

جستارگشایی بررسی جایگاه روابط عمومی الکترونیک در توسعه نظام اداری ایران

علیرضا خرازی^۱ * نسیم مجیدی قهرودی^۲ * افسانه مظفری^۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی جایگاه روابط عمومی الکترونیک در توسعه نظام اداری ایران بر روی کارمندان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به عنوان جامعه آماری و از طریق روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه طراحی و اجرا شده است. حجم جامعه آماری این پژوهش (کل کارمندان سازمان) حدود ۸۰۰۰ نفر بود که از طریق فرمول نمونه‌گیری کوکران ۳۸۵ نفر به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شد. نتایج نشان داد بین کیفیت قابلیت‌های تعاملی بودن روابط عمومی الکترونیک و تعامل اثربخش سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با دیگر دستگاه‌های اجرایی کشور، بین بهره‌گیری از قابلیت به روز بودن اخبار و اطلاعات در روابط عمومی الکترونیک و آگاهی بخشی نسبت به حقوق و تکالیف متقابل مردم و نظام اداری در این سازمان، بین کیفیت قابلیت پیگیری در روابط عمومی الکترونیک و کارآمدسازی شیوه‌های نظارت و کنترل نظام اداری در سازمان میراث فرهنگی، بین استفاده از امکان تولید محتوا در روابط عمومی الکترونیک توسط کارمندان و بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی در این سازمان رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: روابط عمومی الکترونیک، توسعه، نظام اداری، تعاملی بودن.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال ششم • شماره بیست و پنجم • زمستان ۹۶ • صص ۲۴۷-۲۶۳

تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۸/۱۰ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۵/۱۰/۱۴

۱. دانشجوی دکتری تخصصی رشته علوم ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران - ایران (Alireza_kharazi@yahoo.com)
۲. استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران - ایران، نویسنده مسئول (nassim_majidi2000@yahoo.com)
۳. استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران - ایران (dr.afsaneh.mozaffari@gmail.com)

مقدمه

در عصر ارتباطات و اطلاعات، که با ظهور فناوری‌های جدید همراه است، استفاده از امکانات این فناوری‌ها جدید یکی از ضروریات زندگی محسوب می‌شود. امروزه وقتی صحبت از اطلاعات و جوامع اطلاعاتی است، جامعه‌ای که از لحاظ فناوری‌های اطلاعاتی غنی‌تر باشد، راحت‌تر پله‌های پیشرفت را طی خواهد نمود. این فناوری‌ها قادر خواهند بود تغییرات گسترده‌ای در نحوه تعامل میان مردم با سازمان‌ها، وزارتخانه‌ها و مؤسسات دولتی و غیردولتی نظیر خدمات‌دهی به مشتریان و شهروندان، به‌ویژه در حوزه روابط عمومی به‌وجود آورند.

امروزه روابط عمومی‌های سازمان‌ها، مؤسسات، وزارتخانه‌ها و... با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی یا به عبارت دیگر، روابط عمومی الکترونیک سعی دارند اهداف، فعالیت‌ها و مأموریت‌های خود را با این تکنولوژی‌ها منطبق سازند تا مخاطبان بیشتری را به سوی خود جذب و خدمات راحت، سریع و مناسبی به آنها ارائه دهند.

اخیرا در کشور ایران نیز با بالا رفتن ضریب نفوذ اینترنت و گسترش زیرساخت‌های مربوطه، بسیاری دستگاه‌های دولتی و خصوصی، با بهره‌گیری از ظرفیت‌های روابط عمومی الکترونیک در صدد ارتقای بخش‌های مختلف سازمان، به‌ویژه توسعه نظام اداری سازمان‌ها هستند.

روابط عمومی الکترونیک با دارا بودن مؤلفه‌های مهمی نظیر سرعت و دقت بالا، به‌روز بودن اطلاعات، تعاملی بودن، امکان تولید محتوا (مشارکت)، قابلیت پیگیری و... می‌تواند نقش مهمی در توسعه نظام اداری ایران (به‌عنوان یکی از زیرساخت‌های مهم توسعه) ایفا نماید.

امروزه بسیاری از سازمان‌های مهم کشور در برنامه ریزی‌های استراتژیک با هدف توسعه نظام اداری خود، سهم قابل توجهی از بودجه سالانه‌شان را برای توسعه زیرساخت‌ها

و فناوری‌های کاربردی روابط عمومی اختصاص می‌دهند. بر این اساس، سازمان مهمی نظیر سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری که از سازمان‌های مهم کشور محسوب می‌شود نیز می‌تواند از امکانات و مؤلفه‌های متنوع روابط عمومی الکترونیک به‌عنوان ابزاری برای توسعه نظام اداری خود بهره‌جویند. با نگاهی به برنامه اصلاحات در مدیریت و نظام اداری کشور، که توسط معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی ریاست جمهوری در آذر ماه ۱۳۹۲ تهیه و تدوین شده است، در می‌یابیم نقش و ساختار دولت، توسعه دولت الکترونیک و هوشمندسازی اداری، ارتقای خدمات عمومی در فضای رقابتی، مدیریت سرمایه انسانی، فناوری‌های مدیریتی، فرهنگ سازمانی، صیانت از حقوق مردم و سلامت اداری و نظارت و ارزیابی از شاخص‌های مهم و تعیین‌کننده در توسعه نظام اداری کشور محسوب می‌شوند که در این راستا سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری می‌تواند با بهره‌گیری از مؤلفه‌های روابط عمومی الکترونیک نظیر تعاملی بودن، قابلیت پیگیری، امکان تولید محتوا (مشارکت)، سرعت بالای اطلاع‌رسانی، قابلیت پیگیری و... در راستای ماموریت‌ها و وظایف سازمان، نقش محرکی برای پیشرفت و توسعه کشور ایفا کند.

این مقاله ضمن تبیین مؤلفه‌های روابط عمومی الکترونیک با شاخص‌های توسعه نظام اداری ایران سعی خواهد کرد میزان کارایی و اثرگذاری مؤلفه‌های روابط عمومی را با شاخص‌های توسعه نظام اداری ایران مورد سنجش و ارزیابی قرار دهد.

در پایان درمی‌یابیم که به چه میزان مؤلفه‌هایی نظیر تعاملی بودن، امکان تولید محتوا (مشارکت‌پذیری)، به روز بودن اطلاعات و قابلیت پیگیری در زمینه‌سازی برای جذب و استفاده از ظرفیت‌های مردمی در سازمان، تعامل اثربخش سازمان با دستگاه‌های اداری، آگاهی‌بخشی نسبت به حقوق و تکالیف متقابل مردم و نظام اداری و کارآمدسازی شیوه‌های نظارت و کنترل در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نقش دارد.

۱. پیشینه تحقیق

تاکنون هیچ تحقیقی در موضوع یادشده در داخل و خارج کشور انجام نشده است، اما برخی از تحقیقات که با این تحقیق قرابت موضوعی دارد به شرح ذیل است:

۱. رساله دکترایی با عنوان «بررسی وضعیت استفاده وزارتخانه‌های ایران از

تکنولوژی‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک و ارائه یک الگوی مناسب» توسط حمید ضیایی‌پرور، در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران در سال ۱۳۸۸ انجام شد که در این رساله به تفصیل وضعیت استفاده هر کدام از وزارتخانه‌های کشور از فناوری‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک با روش تحلیل محتوا و پیمایشی (ابزار پرسشنامه) بررسی و در نهایت یک مدل بومی مناسب ارائه شده است.

محقق در این تحقیق دریافته است که بین شناخت مدیران روابط عمومی وزارتخانه‌ها از فناوری‌های روابط عمومی الکترونیک و به کارگیری این فناوری‌ها در وزارتخانه، بین استفاده روابط عمومی وزارتخانه‌ها از فناوری‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک با سواد دیجیتالی مدیران روابط عمومی آنها و بین نوع وزارتخانه از لحاظ مخاطبان و کاربرد تکنولوژی‌های روابط عمومی الکترونیک هیچ‌گونه رابطه معناداری وجود ندارد. در حالی که بین میزان استفاده روابط عمومی وزارتخانه‌ها از فناوری‌های روابط عمومی الکترونیک با میزان شناخت مخاطبان کارکنان از آنها رابطه معناداری وجود دارد.

۲. رساله کارشناسی ارشد با عنوان «بررسی و شناخت نقاط قوت و ضعف ICT در اجرای برنامه‌های توسعه اول، دوم و سوم از دیدگاه متخصصان و کارشناسان ICT کشور» نگارش کتایون بهمنی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی در سال ۱۳۸۵ دفاع شد. در چکیده این رساله آمده است: هدف پژوهش، بررسی برنامه‌های توسعه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی (اول، دوم و سوم) کشور و نقاط قوت و ضعف اجرای برنامه‌های توسعه با استفاده از پتانسیل ICT در بخش‌های روابط عمومی، میراث فرهنگی و گردشگری و تجارت الکترونیک. روش نمونه‌گیری به صورت تمام‌شماری اجرا شد؛ بدین صورت که متخصصان و کارشناسان شاغل در هفتاد و چهار شرکت نرم‌افزاری - اطلاع‌رسانی در تهران با حداقل پنج سال سابقه کار انتخاب شدند. بخشی از این پژوهش به روش کتابخانه‌ای و بخش دیگر آن به روش پیمایشی انجام شده و ابزار پژوهش، پرسشنامه است. نتیجه اینکه از دیدگاه متخصصان و کارشناسان ICT کشور از پتانسیل ICT در اجرای برنامه‌های توسعه اول، دوم و سوم کشور در سه حوزه اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به صورت ضعیف استفاده شده است و هیچ نقطه قوتی در اجرای برنامه‌های توسعه کشور با استفاده از پتانسیل (ICT) در سه حوزه ذکر شده دیده نمی‌شود. در ضمن، وضع حوزه اقتصادی از نظر میزان استفاده از پتانسیل ICT نسبت به حوزه فرهنگی و اجتماعی بهتر است و حوزه اجتماعی وضع بدتری نسبت به حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی دارد.

۳. رساله‌ای با عنوان «بررسی نگرش دست‌اندرکاران روابط عمومی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات نسبت به مفهوم روابط عمومی الکترونیک»، نگارش حمیده آراسته کنی. در چکیده این رساله آمده است: از آنجا که وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات یکی از مهم‌ترین دستگاه‌های اجرایی است که نقش بسیار تعیین‌کننده در بسترسازی استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی دارد و با در نظر گرفتن اینکه یکی از پیش شرط‌های تحقیق دولت الکترونیک تغییر روابط عمومی‌ها از شکل سنتی به مدرن است، در اینجا کوشش شده نگرش دست‌اندرکاران روابط عمومی این مجموعه در خصوص روابط عمومی الکترونیک بررسی شود. روش پژوهش پیمایشی است. نتیجه کلی نشان می‌دهد فرهنگ و ذهنیت سنتی دست‌اندرکاران روابط عمومی، عدم اطلاع مدیران از مفاهیم مربوط به روابط عمومی الکترونیک و عدم وجود زیرساخت‌های مورد نیاز و عدم آموزش کافی کارکنان، از موانع ایجاد روابط عمومی الکترونیک در وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات است.

۲. ادبیات و چارچوب نظری

۲-۱. روابط عمومی الکترونیک چیست؟

یک تعریف از روابط عمومی الکترونیکی، عبارت از استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات جهت دسترسی مخاطبان و ارائه خدمات به کاربران، سازمان‌ها و نهادها و دریافت اطلاعات از طریق آنها در تمام ساعت شبانه‌روز و بدون تعطیلی است (جلالی، ۱۳۸۸: ۳۰-۲۹). حسین افخمی، استاد دانشگاه، روابط عمومی الکترونیک را روش به کار گرفتن فناوری جدید ارتباطی و رسانه‌های نوین اطلاع‌رسانی برای ارائه خدمات منطبق بر خواسته‌ها و نیازهای مخاطبان به صورت لحظه‌ای به منظور تحقق بخشیدن به هدف‌های روابط عمومی می‌داند (همان: ۳۰).

شهیندخت خوارزمی، استاد برگزیده روابط عمومی سال ۱۳۸۸، به روابط عمومی الکترونیک از دو زاویه نگاه می‌کند: در نگاه اول، روابط عمومی الکترونیک فعالیتی است که با استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات سعی دارد اثربخشی فعالیت‌های روابط عمومی را در رابطه با اهداف سازمان و به‌ویژه جلب رضایت ذی‌نفعان به حداکثر برساند. در این معنی، روابط عمومی الکترونیکی در مقایسه با روابط عمومی سنتی از نظر

هدف، نقش و جایگاه در سازمان تغییری نکرده اما از توانمندی به مراتب بالاتری برخوردار شده است. در نگاه دیگر، روابط عمومی الکترونیک نه تنها به دلیل مجهز شدن به فناوری‌های نوین توانمندتر شده، بلکه به دلیل الزام حضور مستمر، فعال و مؤثر در فضای سایبر، نقش و جایگاهش از بنیان تغییر کرده و به مدیریت دانایی نزدیک‌تر می‌شود. در چنین معنایی این تحول اهمیت می‌یابد و روابط عمومی را از ایفاگر نقش تبلیغات و تشریفات، به عامل تحول استراتژیک در سازمان تبدیل می‌سازد (همان: ۳۰).

سعید رضا عاملی، استاد پیشگام روابط عمومی الکترونیک معتقد است: روابط عمومی هوشمند و مؤثر از متغیر مهمی در عرصه ارتباطات سخن می‌گوید که هوشمند بودن آن منعکس کننده وجود «حس ارتباطی ماشینی و تعامل اتوماتیک ماشین‌ها» و مؤثر بودن آن بیانگر موفق بودن این صنعت در هدف گرفتن و اثرگذاردن بر مخاطب با سه خصوصیت: کوتاه بودن فرایند کار؛ به حداقل رساندن زمان؛ معطوف به علایق و خواسته‌های مخاطب بودن است (همان: ۳۱).

۲-۲. وظایف روابط عمومی الکترونیک

از وظایف مهم روابط عمومی‌ها، اطلاع‌رسانی دقیق و به موقع به سازمان و مخاطبان عام و خاص و ایجاد هم‌نویی در ابعاد درون و بیرون سازمانی است، که با ساختن تصویر ذهنی مناسب از سازمان و برخورداری از ابزارهای دقیق ارتباطی، مخاطبان را به استقبال از فعالیت‌ها و برنامه‌ها ترغیب و به توسعه روابط عمومی کمک می‌کند.

اهم وظایف روابط عمومی الکترونیک عبارتند از:

۱. ساده‌سازی نحوه ارائه اطلاعات و خدمات به مخاطبان، سازمان‌ها و نهادها، و تسهیل دسترسی آنان به این اطلاعات.
۲. تسهیل دسترسی شهروندان و مخاطبان سازمان‌ها به اطلاعات مورد نیاز از طریق جایگزینی مخاطب‌مداری و اجتماع‌مداری به جای بوروکراسی‌مداری.
۳. بهبود پاسخگویی و اطلاع‌رسانی به مخاطبان و تضمین پاسخگویی و اطلاع‌دهی در خصوص نیازهای مخاطبان و سازمان‌ها.
۴. افزایش خلاقیت از طریق به کارگیری روش‌های ارتباطی و اطلاع‌گیری و اطلاع‌رسانی در امور دولتی و غیردولتی که این مسئله منجر به افزایش بهره‌وری و کارایی نهادها و سازمان‌ها و بهبود امور جاری خواهد شد.

۵. ساده‌سازی فرایندهای ارتباطات و اطلاع‌رسانی و کاهش هزینه‌ها از طریق یکپارچه‌سازی و حذف موانع و سیستم‌های زائد، وظیفه دیگر روابط عمومی الکترونیک است (ذکایی، ۱۳۹۱: ۹۵-۹۴).

۳-۲. ضرورت توسعه نظام اداری کشور (نقشه راه اصلاح نظام اداری)

نظام اداری در ایران، با توجه به نقش گسترده‌ای که در انجام امور دارد، یکی از زیرساخت‌های مهم توسعه به شمار می‌آید که بی‌توجهی به آن مسبب آسیب‌های جبران‌ناپذیری در مسیر تحقق آرمان‌های نظام جمهوری اسلامی ایران، تحقق برنامه‌ها، رضایت مردم و... است.

باید در نظر داشت همواره دولت‌ها در سطوح مختلف و به شیوه‌های گوناگون به دنبال اصلاح نظام اداری بوده‌اند؛ لیکن به دلایلی از جمله عدم شناخت کامل ابعاد موضوع، عدم تعریف دقیق رویکردهای ناظر بر مدل اداره امور کشور، عدم تدوین راهبردها و راهکارهای مربوط و یا گرفتار شدن در امور جاری و روزمره، موفقیت‌چندانی در اصلاحات و تحقق اهداف یادشده کسب نکرده‌اند.

این امر در حالی است که ساختار نظام اداری در شرایط فعلی و در بسیاری از جهات به جای ایفای نقش محرک برای پیشرفت و توسعه کشور، مانعی در سر راه آن به شمار می‌آید. در این شرایط، فارغ از اینکه انجام اصلاحات از یک سو، امری اجتناب‌ناپذیر و از سویی دیگر تکلیف تلقی می‌شود، عدم اصلاح آن علاوه بر کند کردن مسیر پیشرفت کشور، بخش عظیمی از منابع لازم برای توسعه را نیز صرف نگهداشت خود می‌نماید و این نقصان موجب شکاف میان وضع موجود و تحقق چشم‌انداز می‌شود (نقشه راه اصلاح نظام اداری، ۱۳۹۲: ۱۴)

در این راستا، معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی ریاست جمهوری در سال ۱۳۹۲ بر مبنای سیاست‌های کلی نظام اداری، اقدام به تهیه برنامه‌ای جامع (نقشه راه اصلاح نظام اداری) کرده است که این برنامه مشتمل بر هشت حوزه مهم نقش و ساختار دولت، دولت الکترونیک و هوشمندسازی اداری، خدمات عمومی در فضای رقابتی، مدیریت سرمایه انسانی، فناوری‌های مدیریتی، فرهنگ سازمانی، صیانت از حقوق مردم و سلامت اداری و نظارت و ارزیابی است.

برخی از مهم‌ترین سیاست‌های کلی نظام اداری

- زمینه‌سازی برای جذب و استفاده از ظرفیت‌های مردمی در نظام اداری؛
- انعطاف‌پذیری و عدم تمرکز اداری و سازمانی با رویکرد افزایش اثربخشی، سرعت و کیفیت خدمات کشوری؛
- کل‌نگری، همسوسازی، هماهنگی و تعامل اثربخش دستگاه‌های اداری به‌منظور تحقق اهداف فرابخشی و چشم‌انداز؛
- توجه به اثربخشی و کارآیی در فرآیندها و روش‌های اداری به‌منظور تسریع و تسهیل در ارائه خدمات کشوری؛
- ایجاد زمینه رشد معنوی منابع انسانی و بهسازی و ارتقای سطح دانش، تخصص و مهارت‌های آنان؛
- کل‌نگری، همسوسازی، هماهنگی و تعامل اثربخش دستگاه‌های اداری به‌منظور تحقق اهداف فرابخشی و چشم‌انداز؛
- حمایت از روحیه نوآوری و ابتکار و اشاعه فرهنگ آن، و بهبود مستمر به‌منظور پویایی نظام اداری؛
- شفاف‌سازی و آگاهی بخشی نسبت به حقوق و تکالیف متقابل مردم و نظام اداری با تأکید بر دسترسی آسان و ضابطه‌مند مردم به اطلاعات صحیح؛
- کارآمدسازی و هماهنگی ساختارها و شیوه‌های نظارت و کنترل در نظام اداری و یکپارچه‌سازی اطلاعات (همان: ۹-۸).

۳. چارچوب نظری

۳-۱. جامعه اطلاعاتی چیست؟

اتکا روزافزون بر فعالیت‌هایی که مستقیماً با تولید، توزیع و کاربرد اطلاعات مرتبط است سبب شده بسیاری از کشورهای صنعتی جهان را جامعه‌های اطلاعاتی بخوانند. در حقیقت این مفهوم در ابتدا برای توصیف مشخصات نوین کشورهای فراصنعتی به کار رفته است؛ کشورهایی که در آنها همه چیز وابسته به اطلاعات است. واژه جامعه اطلاعاتی و مفاهیم شبیه به آن، یعنی عصر اطلاعات و اقتصاد دانش جامعه‌ای را توصیف می‌کند که برای تولید انواع کالاها و خدمات وابستگی زیادی به کاربرد فناوری اطلاعات وجود. جامعه صنعتی

برای افزایش کار بدنی انسان‌ها به نیروی درونی موتورهای نیازمند بود، اما جامعه اطلاعاتی برای افزایش کار ذهنی نیازمند تکنولوژی کامپیوتر است (محسنی، ۱۳۸۰: ۱۰-۹).

۲-۳. جامعه شبکه‌ای

جامعه شبکه‌ای از دل مدرنیته تشدید یافته و در روند جهانی شدن که چند دهه است در حال رخ‌نمایی است. در میان صاحب‌نظران و اندیشمندان، مانوئل کاستلز بهترین تلاش را برای روشن کردن زوایای تاریک و پوشیده جامعه شبکه‌ای انجام داده است. وی ریشه به‌وجود آمدن جهان نو را در تلاقی سه فرایند تاریخی در اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی و نیمه دهه ۱۹۷۰ میلادی جستجو می‌کند:

الف) انقلاب تکنولوژی اطلاعات؛

ب) بحران‌های اقتصادی سرمایه‌داری و دولت‌سالاری و تجدید ساختار متعاقب آن؛

ج) در نهایت، شکوفایی جنبش‌های اجتماعی - فرهنگی همچون آزادی‌خواهی، حقوق بشر، فمینیسم و طرفداری از محیط زیست. به عقیده وی، تعامل میان این فرایندها یک ساختار نوین اجتماعی مسلط؛ یعنی جامعه شبکه‌ای، یک اقتصاد نوین؛ یعنی اقتصاد اطلاعاتی و یک فرهنگ نوین یعنی؛ فرهنگ مجاز واقعی را به وجود آورده است. منطق نهفته در این اقتصاد، جامعه و فرهنگ، زیربنای کنش و نهادهای اجتماعی در سراسر جامعه جهانی خواهد بود.

در جامعه شبکه‌ای پیش‌رو، افراد و جوامع در درون قاب‌های تازه، هویت‌های تازه‌ای می‌گیرند و در این میان، تعاریف تازه‌ای از انسان عرضه می‌شود. در عین حال خود این شبکه تحت تأثیر دینامیسم داخلی دستخوش تغییرات دائمی و در نتیجه ایجاد الگوهای جدید زیست و حیات در نقاط مختلف می‌شود.

در این جامعه نو که در حال رخ نمودن است، شاهد دگرگونی ساختاری در تولید قدرت و نیز روابط اجتماعی هستیم. این دگرگونی‌ها به تغییر بنیادین مشابهی در شکل‌های اجتماعی مکان و زمان، به ظهور فرهنگ جدید منجر می‌شود (مددپور، ۱۳۹۳: ۶۰).

۴. روش تحقیق

در این تحقیق از روش پیمایشی استفاده شده است. مفهوم پیمایش افکار، ترجمه کلمه (survey) انگلیسی و معادل واژه (sondage) فرانسوی است. پیمایش یا سنجش افکار،

بررسی توصیفی ویژه عقاید و آرای عمومی است. این روش بر اساس پرسش استوار است. روش پیمایشی یکی از کهن ترین شیوه های پژوهش به شمار می رود که ریشه در اعماق تاریخ بشر دارد.

از ابزار پرسشنامه نیز برای گرفتن دیدگاه های کارکنان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری بهره گرفته و محقق به شکل حضوری پرسشنامه ها را در میان اعضای جامعه توزیع کرده است.

جامعه آماری تحقیق، کارکنان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری که تعداد حدود ۸۰۰۰ نفر در کل کشور هستند. محقق با مراجعه به ساختمان های ستادی سازمان مربوطه اطلاعات را جمع آوری کرد.

در این تحقیق از روش نمونه گیری خوشه ای استفاده شده است و حجم جامعه نمونه با استفاده از فرمول کوکران به تعداد ۳۸۵ نفر رسید. (لازم به ذکر است که محقق پس از به دست آوردن حجم نمونه با مراجعه به ساختمان های ستادی شماره یک و دو سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، در مجموع ۳۸۵ مورد جمع آوری کرده است. برای اثبات یا رد فرضیه و پاسخ به سولات پژوهش، روش تجزیه و تحلیل اطلاعات به صورت کیفی (استدلالی) و کمی (آمار توصیفی و استنباطی) است. در این تحقیق، روش تجزیه و تحلیل اطلاعات به صورت توصیف آماری و توصیف استنباطی است. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده ها به وسیله نرم افزار آماری SPSS از دو روش بهره گرفته شد. ابتدا به منظور گویا ساختن اطلاعات هر یک از سؤالات پرسشنامه، به ترسیم جداول یک بعدی و توصیف فراوانی هر یک از آنها پرداخته شد و سپس برای تجزیه و تحلیل استنباطی فرضیه های پژوهش از آزمون آماری χ^2 (x به توان ۲) رابطه بین فراوانی های مورد انتظار و فراوانی های مشاهده شده را نشان می دهد. آزمون مجذور χ^2 دو زمانی مورد استفاده واقع می شود که فراوانی های جمع آوری شده، به دسته ها یا طبقات گسسته مربوط باشند. این آزمون همچنین در مواقعی به کار می رود که ویژگی های مورد مطالعه، متغیرهای پیوسته ای باشند ولی آنها را بر اساس ملاک مشخصی طبقه بندی کرده باشیم. آزمون χ^2 دو یکی از آزمون های غیر پارامتریک است که بیش از سایر آزمون های این دسته در پژوهش های علوم انسانی و در روش علی به کار می رود.

روایی تحقیق نیز توسط ۳۰ نفر از کارکنان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مورد بررسی قرار گرفت و با قرار دادن این ۳۰ نفر طبق ضوابط تعریف شده در

نرم افزار آماری SPSS تأیید شد تک تک سؤالات پرسشنامه کاملاً مرتبط با موضوع بوده و پرسشنامه می‌تواند به سؤالات و فرضیه‌های تحقیق پاسخ دهد. پایایی این تحقیق بر اساس آلفای کرونباخ معادل ۰/۸۲ است که با استفاده از این روش مورد قبول واقع شد.

۵. تجزیه و تحلیل استنباطی

فرضیه اول: بین کیفیت قابلیت تعاملی بودن روابط عمومی الکترونیک و تعامل اثربخش سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با دیگر دستگاه‌های اجرایی کشور رابطه معناداری وجود دارد.

تعامل اثربخش سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با دیگر دستگاه‌های اجرایی کشور					کیفیت قابلیت تعاملی بودن روابط عمومی الکترونیک	
جمع	خیلی ضعیف	ضعیف	خوب	عالی		
۱۵	۰	۵	۸	۳		عالی
۱۰۸	۴	۴۰	۴۷	۱۷		خوب
۲۰۷	۱۰	۹۹	۹۶	۲		ضعیف
۵۵	۱۹	۲۶	۱۰	۰		خیلی ضعیف
۳۸۵	۳۳	۱۷۰	۱۶۱	۲۱	جمع	

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار خی دو
۰/۰۰۰	۹	۹۵/۵۵۹

همان گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود، با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، فرض صفر در سطح معناداری ۰/۰۵ رد شده است. بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان اظهار داشت که فرضیه پژوهشی مبنی بر اینکه بین کیفیت قابلیت تعاملی بودن روابط عمومی الکترونیک و تعامل اثربخش سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با دیگر دستگاه‌های اجرایی کشور رابطه معناداری وجود دارد، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

سطح معناداری	مقدار ضریب همبستگی کندال
۰/۰۰۰	۰/۳۰۴

همچنین ضریب مقدار همبستگی کندال فوق حاکی از آن است که همبستگی میان

دو متغیر مثبت و متوسط است.

فرضیه دوم: بین بهره‌گیری از قابلیت به روز بودن اخبار و اطلاعات در روابط عمومی الکترونیک و آگاهی بخشی نسبت به حقوق و تکالیف متقابل مردم و نظام اداری در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

آگاهی بخشی نسبت به حقوق و تکالیف متقابل مردم و نظام اداری در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری					
جمع	خیلی ضعیف	ضعیف	خوب	عالی	
۳۹	۱۰	۱۲	۱۵	۲	خیلی زیاد
۱۳۳	۱۹	۷۵	۳۳	۶	زیاد
۱۶۸	۲۲	۹۰	۴۹	۷	کم
۴۵	۱۴	۲۶	۵	۰	خیلی کم
۳۸۵	۶۵	۲۰۳	۱۰۲	۱۵	جمع

بهره‌گیری از قابلیت به روز بودن اخبار و اطلاعات در روابط عمومی الکترونیک

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار خی دو
۰/۰۰۹	۹	۲۲/۰۶

همان‌گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود، با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچک‌تر از ۰/۰۵ است، فرض صفر در سطح معناداری ۰/۰۵ رد شده است. بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان اظهار داشت که فرضیه پژوهشی مبنی بر این که بین بهره‌گیری از قابلیت به روز بودن اخبار و اطلاعات در روابط عمومی الکترونیک و آگاهی بخشی نسبت به حقوق و تکالیف متقابل مردم و نظام اداری در سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی رابطه معناداری وجود دارد، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

سطح معناداری	مقدار ضریب همبستگی کندال
۰/۰۶۹	۰/۰۸۲

همچنین ضریب مقدار همبستگی کندال فوق حاکی از آن است که همبستگی میان دو متغیر مثبت و ضعیف است.

فرضیه سوم: بین کیفیت قابلیت پیگیری آنلاین در روابط عمومی الکترونیک و کارآمدسازی شیوه‌های نظارت و کنترل نظام اداری در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

کارآمدسازی شیوه‌های نظارت و کنترل نظام اداری در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری					کیفیت قابلیت پیگیری آنلاین در روابط عمومی الکترونیک	
جمع	خیلی ضعیف	ضعیف	خوب	عالی		
۱۱	۰	۰	۲	۹		عالی
۱۰۷	۸	۵۵	۴۰	۴		خوب
۲۲۵	۳۳	۱۵۰	۴۰	۲		ضعیف
۴۲	۲۶	۱۶	۰	۰		خیلی ضعیف
۳۸۵	۶۷	۲۲۱	۸۲	۱۵	جمع	

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار خی دو
۰/۰۰۰	۹	۲۷۱/۴۱

همان گونه که در جدول فوق ملاحظه می‌شود، با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچک‌تر از ۰/۰۵ است فرض صفر در سطح معناداری ۰/۰۵ رد شده است. بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می‌توان اظهار داشت که فرضیه پژوهشی مبنی بر اینکه بین کیفیت قابلیت پیگیری در روابط عمومی الکترونیک و کارآمدسازی شیوه‌های نظارت و کنترل نظام اداری در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رابطه معناداری وجود دارد، مورد تأیید قرار می‌گیرد.

سطح معناداری	مقدار ضریب همبستگی کندال
۰/۰۰۰	۰/۴۲۴

همچنین ضریب مقدار همبستگی کندال فوق حاکی از آن است که همبستگی میان دو متغیر مثبت و متوسط است.

فرضیه چهارم: بین استفاده از امکان تولید محتوا در روابط عمومی الکترونیک توسط کارمندان و بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رابطه معناداری وجود دارد.

بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری					استفاده از امکان تولید محتوا در روابط عمومی الکترونیک توسط کارمندان
جمع	خیلی ضعیف	ضعیف	خوب	عالی	

۶	۲	۲	۲	۰	خیلی زیاد
۵۵	۸	۲۴	۱۷	۶	زیاد
۲۴۳	۳۷	۱۳۰	۷۰	۶	کم
۸۱	۲۵	۴۲	۱۲	۲	خیلی کم
۳۸۵	۷۲	۱۹۸	۱۰۱	۱۴	جمع

سطح معناداری	درجه آزادی	مقدار خی دو
۰/۰۰۳	۹	۲۵/۰۵۳

همان گونه که در جدول فوق ملاحظه می شود، با توجه به اینکه سطح معناداری محاسبه شده کوچک تر از ۰/۰۵ است فرض صفر در سطح معناداری ۰/۰۵ رد شده است. بنابراین با ۹۵ درصد اطمینان و ۵ درصد خطا می توان اظهار داشت که فرضیه پژوهشی مبنی بر اینکه بین استفاده از امکان تولید محتوا در روابط عمومی الکترونیک توسط کارمندان و بهره گیری از ظرفیت های مردمی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رابطه معناداری وجود دارد، مورد تأیید قرار می گیرد.

سطح معناداری	مقدار ضریب همبستگی کندال
۰/۰۰۰	۰/۱۶۶

همچنین ضریب مقدار همبستگی کندال فوق حاکی از آن است که همبستگی میان دو متغیر مثبت و ضعیف است.

جمع بندی و نتیجه گیری

این تحقیق نشان داد که بهره گیری از فناوری های کاربردی روابط عمومی الکترونیک و مؤلفه های آن جایگاه مهم و قابل توجهی در توسعه نظام اداری ایران (با عنایت به نقشه راه اصلاح نظام اداری) دارد.

محقق با آزمون فرضیه های تحقیق، با بهره گیری از آزمون های آماری و ضریب همبستگی کندال دریافت که بین کیفیت قابلیت تعاملی بودن روابط عمومی الکترونیک و تعامل اثربخش سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با دیگر دستگاه های اجرایی کشور رابطه معناداری وجود دارد.

همان طور که می دانیم، امروزه یکی از ویژگی های یک سازمان موفق، داشتن ارتباط

قوی و مؤثر با دیگر سازمان‌هایی است که در یک راستا و جهت فعالیت می‌کنند. روابط عمومی الکترونیک با دارا بودن قابلیت‌های مختلف در بستر وب ۲ و وب ۳ نظیر تعاملی بودن، این امکان را برای کارمندان، مدیران و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و حتی مخاطبان سازمان فراهم می‌کند تا بتوانند علاوه بر اینکه دریافت‌کننده یا مصرف‌کننده پیام باشند، تولیدکننده پیام نیز باشند. از سوی دیگر، روابط عمومی الکترونیک با برخورداری از مؤلفه مهم سهولت استفاده و در دسترس بودن می‌تواند دسترسی و تعامل میان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و سازمان‌های دیگر را به راحتی برقرار سازد و آنها را از فعالیت‌ها، ماموریت‌ها و برنامه‌های سازمان آگاه و زمینه ایجاد تعامل سازنده و مشارکت را فراهم نماید.

فرضیه دوم تحقیق با عنوان «بین بهره‌گیری از قابلیت به روز بودن اخبار و اطلاعات در روابط عمومی الکترونیک و آگاهی‌بخشی نسبت به حقوق و تکالیف متقابل مردم و نظام اداری در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رابطه معناداری وجود دارد» نیز تأیید شد.

در عصر ارتباطات و به‌ویژه فناوری‌های نوین ارتباطی، به روز بودن اخبار و اطلاعات ویژگی مهم و تعیین‌کننده‌ای برای رسانه‌ها محسوب می‌شود. رسانه‌ای که بتواند اخبار و اطلاعات را با کیفیت و سرعت بالا منتقل سازد، جایگاه برجسته‌ای در میان مخاطبان پیدا خواهد کرد. از طرف دیگر، آگاهی عموم افراد جامعه نسبت به حقوق و تکالیف متقابل مردم و نظام اداری می‌تواند وظایف، انتظارات و مسئولیت‌های مردم و نظام اداری نسبت به یکدیگر را به طور کامل آشکار و از تعارضات احتمالی به نحو قابل توجهی جلوگیری کند. بنابراین سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با بهره‌گیری از مؤلفه به‌روز بودن اخبار و اطلاعات می‌تواند کارمندان و مخاطبان خود را از آخرین اخبار پیرامون قوانین، دستورالعمل‌ها، طرح‌ها و... که به نحوی با حقوق و تکالیف متقابل مردم و نظام اداری مربوط است آگاه سازد. در این راستا، اطلاع‌سانی هوشمندانه قوانین و حقوق مربوطه با استفاده از فناوری‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک بسیار مفید و تأثیرگذار است.

فرضیه سوم نیز با عنوان «بین کیفیت قابلیت پیگیری در روابط عمومی الکترونیک و کارآمدسازی شیوه‌های نظارت و کنترل نظام اداری در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رابطه معناداری وجود دارد» مورد تأیید قرار گرفت.

همانطور که می‌دانیم یکی از اصول مهم و کلیدی در مدیریت سازمان، نظارت و کنترل است که به سازمان متبوع در رسیدن به هدف و خارج نشدن از مسیر پیش‌بینی شده کمک شایانی می‌کند.

مؤلفه پیگیری روابط عمومی الکترونیک می‌تواند بستری را به منظور سازوکار دریافت، بررسی و بازخورد گزارش‌های برگرفته از نظارت‌ها و تشکل‌ها بر دولت و بخش‌های آن، به ویژه برای سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ایجاد کند. از طرف دیگر، مردم می‌توانند با بهره‌گیری از روابط عمومی الکترونیک و فناوری‌های آن درخواست‌ها، انتقادات، شکایات و... خود از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری را مطرح و از مراحل و نتایج آن به صورت مکانیزه آگاهی یابند.

همچنین فرضیه چهارم با عنوان «بین استفاده از امکان تولید محتوا در روابط عمومی الکترونیک توسط کارمندان و بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رابطه معناداری وجود دارد» نیز تأیید شد.

قطعاً یکی از تمایزات و قابلیت‌های روابط عمومی: ۱. نسبت به روابط عمومی ۲. قابلیت تولید محتوا و مشارکت افراد در روابط عمومی ۲ می‌باشند.

تجربه کشورهای پیشرفته نشان داده است که سازمان‌هایی که به کارکنان خود امکان اظهار نظر و فکر کردن در مسائل مختلف را می‌دهند، در تولید ایده‌های جدید و نوآوری موفق‌تر و پیشرو هستند.

امکان تولید محتوا که از مؤلفه‌های روابط عمومی الکترونیک محسوب می‌شود نیز به کارکنان و مخاطبان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری این امکان را می‌دهد تا در راستای ماموریت‌ها، اهداف و برنامه‌های سازمان تولید محتوا کنند و پیشنهادها را ارائه دهند که این مهم در راستای ماموریت بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی که در نقشه راه اصلاح نظام اداری آمده است.

فهرست منابع

۱. جلالی، علی اکبر (۱۳۸۸). روابط عمومی ۲، تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی.
۲. دادگران، سیدمحمد (۱۳۸۹). مبانی ارتباط جمعی، تهران: انتشارات مروارید.
۳. دهقان، علیرضا (۱۳۹۲). نظریه‌های ارتباطات، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۴. ذکایی، سهیلا (۱۳۹۱). اصول تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، تهران: انتشارات تایماز.
۵. ساروخانی، باقر و همکاران (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات اطلاعات، چاپ نهم
۶. سلطانی‌فر، محمد (۱۳۸۸). روابط عمومی در فضای سایبر، تهران: انتشارات سیمای شرق.
۷. سلطانی‌فر، محمد و همکاران (۱۳۸۲). مقدمه‌ای بر روابط عمومی الکترونیک، تهران: انتشارات سیمای شرق.
۸. شریفی، اصغر و همکاران (۱۳۸۸). فناوری‌های نوین در آموزش و مدیریت، تهران: انتشارات فرهنگ سبز.
۹. ضیایی‌پرور، حمید (۱۳۸۷). تکنولوژی‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک ۱، تهران: انتشارات شرکت روابط عمومی و تبلیغ هفت تبلیغ.
۱۰. ضیایی‌پرور، حمید (۱۳۸۸). بررسی وضعیت استفاده وزارتخانه‌های ایران از تکنولوژی‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک و ارائه یک الگوی مناسب (رساله دکتری)، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.
۱۱. ضیایی‌پرور، حمید (۱۳۸۸). تکنولوژی‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک ۲، تهران: انتشارات شرکت روابط عمومی و تبلیغ هفت تبلیغ.
۱۲. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۰). عصر اطلاعات جلد اول (ظهور جامعه شبکه‌ای)، ترجمه احمد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.
۱۳. محسنی، منوچهر (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی، تهران: نشر دیدار.
۱۴. مددپور، محمد (۱۳۹۳). «فرهنگ و هویت در جامعه شبکه‌ای از نگاه مانوئل کاستلز»، فصلنامه ره‌آورد نور، شماره ۹.
۱۵. معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی ریاست جمهوری (۱۳۹۲). نقشه راه اصلاح نظام اداری، تهران: مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی.
۱۶. مهرداد، هرمز (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، تهران: انتشارات فاران.
۱۷. یحیایی ایل‌ای، احمد (۱۳۹۰). روابط عمومی حرفه‌ای، تهران: انتشارات جاجرمی.