پژوهش؛ زیرساخت فعالیت های روابط عمومی

فریدونی، فرحناز

فرحناز فریدونی‏ کارشناس ارشد ارتباطات‏ روابط عمومی در جوامع پیشرفته واسطه‏ میان مردم و دولت است و جایگاه ویژه ای‏ در سازمان ها،نهاد و تشکیلات نیرومند و موفق دارد.این در حالی است که پژوهش در فرآیند چهار مرحله ای فعالیت روابط عمومی،اولین جایگاه را به خود اختصاص داده است.

در جوامع امروزی با پیچیده شدن روابط اجتماعی و افزایش آگاهی اقشار مختلف جامعه،نیاز به برنامه ریزی‏ و شناسایی انتظارات،انتقادات و پیشنهادات بیش از پیش‏ مشهود است و انجام هر کاری بدون در نظر گرفتن نیاز مخاطب کاری بیهوده است.

در این راستا به منظور شناخت نیاز مخاطب و ترسیم‏ اهداف روشن و تهیه پیام های مطلوب،انجام پژوهش و تحقیق در روابط عمومی امری ضروری است.

در یک تحقیق علمی می توان اطلاعات جامعی را جمع آوری‏ کرد و با توجه به این اطلاعات به تحلیل مسئله پرداخته و نیاز مخاطب را شناسایی کرد و در نهایت پیام مناسب را گزینش کرده و به انتقال پیام پرداخت.

به بیان دیگر می توان گفت که تحقیق و پژوهش این امکان‏ را به ما می دهد که زمان،نیروی انسشانی و بودجه سازمان‏ برای برنامه هایی که بازدهی نخواهد داشت،بیهوده صرف‏ نشود.

با یک تعریف کوتاه از تحقیق می توان به ضرورت این‏ مهم در روابط عمومی اشاره کرد:تحقیق عبارت است‏ از حلقه های ارتباطی مان اندیشه ها،حقایق به منظور دستیابی به پاسخ پیرامون یک سوال مهم.

با این مقدمه که به اهمیت پژوهش و تحقیق در روابط عمومی واقف شدیم،روش های پژوهش و کاربرد آن در روابط عمومی مطرح می شود.

انواع پژوهش و تحقیق در روابط عمومی

تحقیق در روابط عمومی با توجه به گستره آن به سه‏ دسته تقسیم می شود: 1-تحقیقات کوچک و محدود که جامعه مورد مطالعه‏ و کاربردی آن توسط کارشناسان روابط عمومی انجام‏ می پذیرد.

2-تحقیقاتی که در سطح گروه های اجتماعی است‏ و گستره آن مخاطبان داخل و خارج از سازمان است.

این تحقیق توسط کارشناسان روابط عمومی و مشاور پژوهشی که نقش ناظر امور را دارد انجام می شود و از نظر علمی و کاربردی اهمیت فراوانی دارد.

3-تحقیقاتی که سطح وسیعی از جامعه و نمونه های بزرگ‏ را در بر می گیرد و به دلیل گستردگی و ضرورت رعایت‏ ضوابط علمی با همکاری مراکز پژوهشی،دانشگاهی و تحقیقاتی برگزار می شود.

مراحل اصلی روش تحقیق در روابط عمومی

به منظور دستیابی به واقعیت ها و شناسایی نیازهای‏ مخاطبان،داشتن چارچوب تحقیق ضروری است.به بیان‏ دیگر چارچوب تحقیق مبین اقدامات پی در پی است که در تحقیق انجام می شود و رعایت ترتیب و مراحل مختلف‏ تحقیق بسیار مهم است که محقق باید تمامی مراحل را یکی‏ پس از دیگری انجام دهد.مراحل اصلی تحقیق عبارتند از: 1-عنوان‏ 2-طرح مسئله‏ 3-انجام مطالعات مقدماتی‏ 4-تهیه و تدوین فرضیه‏ 5-جمع آوری اطلاعات‏ 6-پردازش داده ها 7-تعیین اعتبار و نقد نظریه‏ 8-تهیه و تدوین گزارش‏

1-عنوان تحقیق

مهم ترین نکته ای که در انتخاب عنوان تحقیق باید مورد توجه قرار گیرد،محدود کردن عنوان است و این بدان علت‏ است که پدیده های اجتماعی مهم ترین دغدغه کارشناسان‏ روابط عمومی است و بدین منظور باید محدودترین واحد ممکن در نظر گرفته شود تا تحقیق کامل و جامعی انجام‏ پذیرد.

2-طرح مسئله

برای انجام تحقیق،پژوهشگر باید طرحی در مورد تحقیق‏ تهیه کند.پاسخ به موارد زیر محقق را در انتخاب طرح‏ تحقیق راهنمایی می کند.

شناسایی شکل و مسئله تدوین اطلاعات مورد نیاز،نحوه‏ بکارگیری نتایج تحقیق،شناسایی گروه ها و گروه های‏ مورد توجه،روش جمع آوری اطلاعات،زمان بندی تحقیق، تعیین بودجه مورد نیاز تحقیق.

لازم به ذکر است دکتر باقر ساروخانی در کتاب روش های‏ پژوهش در علوم اجتماعی طرح های تحقیقاتی را به دو دسته تقسیم کرده است:طرح های ساده و طرح های‏ اعتباری.

طرح های ساده،طرح هایی است که در آن نه تنها زمان‏ کار و مراحل تحقیق پیش بینی نمی شود بلکه بودجه ای‏ نیز در نظر گرفته نمی شود.عناصر اساسی طرح ها شامل‏ تعیین موضوع،تحریر موضوع،اهمیت موضوع،بررسی‏ سابقه تاریخی موضوع،اهداف تحقیق،فرضیه ها،تعیین‏ متغیر های اساسی و روش هاست.

طرح های اعتباری علاوه بر آنکه تمامی جوانب و ابعاد طرح های ساده را دربر دارد بلکه بودجه لازم و زمان‏ تحقیق نیز برایشان پیش بینی شده است.طرح مسئله در یک تحقیق بسیار مهم است و برای روشن شدن مشکل یا مسئله باید تعریف دقیقی از آن ارایه شود و این به آن دلیل‏ است که اگر خود شکل واضح و شفاف نباشد بالطبع آن‏ جمع آوری اطلاعات نیز کاری بیهوده خواهد بود.لذا برای‏ تعریف مسئله باید از تجربیات علمی و بررسی های نظری‏ استفاده شود و محقق قبل از شروع کار،اطلاعات کافی‏ در زمینه موضوع داشته باشد و اشراف کامل به تمامی‏ جوانب موضوع تحقیق داشته باشد.

3-انجام مطالعات مقدماتی

برای انجام تحقیق باید اطلاعات کافی در زمینه تحقیق‏ بوسط محقق جمع آوری شود.و مطالعه کلی تئوری ها و تحقیقات مختلف موضوع مورد تحقیق با توجه و بر اساس‏ آن انجام شود و با استناد به منابع داشتنی های محقق به‏ ماخذ و مدارک لازم مراجعه و با اطلاعات به دست آمده و تاریخچه می توان به تحقیق پرداخت.

4-تهیه و تدوین فرضیه sisehtoppyH

در تعریف فرضیه می توان گفت:فرضیه‏ پرسش جهت دار است که انسان در برابر یک امر واقع،که از قبل برگزیده شده است، مطرح می سازد.به بیان دیگر می توان گفت که‏ در فرضیه پیشنهادی که در محک آزمایش‏ سنجیده می شود یا حدسی است علمی و زیرکانه در پیرامون نتیجه تحقیق.در تدوین‏ فرضیه اصول زیر باید رعایت شود.

1-اصل صداقت‏ 2-اصل فراغت از ارزش ها 3-اصل دقت‏ 4-اصل پژوهش پذیری‏

5-جمع آوری اطلاعات

در این مرحله محقق با بررسی کامل مراحلی‏ که به آن اشاره شد اطلاعات مورد نیاز در تحقیق را مشخص می کند و بعد از آن که‏ اطلاعات مورد نیاز و نوع آن معین شد.

روش جمع آوری اطلاعات و نحوه نمونه گیری‏ مشخص می شود.

مقوله هایی که در جمع آوری اطلاعات مطرح‏ می شود نمونه و جامعه آماری است.نمونه اغلب مشاهدات‏ و داده های به دست آمده است در صورتی که جامعه‏ آماری بیانگر کل مشاهدات ممکن در همان زمینه است.

در بعضی موارد تحقیق بررسی کل جمعیت جامعه است‏ نظیر سرشماری.

نمونه گیری با توجه به امکانات تحقیق عبارت است از: 1-نمونه گیری تصادفی‏ در این نمونه گیری تمامی عناصر جامعه آماری شانس‏ یکسانی برای ورود به جمعیت نمونه را دارد.

2-نمونه گیری سهمیه ای‏ نمونه گیری به این شکل بسیار ساده است به این نحو که‏ اجزا یا عناصر جامعه آماری به دقت تعیین می شود و بر اساس متغیر های اساسی تحقیق تقسیم می شوند.

3-نمونه گیری مطبق‏ اگر در جامعه آماری،یک متغیر موجب تفکیک جمعیت به‏ نحوه ای ناهمگن شده باشد باید در درون هر قسمت این‏ جامعه نمونه ای متناسب برگزیده شود این نوع نمونه گیری‏ یعنی تقسیم کار به مراحلی چند نمونه گیری مطبق نام‏ دارد.

در جمع آوری اطلاعات باید از روش های مناسب و متعارف بهره جست که به صورت اختصار به آن اشاره‏ می شود.لازم به ذکر است روش های جمع آوری اطلاعات‏ به صورت مستقیم و غیر مستقیم است.

عمده ترین روش های مستقیم عبارت است از:

1-مشاهده

مشاهده،پر کاربردترین و طبیعی ترین ابزار تحقیق است که‏ دانش جدید اجتماعی بر این اصل استوار است و مشاهده‏ کننده باید خود را از قید ارزش های شخصی رها کند و واقعیت را آن طور که هست ببیند.

2-مصاحبه

در این روش محقق از عقاید و علل رفتار و استعدادها و توانایی های روانی افراد مطلع می شود.

روش های غیر مستقیم: 3-پرسشنامه‏ این روش همسو با مصاحبه است و معمولا مصاحبه با استفاده از پرسشنامه انجام می شود.پرسشنامه شامل و بسته و باز می شود.

-پرسشنامه بسته‏ مخاطب در جهت خاص پاسخ می دهد.و در حقیقت درجه ای‏ است.بله خیر و سوالات دو جنبه دارد مثبت یا منفی‏

-پرسشنامه باز

در این نوع پرسشنامه مخاطب این اختیار را دارد که‏ تمامی مطالبی که در ذهن دارد بیان کند و بدیهی است که‏ استخراج و تحلیل داده ها به سختی انجام می پذیرد.

4-روش های اسنادی‏ در این روش اطلاعات و اسناد موجود است و استفاده از اسناد و مدارک جامعه شناسی در تحقیق از ارزش بالایی‏ برخوردار است و لازم به ذکر است که اعتبار یک اثر تاریخی به اعتبار منابع استفاده شده بستگی دارد.

-روش تحلیل محتوا یکی از کاربردترین روش های تحقیق،تحلیل محتوا است.

برلسون تحلیل محتوا را نوعی تکنیک پژوهش می داند که‏ به منظور توصیف عینی و منظم به کار برده می شود و هدف غایی آن تفسیر داده هاست.

این روش که به تازگی در پژوهش های روابط عمومی های‏ کشور مورد استفاده قرار گرفته است محتوای آشکار و پنهان پیام های رسانه ای و ارتباطی را مورد تجزیه و تحلیل قرار می دهد.

-تحلیل موردی‏ موضوع تحقیق در این روش تحلیل ژرف رفتار یک فرد است که به کمک اسناد شخصی انجام می شود.

6-پردازش داده ها

در این روش داده ها به منظور مرحله تحلیل آماده‏ می شود.و ویرایش می شود که در مرحله تحلیل اطلاعات‏ پرسشنامه...مورد استفاده عینی قرار گیرد.که به دو شیوه کد گذاری و تجریه و تحلیل داده ها پردازش اطلاعات‏ انجام می شود.

7-تعیین اعتبار و نقد فرصیه

تحقیق با مباحث نظری نظریه پردازی و فرضیه سازی‏ شروع می شود و در پایان طی بررسی و تحقیق دیگر بار به نظریه پردازی با توجه به واقعیت منتهی می شود و فرضیه به وسیله تحقیق رد یا اثبات می شود و یک تئوری‏ یه یک قانون منتهی می شود.

8-گزارش و تدوین نتیجه تحقیق

بعد از مراحل جمع آوری،تجزیه و تحلیل،توجیه اطلاعات، اطلاعاتی که برای تجزیه و تحلیل مورد استفاده قرار گرفت انتخاب می شود و محقق گزارشی نهایی را به‏ صورت نوشته ارایه می دهد.که این نگارش باید با رعایت‏ اصول مربوطه نگارش شود تا تمامی زحمات و زمان در نظر گرفته شود پایمال نشود.

سخن آخر

روابط عمومی به منظور ارزیابی عملکرد خود و نیز شناسایی نیازها و تدوین راهکارها و راهبردها و حل‏ مشکلات باید پژوهش و تحقیق را در صدر امور قرار دهد.تا در نهایت به تصمیم گیری و برنامه ریزی با در نظر گرفتن اهداف سازمانی نایل شود.و ضرورتی است‏ که تمامی کارشناسان و مدیران روابط عمومی دریابند که پژوهش نیاز اساسی فعالیت ها محسوب می شود.به‏ امید آنکه ضرورت پژوهش در عملکرد روابط عمومی ها در جایگاه واقعی خود قرار بگیرد.

منابع: 1-تحقیق لازمه فعالیت های روابط عمومی-محمد رضا نعیمی-هنر هشتم- بهار و تابستان 1380