

## عنوان مقاله:

آسیب شناسی روابط عمومی در ایران

## محل انتشار:

فصلنامه علوم اجتماعی، دوره 16، شماره 47 (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 50

## نویسندگان:

مهدی محسنیان راد - دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع)

اسماعیل قدیمی - دکتری علوم ارتباطات و مدرس دانشگاه علامه طباطبایی

## خلاصه مقاله:

مورد کاوی حاضر که برگرفته از رساله دکتری است، با استفاده از مطالعه کتابخانه ای، با تمرکز بر روی اسناد مربوط به مقررات گذاری و نحوه سازماندهی حرفه روابط عمومی در ایران مشاهده حضوری فرایندهای کار حرفه ای در چهار وزارتخانه و مصاحبه های عمقی با مدیران کارشناسان و کارورزان آن ها انجام شده است. فقدان ساخت ها و زیر ساخت های مادی از جمله تکنولوژیکی از یک سو و فقدان ساخت ها و زیرساخت های مادی از جمله تکنولوژیکی از یک سو و فقدان مبانی فکری، حقوقی و مدیریتی از سوی دیگر سبب شده است تا روابط عمومی ها در ایران در پاسخگویی سیستماتیک و نهادینه شده به نیازهای افکار عمومی ناتوان باشند. در نتیجه کارکردهای روابط عمومی نه تنها در مقابل افکار عمومی بلکه به عنوان یک خرده سیستم در منظر سیستم بزرگ تر نیز نامطلوب به نظر می رسد. جایگاه مشتریان نزد این واحدها در سطحی نازل است. بنابراین بدون وجود استثنا میان نیاز واقعی مشتریان و قابلیت واقعی پاسخگویی روابط عمومی ها، شکافی به عمق توسعه دموکراتیک وجود دارد. مستندسازی نظام پاسخگویی به مشتریان به عنوان شاخص اصلی مشتری گرایی در سازمان های مدرن، در غیاب استراتژی ها و سیاست های مشتری مدارانه، وجود ندارد و اساسا گرایش به سوی تامین این گونه تمهیدات در برنامه و عمل روابط عمومی ها دیده نمی شود. بر اساس یافته های به دست آمده از این پژوهش روابط عمومی ها در ایران با الگوی تبلیغی سازگارند. اطلاع یابی از نیازها و انتظارات مشتریان و محیط در حال تغییر به عنوان فرایند اصلی کار در روابط عمومی ها و بستر لازم برای اطلاع رسانی و برقراری روابط و مناسبات سازنده و دوسویه عمدا مورد غفلت قرار گرفته و زیرساخت ها و ساختارهای پژوهشی لازم برای تحقق این امر وجود ندارد.

## 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/684219>

