



كلية الآداب
قسم الإعلام

المادة ..

انتاج مطبوعات العلاقات العامة

د . نها عبد المعطى

المحاضرة السادسة

الرسائل الإخبارية

Newsletter

تعريف الرسالة الإخبارية

هي نشرة أو رسالة مطبوعة على الورق مصممة بالأساس لتكون مطبوع غير رسمي يوزع على جمهور مستهدف بشكل منتظم، و هي رسالة لا نجد لها في محلات بيع الصحف والمجلات ، تسمى أيضا نشرة العلاقات العامة لجهة ما وتتراوح النشرات بشكل نموذجي بين صفحتين وثمانين صفحات ، وتختلف من حيث التكلفة والنوعية والمضمون.

تصدرها الهيئات والمنظمات والأجهزة التالية :

- منظمات الأعمال الربحية وغير الربحية.
- الجماعات المهنية المختلفة (نقابات المحامين، جمعيات الأطباء، جمعيات الصحفيين).
- الجامعات والمدارس.

بما تتميز الرسالة الإخبارية

✓ تمتاز الرسالة الإخبارية بأنها لا تمر عبر حراس البوابة في وسائل الإعلام، بل تقوم المنظمة بتحريرها وتوزيعها دون تدخل خارجي.

✓ توجه الرسائل في الرسالة الإخبارية بشكل أكبر للجمهور الداخلي، و نسبة أقل للجمهور الخارجي.

أغراض الرسالة الإخبارية

تحقق الرسالة الإخبارية العديد من الأغراض، من أهمها:

✓ إعلام الجمهور المستهدف بالأحداث المهمة عن المنظمة (تغيير الإدارات، تخفيض النفقات، ارتفاع نسب الأرباح).

✓ تكوين جماعات تلتف حول المنظمة.

✓ المساعدة في تسويق المنظمة للمجتمع المستهدف.

✓ دعم الروح المعنوية للعاملين في المنظمة.

معايير كتابة الرسالة الإخبارية

• قبل أن يقرر ممارس العلاقات العامة إصدار رسالة إخبارية، لابد أن يجيب عن أسئلة أساسية يطرحها على نفسه، وعند الإجابة عنها سيكون قادر على خلق نشرة تناسب المؤسسة بشكل أفضل:

1. ما هو الهدف من المطبوعة التي تتوي الإدارة إصدارها؟
 2. ما طبيعة وحجم المعلومات المراد عرضها؟ فمن الممكن أحياناً الاستعاضة عن الرسالة بالمطوية - إذا كان حجم المعلومات أقل ، أو المجلة - إذا كان حجم المعلومات أكبر .
 3. من هو الجمهور الذي ترغب المنظمة الوصول إليه ؟
 4. ما الذي يريد الجمهور معرفته عن المنظمة؟
 5. كم مرة ستصدر الرسالة الإخبارية؟ وما الفترة الزمنية اللازمة لذلك؟
 6. ما هو عدد النسخ التي سيتم طبعها في كل عدد من النشرة؟ كم يكلف ذلك المؤسسة ؟
- من سيكتب المقالات؟ و من سيقوم بتصميم النشرة وتحريرها؟
- كيف ستتم عملية توزيع النشرة على جمهورها؟

أنواع الرسائل الإخبارية

• يمكننا تقسيم الرسائل الإخبارية كما يأتي:

1. رسائل موجهة للعاملين و الجمهور الداخلي (رسائل داخلية).
2. رسائل إخبارية موجهة للجماهير الداخلية و الخارجية.
3. رسائل إخبارية للمجهزين الذيم يجهزون المنظمة بالسلع والمواد الأولية.
4. رسائل إخبارية موجهة للجماعات ذات الاهتمامات الخاصة (جماعات البيئية، الدفاع عن حقوق الأقلية) .

مضمون الرسائل الإخبارية

- يتحدد مضمون الرسائل الإخبارية وفقاً للجمهور الموجه له ،
وتتنوع المضامين بالشكل التالي :
- معلومات عن المنظمة .
 - معلومات عن العاملين (حياتهم اليومية، أنشطتهم، مساهماتهم).
 - موضوعات شخصية.

من يتولى تحرير الرسالة الإخبارية؟

- غالباً ما تتولى إدارة العلاقات العامة تحرير الرسالة الإخبارية.
- إلا أن عدداً من المنظمات تكلف محررين من غير العاملين في المنظمة، وتدفع لهم أجور بالقطعة .
- المصدر الآخر هو مساهمات الأعضاء والعاملين في المنظمة، وينبغي تشجيع هذا المصدر، و تذكير العاملين وحثهم على المساهمة في الكتابة، مع تحديد المواعيد المطلوبة، حيث تقوم بعض الإدارات برصد مكافآت مالية، أو الهدايا لمن يساهم في التحرير.

ما هي الخطوات اللازمة لإصدار نشرة

- ✓ تحديد نوعية المادة المراد نشرها ، والقوالب الفنية التي سيتم استخدامها لصياغة هذه المادة.
- ✓ تصميم شكل النشرة.
- ✓ تحرير المقالات، من ناحية المضمون والأسلوب والمساحة.
- ✓ بعد الانتهاء من كتابة المادة ، يأتي أهمية دور التدقيق اللغوي أو المراجعة اللغوية لتجنب أي أخطاء لغوية يصعب تصحيحها بعد الطباعة .
- ✓ تجهيز المسودة النهائية و إرسالها إلى المطبعة إذا كانت النشرة ستطبع بشكل مهني ، و ذلك لتأتي مرحلة فصل الألوان و الطباعة .
- ✓ توزيع النشرة عبر البريد أو عبر منافذ يتم تثبيتها في المؤسسة .
- ✓ الحرص على الحصول على ردود أفعال الجمهور المستهدف من المؤسسة ، و ذلك للتعديل في الإصدارات القادمة للمؤسسة لتلبية احتياجات الجمهور.

وفيما يلي بعض الأفكار الناجحة إذا كانت النشرة موجهة إلى الجمهور الداخلي

✓ دعوة الأعضاء البارزين في المؤسسة لكتابة مقالات
وقصص بارزة وأعمدة بصفة مستمرة.

✓ إشراك بعض الإدارات في التخطيط للنشرة كتمرير
ورقة عليهم لتسجيل مقترحاتهم عن موضوعات يتم
تناولها في النشرة .

أسس تصميم النشرة

الترويسة هي أهم جزء في النشرة ، هو أول ما يراه القارئ ، وعادة ما يكون موقعه منتصف أعلى الصفحة الأولى من كل نشرة.

ولابد أن يتوافر فيها ما يلي:

✓ عنوان النشرة ، ولابد أن يكون قصيراً وجذاباً.

✓ ضرورة احتوائها على شعار المؤسسة أو رمزها كجزء من العنوان.

✓ احتوائها على اسم رئيس التحرير ، مدير التحرير ، و بها عبارة دالة على دوريتها ، والجهة التي تصدرها ، الحدث الذي يتم إصدارها بمناسبة .

مثال: نشرة غير دورية تصدر بمناسبة تنظيم المعرض الإعلامي الأول - يصدرها طالبات قسم الإعلام - تحت إشراف قسم الإعلام - بجامعة الملك سعود.

نوع الخط

وهو نوع الحروف الطباعية التي سيتم استخدامها في النشرة ، وهي عامل مهم ومؤثر في مقروئية النص ، لأنها تجعل عملية القراءة سهلة وبسيطة ، ويمكن استخدام أكثر من نوع للخط مثل **Arabic** (Simplified) أو ") **Arabic** (Transparent) ، أو ماشابه.

يُفضل استخدام نوعين مختلفين أو ثلاث أنواع من الخطوط عادة ما يعطي النشرة مظهراً أكثر أناقة ومهنيّة ، ولكن يحذر استخدام أكثر من ثلاثة خطوط، لأن ذلك يأتي بنتائج عكسية ويجعل الصفحة تبدو مبتذلة.

حجم الحرف

المفترض استخدامه في النصوص فيجب أن يتراوح بين 12 و14 بنط، لما أثبتته الدراسات من أفضلية هذا الحجم لحركة العين أثناء القراءة.

أما العناوين فيجب أن تكون بين 12 إلى 14 بنط أعلى من بنط النص ، لتميزها عنه ، وذلك على حسب نوع العنوان ، فالمانشيت الرئيسي قد يصل إلى 50 بنط أو أكثر أما عنوان الموضوع فيمكن أن يزيد قليلا عن حجم النص لكي يراعي تدرج نظر القارئ ، كما يجب أن تتسم العناوين بالإيجاز وتجنب التطويل بها.

➤ **تجنّب استخدام الخط المائل** ، خصوصا إذا كان مائلاً إلى اليمين ، فقراءة الكلمات بالخط المائل أصعب.

➤ **يُفضل طباعتها بالألوان** ، فيجب أن يُحسن المصمم اختيارها باعتبارها مؤثراً بصرياً قوياً على الأداء القرائي ، فالعناوين يجب أن تكون بلون مغاير للون النص ، مع مراعاة التباين (**Color Contrast** بين لون النص و الخلفية المصاحبة لها ، وذلك باستخدام الألوان القاتمة في النصوص والألوان الفاتحة في الخلفيات.

➤ **تطبع غالباً على ورق أبيض** ، وأحياناً مصقول.

➤ **المساحات البيضاء في الهوامش (Margins)** و بين السطور عنصر هام لتسهيل الانقرائية.

➤ عادة ما يتراوح حجم النشرة من 2- 8 صفحات لكن (العدد المثالي هو أربع صفحات)، ما يخفّف تكلفة الطباعة ويجعل قراءتها سهلة وسريعة.

➤ يُفضل أن يتم اختيار حجم الورق النموذجي الذي تستخدمه المطبعة عادة لأغراض أخرى و هو A4، فعادةً ما يكون أرخص من الأحجام الأخرى لسهولة تدواله.

مثال:

و هي نشرة أخبارية يصدرها قسم العلاقات العامة بجامعة ديالى في العراق

<http://www.uodiyala.edu.iq/PageViewer.aspx?id=190>

أفكار مفيدة لتخفيض التكلفة

- ✓ بيع "الإعلانات الدعائية" للمساعدة على تغطية تكلفة النشرة.
- ✓ التفكير في وسائل لتوزيع نشراتكم بشكل مجاني على سبيل المثال، وضع النشرة في أماكن عامة يمكن للناس فيها التقاطها وقراءتها (العيادات الصحية والمراكز الدينية وأندية الشباب والمستشفيات).
- ✓ تقليل دورية صدور النشرة ، فقد يحقق إصدار النشرة كل ثلاث شهور الأهداف المطلوبة لدى المؤسسة.
- ✓مراجعة النشرة بعد الانتهاء من كل مرحلة، لأن تعديل أي خطأ في النشرة عملية مكلفة للغاية ، لذا فمن الأفضل تخصيص فريق يقوم بمهمة مراجعة النشرة فقط .

مثال

في العام الماضي ، كنا بصدد حدث يخص طلاب قسم الإعلام ، وهو إقامة المعرض الإعلامي لجامعة سوهاج ، لذا فقد قام القسم بإصدار نشرة داخلية لتغطية أحداث المعرض ، من خلال الخطوات التالية :

- اختيار عنوان مناسب للنشرة.
- صياغة الرؤية والرسالة والأهداف .
- اختيار المادة المناسبة ، مع تحديد القوالب الفنية التي سيتم استخدامها لصياغة هذه المادة.
- تحديد موقع و مساحة المقال الافتتاحي في النشرة ، وعمود للرأي ، مع اقتراح الشخصيات المناسبة التي ستتولى الكتابة بهما.
- اقتراح طرق لتوزيع النشرة.