

## أولاً: الإطار النظري

### النموذج المستخدم (النموذج غير المتناسق بالاتجاهين)

ويقوم هذا النموذج على الاتصال في اتجاهين، من الإدارة العليا إلى الإدارات الأدنى في المؤسسة، ومن الإدارة الدنيا إلى الإدارة العليا. وينحصر الهدف الأساسي للعلاقات العامة بالإقناع المخطط والمبني على أسس علمية وذلك لإقناع الموظفين بنشاط المؤسسة وتحويل هذا الإقناع بسلوك مؤيد للمؤسسة من قبل الموظفين (الدليمي، ٢٠١١: ١٧٠).

يعتمد على الاتصال في اتجاهين: من المنظمة إلى جمهورها (الداخلي والخارجي)، ومن الجمهور إلى المنظمة، وينحصر الهدف الأساسي للعلاقات العامة بالإقناع المخطط والمبني على أسس علمية، وذلك لإقناع الجماهير المعنية بنشاط المنظمة، وتحويل هذا الإقناع إلى سلوك مؤيد للمنظمة، وعملية الاتصال في هذا النموذج غير متوازنة حيث تحاول العلاقات العامة التأثير في الجمهور وإقناعه لمصلحة المنظمة، دون أن تحاول هي تعديل سياستها وبرامجها استجابة لآراء ورغبات الجماهير، ولكي تحقق العلاقة العامة هذا الهدف فإنها تقوم بإعداد خططها وبرامجها بشكل دقيق معتمد على أسس علمية، كما تستخدم البحث التقييمي الذي يهدف إلى قياس أثر جهود برامج العلاقات العامة في اتجاهات الجماهير وسلوكها (الدليمي، ٢٠١١: ١٧٠).

بعض النظريات تهمل السياقات الثقافية والاجتماعية التي يوجد فيها الجمهور والمرتبطة بفضاء المجتمع المحلية، إذ أنّ الأفراد أو الجماعات يميلون إلى إعطاء الأهمية للمحتوى الإعلامي المتعلق بالمحيط القريب المألوف لديهم التي لا تخضع للقيم الاجتماعية والروحية السائدة، فمن هنا فإنّ منهاج البحوث والدراسات الموضوعية المعتمدة عليها تأخذ بعين الاعتبار ظروف البيئة الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وخاصة ظروف المكان والزمان لكل جمهور (الدليمي، ٢٠١١: ٣١١).