

## عناصر بناء وتصميم مطبوعات العلاقات العامة:

تتكون فكرة المواد الإعلامية المقروءة أو المطبوعة بشكل عام من:

### 1/ المحتوى (المضمون) الخاص برسائل العلاقات العامة:

وهو المضمون والرسالة التي ترغب العلاقات العامة بإيصالها للجمهور حتى تؤثر عليهم، وتبني صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة في ذهن هذا الجمهور، ولذلك فهي تعمل على بناء إعداد وإنتاج محتوى محكم ومهني إعلامي يجعل من حدود عملية التأثير أكثر اتساع وفعالية، وحتى يتحقق هذا الهدف فعليها أن تراعي في محتوى المواد المطبوعة ما يأتي:

▪ **الهدف من المطبوع:** حيث يجب أن يكون هناك توافق بين الأهداف التي ترغب العلاقات العامة بتحقيقها حالياً أو مستقبلاً وبين المطبوعات، مع مراعاة الوضوح في الأهداف حتى يسهل تحويلها إلى رسائل اتصالية أو إعلامية مقروءة، كما يجب مراعاة اختيار القالب الأنسب لصب الهدف من جهة وانسجامها مع الجمهور من جهة أخرى.

▪ **الوسيلة الإعلامية:** إذ يجب أن يراعى مدى تناسق المضمون والمحتوى الإعلامي لرسالة العلاقات العامة مع الوسيلة الإعلامية المراد التواصل بها مع الجمهور، حيث يتم اختيار هذه الوسيلة وفق عدة عوامل أهمها:

- **خصائص الجمهور المستهدف:** إذ يراعى نوع الجمهور وخصوصيته فالجمهور العام غير الجمهور الخاص، وجمهور منطقة غربية غير جمهور منطقة عربية أو شرقية.. إلخ، وقد يكون المضمون موجه لشريحة مجتمعية معينة دون أخرى كالشباب دون الكهول وغيرها من الاعتبارات، فعلى ممارسي العلاقات العامة أن يولوا لهذه الاعتبارات أهمية عند إعداد وإنتاج المضامين الإعلامية في محتوى رسائلهم.

- **الظروف المحيطة:** وتعني أن تراعي العلاقات العامة في مضامينها كل الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية ذلك لأنها محور مؤثر على الجمهور الذي توجه له هذه الرسائل.

## 2/إخراج مطبوعات العلاقات العامة:

حيث يستوجب على مطبوعات العلاقات العامة أن تتمتع بصبغة اتصالية وإعلامية تتناسب وطبيعة المجال الإعلامي، حيث تقوم عملية إخراج المطبوعات على عنصرين رئيسيين هما:

- **العنصر التيبوغرافي:** ويقصد به طريقة رسم الحروف في المطبوعات، حيث تستخدم الحروف في مطبوعات العلاقات العامة لغرض كتابة النص وكتابة العناوين، وليتمثل هدف اختيار حرف الطباعة في تحقيق يسر للقراءة مع مراعاة بعض الجوانب أهمها:
  - **حجم الحرف:** أي تناسب حجم الحرف وفق ما يحقق سهولة في القراءة
  - **نوع الحرف:** لأن جمالية انتقاء نوع الحرف تعطي طابعا ورونقا خاصا للمؤسسة
  - **تباعد الحروف:** لأن المسافات بين الحروف تضيي ناحية فنية جمالية على تكوين الكلمات والجمل.

- **المسافة البيضاء بينها:** من خلالها يمنع وجود خلل في الكتابة أو في المعنى.
- **العنصر الجرافيكي:** هو عبارة عن مجموعة العناصر المرئية التي تتشكل من الصور والرسوم والأشكال والألوان،..إلخ، هدف توظيفها هو تحقيق الجذب والتأثير في قراء مطبوعات العلاقات العامة بشكل خاص، وسنشير إلى بعض من هذه العناصر:

- **الصورة والنشر الورقي والالكتروني:** فالصورة تعمل على تقريب المعنى وتوضيح الحدث ودعمه وتفسيره، وتزداد قوتها وتأثيرها في تحقيق أهداف مطبوعات العلاقات العامة من خلال مراعاة مجموعة من العوامل مثل:

- **حجم الصورة:** أي المساحة التي تشغلها على النسخة الورقية أو الالكترونية وتحدد حسب الضرورة وحسب أهمية الموضوع... إلخ.
- **شكل الصورة:** ويتقيد بالمساحة المخصصة لها وقد تأخذ شكل الدائرة او المستطيل او المربع.. إلخ.

- **قطع الصورة:** ومن خلاله يتم اقتطاع واختيار المشهد أو الجزء المناسب من الصورة مع المحتوى أو رسالة العلاقات العامة.

- **التعليق على الصورة:** ففي بعض الأحيان قد تحمل الصورة إما أكثر من معنى أو تحمل معنى غير واضح، فنعمد إلى مصاحبته بتعليق يوضحها ويترجمها.

▪ **الرسوم والأشكال:** وهي من الأدوات التعبيرية الإبداعية التي تبرز قوة محتوى المطبوع، ودورها كدور الصور في إضفاء توضيح لمحتوى المادة الإعلامية المطبوعة ورقيا أو الكترونيا ويتوقف نوع الرسم البياني والشكل على طبيعة المحتوى الذي تبثه العلاقات العامة وكذا ما ترمو تحقيقه من أهداف.

▪ **الألوان:** تعمل الألوان على تحقيق الوضوح وإضفاء الواقعية ومنح حيوية في مضامين مطبوعات العلاقات العامة الورقية والالكترونية، وهي تهدف إلى التأثير على القراء، وعلى العلاقات العامة عند استخدامها للألوان سواء الرئيسية أو الفرعية أو المزيج أن تدرك التعبير العلمي في انتقاء لون معين دون آخر في محتوى الرسالة الإعلامية المقروءة لان لكل لون دلالة نفسية كما يجب أن تراعي ميزة التناسق بين الألوان عند الاستخدام من جانب ومدى مراعاتها للمضمون الإعلامي من جانب آخر وأبعادها النفسية لدى الجمهور المستهدف من زاوية ثالثة.