



(التعامل مع وسائل الاعلام)

أولاً: تعريف العلاقات العامة

تعريف العلاقات العامة:

تعريف (ريكس هارلو) Rex Harlow: العلاقات العامة هي وظيفة إدارية مميزة تساعد في بناء صورة طيبة للمنظمة، وإيجاد اتصال وفهم وقبول وتعاون متبادل بين المنظمة وجمهورها والحفاظ على العلاقة مستمرة بينهما.



أولاً: تعريف العلاقات العامة (تابع)

- ومن حيث البناء اللفظي، فإن كلمة عامة Public تعني كل جماعة أو جمهور أو شريحة من المجتمع تكون المنظمة على علاقة بها مثل جمهور العاملين، أو العملاء، أو الهيئات والجهات الحكومية والخاصة.

- أما كلمة علاقات Relations ، فهي تعني عملية الصلات والارتباطات التي تتوفر بين المنظمة وال جماهير المتعاملة معها .



ثانياً: أهمية العلاقات العامة للمنظمة

- ١- تكوين صورة طيبة ومحبة للمنظمة لدى الجمهور. (الصورة الذهنية الإيجابية للمنظمة).
- ٢- تقديم النصح للإدارة العليا بالمنظمة عند تحديد سياساتها حتى تراعي فيها اتجاهات الرأي العام بين الجماهير.
- ٣- تولد الشعور بالثقة وبالانتماء للمنظمة.
- ٤- زيادة اهتمام قادة الرأي ووسائل الإعلام بالمنظمة.
- ٥- مواجهة الأزمات أو الطوارئ التي قد تتعرض لها الإدارة والمنظمة.

ثالثا: أنشطة العلاقات العامة

(أ) - محور الاستعلام ويشمل: تحليل اتجاهات الجمهور والرأي العام تجاه المنظمة ومتابعة هذه الاتجاهات لمعالجة الجوانب السلبية منها ودعم الإيجابية منها تجاه المنظمة.

(ب) - محور التنسيق ويشمل: ربط أنشطة العلاقات العامة بالأنشطة الأخرى في المنظمة والتنسيق فيما بينها، لتحقيق التعاون فيما بينهما وبين الجمهور الداخلي والخارجي للمنظمة.



٥

أنشطة العلاقات العامة (تابع)

(ج) - محور الوظيفة الاعلامية وتشمل :

١. التعريف بالمنظمة من خلال الشرح والتفسير عبر وسائل الإعلام المختلفة والمناسبة وبلغة سهلة الفهم للجماهير المعنية.
٢. إعداد وتحرير البيانات والمعلومات وإيصالها لوسائل الإعلام المختلفة.
٣. إعداد وتحرير الكتيبات والأدلة والتقارير والمطويات والنشرات والمطبوعات الأخرى.
٤. إعداد وتحرير مجلة المنظمة ودورياتها المختلفة.

تابع: أنشطة العلاقات العامة (الوظيفة الاعلامية)

٥. تخطيط وتنفيذ الملصقات والإعلانات.

٦. تنظيم اللقاءات والمؤتمرات والندوات والحفلات.

٧. إعداد كافة أنواع المواد الإذاعية والتلفزيونية.

٨. الإشراف على لوحة الإعلانات في المنظمة.

٩. رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة.



ثالثاً: مفهوم الاعلام Information

إحاطة الجماهير علماً بالأخبار والمعلومات والحقائق الصحيحة التي

تساعدهم على تكوين رأي صائب، بحيث يعبر

هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير

واتجاهاتهم وميولهم.



أهمية الاعلام للمنظمة:

أصبح العالم قرية صغيرة نتيجة لما أحدثته الثورة العلمية والتكنولوجية من تطور هائل في سبل نقل الأخبار ومتابعة الأحداث وتداول المعلومات من خلال وسائل الإعلام المختلفة، من هنا يجب أن تطور المنظمات آليات التعامل مع وسائل الإعلام خاصة في ضوء الأهمية المتزايدة للإعلام في تشكيل وجدان الجماهير ، وتحديد أولويات العمل في المجتمع.

رابعاً: كيفية توظيف الاعلام لصالح المنظمة:

- ١- رصد ومتابعة القضايا التي تتناولها وسائل الإعلام المختلفة حول المنظمة وأدائها وتوعية الجمهور والرأي العام بما تقدمه من خدمات وكيفية الانتفاع بها.
- ٢- إجراء الاتصالات مع القائمين على وسائل الإعلام الجماهيري ، والرد على أي هجوم يقع على المنظمة نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة عنها.
- ٣- تقديم التسهيلات اللازمة لممثلي وسائل الإعلام فيما يتعلق بتغطياتهم الصحفية في إطار عمل المنظمة.

كيفية توظيف الاعلام لصالح المنظمة (تابع)

- ٤ - إعداد وإنتاج مطبوعات باللغات الاجنبية، بما يمثل سجلاً شاملاً على نشأة وانجازات المنظمة وإطار عملها.
- ٥- تدعيم العلاقة بين المنظمة والمنظمات الأخرى من خلال استخدام وسائل الإعلام.
- ٦- تطوير آليات للتفاعل مع الجمهور من خلال وسائل الاتصال الالكترونية (شبكة الانترنت).
- ٧- إعداد المواد الإعلامية بأشكالها المختلفة (نشرات اخبارية - مطبوعات - صور - مرئيات).

خامسا : ماذا يحدث إذا لم يتم التدريب على التعامل مع الاعلام؟

١. غياب الوعي بأهمية مواجهة وسائل الإعلام.
 ٢. غياب المهارات اللازمة لبناء صورة إيجابية للمنظمة وموظفيها.
 ٣. الافتقار إلى العاملين المدربين على مواجهة وسائل الإعلام.
 ٤. غياب استراتيجيات الاتصال والتفاعل بين المنظمة وجمهورها.
 ٥. عدم القدرة على تطبيق أساليب وأدوات العلاقات العامة أو
- ١٢ تصميم الحملات الإعلامية.

الاعلام المحلي والاجنبي والدولي

الاعلام المحلي :

- الاعلام الذي يستهدف محتواه نطاق جغرافي او بلد محدد مثل الاذاعات والقنوات والصحف المحلية.

الاعلام الدولي :

- الاعلام الذي يتوجه بمحتواه الي العالم كله.

الاعلام الاجنبي:

- الاعلام الذي لا ينتمي للبلد نفسه الذي يبيت منه محتواه سواء كان هذا المحتوى محليا او دوليا.

أوجه الاختلاف بين الإعلام المحلي والأجنبي

- ١- اختلاف الثقافة والمدلولات الايجابية للأفكار والكلمات.
- ٢- عائق اللغة قد يحول دون إيصال الأفكار والآراء بصورة سليمة.
- ٣- اتساع نطاق تأثير الإعلام الأجنبي خارج حدود البلاد.
- ٤- محدودية الوقت المتاح لوسائل الإعلام الأجنبية.

أوجه الاختلاف بين الإعلام المحلي والاجنبي (تابع)

- ٥- اختلاف توجهات وولاء الاعلام المحلي عن الاجنبي.
- ٦- استقلال وسائل الاعلام الاجنبية عن قيود الرقابة المحلية يتيح لها المزيد من الحرية في تناول بعض الموضوعات الشائكة التي يعجز عن تناولها الاعلام المحلي.
- ٧- تحرر الاعلام الاجنبي من شبهة موالاتة الحكومة المحلية وسيطرة النظام القائم.

١٥

لذا وجب على الاعلام المحلي

- ١- اكتساب ثقة الجمهور.
- ٢- التنسيق الاعلامي الجيد والهادف بين كافة الوسائل الاعلامية.
- ٣- اعلاء قيم المهنية وموثيق الشرف الاعلامي لتحسين الاداء الاعلامي بوجه عام.

ما يجب علي مسئولى الاعلام عند التعامل مع الاعلام الاجنبى

١- اختيار متحدث اعلامى ممن يجيدون اللغات الاجنبية.

٢- توفير ترجمة فنية جيدة.

٣- توفير النشرات والمطبوعات الاعلامية المناسبة باللغات الاحنبية.

٤- مداومة الاطلاع علي وسائل الاعلام الاجنبية للتعرف علي

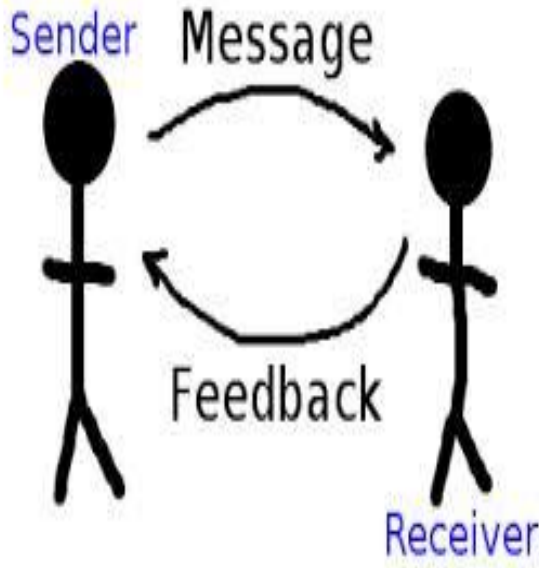
اتجاهات الراى العام العالمى.

اولا:الاتصال والاعلام

ماهو الاتصال؟ أن توصل رسالة..

(أ)- تعريف الاتصال :

العملية التي تتضمن تبادل الحقائق والأفكار والآراء والمعلومات، والاتجاهات بين شخص أو أكثر باستخدام صيغة أو أكثر من صيغ التعبير بحيث يفهم كل طرف ما يعنيه الطرف الآخر.



ب) مكونات الاتصال

المرسل: (sender or source)

نقل الرسالة: (process)

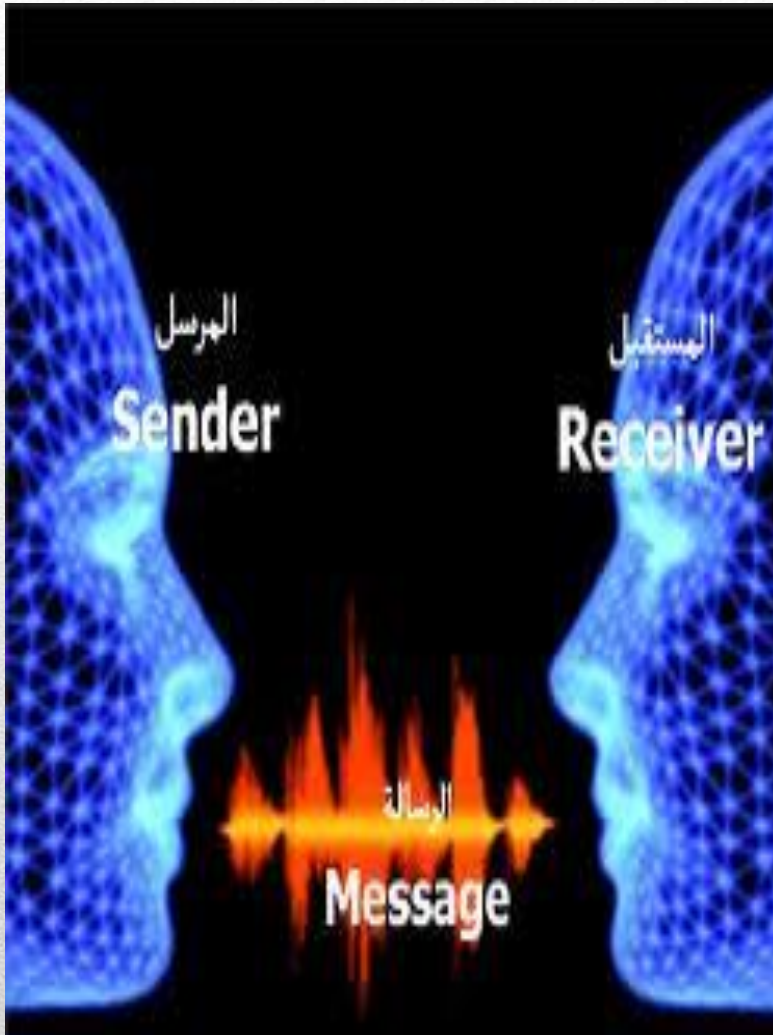
الرسالة: (message)

الوسيلة: (channel)

المستقبل: (receiver)

المعلومات المرتدة (feedback)

١٩



ج)- عناصر الاتصال الناجح:

- تحديد الأهداف

- تحديد الجمهور

- فهم الرسالة

- فهم الوسيلة



ثانياً: أنواع وسائل الاعلام



- الاعلام المكتوب (الصحف والمجلات).
- الاعلام المسموع (الاذاعة)
- الاعلام المرئي (التلفزيون).
- ومؤخراً أضيف الاعلام الألكتروني
(مواقع الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي).

وظائف وسائل الإعلام

١. وظيفة الاخبار والتزود بالمعلومات.

٢. وظيفة الترفيه والتخلص من التوتر والضغوط
والمصاعب.

٣. وظيفة الاعلام والتعليم.

٤. وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه.

٥. الإعلان والترويج.

٦. تكوين الآراء والاتجاهات.

٢٢



ثالثا: جمهور وسائل الاعلام

١. الجمهور الخارجي العام.
٢. الجمهور الداخلي العام (جمهور المنظمة).
٣. جمهور المنظمات الأخرى، التي تتعامل مع المنظمة.



الاسس العلمية لاختيار الوسيلة الاعلامية المناسبة

١. تناسب الوسيلة الاعلامية مع الفكرة.
٢. تناسب الوسيلة الاعلامية مع الهدف.
٣. القدرة علي اشباع احتياجات الجمهور المختلفة.
٤. مناسبة الوسيلة الاعلامية لقدرات المرسل والمستقبل.
٥. خصائص الوسيلة الاعلامية (التمويل المادي المتاح ، مدى التغطية الجغرافية ، العمر الافتراضي للوسيلة الاعلامية، تكرارية العرض و٤ التأثير المباشر وغير مباشر).

طريقة عمل وسائل الاعلام

- من هم اصحاب القرار في الوسيلة الاعلامية؟
- من هم الجمهور المستهدف من نشر الخبر؟
- ما هي المنافع التي تعود من نشر الخبر؟
- ما هي الاضرار التي قد تنتج عند نشر الخبر؟

خامسا :القواعد الأساسية التي يجب اتباعها عند التعامل مع وسائل الاعلام

- ١- الموضوعية : بالاعتماد على الحقائق وعدم التضليل عند تناول الأخبار.
- ٢- عدم الضغط على وسائل الاعلام لنشر بعض الأخبار بطريقة معينة أو في وقت محدد.
- ٣- عدم حجب الأخبار: يجب على المنظمة ألا تمارس الضغط على وسائل الاعلام لمنع نشر بعض الأخبار ، فهذا يسيء للمنظمة ويؤثر سلبا على سمعتها.



القواعد الأساسية التي يجب اتباعها عند التعامل مع وسائل الاعلام (تابع)

٤. **عدم إغراق وسائل الاعلام:** وذلك بكثافة الأخبار والمعلومات التي تخص المنظمة ، فمثل هذا التصرف يلحق الضرر بكلا من المنظمة والوسيلة الاعلامية ، لأنه يضعف ثقة الجمهور فيهما.
٥. **الاحتفاظ بقوائم حديثة:** من خلال متابعة وسائل الاعلام الجديدة ، ووضعها في دائرة الاختيار بين وسائل الاعلام الأخرى بعد معرفة امكانياتها الفنية.
٦. **الاهتمام باقامة علاقات جيدة مع جميع الصحف** بصرف النظر عن اتجاهاتها المختلفة، وتنظيم لقاءات مع ممثلي تلك الصحف في المناسبات المختلفة.

سادسا: المهارات الإعلامية التي يجب توافرها عند التعامل مع وسائل الاعلام

١ / مهارات اللغة والكتابة والتحرير :

قدرة القائم على الاتصال على توظيف لغته بشكل علمي صحيح وسليم وممارسته للكتابة الهادفة التي تتوفر فيها عناصر البساطة والوضوح والقوة معا من أجل تقديم مضمون جيد بعيدا عن الغموض.

٢ / مهارة العلاقات العامة:

حسن التعامل والتصرف مع الجماهير والقدرة على الوصول إلى عقل وقلب الجمهور المستهدف إضافة إلى إيجاد قنوات الاتصال المستديمة مع وسائل الإعلام ومع الجمهور من خلال وسائل الإعلام والاتصال.

تابع: المهارات الإعلامية التي يجب توافرها عند التعامل مع وسائل الاعلام

٣ / مهارات فنية وتقنية:

تتنوع ما بين القدرة على التصميم وإصدار المطبوعات بأشكال مختلفة تتناسب وطبيعة الرسالة والجمهور والوسيلة إلى القدرة على التعامل مع وسائل الاتصال والمعلومات.

٤ / مهارات إدارية:

اتخاذ القرارات الخاصة بمعرفة أسس التخطيط المبدئي لاختيار وسيلة الاتصال المناسبة ولتحديد سمات الجمهور ومدى ملائمة الرسالة له والتعرف على الميزانية التقديرية اللازمة ، ومتابعة عملية التنفيذ والتوزيع لضمان نجاح الهدف المراد تحقيقه.

سابعاً: مواصفات التغطية الاعلامية الجيدة

- ١- الاحتفاظ بالاتصالات الصحفية الحديثة، وتحريك فريق العمل بسرعة.
- ٢- إدراك ما يستحق أن يكون خبراً، وعدم نشر إفادات صحفية مملة
- ٣- كتابة العناوين والموضوعات الخبرية الجيدة، والجزابة والمعبرة عن مضمون المعلومات.
- ٤- الاحتفاظ بالصور الحديثة والوثائق المختصرة الجاهزة للإرسال عند الطلب.
- ٥- الاستعداد تماماً للمقابلات الصحفية والمؤتمرات الصحفية ، وإتاحة الوقت للأسئلة.

تامنا: كيف يمكن للمنظمة أن تتصل بوسائل الإعلام؟

١- إصدار بيان صحفي تعليقا على حدث أو لإبداء رأي في قضية مطروحة مجتمعيًا .

٢- إصدار تصريح صحفي خاص للنشر الفوري.

٣- إصدار نشرة إخبارية دورية.

٤- كتابة رسالة أو مقال للصحيفة ردا على موضوع منشور أو قضية مطروحة بهدف نشرها ، أو يعرض جانبًا من آراء المنظمة فيها .

(تابع) كيف يمكن للمنظمة أن تتصل بوسائل الإعلام؟

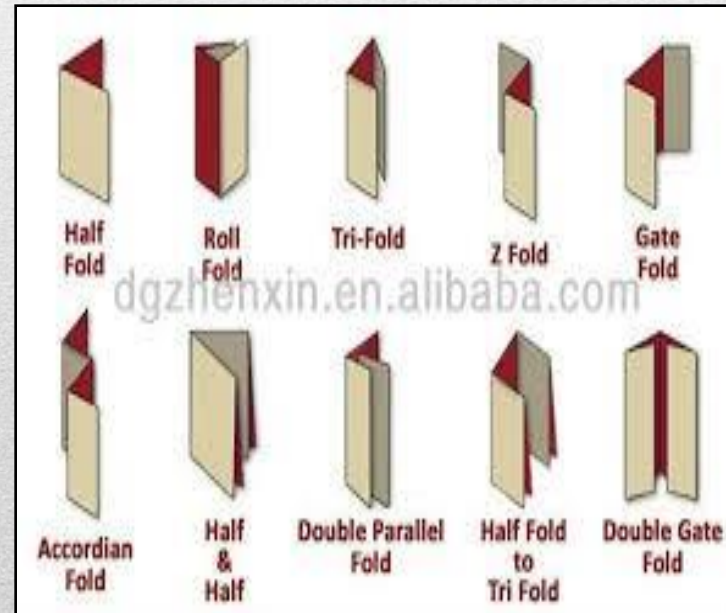
٥- نشر إعلان مؤسسي مدفوع الأجر في الصحف والمجلات بحيث يتضمن معلومات مفيدة للقارئ مثل التقارير السنوية وأبرز النتائج التي تنشرها باستمرار المنظمات المختلفة.

٦- إصدار المطبوعات المختلفة سواء المرتبطة بقضية معينة أو التي تتناول فيها المنظمة قضية نقدية تحليلية

٧- عقد مؤتمرات صحفية يتم فيها التحدث إلى وسائل الإعلام أو لاستضافة بعض الشخصيات.

أولاً: وسائل الاعلام المكتوبة

هي وسائل الإعلام المطبوعة أو (التقليدية) مثل : الصحف،
المجلات الأسبوعية والشهرية ، الكتيبات ، المطويات.



مزايا وسائل الاعلام المكتوبة

- ١- تتفوق على الوسائل الأخرى بالنسبة للجمهور المثقف والقارئ، وذلك لما تتميز به من مقدرة على عرض التفاصيل الدقيقة التي تساعد على توضيح الأمور للقراء .
- ٢- تهيئ للقراء امكانية قرائتها في الوقت والمكان المناسبين، مما يضيف عليها صفة الخصوصية .
- ٣- تعبر عن وجهة النظر الخاصة بكل منظمة أو مجتمع على حدة.

عيوب وسائل الاعلام المكتوبة

- ١- تعد من أقدم وسائل الاتصال التقليدية التي ترتبط بالثقافة، ومن ثم فانها ليست الوسيلة المفضلة لغير المثقفين.
- ٢- أنها تتطلب نوعا خاصا من الجمهور، وهو الجمهور القارئ.
- ٣- يتوقف نجاح العمل الاعلامي في الوسائل المطبوعة على عدد كبير من العوامل (الشكل والمضمون - التوزيع - الجمهور).

انواع وسائل الاعلام المكتوبة



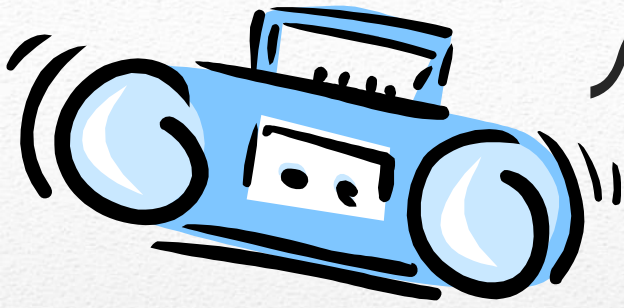
- الصحف
- المجلات
- صحف الحائط
- المطويات والكتيبات

ثانيا وسائل الاعلام المسموعة والمرئية:

اولا: تعريف وسائل الاعلام المسموعة والمرئية.

ثانيا: العناصر الاساسية للمادة الاخبارية.

ثالثا: المهارات الواجب توافرها عند التعامل مع وسائل الاعلام
المسموعة والمرئية.



أولاً: تعريف وسائل الاعلام المسموعة والمرئية

أ- الاعلام الازاعي:

تعتبر الاذاعة من اوسع الوسائل الاعلامية انتشاراً علي الاطلاق وبالرغم من انحصارها لفترة ما امام التلفزيون الا انها سرعان ما استعادت مكانتها في الازونة الاخيرة.



تابع : وسائل الاعلام المسموعة والمرئية (الاعلام الاذاعي)

المميزات الاذاعية

- ١- سهوله الاستماع لكافة القنوات
- ٢- تعدد برامجها لتناسب جميع المستويات الثقافية
- ٣- رخص الثمن (الاعلانات – الظهور في البرنامج)
- ٤- بساطة النظم التكنولوجيه المستخدمة
- ٥- متاحة للجميع في كافة الاماكن وعلی مدار الساعة
- ٦- سهولة الاستخدام اثناء انشطة الحياة اليومية

تابع :تعريف وسائل الاعلام المسموعة والمرئية:

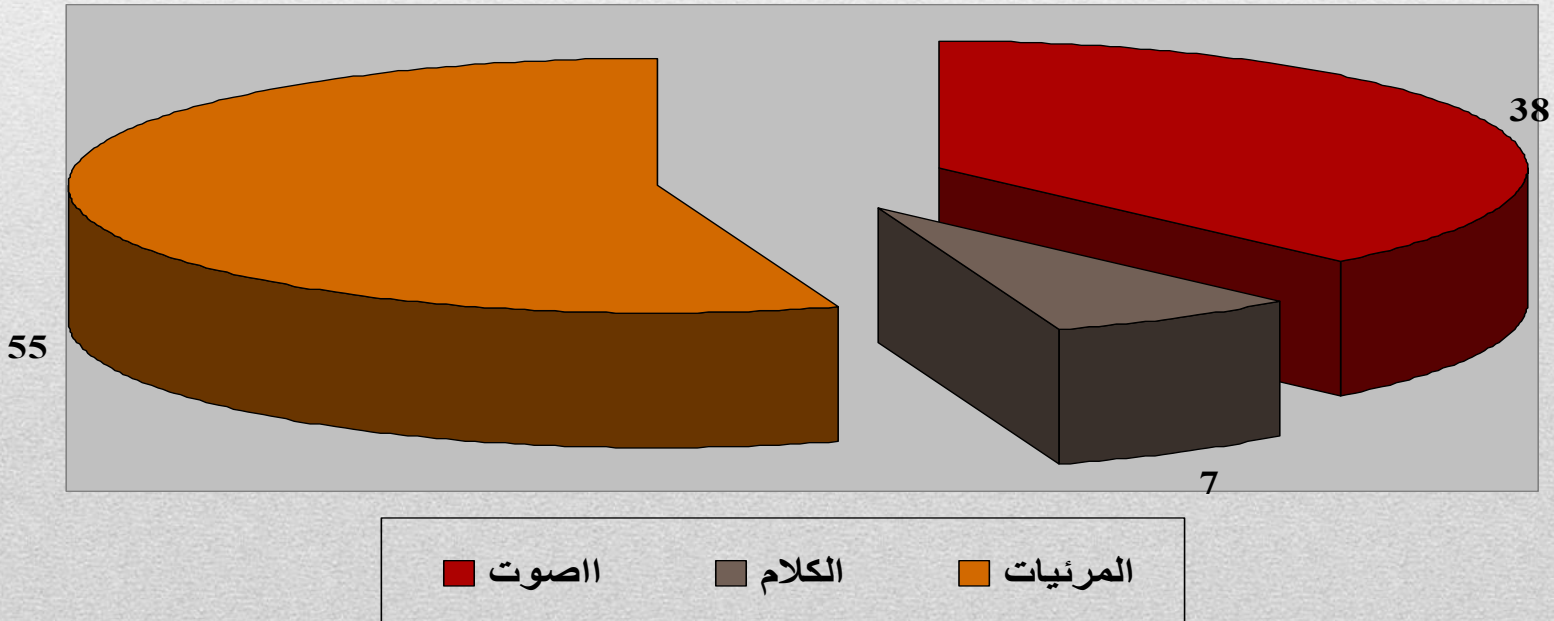
ب- مميزات الاعلام التليفزيونى

يتميز الاعلام التليفزيونى بعدة عوامل يتم توظيفها لصالح المؤسسة:

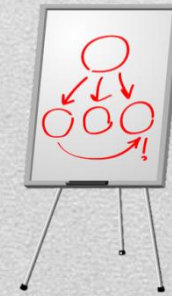
- ١-انتشار مجال اذاعة القنوات الفضائية لتتعدى الحدود المحلية والاقليمية.
- ٢-تأثير الصورة علي المشاهد.
- ٣-امكانية اعادة البرامج مرة اخري في فترات متتالية.

تذكر دائما

- ٥٥% من الرسالة تصل من خلال الصورة المعروضة
- ٣٨% من خلال انطباع الرسالة عند المتلقي
- ٧% من خلال مضمون الرسالة ذاتها



إدارة المقابلات في الراديو والتلفزيون



٤٢

أولاً: اللقاء الاعلامى

- تعريف اللقاء الاعلامي: هو اللقاء الذي تجريه إحدى وسائل الإعلام مع احد المسؤولين أو أحد العاملين بالمؤسسة بهدف التعرف على أنشطتها وبرامجها، ودورها في المجتمع.
- والشكل السائد للقاء الإعلامى هو حديث صحفي أو إذاعي أو مقابلة تليفزيونية او مؤتمر صحفي.
- ويعتبر فرصة لنقل رسالة معينة عن المؤسسة للجمهور، وهو ما يتطلب ضرورة الإعداد الجيد له حتي يأتي بالنتائج المرجوة.

أولاً: اللقاء الاعلامى (تابع)

دور مسئولى الاعلام قبل اللقاءات الاعلامية

- تحديد الرسالة التي سيتم توجيهها للجمهور
- اعداد مواد اعلامية مكتوبة بشكل دوري مسبق
- الدقة في اختيار ممثلى المؤسسة و مسئولى الاعلام

اولا: اللقاء الاعلامى (تابع)

دور ممثلي المؤسسات في اللقاءات الاعلامية (تابع)

١. تحديد موعد عقد اللقاءات الاعلامية بدقة
٢. توفير اماكن انتظار سيارات بالقرب من المكان
٣. توفير خلفية مناسبة سواء للخبر او المؤسسة
٤. مراعاة وجود مصادر للطاقة بالقرب من مكان التصوير
٥. دراسة الاصوات الخارجية التي قد تؤثر علي التسجيل
٦. ضرورة اخطار العاملين بالمكان
٧. التحكم في مكان التسجيل

ثانيا :المقابلة التلفزيونية

تعتبر المقابلة التلفزيونية فرصة هامة للشخص المدعو اليها للوصول الى الجمهور سواء من مؤيدي او معارضي وجهة نظره، واذ تتيح له فرصة للتعبير عن رأيه وموقفه فقد تسهم في خلق وبلورة رأي عام مساند او معارض لقضية ما، وعليه لتحقيق ذلك اعطاء تلك الفرصة حقها واستغلالها على احسن وجه، وبخلاف ذلك فقد تنقلب الى ضده وتحقق نتائج عكسية.

٤٦

الاستعداد للمقابلات الاعلامية

السمات الشخصية التي يجب توافرها في المتحدث الاعلامي
عند اجراء المقابلة الاعلامية:

- الحيوية
 - الوضوح والصراحة والصدق
 - الحماس و الانفعال بايجابية
 - دقة التعبير
 - الايجاز بدرجة لاتخل بشرح المعلومة
 - الهدوء و الثبات الانفعالي
- ٤٧

كيف نجري مقابلة تلفزيونية ناجحة (الاستعداد للمقابلات الاعلامية)

١. التعرف علي البرنامج والقناه
٢. التعرف علي شخصية مقدم البرنامج
٣. التأكيد علي الموضوعات التي سيتم مناقشتها
٤. التعرف علي الشخصيات الاخري التي قد تكون ضيوف البرنامج
٥. تحديد ما اذا كانت المقابلة مسجلة او مباشرة
٦. العناية بمناقشة ما قبل التصوير
٧. التناسب بين البرنامج و موضوع المناقشة
٨. ٤

كيف نجري مقابلة تلفزيونية ناجحة أثناء المقابلة

١. دعم الإجابة بحقائق ومعلومات غير متوقعة لشد الجمهور من بداية البرنامج.
٢. توضيح المعلومات التي تريد إيصالها في كل فرصة تسنح بذلك حتى لو لم تسأل عنها بشكل مباشر.
٣. تذكر ان وقت البرنامج والوقت الممنوح لك للإجابة محدد.
٤. ضرورة التعبير عن رأيك بصدق ودون موارد به.
٥. مراعاة الاعتدال في السرعة في الحديث فلا تبطئ ولا تسرع.
٦. مراعاة الاعتدال في طبقة الصوت.

كيف نجري مقابلة تلفزيونية ناجحة أثناء المقابلة

٧. ذكر امثلة توضيحية (فالمثال الجيد يساوي ألف كلمة).
٨. استخدام اللغة السهلة ، والمعلومات المألوفة.
٩. الابتعاد عن التهديد فى المناقشة.
١٠. استخدام الدعاية لتخفيف حالة القلق ولكن مع عدم الاسراف .
١١. ذكر اسم المنظمة عدة مرات لضمان ذكر اسمها فى الحوار.
٢١. تحل بالثقة ولا تقلق كثيرًا إذا وجهت إليك أسئلة مفاجئة.

وتذكر دائماً

- الحفاظ على الطابع الحوارى.
- تجنب الشجار – هاجم القضية ولا تهاجم من يقوم بإجراء المقابلة.
- التقط نقاطك الرئيسية مبكراً.
- الزم اجندتك المخطط لها.
- انظر لمن يجري المقابلة معك في عينيه.
- لا تستخدم ورقة ملاحظات في التليفزيون.
- ابتسم ولكن احذر المزاح.
- كن متحمساً، ومختصراً
- لا تترك القاعة وتخرج نهائياً.

٥١

ثالثاً: المؤتمر الإعلامي

- دعوة عدد من الإعلاميين إلي مؤتمر تعلن فيه المؤسسة خبراً جديداً يكون له مدلول أو أهمية كبيرة.
- و في كل الأحوال، يجب أن يكون الخبر المراد الإعلان عنه جذاب وهام وذو تأثير كبير علي المجتمع.

عملية إعداد المؤتمر الإعلامي

قبل المؤتمر :

المرحلة الأولى: تحديد موضوع أو عنوان المؤتمر الإعلامي، وموعده والمدعوين له من الإعلاميين والمهتمين، ومكان انعقاده.

المرحلة الثانية: إرسال الدعوات للإعلاميين لحضور المؤتمر الإعلامي

المرحلة الثالثة: الإعداد للمؤتمر الإعلامي من حيث :

توفير الاستعدادات الفنية والتكنولوجية والتنظيمية في مكان انعقاد المؤتمر، فضلا عن مراعاة قواعد اللقاءات الاعلامية التي سبق تناولها.

٥٣

المؤتمر الإعلامي

المؤتمر الإعلامي ذاته

وفيه يعلن الحدث الذي جري من أجله تنظيم المؤتمر الإعلامي. ومن المحبذ أن يكون المتحدث لبقاً ويمتلك القدرة علي التركيز في عرض المعلومات، ويتسم بسعة الصدر عند الحديث والرد علي أسئلة الحاضرين والتي قد يكون بعضها مستفزاً أو علي الأقل غير متوقع.

انتهاء وتقييم المؤتمر الإعلامي

تأتي أهمية متابعة ما سوف يقدمه الإعلاميون للرأي العام بخصوص

نشاط المؤسسة



ثانيا : اخطاء شائعة في استخدام وسائل الاعلام:

١. عدم التخطيط المسبق:

معظم الاصدارات الصحفية تتطلب إعدادًا مسبقاً ،أما الصحف اليومية و محطات الإذاعة والتلفزيون فتحتاج إلى وقت أقل نسبيا. فالانتظار حتى اللحظة الأخيرة هو طريقة مؤكدة لخسارة فرص قيمة في مجال العلاقات العامة.

تابع :أخطاء شائعة في استخدام وسائل الاعلام:

٢. كتابة تقرير صحفي أو نشرة صحفية بطريقة خاطئة.
٣. كتابة عناوين مملة ، أو عدم ذكر معلومات تفصيلية تخص اسم المنظمة التي يمكن مراسلتها عليها.
٤. عدم التنسيق مع المراسلين الصحفيين المعنيين وعدم اطلاعهم على نشاطاتك

تابع : اخطاء شائعة في استخدام وسائل الاعلام:

٤. عدم وضع خطة علاقات عامة متطورة تتعلق بالاتصال بوسائل الإعلام في منطمتك.

٥. عدم تجديد قائمة مراسلات للهيئات الإعلامية .

٦. عدم التفاعل مع أي حدث أو قضية متعلقة بعملك تناولتها وسائل الإعلام المحلية.