

مقایسه روابط عمومی با اشکال مختلف تبلیغات

تهیه و تنظیم: مهرداد بوستانچی

۱- تبلیغات بازرگانی Advertising

۲- اشتها طلبی Publicity

۳- تبلیغ سیاسی Propagandu

۱- تبلیغات بازرگانی استفاده از وسایل ارتباط جمعی یا سایر وسایل برای بدست آوردن مشتری بیش تر و فروش بیش تر است. برای بدست آوردن منافع مالی بطور مستقیم و صریح صورت می گیرد و به طور کلی پنهان کردن معایب و بزرگ جلوه دادن محاسن مد نظر است. اغراق و غلو امری عادی محسوب می شود.

اما هدف روابط عمومی ایجاد هماهنگی و صمیمیت بین موسسه و کارکنان آن ها و نیز ایجاد و تثبیت تفاهم و اعتماد مردم نسبت به سازمان است. وسیله رسیدن به این هدف در روابط عمومی ذکر حقایق است و چون از این کار قصد استفاده مالی سریع ندارد اخبار و اطلاعات خود را از طریق وسایل ارتباط جمعی در اختیار مردم می گذارد. به عبارت دیگر تبلیغات بازرگانی جنبه سود و مالی دارد در حالی که کار روابط عمومی ایجاد حسن تفاهم و اعتقاد به سازمان می باشد.

۲- اشتها طلبی یا Publicity عبارت است از تبلیغ بوسیله آگهی های غیر مستقیم و انتشار اخبار و مقالات و سایر موارد با هدف معروف کردن یک شخص، شیئی و بالا بردن اعتبار آن ها با صرف هزینه های مختلف، در حالیکه هدف روابط عمومی ایجاد اعتماد و حسن تفاهم و صمیمیت بین کارکنان یک موسسه یا مردم است و بابت چاپ و یا پخش خبر هزینه ای صرف نمی شود. بنابراین روابط عمومی و اشتها طلبی در هدف و عمل با یکدیگر تفاوت دارند.

۳- تبلیغ سیاسی یا پرو پاگاندا نفوذ در افکار عمومی برای هدایت آن به سوی هدف از پیش تعیین شده است و برای دستیابی به آن تنها به ارسال پیام بسنده نمی کند بلکه استفاده از هر وسیله ای را مجاز می شمرد. معمولاً پرو پاگاندا مجموعه اقداماتی به نفع شخص، دولت یا یک مرام و مسلک می باشد. گاهی پرو پاگاندا با استفاده از روش های روابط عمومی قصد ایجاد هیجان و برانگیختن دارد و گاه جنبه تحمیل به خود می گیرد. شباهت های پرو پاگاندا و روابط عمومی ظاهری و سطحی است چون با کمی دقت معلوم می شود اهداف آن دو کاملاً متفاوت است. هدف روابط عمومی ایجاد حسن تفاهم و اعتماد متقابل از طریق نفوذ در افکار عمومی است. هدف اصلی روابط عمومی برخلاف سه مورد بالا که جذب و جلب مردم را در دستور کار دارد، امتناع آنان از طریق دادن اطلاعات صحیح و صادقانه می باشد. بنابراین کار اصلی روابط عمومی هیچ یک از موارد بالا نیست.

