

## نظرية الامتياز

من بين أهم الإشكاليات التي يواجهها المهتمون بالعلاقات العامة سواء كانوا أكاديميين أو مهنيين هي مسألة فعالية العلاقات العامة، وهذه كانت من الإشكاليات الرئيسية التي انطلق منها الباحثون في مشروع الامتياز.

تعتبر هذه النظرية أن بناء علاقة متبادلة مع الجماهير الإستراتيجية للمؤسسة ينعكس في توفير موارد مالية لها، هذا التوفير يأتي من خلال منع مشكلات مثل القضايا التي يرفعها أفراد ومنظمات على المؤسسة ومقاطعة السلع والخدمات التي تقدمها المؤسسة لها، والاضطرابات التي قد تحدث نتيجة عدم رضا العاملين عن سياسات المؤسسة، ومنع مثل هذه المشكلات يعزز من القدرة الإنتاجية للمؤسسة وجودة منتجاتها.

قدم هذه النظرية جيمس جرونج ومجموعة من زملاءه من خلال مشروع بحث استمر عقدا كاملا لتحديد خصائص وسمات العلاقات العامة التي يمكن أن توصف بالمتيزة، وفي هذا المشروع قام **جرونج وزملاءه** بمسح 300 منظمة (تحديد طبيعة العلاقات العامة بها) واجروا استقصاء على 500 من القائمين على البرامج الاتصالية في المنظمات المختلفة وكان الهدف الأساسي من المشروع هو الإجابة على عدة تساؤلات أهمها:

- كيف يمكن للعلاقات العامة أن تساهم في تدعيم فعالية المنظمة؟
- إلى أي مدى هذه المساهمة مفيدة اقتصاديا؟
- ما الخصائص التي تتميز بها العلاقات العامة الممتازة.

وللإجابة على هذه التساؤلات وغيرها، فإن الباحثين قاموا بجولة على ما كُتب في العلاقات العامة في كل التخصصات من أجل تحديد مفهوم العلاقات العامة الممتازة ومن ثم وضع اقتراحاتهم النظرية، ومن خلال التحليلين الكمي والكيفي لنتائج البحث، توصل الفريق إلى عدة مبادئ للعلاقات العامة الممتازة وبرامج الاتصال التي تساهم في تحقيق أهداف العلاقات العامة ومن ثم أهداف المنظمة، **وهذه المبادئ هي أسس نظرية الامتياز وتتضمن:**

✚ **الإدارة الإستراتيجية:** فبرامج العلاقات العامة يجب أن تدار إستراتيجيا فإدارة العلاقات العامة هي التي تتولى تطوير برامج اتصالية توجه للجماهير التي تمثل فرصا للمنظمة أو تهديدا لوجودها فإشراك العلاقات العامة في الإدارة الإستراتيجية ينتقل بالمهنة من نمط رد الفعل في الاستجابة للصرعات والأزمات ونمط الفعل والاستعداد للفعل.

هذا النمط يمكن الإدارة من توقع الصراعات وتقليل احتمال ظهورها، وعند حدوثها تتم الاستجابة الفورية.

✚ **فصل العلاقات العامة عن التسويق:** تفصل الاتجاهات المعاصرة في العلاقات العامة بين العلاقات العامة بمفهومها المتعارف عليه والعلاقات العامة التسويقية، فكل من التسويق والعلاقات العامة يعدان أساسيان بالنسبة للمنظمة، ففي جهود ترويج المنتجات تكون وظيفتا العلاقات العامة والتسويق متممتان لبعضهما وحينما تكون إحداها تابعة للوظيفة الأخرى فإن المنظمة تفقد كثيرا من قيمة وجدوى الوظيفة التابعة، فالعلاقات العامة والتسويق تقدمان رؤى واستراتيجيات مختلفة للمنظمة، وتضيف العلاقات العامة قيم إضافية لأنها تضمن لكل الأطراف الاشتراك في التفكير وطرح الأفكار بل والمشاركة في عملية صنع القرار.

✚ **العلاقة المباشرة مع الإدارة العليا:** انطلاقا من أهمية الجماهير الأساسية واعتبارها نقطة مركزية في الدراسات المعاصرة في العلاقات العامة، يصبح لزاما إشراك هذه الجماهير في عملية صنع القرار في المنظمة، ويتطلب ذلك أن يكون مدير العلاقات العامة جزءاً أساسيا من عملية صنع القرار أو مشاركا القائمين في هذه العملية، وتعد عضوية مدير العلاقات العامة أمرا ممتازا، وقد بينت ذلك نتائج مشروع **جرونج** حيث أن المنظمات التي صنفت على أنها ممتازة كان مدير العلاقات العامة فيها عضوا في الإدارة العليا وأحد صانعي القرار.

✚ **تطبيق النموذج المتماثل في اتجاهين:** وذلك لأن البرامج الاتصالية الممتازة تؤثر على التفاعل مع الجماهير.

✚ **مبدأ الفاعلية:** إن ما يدفع بالمنظمات نحو الامتياز فالتعامل مع بيئة معقدة وديناميكية يتطلب ممارسة علاقات إستراتيجية تعتمد على النموذج المتماثل للاتصال في اتجاهين للتأقلم مع هذه البيئة وكذا الاستجابة لها.

وقد توصل الباحثون إلى أن الوصول إلى تحقيق الامتياز للمنظمة يتم من خلال الفاعلية في الوصول إلى تحقيق الأهداف التي يجب أن تكون محددة بما يتوافق مع توقعات جماهيرها الإستراتيجية، وفي هذه الحالة على العلاقات العامة أن تسعى للوصول إلى تحقيق التوازن بين استقلالية المؤسسة وتبعيتها لجماهيرها الأساسية.

## نظرية الحوار:

يعود مفهوم الحوار إلى قيام المؤسسة بالاتصال جماهيرها الأساسية لمناقشة القضايا المختلفة، وتعد هذه النظرية تطويراً للنموذج الرابع **لجرونج (أي عنصر الاتصال المتماثل في اتجاهين)** وقد دعم مفهوم الحوار في أدبيات العلاقات العامة التحول من التركيز على إدارة الاتصال إلى التأكيد على الاتصال كأداة للتفاوض حول العلاقات العامة بين منظمة ما وجماهيرها.

وتعد نظرية الحوار أحد أكثر الأطر النظرية التي تركز على الجوانب الأخلاقية لعملية الاتصال في العلاقات العامة **وتفرض هذه النظرية أن المنظمات التي تسعى لإقامة قنوات اتصال بينها وبين جماهيرها يجب عليها أن تكون مستعدة للتفاعل مع هذه الجماهير وفقاً لأسس أخلاقية.**

### مبادئ نظرية الحوار:

➤ **التبادلية:** تشير إلى التسليم بأن المنظمات وجماهيرها مرتبطتان ببعضهما ارتباطاً وثيقاً، وتتصف التبادلية بما يعرف بالتوجيه التعاوني وبروح المساواة المتبادلة بين المؤسسة وجماهيرها تهمهم.

➤ **التواصل: من وجهة نظر المؤسسة هو:** وجوب استشارة الجماهير في القضايا التي تهمهم، **ومن وجهة نظر الجمهور:** يشير تواصل الحوار إلى استعداد الجمهور وقدرته على تجميع مطالبه ومصالحه وتقديمها للمنظمة.

ويمكن تحقيق التواصل من خلال ثلاث أساليب هي:

1/ **التواصل الفوري** بين المؤسسة وجماهيرها.

2/ **التواصل الزمني:** فالحوار يتضمن فهماً لماضي وحاضر كل المشاركين فيه، ويؤكد مستقبل مشترك ومستمر لهم.

3/ **الاشتراك:** ويعني الاشتراك الفعلي في الحوار وعدم الاكتفاء بالاستماع لما يقال، ويكون المستوى الأدنى في اشتراك العلاقات العامة في الحوار هو أخذ احتياجات الجماهير بعين الاعتبار.

➤ **تقمص المؤسسة لموقف الجمهور:** ويعود التقمص إلى مناخ الثقة والدعم الذي توفره المؤسسة لنجاح الحوار، وأخذ مصالح وحاجات الجماهير بعين الاعتبار وتدعيم هذه المصالح، **ويتضمن التقمص عدة أساليب منها:**

- تدعيم المؤسسة لمناخ عام يشجع الآخرين على المشاركة فيه، وتوفير الفرصة لهم للمشاركة.

- تركيز المؤسسة على توجيهها الاجتماعي وحرصها على تدعيم وتطوير المجتمع المحلي.

- تأكيد المؤسسة على أهمية رأي الجمهور على الرغم من قدرتها على تجاهله، وعلى المؤسسة التسليم بضرورة الاستماع إلى الجماعات المختلفة معها في الرؤى والتوجهات.

✚ **المخاطرة:** فالحوار يمثل إشكالية للمؤسسات لأنه قد يؤدي إلى نتائج غير متوقعة، ومع ذلك يجب على المؤسسة أن تخاطر بالدخول في حوار متواصل مع جماهيرها لأنه يحقق أهداف المؤسسة الإستراتيجية، وقد ينتج عن هذه المخاطرة تعرض المؤسسة للنقد أو حدوث نتائج غير متوقعة، فيصعب في الحوار التعرف على ردود أفعال الآخرين وحتى معرفة مواقفهم المسبقة تجاه القضايا المثارة.

ومنه إمكانية احتمال لنتائج غير متوقعة يتحتم قبولها إذا كانت على أسس موضوعية، والاعتراف بوجهات نظر الأطراف المختلفة وآرائهم التي قد تبدو غريبة.

✚ **الالتزام:** لتطبيق نظرية الحوار في العلاقات العامة يتحتم الالتزام بتدريب الممارسين على أسس الحوار وقواعده، فالالتزام بالحوار على الرغم من المخاطر التي يمكن أن تنتج عنه ينعكس في فوائده على المنظمات من خلال الدعم الجماهيري وبناء سمعة جيدة للمنظمة، ويقلل من إمكانية تدخل أطراف خارجية في المؤسسة (مثل الحكومات).

### ويتضمن الالتزام عددا من المبادئ أهمها:

- **مبدأ المكاشفة:** فيلتزم المشتركون في الحوار بالكشف عن مواقفهم، ويتحقق ذلك بتقديم الفوائد المتحققة من الحوار، فعندما تتعامل المؤسسة بوضوح مع جمهورها يمكنها أن تصل معهم إلى حلول للمشكلات وتحقيق فوائد متبادلة.

- **الالتزام بالانفسير:** ذلك لأن الحوار يلزم الأطراف بفهم مواقف الآخرين حتى في حالة تعارض هذه المواقف مع مواقف الطرف الآخر، والوصول إلى تفسير لفهم مشترك لفهم الحوار ومضامينه ويعد أحد النتائج الايجابية.