



رویکرد ارتباطات استراتژیک نسبت به اجرای نظریه حکمرانی خوب در دستگاه‌های دولتی ایران (مطالعه موردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی) و ارائه الگوی مطلوب

بهروز لطفی^۱، زهرا خرازی محمودندی آذر^۲، افسانه مظفری^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۳/۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۳/۲۳

لطفی، ب.، ۱۴۰۱. رویکرد ارتباطات استراتژیک نسبت به اجرای نظریه حکمرانی خوب در دستگاه‌های دولتی ایران (مطالعه موردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی) و ارائه الگوی مطلوب. تعاون و کشاورزی ۱۱(۴۱): ۸۲-۱۱۹.

چکیده

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به منظور جلب اعتماد عمومی و دستیابی به رسالت خود از جمله ساماندهی بخش تعاون و ارتقای کارآمدی در بنگاه‌های تعاونی، می‌تواند با بهره‌مندی از ارتباطات استراتژیک، مؤلفه‌های حکمرانی خوب را مستقر نماید. تحقیق حاضر باهدف بررسی تأثیر ارتباطات استراتژیک بر استقرار نظریه حکمرانی خوب در وزارتخانه مذکور و ارائه یک الگوی مطلوب انجام پذیرفته و برحسب هدف کاربردی و شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی بوده و روش آن پیمایش است. به منظور بررسی فرضیه‌های تحقیق از پرسشنامه استفاده گردید و برای بررسی پایایی پرسشنامه از شاخص آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج این بررسی نشان می‌دهد میان ارتباطات استراتژیک و مؤلفه‌های حکمرانی خوب شامل شفافیت، مسئولیت‌پذیری، مشارکت، پاسخگویی، حاکمیت قانون و انعطاف‌پذیری ارتباط خطی وجود دارد و اولویت‌های مؤلفه‌های حکمرانی خوب در وزارتخانه مزبور، استقرار شفافیت و پاسخگویی می‌باشد. همچنین ارتباطات استراتژیک می‌بایستی با ویژگی‌هایی استقرار یابد که عبارت‌اند از: مبتنی بر هدایت رهبری واحد بودن، اعتبار آور بودن، گفتگو محور بودن، مبتنی بر تلاش همسو و هم‌افزا بودن، فراگیر بودن، نتیجه‌گرا بودن، فراهم آورنده درکی عمیق از کشور بودن، آینده‌نگر بودن و حاصل یک چرخه ارزیابی، بازبینی و بازطراحی بودن.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات استراتژیک، حکمرانی خوب، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، شفافیت،

پاسخگویی

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

۲. استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

cyber.diplomacy@gmail.com

Doi:10.22034/AJCOOP.2022.288551.1690

*نویسنده مسئول

۳. دانشیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی علوم و تحقیقات، تهران، ایران.

مقدمه

حکمرانی خوب مفهوم جدیدی است که از دهه نود به این سو مورد توجه مجامع دانشگاهی قرار گرفته (صدرایی ۱۳۹۶) و در سایه حمایت سازمان ملل بسط و توسعه یافته است. این آموزه توانمندسازی دولت، معیارها و اصول حکومت‌داری که دولت‌ها از طریق آن‌ها به اداره امور عمومی و تضمین حقوق بشر می‌پردازند را در برمی‌گیرد (مفتح و همکارت ۱۳۹۴). حکمرانی خوب ناظر بر نحوه اعمال قدرت و حاکمیت است که بر مبنای شاخص‌های مهمی همچون حاکمیت قانون، پاسخگویی، شفافیت در تصمیم‌گیری‌ها و کنش‌ها، مسئولیت‌پذیری، نظارت قاعده‌مند و مستمر، نظارت‌پذیری، عدم تبعیض، عدم فساد و التزام و تعهد عمومی به اخلاق مدنی تعریف می‌شود (سردار نیا، ۱۳۹۶) و ایده‌ای است که به دنبال ناکارآمدی سازوکارهای پیشین توسعه مطرح شد. در واقع، این ایده به دنبال آن است که دولت‌ها و به‌طور کلی ساختار اداری و سیاسی را به سمتی هدایت کنند که کمترین فساد و آسیب‌های درونی بروز نماید (مرشدی زاده ۱۳۹۶). حکمرانی خوب عامل توسعه اقتصادی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه می‌باشد و یکی از اهداف هزاره سازمان ملل متحد بشمار می‌رود (Kraipornsak & Paitoon, 2017) و نقش متفاوت برای حاکمیت قائل است و وظیفه حاکمیت را ایجاد فضایی می‌داند که تمام عناصر حاکمیتی و غیر حاکمیتی بتوانند با یکدیگر تعامل و مشارکت داشته باشند (دوله و همکاران، ۱۳۹۸). می‌توان حکمرانی خوب را روند یا هدفی دانست که باید بتواند فقر، ناامنی و تبعیض را از میان بردارد و همچنین محیطی را ایجاد کند که سازمان‌های مدنی، بخش بازرگانی، شهروندان خصوصی و دیگر نهادهای موجود خود را مالک روند توسعه و مدیریت بخش‌ها بدانند و یا به عبارتی در این روند احساس مالکیت کنند (تفکریان، ۱۳۹۶).

از سویی ارتباطات استراتژیک زمینه چند رشته‌ای از دانش است که به‌عنوان ارتباطات هدفمند تعریف می‌شود و سازمان‌ها برنامه‌ریزی و اجرا می‌کنند تا مأموریت کلی خود را در ارتباط با ذینفعان داخلی و خارجی مختلف انجام دهند. هدف کلی ارتباط استراتژیک، اجرا، شکل دادن یا دفاع از مشروعیت در سازمان‌ها (بین مدیران و همکاران) و بین سازمان‌ها و جامعه است (خلیل نژاد و رضایی راد، ۱۳۹۷). ارتباط استراتژیک دربرگیرنده داده‌های علمی کافی و مبانی تئوریک؛ چشم‌انداز مناسب؛ اهداف اختصاصی واقعی؛ تحلیل منابع و

موانع تغییر رفتار؛ مشارکت فعال افراد کلیدی و ذی‌نفعان است و علاوه بر مبانی تئوریک، از داده‌های علمی و حقایق موجود برای تعیین چشم‌انداز بلندمدت برنامه و اهداف رفتاری مبتنی بر واقعیت استفاده می‌کند (رفیعی فر، ۱۳۹۵). ارتباطات استراتژیک به افراد کمک می‌کند تا سرمایه اجتماعی به دست آورند و بر قدرت خویش بیفزایند. ارتباطات استراتژیک در حوزه عمومی تأثیرگذار است و به‌عنوان ابزاری مهم در شکل‌گیری سرمایه اطلاعاتی سازمان نقش مؤثری ایفا می‌کند (سپهوند و همکاران، ۱۳۹۸). لذا امری ضروری برای تضمین موفقیت سازمان‌ها در جلب رضایت مخاطبان خود و دستیابی به اهداف سازمانی است.

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نقش اساسی در عرصه‌های مهم حیات اجتماعی و اقتصادی کشور دارد و دستگاه اجرایی گسترده‌ای است که سازمان‌ها و شرکت‌های متعددی زیرمجموعه این وزارتخانه تعریف شده است. این وزارتخانه در سال ۱۳۹۰ با هدف کوچک‌سازی دولت با تصویب مجلس شورای اسلامی و با تأیید شورای نگهبان از ادغام سه وزارت تعاون، کار و امور اجتماعی و رفاه و تأمین اجتماعی تشکیل شد. با عنایت به تصویب قانون تشکیل وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ضروری است تا وزارتخانه مزبور جهت تحقق اهداف قانون‌گذار با استفاده بهینه از امکانات و منابع مادی و معنوی خود واجد ویژگی‌های ذیل باشد:

تسهیل‌گر، مأموریت‌محور، آینده‌نگر، ارباب‌رجوع‌مدار، غیرمتمرکز، رقابت‌گرا، نتیجه‌گرا، توانمند ساز، قانون‌مدار، اخلاق‌مدار، عدالت‌محور، شایسته‌سالار در انتصابات و تحولات سازمانی. رسالت این وزارتخانه شامل تنظیم روابط کار، حل‌وفصل مسائل و مشکلات جامعه کارگری، حفظ و صیانت از نیروی کار، افزایش سهم بخش تعاونی در اقتصاد کشور و حمایت از توسعه اشتغال و نیز برقراری نظام جامع رفاه و تأمین اجتماعی و وظایف و برنامه‌های متعددی نظیر اجرای سیاست‌های فعال بازار کار، ارتقای شفافیت درآمدها، هزینه‌ها، سرمایه‌گذاری‌ها، توجه به معیشت کارگران و افزایش توانمندی آن‌ها، ساماندهی بخش تعاون با تأکید بر کاهش ناکارآمدی در بنگاه‌های تعاونی، ادغام تعاونی‌ها و ایجاد تعاونی‌های فراگیر منطقه‌ای و ملی، ارائه خدمات و مشوق‌های بیمه‌ای، پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی را انجام می‌دهد و به علت گستره مأموریت‌ها، تقریباً همه آحاد جامعه تحت تأثیر سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات این وزارتخانه قرار دارند. لذا به‌منظور

افزایش اعتماد عمومی مردم به این وزارتخانه و ارتقای سرمایه اجتماعی، با توجه به تأثیرگذاری مجموعه سیاست‌ها، راهبردها و برنامه‌های وزارتخانه مذکور بر آحاد جامعه، ضروری است به نظریه حکمرانی خوب با رویکرد ارتباطات استراتژیک در این وزارتخانه پرداخته شود.

امروزه جوامع در حال گذار از حالت قدرت مداری به سوی خدمتگزاری می‌باشند که در آن توجه اصلی بر نقش مردم و در نظر گرفتن منفعت عمومی است (پیمان مجد ۱۳۹۰). در حالیکه در کشورمان دستگاه‌های دولتی با مشکلاتی در اثربخشی و کارآمدی مواجه‌اند. اعتماد عمومی به دستگاه‌های دولتی در حد قابل قبولی نبوده و مردم دید خوبی نسبت به آن‌ها ندارند. بهره‌وری پایین آمده و دستیابی به اهداف کوتاه‌مدت در اولویت قرار گرفته و برنامه‌های بلندمدت به نحو مطلوبی اجرا نمی‌شود. موازی کاری نهادهای دولتی سبب هدر رفتن منابع مادی و انسانی شده است. حرکت گروهی مدیران از پستی به پست دیگر که به‌وفور مشاهده می‌گردد، باعث عدم امکان برنامه‌ریزی درست، کندی گردشکارها و ایجاد ناامیدی در کارکنان دستگاه‌های دولتی می‌شود (دانایی فر و همکاران، ۱۳۹۴). همچنین عدم رضایت مردم از سازمان‌های دولتی باعث تسری بی‌اعتمادی به نظام سیاسی شده و در گذر زمان به بی‌تفاوتی شهروندان نسبت به همراهی نظام سیاسی در صحنه‌های ملی و بین‌المللی منجر می‌گردد. بخش دولتی با انتظارات جدید شهروندان تحصیل کرده روبرو خواهد بود. بدین معنی که شهروندان، انتظار دریافت خدمات باکیفیت بالاتری را خواهند داشت؛ بنابراین دولت‌ها باید قابلیت‌هایی برای شهروندان و ذی‌نفعان فراهم آورند تا آن‌ها بتوانند در موضوعات عمومی مشارکت فعال‌تری داشته باشند (صانعی، ۱۳۸۵). استقرار حکمرانی خوب و بهره‌مندی از ارتباطات استراتژیک برای دستیابی به آن، نقش مؤثری در رفع این مسئله و جلب اعتماد عمومی به دستگاه‌های دولتی از جمله وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی دارد. با نگاهی به گزارش بانک جهانی در سال ۲۰۱۶ در خصوص شاخص‌های حکمرانی خوب در ایران، مشخص می‌گردد که کشور ما در اکثر این شاخص‌ها در دهک‌های پایین رده‌بندی قرار دارد (ذاکری، ۱۳۹۷). تحقیق‌ها و مقاله‌های متعددی در زمینه حکمرانی خوب و ویژگی‌های آن اجرا و نگاشته شده است، لیکن تاکنون با رویکرد ارتباطات استراتژیک به مقوله حکمرانی خوب پرداخته نشده است، لازم است با رویکرد ارتباطات استراتژیک الگوی مناسب طراحی گردد. در خصوص ویژگی‌های اساسی

حکمرانی خوب، "گروه حقوقی سازمان ملل متحد"، طی قطعنامه شماره (۲۰۰۰/۶) این ویژگی‌ها را که عبارت‌اند از: شفافیت، مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، مشارکت، حاکمیت قانون و انعطاف‌پذیری، ابلاغ نموده که الگوی بررسی در مقاله حاضر می‌باشد. در پژوهش حاضر سؤال‌های ذیل برای تهیه طرح ارتباطات استراتژیک مورد بررسی قرار می‌گیرد:

چه نوع اطلاعاتی؟ توسط کدام منبع اطلاعاتی؟ کدام ویژگی‌های چینی و گفتمانی؟ در راستای کدام استراتژی منتشر شوند؟ چه حوزه‌ای از ارتباطات استراتژیک مدنظر است؟ روند تصمیم‌گیری در مورد ارتباطات استراتژیک چگونه است؟ چه کسانی تصمیم‌گیرنده‌اند؟ چه زمان و چگونه تصمیمات باید اتخاذ شوند؟ چه کانال‌هایی شاهراه ارتباطات استراتژیک خواهد بود؟ شبکه ارتباطی این شاهراه چه ویژگی‌هایی خواهد داشت؟ کدام مخاطبان مورد هدف ارتباطات استراتژیک هستند؟ این مخاطبان در کدام دسته‌ها تعریف می‌شوند؟ نقشه زمانی طرح ارتباطات استراتژیک چگونه بوده و مشتمل بر چه مراحل مشخصی است؟ چه روش‌ها و سبک‌هایی برای برانگیختن و جذب بازخوردها به طرح ارتباطات استراتژیک از سطوح مختلف داخلی و خارجی طراحی شده و چگونه بکار گرفته خواهد شد؟ موضوعات و پارادایم‌های مرتبط با ارتباطات استراتژیک کدام‌اند؟ ارزش‌های مرتبط با ارتباطات استراتژیک و اولویت‌های سازوکارهای استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی کدام‌اند؟ چه روندها و چه فرآیندهایی طراحی شود تا طرح‌ها و برنامه‌های ارتباطات استراتژیک مدام مورد بازبینی، باز برنامه‌ریزی و بازطراحی و بعد اجرای مجدد قرار گیرند؟ (خرازی، ۱۳۹۵) در زمینه نظریه حکمرانی خوب چه دیدگاه‌ها و مؤلفه‌هایی مطرح شده است؟ مصادیق هر یک از مؤلفه‌های حکمرانی خوب کدام‌اند؟

هدف ویژه این تحقیق طراحی مدل حکمرانی خوب با رویکرد ارتباطات استراتژیک در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی است. همچنین اهداف اختصاصی تحقیق بررسی تأثیر ارتباطات استراتژیک بر استقرار مؤلفه‌های حکمرانی خوب یعنی شفافیت، مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی، مشارکت، حاکمیت قانون و انعطاف‌پذیری هست. بر این اساس، در پژوهش حاضر به این پرسش پاسخ داده می‌شود که چگونه می‌توان شاخص‌های حکمرانی خوب را با رویکرد ارتباطات استراتژیک در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

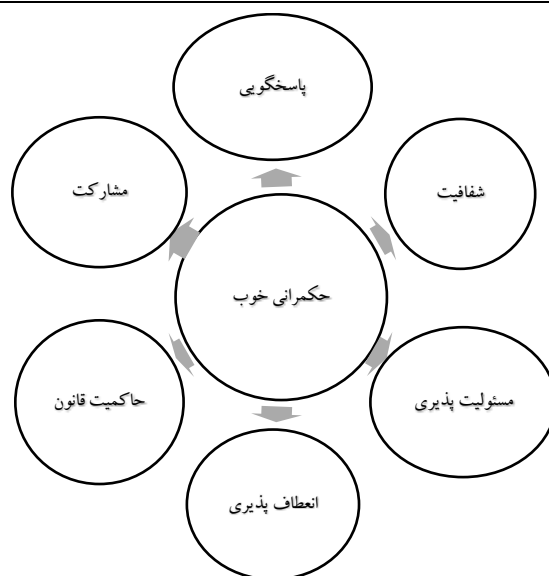
(به‌عنوان یکی از دستگاه‌های دولتی جمهوری اسلامی ایران) مستقر نمود و یک الگوی مطلوب ارائه کرد؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

حکمرانی خوب و مؤلفه‌های آن

حکمرانی به معنای فرایند تصمیم‌گیری است (Komar, 2018). مفهوم حکمرانی گسترده‌تر از حکومت است و به معنای برآیند همبستگی و تعامل اقدامات و رفتارهای بازیگران بخش‌های مختلف جامعه است. (آقازاده و همکاران، ۱۳۹۴) حکمرانی را می‌توان شیوه اعمال قدرت در مدیریت منابع اقتصادی و اجتماعی یک کشور برای توسعه تعریف کرد (San, 2014). اگر حاکمیت، عمل دولت و طراحی سلسله‌مراتب نهاد های دولتی است، پس حکمرانی عدم تمرکز قدرت و ایجاد دستگاه‌های غیرمتمرکز، غیررسمی و مشارکتی حاکمیت است (Levy, 2012). محققان اذعان می‌کنند که حکمرانی به‌عنوان چارچوبی عمل می‌کند تا نقش‌ها، شیوه‌ها، مسئولیت‌پذیری‌ها و تصمیم‌گیری‌ها را تعریف و تنظیم کند (Qiu, 2019). حکمرانی خوب واژه‌ای است که بیانگر تغییر پارادایم نقش دولت و حکومت است. (مولایی و همکاران، ۱۳۹۸) و به‌عنوان یک مفهوم تحلیلی باهدف درک روابط درونی بین دستگاه‌های مختلف دولتی و همچنین تغییر الگوی روابط بین مدیریت عمومی، دولت و جامعه مدنی مطرح گردیده است (Frey, 2008). بانک جهانی در سال ۱۹۸۹ حکمرانی خوب را به‌عنوان ارائه خدمات عمومی کارآمد و نظام اداری پاسخگو تعریف کرده است (بیگی نیا و همکاران، ۱۳۹۱). حکمرانی خوب، نهادها و امور سیاسی را برای ایجاد توسعه پیوند می‌دهد (Mira & Hammadache, 2017). بر اساس تعریف اتحادیه اروپا، حکمرانی خوب مدیریت پاسخگو و شفاف منابع در یک کشور باهدف تضمین توسعه اقتصادی و اجتماعی عادلانه و پایدار است (باغسنگانی، ۱۳۹۵). حکمرانی خوب فرایندها و ساختارهایی است که روابط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را هدایت می‌کند (پناهی ۱۳۹۷) و الگویی است در جهت اصلاح بخش عمومی، تقویت جامعه مدنی و تسریع مشارکت بخش خصوصی (رضوی الهاشم و قلی پور، ۱۳۹۴). حکمرانی خوب به‌مثابه ارتباطات دوجانبه، حمایتی و واجد تشریک‌مساعی بین دولت، جامعه مدنی و بخش خصوصی است (سلطانی نژاد و گودرزی، ۱۳۹۶) و بازیگران دولتی و غیردولتی نه به‌طور

جداگانه بلکه به صورت ترکیبی و همکاری گونه به حل مشکلات می پردازند و همگی در عرصه تصمیم گیری یک کشور سهیم هستند (مفتح و همکاران، ۱۳۹۴). در صورتی که دولت عملکرد مطلوبی داشته باشد، شهروندان بهتر می توانند به اهداف فردی و مشترک برسند؛ اما اگر دولت ضعیف باشد، حتی اگر یک کشور منابع مالی و کمک فنی داشته باشد، ممکن است در دستیابی به اهداف خود ناکام باشد (Vian & Others, 2013). حکمرانی خوب موجب کاهش فساد می شود (دولتی و همکاران، ۱۳۹۲). فساد منجر به رشد پایین می گردد، هزینه های سرمایه گذاری خصوصی و دولتی را مختل می کند و مانع از کارآمد شدن آن می شود (Agostino & Others, 2014). رشد اقتصادی توانایی دولت را در فراهم ساختن نهادهای توسعه بخش و کاهش فقر و ایجاد حکمرانی خوب فراهم می کند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۶). رابطه بین فساد و توسعه مستقیماً به حکمرانی وابسته است و ارتباط مستقیم با بهره مندی از هزینه های دولت و انحراف ناشی از فساد بخش دولتی دارد (Ratbac, 2014). حکمرانی خوب منجر به توسعه پایدار انسانی می شود که ابعاد مختلفی دارد که از آن جمله است: توانمندسازی؛ همکاری و مشارکت؛ برابری و عدالت؛ تداوم و پایداری؛ امنیت (ابراهیم پور و الیکی، ۱۳۹۵). کشورهایی که موفق شدند از مرحله توسعه خود پیشی بگیرند، کشورهایی بودند که حکمرانی خوب را اتخاذ یا از آن حمایت کردند (Moral, 2018). باز ساخت جامعه مدنی برای تقویت و اعتلای بیشتر سازمان ها، نهادها و جوامع محلی کارکرد دیگر حکمرانی خوب است (امامی و شاکری، ۱۳۹۵). فراتر از این موارد، سازمان ملل متحد، اولویت دهی به مسائل فقر، افزایش آگاهی برای تأمین حقوق زنان، حفظ محیط زیست، ایجاد فرصت های لازم برای اشتغال و دیگر مسائل زیستی و رفاهی را نیز به نتایج استقرار حکمرانی خوب افزوده است (جعفری و کاویان، ۱۳۹۴). کمیسیون حقوقی سازمان ملل متحد، در هشتم دسامبر سال ۲۰۰۸ طی قطعنامه شماره (۲۰۰۰/۶) ویژگی های اساسی حکمرانی خوب را بدین شرح برشمرد: شفافیت، مسئولیت پذیری، پاسخگویی، مشارکت، حاکمیت قانون و انعطاف پذیری (صدرایی، ۱۳۹۶) که در این پژوهش به عنوان الگو مورد استفاده قرار می گیرد، لذا مؤلفه های مزبور در فرضیه های تحقیق به شرح شکل ذیل ارائه می گردد:



شکل ۱- مؤلفه‌های حکمرانی خوب (صدرایی ۱۳۹۶)

ارتباطات استراتژیک

استراتژی را می‌توان مانند تفکر و منطق عملکردها دانست. دراکر آن را نشانه موقعیت یک سازمان در آینده می‌داند تا تصمیم گیرد که چه کاری باید انجام شود و نه اینکه چگونه انجام شود (Steyn, 2002). همه سازمان‌ها از تعهد خود به یک استراتژی که توصیف‌کننده ارزش سازمان و وسیله‌ای برای تولید آن ارزش است، بهره‌مند می‌شوند (Liao & Huang, 2016). بقای سازمان به استراتژی آن بستگی دارد و تا حدودی به وجود تناسب بین ارزش‌های سازمان و مدیران آن، انتظارات ذینفعان و موضوعات اجتماعی وابسته است (Styn, 2012). ارتباطات استراتژیک یک حوزه نوظهور برای مطالعه در علوم اجتماعی، ارتباطات و مدیریت است و زمینه نسبتاً جدید است که تئوری ارتباطات را با مدیریت استراتژیک مرتبط می‌کند (Tomas, 2015). ارتباطات استراتژیک شامل انواع حرفه‌های مرتبط با ارتباطات، مانند روابط عمومی و تبلیغات است (Jasmine, 2017). در زمینه‌های ارتباطات بازاریابی، ارتباطات سیاسی، مدیریت بحران، ارتباطات زیست‌محیطی و علمی، جنبش‌های اجتماعی، دیپلماسی عمومی، ایمنی عمومی کاربرد دارد (Botan, 2017). تمرکز ارتباطات استراتژیک بر کاربرد استراتژیک

ارتباطات و نحوه عملکرد یک سازمان برای پیشبرد رسالت خود است (Hallahan, 2007). ارتباطات استراتژیک طرحی است که مجموعه عملکردی، رفتار، کردار، بینش و از همه مهم‌تر تعهدات داخلی و بین‌المللی یک کشور در آن منعکس شده است (خرازی، ۱۳۹۳). در طول دو دهه گذشته ما شاهد تغییر عمیقی در نحوه دید مدیران ارتباطات در درون سازمان‌ها هستیم. این تغییر از تمرکز تاکتیکی و سطحی به سطح استراتژیک تر و بالاتری یعنی تدوین و اجرای استراتژی از طریق ارتباطات، منتقل شده است (Argenty, 2017). خلاقیت و نوآوری همراه با درک رسانه‌های اجتماعی عوامل تعیین‌کننده موفقیت در ارتباطات استراتژیک می‌باشند (Stevko & Others, 2015). سازمان‌ها می‌بایستی از مشارکت کارکنان در برقراری ارتباط دوطرفه و شفاف بهره‌گیرند. با در اختیار داشتن دیدگاه کارمندان، سازمان نیازهای اطلاعات را به‌ویژه در شرایط بحرانی تأمین می‌کند (Kim, 2018). استراتژی‌های ارتباطات به دو گروه تقسیم می‌شوند: استراتژی‌های متمرکز بر کمپین، کوتاه‌مدت و میان‌مدت و استراتژی‌های سازمانی میان‌مدت و بلندمدت (Porter, 2015). یک ارتباط مؤثر استراتژیک باید دارای رهبری کلیه برنامه‌ها و پیوند بین "چرا" و "چگونه"، باشد، منطقی که اهداف و تاکتیک‌ها را به هم پیوند می‌دهد (Steyn & Nunes, 2007). ارتباطات استراتژیک اعتبار آور است، گفتگو محور است، مبتنی بر تلاش همسو و هم‌افزاست، نمایانگر میزان انعطاف‌پذیری و مسئولیت‌پذیری دیپلماتیک است، فراهم آورنده درکی عمیق از کشور است، فراگیر است و حاصل یک چرخه ارزیابی بازبینی و بازطراحی مداوم است (خرازی، ۱۳۹۵). ارتباطات استراتژیک دارای مرکز ارتباطات، ارسال پیام خاص به یک هدف است و ارتباطات توانایی تأثیرگذاری بر موضوعات در جامعه را دارد (Alison, 2017). موضوعات و ابتکارهای جدید در سازمان‌ها از طریق ارتباطات استراتژیک ایجاد، بازسازی و اجرا می‌شود (زنوزی، ۱۴۰۰)؛ بنابراین لزوم به‌کارگیری ارتباطات استراتژیک بیش‌ازپیش برای سازمان‌ها حیاتی است.

پژوهش‌های متعددی در داخل کشور و چند مورد در مجموعه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در خصوص حکمرانی خوب و چند مورد در زمینه ارتباطات استراتژیک انجام شده که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفت:

کریم پور و همکاران (۱۴۰۰) در بررسی نقش کیفیت حکمرانی خوب در رفاه عمومی (موردمطالعه: کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی و عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه) نتیجه می گیرند که در کشورهای عضو سازمان های مزبور، بین حکمرانی خوب و رفاه ملی همبستگی معنادار مستقیمی وجود دارد. دوله و همکاران (۱۳۹۸) زمینه ها و موانع، شرایط علی و شرایط مداخله گر در شکل گیری حکمرانی خوب در جامعه ایران را بررسی نموده و نتیجه گرفتند شبکه های ارتباطی متشکل از نهادهای مدنی در موضوعات مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی می توانند با جلب اعتماد شهروندان، خواست ها و مطالبات مردم را به شکل سازمان یافته و منسجم مطرح کنند و به این ترتیب با تقویت مشارکت، انسجام و همبستگی مدنی برای جامعه بهتر و مطلوب آماده شوند. امیرپور و همکاران (۱۳۹۸) به تبیین مفهوم حکمرانی خوب در ادبیات حقوقی و تحلیل مفهوم سه جانبه گرایی در سازمان تأمین اجتماعی و ارکان آن پرداخته و نتیجه می گیرند هر قدر سه جانبه گرایی در ساختار تصمیم گیری و تصمیم سازی سازمان تأمین اجتماعی محقق شود، اعتمادسازی بین شرکای اجتماعی سازمان تقویت شده و شاخص های حکمرانی خوب به خصوص شفافیت و پاسخگویی و اجماع گرایی بیش از گذشته نمایان خواهد شد. سپهوند و همکاران (۱۳۹۸) نتیجه گرفتند قدرت ارتباطات استراتژیک بر توسعه سازمانی، شبکه سازی سیاسی شرکت های زیرمجموعه سازمان گسترش تأثیر مثبت و معناداری دارد. دو نوع حکمرانی وجود دارد: حکمرانی شایسته و حکمرانی خوب که در برخی شاخص ها، از حیث لفظ مانند پاسخگویی، کارایی و اثربخشی و امثال آن یکسان هستند، اما مبانی فلسفی این دو نوع حکمرانی متفاوت است؛ حکمرانی خوب مبتنی بر انسان محوری، دنیاگرایی و ماده گرایی است، ولی حکمرانی شایسته مبتنی بر خدامحوری است، اگرچه به ماده و معنا و دنیا و آخرت (هر دو به صورت هم زمان) توجه دارد ابطحی و همکاران (۱۳۹۷). پور عینی (۱۳۹۷) به بررسی حکمرانی خوب: تأثیر جامعه مدنی بر تعاونی ها پرداخته است و نتیجه می گیرد که بین حکمرانی خوب و جامعه مدنی با تعاونی ها رابطه معناداری وجود دارد. تفکریان (۱۳۹۶) به بررسی رابطه بین توانمندسازی سازمانی با حکمرانی خوب در سازمان تأمین اجتماعی پرداخته است. نتایج حاصل از این مطالعه نشان داد که بین احساس مؤثر بودن، احساس شایستگی، احساس داشتن حق انتخاب، احساس معنادار بودن شغل کارکنان سازمان تأمین

اجتماعی ایران با حکمرانی خوب سازمانی رابطه مثبت وجود دارد (یاراحمدی و الماسی فرد، ۱۳۹۶). وضعیت شاخص‌های حکمرانی در دستگاه‌های دولتی را (نتیجه‌گرایی، اثربخشی وظایف، ارتقای ارزش‌ها، شفاف‌سازی، ظرفیت‌سازی و پاسخگویی) مورد بررسی قرار دادند. نتایج آزمون فرضیه اصلی تحقیق نشان داد که شاخص‌های حکمرانی دستگاه‌های دولتی استان نامناسب و پایین‌تر از شرایط نرمال جامعه می‌باشد. یگانگی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش در زمینه اولویت‌بندی شاخص‌های حکمرانی خوب در سازمان‌های کارا (مطالعه موردی شعب بانک رفاه کارگران استان قزوین) داشته‌اند دریافتند از میان شش شاخص حکمرانی خوب به ترتیب پاسخگویی، قانون‌گرایی و ارزش‌گرایی در اولویت‌های اول تا سوم قرار می‌گیرند. همچنین یافته‌های پژوهش کش (۲۰۱۶) نشان داد که هنگام تلاش برای ارتقای مراکز شهری به شهرهای هوشمند، پایدار و انعطاف‌پذیر مشکلات اساسی وجود دارد (عزب‌دفتر و رجیبی، ۱۳۹۸). دایاناندن (۲۰۱۳) نتیجه گرفت که چهار متغیر پیش‌بینی کننده همچون مشارکت، پاسخگویی، شفافیت و حاکمیت قانون، تأثیر فراوانی بر عملکرد تعاونی دارند (امینی شاد، ۱۳۹۸).

نظر به اینکه تاکنون پژوهشی در خصوص عنوان تحقیق حاضر انجام نپذیرفته است و برای اولین بار به بررسی استقرار حکمرانی خوب با رویکرد ارتباطات استراتژیک در یک دستگاه دولتی پرداخته شده است، لذا به منظور تعیین معیارهای مناسب برای جهت‌گیری پژوهشی، نتایج مطالعات مرتبط با موضوع پژوهش مورد بررسی قرار گرفت و با توجه به مباحث مطروحه، در این بخش تلاش می‌گردد تا ضمن توجیه فرضیه‌ها، شواهد کافی برای تبیین آن‌ها فراهم‌شده و گزاره‌های هر یک از فرضیه‌ها بیان گردد که به شرح ذیل ارائه می‌شود:

تأثیر ارتباطات استراتژیک بر استقرار شفافیت

شفافیت به معنی جریان آزاد و قابلیت دسترسی آسان به اطلاعات برای تمامی ذینفعان است (قطبی، ۱۳۹۴). شفافیت گردش همه‌جانبه اطلاعات تا مرز امنیت ملی است (شمس ۱۳۹۰) و در مقابل پنهان‌کاری بکار می‌رود. هر چیزی که از دید عموم پنهان نباشد، معنای شفافیت را می‌رساند. (زندیه و سالار سروی، ۱۳۹۱) شفافیت باعث تسهیل نظارت بر فعالیت‌ها و کم‌کاری‌های مقامات عمومی و تسهیل دستیابی شهروندان به اطلاعات و

درک آن‌ها از سازوکارهای تصمیم‌گیری می‌شود (کمالی، ۱۳۹۲). از جمله مصادیق شفافیت عبارت‌اند از: شفافیت در قراردادهای، شفافیت هدایا (برای مقابله با رشوه)، شفافیت جلسات شورایی و گروهی، شفافیت در اموال و دارایی مسئولین، شفافیت وعده‌ها و مواضع مسئولین و نحوه ارائه اطلاعات سازمانی. (عبدالحسن زاده و ثنایی، ۱۳۹۴) همچنین دسترسی افراد به اطلاعات موجود در دستگاه، افزایش آگاهی شهروندان نسبت به حقوق متقابل خود و دستگاه، اطلاع‌رسانی خدمات به مردم، در دسترس عموم قرار گرفتن اطلاعات مالی و گزارش عملکرد دستگاه، شفافیت در ساختار قانونی، توسعه دولت الکترونیک و بهره‌مندی از فناوری‌های نوین از جمله مصادیق دیگر شفافیت می‌باشند. ارتباط استراتژیک با اهمیت حفظ، تغییر یا تقویت تصاویر سازمان در میان سهام‌داران مرتبط است و بر اساس این استدلال توجیه می‌شود که امکان باز بودن و شفافیت بین اعضای سازمان و بین سازمان، ذینفعان و حوزه عمومی وجود دارد (خلیل نژاد و رضایی راد، ۱۳۹۷). ادبیات موجود نشان می‌دهد شفافیت از مؤلفه‌های حکمرانی خوب می‌باشد و نیز با توجه به نقش ارتباطات استراتژیک در آگاه‌سازی مردم و شفاف‌سازی امور، فرضیه اول پژوهش به شرح ذیل ارائه می‌شود:

فرضیه (۱): بین ارتباطات استراتژیک و شفافیت و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

تأثیر ارتباطات استراتژیک بر استقرار مسئولیت‌پذیری

نهادها باید در ارتباط با تأثیرگذاری سیاست‌هایشان در برابر جامعه مسئولیت‌پذیر باشند (حاجی نژاد، ۱۳۹۵). نیل به این هدف تنها زمانی امکان‌پذیر است که نهادهای تصمیم‌گیر نسبت به تأمین خواسته‌ها و تمایلات افراد احساس مسئولیت داشته باشند (صحرائی و محمدی نیا، ۱۳۹۷). مسئولیت‌پذیری به‌عنوان یک الزام و تعهد درونی از سوی فرد برای انجام مطلوب همه فعالیت‌هایی که بر عهده او گذاشته شده، می‌باشد. (درویش و رضانیان، ۱۳۹۷) فرافکنی و توهّم توطئه از جمله مواردی هستند که همواره برای فرار از مسئولیت‌پذیری بکار گرفته شده‌اند (محمودی و همکاران، ۱۳۹۲). در حکمرانی خوب، سازمان‌ها و نهادها باید در خدمت ذینفعان و در قبال وظایف محوّل شده مسئول باشند. هر مشکل یا بحران در سطح جامعه را باید سازمان و بخش مربوط مدیریت کند و هیچ

معضلی وجود نداشته باشد که کسی خود را در قبال آن مسئول نداند) آرای و همکاران، (۱۳۹۶) مسئولیت‌پذیری یک امر حیاتی برای حکمرانی خوب است، البته بدون وجود شفافیت و قانونمندی قابل اجرا نیست. مسئولیت‌پذیری حکومت در مقابل مردم و نیز مردم در مقابل حکومت و جامعه، عنصر مهم در ایجاد رابطه دوسویه و همکاری جویی و عدم شکاف بین حکومت و جامعه است که امروزه به دلیل پیچیده شدن جوامع و گسترش نیازها، این دوسویگی و تعامل برای ایجاد و استمرار حکمرانی ضروری است (امامی و شاکری، ۱۳۹۴). تعیین شرح شغل و تقسیم‌کار مناسب بین افراد سازمان، در سرلوحه قرار گرفتن تلاش در جهت ارائه خدمات مناسب به مخاطبان در اقدامات سازمان، ارتقای وجدان کاری کارکنان و انضباط مالی و اداری تهیه و ابلاغ دستورالعمل ارائه خدمات به مردم و تدوین برنامه ارتقای فرهنگ‌سازمانی منجر به مسئولیت‌پذیری می‌شوند. ارتباطات استراتژیک کمک بزرگی در عملیاتی شدن مصادیق مسئولیت‌پذیری می‌شود. لذا بر اساس مطالب فوق و در جهت نوآوری در پژوهش حاضر، فرضیه دوم عبارت است از:

فرضیه (۲): بین ارتباطات استراتژیک و مسئولیت‌پذیری و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

تأثیر ارتباطات استراتژیک بر استقرار مشارکت

مشارکت به معنای مشورت کردن با شهروندان به صورت منظم و مداوم و مشارکت شهروندان در تصمیم‌سازی دولت است (حیدری، ۱۳۹۱). مشارکت فرایندی است که به وسیله آن مردم تأثیر و کنترل خود را بر طرح‌های توسعه خواهند گذاشت (ابوالفتحی و قنبری، ۱۳۹۸). لازمه بقا و تداوم زندگی جمعی و گروهی می‌باشد و ضرورت وجود آن به دوره‌های خاص و علمی خاص محدود نمی‌شود، بلکه در همه‌جا ضرورت خاص خود را دارد (زینلی و همکاران، ۱۳۹۷). میزان مشارکت مردم در امور جامعه یکی از کلیدی‌ترین پایه‌های حکمرانی خوب به شمار می‌رود و می‌تواند به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم (از طریق نهادهای قانونی) صورت گیرد (صدرایی، ۱۳۹۶). مشارکت مردم سبب تقویت سرمایه اجتماعی شده و به واسطه نقش مهمی که در توسعه ایفاء می‌نماید و کارکردهای مثبت و منفی که برای جامعه دارد، اهمیت مهمی برای تقویت آن احساس می‌شود (حیدرآبادی، ۱۳۹۶). حق اظهارنظر آزاد و ارائه پیشنهاد در مورد تصمیمات و فرآیندهای

اداری، نقد سیاست‌ها، فرآیندها، تصمیمات و اقدامات دستگاه، بهره‌گیری از نهادهای جامعه مدنی و زمینه‌سازی برای جذب و استفاده از ظرفیت‌های مردمی در نظام اداری و فراهم نمودن فرصت کافی برای طرح سؤال توسط مردم در رابطه با برنامه‌های سازمان در این پژوهش به‌عنوان مصادیق مشارکت موردبررسی قرار گرفتند، امیرپور و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق خود نتیجه می‌گیرند هر قدر سه‌جانبه‌گرایی در ساختار تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی سازمان تأمین اجتماعی محقق شود، اعتمادسازی بین شرکای اجتماعی سازمان تقویت شده و شاخص‌های حکمرانی خوب به‌خصوص شفافیت و پاسخگویی و اجماع‌گرایی بیش از گذشته نمایان خواهد شد. همچنین دوله و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود نتیجه گرفتند شبکه‌های ارتباطی متشکل از نهادهای مدنی در موضوعات مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی می‌توانند با جلب اعتماد شهروندان، خواست‌ها و مطالبات مردم را به شکل سازمان‌یافته و منسجم مطرح کنند و به‌این‌ترتیب با تقویت مشارکت، انسجام و همبستگی مدنی برای جامعه بهتر و مطلوب آماده شوند. سپهوند و همکاران (۱۳۹۸) بیان داشتند ارتباطات استراتژیک ابزاری است برای توسعه سرمایه اجتماعی و جلب مشارکت مردم؛ بنابراین با توجه به ادبیات موجود، فرضیه سوم به شرح ذیل پیشنهاد می‌شود:

فرضیه (۳): بین ارتباطات استراتژیک و مشارکت و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

تأثیر ارتباطات استراتژیک بر استقرار پاسخگویی

پاسخگویی به معنای جوابگو بودن است و می‌توان آن را وظیفه یک شخص برای توضیح و توجیه رفتار و همچنین پذیرش انتقاد از دیگران تعریف نمود. (جلالی و اثر، ۱۳۹۵) هر دولتی نیازمند یک سیستم پاسخگویی است، زیرا لازمه دموکراسی، داشتن یک سیستم پاسخگویی می‌باشد (آهنی و همکاران، ۱۳۹۸). هنگامی که در یک جامعه آزادی‌های قانونی و جریان آزاد اطلاعات که از مصادیق‌های بارز حق اظهارنظر و پاسخگویی هستند، وجود داشته باشد، می‌تواند به تقویت آگاهی‌های عمومی و شفافیت اجتماعی و اقتصادی و سیاسی در یک کشور منجر شود (دوله و همکاران، ۱۳۹۸) پاسخگویی سازمانی، پاسخگویی سیاسی، پاسخگویی قانونی، پاسخگویی اداری و پاسخگویی حرفه‌ای، ابعاد پنج‌گانه پاسخگویی مدیران دولتی می‌باشند (آرایی، ۱۳۹۰). نوفیانتی و سوسنو (۲۰۱۴) در تحقیق

خود نتیجه گرفتند که پیاده‌سازی شایستگی دستگاه حکومت محلی و حرفه‌ای بودن دستگاه کنترل داخلی این حکومت، دارای تأثیری معنادار بر پیاده‌سازی حکمرانی خوب و دارای تأثیری معنادار بر کارایی پاسخگویی حکومت محلی می‌باشند (امینی شاد، ۱۳۹۸). ایجاد فرصت کافی برای طرح سؤال توسط مردم در رابطه با عملکرد دستگاه، اهتمام سازمان به انتشار سالانه اهداف، طرح‌ها و عملکرد دستگاه، پاسخگو بودن کارکنان در برابر عملکرد و تصمیمات در سازمان، ارائه بازخورد مناسب به شکایت مردم، وجود استانداردهای اخلاقی و ترویج ارتقای تعهدات اخلاقی و دینی و وجدان کاری و تدوین و ابلاغ حدود انتظارات به واحدهای اداری و کارکنان گزارش‌گیری مستمر از کارکنان با توجه به حدود انتظار ابلاغ‌شده تشویق و تنبیه کارکنان با توجه به نتایج ارزیابی عملکردها و پاسخگویی واحدها و کارکنان به دستگاه‌ها و بخش‌های نظارتی و رسانه‌ها و افکار عموم، مصادیق مؤلفه پاسخگویی، به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های حکمرانی خوب هستند. ارتباطات استراتژیک موجب ایجاد تعهد در کارکنان و دستیابی به اهداف تعیین‌شده می‌شود و آنان را پاسخگو می‌کند (زنوزی، ۱۴۰۰). بر اساس مطالب مطروحه، فرضیه چهارم عبارت است از:

فرضیه (۴): بین ارتباطات استراتژیک و پاسخگویی و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

تأثیر ارتباطات استراتژیک بر حاکمیت قانون

حاکمیت قانون میزان احترام عملی است که دولتمردان و شهروندان یک کشور برای نهادهایی قائل هستند که باهدف وضع و اجرای قانون و حل اختلاف ایجادشده‌اند. (پاشایی و سرمدی، ۱۳۹۸) میزان اعتمادبه‌نفس مأموران دولتی و رعایت قوانین جامعه و به‌ویژه کیفیت اجرای مقررات، حقوق مالکیت، پلیس و دادگاه‌ها و بیانگر حاکمیت قانون می‌باشند (Kaufmann, 2010) حاکمیت قانون در جامعه‌ای وجود دارد که مجموعه‌ای شناخته‌شده از حقوق و حدود برای تمام آحاد جامعه اعم از دولتمردان و مردم عادی وجود داشته باشد و مورد احترام واقع گردد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۶). حکمرانی خوب نیازمند چارچوب‌های قانونی بی‌طرفانه‌ای است که غیر مغرضانه اجرا شوند.

(نوربخش و همکاران، ۱۳۹۸) مصادیق حاکمیت قانون عبارت‌اند از: مصون بودن از تبعیض در نظام‌ها، فرآیندها، تصمیمات اداری و تنظیم و ابلاغ مقررات، مصون بودن از شروط اجحاف‌آمیز در توافقات، معاملات و قراردادهای اداری، وجود قوانین و مقررات

عادلانه و تسهیل کننده، توزیع برابر فرصت ها و شایسته سالاری مبتنی بر اخلاق اسلامی در انتصاب و ارتقای مدیران که با طراحی ارتباطات استراتژیک عملیاتی می شود، یگانگی و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیق خود نتیجه می گیرند قانون گرایی از میان شش شاخص حکمرانی خوب در اولویت قرار می گیرد. همچنین ارتباطات استراتژیک، اجرا، شکل دادن یا دفاع از مشروعیت در سازمان ها بین مدیران و همکاران و بین سازمان ها و جامعه بوده و در استقرار حاکمیت قانون مؤثر است. در ادبیات موجود حاکمیت قانون از مؤلفه های حکمرانی خوب تلقی شده است. با توجه به نکات فوق فرضیه پنجم عبارت است از:

فرضیه (۵): بین ارتباطات استراتژیک و حاکمیت قانون و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

تأثیر ارتباطات استراتژیک بر انعطاف پذیری

حکمرانی نوین مستلزم انعطاف پذیری و تغییر همیشگی قواعد و اذعان به اجتناب ناپذیر بودن تغییر مقررات به هنگام مواجهه با مشکلات و تغییرات است که بیش از آنکه مورد هزینه اضافی باشد، خود یک مزیت محسوب می شود. (زارعی و همکاران، ۱۳۹۶) ارتباطات استراتژیک بر محیط سازمان نظارت می کند، رهبری فکری و نوآوری و مقاومت در برابر بحران را افزایش می دهد (زنوزی، ۱۴۰۰). مؤلفه های انعطاف پذیری سازمانی عبارتند از: آگاهی از وضعیت، تصمیم گیری، نوآوری و خلاقیت، استفاده از دانش، منابع درونی و یگانگی هدف (محمودی و همکاران، ۱۳۹۶)، همچنین چابک سازی، متناسب سازی و منطقی ساختن تشکیلات نظام اداری، عدم تمرکز اداری و سازمانی با رویکرد افزایش اثربخشی، سرعت و کیفیت خدمات، اشاعه فرهنگ و بهبود مستمر به منظور پویایی نظام اداری و ایجاد انگیزه جهت مشارکت مستمر کارکنان از جمله مصادیق انعطاف پذیری می باشند تفکریان (۱۳۹۶). در پژوهش خود نتیجه می گیرد که بین احساس مؤثر بودن، احساس شایستگی، احساس داشتن حق انتخاب، احساس معنادار بودن شغل کارکنان سازمان تأمین اجتماعی ایران با حکمرانی خوب سازمانی رابطه مثبت وجود دارد. طبق موارد فوق، فرضیه ششم پژوهش عبارت است از:

فرضیه (۶): بین ارتباطات استراتژیک و انعطاف پذیری و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی تحقیق

در بخش چارچوب نظری برای تشریح مباحث ارتباطات استراتژیک و شناسایی مؤلفه‌های حکمرانی خوب و سوابق پژوهش از روش کتابخانه‌ای بهره گرفته شد. برای جمع‌آوری اطلاعات و گردآوری نظریات خبرگان در زمینه سؤالات و فرضیه‌های تحقیق از ابزار پرسشنامه استفاده گردید. در زمینه طرح ارتباطات استراتژیک حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ۱۴ سؤال، در خصوص ویژگی‌های ذاتی ارتباطات در راستای استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ۱۰ سؤال و در زمینه ویژگی‌های اساسی حکمرانی خوب، قطعنامه کمیسیون حقوقی سازمان ملل متحد (شفافیت، مسئولیت، پاسخگویی، مشارکت، حاکمیت قانون و انعطاف‌پذیری) مورد استفاده قرار گرفت و برای هر یک از ۶ مؤلفه‌های مذکور، با توجه به اسناد بالادستی، قوانین و مقررات از جمله برنامه‌های اصلاح نظام اداری و مقررات مرتبط با حکمرانی خوب در کشور، ۱۲ سؤال و در مجموع ۴۲ سؤال اصلی طراحی گردید. جامعه آماری تحقیق، خبرگان در زمینه "ارتباطات استراتژیک" و "حکمرانی خوب" شاغل در مجموعه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی می‌باشند که عبارت‌اند از: حوزه وزارتی، معاونت‌های روابط کار، فرهنگی و اجتماعی، رفاه اجتماعی، توسعه مدیریت و منابع، توسعه کارآفرینی و اشتغال، امور تعاون، امور مجلس، حقوقی و استانها و امور اقتصادی، همچنین از سازمان‌های زیرمجموعه وزارتخانه مزبور شامل: تأمین اجتماعی، بهزیستی، آموزش فنی و حرفه‌ای، صندوق بازنشستگی، صندوق بیمه اجتماعی روستاییان و عشایر، شرکت سرمایه‌گذاری تأمین اجتماعی، صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری تعاون، صندوق کارآفرینی امید، صندوق حمایت و بازنشستگی کارکنان فولاد، بانک رفاه کارگران و بانک توسعه تعاون. در داخل این جامعه آماری که ۱۸۰ نفر می‌باشند، از روش نمونه‌گیری هدفمند برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد و با در نظر گرفتن دو اصل دانش و تجربه در مجموع ۷۰ نفر انتخاب گردید. قلمرو زمانی تحقیق، سال ۱۳۹۹ و قلمرو مکانی ستاد و سازمان‌های زیرمجموعه وزارتخانه مزبور می‌باشد. این مقاله برحسب هدف کاربردی و بر اساس شیوه گردآوری داده‌ها توصیفی بوده و روش آن پیمایش می‌باشد. روایی ابزار اندازه‌گیری با اخذ نظر چهار نفر متخصص خیره و اساتید مطرح که دارای تجربه مؤثر در حوزه ارتباطات استراتژیک و حکمرانی خوب می‌باشند، انجام پذیرفت. در تحقیق حاضر به‌منظور بررسی پایایی پرسشنامه تحقیق

از شاخص آلفای کرونباخ استفاده می شود که با نرم افزار SPSS قابل اندازه گیری است. برای محاسبه شاخص مزبور، مجموعه سؤال های مربوط به یک سؤال اصلی مدنظر قرار می گیرد. بر این اساس نتایج به شرح زیر است:

جدول ۱- پایایی سنجۀ پژوهش

سؤال	آلفای کرونباخ	سؤال	آلفای کرونباخ
تعیین سطوح سازمانی درگیر در طرح ارتباطات استراتژیک	۰/۹۰۷	در راستای کدام استراتژی کلان اجرای حکمرانی خوب؟	۰/۹۴۱
تعیین موضوعات و پارادایم های ارتباطات استراتژیک	۰/۸۷۳	چه کانال هایی شاهره ارتباطات استراتژیک خواهد بود؟	۰/۶۲۳
کمپین ارتباطات استراتژیک در راستای حکمرانی خوب	۰/۹۵۲	کدام مخاطبان مورد هدف ارتباطات استراتژیک هستند؟	۰/۷۸۱
تعیین قابلیت های ارتباطات، اطلاع رسانی و نفوذ ارتباطات استراتژیک	۰/۹۰۳	این مخاطبان در کدام دسته ها تعریف می شوند؟	۰/۷۷۱
چه نوع اطلاعاتی منتشر می شود؟	۰/۸۵۷	مراحل نقشه زمانی طرح ارتباطات استراتژیک	۰/۹۴۸
توسط کدام منبع اطلاعاتی؟	۰/۷۱۷	چه روش ها و سبک هایی برای برانگیختن مخاطبان و جذب بازخوردها به طرح ارتباطات استراتژیک طراحی شده؟	۰/۹۲۴

۰/۸۱	روش‌ها و سبک‌ها چگونه بکار گرفته خواهد شد؟	۰/۸۸۱	کدام ویژگی‌های چینی و گفتمانی؟
۰/۹۶۴	پاسخگویی	۰/۹۶۴	مشارکت
۰/۹۶۶	انعطاف‌پذیری	۰/۹۶	شفافیت
۰/۹۶۵	مسئولیت‌پذیری	۰/۹۶۹	حاکمیت قانون

نتایج و بحث:

۱- یافته‌های توصیفی

جدول ۲: جمعیت پاسخگویان بر حسب جنس

جنسیت	تعداد	درصد
زن	۱۴	۲۰
مرد	۵۶	۸۰
جمع	۷۰	۱۰۰

بررسی نتایج نشان می‌دهد، ۸۰ درصد پاسخگویان مرد و ۲۰ درصد زن بوده‌اند.

جدول ۳- جمعیت پاسخگویان بر حسب سطح تحصیلات

تحصیلات	تعداد	درصد
کارشناسی ارشد	۳۶	۵۱/۴۳
دانشجوی دکترا	۲۴	۳۴/۲۹

۱۰۱ رویکرد ارتباطات استراتژیک نسبت به اجرای نظریه حکمرانی خوب در دستگاه های دولتی ایران ...

دکترا	۱۰	۱۴/۲۹
جمع	۷۰	۱۰۰

بیشترین سهم پاسخگویان از منظر سطح تحصیلات، فارغ‌التحصیلان کارشناسی ارشد با ۵۱/۴۳ درصد و پس از آن‌ها دانشجویان دکترا با ۳۴/۲۹ درصد بوده‌اند.
جدول ۴- جمعیت پاسخگویان برحسب سابقه کار

سابقه کار	تعداد	درصد
۱۵ تا ۲۰ ساله	۳۴	۴۸/۵۷
۲۱ تا ۲۵ ساله	۱۸	۲۵/۷۱
۲۶ تا ۳۰ ساله	۱۶	۲۲/۸۶
۳۱ ساله و بیشتر	۲	۲/۸۶
جمع	۷۰	۱۰۰

بیشترین سهم پاسخگویان دارای سابقه کار ۱۵ تا ۲۰ سال (۴۷/۵۸ درصد) و کمترین درصد به پاسخگویان با سابقه کار ۳۱ ساله و بیشتر (۲/۸۶ درصد) اختصاص دارد.

۲- یافته‌های استنباطی (آزمون فرضیه‌های تحقیق)

از آنجاکه داده‌های تحقیق در قالب پرسش‌های با طیف لیکرت اندازه‌گیری شده است، لذا برای بررسی ارتباط حوزه‌های مختلف با یکدیگر، ضریب همبستگی پیرسون برای داده‌های فاصله‌ای استفاده شده است. بر این اساس فرضیه‌های مطرح در این تحقیق با استفاده از نرم‌افزار spss مورد آزمون قرار گرفته است. به‌منظور آزمون کردن هر فرضیه تنها به مقدار ضریب همبستگی اکتفا نشده است، بلکه آزمون فرضی بر اساس فرضیه نیز صورت پذیرفته

است. چراکه در مورد تحلیل رابطه همبستگی بین دو متغیر، سؤال‌های زیر همواره مطرح است:

۱- آیا اصولاً رابطه خطی وجود دارد یا نه؟ ۲- در صورت وجود رابطه خطی میزان و جهت رابطه به چه شکلی است؟

سؤال اول با انجام آزمون وجود همبستگی بررسی و سؤال دوم با اندازه‌گیری ضریب همبستگی مذکور پاسخ داده می‌شود. در بررسی وجود رابطه فرض صفر (H_0) بر پایه عدم وجود رابطه استوار است، بنابراین در صورت رد فرض صفر وجود رابطه خطی تأیید می‌شود. لذا می‌توان با روش بهره‌گیری از p-value، فرضیه را رد یا تأیید کرد. در این روش مقدار p-value محاسبه و با سطح معنی‌داری تعیین‌شده (خطای نوع اول) مقایسه می‌شود که مقدار p-value نیز به‌وسیله spss به دست می‌آید. در این تحقیق مقدار سطح معنی‌داری ۰,۰۵ در نظر گرفته شده است. لذا اگر مقدار p-value از مقدار سطح معنی‌داری کمتر باشد، فرض صفر رد می‌شود که به معنی داشتن رابطه خطی است. از سوی دیگر مقدار ضریب همبستگی بین ۱- و ۱+ خواهد بود. هرچه مقدار ضریب همبستگی محاسبه‌شده به ۱- یا ۱+ نزدیک‌تر باشد، میزان همبستگی قوی‌تر یا بیشتر است. همچنین علامت ضریب همبستگی نیز جهت رابطه دو متغیر را بیان می‌دارد. نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق به شرح ذیل می‌باشد:

۱- فرضیه اول تحقیق: بین ارتباطات استراتژیک و شفاف‌سازی و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۵- مقادیر ضریب همبستگی و p-value برای فرضیه اول تحقیق

فرضیه اول تحقیق	مقدار ضریب	مقدار p-value
ضریب همبستگی	۰/۷۰۴	۰/۰۰۰

همان‌طور که در جدول (۵) مشاهده می‌شود، آزمون فرضیه اول پژوهش، بیان می‌دارد که ارتباطات استراتژیک در شفافیت و استقرار حکمرانی خوب تأثیر مثبت و معنادار دارد. مقدار p-value برابر ۰/۰۰۰ است که از سطح معنی‌داری تعیین‌شده در تحقیق حاضر (۰/۰۵) کمتر

می‌باشد. لذا بین ارتباطات استراتژیک و شفاف‌سازی و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد. همچنین از آنجا که ضریب همبستگی، $0,704$ به دست آمده است، وجود رابطه خطی قوی بین آن‌ها، فرضیه مورد تأیید قرار گرفت.

۲- فرضیه دوم تحقیق: بین ارتباطات استراتژیک و مسئولیت‌پذیری و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۶- مقادیر ضریب همبستگی و p-value برای فرضیه دوم تحقیق

مقدار p-value	مقدار ضریب	فرضیه دوم تحقیق
۰/۰۰۰	۰/۶۴۳	ضریب همبستگی

همان‌طور که در جدول (۶) مشاهده می‌شود، مقدار p-value برابر $0/000$ است که از سطح معنی‌داری تعیین شده در تحقیق حاضر ($0,05$) کمتر می‌باشد. لذا بین ارتباطات استراتژیک و مسئولیت‌پذیری و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد. همچنین از آنجا که ضریب همبستگی، $0,623$ به دست آمده است، وجود رابطه خطی نسبت قوی بین آن‌ها نتیجه‌گیری شده، فرضیه مورد تأیید قرار گرفت.

۳- فرضیه سوم تحقیق: بین ارتباطات استراتژیک و مشارکت مخاطبان و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد

جدول ۷- مقادیر ضریب همبستگی و p-value برای فرضیه سوم تحقیق

مقدار p-value	مقدار ضریب	فرضیه سوم تحقیق
۰/۰۰۰	۰/۶۰۹	ضریب همبستگی

همان‌طور که در جدول (۷) مشاهده می‌شود، مقدار p-value برابر $0,000$ است که از سطح معنی‌داری تعیین شده در تحقیق حاضر ($0,05$) کمتر می‌باشد. لذا بین ارتباطات استراتژیک و مشارکت مخاطبان و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد. همچنین از آنجا که ضریب

همبستگی، ۰,۶۰۹ به دست آمده است، وجود رابطه خطی نسبتاً قوی بین آن‌ها نتیجه‌گیری شده و فرضیه مورد تأیید قرار گرفت.

۴- فرضیه چهارم تحقیق: بین ارتباطات استراتژیک و پاسخگویی و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۸: مقادیر ضریب همبستگی و p-value برای فرضیه چهارم تحقیق

مقدار p-value	مقدار ضریب	فرضیه چهارم تحقیق
۰/۰۰۰	۰/۶۲۴	ضریب همبستگی

همان‌طور که در جدول (۸) مشاهده می‌شود، مقدار p-value برابر ۰,۰۰۰ است که از سطح معنی‌داری تعیین شده در تحقیق حاضر (۰,۰۵) کمتر می‌باشد. لذا بین ارتباطات استراتژیک و پاسخگویی و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد. همچنین از آنجاکه ضریب همبستگی، ۰,۶۲۴ به دست آمده است، وجود رابطه خطی نسبتاً قوی بین آن‌ها نتیجه شده و این فرضیه مورد تأیید قرار گرفت.

۵- فرضیه پنجم تحقیق: بین ارتباطات استراتژیک و حاکمیت قانون و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۹- مقادیر ضریب همبستگی و p-value برای فرضیه پنجم تحقیق

مقدار p-value	مقدار ضریب	فرضیه پنجم تحقیق
۰/۰۰۰	۰,۶۲۳	ضریب همبستگی

همان‌طور که در جدول (۹) مشاهده می‌شود، مقدار p-value برابر ۰/۰۰۰ است که از سطح معنی‌داری تعیین شده در تحقیق حاضر (۰,۰۵) کمتر می‌باشد. لذا بین ارتباطات استراتژیک و حاکمیت قانون و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد. همچنین از آنجاکه ضریب

همبستگی، ۰,۶۲۳ به دست آمده است، وجود رابطه خطی نسبتاً قوی بین آنها نتیجه گیری شده و فرضیه مورد تأیید قرار گرفت.

۶- فرضیه ششم تحقیق: بین ارتباطات استراتژیک و انعطاف پذیری و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۱۰- مقادیر ضریب همبستگی و p-value برای فرضیه ششم تحقیق

مقدار ضریب	مقدار p-value	فرضیه ششم تحقیق
۰/۶۸۸	۰/۰۰۰	ضریب همبستگی

همان طور که در جدول (۱۰) مشاهده می شود، مقدار p-value برابر ۰,۰۰۰ است که از سطح معنی داری تعیین شده در تحقیق حاضر (۰/۰۵) کمتر می باشد. لذا بین ارتباطات استراتژیک و انعطاف پذیری و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد. همچنین از آنجا که ضریب همبستگی، ۰/۶۸۸ به دست آمده است، وجود رابطه خطی نسبتاً قوی بین آنها نتیجه گیری شده و فرضیه تأیید می گردد.

نتیجه گیری و پیشنهادات

این پژوهش با طرح این سؤال آغاز شد که چگونه می توان حکمرانی خوب را با رویکرد ارتباطات استراتژیک در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی مستقر نمود و یک الگوی مطلوب ارائه کرد؟ با توجه به اینکه اولویت انتخاب، موضوعی بود که در آن اصل نوآوری رعایت شود، به همین سبب و به دلیل نقش ارتباطات استراتژیک در پیشبرد طرح های مختلف و ضرورت اجرای نظریه حکمرانی خوب باهدف ارتقای اثربخشی نظام اداری و ارتقای سرمایه اجتماعی و اعتماد مردم به دستگاه های دولتی کشورمان، این موضوع انتخاب شد. نتایج کلی پژوهش به شرح ذیل می باشد: تصمیم گیران ارتباطات استراتژیک اجرای نظریه حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی عبارت اند از: شورای معاونین، شورای مدیران، شورای اداری استان، کارکنان. موضوعات و پارادایم های مرتبط با ارتباطات استراتژیک به ترتیب عبارت اند از: ۱- تدوین بیانیه های مأموریت

۲- تدوین استراتژی ارتباطات برای شناسایی مشکلات و حل و اولویت‌بندی موضوعات ۳- تعیین ارزش‌ها و اهداف طرح ارتباطات استراتژیک. شاهراه‌های ارتباطات استراتژیک برای نظریه حکمرانی خوب شامل وب‌سایت اینترنتی، شبکه‌های مجازی، صداوسیما و ارتباطات چهره به چهره می‌باشد.

مخاطبان مورد هدف ارتباطات استراتژیک، عمدتاً در قالب گروه‌های تشکلات کارگری و مراجعین و گیرندگان خدمت طبقه‌بندی می‌شوند و مخاطبان مورد هدف ارتباطات استراتژیک اجرای نظریه حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی هستند. ارتباطات استراتژیک می‌بایستی دارای ارزش‌های قابلیت فهم ساده، جذابیت (به لحاظ مفهومی و بصری) و باورپذیری باشد. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده در خصوص سازوکارهای استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، ترتیب اولویت‌ها عبارت‌اند از: استقرار پاسخگویی، استقرار شفافیت، استقرار مشارکت، استقرار حاکمیت قانون، استقرار مسئولیت‌پذیری و استقرار انعطاف‌پذیری. همچنین با توجه به یافته‌های تحقیق، ارتباطات استراتژیک در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در راستای اجرای نظریه حکمرانی خوب می‌بایستی با ویژگی‌های خاص استقرار یابد که عبارت‌اند از: مبتنی بر هدایت رهبری‌ای واحد بودن، اعتبار آور بودن، گفتگو محور بودن، مبتنی بر تلاش همسو و هم‌افزا بودن، فراگیر بودن، نتیجه‌گرا بودن، فراهم آورنده درکی عمیق از کشور بودن، آینده‌نگر بودن و حاصل یک چرخه ارزیابی، بازبینی و بازطراحی بودن، استقرار یابد.

برای بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق از شش فرضیه استفاده گردید:

آزمون فرضیه اول بیان می‌دارد که بین ارتباطات استراتژیک و شفاف‌سازی و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب همبستگی به‌دست‌آمده (۰/۷۰۴)، وجود رابطه خطی قوی بین آن‌ها نتیجه‌گیری می‌شود. به عبارت بهتر هرچه ارتباطات استراتژیک قوی‌تر باشد، شفافیت بیشتر است. لذا با توجه به نتایج به‌دست‌آمده و اثبات فرضیه اول، ارتباطات استراتژیک موجب ارتقای شفافیت و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی می‌گردد. به عبارت بهتر شفافیت باعث تسهیل دستیابی شهروندان به اطلاعات و درک آن‌ها از سازوکارهای تصمیم‌گیری می‌شود و با بهره‌گیری از رویکرد ارتباطات استراتژیک، می‌توان تصمیم‌گیری را بهبود بخشید، پاسخگویی را افزایش و آگاهی مردم را ارتقا داد. لذا با توجه به نتایج به‌دست‌آمده و اثبات فرضیه اول، برقراری ارتباطات استراتژیک موجب ارتقای شفافیت و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی می‌گردد.

آزمون فرضیه دوم بیان می‌دارد که بین ارتباطات استراتژیک و مسئولیت‌پذیری و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد و توجه به ضریب همبستگی، به‌دست‌آمده (۰/۶۲۳)، وجود رابطه خطی نسبتاً قوی بین آن‌ها نتیجه‌گیری می‌شود. به عبارت بهتر هر چه ارتباطات استراتژیک قوی‌تر باشد، مسئولیت‌پذیری بیشتر است. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برای استقرار حکمرانی خوب، باید در خدمت مخاطبان بوده و خود را در قبال وظایف محوله مسئول دانسته و در ارتباط با تأثیرگذاری سیاست‌هایش در برابر جامعه مسئولیت‌پذیر باشد؛ بنابراین در تحلیل و تفسیر نهایی نتایج رد یا اثبات این فرضیه می‌توان گفت، با توجه به اثبات فرضیه، می‌بایستی مؤلفه مسئولیت‌پذیری و استقرار حکمرانی خوب در مجموعه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با رویکرد ارتباطات استراتژیک عملیاتی گردد.

آزمون فرضیه سوم بیان می‌دارد که بین ارتباطات استراتژیک و مشارکت مخاطبان و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد و با توجه به ضریب همبستگی به‌دست‌آمده (۰/۶۰۹)، وجود رابطه خطی نسبتاً قوی بین آن‌ها نتیجه‌گیری می‌شود. به عبارت بهتر هر چه ارتباطات استراتژیک قوی‌تر باشد، مشارکت مخاطبان بیشتر است. میزان مشارکت مردم در امور جامعه یکی مؤلفه‌های حکمرانی خوب به شمار می‌رود و می‌تواند به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم (از طریق نهادهای قانونی) صورت گیرد با توجه به اثبات فرضیه سوم، نتیجه‌گیری می‌شود استقرار مشارکت ذینفعان در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی با رویکرد ارتباطات استراتژیک، قابلیت عملیاتی شدن دارد.

آزمون فرضیه چهارم بیان می‌دارد که بین ارتباطات استراتژیک و پاسخگویی و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد. همچنین با توجه به ضریب همبستگی به‌دست‌آمده (۰/۶۲۴)، وجود رابطه خطی نسبتاً قوی بین آن‌ها وجود دارد. به عبارت بهتر هر چه ارتباطات استراتژیک قوی‌تر پاسخگویی بیشتر است. پاسخگویی که می‌تواند به تقویت آگاهی‌های عمومی و شفافیت اجتماعی و اقتصادی و سیاسی در یک کشور منجر شود؛ بنابراین با توجه به اثبات فرضیه چهارم نتیجه می‌گیریم در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی، پاسخگویی کارکنان و دستگاه در راستای استقرار حکمرانی خوب از طریق ارتباطات استراتژیک تحقق می‌پذیرد.

آزمون فرضیه پنجم بیان می‌دارد که بین ارتباطات استراتژیک و حاکمیت قانون و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد. با توجه به ضریب همبستگی به‌دست‌آمده (۰/۶۲۳)، وجود رابطه خطی نسبتاً قوی بین آن‌ها نتیجه‌گیری می‌شود. به عبارت بهتر هر چه ارتباطات

استراتژیک قوی‌تر باشد، حاکمیت قانون بیشتر است. وجود قواعد مشخص در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در زمینه حقوق متقابل دستگاه و مردم و مصون بودن از تبعیض در نظام‌ها، فرآیندها، تصمیمات اداری و تنظیم و ابلاغ مقررات شفاف در این زمینه نقش مؤثری در حاکمیت قانون دارد. لذا در تحلیل و تفسیر نهایی نتایج رد یا اثبات این فرضیه می‌توان گفت، با توجه به اثبات فرضیه، با رویکرد ارتباطات استراتژیک می‌توان حاکمیت قانون را در راستای استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی ایجاد نمود.

آزمون فرضیه ششم بیان می‌دارد بین ارتباطات استراتژیک و انعطاف‌پذیری و استقرار حکمرانی خوب ارتباط خطی وجود دارد. با توجه ضریب همبستگی، به‌دست‌آمده است، (۰/۶۸۸) وجود رابطه خطی نسبتاً قوی بین آن‌ها نتیجه‌گیری می‌شود. به عبارت بهتر هرچه ارتباطات استراتژیک قوی‌تر، انعطاف‌پذیری بیشتر است. حکمرانی خوب مستلزم انعطاف‌پذیری و تغییر همیشگی قواعد و اذعان به اجتناب‌ناپذیر بودن تغییر مقررات به هنگام مواجهه با مشکلات و تغییرات است؛ بنابراین نتیجه‌گیری می‌شود می‌بایستی مؤلفه‌های انعطاف‌پذیری یعنی چابک سازی، متناسب‌سازی و منطقی ساختن تشکیلات نظام اداری در جهت تحقق انعطاف‌پذیری و عدم تمرکز اداری در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی با رویکرد ارتباطات استراتژیک اجرایی شود.

درنهایت، با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از بررسی میدانی مشخص گردید میان شفاف‌سازی، مسئولیت‌پذیری، مشارکت مخاطبان، پاسخگویی، حاکمیت قانون و استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی رابطه وجود دارد و ضریب همبستگی میان ارتباطات استراتژیک و مؤلفه‌های حکمرانی خوب ۰/۶۴۰ می‌باشد و وجود رابطه خطی نسبتاً قوی بین آن‌ها دارد. به عبارت بهتر هرچه مؤلفه‌های مذکور بیشتر باشد، ارتباطات استراتژیک قوی‌تر یا بالعکس است؛ بنابراین اجرای نظریه حکمرانی خوب با رویکرد ارتباطات استراتژیک امکان‌پذیر است و می‌توان فرایند مشخصی را برای عملیاتی شدن آن در وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی ترسیم نمود.

با توجه به یافته‌های تحقیق پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد:

- پیشنهادهای کاربردی

- تدوین بیانیه مأموریت و استراتژی ارتباطات برای شناسایی مشکلات، اولویت‌بندی موضوع و تعیین ارزش‌ها و اهداف طرح ارتباطات استراتژیک برای استقرار حکمرانی و تدوین

نقشه راه و برنامه زمانی به منظور اجرای طرح ارتباطات استراتژیک به منظور استقرار حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و آگاه سازی مدیران و کارکنان وزارتخانه مزبور از اثرات ارتباطات استراتژیک در جهت استقرار حکمرانی خوب

- تعیین نیازهای کمپین سازی، جلب نظر افکار عمومی به موضوع کمپین ارتباطات استراتژیک اجرای نظریه حکمرانی خوب و اطلاع رسانی به مخاطبان مبتنی ارزش ها و اصول مستقر حکمرانی خوب و شناخت ویژگی های مخاطبان و تهیه و ارسال پیام های مناسب برای آنان، به عنوان ویژگی های چینی و گفتمانی ارتباطات استراتژیک و توجه به عوامل درون سازمانی و محیطی در فرایند رویکرد ارتباطات استراتژیک اجرای نظریه حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و بازمینی، باز برنامه ریزی و بازطراحی برنامه های ارتباطات

- تقویت ارتباطات مؤثر با جامعه مدنی توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مردم و نهادهای مدنی از جمله تشکلات کارگری و کارفرمایی و تعاونی ها و اتحادیه ها و اتاق های تعاون در ارتباطات استراتژیک اجرای نظریه حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، به عنوان مخاطبان مورد هدف برای جذب و استفاده از ظرفیت های مردمی در نظام اداری در اولویت قرار گیرد

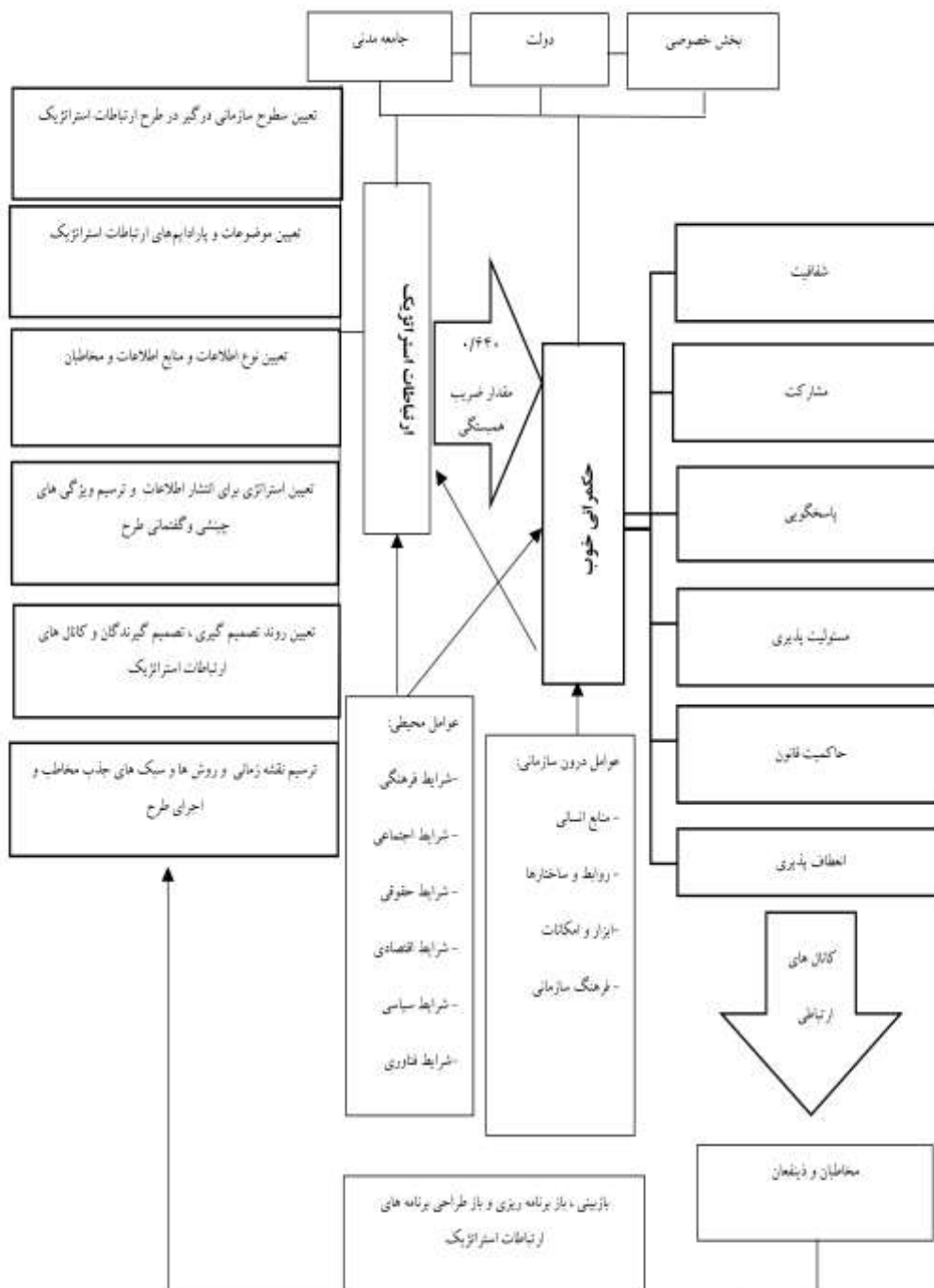
- در راستای ارتقای سرمایه اجتماعی کشور، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی می بایستی نسبت به استقرار نظارت همگانی و نیز ایجاد فضای گفتگوی عمومی و بهره مندی از نظرات، انتقادات و دیدگاه های مردم از طریق سامانه الکترونیکی برای رفع مشکلات احتمالی و بهبود خدمت رسانی به جامعه و فراهم آوردن نقد سیاست ها، فرآیندها، تصمیمات و اقدامات دستگاه بهره بگیرد

- اطلاع رسانی عمومی وظایف و مأموریت های قانونی، بخشنامه ها، دستورالعمل ها، نحوه استفاده مردم از خدمات و نحوه اعتراض به تصمیمات و اقدامات توسط دستگاه، اطلاعات مالی، دسترسی آسان و سریع به خدمات اداری و اطلاع رسانی فرآیند انجام کار مراجعین به صورت مرحله به مرحله، به عنوان مهم ترین مصادیق استقرار شفافیت و رعایت ویژگی های مفید بودن، درست بودن، کامل بودن و به موقع بودن اطلاعات قابل دسترس یا ارائه شده به مردم در فرایند اطلاع رسانی عمومی

- حمایت از روحیه نوآوری و ابتکار و اشاعه فرهنگ‌سازمانی و بهبود مستمر به‌منظور پویایی نظام اداری و بهره‌گیری از مشارکت کارکنان در برقراری ارتباط دوطرفه و شفاف با جامعه هدف و پاسخگو بودن کارکنان در برابر عملکرد و تصمیمات در سازمان، ارائه بازخورد مناسب به شکایت مردم، پاسخگویی واحدها و کارکنان به دستگاه‌ها و واحدهای نظارتی و رسانه‌ها و افکار عمومی

- ارتقای وجدان کاری کارکنان و انضباط مالی واداری، سرلوحه قرار گرفتن منشور کاری در جهت ارائه خدمات مناسب به مخاطبان در اقدامات سازمان و تعیین شرح شغل و تقسیم‌کار مناسب بین کارکنان وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مشخص شدن مسئولیت‌ها و تبیین ارزش‌هایی که انتظار می‌رود در راستای استقرار مسئولیت‌پذیری در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی کارکنان در رفتار و عملشان نشان دهند.

-چابک سازی، متناسب‌سازی و منطقی شدن تشکیلات نظام اداری در جهت تحقق انعطاف‌پذیری و عدم تمرکز اداری و سازمانی با رویکرد افزایش اثربخشی، سرعت و کیفیت خدمات کشوری و استقرار شایسته‌سالاری در انتصابات و انتخاب مدیران متعهد و متخصص در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و اولویت قرار دادن منافع ملی و ضوابط، عملکرد و تجارب مؤثر افراد به‌جای منافع حزبی و گروهی



شکل ۲ - مدل پیشنهادی رویکرد ارتباطات استراتژیک اجرای نظریه حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

- در نهایت می‌توان مدل ذیل را به‌عنوان مدل پیشنهادی رویکرد ارتباطات استراتژیک اجرای نظریه حکمرانی خوب در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، پیشنهاد نمود:

در مدل فوق استقرار ارتباطات استراتژیک به‌منظور اجرای نظریه حکمرانی خوب در وزارتخانه مزبور با برقراری ارتباطات دوجانبه، حمایتی و مشارکت بین دولت، جامعه مدنی و بخش خصوصی عملیاتی می‌گردد و بازیگران دولتی و غیردولتی به‌صورت ترکیبی و همکاری گونه به حل مشکلات می‌پردازند و همگی در عرصه تصمیم‌گیری سهیم هستند. با توجه به اینکه ضریب همبستگی میان ارتباطات استراتژیک و مؤلفه‌های حکمرانی خوب (۰/۶۴۰) می‌باشد و رابطه خطی نسبت قوی بین آن‌ها وجود دارد، همچنین در فرایند تهیه طرح ارتباطات استراتژیک، تعیین سطوح سازمانی درگیر در طرح ارتباطات استراتژیک، تعیین موضوعات و پارادایم‌های ارتباطات استراتژیک، تعیین نوع اطلاعات و منابع اطلاعات و مخاطبان، تعیین استراتژی برای انتشار اطلاعات و ترسیم ویژگی‌های چینی و گفتمانی طرح، تعیین روند تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیرندگان و کانال‌های ارتباطات استراتژیک و در نهایت ترسیم نقشه زمانی و روش‌ها و سبک‌های جذب مخاطب و اجرای طرح به‌منظور دستیابی به مؤلفه‌های حکمرانی خوب (شفافیت، مسئولیت، پاسخگویی، مشارکت، حاکمیت قانون و انعطاف‌پذیری) می‌بایستی مدنظر قرار گیرد. همچنین عوامل درون‌سازمانی و محیطی نیز در فرایند تأثیرگذار می‌باشند که در مدل پیشنهادی نشان داده شده است. در فرایند فوق‌الذکر دستگاه‌های دولتی از طریق کانال‌های ارتباطی به مخاطبان و ذینفعان ارتباط برقرار می‌کنند و بازخورد از طریق بازبینی، باز برنامه‌ریزی و بازطراحی برنامه‌های ارتباطات استراتژیک انجام می‌شود.

-پیشنهادها برای انجام هر چه بهتر تحقیق‌های آتی:

۱ - پژوهشگران با استفاده از نتایج تحقیق‌های انجام‌شده، موانع استقرار نظریه حکمرانی خوب در دستگاه‌های دولتی ج.ا.ا را بررسی و برای رفع آن‌ها راهکار ارائه نمایند ۲-در زمینه نقش روابط عمومی‌های دستگاه‌های دولتی در اجرای نظریه حکمرانی خوب با رویکرد ارتباطات استراتژیک پژوهش انجام شود ۳-افکار سنجی و دریافت بازخورد مردم در زمینه میزان رعایت مؤلفه‌های حکمرانی خوب در دستگاه‌های دولتی ج.ا.ا انجام شود ۴-انجام آسیب‌شناسی اطلاع‌رسانی خدمات دولت در رسانه‌ها از نظر کارکنان دولت و مردم ۵-انجام

نظرسنجی از مردم در خصوص کاربردی بودن سامانه‌های شفافیت در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و در صورت مطلوب بودن نتایج، ارائه پیشنهاد برای اجرای آن در سایر دستگاه‌های دولتی

محدودیت‌های پژوهش: مهم‌ترین محدودیت‌های در این پژوهش کمبود سوابق تحقیقاتی پیرامون ارتباطات استراتژیک و همچنین شیوع بیماری کرونا و لزوم رعایت ضوابط بهداشتی در مقطع زمانی اجرای پژوهش و دور کار بودن صاحب‌نظران در حوزه مورد مطالعه بود که باعث شد دسترسی به آنان و جمع‌آوری اطلاعات به‌سختی انجام پذیرد.

قدردانی و تشکر:

از کلیه صاحب‌نظران وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی که در فرایند جمع‌آوری اطلاعات همکاری لازم را با این‌جانب معمول نمودند، تشکر و قدردانی می‌نمایم

منابع

- آرایی، ف. (۱۳۹۰) نظام پاسخگویی مطلوب در مدیریت دولتی با تأکید بر مدل حکمرانی خوب، دانش ارزیابی، سال ۳، شماره ۱۰، ۸۶-۱۰۷
- آقازاده، م. عسگری، ع. شاهي، ع. فرهمند، آ. (۱۳۹۴)، طراحی مدل فرایندی تدوین استراتژی سازمان‌های حاکمیتی بر مبنای پارادایم حکمرانی شبکه‌ای، فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت سازمان‌های دولتی، دور ۴، شماره یک، ۲۹-۵۲
- آهني، م. موسی خانی، م. نجف بیگی، ر. افشار کاظمی، م. (۱۳۹۸). تحلیل خوشه‌ای جایگاه ایران در جهان و روندهای آتی مبتنی بر مؤلفه‌های حکمرانی خوب، آینده پژوهی مدیریت، سال سی‌ام، شماره ۱۱۶، ۹۹-۱۱۸
- ابراهیم پور، ح. و الیکي، ف. (۱۳۹۵) بررسی نقش حکمرانی خوب در کارآمدی دولت‌ها، اجلاس بین‌المللی نخبگان مدیریت، دانشگاه شهید بهشتی
- ابوالفتحی، م. و لقمان، ق. (۱۳۹۸) بررسی موانع و راهکارهای تحقق حکمرانی خوب در ایران با تأکید بر سرمایه اجتماعی در سطح کلان، پژوهش‌های راهبردی سیاست، سال هشتم، شماره ۹، ۳۸-۱۰
- ابطحی، م. آرایش، ح. سالاری سردری، ف. (۱۳۹۷) بررسی و تبیین حکمرانی شایسته در رویکرد حکمرانی نظام جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه راهبرد سیاسی، سال دوم، ۶۴-۲۷
- امامی، م. شاکری، ح. (۱۳۹۵) حکمرانی خوب و قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، پژوهشنامه حقوق تطبیقی، سال اول، شماره ۲
- امیرپور، ع. فلاح زاده، ع. برزگر، ع. نجفی خواه، م. (۱۳۹۸) کارکرد سه‌جانبه گرایی در تأمین اجتماعی و نقش آن در توسعه شاخص‌های حکمرانی خوب، فصلنامه علوم سیاسی، شماره ۴۸
- امینی شاد، ع. منوریان، ع. امیری، م. (۱۳۹۸) طراحی الگوی حکمرانی خوب در شهرداری تهران، فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، سال سی‌ام، شماره
- باغسنگانی، م. (۱۳۹۵) آشنایی با مفاهیم حقوق عمومی بررسی مفهوم حکمرانی خوب، پژوهشکده شورای نگهبان، دفتر مطالعات نظام سازی اسلامی، ۲۲-۱
- بیگی نیا، ع. صفری، س. مرشیدی زاد، ع. پولادگر، ع. (۱۳۹۱) شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های حکمرانی خوب، چشم‌انداز مدیریت دولتی، شماره ۱۲، ۸۶-۶۵
- پاشایی، ت. و سرمدی، ح. (۱۳۹۷) حکمرانی خوب الگوی درون‌زای توسعه جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه تحقیقات جدید در علوم انسانی، شماره ۱۰، ۱۶۲-۱۴۳
- پور عینی، م. (۱۳۹۷) حکمرانی خوب: جامعه مدنی و تعاونی سازی (مطالعه موردی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان قزوین)، فصلنامه مطالعات حقوق شهروندی، پیاپی ۹
- پناهی، ا. (۱۳۹۷) اثر حکمرانی خوب بر سرمایه فکری در منطقه ویژه اقتصادی بندر امام خمینی (ره)، سومین کنفرانس مدیریت، حسابداری و حسابرسی پویا، تهران، دانشگاه صالحان
- پیمان مجد، مریم. (۱۳۹۰) بررسی شاخص‌های حکمرانی خوب در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، پایان‌نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد، دانشکده حقوق دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی تفکریان، س. (۱۳۹۶) ارتباط بین توانمندسازی سازمانی با حکمرانی خوب در سازمان تأمین اجتماعی، پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، ۱۶۵-۱۵۵
- حاجی نژاد، ع. پایدار، ا. ارشد، ح. (۱۳۹۵) تحلیل جایگاه و تدوین برنامه استراتژیک حکمرانی خوب مطالعه موردی: شهر زاهدان، جغرافیا و توسعه، شماره ۴۲، ۸۲-۶۳

- حیدری، ف. (۱۳۹۱)، قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران در چشم‌انداز حکمرانی خوب، فصلنامه مطالعاتی صیانت از حقوق زنان، ۱۶۰-۱۴۶
- حیدرآبادی ا. و صالح‌آبادی، ا. (۱۳۹۶) سرمایه اجتماعی و توسعه در استان‌های ایران، مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال نهم، شماره دوم، ۶۷-۵۳
- جعفری، ا. و کاویان، ح. (۱۳۹۴) نقش حکمرانی خوب و فساد در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، چهارمین کنفرانس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، ۲۲۴-۲۰۱
- جلالی، م. و اثر، ز. (۱۳۹۵) پاسخگویی دولت: جایگاه، ارکان و پیش‌شرطها، پژوهش‌های حقوقی تطبیقی، دوره ۲۰، شماره یک
- خرازی آذر، ر. (۱۳۹۳) کمیپن دیپلماسی رسانه‌ای؛ عطف به ارتباطات استراتژیک، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه
- خلیل نژاد، ش. و رضایی راد، م. (۱۳۹۷) نقش کلیدی ارتباطات استراتژیک در اجرای استراتژی، دانشگاه علامه طباطبائی، سومین اجلاس مدیریت، حسابداری و حسابداری پویا
- دانایی فر، ح. برزگر، ف. احمدی، ه. (۱۳۹۴) سازوکارهای ارتقای قابلیت‌های سازمانی در بخش دولتی، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت سازمان‌های دولتی، سال سوم، شماره ۱۱، ۸۳-۹۶
- دولتی، ع. درویشی، ف. لطفی، ع. (۱۳۹۲) حکمرانی خوب و کنترل فساد در ایران و سایر کشورها، فصلنامه دانش انتظامی ایلام، سال دوم، شماره ۷، ۶۵-۴۷
- دوله، ف. سیف‌الهی، س. زنجانی، ح. (۱۳۹۸) مطالعه زمینه‌ها و موانع شکل‌گیری حکمرانی خوب در ایران معاصر، فصلنامه علمی-پژوهشی علوم اجتماعی، سال ۱۳، شماره ۲، ۱۵۴-۱۲۳
- درویش، ر. (۱۳۹۷) مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی، دانشگاه علوم قضایی و خدمات اداری
- ذاکری، م. (۱۳۹۷) بررسی گزارش جهانی شاخص‌های حکمرانی با تأکید بر جایگاه ایران، سازمان اداری، استخدامی کشور، فصلنامه تحول اداری، شماره پیاپی ۵۷
- رفیعی فر، ش. (۱۳۹۸) برقراری ارتباط استراتژیک برای ارتقای سلامت، (<https://txtzoom.com>)
- رضوی الهاشم، ب. و قلی‌پور، آ. (۱۳۹۴) نهادگرایی هنجاری، ارائه الگوی حکمرانی مطلوب نمایندگی زنان، زن در فرهنگ و هنر، دوره ۷، شماره ۴، ۵۷۴-۵۳۷
- زارعی، م. حسنونند، م. سلمانی، م. (۱۳۹۶) مفهوم حکمرانی تنظیمی، جسارت‌های حقوق عمومی، سال اول، شماره اول، ۱۴۷-۱۲۴
- زنوزی، س. جعفری، م. (۱۴۰۰) بازتاب ارتباطات استراتژیک در ارزش‌آفرینی کارکنان، پژوهش‌های مدیریت در ایران، دوره ۲۵، شماره ۲، ۷۴-۴۶
- زندیه، ح. و سالاریه، ح. (۱۳۹۱) شفافیت اسنادی و حق دسترسی آزاد به اطلاعات، فصلنامه گنجینه اسناد، سال بیستم و سوم، دفتر اول، ۱۳۲-۱۱۷
- زینلی، ح. سلطانی فر، محمد. مظفری، ا. (۱۳۹۷) بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر توسعه مشارکت اجتماعی، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، سال دهم، شماره چهارم، ص ۹۷-۱۰۸
- سردار نیا، خ. (۱۳۹۶) حکمرانی در ایران، آسیب‌شناسی و ارائه راهبردها، راهبرد توسعه، شماره ۴۹
- سلطانی نژاد، ا. و گودرزی، س. (۱۳۹۶) فناوری اطلاعات و تحول در مفهوم حکمرانی خوب، فصلنامه سیاست، دور ۴۷، شماره یک، ۹۷-۷۹
- سپهوند، ر. جعفری، م. ویشلیقی، م. (۱۳۹۸) قدرت ارتباطات استراتژیک و توسعه سازمانی در شرکت‌های دولتی درگذر زمان، مدیریت بهبود، دوره ۱۳، شماره ۴، ۱۸۷-۱۶۵

- شمس، ع. (۱۳۹۰) مقدمه‌ای بر مهندسی نظام کنترل و نظارت برای جلوگیری از پیدایش فساد نظام‌مند، فرایند مدیریت توسعه، دوره ۲۵، شماره یک، ۱۷۸-۱۴۹
- صانعی، م. (۱۳۸۵) حکمرانی خوب مفهومی نو در مدیریت دولتی، ماهنامه تدبیر، سال هفدهم، شماره ۱۷۸، ص ۲۶-۳۳
- صحرایی، ع. و محمودی نیا، ا. (۱۳۹۷) الگوی حکمرانی خوب: چارچوبی برای تحلیل اقتصاد سیاسی دولت هاشمی رفسنجانی، مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، دوره ۸، شماره ۲، ۲۲۶-۲۰۸
- صدرایی، س. (۱۳۹۶) درآمدی بر مبانی نظری حکمرانی خوب، پژوهش ملل، دوره دوم، شماره ۱۹، ۳۷-۲۳
- عزب‌دفتر، آ. و رجیبی، ح. (۱۳۹۸) تأثیر حکمرانی خوب بر سلامت سازمانی با توجه به نقش میانجی رفتار سیاسی، چشم‌انداز مدیریت دولتی، سال دهم، شماره ۱، ۱۵۷ - ۱۴۲
- عبدالحسین زاده، م. و ثنائی، م. (۱۳۹۴) تبیین مفهوم و کاربرد شفافیت در عرصه حکمرانی و اداره امور دولت، دانشگاه تهران، نخستین کنفرانس ملی مدیریت دولتی ایران: خط‌مشی گذاری عمومی
- قطبی، م. (۱۳۹۴) مروری بر مفهوم فساد و برنامه‌های جهانی رایج علیه آن، گزارش پژوهش، سال ۸، شماره ۸۲
- کریمی، م. دورباش، م. حیدریان، م. (۱۳۹۶) بررسی نقش و اثرات حکمرانی خوب در رشد اقتصادی ایران، اولین همایش بین‌المللی برنامه‌ریزی اقتصادی، توسعه پایدار و متوازن اقتصادی، رویکردها و کاربردها، دانشگاه کردستان
- کریم پور، س. عبدینی، ص. عزیزخانی، ا. (۱۴۰۰) مطالعه نقش کیفیت حکمرانی خوب در رفاه عمومی (مورد مطالعه: کشورهای عضو سازمان همکاری اسلامی و عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه)، مطالعات جامعه‌شناسی، شماره ۵۱، ۲۷-۴۷
- کمالی، ی. (۱۳۹۲) تأثیر شفافیت اقتصادی در پیشگیری و مبارزه با فساد اقتصادی، گزارش پژوهشی، سال ششم، شماره ۴۹
- مفتح، م. قاسمی، غ. کردنژاد، ن. (۱۳۹۴) امکان‌سنجی اجرای نظریه حکمرانی خوب در جوامع اسلامی با تأکید بر جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه پژوهشی حقوق اسلام و غرب، سال دوم، شماره دوم، ۱۷۹-۱۵۲
- محمودی، د. (۱۳۹۶) مروری بر انعطاف‌پذیری سازمانی و مؤلفه‌های آن در سازمان‌های انعطاف‌پذیر، دهمین همایش تازه‌های علوم بهداشتی کشور، ۸۵-۶۰
- محمودی، ج. رونقی، م. (۱۳۹۲) تعیین وزن و رابطه بین شاخص‌های حکمرانی خوب در ایران، فصلنامه مطالعات راهبردی، سال شانزدهم، شماره ۴
- مولایی، س. ایراندوست، م. احمدیان، ج. بهمنی، ک. (۱۳۹۸) ارتباط رهبری اخلاقی با حکمرانی خوب در سازمان‌های دولتی، فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، سال چهاردهم، شماره ۴، ۱۴۶-۱۳۹
- مرادی، ا. رهنما، ع. حیدریان، س. (۱۳۹۶) تأثیر شاخص‌های حکمرانی خوب در کنترل فساد، فصلنامه اقتصاد مقداری، دوره ۱۴، شماره ۴، ۱۸۲-۱۵۱
- مرشدی زاده، ع. (۱۳۹۶) حکمرانی خوب، و حکمرانی مطلوب در تمدن نوین اسلامی، دو فصلنامه آینده‌پژوهی ایران، سال دوم، شماره سوم
- نوربخش، ب. ساعی، ا. میر ترابی، س. (۱۳۹۸) جایگاه حکمرانی خوب در اسناد بالادستی جمهوری اسلامی ایران و اندیشه امام خمینی (ره)، فصلنامه رهیافت، سال سیزدهم، شماره ۴، ۱۳۰-۱۱۱
- یاراحمدی، م. الماسی فر، م. (۱۳۹۶) ارزیابی وضعیت حکمرانی در سازمان‌های دولتی، اولین همایش بین‌المللی برنامه‌ریزی اقتصادی، توسعه پایدار و متوازن منطقه‌ای، رویکردها و کاربردها، دانشگاه کردستان

یکانگی، س. الوانی، س. معمارزاده، ق. (۱۳۹۵) اولویت بندی شاخص های حکمرانی خوب در سازمان های کارا (مطالعه موردی شعب بانک رفاه کارگران استان قزوین)، خطمشی گذاری عمومی در مدیریت، شماره ۲۱، ۱-۱۰

- Agostino G, Dunne J. (2014) Government spending, corruption and economic growth .Article in World Development
- Argenti, Paul A. (2017) Strategic Communication in the C-Suite communication, International Journal of Business Communication
- Allison, J. (2017) Advancing Strategic Communication through Mission Statements: Creation of a Natural Language Taxonomy, Academy of Strategic Management Journal University of Mount Olive
- Botan, C. (2017) Strategic Communication Theory and Practice : The Correlational Model (<https://www.wiley.com>)
- Frey .K. (2008) Development, Good Governance, and Local Democracy.Catholic University of Paraná, Postgraduate Programme in Urban Management, Brazil39 – 73
- Hallahan .K. (2007) Defining Strategic Communication.Journalism and Technical Communication .Colorado State University553576- Urban Governance Essentials, Shifts, and Values .Urban Affairs Review (2013) Frank.Hendriks
- Jasmine, R. (2017) what is strategic communication? Chapter 1: Defining Strategic communication, (<https://ohiostate.pressbooks>)
- Kaufmann, D. (2010) The World Wide Governance Indicators: Methodology and Analytical Issues, The World Bank Development RessarchGroup Macro economics and Growth Team September.
- Kraipomsak, P. (2018) good Governanceand economic growth:an investigation of Thailand selected Asian countries .
- kim, y.) 2018(Strategic management approach for effective internal crisis communication, Effectiveinternal crisis communication
- Kumar, p. (2018) human right protection and good governance, Publisher: Regal Publication F-Rajouri Garden, Rajouri Garden, New Delhi
- Levi- Faur, D. (2012) From “Big Government” to “Big Governance” The Oxford Handbook of Governance
- Liao and Shung .H. (2016) Impact of Vision, Strategy, and Human Resource on Nonprofit Organization .6th International Research Symposium in Service Management, Malaysia . Social and Behavioral .Sciences 20 – 27
- MIRA, R. & hammadache, A. (2017) Good Governance and Economic Growth, Asian Journal of Middle Eastern and Islamic Studies, 107- 126
- Moral, M. and Vicente J. M.(2018) Economic freedom, good governance and the dynamics of Development, Department of Applied Economics, Universidad Autónoma de Madrid, Madrid, Spain45-65
- Porter, J. (2015) A step by step guide to creating a communications strategy, (<https://www.jrmyprtr.com/create-communications-strategy>)
- Qiu .Y. (2019) Governance of institutional complexity in megaproject organizations .a School of Management and Engineering, Nanjing, China.International Journal of Project Management . 425– 443
- Ratbek, D. (2014) Corruption and growth: The role of governance, public spending, and economic development, Department of Economics, Monash University, Victoria, Australia,202–215

- Steyn, B. and Monica N. (2007) Communication strategy for community development: a case study of the Heifer project - South Africa
- Steyn, B. (2012) Conceptualizing strategic communication management (SCM) in the context of governance and stakeholder inclusiveness, Faculty of Economic and Management Sciences, University of Pretoria
- Sen, K. (2014) Governance and Development Outcomes in Asia, ADB Economics Working Paper Series BWPI, University of Manchester, United Kingdom
- stevko, R. (2015) Strategic Marketing Communication in Pilgrimage Tourism, International Conference on Strategic Innovative Marketing, Madrid, Spain, 423-430
- Thomas, G. and Kimberlie J. S. (2015) An Introduction to Strategic Communication, International Journal of Business Communication, 3-11
- Vian T. and William J. (2014) Good governance and budget reform in Lesotho Public Hospitals, University School of Public Health, Boston USA, 673-684

Strategic Communication Approach to the Implementation of the Theory of Good Governance in Iranian Government (Case Study of the Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare) and Presenting an Optimal Model

B. Lotfi¹, Z. Kharazi Mohammadvandi Azar², A. Mozaffari³

Received: 2021/5/3

Accepted: 2022/5/13

Abstract

The Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare, in order to gain public trust and achieve its mission, including organizing the cooperative sector and promoting efficiency in cooperatives, can establish good governance components through the use of strategic communications. The aim of this study was to investigate the effect of strategic relationships on the establishment of good governance theory in the ministry and provide a favorable model and in terms of practical purpose and method of data collection is descriptive and its method is survey. A questionnaire was used to test the research hypotheses and Cronbach's alpha index was used to assess the reliability of the questionnaire. The results of this study show that there is a linear relationship between strategic communication and good governance components including transparency, accountability, participation, accountability, rule of law and flexibility, and the priorities of good governance components in this ministry are establishing transparency and accountability. Also, strategic relations in the Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare in order to implement the theory of good governance need to be established with characteristics such as: leadership-based unity, credibility, dialogue-oriented, based on concerted effort and synergy Being inclusive, result-oriented, providing a deep understanding of the country, being forward-looking and the result of a cycle of evaluation, review and redesign.

Keywords: Strategic Communication, Good Governance, Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare, Transparency, Accountability

1. Deputy Director General of Inspection of the Ministry of Cooperatives, Labor and Social Welfare. Tehran. Iran.

2. Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran, Iran.

* Corresponding Author

cyber.diplomacy@gmail.com

3. Associate Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Islamic Azad University of Science and Research, Tehran, Iran.