«بررسی الگوی مطلوب روابط عمومی در ایران»

چینی ساز، ژیلا

» اشاره‏ آنچه در پی می‏آید خلاصه‏ای از پایان‏نامه‏های مرتبط با موضوع هر نشریه است در این شماره به حوزه‏ الگوسازی روابط عمومی بومی و منطقه‏ای و پایان‏نامه منطبق با این موضوع پرداخته‏ایم.

ژیلا چینی‏ساز دانشجو:محمدرضا نعیمی‏ مقطع:کارشناسی ارشد ارتباطات اجتماعی‏ دانشگاه علامه طباطبایی/دانشکده علوم‏ اجتماعی‏ سال 79-78 استاد راهنما:دکتر مهدی محسنیان‏راد استاد مشاور:هوشنگ عباس‏زاده‏ بخش عمده‏ای از فعالیت روابط عمومی را فراگرد ارتباط تشکیل می‏دهد.از سوی دیگر عملیات مدیریتی و ارتباطی و روابط عمومی‏ نمی‏تواند بی‏توجه به بستر فرهنگی مورد مطالعه قرار گیرد.در این بررسی سعی شده‏ است«الگوی مطلوب روابط عمومی در ایران»از دیدگاه ساختار انسانی واحدهای‏ روابط عمومی یعنی کارشناسان و مدیران‏ این مجموعه بررسی شود.

در این بررسی اهداف ذیل مورد نظر بوده است:دستیابی به منظری از وضعیت‏ موجود در روابط عمومی،تطبیق نظرات دو گروه مورد بررسی،دستیابی به نقاط مشترک و اختلاف در خصوص آن و تدوین‏ الگوی مطلوب روابط عمومی.

چارچوب نظری که در این پایان‏نامه‏ مورد توجه قرار گرفته:الگوی چهارگانه‏ «هانت و گرونیک»است که شامل:1-الگوی‏ تبلیغ یا کارگزاری مطبوعاتی‏2-الگوی اطلاع‏ عمومی‏3-الگوی دو سویه همسنگ‏4-الگوی‏ دو سویه همسنگ

توجه به این الگوها و نقش‏ها چهارگانه‏ روابط عمومی از دیدگاه اسکات کاتلیپ که‏ شامل:1-تسهیل‏گر ارتباط2-تکنسین ارتباط 3-متخصص اجرایی 4-تسهیل‏گر حل‏ مشکل(به عنوان نظریات مسلط در کشورهای توسعه یافته)است می‏تواند در کنار دیدگاه«مقابله با رسانه‏مداری روابط عمومی»دکتر مهدی محسنیان‏راد که ضعف‏ حاکم بر روابط عمومی‏های ایران را ناشی از دیدگاه رسانه‏ای،بدون توجه به وظایف‏ مدیریتی آن می‏داند،ما را به الگوی مطلوب‏ روابط عمومی در ایران که تلفیقی از نظریات‏ ارتباطات و مدیریتی می‏باشد رهنمون‏ می‏سازد.

فرضیه‏ها و سوالات اصلی تحقیق در این‏ پژوهش شامل موارد زیر بوده است: 1-بین نظرات کارشناسان و مدیران‏ روابط عمومی در مورد الگوی مطلوب روابط عمومی تفاوت‏های وجود دارد.

2-بین نظرات تحصیل کردگان ارتباطات‏ وغیر ارتباطات تفاوت وجود دارد.

3-ارزش گذاری مدیران روابط عمومی‏ نسبت به گویه‏های الگوی مطلوب روابط عمومی چگونه است؟

4-ارزش گذاری کارشناسان روابط عمومی نسبت به گریه‏های مطلوب روابط عمومی چگونه است.

روش تحقیق پایان نامه روش(کیو) بوده‏ است طبق این روش 48 گویه(به عنوان متغیر مستقل)در یک پیوستار 7 درجه(به عنوان‏ متغیر وابسته)مورد سنجش قرار گرفته‏ است؛در کنار روش فوق از آزمون مقایسه‏ میانگین‏ها نیز که اصطلاحا روش( t )شناخته‏ می‏شود استفاده شده است.

یافته‏های تحقیق:از میان 48 گویه تحقیق‏ که معرف الگوی مطلوب روابط عمومی است‏ 50 گویه در میان کارشناسان و 10 گویه در میان مدیران روابط عمومی از اختلاف نظر برخوردار بوده است،ویژگی بارز این گویه‏ها این است که عمدتا به وضع موجود روابط عمومی در ایران اشاره دارند.

نتیجه:در یک نگاه کلی می‏توان گفت که‏ «روابط عمومی مطلوب در ایران»از دیدگاه‏ دو گروه مورد بررسی،روابط عمومی است‏ که به پژوهش و تحقیق در نیازهای افکار عمومی بپردازد،دارای کارکنانی با روحیه، خلاق،مبتکر و نوآور باشد آنها از«سازمان‏ آگاهی»برخوردار بوده برای خود نقش‏ مدیریتی قایل شده و در این حوزه تمامی‏ وظایف مدیریتی را ایفا کنند.

این دو گروه توافق دارند که ایجاد ارتباط دو سویه از مهمترین وظایف ارتباطی روابط عمومی است و این در حالی است که آنها معتقدند باید ازگرایش‏های انحصاری به‏ ارتباطات رسانه‏ای اجتناب کرد وبه ارتباطات‏ سازمانی و مدیریتی با رویکرد تفاهمی توجه‏ کرد.همچنین توافق دارند که باید به اصول‏ اخلاقی و حرفه‏ای روابط عمومی با ایجاد نظامنامه‏ای خاص برای آن توجه کرد و از طریق آموزش‏های دانشگاهی و ضمن‏ خدمت با تخصصی‏تر شدن این حرفه دست‏ یافت.

پیشنهادهای تحقیق:در این بررسی‏ پیشنهاد شده است که تحقیق دیگری،به‏ شیوه‏ای غیر از روش Q (کیو)که مشخص کند چه موانعی در راه رسیدن روابط عمومی‏ ایران به یک روابط عمومی مطلوب،حداقل‏ آن‏گونه که مورد توافق مدیران و کارشناسان‏ است،انجام گیرد.