



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY

مدخل إلى العلاقات العامة

المحاضرة العاشرة
نظريات العلاقات العامة

DGM135

عناصر المحاضرة:

- إدارة العلاقات العامة لما بعد الأزمة
- نظريات العلاقات العامة ونظريات تأثير الإعلام



ثالثًا: إدارة العلاقات العامة لما بعد الأزمة

تتميز أنشطة العلاقات العامة بالاستمرارية، وعدم الانتهاء بانتهاء الموقف أو القضية أو المشكلة أو الأزمة، إذ تستمر أعمالها لأبعد من ذلك؛ من خلال متابعتها لتلك المواقف أو القضايا ودراستها لأبعادها المتعددة، فقد تكون هناك مخاطر من الممكن أن تسبب نفس الأزمة مرة أخرى بعد وقت قصير.





مهام العلاقات العامة بعد الأزمة

إن انتهاء الأزمة لا يعني انتهاء مهمة إدارة العلاقات العامة للأزمات في المؤسسة، إذ أن مرحلة ما بعد الأزمة تعتبر مسألة بالغة الأهمية في إدارة الأزمات؛ لأنها تحسن من قدرات المؤسسة في الوقاية والاستعداد لأزمات مماثلة، ومن مهام العلاقات العامة بعد انتهاء الأزمة:

- 1- دراسة أسباب الأزمة للكشف عن أوجه القصور في توقعها أو مجالاتها.
- 2- التخطيط لإعادة الأمور داخل المؤسسة إلى ما كانت عليه قبل الأزمة.
- 3- وضع برامج لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة إن حصل فيها تأثير.



- 4- إعادة تأهيل العاملين في المؤسسة نفسياً؛ لمحو الآثار النفسية للأزمة على العاملين.
- 5- إعادة ترتيب المؤسسة بعد زوال الأزمة.
- 6- العمل على إزالة رواسب وبقايا الأزمة بالنسبة للجمهور الخارجي.



تقييم الأزمة

بعد زوال الأزمة؛ يجب على العلاقات العامة أن تتعرف على مدى نجاحها وفعاليتها في مواجهة الأزمة، ومدى تأثير المؤسسة وسمعتها بنتائج الأزمة، وتتطلب هذه العملية عددا من الإجراءات من بينها ما يلي:

1- استقصاء رأي الجمهور الداخلي بالمؤسسة:

حيث تقوم المؤسسة باستقصائهم بهدف محاولة التعرف على آرائهم حول الإجراءات التي اتبعت في إدارة الأزمة، وكذلك الاستفهام حول النقائص الموجودة فيها.

2- استقصاء رأي الجماهير الخارجية المعنية :

حيث تقوم العلاقات العامة بأخذ رأي كل من له علاقة بالمؤسسة من الخارج، بأخذ صورة عن وجهة نظرهم واقتراحاتهم فيما يخص التعديلات التي يجب إدخالها على الخطة، وخاصة فيما يتعلق باتصالات الأزمة.

3- استقصاء رأي وسائل الإعلام :

لمعرفة رأي المسؤولين فيها عن طرق وأساليب إبلاغهم بالأزمة، ومدى وفرة المعلومات التي تم طلبها والتي تم إيصالها إليهم، وهذا لمعرفة مدى نجاح إجراءات الاتصال مع وسائل الإعلام.





4- تقييم أسلوب إدارة الأزمة ذاته :

حيث يتم تقييمه مقابل الأساليب التي استُخدمت من قبل، أو تلك التي استخدمتها مؤسسات أخرى، واستقصاء رأي الخبراء وأساتذة الجامعات وغيرهم، وهذا من أجل معرفة مدى تحسن أداء المؤسسة في إدارة الأزمة، وكذلك معرفة مستواها في ذلك بالمقارنة مع المؤسسات الأخرى، والبحث عن كيفية الوصول إلى مستوى أعلى من الإدارة، وذلك بإجراء التعديلات اللازمة.

الفصل الخامس: نظريات العلاقات العامة ونظريات تأثير الإعلام

تمهيد

تُعرف النظرية على أنها مجموعة من الأفكار التي تُقدم شرحًا لظاهرة ما، بمجرد حصول الباحث على بيانات كافية. تُبنى النظرية بناءً على المعلومات التي يتم جمعها، وفي بعض الحالات يمكن أن تأتي المعلومات في شكل نموذج أو من خلال مراقبة وتحليل البيانات التي تستخدم منهجية علمية واضحة وتُساعد النظريات في فهم الظواهر. ويُمكن القول أن النظرية هي عبارة عن مجموعة من الأفكار التي تُقدم لنا شرحًا لشيء ما.

وتشتمل النظرية على بُعدين هما:



- البعد المعرفي: ويتمثل في القضايا المعرفية المترابطة التي تطرحها النظرية.
- البعد المنهجي : ويتمثل في الطرق التي يتعين توظيفها في تحليل القضايا التي تتناولها النظرية.
- وهناك عدد من الشروط التي يجب أن تتوفر في القضايا التي تطرحها النظرية، وتتمثل في الآتي:
- 1- تحديد ووضوح وتبلور مفاهيم النظرية بشكل تام.
- 2- ترابط واتساق القضايا، يجب أن تُساند المفاهيم التي تطرحها النظرية مع قابليته التحقق منها. شرحاً لشيء ما.
- 3- صدق قضايا النظرية ما لم تظهر تناقضها.
- 4- تدرج القضايا على نحو يمكن التوصل به إلى تعميمات أو الخروج ببعض الاستنباطات.



تعريف النموذج:

يُعرف النموذج ببساطة كمثالٍ على شيء ما، ويزود النموذج الفرد بتمثيل هيكلي للظاهرة مما يسمح له باكتساب فهم أكمل لها. والنموذج هو تمثيل لشيء يزودنا بهيكل يفسر لنا الظواهر بشكل مبسط، ويمكن للنموذج أن يؤسس لبناء نظرية، وأشار قاموس ويبستر إلى النموذج على النحو التالي:

- الذي يشبه تماماً شيء ما، أي صورة منه.

- تمثيل مصغر لشيء ما.

- شيء مقصود به أن يكون نمطاً.



أولاً: نظرية التميز (Excellence theory)

وتُعتبر نظرية التميز نظرية عامة للعلاقات العامة تُحدد كيف تجعل العلاقات العامة المنظمات أكثر فاعلية، وكيف يتم تنظيمها وإدارتها عندما تساهم بشكل كبير في الفعالية التنظيمية، والظروف في المنظمات وبيئتها التي تجعل المنظمات أكثر فعالية، وكيف يمكن تحديد القيمة النقدية للعلاقات العامة. تعد نظرية التميز امتداداً لنظرية النظم التي تتكون من أربع نماذج لشرح العلاقات العامة في المؤسسة، حيث كانت الفكرة من وراء مشروع التميز هي تحسين الاحترافية للعلاقات العامة، وكان الهدف الأولي هو وصف وإيجاد خصائص للعلاقات العامة الفعالة التي تمارسها المنظمات العاملة في الولايات المتحدة آنذاك. وأوضحت النظرية أن قيمة العلاقات العامة تكمن في العلاقات بين المؤسسة والعامة.

وهي نظرية وضعها جيمس جرونج وفقاً لدراسة، امتدت مدة (15) عاماً، شملت حوالي (327) منظمة، وتحدد المبادئ التي يجب أن تتمتع فيها دوائر العلاقات العامة حتى تكون متميزة في أداء عملها متمثلة في المبادئ العشرة الآتية:



1- إشراك العلاقات العامة في الإدارة الاستراتيجية:



إن مشاركة العلاقات العامة في وظيفة الإدارة الاستراتيجية تسمح باتخاذ قرارات أكثر شمولاً، وسياسة تنظيمية أفضل من منظور الجماهير وقرارات أكثر دواماً ومستويات أعلى من الرضا، ولا بد من تمكين وظيفة العلاقات العامة من تقديم تقرير مباشر إلى الرئيس التنفيذي من أجل تقديم المشورة بشأن الأمور التي تشمل على الجماهير، والقيم، وصنع القرار الأخلاقي.

2- تمكين العلاقات العامة في الائتلاف المهيمن أو علاقة الإبلاغ المباشر مع الإدارة العليا:

يجب أن تكون الإدارة الاستراتيجية للعلاقات العامة جزءاً لا يتجزأ من الإدارة الاستراتيجية للمنظمة ككل، ولكي يحدث ذلك يجب أن يكون المسؤول التنفيذي الأول للعلاقات العامة عضواً في الائتلاف المهيمن للمنظمة، وأن يكون لكبار المسؤولين التنفيذيين في العلاقات العامة علاقة إبلاغ مباشرة مع كبار المديرين الذين يشكلون جزءاً من الائتلاف المهيمن، الذي يتخذون قرارات استراتيجية للمنظمة وظيفية العلاقات العامة المتكاملة.



3 - وحدة العلاقات العامة برئاسة مدير وليس فني:

إن أقسام العلاقات العامة الممتازة تحتوي على مهنيين لديهم معرفة إدارية ومهارات بحث، فإن المعرفة البحثية المطلوبة لتقسيم الجمهور وإجراء التقييم، ولا بد أن يتولى إدارة وحدة العلاقات العامة دوماً مدير علاقات عامة محترف، وليس مجرد شخص بارع في المهارة الفنية للكتابة، بل يجب أن يملك المدير المعرفة البحثية اللازمة لجمع المعلومات، وتسهيل حل النزاعات والمشاركة في إدارة القضايا، ووضع الميزانيات وحل المشكلات الأخلاقية وإدارة موظفي إدارة العلاقات العامة، وإدارة وظيفة الاتصال من الناحية الاستراتيجية وبالتالي العمل على زيادة فرصهم من قبل التحالف المهيمن في المنظمة.



4- الأخلاق والنزاهة :



وقد أضاف الباحثون المتميزون الأخلاق والنزاهة كاعتبارات هامة بعد أربع سنوات من نشر دراسة التميز مع إعادة تحديد أهمية الالتزام بأخلاقيات مهنة العلاقات العامة، والشعور بالمسؤولية الاجتماعية بدرجة كافية لتكون مبدأً مستقلاً من مبادئ نظرية التميز.

5- نظام متماثل للاتصال الداخلي:

تُعد أنظمة الاتصالات الداخلية القائمة على الحوار مهمة لبناء العمل الجماعي وزيادة مستوى معنويات الموظفين ورضاهم الوظيفي وتقليل معدل دوران الموظفين إضافة إلى أن أبحاث القضايا تتيح للمدراء تحديد المشكلات في وقت مبكر حتى يمكن حلها قبل تصاعدها.



6- العلاقات العامة هي وظيفة إدارية منفصلة عن الوظائف الأخرى:

ينبغي أن تكون إدارات العلاقات العامة الممتازة مستقلة عن وظائف التسويق أو الموارد البشرية أو التمويل أو غيرها من الوظائف التنظيمية، ولا يمكن للعلاقات العامة أن تحدد جميع أصحاب المصلحة الرئيسيين وأن تطور أنشطة العلاقات العامة استراتيجياً إلا إذا كانت مستقلة وظيفياً.



7- إمكانات المعرفة لدور إداري وعلاقات عامة متماثلة:

إن المعرفة اللازمة لممارسة الدور الإداري في العلاقات العامة متناظرة، فإدارة العلاقات العامة الممتازة لديها المعرفة اللازمة لإدارة العلاقات العامة بشكل متناظر بحيث يمكنها من إجراء البحوث المتطورة لفهم الجمهور، ويمكنها أيضاً المشاركة في التفاوض وحل المشاكل بشكل تعاوني.

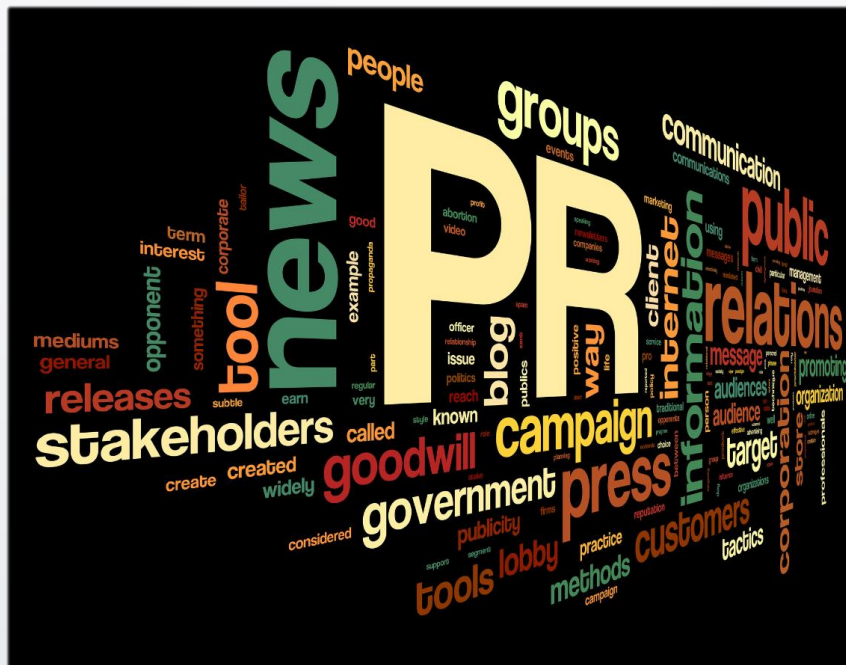




8- نموذج متماثل ذواتجاهين:

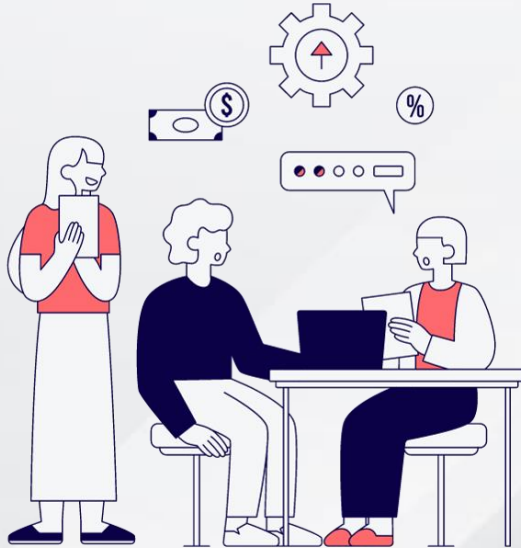
من المهم لإدارة علاقات عامة ممتازة أن تستخدم نموذج العلاقات العامة المتماثل ثنائي الاتجاه؛ لأن تقديم النهج القائم على الحوار قد أظهر فعالية أكبر من أي نهج آخر في حل الصراعات ومنع المشاكل وبناء العلاقات مع الجماهير الاستراتيجية والحفاظ عليها.

وتشمل إدارات العلاقات العامة الممتازة الرجال والنساء على حد سواء، والمجموعات العرقية المختلفة في جميع الأدوار ومن المهم أن يكون لدى إدارات العلاقات العامة مهنيين متنوعين في جميع أدوار الوظيفة بحيث تكون القرارات والاتصالات شاملة لوجهات النظر المختلفة، فالشمولية تولد التميز؛ لأنها تقلل من مشاعر الاغتراب الناتجة من استبعاد أو عدم التماس أفكار وآراء بعض الجماهير.



10- وظيفة العلاقات العامة المتكاملة :

وظيفة العلاقات العامة المتكاملة لها حق الوصول إلى السلطة في جميع مستويات المنظمة ووظائفها. العلاقات العامة ليست كيان معزولاً، ولا يتم التعدي عليه او احتوائه في وظائف التسويق أو غيرها من الوظائف، ولكن لديها درجة من الاستقلال الذاتي.



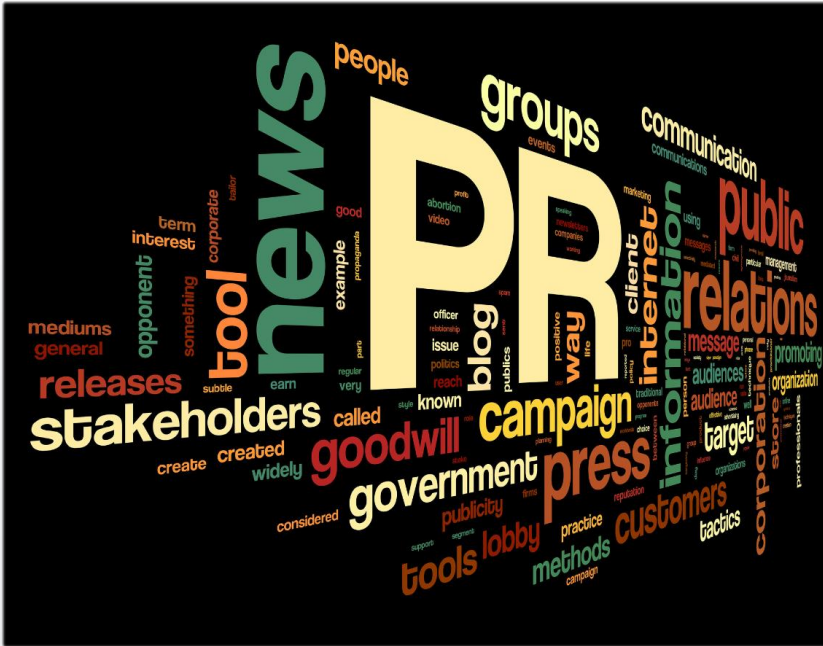
الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية

- رؤية العديد من الباحثين بأنها خيالية ومثالية وغير واقعية من ناحية التوازن في الاتصال.
- أنها غير صالحة للتعميم عالميا.
- وحدة التحليل التي تركز عليها دراسات الامتياز لا تزال دولة واحدة.
- لاحظ (فاندر ميدين) أن النموذج المتوازن ثنائي الاتجاه غير واقعي لأنه يشير إلى أن المنظمات يجب أن تقدر مصالح جمهورها أكثر من مصالح المنظمة .
- أن العلاقات العامة التعاونية بالكامل أضاف ليست ممكنة في بعض الحالات، وأشار إلى أن افتقار ممارسي العلاقات العامة للسلطة داخل المنظمة يزيد من تقييد التعاون.



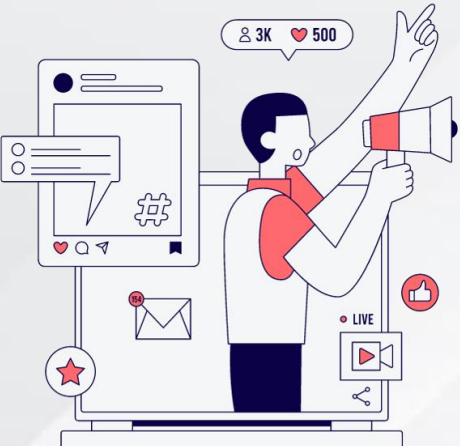
ثانيًا: نظرية التأطير

نظرية تحليل الإطار الإعلامي هي نظرية تدرس ظروف تأثير الرسالة، وتقوم هذه النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الاعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها، إلا اذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية. هذه الأطر تنظم الألفاظ والنصوص والمعاني وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة. فتأطير الرسالة الإعلامية يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات، يعني عندما يقع حادث معين فالحدث قد لا تكون له دلالة كبرى عند الناس ولكن وسائل الاعلام تصفه في اطار اعلامي من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين حتى يصبح هاماً في قلب الاطار الاجتماعي كله.



أنواع الأطر الإعلامية

قدم العلماء عدة أنواع للأطر الإعلامية المرتبطة غالباً بتغطية وسائل الاعلام للأخبار من ذلك :
الإطار المحدد بقضية: حيث يتم التركيز على قضية أو حدث جوانبه واضحة عند الجمهور لأنه حدث مرتبط بوقائع ملموسة عندئذ يركز الإطار على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته.
الإطار العام: يرى الأحداث في سياق عام مجرد يقدم تفسيرات عامة للوقائع يربطها بالمعايير الثقافية والسياسية وقد تكون ثقيلة على نفسية المتلقي من الناحية المهنية إلا أنها هامة لفهم المشكلات وتقديم الحلول والاقناع على المدى البعيد.



إطار الاستراتيجية: يرى الاحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على أمن الدولة القومي يتلاءم هذا الاطار مع الاحداث السياسية والعسكرية ويركز على قيم مثل:

- مبدأ الفوز والخسارة والتقدم والتأخر والنهضة أو الانهيار.
- لغة الحروب والصراعات والتنافس الوطني والدولي.
- مبدأ النفوذ والقوة ومصادره وأشخاصه ومظاهره.
- تقديم الانجازات الضخمة أو الاخفاقات والانتقادات الكبرى.



إطار الاهتمامات الإنسانية: يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الانسانية و العاطفية العامة تصاغ الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة.

إطار النتائج الاقتصادية: يضع هذا الاطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث، ويشير للتأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدول والمؤسسات القائمون بالاتصال يستخدمون الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الناس وأكثر ارتباطا بمصالحهم.

إطار المسؤولية: يضع القائم بالاتصال الرسالة للإجابة عن السؤال "من المسؤول عن؟" الأفراد والمؤسسات والدولة معنيون بمعرفة المسئول عن الحدث وتحديد ه في شخص أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة.





إطار الصراع: تقدم الأحداث في إطار تنافسي صراعي حاد، قد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة في سبيل إبراز سياق الصراع، تبرز الفساد وعدم الثقة في المسؤولين ترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث وترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف وتقيس الرسالة غالبا بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم وهو بعد يبالغ الصحفيون والمذيعون كثيرا في جعله إطارا للأحداث.

إطار المبادئ الأخلاقية: عرض الوقائع في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع يُخاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي القائم بالاتصال، يرد الحدث رداً مباشراً للمجتمع الأخلاقي، وقد يستشهد بالاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم سوقه للوقائع أو بالمصادر والجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الإطار.

الانتقادات التي وجهت لنظرية التأطير الإعلامي:

- ليست لديها القدرة على تحديد مدى وجود أو غياب التأثيرات.
- عدم وجود نموذج فكري مشترك متفق عليه من قبل الباحثين في دراسة النظرية، نظراً للجدل القائم حول مفهوم الإطار وطرق قياسه.
- غزارة وتنوع العناصر ومصادر المؤثرات في عملية بناء الأطر، وآليات التأثير والفهم والإدراك للمتلقين، وصعوبة حصرها وضبطها وتفسيرها يطرح الكثير من التساؤلات حول مدى قابلية نتائج دراسات النظرية للتعميم.
- عدم وجود تحديد دقيق للحدود الفاصلة بين أنواع الأطر المختلفة مما يجعلها مسألة تخضع لانطباعات الباحثين.





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



ولحضر اترككم كل الشكر والتقدير والاحترام

