

محاضرة: تقنيات الاتصال العمومي:

❖ البيان الصحفي:

هو وثيقة رسمية تتعلق بحقيقة أو حدث جديد أو مهم، ويقصد من خلاله أن يتم إبلاغه إلى جمهور معين من قبل وسائل الإعلام المختلفة، فالهدف الأساسي من البيان الصحفي هو جذب انتباه الصحفيين وإثارة اهتمامهم وإقناعهم بنشر المادة للجمهور، ولنشر البيان الصحفي للرأي العام يجب أن يتطرق بحقيقة حالية وقريبة ومثيرة للاهتمام للجمهور¹، كما يقدم البيان الصحفي معلومة واحدة حقيقة وانية محررة باختصار غير مخل (صفحتان على الأكثر) حيث يتكون البيان الصحفي العادي من حوالي 25 سطراً ويوجه في الغالب إلى الصحافة اليومية، كما ينصح بعدم إخفاء هوية المرسل (لتمكين الصحفي من معرفة إلى من يتوجه في حالة رغبته في استكمال المعلومات) والمستقبل لضمان سرعة وصول البيان وتجنب تنقله بين عدة مصالح صحفية أو ضياعه، ومتضمنة للعناصر التالية:²

- * التحديد تبعاً لقاعدة الأسئلة الخمسة: أين، من، ماذا، متى، لماذا؟
- * البناء: ذكر العناصر الإعلامية المرتبطة بالحدث
- * الرأي: تعليق المرسل على الحدث ورأيه فيه
- * الخاتمة: عادة في شكل استشهاد حرفياً.

عموماً يشترط في البيان الصحفي أن يتتوفر على الخصائص التالية:³

- الأخبار: بمعنى تقديم معلومة أو معلومات تمثل حقيقة جديدة نشأت أو ظهرت في بيئة الجمهور.
- القرب: الزماني، المكاني، العاطفي، الاجتماعي والثقافي أو المهني.
- مصلحة الجمهور: أي أن يتضمن البيان الصحفي معلومة هامة للجمهور العام أو للجماهير المستهدفة (وفقاً للمصالح والاحتياجات والتوقعات والأحكام المسبقة والحالات المزاجية في الوقت الحالي والمعرفة السابقة بالموضوع من قبل هؤلاء الجماهير).
- المصداقية: يجب أن يكون البيان موضوعي، صحيح، دقيق، دقيق بحيث يتجنب الدعاية والإعلان وعدم الدقة والغموض وسوء الفهم والأكاذيب.
- الوضوح: أن يكون البيان مفهوم على الفور من خلال وجود المعلومات الكاملة، واستخدام لغة بسيطة ودقيقة مع حذف للأفكار الثانوية والتفاصيل.
- يجب أن يتضمن البيان الصحفي العنوان والتاريخ والمكان والتوقع وتفاصيل الاتصال بالمتحدث الرسمي أو من ينوب عنه.
- موجهة بشكل صحيح: للصحفيين الذين يمكنهم تسهيل نشره أو إلى رئيس التحرير أو إلى كليهما ومتابعة المكالمات الهاتفية إذا لزم الأمر.

¹ Claude Jean Devirieux: pour une communication efficace, Presses de l'Université du Québec, Québec, 2008, p 141.

² دليو فضيل: اتصال المؤسسة، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2003، ص 104.

³ Claude Jean Devirieux, op.cit, p144.

❖ المؤتمر الصحفي:

وهو الذي يعقد مع ممثلي ومراسلي المؤسسات الإعلامية المختلفة وهو يستهدف جمهوراً واسعاً، ولانعقاده يجب الإجابة على سؤالين هامين متى يعقد وكيف يحدد موعده؟ من يدعى إليه وكيف؟ وينبغي عقده عند توفر موضوع إخباري هام سواء أكان طارئاً (مثل الرد على اتهام وجه للمؤسسة أو لأحد موظفيها، إغلاق المؤسسة كلياً أو جزئياً) أو مبرمجاً كإعلان عن فتح فروع جديدة للمؤسسة، وإلا فالأفضل توصيل ذلك من خلال بيان أو ملف صحي، كما يجب الأخذ بعين الاعتبار في ذلك الوقت المناسب للصحفيين والذي قد يؤدي إلى أوسع مدى لتفطينه، وتوجه الدعوة لجميع ممثلي وسائل الإعلام المهتمة بمنطقة نشاط المؤسسة وقد تتعداً إلى الوسائل العامة إذا كان موضوع المؤتمر يقتضي ذلك⁴، ومن أجل التنظيم الجيد للمؤتمر الصحفي وجوب إتباع برنامج زمني دقيق من خلال:⁵

- مراجعة دقة المعلومات الرئيسية للموضوع مع التعمق في تحليل كل أبعاده وتحضير كيفية التعبير عن ذلك.
- تدريب المتتدخلون المبرمجين للتحدث باسم المؤسسة إمام الصحافة مع التحضير أجوبة للأسئلة المتوقعة.
- ضبط قائمة المدعوين مع الأخذ بعين الاعتبار أن نسبة الحضور منهم غالباً ما تكون ضعيفة، لذلك يفضل توسيع دائرة المدعوين.
- اختيار التاريخ وذلك بعد معرفة مواعيد باقي المؤتمرات والمعارض المهنية والأحداث السياسية الكبرى... الخ
- اختيار المكان بحيث يفضل أن يكون عملياً وسهلاً للوصول إليه من قبل المدعوين، وأن يكون واسعاً بحيث يمكن أن يستوعب العدد الكبير من المدعوين للحضور، وأن يتضمن بعض التجهيزات التقنية التي تساعد على نجاحه.
- اختيار التوقيت وتحديد المدة التي يستغرقها المؤتمر سواء المخصصة للمتحدث أو المخصصة لتدخل الصحفيين لطرح الأسئلة والرد عليها.

❖ الاتصال الرقمي:

ويعد "نوع من أنواع الاتصال الحديث الذي يعتمد على ثلاث قواعد أساسية لتحقيق الهدف منه، تتمثل القاعدة الأولى بأطراف عملية الاتصال، والقاعدة الثانية بالเทคโนโลยيا الرقمية ونظمها المتاحة، أما القاعدة الثالثة فتتمثل في المهارات الفنية والبعد الإنساني الذي يهدف في نهاية الأمر إلى تحقيق هدف الاتصال (العميري، 2011، ص 16)، كما يمكن أن نعرف الاتصال الرقمي بكونه عملية تواصلية بين طرفين أو أكثر تستهدف نقل أو بث أو تبادل جملة من الرسائل أو المعلومات، وتتم من خلال الدعامات والوسائل التقنية والرقمية التي أتاحتها ثورة المعلومات

⁴ فضيل دليو، مرجع سابق، ص 106.

⁵ نفس المرجع، ص 107.

والاتصالات، يتميز الاتصال الرقمي بالآنية والسرعة والتفاعلية في نقل وتبادل المعلومات.

إن الاعتماد على الاتصال الرقمي من طرف المؤسسات العمومية للتواصل مع المواطنين ضرورة حتمية فرضتها التغيرات الاجتماعية والتكنولوجية وال الرقمية التي شهدتها الإنسانية مع مطلع القرن 21، حيث انتشرت الشبكات الاجتماعية والمنصات الرقمية التي لاقت رواجاً كبيراً بين المستخدمين لتبادل المعلومات ونشر الأفكار وصناعة المحتوى، وبالنظر للخصائص التي تتمتع بها الميديا الجديدة من سرعة وتفاعلية وانتشار واسع يتجاوز الحدود الجغرافية المكانية، فإن استغلال هذه الوسائل الرقمية في الاتصال العمومي بات ضروري وهام جداً لنشر وتبليغ المعلومات الهامة والتعليمات المختلفة للمواطنين، سواء عبر موقع التواصل الاجتماعي الرسمي الخاص بالمؤسسات العمومية مثل الفايسبوك والانستغرام والتويتر أو عبر صفحاتها الرسمية على الشبكة العنكبوتية.

❖ التقرير:

عبارة عن عرض منهجي لنتائج استقصاء أو بحث للحصول على معلومات محددة سلفاً، يقوم به شخص معين أو مجموعة من أشخاص يتم تكليفهم للقيام بهذه المهمة⁶

إن التقرير تقنية هامة في الاتصال العمومي بحيث تتضمن تقديم معلومات هامة أو حصيلة لنشاط مؤسسة عمومية ما للجمهور من أجل الاطلاع عليها وإدراك المجهودات التي تبذلها تلك المؤسسة لتحقيق أهدافها وتحقيق المصلحة العامة، والتقارير التي تصدرها المؤسسات العمومية متعددة فمن حيث الموضوع نجد تقارير مالية خاصة بالموارد المالية التي حققتها المؤسسة نتيجة لنشاطها التجاري مثلاً، تقارير المتابعة والإشراف مثل التقارير التي توضح مدى تقدم أشغال مشروع ما قد يكون سكني أو متعلق بحالة انجاز الطرقات، تقارير إحصائية تقدم أرقام وإحصائيات هامة حول موضوع أو قضية ما تهم الرأي العام، كتقارير إحصاء السكان، التقارير الأمنية التي توضح مثلاً حوادث المرور، أما من حيث الزمن فنجد التقارير يومية، وتقارير أسبوعية وتقارير شهرية وتقارير سنوية وتقارير نصف سنوية.

ولتقارير أهمية كبيرة، نورد أهم ذلك فيما يلي⁷:-
- تمثل التقارير قاعدة معلومات متعددة تخدم كل الأطراف ذات الصلة بوجودها وبقائها، سواء قادتها أو العاملون فيها أو المتعاملون معها.

⁶ بشير العلاق : أساليب وطرق إعداد التقارير والخطب التقليدية والإلكترونية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، الأردن، 2009 ، ص 87

⁷ بشير العلاق، المرجع السابق، ص 92

- إنها من التقنيات الأساسية والضرورية للإدارة ، باعتبارها مركز مهم لصنع القرار في المنظمة.

- نجاح الإدارة يعتمد اعتماداً جوهرياً على كفاية منظومات التقارير الإدارية.

- يعتمد التخطيط والاستراتيجيات على التقارير وبالتحديد تقارير الرقابة وتقويم الأداء ، كونها توفر

مؤشرات دقة عن مدى تحقق الخطط السابقة وعوامل النجاح والفشل والبدائل العلاجية لها.

- تساهم التقارير الدولية أو الاستثنائية في التنظيم والتنسيق ، فهي مصدر لرصد وتشخيص الكثير من المشاكل التنظيمية.

- تمثل التقارير مطلب ضروري لصانعي القرار ، فهي أنساب أسلوب لممارسة القائد الرقابي

والتفوييمي ، وبالتالي لممارسة دور فاعل في تحفيز مروءسيه نحو إنجاز الأهداف.

- تعد التقارير تقنية أساسية لنظم الرقابة وتقويم الأداء ، فلا مجال لممارسة وظيفة الرقابة دون

أن توثق نتائج العمل الرقابي في تقارير نمطية عن الأعمال والأحداث والنتائج المتصلة بها.

- خطط فعاليات الرقابة والجودة لن تكون سليمة دون اعتمادها على نتائج الخطط السابقة التي يتم توثيقها في التقارير الدورية.

- نجاح إدارة المالية وإدارة الموارد البشرية وإدارة الخدمات مرهون بتوفير المعلومات عن الأداء

السابق ، وهذا ما توفره التقارير الدورية.

- نظم المعلومات الإدارية ، ونظم البحث والدراسات ، ونظم التطوير التنظيمي تحتاج لتوثيق الواقع ، وتحديد سماتها وخصائصها الإيجابية والسلبية وصولاً إلى استنباط البدائل للتطوير ، وهذا يعتمد على التقارير التي تعد قاعدة هذه الوظائف و نتيجتها

❖ الإعلان : annonce

والذي يراد به التقنية أو الأسلوب المستخدم من قبل الهيئات والمؤسسات العمومية لنبث أو نشر أو نقل خبر أو معلومة أو توجيهات هامة للجمهور عبر مختلف الدعامتين الإعلامية والاتصالية بغرض الاطلاع عليها و العمل بها ، والإعلان المستخدم في الاتصال العمومي هو مرادف للبلاغ الذي يتضمن هدف إعلامي ، ومن الأمثلة على ذلك ذكر إعلان عن مناقصة وطنية ، وإعلان عن استشارة محدودة أو إعلان عن بيع بالمزاد العلني ... الخ ، أو إعلان عن توظيف الخ ، فالبلاغ مختلف عن الإشهار الذي يعتبر نشاط اتصالي غير شخصي وربحي والذي يهدف المعلن من

خلاله إلى التأثير على السلوك الشرائي والاستهلاكي للمستهلك، والترويج للسلع والخدمات وتحقيق العوائد والأرباح المالية من ذلك.