

## بررسی منش و نظریات

### مقدمه

اگر بخواهیم ارتباط موثری با مردم برقرار کنیم، تنها ارسال پیام و سخنرانی کافی نیست، بلکه با استماع سخنان و نظریات دیگران و حتی با توجه نمودن به طرز بیان و نحوه حرکات دست و سر آنها می‌توانیم پیامهای خود را با درخواستهای آنان منطبق نمائیم و به نتایج مثبت‌تری دست یابیم.

تنها نمی‌توان روی نامه‌های رسیده و اظهار نظر عده معدودی از مردم تکیه نمود زیرا احتمالاً " نظریات آنها نشان دهنده دقیق نظریات و عقاید کل جامعه نیست و لذا باید روشی دقیق جهت آگاهی از نظریات جامعه بکار برد و از اینروست که " بررسی منش و نظریات " افراد جامعه ضرورت پیدا می‌کند.

نتایج بررسی منش و نظریات مردم کمک می‌نماید تا مخاطبین خود را ارزیابی نمائیم و به جای ارسال پیامهای پی‌درپی و سنگین، با طرح‌ریزی یک نحوه ارتباطی صحیح، پیامهایی را ارسال نمائیم که موثر واقع شوند و یا به عبارت دیگر برای هر گروه از مخاطبین لباسی دوخته شود که برازنده قامت آنان باشد. بدین ترتیب می‌توان ادعا نمود که بررسی منش و نظریات افراد جامعه، نخستین قدم اساسی جهت بهبود بخشیدن به نحوه ارتباط با گیرندگان پیامهاست. دلیل آن روشن است زیرا اگر از قبل ندانیم که مخاطب ما چگونه فکر می‌کند، احساس و عکس‌العملش در مورد محتوای پیامها چگونه است، بسیار مشکل خواهد بود که با زبان و سلیقه خود آنها به‌گونه‌ای صحبت نمائیم که موثر واقع شود.

اگر قبلاً " زحمت بررسی منش و نظریات آنها را به خود نداده باشیم مسلماً " نمی‌توانیم به زبان آنها صحبت کنیم ، یا دقیق‌تر بگوئیم ، اگر ندانیم که چه چیز آنها را ناراحت می‌کند یا بر سر شوق می‌آورد ، نمی‌توانیم به آنان نظر مشورتی بدهیم ، راهنمایی کنیم ، و یا گوشزد هائی بنمائیم که در برطرف کردن نیازهای خود از آنها بهره‌مند شوند .

### منش و نظریات مردم

برای افراد و مقاماتی که بخواهند بطور موثرتری بر مخاطبین خود اثر گذارند و از این طریق مقدمات برنامه‌گذاریهائی را فراهم آورند، بررسی منش و نظریات دیگران، قدم‌اولی است که می‌توانند در این راه بردارند .

بسیاری از نتایج بررسیهائی که در زمینه منش و نظریات مردم صورت می‌گیرد و احتمالاً " حاوی نظریات و ارقامی در مورد احساس عامه مردم است می‌تواند جالب‌توجه باشد ولی از نظر مقامات مسئول نمی‌تواند پایه‌ای برای برنامه‌ریزی قرار گیرد زیرا احتمالاً " فراگیری کافی نداشته، به درستی ارزیابی نشده و یا نتایج به شکل مناسبی بیان نگردیده است . نظرسنجی‌هائی که در رسانه‌های خبری از قبیل مطبوعات و رادیو و تلویزیون صورت می‌گیرد بسیار حائز اهمیت و شایان توجه است ولی ارزش آنها به سبب فقدان بنیاد و اساس محکم، بسیار محدود است (۱) . در ادامه بحث روی مطالب زیر تکیه خواهیم کرد :

۱- بیل کوواچ Bill Kowach سردبیر قبلی نیویورک تایمز با برداشتی که از نقش مطبوعات در آمریکا دارد در این زمینه چنین اظهار نظر می‌نماید : بهتر است که در مورد کاربرد نظرسنجی دقت بیشتری اعمال نمائیم و ارزش آنها بعنوان وسیله‌ای برای تهیه گزارشهای پرمحتوا درک کنیم . مناسبانه هنوز مواردی وجود دارد که مرا ناراحت و آزرده می‌کند و این آزرده‌خیالی با تداوم استفاده از نظرسنجی در روزنامه‌نگاری، تشدید می‌شود . بطور فزاینده‌ای نگران نقش مطبوعات در ارائه اطلاعاتی هستم که بر آن اساس، عقاید و نظریات مردم شکل می‌گیرد . کار نظرسنجی فقط اندازه‌گیری نظرات مردم در زمینه‌های مختلف است نه شکل دادن به نظریات آنان . اغلب نظرسنجی‌هائی که امروزه توسط سازمانهای خبری صورت می‌گیرد مناسبانه ارائه‌دهنده نظریات شخصی است ولی به‌گونه‌ای بازگو می‌شود که گوئی نظر عامه مردم است . تبلیغات چنان با آگهی‌های از پیش ساخته شده سعی در دادن اطلاعات و تاثیر بر ذائقه و رفتار اقتصادی گروه‌های مختلف مردم دارند .

الف - منش و نظریات چیست ؟

ب - شکلهای اصلی بررسی

ج - توصیه هایی در مورد اجرای این گونه بررسیها

الف - منش و نظریات چیست ؟

بسیاری از مردم دو واژه "نظریات (۱)" و "منش یا طرز برخورد (۲)" را بطور مترادف بکار می‌برند، ولی این دو واژه عملاً با هم تفاوت دارند. معمولاً "منش" دارای دامنه وسیع‌تری است و تظاهرات شخصی را در مقابل یک موضوع اعم از زبانی (بیان و گفتار) (۳)، یا فکری (استعدادهای ذهنی) (۴)، احساسی و انگیزه‌ای (میزان تمایل به اقدام و فعالیت در زمینه مورد نظر) در بر می‌گیرد. برخلاف "منش"، "نظریات" گستره محدودی دارد و فقط شامل ابراز یا اظهار نظر زبانی می‌شود، یعنی آنچه که شخص راجع به یک موضوع فقط بیان می‌کند. بنابراین، چون عوامل بسیاری در ایجاد منش دخالت دارند، معمولاً "سنجش آن پیچیده‌تر و مشکل‌تر از سنجش نظریات است و لذا بررسی آن همراه با صرف هزینه بیشتری هم خواهد بود.

در بررسی منش افراد جامعه، باید از یک تکنیک کامل (که شامل آزمونهای قبل از بررسی، روشهای نمونه‌گیری، روشهای مختلف آمارگیری، آزمون طرح و تجزیه و تحلیل محتوا و ... است) و نیز از یک پرسشنامه مفصل و نسبتاً پیچیده استفاده نمود تا اطلاعاتی دقیق و مناسب برای تجزیه و تحلیل آماری بدست آید. برای بررسی نظریات، معمولاً از تکنیک و پرسشنامه‌های ساده که غالباً در هر مورد حاوی یک سوال می‌باشد، استفاده می‌گردد و لذا نتایج حاصله کلی‌تر خواهد بود.

بنابراین، بررسی منش از این لحاظ که دارای متدولوژی پیچیده و پرسشنامه‌های مفصل حاوی سؤالاتی دقیق است، برای اقتصاد دانان، جامعه‌شناسان و روانشناسان که سعی در تعیین علت و معلول دارند و نیز برای کسانی که در زمینه بازرگانی و بازاریابی تحقیق می‌نمایند و برآنند تا علت رفتار روانی خریداران را تشخیص دهند، مناسبتر است. بررسی نظریات که فقط به نظر مردم درباره مطلب و رویدادی می‌پردازد، از آنرو که فقط به نظریات بیان شده مردم اختصاص دارد، برای آن گروه از سیاستمداران که می‌خواهند تا حدودی از نظریات مردم جهت برنامه‌ریزی انتخابات باخبر شوند، و یا رسانه‌هایی که می‌خواهند از مطالب مورد علاقه مردم مطلع گردند، مورد استفاده بیشتری دارد.

۱- Opinion

۲- Attitude

۳- Verbal Expressions

۴- Mental Predispositions

برخی اوقات ضرورت ایجاد می‌کند که روشی بینابین یا به عبارت دیگر آمیزه‌ای از دو روش فوق اتخاذ گردد. در اینگونه موارد بهتر است بررسی حتماً "براساس مصاحبه حضوری انجام شود و سوالات بصورت باز (۱) (فاقد پاسخ بلی و خیر) طرح شود تا پاسخگو بتواند از کلمات و جملات اختیاری استفاده کند.

به این روش اغلب "تکنیک مصاحبه عمقی" (۲) اطلاق می‌شود. توفیق در انجام دادن این روش بیشتر به تبحر مصاحبه‌کننده در عدم استفاده از "سوالات راهنما" (۳) بستگی دارد زیرا در این صورت پاسخگو نظریات خود را، خواسته یا ناخواسته، برملا می‌سازد. این روش به سبب طولانی شدن مدت مصاحبه و مرحله تجزیه و تحلیل، پرهزینه خواهد بود. برخی از اهل نظر مدعی آنند که این روش چندان علمی نیست، زیرا نتایج حاصله را نمیتوان از کیفی به کمی تبدیل نمود.

ب- شکل‌های اصلی بررسی - توصیفی (۴) در مقابل توضیحی (۵)

بررسی منش و نظریات معمولاً به یکی از دو صورت، توصیفی و یا توضیحی انجام می‌پذیرد. بررسی توصیفی، احساس بخشی از جامعه را نسبت به موضوع مورد بررسی، بیان می‌کند. به زبان ساده، این همان نوع "متداول" (۶) آمارگیری نظریات است که در غالب کشورها صورت می‌گیرد. در روش توضیحی عمدتاً "مبانی نظری و ریشه تحولات و وقایع، مورد بررسی و پرسش قرار می‌گیرد. این روش سعی در رسیدن به ریشه مسئله مورد نظر را دارد.

غالباً "بررسیهای نظرسنجی به روش توصیفی صورت می‌گیرد و علت آن کاملاً مشخص است. این روش برای آگاهی کمی و عددی از نظریات بخشی از افراد جامعه مفید است اما برای رهنمون شدن به سوی برنامه‌ای که از طریق آن بتوان با مردم در ارتباط بود و از خواسته‌های آنان آگاه شد ارزش چندانی ندارد. در بسیاری از مواقع نتیجه‌ای که از این روش حاصل می‌شود عبارت از بیان صریح و روشن نظر مردم در مورد مسائل خاص است و هیچگونه تبیین و تشریحی را از علل ارائه نمی‌دهد. اما بررسیهایی که به روش توضیحی صورت می‌پذیرد، بیشتر سعی در شناخت علتها دارد.

با عنایت به موارد فوق روشن است که بررسی مطلوب چگونه بررسی است که در چارچوب آن، هر دو صورت و روش توصیفی و توضیحی ملحوظ شده باشد، یعنی سعی شود با اعلام نتایج، ضمن توصیف نظرات مردم در مورد چگونگی آنها نیز توضیح لازم ارائه گردد.

۱- Open End Questions

۲- Depth Interview Technique

۳- Leading Questions

۴- Descriptive

۵- Explanatory

۶- Typical

ج - توصیه‌هایی در مورد اجرای اینگونه بررسیها بدیهی است که انجام دادن بررسی منش و نظریات، مستلزم استفاده از نیروهای متخصص و کارشناسان خبره در این زمینه است. موسسات و افرادی که می‌خواهند به انجام دادن چنین بررسیهایی اقدام کنند، اگر در این زمینه سابقه فعالیت ندارند، باید با متخصصین مشاوره نمایند و روشهای معمول را در بررسیهای مشابه مطالعه کنند. بدیهی است عمل به چنین توصیه‌ای غالباً مشکل است زیرا هم نیازمند صرف وقت و هم مستلزم صرف مبالغ قابل‌توجه خواهد بود.

گرچه بررسیهای مختلف از نظر محتوا با یکدیگر متفاوت هستند اما در تمامی بررسیها باید اصول کلی که شامل مراحل ذیل‌اند، مورد توجه قرار گیرند:

۱- ایجاد استراتژی یا طرح بررسی.

۲- انتخاب نمونه‌ای که نماینده (۱) جامعه مورد بررسی باشد.

۳- تهیه پرسشنامه یا فرم مورد نظر برای انجام دادن مصاحبه.

۴- تکمیل آزمایشی پرسشنامه و انجام دادن اصلاحات لازم (۲).

۵- انجام دادن عملیات میدانی (آمارگیری) برای جمع‌آوری اطلاعات.

۶- کدگذاری و جدول‌بندی یافته‌ها.

۷- تجزیه و تحلیل نتایج و تهیه گزارش مکتوب.

معمولاً اجرای کلیه مراحل فوق از آغاز تا انجام در یک سازمان یا واحد متمرکز می‌گردد که البته چنین امری مطلوب خواهد بود ولی دلیلی وجود ندارد که انجام دادن مراحل فوق به چند واحد جداگانه سپرده نشود (۳).

در اینجا شاید لازم باشد که مختصری درباره موارد هفتگانه فوق‌الذکر توضیح داده شود:

۱- قبل از شروع هر بررسی باید بدانیم که چه اطلاعاتی موردنیاز است و نحوه کاربرد این اطلاعات چگونه خواهد بود. به عبارت دیگر و به گفته کلتیس پراید (۴) معاون انجمن جغرافیائی

۱- Representative

۲- Pilot Survey

۳- در مدیریت امور آمارهای اقتصادی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران اجرای بررسیهای مقطعی به دفتر سنجشهای آماری واگذار گردیده است اما طبق شرح وظائف، اجرای مرحله ۲ جزو وظائف اداره تحقیقات و مطالعات آماری و اجرای مرحله ۵ جزو وظائف اداره آمار اقتصادی میباشد.

۴- Cletis Pride

ایالات متحده، در هر نظرسنجی ابتدا باید بدانیم که چه می‌خواهیم و سپس باید تصمیم بگیریم که از چه کسی بخواهیم. این امر مشخص خواهد کرد که آیا یک بررسی توصیفی مناسب و کافی است و یا توضیح در مورد علت وجودی نظریات و منش مردم نیز لازم است. موارد استفاده بررسی مشخص می‌کند که نتایج بررسی تا چه حد باید دقیق و پیچیده باشد. البته در این تصمیم‌گیری موارد دیگری از قبیل میزان اهمیت، سرعت عمل در اخذ نتایج و نیز میزان هزینه‌های لازم، مدخلیت خواهد داشت.

۲ - درباره جامعه مورد بررسی و نمونه‌هائی که نماینده آن است نیز باید توجه خاص مبذول گردد. معمولاً نمونه‌ها به دو گونه‌اند، تصادفی (نمونه متناسب) و عمدی (انتخاب بر اساس قضاوت شخصی). در اینجا قصد نیست که وارد مبحث نمونه‌گیری شویم ولی غرض این است که تاکید گردد مانند بررسیهای آماری، در بررسیهای مربوط به نظریات و منش افراد جامعه، یک نمونه که از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده بدست آمده باشد دارای تورش کمتری نسبت به یک نمونه عمدی است. با انتخاب نمونه عمدی این سوال مطرح می‌شود که علت انتخاب آن چه بوده است و چرا نمونه دیگری را به جای آن انتخاب نکرده‌ایم. با آگاهی از مراتب ذکر شده بازهم گاهی اوقات اقتضا می‌نماید که بررسی از طریق انتخاب نمونه‌های عمدی صورت گیرد و اگر این اقدام آگاهانه و در شرایط مناسب انجام گیرد چندان جای اعتراض نخواهد داشت.

۳ - ابزارهای این نوع بررسیها باید با دقت انتخاب شود. پرسشنامه مهمترین ابزار است. همانطور که قبلاً ذکر گردید، در مورد تنظیم پرسشنامه باید دقت لازم بعمل آید. در اینگونه بررسیها پرسشنامه باید حتی‌الامکان کوتاه و دلچسب باشد و از سوالات اضافی پرهیز گردد و در صورت امکان از خطوط رنگی و تصاویر مناسب استفاده شود. نخستین پرسشی که هنگام تنظیم پرسشنامه مطرح می‌گردد، این است که آیا سوالات پرسشنامه باید دارای پاسخهای مشخص باشد یا پاسخهای باز، در اینجاست که علاوه بر هدف بررسی، موضوع سرعت عمل و میزان هزینه نیز مطرح می‌شود زیرا پرسشنامه با سوالات باز، پرهزینه و نتیجه‌گیری از آن پرهزینه‌تر است ولی احتمال تورش پاسخها کمتر است. اما به هر ترتیب سوالات باید روشن و مشخص باشد. طرح سوال کار ساده‌ای نیست چنانکه امروزه تبدیل به یک هنر شده است و راهنما و دستورالعملهای متعددی در این زمینه ارائه گردیده است (۱).

۱- بعنوان مثال کتاب The Art of Asking Question نوشته Stanley Payne

از انتشارات دانشگاه پرینستون.

۴ - اگر بخواهیم نتایج بررسی از دقت عمل بیشتری برخوردار باشد باید قبل از اجرای یک بررسی کامل، اقدام به انجام دادن بررسی آزمایشی نمائیم و آنرا مورد آزمون قرار دهیم. بررسی آزمایشی به ما نشان می‌دهد که پرسشنامه تنظیمی تا چه حد کارآئی لازم را دارد و اطلاعات مورد نیاز را تا چه میزان به دست می‌دهد. بطور خلاصه از طریق بررسی آزمایشی می‌توانیم نقاط ضعف پرسشنامه را برطرف نمائیم. در این زمینه کلتیس پراید توصیه می‌نماید که قبل از بررسی آزمایشی، پرسشنامه یکبار توسط طراحان آن تکمیل گردد زیرا بزرگترین خطر آن است که بیش از حد به کار خود اعتماد داشته باشیم.

۵ - در انجام دادن عملیات میدانی ابتدا باید از میزان پشتکار، جدیت و کیفیت کارآئی آمارگیران آگاهی کافی داشته باشیم. باید بدانیم که ظرفیت و سوابق کاری آنها چیست؟ آیا شرایط لازم برای تکمیل پرسشنامه‌های باز را دارند یا فقط می‌توانند پرسشنامه‌های محدود و با سوالات بسته را تکمیل نمایند. هر کس که در گذشته به کار آمارگیری پرداخته باشد لزوماً "حائز شرایط برای تکمیل پرسشنامه‌های باز و انجام دادن مصاحبه‌های پیچیده نخواهد بود و بدین جهت ضروری است که از قبل، از ظرفیت و توانائی آمارگیران انتخابی آگاه باشیم و یا آمارگیرانی را انتخاب نمائیم که مطمئن باشیم از عهده انجام دادن چنین بررسی‌هایی برمی‌آیند.

۶ - معمولاً در پرسشنامه‌هایی که سوالات آنها بصورت بسته تنظیم می‌شوند و از روش چندجوابی استفاده می‌گردد، کدگذاری از قبل صورت می‌گیرد و از زحمات مراحل بعدی به میزان قابل توجهی می‌کاهد. در پرسشنامه‌هایی که سوالات بصورت باز مطرح می‌گردند، کدگذاری باید بعد از تکمیل پرسشنامه صورت گیرد و بدیهی است که بمنظور کاستن از میزان اشتباهات، لازم است روشهای متداول و توصیه شده بکار گرفته شوند. جدول بندی یافته‌ها معمولاً براساس اهداف بررسی صورت می‌گیرد. مشخص است که در جدول بندی نتایج، اصول کلی در مورد جداول آماری باید رعایت گردند و حتی الامکان نتایج بصورت مشخص و بدون ابهام منعکس شوند.

۷ - از قبل باید در زمینه نحوه تجزیه و تحلیل و تهیه گزارش نهائی اتخاذ تصمیم شود. آیا به ارائه جداول اکتفا خواهد گردید؟ یا نتایج مورد ارزیابی و تفسیر هم قرار خواهد گرفت؟ اگر قرار است نتایج ارزیابی شود، این ارزیابی بر چه اساس خواهد بود؟ آیا فقط متکی بر اطلاعات حاصله از آمارگیری است، یا اطلاعات دیگری هم مورد توجه می‌باشد. چه کسانی تجزیه و تحلیل را انجام خواهند داد؟ سوابق آنها در این زمینه چیست؟ توجه به این نکات خصوصاً در مورد بررسی‌هایی که از طریق پرسشنامه‌های باز صورت می‌گیرند ضروری است و این وسواس باید به کار رود تا مبادا از توضیحات پاسخ‌گویان استنباط نادرست به عمل آید.

گزارش مکتوب و میزان تفصیل و جدول‌بندی آن باید با توجه به اهمیت موضوع مورد بررسی، مخاطبین گزارش (خوانندگان گزارش) و میزان و نوع کاربرد نتایج تهیه شود. بدیهی است اگر بررسی براساس دستور یا سفارش خاصی صورت گیرد، ارائه نتایج در قالب گزارش، بسیار سهل‌تر خواهد بود. زیرا مشخص است که چه نتایجی باید بصورت عناوین اصلی در ابتدای گزارش مورد اشاره قرار گیرد و چه نتایجی بصورت حاشیهای ذکر شوند.

#### منابع و مأخذ

- 1) ATTITUDE AND OPINION RESEARCH: WHY YOU NEED IT? HOW TO DO IT?  
1977, BY: COUNCIL FOR ADVANCEMENT AND SUPPORT OF EDUCATION, NEW YORK, U.S.A.
- 2) A GUIDE TO PUBLIC OPINION POLLS, 1984,  
BY: George Gallup, Princeton University Press, U.S.A.
- 3) A GUIDE TO THE WORKING OF AN NOP POLL, 1973  
BY: NOP Market Research Limited, London U.K.
- 4) BRITISH PUBLIC OPINION  
A Guide to the History and Methodology of Political Opinion  
Polling, 1991  
BY: ROBERT M. WORCESTER, BASIL BLACKWELL

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی