

بررسی میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در دستگاه‌های اجرایی شهرستان دماوند

بهاره بخشی، استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند

عده دار مکاتبات b.bakhshi@gmail.com

صدیقه ببران، استادیار و عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

مریم طاهریان، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند و دانشجوی دکتری علوم و ارتباطات اجتماعی

تاریخ دریافت مقاله: مرداد ۹۳ تاریخ پذیرش نهایی: مهر ۹۳

چکیده

در دنیای امروز که به عصر ارتباطات معروف شده و تغییرات و نوآوری‌های تکنولوژیکی، ارتباطات و اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات سرعت بالایی پیدا کرده، کشورها و سازمان‌هایی موفق‌اند که هم‌سو و هم‌پای تغییرات محیطی حضوری قدرتمند و موثر در این چرخه داشته باشند و با شناخت مخاطبان سیاست‌های القایی خود را به روی آنها گسترش دهند. تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در روابط عمومی الکترونیک جایگاه ویژه‌ای دارند و می‌توانند مأموریت و رسالت روابط عمومی را با سرعت بیشتری خارج از محدوده زمان و مکان به انجام برسانند. بنابراین با توجه به شرایط موجود و نیاز جامعه به استفاده از این تکنولوژی‌های نوین، این نیاز در سطح روابط عمومی‌های ادارات شهرستان دماوند حس گردید. به همین منظور در این پژوهش ۳ فرضیه مرتبط با نحوه میزان استفاده و شناخت از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در روابط عمومی الکترونیک دستگاه‌های اجرایی شهرستان دماوند در نظر گرفته شد و ۴۰ نفر از مدیران و کارکنان شاغل در روابط عمومی دستگاه‌های اجرایی شهرستان با توجه به جدول مورگان جهت تکمیل پرسشنامه مد نظر قرار گرفتند. سپس توسط نرم افزار SPSS و با بهره‌گیری از آزمون‌های پارامتریک و پارامتریک مورد سنجش قرار گرفت.

تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که میزان شناخت از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در سطح ادارات شهرستان دماوند در حد متوسط اما میزان به‌کارگیری این تکنولوژی‌ها در این ادارات در حد زیاد است. در این راستا مدیران و کارکنان می‌توانند با افزایش شناخت و آگاهی خود از تکنولوژی‌ها و به روز نمودن سواد دیجیتال خود استفاده موثر و کارآمدی از تکنولوژی‌های نوین و روز دنیا داشته باشند.

واژگان کلیدی

روابط عمومی الکترونیک، تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، ادارات دماوند.

مقدمه

باید گفت که جهش‌های عظیم در عرصه تکنولوژی و سایر عرصه‌ها، ناگهانی اتفاق نمی‌افتد، اما به محض اینکه به شکل یک خدمت و تکنولوژی جدید ظهور و بروز می‌یابند و وارد زندگی می‌شوند، بستری برای رشد می‌شوند و روز به روز بر پیچیدگی آن افزوده می‌شود و سطح زندگی بشر را دستخوش تغییر و تحولات می‌کند.

طرح مساله

بعضی توسعه روابط عمومی الکترونیکی در ایران را منوط بر پذیرش فلسفی کاربردهای اینترنت در ایران می‌دانند و اعلام می‌کنند تا زمانی استفاده از کاربردهای فناوری اطلاعات در کشور محور توسعه قرار نگیرد، امکان توسعه روابط عمومی الکترونیکی نیز محدود است. باید توجه داشت که این دسته از افراد شکل‌گیری و توسعه سریع بحث توسعه فناوری اطلاعات و کاربردهای آن مانند روابط عمومی الکترونیکی را بستگی به حاکمیت اینترنت در جهان و نحوه برداشت مسئولان کشورمان از شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی می‌دانند. بحث مدیریت اینترنت در جهان هنوز یک بحث پیچیده و چند وجهی است که به مباحث کارشناسی همه جانبه نیاز دارد تا از سطح یک واکنش سیاسی به سطوح یک مقوله کاملاً کارشناسی ارتقا یابد. لذا اگر به دنبال مباحث فلسفی موضوع باشیم، شانس توسعه روابط عمومی الکترونیکی را در یک زمان کوتاه نخواهیم داشت. باید بپذیریم که حاکمیت بر اینترنت در سطح جهانی، بحث حقوق‌دانان، سیاست‌گذاران و اقتصاددانان است که متأسفانه هر سه طیف کم توجهی به معماری اینترنت و نهادهای مرتبط با حاکمیت در آن دارند و تاخیر در سیاست‌گذاری‌ها مشکلاتی را برای جوامع به وجود آورده است.

روابط عمومی الکترونیکی فقط در ارائه خدمات بهتر و سریع‌تر به مردم خلاصه نمی‌شود. با وجود چنین ابزاری است که مردم می‌توانند نظرات خود را بسیار راحت‌تر و بدون گذران فیلترها و سدهای مستحکم به سمع و نظر مسوولان برسانند. بدون اغراق می‌توان گفت که سرعت در اطلاع‌رسانی، یکی از اصلی‌ترین عناصری است که روابط عمومی الکترونیکی را به روابط عمومی سنتی تحمیل کرده است. کارگزاران روابط عمومی برای بهره‌برداری از این

امروزه فناوری اطلاعات به‌طور فزاینده و به‌صورت تصاعدی در حال رشد است. به تناسب این رشد، فناوری اطلاعات انتظارات افراد را در مورد خدمات، محصولات، نحوه و کیفیت ارائه را به‌طور روزافزون تغییر داده است و دولت‌ها خود را در مقابل این انتظارات و نیازها مسئول می‌دانند. در دنیایی که هر روز بیش از پیش، ارتباط افراد در فضای مجازی شکل می‌گیرد، بی‌شک امکان دسترسی به تکنولوژی برای ادامه چنین حیاتی، اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) این امید را در دل دولتمردان به‌وجود آورده که دولت‌ها را می‌توانند متحول شوند و می‌توان مشارکت بیشتر مردم و فعالان اقتصادی را در امور سیاسی و اقتصادی و سایر شئون جامعه فراهم کرد. یکی از مهم‌ترین فرصت‌هایی که فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی پیش روی ما قرار می‌دهند، امکان استفاده از این فناوری برای مهندسی مجدد معماری دولت و قابل دسترس‌تر، کارآمدتر و پاسخگوتر ساختن آن است.

از نظر اهل علم، تکنولوژی محصول نهایی تحقیقات یا همان دانش فنی و اطلاعاتی است که می‌تواند به محصولی تجاری تبدیل شود. تحقیقات علمی معمولاً در قالب مقالات تحقیقاتی و محصولات نمونه‌ای که برای اثبات ماهیت ابداعی به کار می‌روند، تجسم می‌یابد.

اما از نظر مهندسان، تکنولوژی ابزار یا فرآیندی است که برای ساختن محصولات بهتر به کار گرفته می‌شود. منظور از محصولات بهتر، می‌تواند محصولاتی باشد که عملکرد بهتر یا هزینه‌ی کمتری داشته باشند و امکان فروش آن‌ها در بازارهای جدید فراهم باشد. مهندسان دستاوردهای تحقیقاتی را به محصولاتی قابل فروش در بازار تبدیل می‌کنند. به عبارتی تکنولوژی‌های جدیدی خلق می‌کنند که تأثیرات عمده‌ای بر درآمد و سودآوری شرکت‌ها بر جای می‌گذارد.

در نهایت از نظر کسانی که تکنولوژی را به کار گرفته و از آن لذت می‌برند، تکنولوژی ماهیتی بسیار جالب، جذاب و همیشه متغیر دارد که امکان زندگی سالم‌تر، شادتر، امن‌تر و بهتر را فراهم می‌آورد.

در جهان معاصر، تغییرات شگرفی در سطح ارتباطات و روابط عمومی پدید آمده است که قابل قیاس با گذشته نیست. البته

هایپرلینک، گرافیک و انیمیشن را بر روی یک صفحه فراهم می‌آورند.

• محتوای غنی و به روز

هر وبسایت سازمانی باید غنی از محتوا باشد در غیر این صورت قادر به جذب و اقناع مخاطب نخواهد بود. تولید اطلاعات برای وبسایت سازمانی نیازمند اطلاع از تکنیک‌هایی برای نوشتن در وب است.

• نظرسنجی آن لاین

"نظرسنجی الکترونیک" تنها منحصر به نظرسنجی‌های اینترنتی و آن لاین نمی‌شود و نوعی از سیستم‌های نظرسنجی الکترونیک با استفاده از کامپیوترهای دستی و همراه نیز قابل انجام است که در آن کارشناس یا پرسشگر دیدگاه‌ها افراد یا جامعه نمونه را مورد سنجش قرار داده و نتایج به جای در کاغذ، بر روی سیستم الکترونیک ثبت شده و نتایج بلافاصله قابل استنتاج به شیوه رایانه-ای می‌باشد.

• شبکه اینترنتی

"اینترنت" شبکه‌ای خصوصی است که به منظور استفاده خصوصی کاربران یک موسسه طراحی می‌شود. برای راه‌اندازی اینترنت عموماً از همان نرم افزارهایی استفاده می‌شود که در اینترنت استفاده می‌شود.

• فناوری‌های وب ۲

فناوری‌هایی هستند که عمدتاً از سال ۲۰۰۲ به بعد ایجاد شده‌اند و بیشتر حالت تعاملی، مشارکتی و سفارشی‌سازی دارند.

• تالار گفتگو

فضاهایی عمومی تحت وب هستند که در آن افراد در موضوعات تخصصی به صورت غیر همزمان به بحث و تبادل نظر می‌پردازند.

• سرویس‌های مبتنی بر موبایل

سرویس‌هایی هستند که از طریق موبایل قابل ارایه می‌باشند

سرعت و دقت طلایی، لازم است تکنیک‌های نوین رقابت را بیاموزند. اگر آنها نتوانند از ابزارهای جدید دیجیتال استفاده کنند، نمی‌توانند یک کارمند یا کارشناس روابط عمومی هزاره سوم باشند. از این رو، روابط عمومی الکترونیکی یک الزام است و انتخاب نیست. مهم‌ترین وظیفه روابط عمومی الکترونیکی در جامعه اطلاعاتی آینده، برقراری ارتباط دوسویه و متعادل بین سازمان‌ها و مردم در ارائه خدمات مورد نیاز شهروندان به صورت مداوم و شبانه روزی است. بر این اساس دیدگاه ثوری راجرز در مورد اشاعه نوآوری می‌تواند مورد توجه قرار گیرد که با استفاده از فرایند نوآوری و شیوه‌های علمی جدید و استفاده از وسایل و ابزارها و چگونگی دستیابی به آن و نحوه گسترش آن مدنظر می‌باشد. طبق این نظریه و دیدگاه اشاعه فراگردی است که به واسطه آن نوآوری از مجاری معین و در طول دوره زمانی خاصی در میان اعضای یک نظام رواج می‌یابد.

محقق در این پژوهش سعی نموده ۱۵ تکنولوژی از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی که از سوی ادارات دولتی و خصوصی مورد استفاده قرار می‌گیرد و بر اساس تحقیقات دکتر ضیایی پرور به‌عنوان پرکاربردترین ابزارهای نوین بر شمرده می‌شوند را در ادارات شهرستان مورد بررسی قرار دهد تا ضمن بررسی وضعیت موجود روابط عمومی الکترونیک و میزان استفاده از تکنولوژی‌ها در ادارات شهرستان دماوند، موانع استفاده از این تکنولوژی‌ها بررسی گردد و راهکارهای مناسبی جهت رشد روابط عمومی الکترونیک در شهرستان برداشته شود.

تعاریف

• خدمات الکترونیک

"خدمات الکترونیک به آن دسته از خدماتی گفته می‌شود که کاربران یا مشتریان و مخاطبان یک وبسایت رسمی سازمانی می‌توانند از طریق پرتال یا درگاه الکترونیک یک دستگاه دولتی دریافت نمایند"

• مولتی مدیا

"مولتی مدیا" یا چند رسانه‌ای‌ها، در واقع نوع جدید از اطلاع‌رسانی هستند که قابلیت انتشار هم‌زمان انواع فرمت‌های اطلاعاتی نظیر تکست، صوت، تصویر و فیلم، لینک و

مانند پیامک، ام‌ام‌اس، اینترنت موبایل یا چی پی آر اس.

• امکانات تعاملی

به آن دسته از امکاناتی گفته می‌شود که مخاطبان یا کاربران می‌توانند از طریق آن با مدیران سازمان یا روابط عمومی ارتباط داشته باشند.

• سیستم آرشیو و جستجو

منظور از این سیستم نحوه آرشیو سازی و ذخیره کردن اطلاعات و محتوای وب سایت‌ها و پرتال و سیستم بازاریابی و جستجوی اطلاعات در درون وب سایت‌ها است.

• آراس اس

نرم افزاری است که با وارد کردن آدرس سایت‌ها و بلاگ‌ها در آن می‌توان آخرین اطلاعات آنها را به محض انتشار دریافت کرد.

• وبلاگ

"وبلاگ"، یک صفحه وب (مشابه یک روزنامه شخصی) و با قابلیت دستیابی عموم کاربران به آن است. وبلاگ‌ها، براساس یک نظم خاص بهنگام و محتوای بلاگ نشان‌دهنده شخصیت مولف و یا مولفان می‌باشد.

• پادکست

"پادکست"، به نوع جدیدی از رادیوهای اینترنتی گفته می‌شود که شنوندگان می‌توانند برنامه‌هایشان را بطور اتوماتیک توسط نرم افزارهایی که ما آنها را پادکست می‌خوانیم گوش کنند.

• خبر نامه الکترونیک

نرم افزاری است که بر روی وب سایت قرار می‌گیرد و امکان اشتراک و لغو اشتراک برای کاربران فراهم کرده و نشریات و هرگونه اطلاعات مورد نظر مدیر سایت به صورت خودکار برای مشترکان ارسال می‌شود.

• اطلاعات تماس

بخش اطلاعات تماس در واقع یکی از منوهای اصلی هر وب سایت سازمانی است که در کامل‌ترین شکل آن جدولی شامل اسامی بخش‌های مختلف، معاونت‌ها، ادرس‌ها و تلفن‌ها، ایمیل‌ها و اطلاعات ضروری دیگر برای برقراری ارتباط میان مردم و سازمان قرار داده شده است.

• مبانی نظری

❖ نظریه شبکه

این نظریه که بیشتر بر تجزیه و تحلیل نحوه ارتباط میان افراد در یک ساختار شبکه اجتماعی تکیه دارد برای اولین بار در سال ۱۹۵۴ توسط بارنز مطرح شد. این نظریه مطالعه چگونگی ساختار روابط اجتماعی، در اطراف یک فرد، گروه، سازمان و یا اعتقادات و یا رفتارها را مدنظر قرار می‌دهد. به‌طور کلی، نظریه شبکه بر روابط میان مردم، به جای ویژگی‌های مردم استوار است. این که نحوه ارتباط مردم با یکدیگر در ساختارهای اجتماعی چه تأثیری از نظر فرایندهای ارتباطات بر یکدیگر می‌گذارد در کانون ای نظریه پردازان شبکه قرار دارد. این روابط ممکن است نوعی ابراز احساسات مشترک، تبادل اطلاعات و دیدگاه‌ها و یا حتی تبادل برخی از سرویس‌ها کالاها و خدمات باشد. نظریه‌پردازان شبکه معتقدند با تجزیه و تحلیل الگوهای حاکم بر این نوع روابط می‌توان به کشف مناسبات غیر رسمی حاکم بر یک سازمان یا جامعه پرداخت. مثلاً از جمله می‌توان با تجزیه و تحلیل روابط این شبکه‌های اجتماعی دریافت که چرا برخی از کارکنان سازمان نسبت به موضوعات خاصی دیدگاه‌ها یا گرایش‌ها ویژه دارند. (بوتان، ۹۴، ۱۳۸۷).

❖ نظریه چهار الگوی روابط عمومی

گرونیچک و هامن (۱۹۸۴) چهار الگوی روابط عمومی ارائه می‌کنند که بر جهت جریان ارتباط میان سازمان و گروه‌های مخاطب و ماهیت و توان نفوذ آن استوار هستند. به عبارت مشخص تر آن‌ها برآنند که فعالیت‌های عملی روابط عمومی را می‌توان به گروه‌هایی دسته بندی کرد که

گیرنده منتقل می‌شود. شرام بر این باور است که دروازه بانی نقطه تصمیم برای ورود یا خروج متن «رسانه‌ای» است. نظریه دروازه بانی بر بنیان این گونه مفهوم سازی‌ها را نخستین بار کورت لوین و همکاران او در هنگامه جنگ جهانی دوم مطرح کردند. سپس این نظریه با پژوهش‌های گسترده دیوید وایت و پاور اسنایدر تکامل موضوعی یافت. در این نظریه، دروازه بانی فرایندی پیچیده و چند مرحله‌ای است که مطالعه آن می‌تواند هم وضع موجود را بیان کند و هم رفتار ارتباطی گزینش‌گران را به تصویر کشد. (مانی فر، ۱۳۸۶، ۲۶۷)

❖ نظریه اشاعه نوآوری‌ها

نظریه اشاعه، فرایند اجتماعی نوآوری، ایده‌های جدید شیوه‌های عملی جدید و استفاده از وسایل و ابزارهای جدید، هدف‌های جدید و چگونگی دستیابی به آن و نحوه گسترش آن به تمامی یک نظام اجتماعی را بررسی می‌کند. شاید یکی از شناخته شده‌ترین و قابل قبول‌ترین صاحب‌نظر و نظریه‌پرداز در زمان حال حاضر در زمینه «اشاعه» اورت راجرز باشد. از نظر راجرز، یک نوآوری منشأ نوعی عدم اطمینان در شخص نوآور می‌شود، زیرا در برابر شیوه‌ها و ایده‌ها متداول راه‌های متفاوتی را ارائه می‌دهد. (مهرداد، ۱۳۸۰، ۲۲۳)

تأکید نظریه نشر نوآوری عمدتاً با تأثیرات ابزارهای ارتباطی بود: قدرت پیام‌های رسانه‌ای و رهبران فکری برای ایجاد دانش مربوط به رویه‌ها و ایده‌های جدید و نیز قدرت متقاعدسازی مخاطبان پیام‌ها برای اتخاذ نوآوری‌هایی که از بیرون به آن‌ها ارائه می‌شد. ریشه نشر نوآوری در گزاره‌ها و فرضیات نظریه تغییر از بیرون است. دیدگاه مبتنی بر تغییر از بیرون، مفاهیم و فرضیاتی را به نظریه نشر نوآوری داده است. نخستین تعریف توسعه در این چارچوب این چنین ارائه شده بود: نوعی تغییر اجتماعی که در آن ایده‌های تازه برای افزایش درآمد سرانه و ارتقای سطح زندگی، از طریق روش‌های مدرن تولید و بهبود وضعیت سازمان اجتماعی، به یک نظام اجتماعی داده می‌شود. راه الزامی تغییر از یک فرد سنتی به یک فرد مدرن، از تباطات و پذیرش ایده‌های جدید از سوی منابع بیرونی برای نظام اجتماعی است.

عمدتاً عبارتند از: نمایندگی مطبوعاتی یا تبلیغات، اطلاعات عمومی، دو سویه ناهمتر از دوسویه همتراز.

الگوهای نمایندگی مطبوعاتی تبلیغاتی و اطلاعات عمومی، هر دو با ارسال اطلاعات از سازمان به گروه مخاطب و فقدان نسبی بازخورد، بر اطلاعات تأکید می‌کند. وجه تمایز این دو عمدتاً بر این اساس قرار دارد که اولی قصد دارد از موضعی طرفداری کند بدون این که به حقیقت و عینیت کامل توجه داشته باشد.

الگوهای دو سویه ناهمتر از دوسویه همتراز تفاوت‌شان با دو الگوی فوق در این است که امکان جریان دوسویه ارتباط را فراهم می‌آورند. در مورد الگوی دو سویه همتراز، گرونیچک و هانت معتقدند که هدف همچنان اقناعی است، اما در این مورد هدف اقناع علمی است. یعنی الگوی دوسویه همتراز از علم اجتماعی موجود و پژوهش مخاطب استفاده می‌کند تا پیکاری اقناعی را طراحی کند. استفاده از بازخورد در اصل به منظور کمک به ساختن پیامی بهتر صورت می‌گیرد.

در الگوی دو سویه همتراز جریان ارتباطات و نفوذ میان سازمان و گروه‌های مخاطب آن بیشتر متوازن است. گرونیچک و هانت به وضعیت مطلوبی از شناخت متقابل اشاره می‌کنند که به آنچه نویسندگان دیگر (کاتلیپ، ستر و بروم، ۱۹۸۵؛ سایمون، ۱۹۸۴) به عنوان مسئولیت اجتماعی به آن اشاره کرده اند که شباهت تام دارد. اصولاً گروه‌های مخاطب همان قدر توان تأثیر گذاری را بر سازمان دارند که سازمان بر گروه‌های مخاطب. بر این اساس نقش کارورز روابط عمومی این است که در حکم عاملی برای ایجاد شناخت متقابل عمل کند.

❖ نظریه دروازه بانی

دروازه بانی در حقیقت، فرایند گسترده‌ای از کنترل اطلاعات، شامل تمام جنبه‌های رمز گذاری پیام و انتخاب و نیز ممانعت از نشر، انتقال، شکل‌دهی، ارائه، تکرار و زمان‌بندی در طی مسیر انتقال پیام از منبع به گیرنده است. در دیدگاه ویلبر شرام، که از جمله اندیشمندان صاحب‌نظر در عرصه ارتباطات به‌شمار می‌آید، دروازه بانی و فعالیت‌های مرتبط با آن، درست در نقطه‌ای آغاز می‌شود که در آن یک ارتباط‌گر درباره یک پیام واقعی یا بالفعل چیزی را می‌فهمد و درست در نقطه‌ای پایان می‌پذیرد که پیام تغییر یافته به

روش پژوهش

روش انجام پژوهش پیمایشی می‌باشد که از ابزار پرسش‌نامه جهت گردآوری اطلاعات استفاده شده است. نمونه آماری در این تحقیق ۱۰۰ نفر از مدیران و کارشناسان روابط عمومی شاغل در دستگاه‌های اجرایی شهرستان دماوند می‌باشند که پرسشنامه را پاسخ داده‌اند. همچنین در پژوهش حاضر پس از جمع‌آوری اطلاعات، با استفاده از نرم افزار spss داده‌های به دست آمده، در دو سطح توصیفی و استنباطی به تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده پرداخته شده است.

فرض پژوهش

بین شناخت مدیران و به کارگیری تکنولوژی‌های نوین ارتباطی روابط عمومی الکترونیک در دستگاه‌های اجرایی شهرستان رابطه وجود دارد.

- بین میزان استفاده دستگاه‌های اجرایی شهرستان از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی با سواد دیجیتالی مدیران روابط عمومی آنها رابطه وجود دارد.
- بین نوع دستگاه‌های اجرایی و نوع کاربرد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی روابط عمومی الکترونیک رابطه وجود دارد.

سوالات پژوهش

- ۱- موانع استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در روابط عمومی الکترونیک چیست؟
- ۲- میزان شناخت روابط عمومی سازمان مطبوع درباره تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در روابط عمومی الکترونیک چقدر است؟
- ۳- مخاطبین روابط عمومی سازمان چه کسانی هستند؟

یافته‌ها**یافته‌های توصیفی**

جنسیت	مرد	زن
	۸۰	۲۰
تحصیلات	دیپلم و فوق	فوق لیسانس و بالاتر
	۱۰	۶۰
وضعیت مسئولیت	مدیر	کارشناس
	۶۰	۴۰

متوسط	زیاد
۶۰	۴۰

میزان روابط عمومی سازمان مطبوع درباره تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در روابط عمومی الکترونیک چقدر است

بیش سنی مدیران	نداشتن شناخت کافی از فناوری‌های جدید	بودجه	مناسب نبودن زیرساخت‌های ارتباطی
۲۰	۴۰	۱۰	۳۰

موانع استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در روابط عمومی الکترونیک

انواع مخاطبان	عمومی هستند	تخصصی هستند
درصد	۸۰	۲۰

یافته‌های استنباطی

فرض ۱ - بین شناخت مدیران و به کارگیری تکنولوژی‌های نوین ارتباطی روابط عمومی الکترونیک در دستگاه‌های اجرایی شهرستان رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول ۱ به دست می‌آید که بین شناخت مدیران و به کارگیری تکنولوژی‌های نوین ارتباطی روابط عمومی الکترونیک در دستگاه‌های اجرایی شهرستان رابطه وجود دارد و این رابطه به دست آمده از نمونه قابل تعمیم به جمعیت اصلی می‌باشد و میزان رابطه $Tb = 0.383$ متوسط و جهت رابطه مثبت می‌باشد، به عبارتی هرچه شناخت مدیران از تکنولوژی‌های ارتباطی بیشتر باشد، به کارگیری تکنولوژی‌های نوین ارتباطی روابط عمومی الکترونیک بیشتر می‌شود.

فرض ۲

بین میزان استفاده دستگاه‌های اجرایی از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی با سواد دیجیتالی مدیران روابط عمومی آنها رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول ۲ به دست می‌آید که بین میزان استفاده دستگاه‌های اجرایی از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی با سواد دیجیتالی مدیران روابط عمومی آنها رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه به دست آمده از نمونه قابل تعمیم به جمعیت اصلی می‌باشد و میزان رابطه $Tb = 1$ قوی و جهت رابطه مثبت می‌باشد، به عبارتی هرچه میزان استفاده دستگاه‌های اجرایی از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی بیشتر باشد، سواد دیجیتالی مدیران روابط عمومی بیشتر می‌شود.

جمع	عالی	زیاد	متوسط	کم		
۸	۰	۴	۰	۴	فراوانی	کم
۲۰	۰	۱۰	۰	۱۰	درصد	
۲۴	۱۲	۴	۸	۰	فراوانی	متوسط
۶۰	۳۰	۱۰	۲۰	۰	درصد	
۸	۴	۴	۰	۰	فراوانی	زیاد
۲۰	۱۰	۱۰	۰	۰	درصد	
۴۰	۱۶	۱۲	۸	۴	فراوانی	جمع
۱۰۰	۴۰	۳۰	۲۰	۱۰	درصد	
سطح معنی داری				مقدار	ضریب همبستگی کندال تاؤ _b	
۰.۰۰۱				۰.۳۸۳		

جدول ۱. فرض ۱

جمع	زیاد	متوسط		
۴	۴	۰	فراوانی	کم
۱۰	۰	۱۰	درصد	
۸	۸	۰	فراوانی	متوسط
۲۰	۲۰	۰	درصد	
۱۲	۰	۱۲	فراوانی	زیاد
۳۰	۰	۳۰	درصد	
۱۶	۸	۸	فراوانی	عالی
۶۰	۳۰	۳۰	درصد	
۴۰	۱۶	۲۴	فراوانی	جمع
۱۰۰	۴۰	۶۰	درصد	
سطح معنی داری		مقدار	آزمون	
۱		۰		

جدول ۲. فرض ۲

جمع	عالی	زیاد	متوسط	کم			
۳۲	۱۶	۱۲	۴	۰	فراوانی	عمومی هستند یعنی همه مردم جامعه مخاطب خدمات ما هستند	
۸۰	۴۰	۳۰	۱۰	۰	درصد		
۸	۰	۰	۴	۴	فراوانی	تخصصی هستند یعنی برخی اقشار خاص مخاطب خدمات ما هستند	
۲۰	۰	۰	۱۰	۱۰	درصد		
۴۰	۱۶	۱۲	۸	۴	فراوانی	جمع	
۱۰۰	۴۰	۳۰	۲۰	۱۰	درصد		
سطح معنی داری				مقدار	ضریب همبستگی کرامرز		
۰.۰۰				۰.۸۲۹			

جدول ۳. فرض ۳

فرض ۳- بین مخاطبین دستگاه‌های اجرایی و نوع کاربرد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی روابط عمومی الکترونیک رابطه وجود دارد.

با توجه به جدول ۳ به دست می‌آید که بین مخاطبین دستگاه‌های اجرایی و نوع کاربرد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی روابط عمومی الکترونیک رابطه معناداری وجود دارد و این رابطه به دست آمده از نمونه قابل تعمیم به جمعیت اصلی می‌باشد و میزان رابطه ۰.۸۲۹ است قوی و جهت رابطه مثبت می‌باشد.

نتیجه‌گیری

دولت الکترونیک مستلزم پیش زمینه و تمهیداتی است که داشتن فناوری‌های پیشرفته اطلاعاتی و ارتباطی اساس آن بشمار می‌رود. هر کشوری که بخواهد سهم قابل توجهی از اقتصاد جهانی را داشته باشد، باید بتواند خود را مجهز به یک زیرساخت مخابراتی پیشرفته کرده و از حداکثر فناوری‌ها استفاده کند. فناوری مخابراتی در قالب سیستم‌های سوئیچینگ، ماهواره، فیبر نوری و مایکروویو به عنوان زیرساخت شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی عمل می‌کنند. تحقق و توسعه دولت الکترونیک می‌تواند حکومت‌داری خوبی به همراه داشته و رسالت خود را به نحو احسن به انجام رساند. دولت الکترونیک شیوه‌ای برای حصول اطمینان از اینکه همه شهروندان به گونه‌ای یکسان از فرصت مشارکت در تصمیماتی برخوردارند که به نوعی بر وضعیت و کیفیت

زندگی آنها تاثیر می‌گذارد. دولت الکترونیک می‌تواند به حکومت‌ها در بهبود ارتباطات و تامین رضایت مردم، همچون ایجاد ارتباط دو طرفه بین مردم و مسئولان از راه های مختلف را میسر می‌سازد. اطلاع‌رسانی و آگاه کردن مردم از مصوبات، مقررات و مجموعه وظایف و اختیارات دولت و نیز مشارکت آنان در تقسیم سازی از طریق نظرسنجی الکترونیکی و ایجاد صندوق شکایات از طریق پست الکترونیکی، پاسخگویی سریع به خواسته‌ها و شکایات مردم، شیوه‌هایی است که دامنه ارتباطات مردمی را بیش از پیش گسترده و بهینه می‌کند و عرضه خدمات عمومی به صورت الکترونیک، مانند پرداخت هزینه‌های آب، برق، تلفن، قبض جریمه، رزرو بلیت و صدور گذرنامه مزایایی از جمله صرفه جویی در وقت و نیروی انسانی، کاهش تردهای درون شهری و بین شهری و کاهش بار ترافیک دارد و این امور می‌تواند در روش زندگی مردم و تامین رفاه و رضایت آنان تاثیر بسزایی داشته باشد. که در نهایت می‌تواند موجبات توسعه و رشد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را در کشور فراهم سازد متمرکز شدن فعالیت‌های دولتی در امور اقتصادی، شفاف بودن ضوابط و مقررات، که خویشاوندان سالاری و زدوبندها و رانت جویی را تا حد قابل توجهی از میان می‌برد.

شایان به ذکر است تحقق و توسعه دولت الکترونیک مستلزم روابط عمومی الکترونیک است تا بتواند مسئولیت‌های

روابط عمومی‌ها اقدام کنند و در این راستا از مهم‌ترین عوامل: فرهنگ سازی مناسب، ایجاد فن‌آوری‌های الکترونیکی و آموزش کارمندان می‌باشد.

اطلاع‌رسانی را به عهده بگیرد و در زمینه‌های مختلف توسط روش‌های نوین با هزینه‌های کم و در عین حال کارآمد نقش ایفا کند. همچنین آمادگی الکترونیکی در سازمان‌ها و تبع آن در جامعه، در این مقوله امری مهم تلقی می‌شود. از دیگر عواملی که می‌توان به آن اشاره کرد اینکه در برخی جوامع پیشرفته کمبودی از لحاظ منابع تکنولوژیک احساس نمی‌شود؛ اما کمبود نیروی انسانی متخصص چه از لحاظ فنی و چه از نظر مدیریتی یک مشکل عمده در راه سرعت بخشیدن به روند تغییر به دولت الکترونیک به شمار می‌رود.

از طرفی به دلیل نو و بدیع بودن این موضوع در واقع می‌توان گفت که هیچ نیروی مدیریتی با تجربه‌ای، برای پیاده سازی دولت الکترونیک در سطح جامعه وجود ندارد. برای این مهم وضعیت مطلوب در گرو پیاده سازی دولت الکترونیک لازم است یک موج جدید از افراد تحصیل کرده در فناوری اطلاعات و مدیریت وارد دولت مرکزی شوند و از طرفی هم دولت تا حد امکان به وسیله آموزش و حقوق بیشتر به جذب افراد شایسته از بین کارکنان فعلی دولت اقدام کند. همچنین راه رسیدن به وضعیت مطلوب را گرچه استخدام مدیرانی که توانایی‌های گسترده‌ای در فناوری اطلاعات دارند، یک اقدام اساسی و اصولی محسوب می‌شود؛ اما آموزش مدیران قدیمی و استفاده از آنها هم این مزیت را دارد که این افراد می‌توانند در هزینه‌ها صرفه جویی کرده و اعتبارات مازاد را برای بهبود کیفیت زیرساخت‌های تکنولوژیک دولت الکترونیک به کار گیرند.

می‌توان ادعا کرد که روابط عمومی الکترونیک در دستگاه‌های دولتی به عنوان یکی از مباحث جدید در عرصه‌ی اطلاعات و ارتباطات، تا قرارگرفتن در جایگاه واقعی خویش، فاصله دارد.

براین اساس کالبد شکافی، ابعاد مختلف این پدیده، با در نظر گرفتن زیرساخت‌های فرهنگ بومی و کاری، ضرورتی اجتناب ناپذیر است.

دستگاه‌های دولتی به منظور ارتقای کمی و کیفی و کسب جایگاه مناسب خویش در این عرصه، باید با پذیرش شرایط جدید و تبیین فرصت‌ها و افق‌های نو که فن‌آوری نوین ارتباطی به وجود می‌آورد را به عنوان یک ضرورت کاری، در دستور کار خویش قرار داده و در بکارگیری آن در

فهرست منابع

- ضیایی پرور، حمید (۱۳۸۷) تکنولوژی‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک جلد ۱ "انتشارات شرکت علمی فرهنگی
- ضیایی پرور، حمید (۱۳۸۸) تکنولوژی‌های کاربردی روابط عمومی الکترونیک جلد ۲ "انتشارات شرکت علمی فرهنگی
- ایتول، بروس دی، (۱۳۸۴) "نرم خبر و سخت خبر" مترجم محمد رضا نوروزپور، انتشارات ثانیه
- ضیایی پرور، حمید (۱۳۸۸) "بررسی وضعیت استفاده از تکنولوژی‌های کاربردی در روابط عمومی الکترونیک و ارابه یک مدل بومی" رساله دکترا.
- دلاور، علی (۱۳۸۰) "مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی" انتشارات رشد
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۴) "اصول، فنون و نگرش‌های نوین روابط عمومی" انتشارات کارگزار روابط عمومی
- ضیایی پرور، حمید، (۱۳۸۶) "انواع روابط عمومی آن لاین" ویژه نامه دومین کنفرانس روابط عمومی الکترونیک، دبیرخانه کنفرانس
- ضیایی پرور، حمید، (۱۳۸۶)، "خبرنامه الکترونیک؛ از نشر آن لاین تا بازارهای اینترنتی" سایت خبرنگار
- لیتل جان، استیفن (۱۳۸۴) "نظریه‌های ارتباطات" مترجم دکتر سید مرتضی نوربخش دکتر سید اکبر میر حسینی، انتشارات جنگل.
- "خلاصه مقالات هشتمین همایش روابط عمومی الکترونیک" (۱۳۹۲) دبیرخانه همایش روابط عمومی الکترونیک
- دلاور، علی، "مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی" انتشارات رشد .