانجازاتها واهدافها .
  - وقد تقوم الشركة بتخصيص مساحة معينة داخل مكاتبها او مواقعها لاستخدامها كعرض دائم او مؤقت لها وذلك لعرض منتجاتها الجديدة التي تقدمها او لتمكين الزوار من مشاهدة تطورات عملياتها وتقديم انشطتها من خلال الصور والرسوم البيانية والاحصائيات .
- وهناك ثلاثة انواع من المعارض من حيث طريقة تنظيمها :-

- أ- **المعرض الفردي** : قد تقيم الشركة لوحدها معرضاً لمنتجاتها ، الا ان تكاليف المعرض الباهظة ومقارنة هذه التكاليف بالعائد المتوقع بالإضافة الى صعوبة جذب الجمهور إلى مثل هذا المعرض .
- ب- **المعرض التعاوني المشترك** : حيث يتفق عدة منتجين على اقامة هذا المعرض وتقاسم تكاليفه بينهم وفق معايير محددة قد تكون بالتساوي او حسب المساحة التي يشغلها كل منهم .
- ج- **المعرض التجاري المشترك** : والذي تقوم بتنظيمه شركات تجارية مقابل رسوم معينة تدفعها كل شركة مشتركة في المعرض وفقاً للمساحة التي تشغلها .

### وقرار الاشتراك بالمعرض ينبغي ان يتخذ وفقاً للمعايير التالية :-

- عدد زوار المعرض وهنا يجب الحذر من كون الجمهور الذي سيحضر المعرض هم عملاء الشركة .
- الكتيبات التي يتم توزيعها حيث لا بد من اعدادها بشكل جيد وتوزيعها مجاناً على الزوار .
- الوقت المناسب .
- المكان المناسب ، اذ لا بد ان يكون المكان قريباً من اماكن سكن وتواجد الجمهور او ان تكون المواصلات اليه متوفرة .

### ولا يغيب عن بالنا أهداف المعارض :-

- ١- تعريف الجمهور بالسلع التي تقوم الشركة بإنتاجها .
- ٢- تقديم منتجات جديدة للجمهور وشرح خصائصها ومواصفاتها وطريقة تشغيلها وصيانتها .
- ٣- تعزيز اسم الشركة واهدافها وسياساتها .
- ٤- جذب عملاء جديدة للشركة .
- ٥- دعم الوكيل المحلي او تقييم قوة وضعه في السوق .
- ٦- امكانية تقدير مستوى اداء المنافسين الموجودين في نفس المعرض .
- ٧- تدعيم العلاقات مع العملاء الحاليين والاجابة على استفساراتهم من قبل الفنيين المتخصصين .
- ٨- اتاحة الفرصة لإجراء البحوث واخذ اراء الجمهور تجاه المؤسسة ومنتجاتها مما يساهم الى حد كبير في عملية التخطيط للفترة القادمة

## خامساً : لوحة الاعلانات الداخلية

- وهذه الوسيلة من وسائل الاتصال المقروءة والموجهة الى الجمهور الداخلي للشركة وتوضع عادة في مكان بارز في الشركة أي بالقرب من الاستقبال او في الممرات التي تكثر عليها حركة الموظفين .
- وقد تكون لوحة الاعلانات على شكل مستطيل او مربع او دائرة ويركب عليها اطار زجاجي لعدم التلاعب بمحتوياتها وتشمل عادة الموضوعات التي تتناول شرح لقوانين الشركة او تعليماتها ، اعلانات النقابة ، اخبار الموظفين من توظيفات جديدة او ترقية وتقلات .
- ودائماً تكون دائرة العلاقات العامة هي المسؤولة عن فتح واغلاق لوحة الاعلانات وكذلك عن أي اوراق جديدة تضاف اليها او أي اوراق تلغى منها .

## المحاضرة السابعة / العلاقات العامة عبر الانترنت

- لقد أصبح الانترنت Internet واسع الانتشار وأعداد مستخدمي الانترنت من الأفراد والمنظمات تزداد وتتضاعف باستمرار . أن هذا العصر يلقب بعصر الانترنت وذلك بسبب الطاقات الهائلة التي تملكها الشبكة العالمية على نقل المعلومات والتفاعل معها.
  - أدى استخدام شبكات الانترنت ووسائل الاعلام التماثلية والرقمية إلى فتح المجال أمام مختلف المنظمات للاتصال بجماهيرها بسرعة كبيرة مما يساعد إلى حد كبير في تعزيز العلاقات مع هذه الجماهير.
  - الانترنت بكل بساطة هو : عبارة عن عدد كبير من أجهزة الحاسوب المتصلة مع بعضها بهدف تبادل المعلومات وإجراء الاتصالات
- مقدمة :**

- لقد أصبح الانترنت internet واسع الانتشار ومع مرور الزمن فان اعداد مستخدمي الانترنت سواء الافراد او المنظمات تزداد وتتضاعف باستمرار.
- ان هذا العصر يلقب بانه عصر الانترنت وذلك بسبب الطاقات الهائلة التي تملكها الشبكة العالمية علي نقل المعلومات والتفاعل معها .
- كما ادي استخدام شبكات الانترنت ووسائل الاعلام الي فتح المجال امام مختلف المنظمات للاتصال بجماهيرها بسرعه كبيرة مما ساعد الي حد كبير في تعزيز العلاقات مع هذه الجماهير .

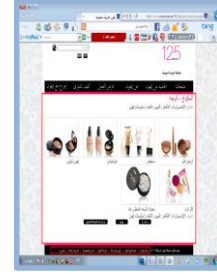
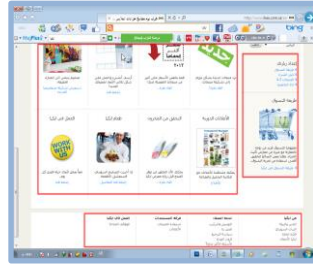
### الانترنت:

- هو عبارة عن عدد كبير من اجهزة الحاسوب المتصلة مع بعضها بهدف تبادل المعلومات واجراء الاتصالات .
  - ويتم توصيل الانترنت عن طريق الهاتف من خلال استخدام جهاز يسمى modem حيث يقوم الجهاز بتحويل اشارات الكمبيوتر الرقمية مثل الصور والنصوص الي اصوات هاتفية وبالعكس .
  - ويقدم الانترنت خدمات كثيرة لمستخدمي الشبكة من اهمها خدمة البريد الالكتروني e-mail اي استقبال وارسال الرسائل الالكترونية من جهاز كمبيوتر الي اخر ضمن الشبكة .
  - وتشمل هذه الرسائل برامج كمبيوتر واعلانات ومجلات الكترونية عامة ومتخصصة وغير ذلك .
  - ويمكن استقبال البريد الالكتروني الخاص بالشخص من اي مكان سواء من جهاز كمبيوتر في العمل او في البيت او حتي في دولة اخري .
  - وهذه الميزة يمكن ان تفيد العاملين في مجال العلاقات العامة الذين يقضون معظم اوقاتهم خارج مكان العمل ويسافرون الي الخارج باستمرار .
  - بالإضافة الي ان الانترنت يقدم خدمات اخري كثيرة كالمحادثة التي تتيح للمشارك ان يفتح خط الاتصال بينه وبين اي مشترك اخر ضمن الشبكة ، وشبكة العنكبوت العالمية .
- يقدم الانترنت خدمات كثيرة لمستخدمي الشبكة من أهمها :

- خدمة البريد الالكتروني **G-mail , E-mail** في استقبال وإرسال الرسائل الالكترونية من جهاز إلى آخر ضمن الشبكة في نطاق واسع حتى خارج حدود الدولة . وتشمل هذه الرسائل برامج كمبيوتر وإعلانات ومجلات الكترونية عامة ومتخصصة وغير ذلك .
- بالإضافة إلى ذلك فإن الانترنت يقدم خدمات أخرى كثيرة كالمحادثة التي تتيح للمشارك أن يفتح خط اتصال بينه وبين أي مشترك آخر ضمن شبكة العنكبوت العالمية. ومنها أيضا برامج التواصل الاجتماعي المتعددة.
- وكذلك صفحات الويب (www) :

- World Wide Web التي تمكن المشترك من التجول من خلال الشبكة ورؤية أشياء عديدة بالصوت والمجسم والصور المتحركة والفيديو. ومن خلال هذه الخدمة يمكن للمستخدم اختيار المعلومات والمواد الترفيهية والإعلانات التي تستوعب اهتمامه من بين مئات الآلاف من الصحف التي تظهر أمامه على الشاشة.
- ويمكن استخدام الانترنت كقناة جديدة للعلاقات العامة حيث توفر هذه القناة فرصة نشر وبث آخر الأخبار حول المنتجات والسوق والناس.





## الإنترنت و الأكسترنات

كثير منا يعرف الإنترنت الذي يسمى بالشبكة العالمية World Wide Web وهو ما نطلق عليه www عند كتابة العناوين .

والإنترنت :هو نظام من الشبكات الحاسوبية يصل ما بين حواسيب حول العالم ببروتوكول موحد هو بروتوكول إنترنت .

تربط الإنترنت ما بين ملايين الشبكات الخاصة و العامة في المؤسسات الأكاديمية و الحكومية و مؤسسات الأعمال و تتباين في نطاقها ما بين المحلي و العالمي و تتصل بتقنيات مختلفة، من الأسلاك النحاسية و الألياف البصرية و الوصلات اللاسلكية .



خريطه توضح توزيع البرتوكولات ب القطاعات الدوليه

كثير من المستخدمين يجد صعوبة في فهم الفرق بين Internet و Intranet و Extranet

حيث أن الأخيرتين مشتركتان في صفة معينة وتجمعان تحت نطاق واحد هو شبكة المعلومات الدولية والشبكات السلكية واللاسلكية ومتعلقاتها.

الانترنت Intranet و الأكسترنات Extranet : هما شبكتان خصوصيتان لاستعمالهما في الشركات أو المؤسسات. كلاهما تستعمل تقنية الانترنت لظهور المعلومات – ولذا تبدوان وتتصرفان كالانترنت تماماً. يمكن أن تكون هناك مستويات وصول مختلفة للمستخدمين الذين يمكنهم استعمالها فقط اذا كانوا يملكون اسماً وكلمة مرور صالحين. هوية الشخص تحدد ما هي أجزاء النظام التي يحق له الوصول إليها.

**ملاحظة:** يستعمل جدار النار Firewall : لصد المقتحمين غير المرغوب بهم من خارج الشبكة. جدار النار هو مجموعة من البرامج المرتبطة التي تحمي موارد الشبكة الخصوصية من المستخدمين الخارجيين. في أنترنت تتيح لمستخدميها الوصول الى الانترنت حيث يستعمل جدار النار لمنع الدخلاء من الوصول الى بياناتها الخصوصية وأيضاً للتحكم بما هية الموارد الخارجية التي يستطيع المستخدمون الوصول إليها.





## الانترانت:

هي شبكة داخلية مثلا ضمن شركة أو مؤسسة، هدفها الرئيسي هو مشاركة معلومات وموارد الشركة بين الموظفين. غالباً ما يكون نظام البريد الالكتروني الداخلي جزءاً من الانترانت. الذين يستطيعون الوصول الى الانترانت هم فقط الأشخاص الأعضاء بنفس الشركة أو المؤسسة.



## بعض الشركات المستخدمة لنظام الانترانت



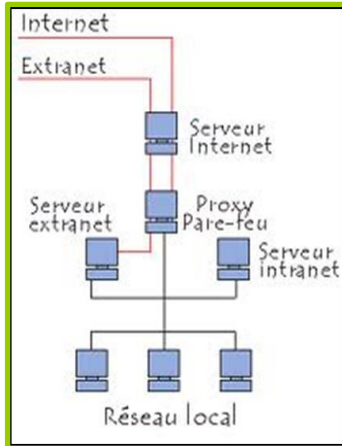
## الاكسترانت:

هي مشابهة للانترانت، لكنها تتيح مشاركة جزء من معلومات الشركة أو المؤسسة مع وكالات خارجية كالموردين أو الشركاء أو الزبائن أو الشركات الأخرى. يمكن اعتبارها كإمتداد للانترانت الشركة الى مستخدمين خارجيين. يمكن إعطاء الجهات الخارجية مستويات وصول مختلفة.

تتزايد شعبية الاكسترانت كوسيلة لتبادل الشركاء معلومات فيما بينهم. انها تتيح للشركات مشاركة كتالوجات المنتجات مع آخرين يعملون في نفس المجال، والتعاون مع شركات أخرى على مشاريع مشتركة وبرامج تدريب، والوصول الى خدمات تقدمها شركة واحدة لمجموعة من الشركات الأخرى.

بعض المجالات التي يمكن أن تستخدم فيها الإكسترانت لتحسين العمل مثل :

- تسهيل عمليات الشراء في الشركات
- متابعة الفواتير
- خدمات التوظيف
- تواصل شبكات توزيع البضائع



## العلاقة مع الجماهير عبر الانترنت .

مثلا

في تويتر أو تغريدات زيادة مكافئة الطلاب

- نوع من أنواع العلاقات بين الطلاب بجميع الجامعات مع بعضهم البعض و علاقتهم مع رؤساء ومسؤولي الجامعات
- أدت هذه الحملة باستخدام الانترنت ، للوصول إلى شاشات التلفاز والظهور بصورة شخصية واضحة غير مخفية .





## العلاقات مع جماهير المنظمة :

### أ/العلاقات مع الجماهير الداخلية :

يضيف استخدام الانترنت في مجالات العلاقات العامة فوائد كثيرة للمنظمة والعاملين فيها ، وكذلك للمالكين أو المساهمين . فمن خلال استخدام الانترنت فإن الاتصالات تصبح أكثر سهولة وأقل تكلفة . إن كثيراً من المنظمات العاملة في الدول الصناعية .

وبعض المنظمات العاملة في الدول النامية أصبحت الآن تستخدم الانترنت في اجراء المراسلات بين المدير العام ومدير الدوائر ، وبين مدير مديرو الدوائر ورؤساء الأقسام وباقي الموظفين فالتعليمات والتنبيهات والتعميمات كلها تأخذ مجراها بين موظفي المنظمة من خلال استخدام الانترنت.

حتى تكون الانترنت كاملة تحتاج إلى أن تخضع للقواعد الأساسية التالية :

١- أن تكون آمنة بحيث يمكن للموظفين استخدامها باطمئنان .

٢- أن تكون جديرة بالثقة بحيث لا يشعر الموظفين بأي تهديد من استخدامها .

٣- أن تكون مناسبة ، بحيث تساعد في تعزيز العمل .

٤- أن تكون خاصة وذلك حتى يمكن استخدامها للتفاعل الداخلي بين الأقسام .

٥- أن تكون سريعة لتوفير الوقت والمساعدة في الوصول إلى المحتوى لزيادة الإنتاجية.

٦- إن يتم تطويرها بانتظام بحيث تكون المعلومات المتوفرة هي إحداه المعلومات

- لوحظ ازدياد انتشار الشبكات المحلية التي تدعي شبكات الانترنت والتي تزود العاملين بفرص التعاون والمعلومات وتؤمن اتصال فرق العمل ، والمعلومات الشخصية ، وتطوير الوثائق.
- لقد زاد دور ومسئولية العلاقات العامة في أنشطة الاتصالات الداخلية من خلال الشبكات الداخلية . حيث يساعد موظفو العلاقات العامة في تصميم هذه الشبكات والتخطيط لها ، ولقد أصبحت الاتصالات من خلال الشبكات الداخلية أكثر تكاملاً واكبر تأثيراً على الراي العام داخل المنظمة وجماهيرها الداخلية .

فمثلاً .. للتسجيل في الجامعة كان في السابق يتطلب الأمر مشقة لضرورة الحضور إلى الجامعة والكثير من الأوراق بينما أصبحت العملية الآن في غاية السهولة من خلال موقع الجامعة الالكتروني

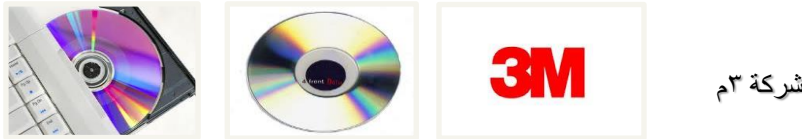


لقد أصبحت الاتصالات من خلال الشبكات الداخلية أكثر تكاملاً وأكبر تأثير على الرأي العام داخل المنظمة وعلى العلاقة بين المنظمة وجماهيرها الداخلية.

## ب/ العلاقات مع الجماهير الخارجية :

تساهم تكنولوجيا المعلومات بشكل فعال في رفع مستوى أداء العاملين في العلاقات العامة وتخفيض تكلفة الخدمات التي يقدمونها والاتصالات التي يتم أجزاؤها مع العملاء في شركة M3 مثلاً كان العملاء يختارون مشترياتهم بعد الاطلاع على كتالوج الشركة الثقيل والذي يضم عشرات الآلاف من السلع التي تنتجها الشركة المذكورة.

أصبحت شركة M3 تستخدم تقنيات حديثة في هذا المجال بـ cd-rom صغير جداً ووزنه قليل وتكلفته محدودة بحث لم تكن تتجاوز دولار أمريكي واحد وبنفس الوقت فإن هذا التقنية الحديثة تسهل على العميل استعراض المنتجات وأسعارها وطرق توزيعها وتوفر عليه الوقت وعناء البحث.



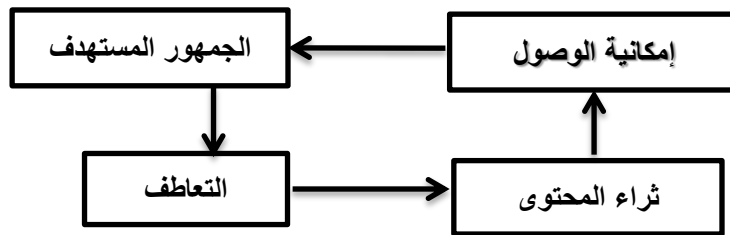
للاستعلام عن المخالفات المروية مثلاً أو تسديدها أو إنهاء معاملات المرور لم نعد نحتاج لأكثر من زيارة إلى موقع إدارة المرور ..



يقول ديفيد فيليبس :

أن هناك حاجة إلى تفهم وجهات نظر واهتمامات جمهور الانترنت من خلال عملية بناء علاقة عبر الشبكة وهذا يقود إلى علاقات الثقة والانفتاح والتجارة بالإضافة إلى العلاقات التفاعلية بين المنظمة والجمهور .

## العلاقة بين المحتوى والوصول والجمهور والتعاطف



يقترح ديفيد فيليبس عشر خطوات رئيسية لجذب الجمهور في هذا المجال:

- 1- تحديد القضية أو الموضوع وثيق الصلة بن المنظمة والجمهور .
- 2- تحديد الجماهير النشيطة والواعية والكامنة والجماهير غير المهتمة .
- 3- تحديد شكل الوجود المناسب على الانترنت سواء من خلال التصفح او غير ذلك من الوسائل .
- 4- من خلال هذا الأمر سوف تكون قادراً على تحديد الوسائل المناسبة أو الاستجابة إلى احتياجات الزائرين..

- ٥- وفر إمكانية الوصول إلى المعلومات والمعرفة من داخل المنظمة .
- ٦- قدر الحاجة إلى تناول القضايا المختلفة من خلال صفحات أساسية .
- ٧- حاول تطوير المحتوى من خلال تنمية المهارات والخبرات .
- ٨- قم بتقييم مدى تأثير المعلومات المتاحة على سمعة المنظمة .
- ٩- تقييم العائد على رأس المال أي مدى تحقيق خفض في التكلفة .
- ١٠- المتابعة وإجراء الاختبارات لضمان عدم وجود أخطاء .

## مثال : شركة ارامكو

توضح الصورة : رابط الموقع ، الصفحة الرئيسية التي تعرض فيها العلاقات العامة صورة الشركة من الرؤية و الاعمال وغيرها ، محرك البحث ، محرك تعدد اللغات ، اخر اخبار الشركة ، الخدمات الالكترونية ، وخيار اتصل بنا .



توضح الصورة : دور العلاقات العامة في ابراز صورة كاملة عن الشركة بعرض لمحة عنها ، وعن تاريخها ، وقيادتها ، وشبكتها ، وموظفيها.



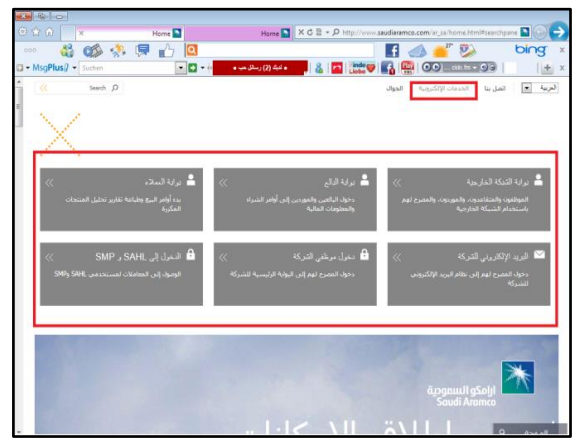
توضح الصورة : تحسين العلاقات العامة لصورة الشركة بالحديث عن الجماهير الداخلية ( الموظفين ) ، آخر الأخبار ، خيار تابعنا عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

## الأخبار

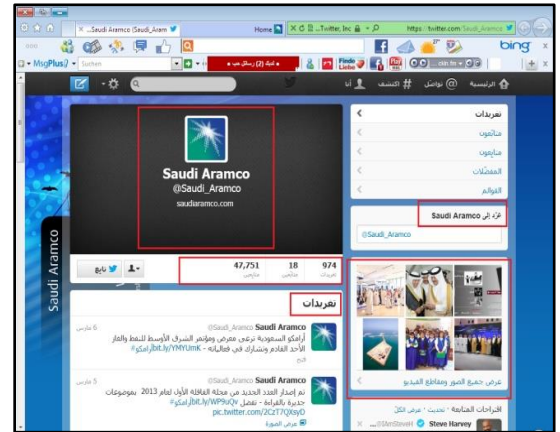
توضح الصورة : دور العلاقات العامة في عرض آخر الاخبار والمستجدات في الشركة .



توضح الصورة : دور العلاقات العامة تحت الاختيار [انضم إلينا] وذلك بعرض أدوار الشركة في الوظائف و سياستها مع الموظفين وما تقدمه لهم ، و إتاحة الانضمام إليها عبر الانترنت.



توضح الصورة : حساب الشركة في موقع التواصل الاجتماعي تويتر حيث تكون العلاقات العامة في وسط الجماهير الداخلية والخارجية .



توضح الصورة : الاختيار [ الخدمات الالكترونية ] ويندرج تحتها عدة خدمات لموظفيها كما توضح الاكسترنات والانترنت.

## وسائل الاتصال العامة و الانترنت :

\* يتميز الانترنت بأنه يحتوي على مجموعات كبيرة ومتنوعة من المعلومات ويمكن البحث والوصول إلى آلاف المواضيع التي يرغب الفرد في معرفتها. وتقدم هذه المعلومات على صفحات الانترنت من خلال طرق عديدة حيث قد تقدم مع الصور أو الأصوات أو مع وثائق معينة.

\* ويعتبر الانترنت وسيلة جيدة لأجراء بحوث العلاقات العامة مع مختلف أشكالها والحصول على معلومات ضخمة عن العملاء وخصائصهم وانطباعاتهم واتجاهاتهم إزاء المنظمة وأدائها و سياساتها فأجراء البحوث من خلال الانترنت أقل تكلفة وهو يساعد بنفس الوقت على الحصول على معلومات دقيقة وبسرعة كبيرة.



إذ أن ممارسو العلاقات العامة يلجئوا إلى استخدام الانترنت كوسائل اتصال بشكل أكثر من استخدام وسائل الاتصال العامة التقليدية كالصحف والمجلات والتلفزيون وغيرها يعتبر أرخص بكثير من وسائل الأعلام التقليدية الأنترنت ليس وسيلة أعلام جماهيرية بل نشاط بين شخصين إذ يمكن تحديث الصفحة دوريا وبسرعة بعكس نشرات الإعلان الورقية والكتالوجات التي نادر ما تتغير . ويستخدم في الانترنت وسائل تكنولوجية ما يسمى بالوسائط المتعددة من صور ورسومات وأصوات ومشاهدة الفيديو . تقدم الكثير من المنظمات التي لها موقع على الأنترنت نشرات تعطي معلومات عن المنظمة ومنتجاتها وخدماتها .

و ايضاً هناك عملية إنشاء صحيفة اخبارية خاصة بالمنظمة على موقعها حيث تعمل هذه الصحيفة بديلا للرسائل الاخبارية أو المجلات المتعلقة بالمنظمة وتستهدف الصحيفة الالكترونية الجماهير الداخلية والخارجية كالموظفين والمساهمين والعملاء والموزعين والموردين والمجتمع المحلي .

وهناك أيضا صفحة النشرة الإخبارية التي تسمح للصحفي تلقي المعلومات من المنظمة بصفة منتظمة. وخلال وقت سريع بهدف الأعداد لنشرها في الوقت المناسب.

هناك ثورة أخرى رافقت الثورة المعلوماتية وهي ثورة النشر الالكتروني حيث بلغ عدد الصحف والمجلات التي تنشر سنويا أكثر من ١٥٠٠ صحيفة و ٣٥٠٠ مجلة وعددا هائلا من الكتب والمراجع مما يجعل الانترنت مصدرا هاما للمعلومات والاتصالات بالمجتمع.



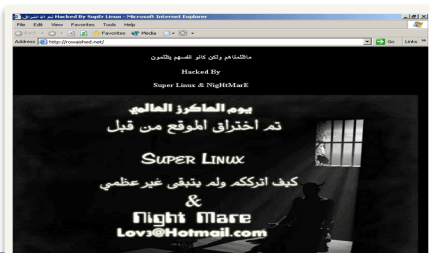
### معوقات الانترنت :

لقد أصبح العالم كما ذكرنا شبكة واسعة من أجهزة الحاسوب المرتبطة ببعضها حيث بإمكان أي جهاز حاسوب في العالم أن يتكلم مع أي جهاز حاسوب آخر من خلال لغة الإرسال .

وينبغي الإشارة هنا الى أن الانترنت كوسيلة هامة للاتصال بين الأفراد والمنظمات لا يمكن السيطرة عليه لأن بإمكان أي موقع الكتروني أن ينشر ما يريد من معلومات وأخبار .

### ويواجه الانترنت معوقات ومشاكل أهمها :

- ١- ضعف البنية التحتية في بعض الدول بالنسبة الى صعوبة توفر الهواتف ووحدات الخادم و أجهزة الحاسوب .
- ٢- الحاجز النفسي أمام الكثير من المديرين فيما يتعلق باستخدام الحاسوب .
- ٣- صعوبة وجود ضمان لسرية المعلومات مما يضعف ثقة المنظمات في التعامل مع الانترنت ويزيد من مخاطر الدفع من خلال الانترنت .
- ٤- ارتفاع تكاليف الانترنت خاصة عندما تكون عملية نقل صفحات أو قراءتها بطيئة .
- ٥- إمكانية اختراق مواقع المنظمة على الانترنت و إضافة أو حذف أو تغيير معلومات معينة قد تسيء الى الصورة الذهنية للمنظمة أمام الجماهير .



٦- ظاهرة انتشار الفيروسات والتي تحد بشكل ملحوظ من الوقت المخصص على الانترنت مما يشكل عائقا كبيرا .

ولعل أبرز هذه المساوئ تكمن في الخصوصية والأمان ..فقد ظهرت أنواع جديدة من الجرائم وربما الحروب وهي الجرائم التكنولوجية المتعلقة بوسائل الاتصالات . ولو تطرقنا لجانب واحد وهو الأمن المعلوماتي مثلا سنجد الكثير من التحديات التي تواجه المؤسسات و الأفراد وليكن لنا في هذا المقطع الكوميدي موجز يغني عن الكلام ..



• وإجمالاً فإن استخدام وسائل الاتصال من خلال الانترنت جنباً الى جنب مع وسائل الاتصال التقليدية في مجالات العلاقات العامة يؤدي الى ارساء علاقات أكثر متانة بين المنظمة وجماهيرها . وبالتالي يعمل على زيادة فعالية أداء نشاطات العلاقات العامة .



وأخيراً

انتهت المحاضرة  
إعداد ساره توت