الفرق بين العلاقات العامة: الإعلان – الإعلام – الدعاية

الإعلان Advertising

- نشر معلومات، عينات عن السلع أو الخدمة في وسائل الإعلام المختلفة بقصد بيعها – نظير مقابل مادى بواسطة شخص معين أو منظمة معينة– ويتحكم المعلن فى مكان وزمان نشر الرسالة الإعلانية.
- هو الجهود المدفوعة الأجر بواسطة ممول لعرض وترويج السلع والخدمات وكما يستخدم الإعلان للترويج للسلع والخدمات – يستخدم لنقل وجهات النظر والأفكار (إعلانات العلاقات العامة – إعلانات الصورة).

الدعاية Propaganda

جهود مقصودة للتأثير في الغير لإقناعه بفكرة أو سلعة أو رأى بهدف تغيير سلوكه وتعمد إحداث تأثير، وقد تتضمن معلومات لا تتسم بالصدق أو الدقة أو الأمانة في بعض أنواعها.

الدعاية الرمادية:

تستند إلى بعض الحقائق وتضيف إليها بعض الأكاذيب ولا تكشف المصدر, الاتجاه , الأهداف (الإذاعات السرية).

الدعايا البيضاء:

تخاطب العقل والعواطف وتعتمد على عرض الحقائق وتكشف المصدر ، الاتجاه ، الأهداف ، ويستخدمها رجل العلاقات العامة.

الإعلام:

نقل الأخبار والمعلومات الجديدة والتى تهم الجمهور في وقت معين وتتميز المعلومات بالدقة – الصدق – الحالية والأهمية.

وهى جهود مدفوعة الأجر(تحقيقات صحفية / أفلام تسجيلية) أو غير مدفوعة الأجر (أخبار ينشرها محرر الصحف لأهميتها دون مقابل).

يسترشد المشتغلون بالعلاقات العامة في هذا الصدد بمباديء وأسس هي:

1- العلاقات العامة تبدأ من داخل المنظمة.
2- مراعاة الأمانة والصدق واتباع الأسلوب المهني في العمل (اتفاق الأقوال مع الأعمال).
3- اتباع سياسة الإفضاء وليس الكتمان وإخفاء الحقائق.
4- اتباع طرق البحث العلمى.
5- مساهمة المؤسسة في رفاهية المجتمع.
6- نشر الوعي بين الجمهور.
7- كسب ثقة الجمهور.
8- العلاقات العامة مسؤولية الجميع.