

1. العلاقات العامة والمفاهيم المشابهة:

من أجل فهم أكثر للعلاقات العامة كان لابد من تمييزها عن باقي المفاهيم التي تتشابه معها، على اعتبار أنها تدخل ضمن الأنشطة الاتصالية ككل، كما أنها تعتمد في مهام وفي أداء الأنشطة والمهام الادارية داخل المنظمات المختلفة، ومن بين هذه المفاهيم مايلي:

1.1. العلاقات العامة والتسويق:

"التسويق عملية تخطيط وتنفيذ التصور الكلي لتسعير وترويج الافكار السلع والخدمات، لخلق عملية التبادل التي تشبع حاجات الافراد والمنشآت"

والتسويق أيضا " مجموعة العمليات أو الأنشطة التي تعمل على اكتشاف رغبات العملاء، وتطوير مجموعة من المنتجات والخدمات التي تشبع رغباتهم وتحقيق للمؤسسة الربحية خلال فترة مناسبة"

يمكن اعتبار أن عملية التسويق لا تكتمل إلا بوجود العلاقات العامة، وكلاهما يتعامل مع الجمهور، لكن للتسويق جمهور محدد كالمستهلكين أو تجار التجزئة أو العملاء الوسطاء، بينما العلاقات العامة تتعامل مع كافة أنواع الجماهير، وكلاهما عملية ادارية داخل المنظمة، تستفيد عملية التسويق من ابحاث العلاقات العامة وهذا في عملية تحديد الجمهور من حيث الحاجات والرغبات وغيرها، والتسويق له أهداف مادية بالدرجة الاولى، أما العلاقات العامة لها هدف تحقيق السمعة والحفاظ على صورة المنظمة والعمل على استمرارها لدى جمهورها، كما أن التسويق يتم على فترات قصيرة ويرتبط بالمنتوج المراد تسويقه، والعلاقات العامة نشاط يتم طيلة وجود وبقاء المنظمة، والتسويق يركز على المبيعات.

" وإذا نظرنا لكل من هدف العلاقات العامة وهدف التسويق فإنه يتضح أن العلاقات العامة أشمل وأعم، بالإضافة لكون العلاقات العامة تتعامل مع كافة أنواع الجماهير، بينما يتعامل التسويق مع جماهير محددة كالمستهلكين الفعليين والمرقبين والموردين وتجار التجزئة" ¹

2.1. العلاقات العامة والاعلام:-

يعد الاعلام أبرز الانشطة الاتصالية ممارسة في المجتمع، فهو " عملية تزويد الناس بالاخبار والحقائق والمعلومات الصادقة عن طريق وسائل خاصة"

كما يعتبر أيضا " نشر الاخبار والمعلومات الصادقة على الجماهير في شكل تدفق خطي"، ومن هنا تتحدد لنا وظيفة الاعلام القائمة على نقل وتدقيق الاخبار والآراء اي يقوم بعملية نقلها الى الجمهور ، والعلاقات العامة تقوم أيضا على نشر الاخبار الصادقة وتنتظر ردود فعل من الجمهور، فهي عملية تتم في الاتجاهين بينما الاعلام يمت في اتجاه واحد، كما يعتبر الاعلام جزء من أنشطة العلاقات العامة.

" كما أن العلاقات العامة تهدف من وراء العملية الاتصالية الى خلق رأي عام موافق او منسجم مع أهدافها، فاتصال العلاقات العامة اتصال إقناعي، بينما الاتصال الاعلامي هو اتصال موضوعي، يرمي الى تديم الحقائق والمعلومات المجردة بغية مساعدته في تكوين رأي عام اتجاه القضايا العامة المثارة، أما العلاقات العامة، فإنها تسعى لإثارة قضايا تخص المؤسسة التي تعمل لصالحها، بالإضافة لبعض القضايا العامة التي تتناولها من منظور مسؤوليتها اتجاه المجتمع"²

3.1. العلاقات العامة والدعاية:

تستخدم الدعاية للسيطرة على افكار الأفراد والرأي العام ، وتوجيههم، واستغلال عواطفهم وغرائزهم لتحقيق مصالح شخصية أو ضيقة لأطراف معينة، كما أن الدعاية هي " التأثير على الآراء ومعتقدات الجماهير لجعلها تتخذ اتجاهها معيناً نحو نظام أو مذهب بصورة إيجابية أو سلبية، كما تحاول تهيئة نفسيات الافراد لقبول وجهات النظر التي تدعو لها والتشجيع بها، وقد تلجأ في ذلك الى

تشويه الحقائق وتحريفها"، تقترب بعض أنواع الدعاية من العلاقات العامة من ناحية الصدق والوضوح، خاصة الدعاية البيضاء، لكن الدعاية تهدف الى تحقيق أهداف مدبرة ومحدد لصالح طرف ولا همه الصالح العام، كما تعتمد الاكاذيب وتحريف وتزييف الحقائق، وعدم الكشف عن المصدر مثل الدعاية الرمادية، وتخاطب الدعاية الغرئز والعوظف، كلاهما عملية اتصالية، كما أن كلاهما توظف وسائل الاعلام في أدائها، كما أن العلاقات العامة تبنى على اسس عليا وعلى الحقائق وتخدم مصلحة المجتمع، كما انها واضحة المصدر وتعتمد الصدق والوضوح المبني على الحقائق والمعلومات الصادقة.

وأدناه جدول يوجز الفرق بين العلاقات العامة والدعاية :

العلاقات العامة	الدعاية
تقوم بنشر الحقائق والمعلومات بأمانة	تخفي الحقائق وتنشر معلومات مضللة
إعلام صادق	إعلام مشوه ينشر الأكاذيب
تساعد على تثبيت الأخلاق والمبادئ	تهدم المبادئ وتهدم الأخلاق
تعطي الحرية بالاختيار	تستعمل وسائل الضغط والسيطرة
توصل المعلومات إلى الفرد وتسعى للتصرف على ردود الفعل	في اتجاه واحد لا اعتناق فكرة أحادية الجانب
فلسفة منبثقة عن الديمقراطية	تغير الأفكار بشكل ديكتاتوري
تستعمل جانب التفكير الهادئ بلا تعصب	تعتمد على إثارة التعصب والغوغائية
تهدف إلى الصالح العام	تهدف إلى المنفعة من جانب واحد
تضم الجانب الإنساني في المقام الأول	ليس للإنسانية أي اعتبار في سياستها

4.1. العلاقات العامة والاعلان:

يعرف الاعلان على أنه كافة الجهود الاتصالية غير الشخصية المدفوعة، وهو أيضا " مختلف نواحي النشاط التي تؤدي الى نشر أو اذاعة الرسائل الاعلانية المرئية أو المسموعة أو المكتوبة على الجمهور، بغرض حثه على شراء سلع أو خدمات أو من أجل استمالته الى التقبل الطيب لأفكار أو أشخاص أو منشآت معلن عنها"، هناك علاقة بينهما تكمن في أن كلاهما يعمل على تقديم المؤسسة لجمهورها من خلال للتعريف بأنشطتها وخدماتها

ومنتجاتها، كما أن الاعلان يحفز على التعامل مع المنظمة، لكنه يتم بمقابل مادي، كما انه يمكن أن يعتمد بعض التضخيم في عرض السلع والخدمات والتي قد لا تكون صحيحة.

" والجدير بالذكر أن العلاقات العامة دائما ما تهتم بالنشر، أي نشر موضوعات تتعلق بالمنظمة في وسائل الاعلام دون دفع مقابل مادي، بينما لا يستطيع الاعلان ذلك، لأن انشطته كلها مدفوعة الأجر، ويعد الاعلان احد الادوات الاتصالية التي تستخدمها العلاقات العامة في الترويج للمظمة"³

2. أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة:

يرجع الاهتمام بالعلاقات العامة الى عدة اسباب، يمكن أن نعدد منها مايلي:

. ظهور الانظمة الديمقراطية وتزايد اهمية الرأي العام بالنسبة لأنظمة الحكم، وتنامي دوره في قيام وبقاء الحكومات.

. التقدم الهائل الذي مس وسائل الاتصال ودرجة التوافر والاتاحة، والتأثير والادوار التي تؤديها بالنسبة للأفراد والفئات المختلفة من الجماهير.

. زيادة النزعة الاستهلاكية في المجتمع ما أدى بالشركات لأن تكون أكثر استجابة لهذا الجمهور من خلال محاولة معرفة حاجاته ورغباته.

. تزايد التعقد في المجال الصناعي والإنتاجي ما أدى الى تباعد الاتصال بين المنشآت وجماهيرها.

. التطور الاقتصادي الكبير وزيادة المنافسة بين المؤسسات، ما أدى الى البحث عن اسواق جديدة.

. تزايد الطلب على الحقائق والمعلومات حول المؤسسة من طرف جماهيرها المختلفة.

. احساس الشركات بالمسؤولية الاجتماعية نحو أفراد المجتمع وبالتالي نحو جمهورها.

- . انتشار التعليم والمعرفة بين الناس ما أدى الى زيادة وعيه.
- . اهتمام الحكومات بشعوبها حيث أصبحت تقوم بجهود مضاعفة من أجل تعريفه بسياساتها وبرامجها ما يدفعها لخلق القبول لديه بذلك.
- . تفتن الحكومات لدور مواطنيها في عملية التنمية وفي التغلب على مختلف الازمات.
- . زيادة الانفتاح العالمي وتنامي المعاملات الخارجية في المجالات المختلفة مثل السياسة والاقتصاد وغيرها.