

### المحاضرة الثالثة عشر: النماذج والاتجاهات النظرية في دراسة العلاقات العامة.

نظرية النسق: تعد إدارة العلاقات العامة نسقا تنظيميا فرعيا من النسق التنظيمي الأكبر الذي تعمل من خلاله والذي ينتمى بدورة الى نسق مجتمعي أكبر يتبادل معه التأثير والتأثر، وقد تكون إدارة العلاقات العامة نسقا تنظيميا مفتوحا وذلك إذا ما كان النسق الأكبر الذي يضمها يسير وفقا لذلك النظام، وهنا تتمكن من اداء دورها بالكفاءة والفاعلية المطلوبة اما اذا كان تلك الادارة تعمل من خلال نسق تنظيمي مغلق فإنها تنسحب عليها تلك الصفة بالتبعية، وقد يكون النسق التنظيمي مفتوحا ولكن لا يعطى لإدارة العلاقات العامة الفرصة لممارسة ذلك الدور بل يتعامل معها على انها نسق يلتقى ولا يرسل، يتأثر ولا يؤثر، وحتى إن اتاحت له فرصة التأثير فإنها تكون في اضيق الحدود الممكنة، مما يعد معوقا ومحجما لامكانيات تلك الادارة وهو ما تتسم به معظم تنظيمات المجتمعات النامية.

كما ينظر للنسق الاجتماعي بأنه يتألف من شخصين او اكثر، وينشأ بينهم تفاعل مباشر او غير مباشر في موقف معين، والتنظيمات الرسمية هي تجمعات محددة البناء تضم افراد او جماعات ينقسم بينهم العمل، وتتوزع عليهم المهام والاختصاصات على نحو يجعل هذه المنظمات قادرة على انجاز ما حققته لنفسها من اهداف، وتشهد تلك التنظيمات حركة دائمة ودينامية، كما تنهض على نظام الجزاءات والمكافآت وتسلسل السلطة، وتفويض الاختصاصات، ونظام اتصالي يتولى نقل المعلومات والتعليمات والتنسيق بين الانشطة، ويشير مفهوم النسق الى العلاقات المتبادلة بين الوحدات المكونة للبناء، حيث ان العلاقات بين الوحدات تضيف عناصر جديدة للموقف، ويقصد بالعلاقات الاجتماعية انماط التفاعل الاجتماعي واتجاه التأثير ودرجة التعاون فالعلاقات الاجتماعية بين الافراد وبعضهم او بين الجماعات هي لب التنظيم الاجتماعي.

وتعد نظرية "النسق العام" مدخلا عاما يقوم على اساس ان اهداف الافراد ومصالحهم غالبا ما ترتبط بالنسق الكلى الذى ينتمون اليه، ولقد ميز المنظرون بين النسق المغلق والنسق المفتوح، فالنسق المغلق لا يتفاعل مع البيئة الخارجية، على العكس من النسق المفتوح الذى يتفاعل مع البيئة الخارجية متبادلا معها، المدخلات والمخرجات، كما يستوعب التغيرات التي تحدث في تلك البيئة ويتكيف معها، فالنسق المفتوح يمثل نسقا تعاونيا ومن هنا حرص منظرو العلاقات العامة على تبني منظور النسق المفتوح في كتابتهم. ويرون ان أي نسق يقوم على اربعة عناصر اساسية:

1. الاهداف والموضوعات التي يسعى الى تحقيقها .
  2. تتحد خصائص النسق في ضوء أهدافه .
  3. لا يعمل النسق في فراغ بل من خلال البيئة المحيطة به .
  4. توجد علاقات متبادلة بين اهداف النسق نفسه ، والبيئة الخارجية .
- ويضع مدخل النسق المفتوح العلاقات العامة في المنتصف ، بحيث تواجه التغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية للتنظيم ، والتغيرات التي تحدث داخل النسق التنظيمي نفسة كنتيجة للمدخلات الخارجية ، بما يحقق التوازن داخل وخارج التنظيم .

ويعرف النسق ويصنف ككل مترابط يتميز بوجود علاقة اعتماد متبادل بين أجزائه بدرجات متفاوتة بحيث ان التغير في احد الاجزاء يستتبع تغيرا في سائر الاجزاء الاخرى ، فالنسق ليس الابناء هيراركي يتكون من أنساق فرعية ، ويتميز النسق المفتوح بالغاثة ، حيث يسعى الى تحقيق اهداف توجه مباشرة لضبط سلوك النسق وعناصره ، ويسعى النسق المفتوح الى تحقيق التوازن بين المؤسسة وجماهيرها ، ويعد من اهم اهداف إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة وفي مجال العلاقات العامة ، فإنه يقوم على اساس فكرة السيميترية ، وتعرف السيميترية بأنها نموذج للعلاقات العامة يوظف الابحاث والدراسات ، والحوار من اجل إدارة الصراع، وتحسين علاقات الفهم والتفاهم ، ويقوم ذلك المنظور على اساس النقاش والحوار المتبادل والحلول الوسط كما ان إتباع ذلك النموذج يسهل من عملية التعاون والتكامل والاندماج ، كما يؤدي الى نجاح الاستراتيجيات الخاصة بتحسين الصورة الذهنية وتدعيم العلاقات مع الجمهور ، بحيث ان نظام الحوار المفتوح يسمح بتلافي الاثار السلبية للصراع ويحقق التوافق والتوازن بين افراد الجمهور الداخلي والخارجي .

وتعد نظرية "النسق" من اهم واكثر النظريات شيوعا في فهم الطريقة التي تعمل بها إدارة العلاقات العامة داخل التنظيم ، وتصف نظرية النسق ذلك التفاعل المتبادل بين الاجزاء المختلفة التي تمثل الاطار المجتمعي الذي تعمل المؤسسة من خلاله .

وهناك مفهوم غالبان ما يستخدمان في مجال العلاقات العامة عند الاستعانة بنظرية النسق ، وهما الاعتماد على المصادر ويشير ذلك المفهوم الى الدرجة التي ينضبط فيه التنظيم في علاقته بالمصادر الخارجية بصورة تمكنه من تحقيق أهدافه ، اما المفهوم الثاني مفهوم الملكية المتماثلة ويعنى الكيفية التي يتقاسم بها افراد التنظيم وأقسامه المختلفة المهارات ، والاهداف ، والفرص .

وتدعم وظيفة إدارة العلاقات العامة في التنظيمات ذات النسق المفتوح عملية التوازن بين النسق الأكبر والانساق الفرعية داخل وخارج التنظيم وخارج التنظيم ، ويرى "بافلوك" ان تحقيق التوازن بين المؤسسة وجمهورها هدف رئيسي للعلاقات العامة إذ تلعب دورا هاما في تحقيق التكيف في السلوك التنظيمي ، ويرى "كتليب وسنتر" ان ممارس العلاقات العامة في النسق المفتوح يعمل من اجل مصلحة المؤسسة والجمهور معا بصورة متوازنة ، وتكون مهمة الادارة هنا "إدارة التغيير" ويرى "جرونج" ان إدارة التغيير وتحقيق التوازن في العلاقات هو جوهر وظيفة العلاقات العامة ولقد اشار "بيرسون" الى ان تطبيق نظرية النسق في مجال العلاقات العامة قد يمد الممارسين ، بإمكانات تقنية عالية ، وقد يؤدي في بعض الاحيان الى التحيز عند اختيار انسب الطرق للحدوث عن اهداف المؤسسة دونما خضوع تلك العملية للتحليل نقدي ، ويرى " ميرفي " ان السلوك السيمتري المتناسق يعزز من انماط الفاعلية ، كما يساعد على الابتكار والتجديد بما يحافظ على مكانة المؤسسة ويقلل من اثار الصراع ، ويؤكد " بيرسون " على ان نظرية النسق تعد مدخلا وظيفيا للاتصال التنظيمي .

ويؤكد نموذج النسق ، على العلاقات التي تسمح للتنظيم بالبقاء والاستمرار والعمل ، ويوجد نمطين فرعيين لنموذج النسق ، احدهما يسمى بنموذج البقاء ، ويتضمن كافة العوامل التي تسمح بوجود النسق التنظيمي واستمراره ، وفي مثل ذلك النموذج تصبح العلاقات شرطا اساسيا من اجل عمل ووظيفة النسق

بحيث ان كل طرف من اطراف العلاقة له وظيفة تسهم في النهاية في حماية النسق الاكبر اما النموذج الثاني فهو نموذج الفاعلية ، ويصف العلاقات المتبادلة بين عناصر النسق والتي تجعل منه اكثر فاعلية في تحقيق الاهداف مقارنة بالانساق الاخرى والحقيقة انه توجد فروق بينه هذين النمطين من النماذج ، خاصة عند محاولة اختيار او تبني نمط افضل للتطبيق ، اذ يتخذ كل نموذج قيم ومعايير خاصة به ، فعلى سبيل المثال نجد ان نموذج البقاء لا يسجل اهمية وخطورة التغيرات في العمليات التنظيمية ، حيث ان الاهتمام الأساسي لهذا النموذج ينصب على تحديد المتطلبات الاساسية اللازمة لبقاء التنظيم واستمرارته ، اما نموذج الفاعلية ، فيهتم بتقييم التغيرات الاساسية التي تحدث وتؤثر في التنظيم والكيفية التي تؤثر بها تلك التغيرات على قدرة التنظيم على تحقيق أهدافه والصمود في وجهة

التنافس والصراع ، وطبقا لذلك النموذج تقاس الفاعلية وفقا لقدرة التنظيم على تحقيق أهدافه في الوقت المناسب وبالتكاليف المناسبة .

وعلاوة على ذلك قدم كل من "جرونج وهانت " اربعة نماذج لسلوك العلاقات العامة داخل وخارج التنظيمات من خلال تبنيهم لمنظور النسق المفتوح .

### نماذج جرونج الأربع:

وتقدم تلك النماذج تقييما تاريخيا للعلاقات العامة موضحة مفهوم واهمية واسلوب عمل ادارة العلاقات العامة ، بما يتناسب مع كل مرحلة من المراحل وكل نمط من انماط التنظيم وتمثل فيما يلي:

1- نموذج المؤسسة الصحفية : ويعد هذا النموذج اول النماذج التي ظهرت في تاريخ العلاقات العامة في الولايات المتحدة الأمريكية ، وكان الهدف الأساسي لتطبيق ذلك النموذج هدف دعائي تسعى من خلاله المؤسسة الى الانتشار ، ولقد ظهر ذلك النموذج في نهايات القرن التاسع عشر حيث كانت المؤسسات الصحفية تهدف الى كسب القراء والمعلنين ، كما استخدمته المؤسسات المختلفة بهدف ضبط سلوك الجماهير الداخلية والخارجية ، ويتميز ذلك النموذج بالتدفق الأحادي الاتجاه من المؤسسة للجمهور فقط دونما اهتمام بالتغذية المرتدة او رجع الصدى وكان استخدام الابحاث بهدف القياس غير الرسمي لردود افعال الجمهور نحو المؤسسة إذا ما استدعى الامر ، ولم يكن اعلام الجمهور بالحقائق كاملة ضروري بالنسبة للمؤسسة

2- نموذج اعلام الجمهور : اما نموذج اعلام الجمهور فلقد ظهر في بداية القرن العشرين وكان هدفه الرئيسي نشر و بث المعلومات بهدف تحسين سمعة المؤسسة ، وهنا يتدفق الاتصال على مرحلتين ، حيث ترسل المؤسسة رسائلها الاتصالية للجمهور عن طريق إدارة العلاقات العامة وتلقى رجع الصدى ، وهدف الاتصال هنا " الاقناع العلمي " بحيث توظف مناهج واساليب العلوم الاجتماعية لزيادة المقدرة الاقناعية للجهود الاتصالية للعلاقات العامة ، وتلعب الابحاث دورا مركزيا في هذا النموذج حيث يستخدم لتحديد الاهداف والآراء والتفاعل بين المؤسسة وجمهورها والاهم من ذلك انها تستخدم لتحديد فعالية الجهود التنظيمية للعلاقات العامة داخل وخارج المؤسسة فيما يتعلق بتشكيل الآراء والاتجاهات وحماية سمعة المؤسسة والصورة الذهنية الخاصة بها .

ويعمل نموذج اعلام الجمهور على توظيف الصحفيين في المؤسسة لإمداد الجمهور بالمعلومات الدقيقة ، شريطة ان تكون تلك المعلومات منتقاه ، ويتضمن ذلك النموذج اتصالا احادى الاتجاه من المؤسسة للجمهور ولكن به جزء من الاتصال المتماثل ، حيث تحرص المؤسسة على نوعية المعلومات التي يجب ان تنتقل الى الجمهور دون غيرها .  
وان لم تعير الاهتمام الكافي لاستجابة الجمهور وهنا تصبح مصالح المؤسسة الهدف الرئيسي من عملية الاتصال .

3- النموذج الاتجاهين غير المتماثلين (اللاسيمترى) : وفي سنة 1920 م ظهر نموذج الاتجاهين غير المتماثلين (اللاسيمترى) ، وشرعت المؤسسات في تطبيقه وكان هدف ه الأساسى الاقناع عن طريق الاتصال ، ويعد ذلك النموذج ، نموذجا لإدارة الاستجابة من قبل الجمهور والمجتمع نحو المؤسسة ، وطبقا لذلك النموذج تسعى المؤسسة الى تحقيق مصلحتها الخاصة ، وممارسة الضبط الاجتماعى بما يعود عليها بالنفع والفائدة وتهتم المؤسسة هنا بالجمهور من اجل تصميم وتطوير الحملات الاتصالية بما يسهم في سداد الجهود الاقناعية للمؤسسة .  
ان استخدام نموذج الاتجاهين غير المتماثلين في برامج العلاقات العامة يهدف الى توظيف الابحاث لتحديد افضل الرسائل الاتصالية واكثرها مقدرة على كسب التأييد الجماهيري دون أي تغيير في السلوك التنظيمي للمؤسسة فالهدف الأساسى هنا التغيير في سلوك الجمهور بما يخدم المؤسسة فقط .

وعندما تتبنى ادارة العلاقات العامة بالمؤسسة النموذج اللاسيمترى فإنها تفترض ان النفع سوف يتحقق لجمهور المؤسسة بالتعاون معها ، كما تفترض ان الجماهير المختلفة إذا ما كونت صورة صحيحة عن المؤسسة وتفهمت سياستها واهدافها فسوف يحدث نوع من التكامل بين المؤسسة والجمهور ، ويتوقع النموذج اللاسيمترى ان يتقبل الجمهور دائما كل ما يصدر عن المؤسسة وكل ما تقدمه من منتجات خدمية او سلعية بغض النظر عما قد يسببه نشاط المؤسسة من مضار او مشكلات للجمهور ، ويرى "بوتان" ان ذلك يتنافى مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية والاخلاقية كمدخل اساسية في العلاقات العامة .

ويقدم بوتان مجموعة من المحاور تشكل الملامح الاساسية للنموذج اللاتماثل ( اللاسيمترى ) في العلاقات العامة .

- أ - التوجه الداخلي : وهنا ينظر اعضاء المؤسسة اليها من الداخل فقط ولا ينظرون اليها كما يراها من هم خارج المؤسسة .
- ب- النسق المغلق : وهنا تتدفق المعلومات من المؤسسة الى الخارج ، وليس من خارج المؤسسة للداخل .
- ج - الفعالية : وتعنى ان المؤسسة تحقق الفعالية عندما تنجح في تحقيق المصالح والمكاسب الخاصة بها على حساب ما تقدمه من للجماهير من منفعة او فائدة ، ويصبح الاهتمام بتحقيق الفعالية قيمة في حد ذاته .
- ح - سيطرة الصفوة : وهنا تمثل الادارة العليا مصدر الحقائق والمعلومات وتعتبر نفسها المقياس الوحيد للحقيقة .
- خ - الميل الى المحافظة : بمعنى ان المؤسسة وأدراه العلاقات العامة بها يميلان الى مقاومة التجديد او الابتكار والتغير بدعوى ان ذلك يضر بمصالح المؤسسة .
- د - التقليدية : وهنا تميل المؤسسة الى النمط التقليدي في اسلوب الادارة مما يجعلها تتميز بالثبات والاستقرار بصورة تسهم في الحفاظ على القيم والثقافة التنظيمية الخاصة بها .
- ذ - مركزية السلطة : حيث تتركز سلطة وضع السياسات واتخاذ القرارات في يد قلة من المديرين الذين يمثلون صفوة الإدارة العليا ، ولا يتمتع العاملون بالمؤسسة او جمهورها الداخلي الا بقدر قليل من الاستقلالية وتميل المؤسسة المطبقة لذلك النموذج الى اتباع النمط الأوتوقراطي في الادارة .
- ر - والمؤسسة التي تتبع ذلك النموذج تتسم بممارستها بعدم التوازن فالمؤسسة لا تغير من سياستها كنتاج للتأثر بالرأي العام ولكن تعمل دائما على التأثير في اتجاهات وسلوك الجمهور بهدف الضبط والسيطرة .
- ز - ولقد انتقد جرونج النموذج " اللاسيميتري " ورأى انه نموذج لا أخلاقي وغير مسؤول اجتماعيا وغير فعال ، حيث لا يهتم بمصلحة الجمهور ويسعى ممارس العلاقات العامة في ظل ذلك النموذج الى جعل الجمهور يتقبل كل ما يصدر عن المؤسسة من اعمال وسلوك بغض النظر عن مستوى الجودة ، وتصبح إدارة العلاقات العامة وخبرائها مجرد اداة لكسب احترام الجمهور للمؤسسة وتقوية النفوذ دون أي تغيير في السلوك التنظيمي .

4- النموذج ثنائي الاتجاه (السيمتري): اما النموذج الرابع الذي قدمه جرونج هو النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه ولقد ظهر ذلك النموذج في سنة 1960 مؤكدا على الفهم وتبادل المعلومات ووجهات النظر بين المؤسسة وجمهورها كهدف رئيسي لإدارة العلاقات العامة ، ويصف النموذج السيمتري تلك العملية التي تهتم المؤسسة من خلالها بإقناع الجمهور بناء على الحقائق والمعلومات الموضوعية الصادقة ، ويتطلب ذلك تحديدا مسبقا للاحتياجات الاعلامية والاتصالية للجمهور ، وهنا يعد "رجع الصدى" مطلباً أساسياً لأنشطة وممارسات العلاقات العامة بحيث يستطيع المصدر ان يحدد طبيعة العلاقة واتجاه الاستجابة ، ويعد ذلك النموذج من افضل النماذج التطبيقية ويتضمن علاقة اتصالية متوازنة بين المرسل والمستقبل حيث يتقاسم كل من المؤسسة والجمهور القوة ، ويستخدم ذلك النموذج عندما تهدف المؤسسة الى حل المشكلات وغدارة الصراع والاستجابة لمتطلبات الجمهور .

وتسعى المؤسسة من خلال تطبيق النموذج الى توظيف الابحاث لتقديم رسالة اتصالية تسهل من عملية إقناع الجمهور ، للسلوك بالطريقة التي ترضى كلا من الطرفين ، ويتميز النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه بتوظيف البحث والحوار الموضوعي لبناء علاقات وطيدة مع الجمهور السلوك عن طريق الاقناع .

ووفقا للمدخل السيمتري ثنائي الاتجاه يؤكد "جرونج" على اهمية التفاهم المتبادل الذي يتمكن من خلاله أخصائي العلاقات العامة من العمل كوسيط محايد بين المؤسسة وجمهورها ، كما يؤدي دورة على النحو الاكمل عندما تكون هناك حاجة للتغيير بما يتواءم مع احتياجات وتوقعات الجمهور والمجتمع ، وتعد السيمتريية مدخلا موضوعيا هدفة الأساسي جعل العلاقة بين الادارة والجمهور محققة لأقصى قدر من الرضاء والتعاون .

ويرى برووم ان الفجوة بين المؤسسة وجمهورها تتسع عندما يتكون هناك مسافة واسعة بين ما تقوم به المؤسسة من نشاطات وانجازات وبين مايتوقعة الجمهور منها ، وقدرة المؤسسة على مواجهة تلك التوقعات .

ومن ثم فإن الاسهام الأساسي لإدارة العلاقات العامة يتمثل في مدى قدرتها على القيام بوظيفتها او ما يعرف بالعملية الادارية التي تهدف الى تدعيم وتقوية السلوك الإيجابي بين الجماعات الاجتماعية التي تعتمد عليها المؤسسة في تحقيق اهدافها ، ويتطلب ذلك ان تقوم ادارة العلاقات

العامة بوضع خطة استراتيجية عملية تضع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة نحو جمهورها نصب الاعين ، ايضا يعد خلق العلاقة السيميترية

المتنافسة بين المؤسسة وسائر المؤسسات الاخرى وبين المؤسسة ومجتمعها دليلا على التوازن ولا يتم ذلك الا من خلال النقل الموضوعي الصادق ثنائي الاتجاه للحقائق والمعلومات والافكار .

ويعد مفهوم الاتصالية المتناسق من المفهومات الاساسية لذلك النموذج ، فالهدف الأساسي للعملية الاتصالية في هذا النموذج هو تسهيل عملية الفهم بين الجمهور والمؤسسة عن طريق استخدام الاستراتيجيات الاقناعية ، فالعلاقات العامة في جوهرها ماهي الا نشاط اتصالي يعمل على نقل وتفسير الآراء والاتجاهات ، فالهدف السيميتري للعلاقات العامة هو تحقيق التفاهم المتبادل ، ويعد النموذج السيميتري ثنائي الاتجاه أفضل النماذج لحل الصراع حيث يوجد نوعين من المصالح تخدمها أنشطة العلاقات العامة ، المصلحة الخاصة والمصلحة العامة ونجاح العلاقات العامة يتمثل في قدرتها في الحفاظ على التوازن بين طرفي المصلحة .

ومن ناحية اخرى يؤكد جرونج على ان المدخل السيميتري ثنائي الاتجاه يهتم بمصلحة كلا الطرفين ، ويعد التفاوض والحوار واستراتيجية حل الصراع خطوات اساسية في عملية التغير الرمزي في الاتجاهات والافكار والسلوك لكل من الجمهور والمؤسسة ،

وتذهب الأنشطة الاتصالية الى ما وراء التبادل المعلوماتي الذي يتضمن لابتكار ، كما توظف تكتيكات القوة والنفوذ بصورة تفاعلية حوارية في عملية ذات اتجاهين تتضمن المعنى الرمزي والاقناع الموضوعي

، ويشير جرونج الى اهمية عملية التكيف المشترك بدلا من اسلوب السيطرة والاحتكار ، ويشير "مورفي" الى ان استخدام م اسلوب الحوار والنقاش يضمن التراضي بين الطرفين ، بينما يؤدي الاعتماد على النموذج اللاسيميتري القائم على المصلحة الذاتية الى تصعيد التوتر بين الاطراف المتضمنة في العلاقات ، ويعود " جورنج " ليؤكد على خطورة استخدام الاتصال الاقناعي بصوره نفعية بعيدة عن المبادئ الاخلاقية إذ انه من الضروري وضع الاحكام القيمية لمتلقي الرسالة الاقناعية موضع الاهتمام ويرى اوكيف ان الاقناع يعد بمثابة عملية تأثير اجتماعي من قبل اولئك الذين يمارسون تأثيرا على الآراء من خلال توظيف تكتيكات الاتصال ، ويعد استخدام مفهوم التأثير الاجتماعي افضل من مفهوم الضبط في مجال نظريات وبحوث العلاقات العامة

مقياس العلاقات العامة د. عيوني نجم الدين المستوى: سنة ثالثة إتصال  
قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة باجي مختار عنابة

ويمثل الحوار والنقاش قاعدة اخلاقية في النموذج السيمتري ثنائي الاتجاه ، ويؤكد "بيرسون" على البعد الأخلاقي في العلاقة الحوارية المتبادلة بين المؤسسة والجمهور ويرى ان الحوار يعد شرطا مسبقا لأي عملية تفاعلية تؤثر على جمهور المؤسسة .

ان الهدف الأساسي للعلاقات العامة في المؤسسات ذات الطابع الأساسي للعلاقات العامة في المؤسسات ذات الطابع الخدمي هو الحفاظ على النسق الاتصالي الذي يصل بين المؤسسة وجمهورها ، ومهمة خبراء العلاقات العامة إدارة ذلك النسق الاتصالي بصورة تجعله قريبا من فكرة الحوار السيمتري .

وتتميز التنظيمات التي تتخذ من الاسلوب السيمتري بالخصائص التالية :

أ - الاعتماد المتبادل :

فالمؤسسة لا توجد في فراغ او بمعزل عن البيئة الاجتماعية ، او المؤسسات الاخرى ، حيث يوجد اعتماد متبادل بين اجزاء النسق الواحد وكذلك بين النسق والبيئة المحيطة به .

أ - النسق المفتوح :

فالتنظيم هنا يكون مفتوحا ويتفاعل مع سائر الأنساق الاخرى متبادلا معها المدخلات والمخرجات .  
ج- تحقيق التوازن :

فالتنظيم كنسق يميل الى تحقيق التوازن في علاقاته مع سائر الأنساق الاخرى ، وقد يميل النسق الى تأسيس التوازن عن طريق السيطرة على سائر الأنساق الاخرى او تحقيق التعاون معها ، وتميل أغلب التنظيمات الى التعاون والضبط المتبادل فيما بينهما عن السيطرة والاندماج .

د- العدالة والمساواة :

إذ لابد وان يحصل الافراد داخل التنظيم على فرص متساوية مع احترام ادايتهم والمساواة في المكافآت وفرص الترقى وفقا لمحددات المهارة والكفاءة في العمل .

هـ - الاستقلالية :

فالأفراد عادة ما يميلون الى البناء والابتكار والانجاز بصورة اكبر ، عندما تكون لديهم الاستقلالية والقدرة على التأثير في سلوكهم اكثر من تقبلهم للتأثير من الاخرين فالاستقلال يزيد من الشعور بالرضا الوظيفي داخل التنظيم ، ويحقق التعاون والانجاز على المستوى الخارجي .

و- الابتكار :

السداسي السادس

لابد وان تهتم إدارة العلاقات العامة في المؤسسة بالتفكير المبتكر ، وان تبعد عن الجمود والنمطية وذلك بتقديم الآراء والافكار الجديدة .

#### ز- لا مركزية الادارة :

فالإدارة هنا تكون جماعية تحت إشراف المدير الاعلى ، مما يؤدي الى مزيد من الاستقلالية والدافعية للإنجاز وارضاه الوظيفي .

#### ح- المسؤولية :

فالمؤسسة كشخصية اعتبارية ، والعاملين بها لابد وان يكونوا على مستوى أخلاقي بحيث يتحملون نتائج سلوكهم ، وعلى المؤسسة ان تسعى دائما الى التقليل من الاثار السلبية لعملها .

#### ط – حل الصراع :

فالإدارة الفعالة تسعى الى حل الصراع عن طريق التقريب بين النظر وادارة الحوار الاتصالي الهادف .

ومهذا فإن "جرونج" و"بوتان" يتفقان في ان السمات المميزة للتنظيمات التي تتبنى وجهة النظر السيميترية هي :

- 1 – ان المؤسسة لا تنعزل عن جمهورها او عن سائر التنظيمات الاخرى .
- 2 – ان المعلومات تتدفق بحرية فيما بين الأنساق في اتجاه ثنائي حوارى متبادل
- 3 – ان النسق التنظيمي يسعى دائما الى احداث التوازن مع سائر الأنساق الاخرى من خلال التفاهم والتعاون المتبادلين .
- 4 – ان ادارة العلاقات العامة في ظل ذلك النموذج تهتم بكل ما يصدر عن الجمهور من مخرجات .
- 5 – ان العاملين الذين يمثلون الجمهور الداخلي للمؤسسة يتمتعون بقدر معقول من الاستقلالية.
- 6 – ان الابتكار والتجديد يعيدان قيما في حد ذاتهما في مقابل الجمود والنمطية .
- 7 – ان المؤسسة تلتزم بتحمل الاثار السلبية او الايجابية لأنشطتها وتعمل على حماية المجتمع من الاثار السلبية وتدعيم الاثار الايجابية .
- 7 – ان المؤسسة تلتزم بتحمل الاثار السلبية او الايجابية لأنشطتها وتعمل على حماية المجتمع من الاثار السلبية وتدعيم الاثار الايجابية .
- 8 – ان المؤسسة تسعى الى حل الصراع من خلال استخدام استراتيجيات المناقشة والحوار والاتصال ثنائي الاتجاه .

### قائمة المراجع لمحاضرات مقياس العلاقات العامة:

- 1) أحمد المصري، "العلاقات العامة"، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية. القاهرة. 1995.
- 2) أحمد جودة، "إدارة العلاقات العامة، مفاهيم وممارسات" مؤسسة زهران . عمان. 1997.
- 3) أحمد كمال أحمد، "العلاقات العامة"، مكتبة القاهرة الحديثة. القاهرة. 1972.
- 4) بسام الحاج حسين، "الوجيز في العلاقات العامة والإعلام"، دمشق. 1986.
- 5) جميل أحمد خضر، "العلاقات العامة"، دار المسيرة. عمان. 1998.
- 6) حسن الحلبي، "مبادئ في العلاقات العامة". منشورات عويدات. بيروت. 1980.
- 7) حسين عبد الحميد رشوان ، "العلاقات العامة من منظور علم الاجتماع". المكتب الجامعي الحديث. الإسكندرية. القاهرة. 1993.
- 8) صالح خليل أبو أصبع، "العلاقات العامة والاتصال الإنساني". دار الشروق. عمان. 1998.
- 9) صقر المريخي، " دليل العلاقات العامة ". مطابع الدوحة الحديثة . 1990.
- 10) علي عجوة، "الأسس العلمية للعلاقات العامة" عالم الكتب. القاهرة. 1985.
- 11) غازي إسماعيل ربابعة، "الرأي العام والعلاقات" دار اليشير. عمان. 1988.
- 12) غريب عبد السميع غريب ، "الاتصالات والعلاقات العامة في المجتمع المعاصر" مؤسسة شباب الجامعة . الإسكندرية. القاهرة. 1996.
- 13) لبنان هاتف الشامي، "العلاقات العامة. الأسس والمبادئ" دار اليازوري العلمية. عمان. 2001.
- 14) محمد بهجت كشك ، "العلاقات العامة في الخدمة الاجتماعية" مكتب الجامعي . الحديث . الإسكندرية . القاهرة. 1980.
- 15) محمد عبد الفتاح محمد، "العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، أسس ومبادئ " منشأة المعارف. الإسكندرية. القاهرة 1994.
- 16) محمد منير حجاب . سحر محمد وهيبي ، " المداخل الأساسية للعلاقات العامة. المدخل الاتصالي " دار الفجر. القاهرة. 1990.
- 17) وجيه الشيخ ، سمر عبد الله ، "العلوم السلوكية والعلاقات العامة". دمشق. 1991.