

Mass communication lecture

محاضرة مادة اعلامية باللغة الانجليزية

الفرقة الثانية شعبة العلاقات العامة

Who Are Publics In PR?

من هو جمهور العلاقات العامة؟

Publics are those groups of people, internally and externally, with whom an organization communicates. It is good to note that activities are not directed at 'the general public'. They are aimed at carefully selected groups of people who are subdivisions of the great general public.

Moreover, this means that much PR activity is aimed at these different publics in different ways, not broadcast with messages aimed at the mass market through the mass media as is often the case with advertising. PR is more discriminating and that often means that it is less wasteful and more successful for communicating certain kinds of message.

Each organization has its own special publics with whom it has to communicate internally and externally. There are not just two big publics such as employees and customers.

الجمهور هو تلك المجموعات من الأشخاص ، داخلياً وخارجياً ، والتي تتواصل معها المنظمة. من الجيد ملاحظة أن أنشطة العلاقات العامة ليست موجهة إلى " عامة الناس ". حيث أنها تستهدف مجموعات مختارة بعناية من الأشخاص الذين يمثلون تقسيمات فرعية لعامة الجمهور.

علاوة على ذلك ، هذا يعني أن الكثير من أنشطة العلاقات العامة تستهدف هذه الجماهير المختلفة بطرق مختلفة ، حيث لا تقوم ببث رسائل موجهة إلى السوق الشامل من خلال وسائل الإعلام كما هو الحال غالبًا مع الإعلانات. العلاقات العامة أكثر تمييزًا وهذا يعني أنها غالبًا ما تكون أقل إهدارًا وأكثر نجاحًا في توصيل أنواع معينة من الرسائل.

لكل منظمة جمهورها الخاص الذي يتواصل معها داخليًا وخارجيًا. حيث لا يوجد جمهورين كبيرين كالموظفين والعملاء.

Basic Publics In An Organization..

Although the publics of one organization may differ from those of another, it is possible to identify ten publics from which other publics may be derived:

يوجد عشرة أنواع من الجماهير في المنظمة:

على الرغم من أن جمهور منظمة ما قد يختلف عن جمهور منظمة أخرى ، فمن الممكن تحديد عشرة أنواع من الجماهير يمكن أن تستمد منها (يشترك منها) جماهير أخرى:

The community

Will depend on the type of organization. Even when different organizations share the same location each will have its own communication needs and problems, e.g. safety, noise, pollution, , car-parking, inconvenience and so on.

المجتمع

سيعتمد على نوع المنظمة. حتى عندما تشترك مؤسسات مختلفة في نفس الموقع (المقصود هنا المجتمع) ، سيكون لكل منها احتياجاتها ومشاكل الاتصال الخاصة بها ، على سبيل المثال السلامة ، الضجيج ، ، التلوث ، مواقف السيارات ، الإزعاج ، إلخ.

Employees

Can be of many kinds. They may be concentrated in one building or scattered like airline personnel, chain-store sales assistants or field sales people and those in the services. They may represent many different salary, wage, social groups.

الموظفين

قد يكونوا عدة أنواع. فقد يتمركزوا (يتركزوا) في مبنى واحد أو يكونوا مبعثرين (متفرقين) مثل موظفي الخطوط الجوية ، أو مساعدي مبيعات المتاجر ، أو موظفي المبيعات المودعين والذين يعملون في الخدمات. فقد يمثلون العديد من الرواتب والأجور والمجموعات الاجتماعية المختلفة.

Suppliers

Can be of two kinds, those who supply services such as water and energy, and those who supply raw materials, components, packaging and professional services.

الموردون

يمكن أن يكونوا نوعين ، أولئك الذين يقدمون خدمات مثل الماء والطاقة ، وأولئك الذين يزودون المواد الخام والمكونات والتعبئة والخدمات المهنية.

The financial publics

Begin with the local bank and, if it is public company – its shares being sold on the Stock Exchange – investors will consist not only of personal buyers of securities but also of investment analysts (who advice on share buying) and big share buyers.

الجمهور المالي

ابداً بالبنك المحلي ، وإذا كانت شركة عامة - يتم بيع أسهمها في البورصة - فلن يتألف المستثمرون فقط من المشترين الشخصيين للأوراق المالية ولكن أيضاً من المحللين الاستثماريين (الذين يقدمون المشورة بشأن شراء الأسهم) والمشترين الكبار.

The institutions

These are the pension fund managers, banks, insurance companies and unit trust managers. Willingness to buy shares, or invest in new issues, will depend on what is known about the company's background, performance and prospects. A fall in share price could invite a takeover bid.

المؤسسات

هؤلاء هم مديري صناديق التقاعد ، البنوك ، شركات التأمين ومديري صناديق الائتمان. تعتمد الرغبة في شراء الأسهم أو الاستثمار في إصدارات جديدة على ما هو معروف عن خلفية الشركة وأدائها وتوقعاتها. انخفاض سعر السهم يمكن أن يدعو إلى عرض شراء (عرض مناقصة).

Distributors

Those who handle the goods in bulk between producers and consumer – vary in kind and number according to the organization.

الموزعون

يختلف أولئك الذين يتعاملون مع البضائع بكميات كبيرة بين المنتجين والمستهلكين - في النوع والعدد وفقاً للمؤسسة.

Customers and users

The latter can include trade and industrial buyers such as 'secondary suppliers', as when the product is used in the assembly or production of another. PR applied to marketing is often directed at this public only, indicating that marketing deals only with a limited range of PR potentialities.

العملاء والمستخدمين

يمكن أن يشمل المشتريين التجاريين والصناعيين مثل "الموردين الثانويين" ، كما هو الحال عند استخدام المنتج في تجميع أو إنتاج منتج آخر. غالبًا ما يتم توجيه العلاقات العامة المطبقة على التسويق إلى هذا الجمهور فقط ، مما يشير إلى أن التسويق يتعامل فقط مع مجموعة محدودة من إمكانيات العلاقات العامة.

Opinion leaders or formers

Comprise of all people whose expressed opinions can harm or help an organization. According to the organization, opinion leaders can be numerous or ever-changing, ranging from parents to politicians,.., but can also exist in other forms governments. Consumers, environmentalists, newspaper columnists, television presenters, social reformers and others also figure among the galaxy of opinion leaders with whom an organization may have to contend.

قيادة الرأي أو (مشكلينه) (مكونينه)

تضم جميع الأشخاص الذين يمكن أن تقوم آراؤهم المعلنة بالاضرار أو بمساعدة المنظمة. وفقا للمنظمة ، يمكن أن يكون قادة الرأي عديدين أو متغيرين باستمرار ، بدءا من الآباء إلى السياسيين. ، ولكن يمكن أن يتواجدوا أيضا في أشكال أخرى من الحكومات. المستهلكون ، وعلماء البيئة ، وكتاب الأعمدة في الصحف ، ومقدمو البرامج التلفزيونية ، والمصلحون الاجتماعيون وغيرهم يظهرون أيضا في مجموعة قادة الرأي الذي قد تحتويهم المؤسسة

Trade Unions

They exert a powerful influence on commercial, industrial and political life.. Today, trade unions employ specialists in every field, just as businesses do: lawyers, accountants. No company management can afford to ignore this.

النقابات

فهي تمارس تأثيراً قوياً على الحياة التجارية والصناعية والسياسية.. اليوم ، توظف النقابات المتخصصين في كل مجال ، تماماً مثلما تفعل الشركات: المحامين والمحاسبين. لا تستطيع إدارة أي شركة تجاهل ذلك.

The Media

This needs completely different treatment from that given to the other publics outlined above. One reason is the fact that the media are your organization's direct route to your publics. Another is simply that publishers, producers, editors and journalists have total control over what your publics see and hear in their media. A third reason is that every editor, correspondent, journalist and producer is constantly seeking one thing in their professional lives: a good story, relevant to their readers, listeners or viewers.. It is a mark of your success in PR investment when editors contact you and ask if you have a story for them!

الإعلام

هذا يحتاج إلى معاملة مختلفة تمامًا عن تلك التي يتم تقديمها للجمهور الآخر الموضح أعلاه. أحد الأسباب هو حقيقة أن وسائل الإعلام هي الطريق المباشر لمؤسستك إلى جمهورك. والشيء الآخر ببساطة هو أن الناشرين والمنتجين والمحريين والصحفيين لديهم السيطرة الكاملة على ما يراه جمهورك ويسمعونه في وسائل الإعلام الخاصة بهم. السبب الثالث هو أن كل محرر ومراسل وصحفي ومنتج يبحث باستمرار عن شيء واحد في حياتهم المهنية: قصة جيدة ، ذات صلة بقرائهم أو مستمعيهم أو مشاهديهم.. إنها علامة على نجاحك في استثمار العلاقات العامة عندما يتصل بك المحررون ويسألون عما إذا كان لديك قصة لهم!