

المحاضرة الثالثة : العلاقات العامة والأنشطة الاتصالية الأخرى .

تعتبر العلاقات العامة أحد فنون الاتصال المتميزة بالغموض والخلط مع مختلف الأنشطة الاتصالية الأخرى، وسنحاول فيما يلي توضيح الفرق بينها وبين المفاهيم الاتصالية القريبة منها، لتجنب الخلط وتدعيم الفهم لمصطلح العلاقات العامة

1- العلاقات العامة والإعلام: يقصد بالإعلام نشر الحقائق والآراء والأخبار والأفكار بين جماهير الهيئة أو المؤسسة سواء جماهيرها الداخلية أو الخارجية، ومن وسائله الأساسية الصحافة والإذاعة والسينما والتلفزيون والمحاضرات والندوات.

ويفهم من هذا المفهوم أن الإعلام لا يعدو أن يكون أكثر من مجرد نشر البيانات والمعلومات عن السلع أو الخدمات في وسائل النشر المختلفة نظير مقابل، بقصد تنوير الرأي العام وتبصيره بمجريات الأمور حتى يمكن للجمهور تكوين رأييه على أساس من الواقع وأساس من الحقائق.

و على هذا يمكن القول أن العلاقات العامة كعملية اجتماعية أعم من الإعلام لأنها تستعين به فقط كوسيلة لتحسين أو إنشاء الصورة الطيبة بين المؤسسة وجمهورها.

2- العلاقات العامة والدعاية: يخلط البعض بين العلاقات العامة والدعاية ويرجع هذا الخلط إلى اتحاد أهدافها وهو الاتصال بالرأي العام ومحاولة بلورته وتعديله والتأثير فيه، حيث يعرف تونيس الدعاية بأنها: "إثارة الرأي العام على نطاق واسع بغرض نشر الأفكار دون اعتبار لصدقها أو دقتها"، أي أنها تعتبر أحد أنواع الاتصالات تعمل على تكوين الأخبار وإخفاء بعض الحقائق وتغيير بعضها الآخر وبوصفها هذا فهي وسيلة متميزة لا تمد الجمهور سوى بالمعلومات التي تتفق ووجهة نظر المسؤولين عنها بأي ثمن وبأي وسيلة وتستخدم كقوة للسيطرة على أفكار المجتمع وتوجيههم الوجهة التي حددت لهم عن طريق استغلال عواطفهم وغرائزهم دون الفصح عن شخصية المدعي، فهناك إذن فرق بين الإعلان والدعاية وهذا في أن المعلن يفصح عن شخصيته في الإعلان ويدعو القارئ (المستمع) إلى اتباع سلوك محدد، وبالتالي يرتبط اسمه في ذهن القارئ بمضمون الرسالة الإعلانية، أما في حالة الدعاية لا يستطيع تحديد مصدر المعلومات المرسل إليه

ومن هنا يتضح الفرق بين العلاقات العامة والدعاية، حيث أن العلاقات العامة تعتمد على نقل المعلومات والحقائق الصادقة لتحقيق التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها، بينما الدعاية تسعى إلى الإقناع بوجهة نظر معينة بواسطة أساليب قد توصف بأنها غير نظيفة وهي تفترض تضليلا أو تشويها في الحقيقة

أو تلاعباً بمنطقها. وفي الجدول التالي نوجز الفرق بين العلاقات العامة والدعاية: (فهيمى محمد العدوي، 2011، ص40)

العلاقات العامة	الدعاية
تقوم بنشر الحقائق والمعلومات بأمانة	تخفي الحقائق وتنتشر معلومات مضللة
إعلام صادق	إعلام ممضّل ينشر الأكاذيب
تساعد على تثبيت المبادئ والأخلاق والمسؤولية	تهدم المبادئ والأخلاق العامة
تمنح الحرية للجماهير للاختيار وتبني الآراء الصحيحة	توظف وسائل الضغط والسيطرة
توصل المعلومات إلى الفرد وتسعى للتصرف على ردود الفعل	تعمل في اتجاه واحد لا اعتناق أفكار أحادية
فلسفة منبثقة عن الديمقراطية	تغير الأفكار بشكل عنيف وديكتاتوري
توظف جانب التفكير الهادئ دون تعصب	تعتمد على إثارة التعصب والغوغائية
تهدف لتحقيق أهداف الرأي العام	تهدف إلى المنفعة وتحقيق مصالح جهة واحدة
تركز وتعكس الجانب الانساني كمبدأ أساسي	ليس للإنسانية أي اعتبار في سياستها

جدول رقم 01: يوضح أهم الفروقات بين العلاقات العامة والدعاية.

3- العلاقات العامة والتسويق: يعتمد النشاط التسويقي على الترويج كعنصر مهم واستراتيجي في العملية التسويقية حيث يوظف الترويج وسائل الاعلان والعلاقات العامة إضافة إلى البيع الشخصي وتنشيط المبيعات وهذا يعني أن العلاقات العامة وجدت أساساً لتحسين صورة المؤسسة لدى الجماهير المختلفة التي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة معها وتحسين السمعة، كما أن نشاط العلاقات العامة يركز على النشر والإعلام كأحد أهم وسائل التبليغ والإقناع، أما فيما يخص الجانب المشترك بين التسويق والعلاقات العامة فيتمثل في الاهتمام بالرأي العام واتجاهاته وأفكاره وأنماط سلوكه، ومن خلال جهود العلاقات العامة يمكن تدعيم العمليات التسويقية التي أصبحت معقدة بفعل تنامي النشاط الإنتاجي وقوة المنافسة وسهولة أيضاً بفضل التطور الرهيب في التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال التي تساهم بدورها في تطوير أساليب وآليات التسويق وتسهيل مختلف عملياته.

4- العلاقات العامة والإعلان: يقصد بالإعلان "نشر المعلومات والبيانات عن السلع أو الخدمات أو الأفكار في وسائل النشر المختلفة بقصد بيعها أو المساعدة في بيعها أو نقلها نظير دفع مقابل بواسطة شخص معين، وحيث أن المعلن يدفع ثمن النشر فإنه يتحكم في رسالته الإعلانية وفي طريقة نشرها والمكان الذي تظهر فيه". و يعتمد الإعلان على إثارة الانتباه بالتركيز على شيء معين، ومحاولة شغل الأذهان، بحيث

تصبح الأشياء المعلن عنها بالصورة أو الصوت هي أشياء مرغوب فيها اجتماعيا، فتتركز دائما بؤرة شعور الفرد وهذا هدف الإعلان الناجح.

وفي ضوء مفهوم الإعلان يمكن القول إن العلاقات العامة أشمل من الإعلان وإنما يعتبر مجرد وسيلة من وسائلها في الاتصال بال جماهير الداخلية و الخارجية.

5- العلاقات العامة والشؤون العامة: يستخدم المفهومان في أحيان كثيرة كمترادفين، كما يخلط البعض بين معانيها لصعوبة التفرقة بينهما، إلا أنه يمكن تحديد معنى مصطلح الشؤون العامة بصفة تقريبية بأنه كل ما ينبغي أن تتحمله المنظمة العامة أو الخاصة من مسؤوليات وواجبات تجاه مجتمعها الذي تحيى فيه سواء كانت تلك المسؤولية متعلقة بالمشاكل العامة السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو غير ذلك، وقد ساعد على الخلط بين المصطلحين أن كثير من المنظمات العامة تنشئ إدارات أو أقساما تقوم بوظيفة العلاقات العامة، وتطلق عليها اسم (إدارة الشؤون العامة) مع أنه _ كما يقول البعض _ يوجد اختلاف كبير بين (الشؤون) ومفهوم (العلاقات)، فالعلاقات تعني الاتصالات، أما الشؤون العامة فتعنى كل ما يهم الرأي العام سواء كان ما يهمه هو معرفة معلومات عن أمور سياسية خارجية أو انتخابات للبرلمان أو المجلس الولائي والبلدي أو مشاكل دولية..

6- العلاقات العامة والعلاقات الإنسانية:

لقد ظهرت العلاقات الإنسانية كتطور حديث في ميدان الإدارة نتيجة الأبحاث العلمية المستفيضة للتعرف على العوامل والأسباب التي تدفع العمال إلى العمل والإنتاج الوفير في سعادة وأمن. وتوصلت هذه الأبحاث إلى أهمية الاعتبار الإنسانية كعامل أساسي من أجل زيادة الإنتاج، ومراعاة الاعتبار الإنسانية في العمل تعني أن تأخذ الإدارة في اعتبارها المطالب الأساسية للإنسان في الحياة التي تتضمن الحاجات السيكولوجية كالإحساس بالأمن والشعور بالانتماء والإحساس بالنجاح والاعتراف بوجودهم وإدراكهم للأهداف التي يعملون على تحقيقها ، فالعلاقات الإنسانية إذن تعمل على تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية هي:

*تنمية روح التعاون بين الأفراد والمجموعات في محيط العمل.

*تحفيز الأفراد والمجموعات على الإنتاج.

*تمكين الأفراد من إشباع حاجاتهم الاقتصادية والنفسية والاجتماعية.

ومن هنا يتضح أن العلاقات الإنسانية جزء من كل، أي أنها جزء من علم العلاقات العامة، حيث أن العلاقات العامة تمتاز بالعمومية والشمول وخاصة من حيث اتصالها بالعاملين في المؤسسات والمنشآت،

بالإضافة إلى الجماهير الخارجية، سواء في المجتمع المحلي أو الوطني أو القومي أو العالمي، بينما العلاقات الإنسانية تعنى في المقام الأول بجماهير المؤسسة الداخلية على مختلف فئاتهم ومستوياتهم، ولهذا فالعلاقات العامة تستخدم العلاقات الإنسانية لإقامة علاقات طيبة بين الموظفين والعاملين بالمؤسسة.