

المصطلحات الخاصة بالعلاقات العامة ..

تداخل وغموض

يرى كثير من المهتمين بعلم ووظائف العلاقات العامة أهمية التفريق بين مجموعة من المصطلحات تتداخل فيما بينها وتثير اضطراباً في المفهوم المعلن والأساسي للعلاقات العامة، ولذا تجب التفرقة بين مصطلحات "العلاقات العامة" و"الإعلان" و"الإشهار".

ويتضح ذلك في أن العلاقات العامة تعرف بشكل عام بأنها :
"مهمة إدارية تعتمد على جميع أشكال الاتصال المتاحة من الاتصال الشخصي إلى الاتصال الجماهيري، وطبيعة الاتصال فيها ذو اتجاهين.

أما الإعلان (Advertising) فهو :

مهمة توثيقية تعتمد على وسائل الاتصال الجماهيري، والاتصال فيها ذو اتجاه واحد.

فيما يعرف الإشهار (Publicity) بأنه :

"نشر القصص الإخبارية في وسائل الإعلان المختلفة".⁽³²⁾

وهكذا يكون "الإعلان" و"الإشهار" من الأدوات التي تعتمد عليها العلاقات العامة في إيصال رسالتها إلى الجمهور المستهدف، ولكنها ليست مرادفاً لها في المعنى أو الوظائف.

ويلاحظ أن عدم وضوح مفهوم العلاقات العامة لدى بعض المؤسسات الخيرية يؤدي إلى عدة أشياء سلبية منها :

1-عدم الاهتمام بالعلاقات العامة كنشاط له أصول، وأسس علمية يقوم عليها.

2-عدم وضوح نشاط العلاقات العامة، وتداخل الاختصاصات بين الإدارات داخل المنظمة.

3-تهميش دور العاملين في مجال العلاقات العامة.

4-صعوبة تحديد ميزانية تقديرية لازمة لتنفيذ برامج العلاقات العامة.

وفي المقابل فإن وضوح مفهوم العلاقات العامة يؤدي إلى:

- المساهمة في الحد من تداخل الاختصاصات، وتضاربها بين إدارة العلاقات العامة والإدارات الأخرى.
- إمكانية تحديد أهداف ومسئوليات إدارة العلاقات العامة بوضوح ، وبالتالي وضع تنظيم إداري عملي جيد لها.
- إمكانية وضع الخطط والبرامج التي يسير وفقاً لها نشاط إدارة العلاقات العامة، وتحديد المخصصات المالية والعناصر البشرية اللازمة. (33).

³³ - الجبى ، بحى إبراهيم ، ورقة عمل مقدمة إلى اللقاء السنوي الخامس للجمعيات الخيرية بالمنطقة الشرقية ، المملكة العربية السعودية، ذو القعدة، 1425هـ، ص 13