

چالش‌های پیش رو جهت ارائه یک تعریف جامع

نویسنده: هادی زمانی

روابط عمومی به عنوان حرفه‌ای هنرمندانه، مراحل رشد و ترقی تا تبدیل شدن به یک علم روز و کاربردی را مرحله به مرحله طی نموده است. مهم‌ترین تحولات اساسی این علم عبارت‌اند از:

۱. تبدیل شدن روابط عمومی به یک وظیفه مدیریتی
۲. تبدیل شدن روابط عمومی به یک فعالیت حرفه‌ای و علمی
۳. ظهور روابط عمومی در شکل سیاسی
۴. مدیریت رویدادها
۵. اولویت یافتن کاربرد تکنیک‌های تفسیری و تحلیلی، مذاکره‌ای و مشورتی
۶. اهمیت یافتن نقد و نقادی در روابط عمومی
۷. مخاطب محوری و مخاطب پژوهی
۸. ایفای نقش پزشک سازمانی
۹. ظهور روابط عمومی بازاریابی به عنوان یک فعالیت مشخص
۱۰. قابلیت اندازه‌گیری اثربخش برنامه‌های روابط عمومی (سفیدی، ۱۳۸۵ -

(۱۹)

آنچه به عنوان علم مطرح می‌شود، قابلیت اندازه‌گیری داشته و از پیش‌داوری‌ها به دور می‌باشد و برای این کار "در مرحله اول بعد از کشف یا طرح مسئله، ابتدا باید با استفاده از روش‌های قیاسی، جایگاه آن مسئله در نظام فکری - تئوریک و نظریات موجود دانشمندان مختلف تعیین شود" (رفیع پور، ۱۰، ۱۳۸۴)

قیاس از کل به جزء رسیدن است و به ما کمک می‌کند تا ضمن شناسایی ابعاد مختلف مسئله موردنظر و علل احتمالی پیدایش آن با پیامدهای مسئله آشنا شویم.

در ادامه ضمن تعیین متغیرهای تأثیرگذار بر ابعاد مسئله، فرضیه تحقیق را مشخص می‌کنیم. مسلماً برای آنکه بتوان فرضیه‌ای توانمند تعریف نمود بایستی عوامل تأثیرگذار بر

متغیر وابسته (Y) را به خوبی تشریح نمود. حداقل برای تعیین متغیرهای تأثیرگذار (Xها) بایستی مسئله مورد بررسی را از چهار جنبه تحلیل نماییم. عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی، حداقل تلاش‌ها برای تعیین ابعاد اثرگذاری آن است. در مرحله دوم متغیرهای فرضیه‌ها یعنی هم مسئله مورد بررسی و هم علل آن با روش‌های مختلف استقرائی یعنی از جزء به کل رسیدن تعریف عملیاتی می‌شوند و به معرف‌ها و واحدهای سنجش برگردانده و بررسی می‌شوند " این تعریف عملی نسبت به هر مسئله و هر محیط خاص با شرایط مختص خود، روش‌ها و تکنیک‌های خاص مناسب آن مسئله و شرایط آن را لازم دارد. به این علت نسبت به شرایط مختلف تکنیک‌های متفاوتی در علوم اجتماعی ابداع شده است" (رفیع‌پور، ۱۰، ۱۳۸۴)

در پایان پس از سنجش و تعیین اعتبار و پایایی مراحل انجام شده، فرضیه‌ها در صورت علمی خود مطرح می‌شوند که پس از گذر از بوت‌آزمایش‌های مکرر اندیشمندان و تعیین صحت و سقم آن، جایگاه خود را به عنوان یک مطلب علمی پیدا می‌کند.

متأسفانه روابط عمومی به دلایل مختلف هرگز سیر علمی تبدیل مسئله به فرضیه و سنجش را آن‌گونه که سایر علوم اجتماعی طی نموده‌اند، پشت سر نگذاشته است.

بسیاری از نظریه‌ها و فرضیه‌های علم روابط عمومی تنها در عمل با اثبات کاربرد خود در مقطعی خاص خود را به عنوان یک اصل در علم روابط عمومی جا داده‌اند. بخش عمده‌ای از آنچه امروزه به عنوان فرضیه‌ها، اصول و الگوهای علم روابط عمومی مطرح است، پیش از آنکه مراحل تحقیق علمی را طی کرده باشد در عمل کاربرد خود را به اثبات رسانده است. سرگذشت «ایوی لی» پدر این علم نیز گویای همین مطلب است. ایوی لی پیش از آنکه آزمایشگر بوته‌های علمی باشد، تلاشگر عرصه عملی بود که با برخورداری از تکنیک‌های نوظهور در جهت اصلاح جامعه خود حرکت نمود.

لذا آنچه امروزه به عنوان دانش روابط عمومی تعریف می‌شود، بیش از آنکه مراحل علمی تحقیق را طی نموده باشد، کاربرد خود را در عمل به اثبات رسانده است. بررسی

تعاریف مطرح شده توسط اندیشمندان روابط عمومی بیانگر آن است که هر کدام از این تعاریف با میزان علاقه و تخصص ارائه‌کننده آن و میزان کاربردی که در عرصه اجتماعی داشته است، روابط عمیق دارد. به طوری که متخصصان این عرصه با پیشینه‌های تخصصی مختلف اعم از روان‌شناس اجتماعی، جامعه‌شناسی، ادبیات و ... بر اساس نتایجی که این علم برایشان در عمل به بار آورده است، تعاریفی مختص به خود ارائه نموده‌اند.