موانع پژوهش در روابط عمومی

ترقی نژاد، امیر

امیر ترقی نژاد کارشناس علوم ارتباطات اجتماعی‏ در سال های اخیر انجام پژوهش ها و فعالیت های‏ تحقیقاتی در واحدهای روابط عمومی مورد اقبال و توجه کارشناسان و پژوهشگران این حوزه ارتباطی قرار گرفته است.مقایسه سالانه وضعیت فعالیت های پژوهشی‏ و تحقیقاتی در روابط عمومی های کشور در یک دهه‏ گذشته،نشان دهنده تحول مثبت و روند رو به رشدی‏ است که از لحاظ کمی وضعیت متفاوتی را نسبت به قبل‏ ترسیم می کند.این وضعیت ناشی از دو دلیل مهم است.

1-حضور هر چه بیشتر فارغ التحصیلان علوم ارتباطات‏ در روابط عمومی ها فضاهای فکری و کارهای جدیدی را ایجاد کرده است که نتیجه آن انجام کارهای پژوهشی به‏ منظور ارایه عملکرد ارتباطی هرچه بهتر و بیشتر است.

2-برگزاری جشنواره انتخاب روابط عمومی های برتر از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و توجه به مساله‏ پژوهش و نظرسنجی به عنوان معیاری مهم در ارزیابی‏ فعالیت های روابط عمومی ها که این امر نیز بستر مناسبی‏ را جهت توسعه کمی تحقیقات در روابط عمومی ها ایجاد کرده است.اما نکته قابل توجه اینجاست که علیرغم توسعه‏ کمی پژوهش در روابط عمومی ها،محتوای پژوهش های‏ مذکور به لحاظ کیفی تحول چندانی نداشته است.اما دلیل‏ این مساله به دلیل چیست؟ کارشناسان معتقدند که اگرچه مسایل مربوط به پژوهش‏ در روابط عمومی ها ریشه های خاص خود را دارد،ولی‏ شاید بتوان یکی از این مسایل را ناشی از طرز تلقی‏ موجود،نسبت به تحقیقات اجتماعی به ویژه اعتقاد نداشتن‏ کافی به کارآمدی و تاثیر تحقیقات در بهبود تصمیمات و برنامه ریزی ها داشت.

عوامل عمده دیگری نیز در این زمینه نقش دارند.که این‏ عوامل شامل متغیرهای مدیریتی،متغیرهای ساختاری و تشکیلاتی و متغیرهای اقتصادی،اعتباری و انسانی اند.

در مورد متغیرهای مدیریتی باید گفت که مطالعات اولیه‏ در وضعیت روابط عمومی ها نشان دهنده این موضوع مهم‏ است که اکثریت کسانی که مدیریت روابط عمومی را در سازمان های دولتی و خصوصی پذیرفته اند.از شناخت و تخصص کافی در زمینه دانش روابط عمومی و ارتباطات‏ اجتماعی بی بهره اند،لذا نحوه اداره آن و اهمیت بخشیدن‏ به وظایفی که اغلب در خیطه کار روابط عمومی ها تلقی‏ نمی شود،عمدتا ناشی از نحوه راهبردی نادرستی است که‏ در بسیاری از روابط عمومی ها حاکم است.

از جمله عوامل دیگر که به عنوان مانع در راستای توسعه‏ فعالیت های پژوهش شناخته می شود نامشخص بودن‏ جایگاه و تشکیلات روابط عمومی در مجموعه ساختار و تشکیلات سازمانی است.زیرا هنوز در بسیاری از سازمان ها،روابط عمومی به عنوان یک مجموعه خدماتی‏ تلقی می شود.

از دیگر مسایل،نداشتن نیروی انسانی متخصص‏ پژوهشگرانی است که بتوانند به طرح موضوعات قابل‏ مطالعه و مساله شناسی در حوزه های حرفه ای فعالیت‏ سازمان به خصوص آنجا که بستگی زیادی به جامعه‏ مخاطبان سازمان دارد بپردازند. و بالاخره نکته دیگر اینکه،وجود اعتبارات لازم و کافی‏ برای انجام طرح های پژوهشی است.به طور اصولی روابط عمومی ها به علت تعدم تخصیص اعتبارات عمرانی برای‏ انجام فعالیت های خود با مشکلات عدیده ای مواجه اند.

منابع: 1-کتاب سال روابط عمومی-1377.

2-قاضی،میرسعید،تئوری و عمل در ارتباطات و روابط عمومی،انتشارات‏ مبتکران