

عنوان مقاله:

تحلیلی بر آسیب شناسی روابط عمومی در ایران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی علوم تربیتی، روانشناسی، مشاوره، آموزش و پرورش (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسنده:

احد عباسی - کارشناس روابط عمومی، لیسانس رشته علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه پردیس شیراز، شیراز، ایران،

خلاصه مقاله:

با توجه به اینکه از پیدایش روابط عمومی در ایران حدود نیم قرن می گذرد هنوز روابط عمومی با مسایل مختلفی مواجه است. متأسفانه بررسی تاریخی این دانش در ایران نشان می دهد که به رغم وجود اندیشه ها و ایده های اصلاح طلبانه برای توسعه آن، هیچ گونه اقدام عملی بنیادی در این زمینه صورت نگرفته است به همین دلیل است که امروزه روابط عمومی ها بیشتر وقت خود را صرف برطرف ساختن مشکلات خود می کنند. ورود به این مشکلات، توان و شرایط ایفای وظایف و رسالت راستین را از روابط عمومی گرفته است. چالش های روابط عمومی در ایران را می توان در دو بخش اصلی (تشکیلات، اعتبارات، آموزش، نحوه عمل، نیروی انسانی و وجود نگرش های منفی) و فرعی (نداشتن متولی مشخص، نبود تشکل های حرفه ای کافی و نبود قانون مندی مسئولیت های استراتژیک و حرفه ای روابط عمومی) تقسیم کرد. دست یابی تشکیلاتی را می توان به عنوان نخستین چالش روابط عمومی در سازمان دانست. منظور از دست یابی تشکیلاتی، نبود پویایی در طراحی تشکیلاتی است. نمودارهای تشکیلاتی در تاریخ روابط عمومی ایران حاکی از نبود تفکر و تلاش در ایجاد بخش هایی در تشکیلات روابط عمومی است که متناسب با تحولات اجتماعی ایران باشد. به رغم اینکه در کشور گرایش زیادی برای حرکت به سمت " جامعه مدنی " و توانمندی و قابلیت های روابط عمومی وجود دارد، تا کنون روابط عمومی نتوانسته است از این وضع برای تسریع روند جریان توسعه خود استفاده کند. چالش دوم روابط عمومی، وابستگی صرف روابط عمومی به مدیریت سازمان است. این وابستگی کامل گاه " خطر مدیریت مداری " را در روابط عمومی یک سازمان افزایش می دهد. چالش سازمانی سوم " آمیختگی تشکیلاتی " روابط عمومی با سایر بخش های تشکیلاتی سازمان چون اطلاعات، انتشارات، امور بین الملل و حوزه ریاست است. نادیده انگاشتن و لحاظ نکردن برخی از بخش های مهم روابط عمومی در تشکیلات آن و عنوان های شغلی را باید از مسایل مهم در طراحی تشکیلاتی روابط عمومی دانست.

کلمات کلیدی:

آسیب شناسی، مورد کاوی، سیستم ها، ساختار و کارکرد، سازمان و مشتری گرایی.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1517830>

