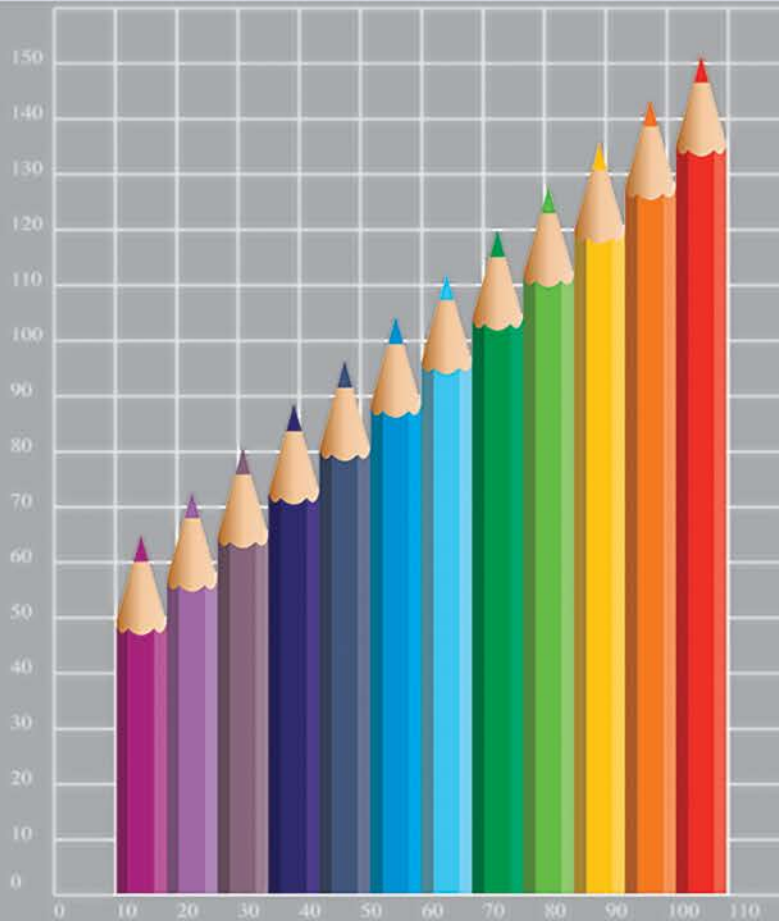




پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

# میزان رضایت مندی دریافت کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

داریوش یعقوبی / حسین نوری نیا





میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات  
از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی



**میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات  
از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی**

پژوهشگران

داریوش یعقوبی، حسین نوری‌نیا



مجلس شورای اسلامی  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

سرشناسه	: یعقوبی، داریوش، ۱۳۴۲-
عنوان و نام پدیدآور	: میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ گزارش یک پژوهش/ (تحقیق و پژوهش) داریوش یعقوبی، حسین نوری‌نیا.
مشخصات نشر	: تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۰.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۵۸۱۸-۳۲-۱ ریال: ۴۰۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: ایران -- وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی -- ارزشیابی -- نمونه‌پژوهی
موضوع	: سازمان‌های دولتی -- ایران -- ارزشیابی
شناسه افزوده	: نوری‌نیا، حسین، ۱۳۴۴ - محقق
شناسه افزوده	: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۰ ۷۶/۷۷۶۲۱/۷ HM۶۲۱
رده‌بندی دیویی	: ۳۰۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۵۲۵۱۵۶



## میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

تحقیق و پژوهش: داریوش یعقوبی - حسین نوری‌نیا

ویراستار ادبی: حبیب‌رانی تهرانی

صفحه‌آرا: حسین آذری

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۸۱۸-۳۲-۱

نوبت چاپ: اول - دی ۱۳۹۰

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۴۰۰۰۰ ریال

چاپخانه: طنین پاسارگاد

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.

در صورت تخلف پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پابین‌تر از میدان ولیعصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

صندوق پستی ۶۴۷۴ - ۱۴۱۵۵ تلفن ۸۸۹۱۹۱۷۷ دورنگار ۸۸۹۳۰۷۶

## فهرست مطالب

صفحه	موضوع
۹.....	سخن ناشر
۱۱.....	چکیده
فصل اول - کلیات پژوهش	
۱۵.....	مقدمه.....
۱۶.....	۱. بیان مسئله.....
۱۹.....	۲. اهمیت مسئله.....
۲۱.....	۳. اهداف پژوهش.....
۲۱.....	۴. پرسش‌های پژوهش.....
فصل دوم - چارچوب مفهومی و نظری	
۲۵.....	۱. تعریف و تعیین حدود موضوع.....
۳۵.....	۲. برخوردها یا روابط خدماتی.....
۳۶.....	۳. کیفیت خدمات.....
۳۷.....	۴. ابعاد کیفیت خدمات.....
۳۹.....	۵. سنجش رضایت‌مندی مشتری.....
۴۱.....	۶. گستره موضوع.....
۴۲.....	۱. ۶. پارادایم‌های رضایت مشتری.....
۴۶.....	۲. ۶. مدل‌های سنجش رضایت مشتری.....
۵۵.....	۳. ۶. مدل شاخص رضایت مشتری در اروپا.....
۵۷.....	۴. ۶. مدل شاخص رضایت مشتری در سوئیس.....
۵۸.....	۵. ۶. مدل شاخص رضایت در مالزی.....
۵۸.....	۷. انتظارات مشتری.....
۶۱.....	۸. سازمان ارائه‌دهنده خدمات.....
۶۳.....	۹. مطالعه اکتشافی.....



۱۲۵	..... ۳.۵. توقع عدالت در ارائه خدمات
۱۲۹	..... ۳.۶. نگاهی کلی به سطح توقع ها
۱۳۰	..... ۴. ارزیابی وضع موجود
۱۳۱	..... ۴.۱. وضعیت موجود اطلاع رسانی
۱۳۶	..... ۴.۲. وضعیت موجود عدالت (عدالت درک شده)
۱۴۱	..... ۴.۳. اعتماد به ارباب رجوع
۱۴۲	..... ۴.۴. فراهم کردن امکان طرح مشکلات
۱۴۳	..... ۴.۵. طولانی بودن فرایند دریافت مجوزها
۱۴۵	..... ۴.۶. رضایت از خدمات
۱۴۵	..... ۴.۶.۱. رضایت از موارد فیزیکی
۱۴۷	..... ۴.۶.۲. رضایت از قابل اطمینان بودن خدمات
۱۵۲	..... ۴.۶.۳. رضایت از تضمین خدمات
۱۵۷	..... ۴.۶.۴. رضایت از پاسخگویی
۱۶۵	..... ۴.۶.۵. رضایت از همدلی
۱۶۹	..... ۴.۶.۶. رضایت از نظم اداری
۱۷۰	..... ۴.۶.۷. رضایت کلی از فرایند ارائه خدمات
۱۷۱	..... ۴.۶.۸. رضایت کلی از کیفیت خدمات
۱۷۲	..... ۴.۷. نگاهی کلی به وضع موجود
۱۷۳	..... ۵. بحث و نظر
۱۸۸	..... برخی پیشنهادها
۱۹۱	..... منابع و مأخذ
	پیوست ها
۱۹۷	..... مطالعه اکتشافی
۲۰۶	..... مشروح مصاحبه های کیفی
۲۷۱	..... پرسشنامه





### سخن ناشر

«بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه، هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هرچند جامعه از بعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد ولی پوچ و میان‌تهی است. اگر فرهنگ جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ غرب باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند و بالاخره در آن مستهلک می‌شود و موجودیت خود را در تمام ابعاد از دست می‌دهد.» (امام خمینی(ره)، صحیفه‌نور، ج ۱۵: ۱۶)

رشد و توسعه اقتصادی یا سیاسی بدون توجه به ارزش‌های والای فرهنگی می‌تواند موجبات سستی و اعوجاج در اصول اعتقادی و ملی جامعه را فراهم آورد. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با انجام تحقیقات و پروژه‌های پژوهشی و نیز برگزاری نشست‌های علمی با اصحاب علم و فرهنگ و ارائه نتایج حاصل، در قالب «گزارش پژوهش» یا «کتاب»، تلاش خود را مصروف گسترش ارزش‌های اصیل فرهنگی می‌کند.

امید است با بهره‌گیری از توان علمی پژوهشگران، بتوان گام مؤثری در برنامه ریزی جامع توسعه کشور برداشت.

اثر حاضر، نتیجه پژوهشی است در موضوع «میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» که به کوشش داریوش یعقوبی و حسین نوری‌نیا و با نظارت دکتر پیمان متقی در پژوهشگاه انجام شده و در قالب گزارش پژوهش در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌گیرد.



## چکیده

سنجش رضایت مشتریان را بُعد بیرونی سنجش عملکرد سازمان دانسته‌اند. چه بسا سازمانی از نگاه خود عملکرد مناسبی دارد، ولی از دید مشتریان از وضعیت چندان مناسبی برخوردار نباشد یا برعکس. از این رو، شناخت دیدگاه مشتریان درباره عملکرد سازمان با توجه به رویکردهای مشتری‌مداری، هم اهمیت ویژه‌ای دارد و هم نشان‌دهنده بازخورد بیرونی عملکرد سازمانی است. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان مهم‌ترین سازمان تصمیم‌گیر و مجری در عرصه فعالیت‌های فرهنگی و هنری شناخته شده و با اقشار گوناگون در حوزه هنرهای نمایشی، سینمایی، تجسمی، موسیقی، رسانه‌های مکتوب و دیجیتال، فضا‌های فرهنگی و چاپ و نشر در ارتباط است و خدماتی را به آنها ارائه می‌دهد. برای سنجش رضایت خدمات ارائه‌شده از سوی وزارتخانه به ارباب‌رجوع‌ها، با بهره‌گیری از نظریه‌های موجود در این زمینه و نیز استخراج مفاهیم و متغیرهایی از یافته‌های به‌دست‌آمده از مطالعات اکتشافی و تأملات نظری پژوهشگران، چارچوبی مفهومی تدوین گردید که مبنای طراحی پرسشنامه پژوهش شد. چون روش پژوهش، پیمایش برگزیده شد، تعداد ۱۵۰۰ نمونه از مراجعه‌کنندگان به معاونت‌های فرهنگی، هنری، سینمایی، مطبوعاتی و دفتر رسانه‌های دیجیتال در شهر یور و مهر ۱۳۸۹ انتخاب شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد: نخست آن‌که بین ارزیابی از وضع موجود و وضع مطلوب شکاف قابل‌ملاحظه‌ای وجود دارد؛ به طوری که میانگین نمره‌های بیشتر متغیرها

در وضع موجود بین ۵ تا ۶ و میانگین نمره‌های بیشتر متغیرهای وضع مطلوب بین ۸ تا ۹ بوده است (دامنه تغییرات میانگین بین ۱ تا ۱۰ است). دوم آن‌که ارزیابی از وضع موجود رفتار عادلانه در وزارتخانه در پایین‌ترین حد ارزیابی از وضع موجود قرار داشته است (با میانگین ۳/۹۱). علاوه بر این‌که میانگین سطح توقع از این مقوله ۹/۱۲ بوده است. سوم آن‌که ارزیابی از وضع موجود تضمین خدمات بیشترین میانگین را داشته است و در حد بالای ارزیابی متوسط قرار دارد. علاوه بر این سطح توقع از این مقوله نیز بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است. (میانگین ۹/۴) چهارم آن‌که سطح توقع از مشارکت در تصمیم‌گیری کمترین میزان را داشته که نشان می‌دهد مسئله اصلی مراجعه‌کنندگان نیست. پنجم آن‌که میزان رضایت از دفتر رسانه‌های دیجیتال بیشتر و از معاونت هنری کمتر از دیگر معاونت‌ها بوده است. در نهایت این‌که وضع اطلاع‌رسانی، احساس عدالت و وجود امکانات و سازوکارهایی برای بیان مشکلات بر رضایت‌مندی پاسخگویان مؤثر بوده است.

## فصل اول

### کلیات پژوهش



## مقدمه

سنجش عملکرد سازمان‌ها، یکی از دغدغه‌های مهم مدیریتی محسوب می‌شود. مدیران هر سازمانی تلاش می‌کنند به شیوه‌های گوناگون در هر دوره‌ای بیلان عملکرد سازمان تحت مدیریت خود را مورد بررسی قرار دهند و با شناخت نقاط ضعف و قوت عملکرد و گلوگاه‌های اثرگذار بر رضایت بهره‌مندان از سازمان، راه‌حل‌های مناسبی را برای افزایش کیفیت خدمات (و تولیدات در مؤسسه‌های تولیدی)، طرح و اجرایی نمایند. همچنین، این سنجش عملکرد موجب می‌شود تا بتوان گام‌هایی را در جهت افزایش و ارتقای کیفیت فعالیت‌ها و نیز چگونگی گسترش آن برداشت.

سنجش عملکرد سازمان به طور کلی دارای دو بُعد است: بُعد درونی که سازوکارهای درونی سنجش عملکرد را می‌نمایاند و بُعد بیرونی که سازوکارهای بیرونی سنجش عملکرد را نشان می‌دهد. در بُعد درونی، بررسی‌های کارشناسانه، تدوین گزارش‌های عملکرد، ترازنامه‌ها، گزارش‌های مدیریتی و ... می‌گنجد و در بعد بیرونی دستیابی به نگرش و دیدگاه مخاطبان و بهره‌مندان از خدمات و ارزیابی افراد بیرون از سازمان از عملکرد و جایگاه سازمان جای می‌گیرد. یکی از راه‌های شناخت بیرونی عملکرد، سنجش میزان رضایت‌مندی گروه‌های هدف و بهره‌مندان مستقیم از خدمات و نیز سنجش میزان انتظارات و توقع‌های آنها و فاصله بین این دو



است. بسیاری از سازمان‌ها، بالاخص سازمان‌های بزرگ نیازمند چنین شناختی هستند؛ چرا که تلاش در جهت بهبود خدمات و فرایندها، فارغ از این شناخت نمی‌تواند اثرات مورد انتظار را به همراه داشته باشد. شناخت از ابعاد گوناگون رضایت‌مندی و ارزیابی عملکرد سازمان از دیدگاه بهره‌مندان، وجهی مهم از شناخت عملکرد سازمان است که نشان می‌دهد کدام بخش از توانمندی‌های سازمان مورد توجه استفاده‌کنندگان از خدمات بوده است؟ کدام بخش از دیدگاه آنها به خوبی کار می‌کند؟ کدام بخش‌ها با مشکل مواجه هستند؟ نوع مشکلات موجود در فرایند ارائه خدمات چیست؟

این پژوهش تلاش دارد تا با بهره‌مندی از دیدگاه‌ها و مفاهیم علمی و نیز روش‌های مرسوم در مطالعات سازمانی، عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را از بُعد بیرونی مورد توجه قرار دهد.

### ۱. بیان مسئله

با پیشرفت همه‌جانبه در عرصه‌های مختلف زندگی اجتماعی، رابطه دولت‌ها و ملت‌ها نیز دچار دگرگونی شد، به طوری که این رابطه، پیوسته در حال تعریف مجدد است. یکی از عرصه‌هایی که تجلی ارتباط دولت و ملت است، نظام اداری دولتی و فعالیت دستگاه‌های دولتی است که مسئول خدمات‌رسانی به جامعه هستند که دگرگونی‌هایی نیز در این عرصه ایجاد شده است. در واقع، به سبب تحولاتی که در ارزش‌ها، انتظارات و مطالبات ملت‌ها حاصل شده، نظام اداری دولت نیز تحت تأثیر قرار گرفته است. امروزه مردم از دولت‌هایشان انتظار دارند که کارآمدتر و پاسخگوتر باشند. از این رو، دولت‌ها نیز در جهت پاسخگویی به این انتظارات تمایل پیدا می‌کنند یا مجبور می‌شوند در جهت بهبود کیفیت خدماتی که مسئول ارائه آنها به جامعه هستند، در جلب رضایت مردم اقدام کنند.

پاسخگو بودن سازمان‌های دولتی در برابر شهروندان باعث گردیده که دولت‌ها به افراد جامعه از منظری جدید و به مثابه مشتریان بخش خصوصی بنگرند و تلاش کنند تا حداکثر رضایت‌مندی را برای آنان فراهم سازند (خاکی، ۱۳۸۱: ۲۶).

به نظر می‌آید که مدیریت دولتی تأثیرات سازمان‌های دولتی بر محیط اجتماعی و مسائل شهروندی ناشی از این تأثیرات را دغدغه خود قرار داده و در این باب به موضوع رضایت

شهروندان از دریافت خدمات دولتی توجّه کرده است.

امروزه تلاش و کوشش قابل ملاحظه‌ای را می‌توان دید که در جهت ارتقای مدیریت عملکرد و گسترش نگرش مشتری‌مداری به وسیله محققان و مدیران سازمان‌ها صورت می‌گیرد این کوشش‌ها نشانگر این هستند که رضایت‌مندی مشتری مدنظر قرار گرفته (حق‌خواه، ۱۳۸۸) و به عنوان یکی از عوامل تعیین‌کننده موفقیت سازمان‌ها مطرح شده است. زیرا رضایت مشتری در این باره است که مشتریان چگونه عملکرد یک سازمان را به عنوان عرضه‌کننده درک می‌کنند. سنجش رضایت‌مندی مشتری بازخوردی عینی در زمینه انتظاراتها و توجیه‌های مشتریان ارائه می‌دهد که از آن نقاط قوت و ضعف سازمان ارزیابی می‌شود (اولادی، ۱۳۸۷)؛ به عبارت دیگر، هرچه سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی بتوانند از بابت فعالیت‌های خدماتی خودشان رضایت بیشتری در میان مردم ایجاد کنند، موفقیت بیشتری را برای دولت کسب کرده‌اند.

هنگامی که سازمان‌های خدماتی - دولتی در جهت موفقیت خود تلاش می‌کنند، معنایش این است که در این سازمان‌ها فرهنگ ارائه خدمات با کیفیت غلبه یافته و جلب رضایت مشتری یا دریافت‌کننده خدمات به عنوان یک اصل پذیرفته شده است. بدین ترتیب مشخص می‌شود که در تعامل سازمان‌ها و مؤسسه‌های خدماتی به طور عام و سازمان‌ها و دستگاه‌های خدماتی - دولتی به طور خاص با متقاضیان خدمات، مسئله‌ای وجود دارد که چگونگی و میزان حل آن می‌تواند یکی از شاخص‌های موفقیت یا عدم موفقیت سازمان‌های مذکور در پاسخ‌دهی به نیازها و انتظارات مشتریان خود باشد و این مسئله چیزی جز رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات نیست.

گرچه ماهیت مسئله مورد بحث یعنی رضایت‌مندی مشتریان در هر دو دسته از سازمان‌ها و مؤسسه‌های خدمات دولتی و خصوصی مشابه است؛ اما از این لحاظ تفاوت‌های قابل توجهی نیز بین آن‌ها وجود دارد که باعث می‌شود موضوع رضایت مشتری در بخش خدمات دولتی پیچیده‌تر و سنجش و بررسی آن دشوارتر گردد. برای وجود و ظهور این تفاوت‌ها دلایلی مطرح می‌شود که به چند مورد آن اشاره می‌گردد:

۱. خدمات در بخش دولتی خارج از کنترل و نظارت مستقیم مدیریت مردم و

شهروندان ارائه می‌شود.

۲. خدمات در بخش دولتی معمولاً پس از ارائه، قابل بررسی و فراخوانی نیست.
۳. در بخش دولتی درک مشتری تحت تأثیر رفتار ارائه‌کننده خدمت است.
۴. در بخش دولتی خدمات در شکل حداقل خود ارائه می‌شود (ریاحی، ۱۳۸۳).
۵. سازمان‌های خدماتی دولتی رقیب مهمی در بازار ندارند.
۶. در بخش دولتی تقاضای خدمات بیشتر از تولید است.
۷. در بخش دولتی معمولاً بین مشاغل خدماتی با ویژگی شخصی و مهارتی کارکنان تناسبی وجود ندارد (تیموری، ۱۳۷۹).

از جمله تفاوت‌های عمده‌ای که بین ارائه خدمات در بخش دولتی و خصوصی می‌توان به آن اشاره کرد، عبارتند از:

۱. در بخش دولتی برخلاف بخش خصوصی، ارائه‌کننده خدمات، ارباب‌رجوع یا دریافت‌کنندگان خدمات را مجبور می‌داند؛ چرا که ارائه آن خدمات، برای بخش دولتی نوعی حق انحصاری تعریف شده است. در نتیجه این بخش به کیفیت خدمات چندان حساس نیست.

۲. در بخش خصوصی نارضایتی مشتری از سازمان یا مؤسسه به منزله از دست دادن مشتری و عدم وفاداری او است، ولی ممکن است نارضایتی مشتری در بخش خدمات دولتی موجب نارضایتی اجتماعی - سیاسی شود.

با توجه به پیچیدگی و ویژگی‌های خدمات‌رسانی در بخش دولتی، سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی رضایت‌مندی مشتریان خدمات خود را به طور جدی مورد توجه قرار داده و به دولت‌ها منعکس ساخته‌اند. بدین لحاظ در ایران نیز برنامه‌ای تحت عنوان «طرح تکریم مردم و جلب رضایت ارباب‌رجوع» در شورای عالی اداری کشور مورد تصویب قرار گرفت و در تاریخ ۸۱/۲/۱۰ به دستگاه‌های دولتی ابلاغ شد. کلیات این طرح چنین است:

۱. شفاف‌سازی و مستندسازی نحوه ارائه خدمات به ارباب‌رجوع.
۲. نظارت بر حسن رفتار کارکنان دستگاه‌های اجرایی.
۳. اطلاع‌رسانی از نحوه ارائه خدمات به مردم.

۴. بهبود و اصلاح روش‌های ارائه خدمات به مردم (شرفی، بی‌تا).

هدف از اجرای برنامه اصلاحی فوق جلب رضایت مردم از خدمات دستگاه‌های دولتی بیان شده است. روشن است که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان یکی از دستگاه‌های دولتی، این طرح را دریافت و ملزم به اجرای آن شده است. سنجش رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات می‌تواند در این چارچوب جای گیرد.

## ۲. اهمیت مسئله

هر موضوعی وقتی به عنوان یک مشکل و مسئله مطرح می‌شود که اهمیت و ضرورت خاصی پیدا کرده، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته باشد. موضوع رضایت مشتریان نیز از این قاعده مستثنی نیست. البته رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات یا مشتریان بخش دولتی اهمیت خاص خود را دارد. زیرا با توجه به افزایش سطح نیازهای مشتریان و همچنین گسترش آگاهی آنها، مراجعان به سازمان‌های دولتی انتظار دارند این سازمان‌ها توانایی کافی برای خدمت‌رسانی مناسب و وعده داده شده را داشته باشند. بدین جهت کشورهای مختلف تلاش می‌کنند تا با اصلاح نظام اداری و نظام مدیریت خود به سمت ارائه خدمات مشتری‌گرا حرکت کنند (متولی حبیبی، ۱۳۸۶)؛ به عبارت دیگر این موضوع برای دولت‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی دریافته‌اند که سنجش و بررسی رضایت مشتریان برای آنها مزایایی دارد، از جمله:

- شناخت و احساسی از میزان موفقیت یا عدم موفقیت سازمان‌ها را ارائه می‌دهد.
  - بازخوردی عینی در ارتباط با چگونگی عملکرد سازمان فراهم می‌سازد که می‌تواند راهگشا و بااهمیت باشد. این بازخورد کمک می‌کند تا نیازهای مشتری شناسایی و روش مناسبی هم برای رفع آن ایجاد شود.
  - می‌تواند مشخص‌کننده این موضوع باشد که چه چیزهایی باید در سازمان بهبود یابد تا موفقیت سازمان در جلب رضایت مشتری افزایش پیدا کند.
- علاوه بر این، امروزه با مطرح شدن نظریه شهروندمحوری، مشتری‌گرایی در سازمان‌ها و

دستگاه‌های دولتی اهمیت روزافزونی پیدا کرده است. با توجه به این‌که فلسفهٔ رسالت اصلی مدیریت در دستگاه‌های دولتی تأمین منافع عموم جامعه است، بنابراین همهٔ مردم و شهروندان به عنوان مشتری این دستگاه‌ها قلمداد می‌شوند (نژاد حاجعلی ایرانی، ۱۳۸۷). بدین ترتیب مشخص می‌گردد که توجه به رضایت مشتری در سازمان‌های خدماتی - دولتی به منزلهٔ توجه به رضایت‌مندی مردم و جامعه است. از سوی دیگر، جلب رضایت مردم و مراجعان به دستگاه‌ها و سازمان‌های خدماتی - دولتی می‌تواند موجب افزایش اعتماد اجتماعی و وفاداری عمومی و وفاق ملی شود و مشارکت اجتماعی را افزایش دهد؛ اموری که در دنیای کنونی به عنوان شاخص‌های اصلی سنجش کارآمدی نظام اداری و سیاسی قلمداد می‌گردد (کاظمی، ۱۳۷۹). بنابراین ملاحظه می‌گردد که مانند بخش خصوصی، مسئله فقط رضایت عده‌ای افراد تحت عنوان مشتری نیست؛ بلکه این رضایت‌مندی در بخش دولتی دارای آثار و تبعاتی است که اهمیت آن را دو چندان می‌کند.

با توجه به مطالب مطرح شده می‌توان سنجش رضایت دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را از چند جهت دارای اهمیت دانست:

۱. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند با استفاده از داده‌های مربوط به رضایت مشتریان خود عملکرد خود را بر حسب بازتاب بیرونی آن ارزیابی و ارجحیت‌ها و اولویت‌ها را برای بهبود وضع موجود شناسایی کند.
۲. واحدهای تابعه خود را از نظر توانایی ارائه خدمات با دقت بیشتر و به شیوه‌ای علمی و قابل‌مقایسه با یکدیگر و همین‌طور در مقایسه با گذشته مورد بررسی و ارزیابی قرار دهد.
۳. با توجه به آثار اجتماعی و سیاسی رضایت دریافت‌کنندگان خدمات، در جهت افزایش رضایت‌مندی مشتریان و در نتیجه بهبود آثار اجتماعی و سیاسی خدمت‌رسانی خود برنامه‌ریزی کند.
۴. از وضعیت کارکنان خود از نظر مهارت خدمت‌رسانی، اطلاعات روشنی به‌دست آورد و در جهت آموزش آنها و به کارگیری کارکنان با انگیزه و ماهر تلاش کند.
۵. ارزشمندترین دارایی هر سازمان اعتماد و اطمینان مشتریان است. بنابراین کاهش رضایت دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به منزلهٔ

کاهش اعتبار این سازمان در نزد مردم و افکار عمومی است. سنجش رضایت مراجعان می‌تواند این مهم را بنمایاند.

۶. اگر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رضایت دریافت‌کنندگان خدمات از این وزارتخانه را با اهمیت تلقی نکند و اندازه‌گیری آن را مدّ نظر قرار ندهد، نمی‌تواند تمایلات و انتظارات مشتریان خود را در بلندمدت شناسایی کند و در نتیجه قادر نخواهد بود شیوه مناسبی را برای واکنش در برابر نیازهای مشتریان خود انتخاب کند.

۷. با استناد و استفاده از داده‌های رضایت‌سنجی از مشتریان، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی می‌تواند در جهت بهبود کیفیت خدمات ارائه‌شده اقدام کند و قدرت پاسخگویی وزارتخانه را افزایش دهد.

### ۳. اهداف پژوهش

هدف کلی این پژوهش دستیابی به میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات از بخش‌های مختلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.

علاوه بر این، اهداف فرعی نیز در این پژوهش پیگیری می‌شود:

۱. دستیابی به نقاط قوت و ضعف هر یک از بخش‌های مورد بررسی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۲. ارائه برخی پیشنهادها برای ارتقای رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات.

۳. معرفی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی یا عدم رضایت دریافت‌کنندگان خدمات.

### ۴. پرسش‌های پژوهش

با توجه به آن چه در بیان مسئله اشاره شد و ما را به اهداف پژوهش رهنمون کرد، می‌توان پرسش‌های پژوهش را در قالب‌هایی که در ادامه می‌آید صورت‌بندی کرد:

۱. میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی چقدر است؟

۲. میزان رضایت از هر یک از معاونت‌ها و واحدهای مورد بررسی تا چه حدّ است؟

۳. در چه مواردی با وضعیّت مناسب رضایت‌مندی و در چه مواردی با وضعیّت نامطلوب

در این زمینه مواجه هستیم؟

۴. آیا بین انتظارات دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با میزان رضایت آنها رابطه وجود دارد؟
۵. آیا بین کیفیت درک شده از خدمات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط دریافت‌کنندگان این خدمات با میزان رضایت آنها رابطه وجود دارد؟
۶. آیا بین چگونگی اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره خدمات خود با میزان رضایت‌مندی مراجعان ارتباط وجود دارد؟
۷. آیا میزان رضایت دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به میزان احساس عدالت آنها بستگی دارد؟
۸. آیا می‌توان تفاوت‌ها و تشابه‌هایی بین میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات با توجه به متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنس، شغل و درآمد آنها) مشاهده کرد؟
۹. میزان رضایت‌مندی از واحدهای مورد مطالعه در هر یک از مقوله‌های مورد بررسی چه تفاوت‌هایی را نشان می‌دهد؟

## فصل دوم

چارچوب مفهومی و نظری





#### ۱. تعریف و تعیین حدود موضوع

چون تحقیقات در علوم اجتماعی و انسانی با مفاهیم و سازه‌های مرکب و چندبعدی سروکار دارند، لذا هنگامی که یک موضوع به عنوان صورت مسئله معرفی و مطرح می‌شود ابتدا باید مفاهیم مورد استفاده در موضوع را که بیان‌کننده مسئله هستند، تعریف شود و محدوده موضوع مورد بررسی، مشخص و روشن گردد تا بدین طریق از صورت مسئله ابهام‌زدایی شده، پژوهشگر دقیقاً بداند که به دنبال چه چیزی است تا به کاربران نتایج پژوهش نیز، چستی مسئله را به روشنی انتقال دهد.

در پژوهش حاضر نیز مفهوم اصلی «رضایت مشتری یا دریافت‌کننده خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» است؛ بدین لحاظ ابتدا به تعریف این مفاهیم می‌پردازیم. در ادبیات تحقیق رضایت مشتری، تعاریف متعددی از مفهوم رضایت به عمل آمده که به بعضی از آنها اشاره می‌کنیم و در پایان، تعریف مورد نظر خود را نیز مشخص می‌سازیم. نکته قابل توجه در این تعاریف این است که چگونگی تعریف رضایت به روش بررسی آن ارتباط پیدا می‌کند؛ به عبارت دیگر این‌که رضایت مشتری چگونه تعریف شده باشد، روش اندازه‌گیری و سنجش آن را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

### ۱.۱. مفهوم رضایت

رضایت عبارت است از خرسندی تجربه‌شده ناشی از ارضای خواسته یا هدف (پوراشرف، ۱۳۸۳: ۱۷) به نظر الیور (۱۹۸۰) رضایت مشتری عبارت است از قضاوت مصرف‌کننده از موفقیت یا ناتوانی شرکت در برآورده کردن انتظارات مشتری (نقل از پوراشرف، ۱۳۸۳: ۳۶).

### رضایت مشتری

۱. عکس‌العملی احساسی است.
  ۲. عکس‌العمل‌هایی است که در یک دوره زمانی یا بر اساس تجربه‌های مکرر و انباشته از گذشته رخ می‌دهد.
  ۳. پاسخی است که از سطوح انتظارات مشتریان از تولید یا تجربه استفاده از خدمات نشأت می‌گیرد (شیرزادی، ۱۳۸۸).
- لینگفلد، رضایت مشتری را از لحاظ روانشناختی، احساسی می‌داند که در نتیجه مقایسه بین محصولات دریافت‌شده با نیازها و خواسته‌های مشتریان و انتظارات اجتماعی در رابطه با محصول حاصل می‌شود (نقل از ملکی و دارابی، ۱۳۸۷).
- رضایت‌مندی مشتری احساس یا نگرش یک مشتری نسبت به یک محصول یا خدمت بعد از استفاده از آن است (جمال و ناصر، ۲۰۰۲).
- در تعدادی از تحقیقات دو بعد برای رضایت مشتری در نظر گرفته شده است: بُعد مبادله‌ای و بُعد کلی.
- مفهوم مبادله‌ای رضایت مشتری بر ارزیابی مشتری در مورد هر یک از خریدهایش توجه دارد، اما مفهوم کلی رضایت مشتری بر ارزیابی و احساس کلی مشتری در مورد کل برخوردها و خریدهای خود از یک شرکت یا سازمان مربوط می‌شود (عبدلی و فریدونفر، ۱۳۸۶).
- بنابراین بعد کلی رضایت، حاصل ارزیابی کلی مشتری از تجربه‌های خرید و مصرف یک کالا یا خدمت در یک دوره زمانی است؛ در حالی که رضایت مبادله‌ای به تجربه یک فرد در مورد یک کالا یا خدمت خاص مربوط می‌شود.
- «نژاد حاجعلی ایرانی» در تحقیق خود در مورد رضایت‌مندی مراجعان به سازمان‌های دولتی به چند تعریف به شرح زیر اشاره کرده و سپس وجوه مشترک آنها را بیان می‌کند که به روشن شدن مفهوم رضایت‌مندی بیشتر کمک می‌کند، این تعاریف عبارتند از:

۱. ایجاد حالت شادمانی، خشنودی و مطلوبیتی که در نتیجه تأمین نیازها و برآورده کردن تقاضاها و احتیاج‌های مراجعه کننده توسط ارائه کننده خدمت در مراجعه کنندگان ایجاد می شود.

۲. ادراک مراجعان از عملکرد سازمان و خدمات دریافت شده یا ادراک مراجعان از برآورده شدن خواسته‌ها و انتظاراتشان.

۳. ارزیابی‌های مراجعان از کیفیت کالاها و خدمات دریافت شده.

تحقیق مذکور بعد از ارائه تعاریف، وجوه زیر را برای مفهوم رضایت مراجعان عنوان می کند:

- مفهوم رضایت مندی مراجعان یک فرایند است.

- یک ادراک است.

- حاصل مقایسه عملکرد مورد انتظار و عملکرد واقعی است (نژاد حاجعلی

ایرانی، ۱۳۸۷).

الیوروسوان (۱۹۸۹) به پنج نوع رضایت اشاره می کند:

۱. خرسندی (پذیرش و تحمل).

۲. لذت (تجربه مثبتی که با خوشحالی پایان می یابد).

۳. آسودگی (رفع یک وضعیت آزاردهنده).

۴. تازگی (هیجان و میل و اشتیاق ناشی از رویدادهای مورد انتظار و غیرمنتظره).

۵. شگفتی (خوشی و ناراحتی به خاطر این که انجام کار بسیار بالاتر از حد انتظار

بوده یا انتظارات را برآورد نساخته است (نقل از پوراشرف، ۱۳۸۳: ۳۷).

تاپفر معتقد است که رضایت مندی مشتری به نوع فعالیت یا موفقیت یک سازمان در بازار

بستگی ندارد؛ بلکه به توانایی و قابلیت سازمان در تأمین کیفیت مورد انتظار مشتری بستگی

دارد (کاوسی و سقائی، ۱۳۸۸: ۳۸۹).

ریچارد الیور در نظری مشابه تاپفر اما روشن تر از آن، مدعی است که رضایت مشتری، استنباط

و درک مشتری از کیفیت کالا و خدمات منهای انتظارات مشتری است (همان، ۱۳۸۸: ۳۹).

ژوران نیز اشاره می کند که رضایت مشتری، حالتی است که مشتری احساس می کند که

ویژگی های فرآورده، منطبق بر انتظارات اوست (صفاری نژاد و رحیمی، ۱۳۸۷: ۳۵).

طی چند دهه گذشته تعاریف متعددی در مورد مفهوم رضایت مشتری توسط پژوهشگران علوم اجتماعی و روان‌شناسان ارائه شده که تعدادی از آنها را در بالا مرور کردیم. توجه به این تعاریف مشخص می‌سازد که گرچه بیشتر آنها با یکدیگر همپوشانی مفهومی دارند با وجود این می‌توان چند وجه مشترک بین آنها مشاهده کرد که عبارتند از:

- رضایت مشتریان واکنشی احساسی (عاطفی) است.
  - رضایت مشتریان واکنشی است که در یک دوره زمانی روی می‌دهد.
  - رضایت مشتریان واکنش و پاسخی است که به توجه خاص آنها روی انتظاراتی که از کالا و خدمات دارند مربوط می‌شوند.
- علاوه بر وجوه مشترکی که بین تعاریف مربوط به رضایت‌مندی مشتری وجود دارد، می‌توانیم آنها را با توجه به وجوهی که تأکید کرده‌اند، در دو رویکرد دسته‌بندی کنیم:
- بر اساس یک رویکرد می‌توان رضایت را حالتی در نظر گرفت که مشتریان پس از مصرف کالا یا استفاده از خدمت به دست می‌آورند.
  - بر اساس رویکرد دوم رضایت را باید فرایندی در نظر گرفت که طی آن مشتریان تجربه خود را از مصرف کالا یا استفاده از خدمات، درک و ارزیابی می‌کنند.
- با توجه به تعاریف و بحث فوق در تحقیق حاضر رضایت‌مندی مشتری را این گونه تعریف می‌کنیم:

«واکنشی احساسی (عاطفی) است که به دنبال ارزیابی کلی دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از تجربه دریافت و استفاده از خدمات ارائه‌شده و مقایسه آن با انتظارات خودشان از دریافت خدمات حاصل می‌شود.»

در تعاریف مربوط به رضایت دریافت‌کنندگان خدمات (مشتری خدمات) علاوه بر مفهوم رضایت، دو مفهوم اساسی دیگر نیز وجود دارند؛ یعنی «مشتری» و «خدمات» که در ادامه تعریف موضوع به آنها می‌پردازیم.

## ۱.۲ مشتری

دومین مفهومی که در ادامه تعریف موضوع باید مدنظر قرار دهیم، مفهوم مشتری یا دریافت‌کننده خدمات است.

در مورد واژه مشتری نیز به چند تعریف اشاره می‌کنیم:

مشتری، شخصی حقیقی یا حقوقی است که محصول یا خدمتی را دریافت می‌کند (رهنورد، ۱۳۸۲).

مشتری، شخصی است که به قصد دریافت کالا یا خدمات، پول می‌پردازد (فرهت، ۱۳۸۸).

مشتری فعلی کسی است که حداقل یکی از دو شرایط زیر در مورد او صدق کند:

۱. در طول شش ماه اخیر خریدی انجام داده باشد.

۲. به طور پی در پی دو فرصت از سه فرصت خرید اخیر مورد انتظار را از دست نداده

باشد (کاوسی و سقائی، ۱۳۸۸).

مشتری را می‌توان به چند شیوه دسته‌بندی کرد:

۱. مشتریان داخلی و بیرونی سازمان: منظور از مشتریان داخلی سازمان افرادی هستند که در خود سازمان مشغول به فعالیت هستند (عالی، ۱۳۸۱) یا به طریقی با سازمان و مؤسسه ارتباط داشته و جزئی از آن محسوب می‌شوند؛ اما مشتریان بیرونی یک سازمان به اشخاصی اشاره دارد که بیرون از سازمان قرار دارند و در واقع سازمان به قصد خدمات‌رسانی به آنها ایجاد شده است؛ مثل شهروندان.

۲. مشتریان فعلی و سابق: مشتریان فعلی کسانی هستند که در طی شش ماه گذشته برای دریافت خدمات به سازمان مراجعه کرده یا با آن ارتباط پیدا کرده‌اند و فعلاً نیز مشغول دریافت خدمات هستند.

اما مشتریان سابق در گذشته (بیش از یکسال پیش) از سازمان خدمات دریافت کرده و دیگر در حال حاضر خدمات دریافت نمی‌کنند.

۳. مشتری بر حسب میزان رضایت:

- مشتریان خشمگین؛ شخصی است که می‌خواهد از سازمان انتقاد کند و به او زیان بزند زیرا بر اساس درک او سازمان یا مؤسسه ارائه‌دهنده خدمت نتوانسته انتظارات او را برآورده سازد.

- مشتری ناراضی؛ شخصی است که به این باور رسیده که سازمان ارائه‌دهنده خدمت نمی‌تواند یا نتوانسته است نیازهای او را (به آن صورت که دیگران می‌توانند) برطرف نماید. در واقع او از کالا یا خدمات دریافتی خود تجربه بدی دارد که ممکن است مستقیماً خودش با خرید کالا یا استفاده از خدمات به دست آورده باشد و یا از دیگران شنیده باشد.

- مشتری راضی؛ حالت دهمی مزاج دارد. ممکن است نظرش عوض شود، نسبتاً بی‌اعتنا است، سازمان یا مؤسسه را ستایش یا تحسین نمی‌کند و هیچ‌جا از آن تعریف نمی‌کند، گرچه سازمان را سرزنش هم نمی‌کند. با وجود این‌که این مشتریان ممکن است به ارتباط با سازمان خاتمه ندهند، اما دلیل کافی هم برای ماندن به عنوان مشتری و ادامه رابطه با آن ندارند.
- مشتری شاد؛ بر این اعتقاد است که سازمان نه تنها انتظارات او را برآورده، بلکه بیشتر از آنچه انتظار داشته، برایش انجام داده است.
- مشتری شیفته؛ آنقدر از خدمات و کالای ارائه شده خوشحال و خرسند است که ما و سازمان ما را محبوب می‌شمارد؛ بدین لحاظ به دوستان و خویشاوندان و اطرافیان خود تأکید می‌کند که به سازمان مراجعه کنند (آتش‌پور (الف)، ۱۳۸۸؛ نژاد حاجعلی ایرانی، ۱۳۸۷).
- در پژوهش حاضر ما با همه انواع مشتری بیرونی و فعلی سروکار خواهیم داشت.

### ۱.۳. خدمات و کیفیت آن

بخش خدمات در اقتصاد که معمولاً در کنار بخش‌های تولید و توزیع به‌کار برده می‌شوند از تنوع زیادی برخوردار است، بدین لحاظ تعریف و تحدید دقیق آن هم در اقتصاد و هم در مدیریت کاری سخت و دشوار است. اما می‌توان گفت که در تعاریف مربوط به خدمات، دو دیدگاه قابل مشاهده است:

۱. در یک دیدگاه، خدمت، عملی در نظر گرفته می‌شود که توسط یک طرف به طرف دیگر عرضه می‌گردد. این فرایند گرچه ممکن است با یک محصول فیزیکی در ارتباط نزدیک باشد اما این عمل لزوماً نامحسوس بوده، به‌طور معمول به مالکیت در نمی‌آید.
۲. در دیدگاه دیگر خدمت نوعی فعالیت اقتصادی است که در مکان‌ها و زمان‌های خاص برای مشتریان ارزش ایجاد می‌کند (تاج‌زاده، ۱۳۸۲: ۱۴).

بدین ترتیب مشخص می‌گردد که خدمت:

- نوعی فعالیت است.
- نامحسوس است.
- در مکان‌ها و زمان‌های مختلف قابل عرضه است.
- قابل تملک نیست.

- فناپذیر است.

- برای استفاده‌کنندگان ایجاد ارزش می‌کند.

با توضیحات فوق می‌توانیم مفهوم خدمات را در این تحقیق این طور تعریف کنیم:

کلیهٔ فعالیت‌های تعریف‌شده‌ای است که به طور طبیعی نامحسوس، فناپذیر و غیرقابل تملک بوده و توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان ارائه‌کننده به قصد برطرف کردن نیازهای مشتریان بیرونی که به این نوع فعالیت‌ها نیاز دارند انجام می‌گیرد. در ادامهٔ بحث مربوط به خدمات برای هرچه بیشتر روشن شدن معنا و مفهوم پیچیدهٔ آن به تفاوت‌های اساسی این مفهوم با کالا، همچنین به طبقه‌بندی خدمات و فرایندهای آن می‌پردازیم تا هنگام تحلیل داده‌ها دقیقاً ابعاد بحث مشخص و روشن باشد.

#### ۱.۴. تفاوت‌های خدمات با کالا

گرچه در تحقیقات اولیه بر روی چهار تفاوت عمدهٔ خدمات یا کالا یعنی نامحسوس بودن، تغییرپذیری، فناپذیری و همزمانی تولید و مصرف تأکید می‌کردند؛ اما در ادامهٔ تحقیقات نُه اختلاف شناسایی شدند که عبارتند از:

۱. فرآورده‌های خدماتی فعالیت‌ها یا عملکردهایی نامحسوس یا غیرلموس هستند.

۲. خدمات ناهمگون و متنوع هستند.

۳. در خدمات تولید و مصرف همزمان بوده، مشتریان در فرایند تولید مشارکت دارند (تاج‌زاده، ۱۳۸۲ و کاوسی و سقائی، ۱۳۸۸).

۴. خدمات غیرقابل ذخیره کردن و فناپذیرند.

۵. ارزشیابی خدمات برای مشتریان دشوار است.

۶. در خدمات، اشخاص به عنوان بخشی از تولید حضور دارند.

۷. مشتریان مالکیت خدمات را به دست نمی‌آورند.

۸. در خدمات، عامل زمان نسبتاً مهم‌تر است.

۹. شیوه‌های تحویل خدمات می‌تواند هم از طریق الکترونیکی و هم از طریق

فیزیکی صورت گیرد (تاج‌زاده، ۱۳۸۲).



لازم به ذکر است که هنوز تفاوت‌های مذکور به همه خدمات تعمیم داده نمی‌شود. در ادامه موارد فوق توضیح بیشتری می‌دهیم تا تفاوت‌ها شفاف‌تر و روشن‌تر گردد.

#### ۱. غیرملموس بودن خدمات

خدمات برخلاف کالاها نامحسوس و غیرقابل لمس هستند، خدمات به شکل فعالیت یا عملکرد و ایفای نقش ارائه می‌شوند، بدین ترتیب آن‌گونه که در مورد کالاها می‌توان مشخصات فنی را تعیین کرد، در مورد خدمات نمی‌توان چنین مشخصاتی را توصیف کرد. اگرچه خدمات عوامل محسوس و فیزیکی را هم شامل می‌شوند (مانند: نشستن در صندلی، خوردن غذا روی میز غذاخوری‌ها و سپردن یک رایانه خراب به تعمیرکار) اما باید دقت کرد که انجام خدمات اساساً غیرملموس است.

#### ۲. ناهمگون و متنوع بودن خدمات

داده‌ها و ستاده‌های عملیاتی در فرایند ارائه و دریافت خدمات، متنوع، ناهمگون و بسیار تغییرپذیرند. بدین خاطر مانند کالاهایی که در کارخانه‌ها و با استانداردهای معین تولید می‌شوند، نمی‌توان برای خدمات استانداردهایی را مشخص کرد و بدین طریق کیفیت یکنواختی برای آنها در نظر گرفت. در واقع ممکن است ارائه خدمات از یک مشتری به مشتری دیگر و از یک روز به روز دیگر تغییر کند.

#### ۳. تولید و مصرف همزمان و مشارکت بیشتر مشتری در تولید

برخلاف کالاها که در محل و زمان خاص تولید و سپس در محل و زمان دیگر به مصرف می‌رسند، تولید و مصرف بیشتر خدمات به طور همزمان انجام می‌پذیرد و در مرحله تولید و مصرف غیرقابل تفکیک هستند؛ به طوری که کیفیت خدمات اغلب در فرایند ارائه و دریافت مورد ارزیابی قرار می‌گیرد؛ در حالی که کالاها با کیفیت از قبل تعیین شده و مشخص در کارگاه‌ها و کارخانه‌ها تولید می‌شوند. همچنین مشتریان از طریق ارائه خدمات به خودشان (مثلاً استفاده از عابر بانک یا از طریق همکاری با کارکنان خدماتی در هتل‌ها، دانشکده‌ها و...) در تولید فرآورده‌های خدماتی مشارکت داشته که نشانگر تولید و مصرف همزمان فعالیت خدماتی است.

#### ۴. غیرقابل ذخیره کردن و فناپذیری

همان‌طور که اشاره شد یک خدمت یک فعالیت یا عملکرد است، بنابراین فناپذیر بوده و نمی‌توان آن را ذخیره کرد. اگرچه تجهیزات و نیروی کار لازم برای تولید خدمات را می‌توان

به طور ثابت ملاحظه کرد؛ اما باید دقت کرد که اینها نشانگر توانایی ایجاد خدمت هستند نه خود فرآورده (خدمت).

#### ۵. دشواری ارزشیابی خدمات برای مشتری

بیشتر کالاهای فیزیکی ویژگی‌هایی دارند که مشتریان می‌توانند قبل از خرید آنها را بررسی کنند؛ مثل رنگ، شکل، نوع جنس، برعکس خدمات ویژگی‌هایی دارند که حتماً بعد از مصرف می‌توان به آنها پی برد. برای مثال یک مشتری بعد از مصرف یک غذا می‌تواند مزه آن را ارزیابی کند یا بعد از عمل جراحی می‌تواند به سختی آن پی برد و یا هنگام دریافت یک محموله خاص می‌تواند قابلیت حمل و جابه‌جایی آسان یا دشوار آن را ارزیابی نماید. بنابراین به نظر می‌رسد که ارزشیابی خدمات قبل از مصرف برای دریافت‌کننده یا مشتری دشوارتر از ارزشیابی یک کالا است.

#### ۶. اشخاص به عنوان بخشی از تولید

در خدماتی که تماس‌های زیادی بین ارائه‌کننده و مشتری وجود دارد، دریافت‌کننده خدمت نه تنها با کارکنان خدماتی بلکه با سایر مشتریان نیز در محل ارائه خدمت در تماس هستند؛ بنابراین شخصیت و ابراز نظر مشتریان دائمی یک مؤسسه می‌تواند به تعیین ماهیت خدمات آن مؤسسه کمک کند.

#### ۷. فقدان مالکیت‌پذیری دائمی

مشتریان و دریافت‌کنندگان خدمات فقط می‌توانند به ارزش خدمات ارائه‌شده، دست پیدا کنند و نمی‌توانند مالکیت دائمی خدمات و عناصر محسوس آن را به دست آورند؛ اما مشتریان بعد از خرید کالا مالکیت دائمی و قانونی آن را کسب می‌کنند.

#### ۸. اهمیت بیشتر زمان در بخش خدمات

ارائه خدمات باید از سرعت قابل توجهی برخوردار باشد؛ به طوری که مشتری احساس نکند که وقت او تلف می‌شود، زیرا مشتریان خدمات در مورد این که یک فعالیت خاص خدماتی به چه مدت زمان نیاز دارد، انتظارات خاصی دارند. در حالی که تحویل کالا دارای این ویژگی نیست.

#### ۹. شیوه و مسیرهای متفاوت توزیع

مؤسسه‌های خدماتی یا از شیوه‌های الکترونیکی برای توزیع استفاده می‌کنند، مثلاً در نشر اخبار، یا از مسیرهای فیزیکی اقدام به توزیع می‌کنند برای مثال عرضه و مصرف خدمات در مکان خاص و واحدی مستقر.

### ۵.۱. طبقه‌بندی خدمات

برای هرچه بیشتر شفاف‌شدن فضای مفهومی واژه خدمات علاوه بر این‌که به تفاوت‌های آن با کالا پرداختیم، لازم می‌بینیم که به چگونگی طبقه‌بندی آنها نیز اشاره‌ای داشته باشیم تا کاربران یافته‌های پژوهش حاضر با شفافیت بیشتری تحلیل‌ها و یافته‌ها را دریابند. در گذشته خدمات را با توجه به نوع کار و فعالیت دسته‌بندی می‌کردند، مثلاً کار حمل و نقل یا مخابرات، این نوع طبقه‌بندی کمک می‌کند تا فرآورده‌ها و محصولات اصلی مؤسسه یا سازمان را خوب بشناسیم و نیازهای مشتریان آن را دریابیم. برای جامع بودن طبقه‌بندی خدمات طرح‌های گوناگونی پیشنهاد شده که در ادامه برخی از آنها را ذکر می‌کنیم:

#### ۱. میزان محسوس یا نامحسوس بودن فرایندهای خدمات

می‌توانیم خدمات را بر اساس این‌که برای ارائه آن کار فیزیکی انجام می‌گیرد (مانند خدمات غذایی و لباسشویی) یا این‌که ارائه آن مستلزم کار نامحسوس است (مانند تدریس و پاسخگویی به تلفن) دسته‌بندی کنیم.

#### ۲. دریافت مستقیم فرایند خدمات

برخی از خدمات مانند آرایشگری و حمل مسافر مستقیماً به خود مشتری ارائه می‌شود؛ در حالی‌که در دسته‌ای دیگر برخورد بین عرضه‌کننده خدمت و مشتری غیرمستقیم است.

#### ۳. مکان و زمان تحویل خدمات

خدمات بر اساس این‌که در چه مکانی یا چه زمان‌هایی ارائه می‌شود، نیز قابل تقسیم است.

#### ۴. مشتری‌پسندسازی در برابر مشخص‌سازی

خدمات اتوبوس‌رانی برخلاف تاکسی‌ها با مسیرهای ثابت و برنامه زمانی، مشخص شده است؛ بنابراین می‌توان خدمات را بر این اساس تقسیم‌بندی کرد که آیا برای همه مشتریان به طور یکسان ارائه می‌شود یا بر اساس نیازهای شخصی تنظیم و ارائه می‌گردند.

#### ۵. ماهیت ارتباط با مشتریان

در بعضی از خدمات بین مشتری و ارائه‌کننده روابط رسمی وجود دارد (مانند امور بانکی). اما در سایر خدمات مشتریان بدون آنکه هویتش آشکار گردد با ارائه‌کننده خدمات ارتباط برقرار می‌کند و سپس از آن جدا می‌شود.

#### ۶. میزان توازن بین عرضه و تقاضا

برای بعضی خدمات بین عرضه و تقاضا وضعیت نسبتاً ثابتی وجود دارد در حالی که در بعضی دیگر تقاضا با نوسان‌های قابل توجهی روبه‌رو است.

#### ۷. میزان اختصاص امکانات، تجهیزات و اشخاص به خدمات

در مورد کلاس‌های درس و سالن‌های غذاخوری، امکانات و تجهیزات محسوس و قابل توجه هستند؛ در حالی که در برخی موارد دیگر مثل شرکت‌های بیمه ممکن است موارد فیزیکی فقط شامل نامه‌ها شود.

#### ۲. برخوردها یا روابط خدماتی

موضوع دیگری که در ارتباط با روشن‌شدن بیشتر مفهوم خدمات تا حدی لازم است به آن بپردازیم، برخوردهای خدماتی یا روابطی است که بین ارائه‌کننده و دریافت‌کننده یک خدمت برقرار می‌شود. این بحث مختصر کمک می‌کند تا معلوم شود که در ارائه خدمات توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی چه نوع برخوردهای خدماتی پیش می‌آید. در بعضی موارد همه تجربه مربوط به دریافت خدمات، ممکن است تنها به یک برخورد منفرد برای سفارش دادن و پرداخت هزینه یا دریافت خدمات در محل خلاصه شود. اما در سایر موارد مشتری تجارب مختلفی به دست می‌آورد که شامل مجموعه برخوردها و تماس‌هایی است که در طول یک زمان توزیع می‌شود و می‌تواند کارمندان خدماتی را درگیر کرده، حتی در مکان‌های مختلفی روی دهد. به هر صورت می‌توان خدمات را از نظر سطح تماس ارائه‌کننده با مشتری به سه دسته تقسیم کرد که در زیر شرح می‌دهیم:

#### ۱. خدمات پرتماس

خدماتی هستند که مشتریان برای دریافت آنها خودشان باید به مؤسسه یا سازمان خدماتی مراجعه کنند، مثل بانکداری شعبه‌ای، خرده‌فروشی.

#### ۲. خدمات با تماس متوسط

در این نوع خدمات مشتری مشارکت کمتری با ارائه‌کننده دارد، گرچه در این خدمات هم لازم است که مشتری به مؤسسه یا سازمان مراجعه کند؛ اما لازم نیست که در تمام مدت تحویل خدمت در محل حضور داشته باشد.

### ۳. خدمات کم تماس

در این خدمات بین مشتری و فراهم‌کنندگان خدمات در حد کمی ارتباط مستقیم وجود دارد (تاج‌زاده، ۱۳۸۲).

### ۳. کیفیت خدمات

یکی از مفاهیمی که در ادبیات مربوط به رضایت‌مندی مشتریان از خدمات، کاربرد زیادی دارد و در مدل‌های نظری مورد استفاده قرار گرفته و در اینجا نیز ضروری است به آن بپردازیم، مفهوم کیفیت خدمات است. بدین لحاظ در ادامه مباحث چارچوب مفهومی به این سؤال جواب داده می‌شود که منظور از کیفیت خدمات چیست و دارای چه ابعادی است؟ از مفهوم کیفیت خدمات تعاریف مختلفی در ادبیات تحقیق ارائه شده است، از جمله: کیفیت یعنی برآوردن نیازها و انتظارات مشتری یا حرکت فراتر از انتظارات مشتری (فرهت، ۱۳۷۹: ۲۱).

کیفیت عبارت است از پاسخگویی به نیازهای مشتریان (حافظی، ۱۳۸۸ و رازانی، ۱۳۸۸). براساس تعریف استاکو (کمیته اصول استاندارد کردن) در مورد کیفیت، می‌توان گفت که کیفیت عبارت است از صفت یا صفاتی ویژه یا اعمالی ویژه در یک محصول یا خدمت که بتوان با ارزیابی آن معلوم کرد که آیا محصول یا خدمات با شرایط مشخص شده، تطبیق دارد یا نه؟ (حافظی، ۱۳۸۸) پاراسورامان و همکارانش کیفیت خدمات را تفاوت بین آنچه که مشتریان انتظار دارند به دست آورند با دریافت و درک آنها از آنچه که به دست آورده‌اند، تعریف کرده‌اند. بنابراین کیفیت خدمت دریافتی به عنوان اختلاف بین انتظارات مشتری از خدمت با خدمت دریافتی تعریف می‌شود (پاراسورامان و همکاران، ۱۹۸۸).

تحقیقات انجام‌شده پیرامون موضوع کیفیت خدمات به طور عام نشان می‌دهند که هنگامی می‌توان از کیفیت مطلوب خدمات سخن گفت که انتظارات مشتری از خدمات موردنظر برآورده شده یا خدمات فراتر از حد انتظارات بوده باشد. بدین لحاظ در تحقیق حاضر نیز از تعریف ارائه شده توسط پاراسورامان و همکارانش استفاده خواهیم کرد. بخصوص این که به نظر می‌آید کاربرد تعریف کیفیت مبتنی بر تطابق با ویژگی بیشتر در مورد کالا و محصولات مناسب‌تر باشد.

#### ۴. ابعاد کیفیت خدمات

کیفیت، مفهومی چندبعدی است؛ بنابراین روشن شدن فضای مفهومی کیفیت خدمات بدون شناسایی ابعاد آن ممکن نیست. حقیقی و همکارانش در بحث خود از مفهوم کیفیت خدمات به نقل از گرونروز به سه بعد اشاره می کنند که عبارتند از:

- کیفیت فنی ستاده

- کیفیت وظیفه‌ای

- تصویر ذهنی از شرکت، مؤسسه یا سازمان

علاوه بر این، محققان یاد شده در مقاله خود با استناد به ادبیات تحقیق کیفیت فیزیکی، کیفیت تعاملی و کیفیت سازمانی را نیز به عنوان ابعاد کیفیت معرفی می کنند که در واقع این ابعاد با ابعاد مورد اشاره گرونروز یکسان است؛ زیرا منظور از کیفیت فیزیکی همان بعد فنی است و کیفیت تعاملی را نیز می توان مترادف کیفیت وظیفه‌ای (یعنی وظیفه ارائه‌کنندگان تصویر ذهنی خدمت در مقابل دریافت‌کنندگان) در نظر گرفت و کیفیت سازمانی نیز می تواند با تصویر ذهنی از شرکت، مؤسسه یا سازمان هم‌معنی باشد.

بعضی از پژوهشگران اساساً دو بُعد برای کیفیت خدمات در نظر می گیرند:

- بعد فنی

- بعد کارکردی (مربوط به فرایند)

بعد فنی یا کیفیت فنی که در بالا نیز مورد اشاره قرار گرفت، به چیز یا چیزهایی اشاره می کند که مشتری دریافت می کند و مشتریان می توانند این بعد از کیفیت را به صورت عینی ارزیابی کرده و بسنجند.

اما بعد کارکردی بر نشانه‌های بیرونی مربوط به رویارویی دریافت‌کننده خدمت با ارائه‌کننده تأکید می کند، زیرا خشنود از خدمت تحت تأثیر برخورد کارکنان و کمک آنان شکل و طرح، رنگ و محیط فیزیکی به عنوان نمونه‌هایی از نشانه‌های بیرونی قرار داد (اولادی، ۱۳۸۷: ۳۲).

«پاراسورمان»، «زیتامل» و «بری» از جمله پژوهشگرانی هستند که در مورد کیفیت خدمات، پژوهش‌های وسیعی را انجام داده و برای سنجش آن مدلی را ارائه کرده‌اند. این پژوهشگران در سال ۱۹۸۵ در بررسی خود ۱۰ بُعد برای کیفیت خدمات در نظر گرفتند که عبارتند از:

۱. شواهد فیزیکی ۲. قابلیت اطمینان ۳. اطمینان خاطر ۴. صلاحیت ۵. ادب و تواضع ۶. اعتبار ۷. امنیت ۸. دسترسی ۹. ارتباطات ۱۰. درک مشتری (پاراسورامان و همکاران، ۱۹۸۵). این ابعاد در تعدادی از مطالعات مورد استناد و اشاره قرار گرفته است (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۲ و حق‌خواه، ۱۳۸۸ و کاوسی و سقایی، ۱۳۸۸ و نژاد حاجعلی ایرانی، ۱۳۸۷ و الوانی - ریاحی، ۱۳۸۳). پاراسورامان و همکارانش تحقیقاتشان را ادامه دادند و در دهه ۹۰ به این نتیجه رسیدند که تعدادی از ابعاد دهگانه اولیه با یکدیگر همبستگی بالایی دارند. به طوری که همه آن ابعاد را می‌توان در پنج بعد نشان داد. بدین ترتیب اعلام کردند که کیفیت خدمات از پنج بعد تشکیل شده است. این ابعاد پنج‌گانه عبارتند از:

#### ۱. شواهد فیزیکی و ملموس

این بعد از کیفیت نشان می‌دهد که وضعیت تسهیلات فیزیکی، تجهیزات، ظاهر کارکنان و وسایل ارتباطی ارائه‌کنندگان خدمات چگونه به نظر می‌رسند؟

#### ۲. اعتبار

این بعد بیان‌کننده توانایی انجام خدمت وعده داده شده است و به طور صحیح و دقیق در بار اول و در زمان معین مدنظر است؛ به عبارت دیگر، با توجه به این بعد می‌توان پرسید که آیا سازمان یا ارائه‌کننده خدمت، بیشتر مواقع در تأمین خدمات طبق قول خود عمل می‌کند؟

#### ۳. پاسخگویی

این بعد کیفیت خدمات، بازگوکننده تمایل ارائه‌کننده خدمات برای کمک‌کردن به مشتریان و عرضه خدمات به آنان بدون تلف کردن وقت و مطلع‌ساختن آنها از زمان فراهم‌شدن خدمات است.

#### ۴. اطمینان خاطر

بدان معنی است که رفتار کارکنان ارائه‌کننده خدمت به مشتریان اطمینان خاطر می‌دهد؛ به طوری که آنها احساس ایمنی کنند. همچنین کارکنان مؤدب بوده، محترمانه برخورد می‌کنند و برای پاسخگویی از دانش مهارت کافی برخوردارند؟

#### ۵. همدلی

این بعد نشان می‌دهد که ارائه‌کننده خدمت نیازها و مشکلات مشتریان را درک می‌کند و با توجه به بهترین علایق آنها عمل می‌کند. همین‌طور، به هریک از مشتریان توجه خاص همان مشتری را دارد و دارای ساعات کار راحت و مطلوبی است (پاراسورامان و همکاران، ۱۹۹۰).

پاراسورامان و همکارانش مدعی هستند که مقیاس آنها یعنی مدل و مقیاس سروکوال با انجام اصلاحات اندکی روی آن برای سنجش کیفیت خدمات در هر سازمان خدماتی قابل کاربرد است. در اینجا فقط به ذکر و معرفی ابعاد این مقیاس بسنده می‌کنیم و چگونگی استفاده از سروکوال را برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات، در بخش روش تحقیق تشریح خواهیم کرد.

در بیان مسئله به تعریف و توصیف سه مفهوم اصلی موجود در صورت مسئله یعنی رضایت، مشتری و خدمات پرداختیم. برای تکمیل بحث تعاریف در اینجا به موضوع سنجش رضایت می‌پردازیم که گرچه ظاهراً جنبه روش‌شناختی دارد؛ اما بنا به دلایل زیر توجه و اشاره به آن را در این قسمت مناسب می‌بینیم:

۱. بحث مربوط به سنجش رضایت مشتری در ادبیات پژوهش ارتباط نزدیکی با تعریف مفهوم رضایت دارد؛ به عبارت دیگر، این که پژوهشگر تصمیم بگیرد چگونه مفهوم رضایت را تعریف کند، مدل او را در مورد سنجش رضایت تحت تأثیر قرار می‌دهد یا برعکس.
۲. گمان می‌کنیم پرداختن به سنجش رضایت در این بخش می‌تواند به فهم بیشتر مدل‌های نظری که در ادامه بحث چارچوب نظری خواهد آمد، کمک کند و در واقع پایه و مبنایی برای فهم بهتر آنها باشد.

#### **۵. سنجش رضایت‌مندی مشتری**

برای این که هر پژوهشگر یا سازمانی بتواند رضایت مشتریان خود را اندازه‌گیری کند، باید مدل و روشی داشته باشد، طوری که از زیربنای نظری استواری برخوردار باشد، همچنین شاخص‌هایی را بدین منظور تهیه نماید.

مدل‌ها و الگوهای مختلفی توسط پژوهشگران برای سنجش رضایت‌مندی مشتریان ارائه شده که به طور کلی می‌توان آنها را به دو دسته کلی تقسیم کرد:

##### **۱. مدل‌ها و الگوهای عینی**

این مدل‌ها بر این مبنا قرار دارند که رضایت‌مندی مشتریان از طریق اندازه‌گیری شاخص‌هایی که همبستگی قوی با رضایت مشتریان دارند قابل سنجش است.

##### **۲. مدل‌ها و الگوهای ذهنی یا نظری**

در این الگوها سطح رضایت‌مندی مشتریان بر اساس درک خود آنها از رضایتشان اندازه‌گیری می‌شود (ملکی - دارابی، ۱۳۸۷ و کردنائیج - دلخواه، ۱۳۸۳).



بدین ترتیب معلوم می‌شود که در الگوهای عینی رضایت‌مندی به طور مستقیم و از طریق اندازه‌گیری شاخص‌هایی که عقاید شخصی مشتریان نیستند به دست می‌آید، شاخص‌هایی مثل، سود سالانه، نرخ نوسان مشتری، نرخ خرید مجدد مشتری و ... در مقابل، مدل‌های ذهنی مستقیماً از نظرها و نگرش‌های مشتریان برای سنجش میزان رضایت‌مندی آنها استفاده می‌کند. شایان گفتن است که با توجه به اعتبار روش‌های ذهنی در نزد محققان، ما نیز در پژوهش حاضر این الگو را مدنظر قرار داده‌ایم.

مدل‌های ذهنی به دو دسته عمده یعنی روش‌های حادثه‌مدار یا رویدادگرا و روش‌های ویژگی‌مدار یا مشخصه‌گرا تقسیم می‌شوند.

### ۳. روش‌های حادثه‌مدار یا رویدادگرا

روش‌های کیفی که بر اساس تجارب مشتریان در ارتباط با خرید کالا یا دریافت خدمات به سنجش رضایت‌مندی مشتریان می‌پردازد، این تجارب شامل همه روابط بین مشتریان با کارمندان و سازمان است. در این روش لحظه تماس مشتری با سازمان به عنوان اولین و مهم‌ترین لحظه برای بررسی رضایت‌مندی محسوب می‌گردد.

### ۴. روش‌های ویژگی‌مدار یا مشخصه‌گرا

این روش‌ها بر این مبنا شکل گرفته‌اند که میزان رضایت‌مندی مشتریان، نتیجه ارزیابی ذهنی آنها از ویژگی‌های مجردی است که از عملکرد مؤسسه، سازمان یا شرکت ناشی شده است؛ عملکردی که می‌توان آن را به وسیله مقیاس‌های رتبه‌ای ارزیابی کرد (کردنائیچ و دلخواه، ۱۳۸۳). این روش‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند:

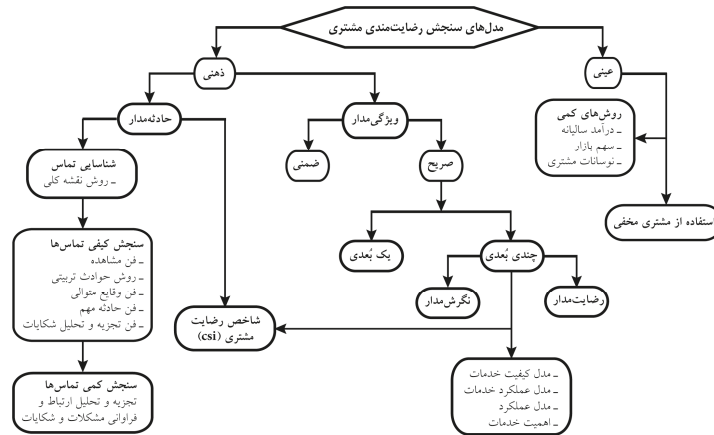
#### ۱. روش ضمنی

در این روش از شاخص‌هایی استفاده می‌شود که به طور تلویحی و غیرمستقیم سطح رضایت‌مندی را از آنها استنتاج می‌کنند؛ مثل تعداد شکایت‌های مشتریان.

#### ۲. روش صریح یا آشکار

در این روش مقیاس‌های یک بعدی یا چند بعدی برای سنجش رضایت‌مندی مشتریان استفاده می‌شود که مقیاس‌های تک‌بعدی رضایت مشتری را با یک پرسش می‌سنجد. ولی مقیاس‌های چندبعدی از چند ویژگی منفی و متفاوت تشکیل شده‌اند که می‌توان با استفاده از آنها در قالب پرسش‌های متعدد و مناسب به محاسبه سطح رضایت‌مندی مشتریان پرداخت.

روش‌های چند بعدی از تکنیک‌های مدل کیفیت خدمات، مدل عملکرد خدمات و مدل عملکرد اهمیت خدمات استفاده می‌کند (کردناییج و دلخواه، ۱۳۸۳ و اولادی، ۱۳۸۷).  
تقسیم‌بندی مدل‌های سنجش مشتری که در بالا مورد اشاره قرار گرفت، در نمودار زیر آمده است.



(منبع: کردناییج و دلخواه، ۱۳۸۳)

## ۶. گستره موضوع

مطالعات زیادی در ارتباط با موضوع رضایت‌مندی مشتریان انجام شده که می‌توان آنها را با معیارهای مختلف طبقه‌بندی کرد. کاوسی و سقایی در بررسی این مطالعات و تحقیقات با توجه به اهداف اطلاعاتی آنها چهار دسته را از یکدیگر تفکیک کرده‌اند، که عبارتند از:

### ۱. مطالعات وضعیت کلی

این مطالعات سطح رضایت‌مندی کلی مشتریان را محاسبه می‌کند. بدین منظور از طریق متغیرهای کلیدی و مهم سعی می‌کند برآوردی کلی از رضایت مشتریان و همچنین عملکرد مؤسسه را به دست آورد.

### ۲. مطالعات خاص

این دسته از مطالعات روی فعالیتی خاص مؤسسه، سازمان یا شرکت متمرکز می‌شود؛ مثلاً:

- بررسی چگونگی پاسخگویی مرکز اطلاعات به تماس یک مشتری
- بررسی رضایت یک مشتری از مشاوره و بازدید انجام شده توسط مهندس مشاور

### ۳. مطالعات قابلیت اطمینان

این مطالعات طراحی می‌شوند تا عملکرد محصول یا خدمت را در طول زمان ارزیابی کنند؛ مثلاً:

- ارزیابی نظر مشتریان در پایان کارکرد یک ساله یک ماشین جدید
- ارزیابی نظر مشتریان در پایان کارکرد یک سال خدمات برای یک نسخه جدید نرم‌افزاری

### ۴. مطالعات پیگیری - تشخیصی

این مطالعات آموختن بیشتر درباره میزان رضایت مشتریان را که در مطالعات قبلی به دست آمده، هدف قرار می‌دهند؛ مثلاً:

- تماس با تمامی مشتریانی که در گزارش‌های‌شان نارضایتی خود را مطرح کرده‌اند
- مصاحبه با تمامی خریدارانی که رضایت آنها از محصول خریداری شده ضعیف گزارش شده است (کاوسی و سقایی، ۱۳۸۸).

با توجه به صورت مسئله در پژوهش حاضر، قصد ما ارزیابی و برآورد رضایت‌مندی کلی دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است؛ به عبارت دیگر، این پژوهش از نوع مطالعات دسته اول است و عملکرد، فعالیت یا خدمت خاصی را مدنظر قرار نخواهد داد یا این‌که رضایت مشتریان از خدمتی خاص را در یک دوره زمانی مد نظر قرار نخواهد داد. بلکه سعی می‌کند شاخصی برای رضایت کلی از دریافت خدمات ارائه کند.

### ۱.۶. پارادایم‌های رضایت مشتری

بعد از تعریف موضوع و مفاهیم اساسی آن و همچنین تعیین محدوده‌های پژوهش حاضر در آن، چارچوب نظری را با معرفی و بررسی پارادایم‌های مربوط به رضایت مشتری دنبال می‌کنیم؛ زیرا مسئله رضایت مشتری نیز مثل دیگر مسائل حوزه علوم اجتماعی و انسانی توجه پژوهشگران و اندیشمندان این حوزه را به خود جلب کرده و پیرامون آن به تحقیق و مطالعه پرداخته‌اند. حاصل این مطالعات در قالب مدل‌ها و قضا یا به دانش مدیریت عرضه شده که می‌توان این مدل‌ها و نظریه‌ها را به پارادایم‌های مختلف منتسب کرد.

صفاری‌نژاد و رحیمی (۱۳۸۷) دو تن از پژوهشگران، در کار ارزشمند و مطالعه جامع خود درباره مدل‌ها، دیدگاه‌ها و نظریه‌های مربوط به سنجش رضایت مشتریان چند پارادایم را معرفی می‌کنند که ما نیز در این بخش، بحث را با اشاره به پارادایم‌های رضایت مشتری شروع

و در ادامه به معرفی و تشریح مدل‌های رضایت مشتری می‌پردازیم. پیش از شروع بحث لازم است تأکید کنیم که در همه نظریه‌های رضایت مشتری سه بخش وجود دارد:

- اول ورودی‌ها یا متغیرها و عوامل تأثیرگذار بر رضایت
- دوم خود مفهوم رضایت که محتوای آن نوعی مقایسه بین انتظارات و عملکرد محصول یا خدمات بر اساس درک مشتری است
- سوم خروجی‌ها که شامل پیامدهای رضایت یا ناراضی است مثل شکایت، وفاداری یا عدم وفاداری مشتری و تبلیغ شفاهی مشتری درباره مؤسسه، شرکت یا سازمان.

#### ۱.۱.۶. پارادایم انتظارات - عدم تطابق

این پارادایم تأکید می‌کند که مشتریان قبل از استفاده از کالا یا خدمات انتظاراتی از کالا یا خدمات مورد نظر دارند. پس از دریافت و استفاده از محصول و خدمات، مشتریان به برداشت و درکی می‌رسند و سپس این برداشت و درک خود را با انتظارات قبلی خود مقایسه می‌کنند. حال اگر انتظارات، قبل از مصرف با عملکرد درک‌شده محصول یا خدمات اختلاف داشته باشد، نوعی عدم تأیید یا عدم تطابق بین انتظار و عملکرد پیش می‌آید که البته این اختلاف یا عدم تطابق می‌تواند مثبت یا منفی باشد یا اصلاً اختلافی وجود نداشته باشد؛ یعنی، انتظارات و عملکرد درک‌شده منطبق بر هم باشند. به هر صورت، با وجود عدم تطابق، اگر عملکرد درک شده بهتر باشد، ما با رضایت مشتری مواجه خواهیم بود، و در حالت برعکس اگر انتظارات برآورده نشده باشد؛ ناراضی‌تایی شکل می‌گیرد و در صورت تطابق، تأیید ساده یا حالت خشی ایجاد می‌شود.

#### ۱.۲. پارادایم عواطف

این پارادایم به این نکته اشاره می‌کند که مشتری فقط بر اساس محاسبات عقلانی خود رفتار نمی‌کند؛ بلکه تحت تأثیر نیازهای ذهنی، آرزوها و تجارب و یادگیری‌های خود، کالاهای و خدمات را ارزیابی می‌کند؛ به عبارت دیگر، پارادایم عواطف در انتقاد به پارادایم انتظارات - عدم تطابق معتقد است که ممکن است مشتری صرف‌نظر از فاصله موجود بین انتظارات و عملکرد، بنا به دلایل احساسی از محصول یا خدمات راضی یا ناراضی باشد؛ زیرا این احتمال وجود دارد که:

- بعد از خرید، ارزیابی‌ها بر اساس ویژگی‌ها و معیارهایی صورت گیرد که مبتنی بر انتظارات مشتری نباشد.

- انتظارات مشتری و برداشت او از عملکرد احساسی باشد.
- مشتری به عنوان مصرف‌کننده متوجه شود که انتظارات او مبهم هستند.
- به بیان دیگر، تجدید نظر روی انتظارات می‌تواند بر عدم تطابق تأثیرگذار باشد. البته ابعاد شناختی و عاطفی مشتری در همه شرایط به یک اندازه تأثیرگذار نیستند؛ بلکه متناسب با هر محصول و شرایط ممکن است تأثیر متفاوتی داشته باشند.

### ۳.۱.۶. پارادایم اصلاح شده انتظارات - عدم تطابق

- پس از انتقادهایی که به مدل انتظارات - عدم تطابق شد، الیور در پاسخ به آنها پارادایم خود را با وارد کردن دو متغیر عواطف و تساوی به ورودی‌های مدلش اصلاح کرد.
- در این مدل، عوامل مؤثر بر رضایت یا ورودی‌ها عبارتند از:

- انتظاراتها

- عملکرد درک‌شده

- عدم تطابق

- عواطف

- تساوی

همچنین خروجی‌ها نیز شامل متغیرهای زیر است:

- شکایت‌ها

- تبلیغ شفاهی

- قصد خرید مجدد

### ۴.۱.۶. پارادایم تساوی

پارادایم تساوی که بیشتر برای شناخت رضایت از کالاها مناسب است، بر این اساس استوار است که رضایت‌مندی مصرف‌کننده یا مشتری تحت تأثیر منصفانه‌بودن یا تساوی هزینه‌ها در مقابل پاداش‌ها یا دریافتی‌های پیش‌بینی‌شده خود قرار دارد؛ به عبارت دیگر، در هر معامله به ازای پرداخت هزینه، مشتریان به پاداش‌هایی دست پیدا می‌کنند. حال اگر از نظر مشتریان هزینه در مقایسه با پاداش پیش‌بینی‌شده، منصفانه و مقرون به صرفه باشد، آنها احساس رضایت خواهند کرد و طبیعی است هرچه این احساس قوی‌تر باشد، رضایت بیشتر و هرچه ضعیف‌تر باشد، رضایتشان کمتر خواهد شد.

#### ۵. ۱. ۶. پارادایم نسبت دادن

معمولاً در هر خرید، مشتریان تمایل دارند که برای احساس موفقیت یا عدم موفقیت خود دلایلی بیاورند و موفقیت یا عدم موفقیت خود را به این دلایل نسبت دهند. این پارادایم اشاره می‌کند که پاسخ‌های بعد از خرید مصرف‌کنندگان یا مشتریان، به این‌گونه نسبت‌دادن‌ها بستگی دارد، پارادایم نسبت‌دادن بیشتر در بررسی رفتار مشتریان شاکی کاربرد دارد.

#### ۶. ۱. ۶. پارادایم عملکرد درک‌شده

این پارادایم ادعا دارد که در مورد برخی از کالاها همچون کالاهای بادوام، رضایت مصرف‌کنندگان به طور عمده از طریق عملکرد محصول، البته مطابق با درک مشتری از این عملکرد، تعیین می‌شود و با انتظارات اولیه مشتریان ارتباطی ندارد؛ به بیان دیگر، هرگاه محصول یا کالا از نظر مشتری عملکرد خوب و قابل قبولی داشت، موجب رضایت خواهد شد و این رضایت بدون در نظر گرفتن توقع‌ها نمایان می‌گردد.

#### ۷. ۱. ۶. پارادایم معیارهای مقایسه

بررسی‌های بیشتر نشان می‌دهد که انتظارات مشتریان شاید تنها مبنای مقایسه برای رضایت‌مندی آنها نباشد؛ به عبارت دیگر، عوامل مختلفی می‌توانند در رضایت آنها نقش داشته باشد. برای مثال تجارب قبلی در مورد محصول یا علامت تجاری و هنجارهای مرتبط با آن می‌توانند به عنوان معیار برای مقایسه به‌کار گرفته شوند. در مورد این‌گونه معیارها توضیح مختصری ارائه می‌شود.

**الف. سطح عملکرد مطلوب (ایده‌آل)؛ یعنی، سطحی که اگر وجود داشته باشد، موجب رضایت مشتری می‌گردد.**

**ب. حداقل سطح عملکرد قابل قبول (قابل تحمل)؛ یعنی سطحی که در صورت نبود آن باعث ایجاد نارضایتی می‌شود.**

**ج. سطح عملکرد شایسته؛ سطحی است که بر اساس زمان، تلاش یا پول و سرمایه‌گذاری مورد انتظار مشتری است.**

**د. سطح تساوی؛ به سطحی از عملکرد اشاره می‌کند که در آن قیمت یا هزینه پرداخت‌شده یا کوشش به عمل آمده در مقابل دریافت‌ها منصفانه تلقی می‌گردد؛ هرچند دو مفهوم اخیر به یکدیگر تشابه زیادی دارند.**

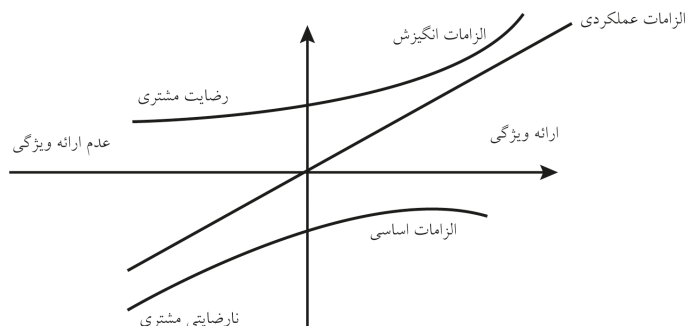
از بررسی پارادایم‌های مورد اشاره چنین برمی‌آید که هیچ‌یک از آنها به تنهایی کامل و بی‌نقص نیستند. پارادایم انتظارات - عدم تطابق هرچند که به عنوان پارادایم پایه و بنیانی منجر به شکل‌گیری دیگر تحقیقات و پارادایم‌ها و مدل‌های اصلاحی شده است، کاستی‌هایی دارد که می‌تواند به‌وسیله پارادایم‌های تکمیلی عواطف و تساوی جبران شود. پارادایم عواطف که سعی می‌کند رضایت مشتریان را تنها به‌وسیله عامل احساس توضیح دهد، نمی‌تواند پارادایمی جامع و کامل باشد. به هر صورت به نظر می‌آید که مدل اصلاح‌شده انتظارات - عدم تطابق و همچنین پارادایم معیارهای مقایسه نسبت به پارادایم‌های دیگر کامل‌تر است و تا حدودی ابعاد دیگر پارادایم‌ها را هم شامل می‌شود.

## ۲.۶ مدل‌های سنجش رضایت مشتری

پژوهشگران، سازمان‌ها و مؤسسه‌ها برای اندازه‌گیری رضایت‌مندی مشتریان در چارچوب پارادایم‌های مطرح شده از مدل‌های گوناگونی استفاده کرده‌اند. پیش‌تر در بحث اندازه‌گیری رضایت مشتری که برای تکمیل و شفاف‌شدن بیشتر، تعریف مفهوم رضایت مشتری ارائه شد، دیدیم که مدل‌های نظری مربوط به رضایت مشتریان به دو دسته کلی تقسیم می‌شوند که عبارت بودند از: مدل‌های عینی و مدل‌های ذهنی. همچنین در نمودار مربوط به تقسیم این مدل‌ها، روش‌های سنجش آنها را نیز نشان دادیم. در ادامه، مدل‌های مختلفی را که مورد استفاده قرار می‌گیرند، مورد اشاره و بحث قرار می‌دهیم.

### ۱.۲.۶ مدل کانو

نوری‌اکی کانو از صاحب‌نظران برجسته در حوزه مدیریت کیفیت برای اندازه‌گیری رضایت مشتری مدلی را طراحی و ارائه نمود که در پژوهش‌های زیادی مورد استفاده قرار گرفته است. (ملکی - دارابی، ۱۳۸۷) در این مدل، کیفیت یا همان ویژگی‌های محصول یا خدمات به سه دسته کیفیت بیان شده، کیفیت مورد انتظار و کیفیت هیجان‌انگیز تقسیم و ارتباط آنها با رضایت مشتری به خوبی بیان شده است (صفاری‌نژاد و رحیمی، ۱۳۸۷). شکل (۱.۲) مدل کانو را نشان می‌دهد.



شکل ۱.۲. مدل نارضایتی مشتری کانو

همان‌طور که شکل نشان می‌دهد محور عمودی رضایت مشتری و محور افقی میزان الزام کیفیت را بیان می‌کند که در ادامه آنها را توضیح می‌دهیم:

#### ۱. کیفیت بیان شده

کیفیت‌های بیان‌شده، ویژگی‌ها و خصوصیت‌هایی هستند که مشتریان کالا و خدمات از ارائه‌کننده یا تأمین‌کننده تقاضا می‌کنند. در واقع این کیفیت، ویژگی‌هایی هستند که مشتریان به وضوح بیان می‌کنند. رابطه کیفیت بیان‌شده با رضایت مشتریان ارتباط مستقیم است؛ یعنی، هرچه قدر ویژگی‌های مورد درخواست مشتریان بیشتر تأمین شود، رضایت‌مندی آنها نیز افزایش خواهد یافت که در شکل ۱.۲ تحت عنوان الزامات عملکردی یعنی خطی که از محور می‌گذرد، نمایش داده شده است.

#### ۲. کیفیت مورد انتظار

این نوع کیفیت به آن دسته از ویژگی‌هایی اشاره می‌کند که مشتری انتظار دارد آنها را در محصول یا دریافت خدمات مشاهده کند، اما این ویژگی‌ها را به ارائه‌کننده، بیان نمی‌کند زیرا تصور مشتری این است که این ویژگی‌ها را حتماً دریافت خواهد کرد و نیازی به یادآوری یا درخواست نیست. اگر به رابطه این کیفیت با رضایت در شکل مربوط به مدل به دقت نگاه کنیم، معلوم می‌شود که عدم تأمین کیفیت مورد انتظار مشتری موجب نارضایتی شدید می‌شود، زیرا منحنی مربوطه یعنی منحنی الزامات اساسی به سمت نارضایتی انحراف زیادی پیدا می‌کند. در مقابل، برآورده کردن انتظارات مشتری در این مورد رضایت او را خیلی افزایش نمی‌دهد؛ زیرا مشاهده



می‌کنیم که منحنی در امتداد جهت مثبت محور افقی و موازی با آن امتداد می‌یابد. بنابراین در مورد رابطه کیفیت مورد انتظار و رضایت مشتری دو نکته نمایان می‌شود:

اول این‌که با کاهش اندک در این کیفیت یا به عبارتی برآورده‌نشدن اندکی از انتظارات مشتری، رضایت او به میزان زیادی کاهش می‌یابد، اما اگر به انتظارات او توجه شود و برآورده گردد، رضایت او هیچ وقت مثبت نمی‌شود. شاید بتوان گفت که در چنین حالتی محصول برای مشتری قابل قبول است.

دوم این‌که با توجه به ماهیت رابطه بین کیفیت مورد انتظار با رضایت، معلوم می‌گردد که هر اندازه این نوع کیفیت بالا باشد، ارائه‌کننده کالا و خدمات مجبور به تأمین آن است، زیرا انتظارات مشتری طی فرایندی شکل می‌گیرد که او در به وجود آمدن آن هیچ نقشی ندارد.

### ۳. کیفیت هیجان‌انگیز

این کیفیت به ویژگی‌ها و خصوصیتی اشاره می‌کند که مشتری آنها را بیان نکرده و انتظار آنها را هم ندارد؛ اما به محض این‌که آنها را مشاهده می‌کند، هیجان‌زده می‌شود. بنابراین اگر تعداد کمی از این ویژگی‌ها در محصول یا دریافت خدمات مشاهده شود، موجب افزایش شدید رضایت مشتری خواهد شد. در شکل نیز مشاهده می‌کنیم که منحنی الزامات انگیزشی به موازات محور افقی از ناحیه منفی حرکت و در ناحیه مثبت به شدت منحرف و به سمت بالا صعود می‌کند.

از بررسی مدل کانو چنین برمی‌آید که گرچه مدل نظری یاد شده از قابلیت‌های بالایی برای سنجش رضایت مشتری برخوردار است؛ اما کاربرد آن در مورد کالاهای و محصولات مناسب‌تر است و برای سنجش رضایت مشتری از خدمات شاید توانایی و شایستگی خوبی نداشته باشد.

همین‌طور در مدل کانو گرچه روابط بین سه نوع کیفیت با رضایت، به خوبی مشخص شده است؛ اما ارتباط بین انواع کیفیت‌ها مورد اشاره قرار نگرفته است؛ به عبارت دیگر، مدل، این فکر را القا می‌کند که گویا انواع کیفیت، مستقل از یکدیگر عمل می‌کنند. در حالی‌که اگر کالایی ویژگی‌های مورد انتظار یا بیان‌شده را نداشته باشد؛ اما به فرض، ویژگی‌های هیجان‌انگیز را دارا باشد، آنگاه این ویژگی‌ها مطابق مدل، تأثیری بر رضایت نخواهد داشت.

## ۲.۲.۶. مدل سروکوال<sup>۱</sup>

اهمیت موضوع رضایت‌مندی مشتری به خصوص مطرح‌شدن مفهوم کیفیت در بخش خدمات موجب شد تا دانشگاه‌ها و مؤسسه‌ها و سازمان‌های خدماتی به این موضوع توجه بیشتری کنند و درباره آن به تحقیق بپردازند. همان‌طور که در بحث مربوط به خدمات اشاره شد، سه تن از پژوهشگران برجسته یعنی «پاراسورامان»، «بری» و «زیتامل» به بررسی علمی موضوع کیفیت خدمات پرداختند. آنها تلاش قابل‌تحسینی انجام داده‌اند تا مدلی معتبر ارائه کنند که با آن بتوان کیفیت خدمات را در همه سازمان‌های خدماتی مورد بررسی و سنجش قرار داد (پاراسورامان، بری و زیتامل ۱۹۸۵ و ۱۹۸۸ و ۱۹۹۰). در این تلاش علمی آنها توانستند به چند پرسش مهم پاسخ دهند:

- منظور از کیفیت خدمات چیست؟

- مشتریان چگونه کیفیت خدمات را ارزیابی می‌کنند؟

- آیا مفهوم کیفیت خدمات تک‌بعدی است یا از چند بعد تشکیل شده است؟

- اگر مفهوم کیفیت خدمات چندبعدی است این ابعاد کدام‌ها هستند؟

همچنان‌که قبلاً نیز ذکر کردیم، پاراسورامان کیفیت خدمت را فاصله و شکاف بین انتظارات مشتری از خدمت و درک او از کیفیت خدمت دریافت‌شده تعریف می‌کند که موجب روشن‌شدن فضای مفهومی کیفیت در بخش خدمات می‌گردد. پاراسورامان، بری و زیتامل در ادامه تلاش خود و در پاسخ به پرسش‌های مطرح‌شده ابتدا ۱۰ بُعد برای مفهوم کیفیت در نظر گرفته، آنها را مورد بررسی و آزمون قرار دادند و سپس به این نتیجه رسیدند که تعدادی از ابعاد معرفی‌شده با یکدیگر همپوشانی مفهومی و همبستگی دارند و به عبارت دیگر یک مفهومند. سرانجام آنها پنج بُعد را به عنوان معیارهای سنجش کیفیت خدمات معرفی و برای هر کدام معرف‌ها و زیربخش‌هایی را نیز برای هر یک عنوان کردند. ما پیشاپیش به معیارهای پنج‌گانه اشاره کرده‌ایم و معرف‌های مربوط به هر معیار را نیز در بخش روش تحقیق مطرح خواهیم کرد.

پاراسورامان و همکارانش برای کشف مسائل و مشکلاتی که موجب کاهش کیفیت خدمات ارائه‌شده توسط سازمان‌ها و مؤسسه‌ها می‌شوند به تلاش و گردآوری داده‌ها ادامه دادند و پنج شکاف یا اختلاف را در مدل خود مشخص کردند که به نظر آنها علل اصلی

عرضه خدمات با کیفیت نامناسب است. این اختلاف یا شکاف‌ها عبارتند از:

#### ۱. شکاف و تفاوت بین انتظارات مشتری و درک و آگاهی مدیران از این انتظارات

شواهد گویای این است که مدیران سازمان‌های عرضه‌کننده خدمات ممکن است از کیفیت مورد انتظار و ویژگی‌های مورد نظر مشتریان در خدمات آگاهی نداشته باشند. در این صورت مجموعه‌ای از تصمیم‌هایی که برای تخصیص منابع و امکانات گرفته می‌شود، کارکرد نداشته باشد و به‌جای رضایت باعث نارضایتی شود.

#### ۲. تفاوت و شکاف بین درک مدیران سازمان‌ها از انتظارات مشتریان با ویژگی‌های (کیفیت) خدمات ارائه شده

برای این که سازمانی بتواند خدماتی با کیفیت خوب عرضه کند، فقط کافی نیست که مدیریت از انتظارات مشتریان آگاهی دقیق داشته باشد، بلکه لازم است که مدیران بتوانند درک و آگاهی خود را از این انتظارات با مشخصات کیفی عملیاتی سازند؛ به عبارت دیگر، مدیران باید بتوانند اطلاعات و دانش خود را درباره انتظارات مشتریان از کیفیت خدمات به معیارهایی مناسب تبدیل کنند تا بتوانند برای برآورده کردن انتظارات به طور صحیح و واقعی تلاش کنند.

#### ۳. تفاوت بین ویژگی‌های خدمات (مشخصات کیفیتی خدمت) و نحوه ارائه خدمت

این شکاف و اختلاف می‌تواند ناشی از بی‌میلی و عدم تمایل یا عدم توانایی کارکنان سازمان‌ها در تأمین معیارهای عملکردی باشد که در واقع ترجمه درک انتظارات مشتریان از خدمات یا کیفیت است. در واقع بیشتر مدیران سازمان‌ها بر نقش اساسی کارکنان بخش خدمات که به طور مستقیم با مشتریان تعامل دارند، تأکید می‌ورزند. این شکاف، مسئله مهمی را در ارائه خدمات مناسب مطرح می‌سازد. رفع آن نیز تنها با تهیه دستورالعمل‌های مناسب شغلی یا تهیه معیارهایی که بازتابی از انتظارات مشتریان باشد، ممکن نخواهد بود؛ زیرا موانعی از جمله نبود کارکنان شایسته، نبود نظام مناسب پاداش و تشویق کارکنان می‌تواند باعث کاهش کیفیت خدمات گردد. بنابراین ضمن این که لازم است معیارهای عملکردی که نشان‌دهنده انتظارات مشتریان باشد، تهیه شود. همچنین ضروری است مدیریت با تهیه امکانات برای دستیابی به استانداردها و تشویق و انگیزش کارکنان از تحقق استانداردها به طور عملی حمایت کند.

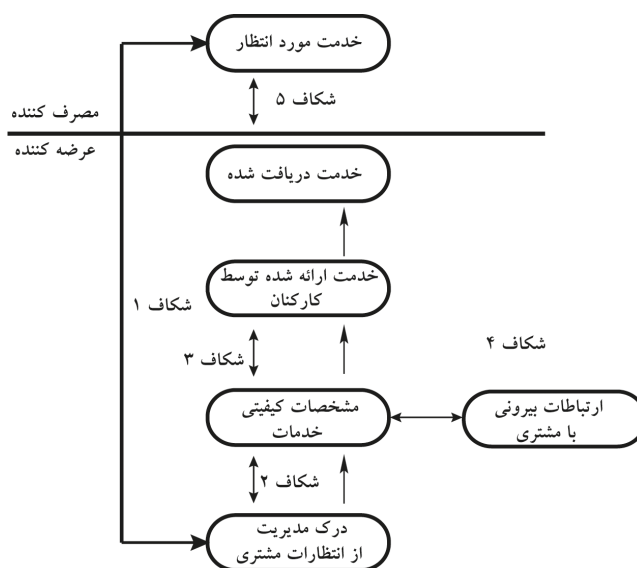
#### ۴. شکاف تفاوت بین نحوه ارائه خدمت و ارتباطات بیرونی (تبلیغات و تعهدات)

تبلیغات و تعهداتی که سازمان‌های خدماتی در این تبلیغات در رسانه‌های گروهی اعلام

می‌کنند، انتظارات مشتریان و ارزیابی آنها از کیفیت خدمات را تحت تأثیر قرار می‌دهند. بنابراین اگر نحوه ارائه خدمت با استنباط مشتریان از کیفیت خدمات دریافتی منطبق نباشد، مشتریان این کیفیت دریافت شده را پایین‌تر از حد انتظار خود تصور کرده و ناراضی خواهند شد. در واقع در اینجا شکاف و عدم تطابق یادشده، باعث می‌شود کیفیت واقعی و ارائه شده کمتر، نامناسب و ناکافی به نظر برسد. این اختلاف همچنین بازگوکننده عدم هماهنگی بین کسانی است که مسئول ارائه خدمت و آنهایی است که وظیفه تبلیغات را بر عهده دارند.

#### ۵. شکاف بین انتظارات مشتری از کیفیت خدمات و کیفیت خدمات دریافت شده

این شکاف در واقع نتیجه تفاوت‌ها و شکاف‌های اشاره شده در بالاست؛ به بیان دیگر، تفاوت بین انتظارات مشتری و خدمت دریافت شده همان شکاف اصلی و خلاصه‌کننده مفهوم کیفیت خدمات است که منجر به رضایت یا نارضایتی مشتری می‌گردد. با توجه به نظریه پراسورامان و همکارانش در مورد شکاف‌ها، مدل سروکوال را در شکل زیر نشان می‌دهیم.



شکل ۲.۲. مدل سروکوال (منبع: صفاری نژاد و رحیمی، ۱۳۸۷)

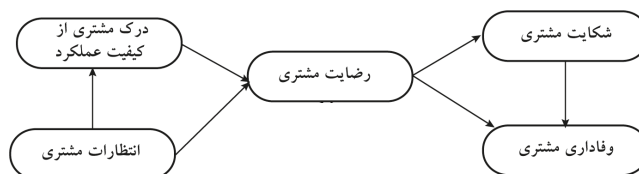
مدل سروکوال در تحقیقات زیادی مورد استفاده قرار گرفته است و یکی از کارآمدترین مدل‌ها برای پژوهش در بخش خدمات است؛ با این وجود انتقادهایی هم به آن وارد می‌کنند؛ از جمله این‌که منتقدان مدعی هستند مدل سروکوال نمی‌تواند وارد جزئیات شود و به صورت کلی به سنجش کیفیت می‌پردازد. ما نیز معتقدیم که گرچه این انتقاد به آن وارد است؛ اما با توجه به تنوع زیاد خدمات مدل سروکوال توانسته است به عنوان ابزاری معتبر به بررسی خدمات و کیفیت آنها به طور عام و قابل تعمیم بپردازد.

### ۳.۲.۶. مدل فورنل

در سال ۱۹۸۹ در کشور سوئد پروفسور فورنل مدلی به عنوان شاخص رضایت‌مندی مشتری معرفی کرد. این مدل که با استفاده از داده‌های نظرسنجی از مشتریان طراحی شده بود، بسیار مورد توجه قرار گرفت و به عنوان روشی کارآمد و جامع برای اندازه‌گیری کیفیت کالا و خدمات محسوب گردید. در واقع طراحی این مدل به عنوان بهترین روش برای تهیه یک شاخص استاندارد در سطح ملی نه تنها توجه پژوهشگران سوئدی؛ بلکه نظر امریکایی‌ها و اروپایی‌ها را نیز جلب کرد. علت چنین توجهی به مدل فورنل به سه ویژگی مهم آن بازمی‌گردد:

۱. جامع بودن مدل؛ یعنی توانایی سنجش کیفیت کالا و خدمات (برخلاف مدل سروکوال که فقط برای سنجش کالاها طراحی شده است).
۲. امکان کاربرد آن برای ارزیابی کیفیت کالا و خدمات در یک مقیاس وسیع.
۳. نشان دادن رابطه بین شاخص کیفیت با رفتار مشتری.

همان‌طور که ساختار کلان مدل فورنل نشان می‌دهد، رضایت مشتری تحت تأثیر دو محرک یا عامل یعنی درک مشتری از کیفیت عملکرد و انتظارات مشتری قرار دارد. ضمن این‌که درک مشتری نیز متأثر از انتظارات اوست. قسمت بعدی مدل نشانگر پیامدهای رضایت است که در واقع پیش‌بینی‌کننده رفتار مشتری است، در این قسمت رضایت‌مندی مشتری روی شکایات و وفاداری او تأثیر می‌گذارد، در عین حال میزان شکایات‌های مشتریان بر میزان وفاداری آنها اثر می‌کند. بنابراین ملاحظه می‌گردد که نقطه آغاز حرکت این مدل، انتظارات مشتریان و مقصد و پایان آن وفاداری آنهاست و عنصر رضایت نقش میانجی را بین انتظارات و وفاداری مشتریان بازی می‌کند. این مدل در صفحه بعد به تصویر کشیده شده است.



شکل ۲.۳. مدل فورنل (منبع کاوسی و سقانی، ۱۳۸۸ و ملکی - دارابی، ۱۳۸۷)

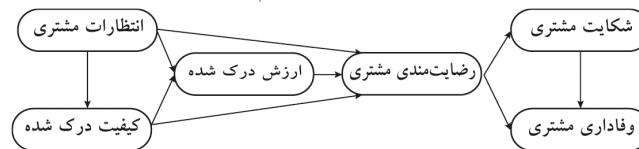
#### ۶.۲.۴. مدل شاخص رضایت مشتری در امریکا

شاخص رضایت مشتری از کیفیت کالاها و خدمات به عنوان یک معیار ملی در سال ۱۹۹۴ تدوین و طراحی گردید. این شاخص که برگرفته از شاخص رضایت مشتری سوئد است، شامل چند متغیر است که هرکدام از آنها با چند معرف سنجیده می‌شود و داده‌های مربوط به آن از طریق پیمایش و نظرسنجی به دست می‌آید. در مدل رضایت مشتری در امریکا روابط علت و معلولی بین متغیرها وجود دارد. در این مدل متغیر رضایت با چند شاخص یا معرف سنجیده می‌شود. به همین جهت برخلاف زمان‌های گذشته که رضایت به صورت یک شاخص منفرد و کلی سنجیده می‌شد، این شیوه سنجش رضایت به نتایجی معتبر و قابل اطمینان منجر می‌گردد. همچنان که در شکل مربوط به مدل ملاحظه خواهیم کرد، سه عامل بر رضایت مشتری تأثیر می‌گذارند که عبارتند از:

- درک مشتری از کیفیت
- انتظارات مشتری
- ارزش درک شده

همانند مدل فورنل در مدل شاخص رضایت مشتری در امریکا نیز انتظارات مشتری به طور مستقیم هم بر رضایت مشتری و هم بر درک او از کیفیت تأثیر می‌گذارد؛ علاوه بر این درک مشتری از کیفیت نیز به طور مستقیم روی رضایت اثرگذار است. همچنین به طور متفاوت از مدل سوئد در مدل امریکا انتظارات مشتری و درک او از کیفیت به طور مستقیم متغیر «ارزش درک شده» را تحت تأثیر قرار می‌دهند که خود این متغیر جزو ورودی‌ها و محرک‌های رضایت مشتری محسوب می‌گردد و در یک رابطه مستقیم می‌تواند موجب افزایش یا کاهش رضایت شود.

منظور از ارزش دریافت‌شده این است که مشتری میزان کیفیت درک‌شده خود از محصول یا خدمات را با قیمتی که برای آنها پرداخته، مقایسه و ارزشی را به عنوان حاصل مقایسه درک کند. خروجی‌های مدل نیز شکایت‌های مشتری و وفاداری اوست. مدل اولیه شاخص رضایت مشتری در امریکا را به صورت شکل زیر نشان می‌دهیم.



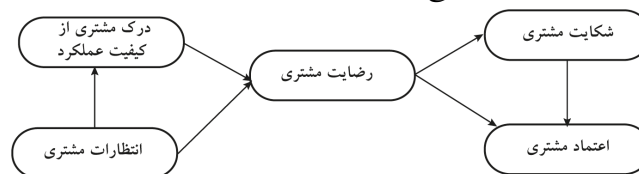
شکل ۲.۴. مدل شاخص رضایت مشتری در امریکا (منبع: عبدلی و فریدونفر، ۱۳۸۶)

این مدل مدل‌ها مورد استفاده قرار گرفت تا این که پژوهشگران آن را توسعه دادند و برای صنایع بخش خصوصی و دولتی به طور مجزا مدلی خاص تدوین و طراحی کردند که در واقع حاصل تغییرات مختصری بود که در همان ساختار کلی مدل اولیه اعمال شده بود؛ چون موضوع ما به بخش دولتی مربوط می‌شود. در اینجا فقط به مدل مربوط به صنایع دولتی اشاره می‌کنیم. در این مدل به جای متغیر وفاداری عامل دیگری به نام اعتماد مشتری قرار می‌گیرد که به وسیله دو معرف سنجیده می‌شود، این معرف‌ها عبارتند از:

- تمایل مشتری برای توصیه خدمات مؤسسه به دیگران

- میزان اطمینان مشتری به مؤسسه

علاوه بر تغییر یاد شده، عامل ارزش درک‌شده نیز از مدل برداشته می‌شود. شکل زیر مدل شاخص رضایت مشتری برای صنایع بخش دولتی امریکا را نشان می‌دهد.



شکل ۲.۵. مدل شاخص رضایت مشتری در امریکا برای صنایع بخش دولتی

(منبع: کاوسی و سقایی، ۱۳۸۸)

در این مدل علت این که متغیر وفاداری مشتری به وسیله عامل اعتماد مشتری جایگزین شده، این است که اداره‌های دولتی و بخش غیرانتفاعی تفاوت عمده‌ای با مؤسسه‌های

بخش خصوصی دارند. زیرا خدمات ارائه شده توسط بخش و مؤسسه‌های غیرانتفاعی یا رایگان بوده یا این‌که مشتریان در مقابل دریافت آن هزینه اندکی پرداخت می‌کنند.

در واقع هزینه این خدمات در کشور آمریکا به وسیله مالیات پرداخت می‌گردد. به همین جهت برخلاف بخش خصوصی که در آن وفاداری مشتری را به وسیله معرف‌ها و شاخص‌های «احتمال خرید مجدد» و «تحمل در برابر افزایش قیمت» سنجیده می‌شود و در بخش دولتی استفاده از این دو شاخص برای توضیح پیامدهای رضایت مشتری موجه به نظر نمی‌رسد. زیرا همان‌طور که گفتیم مشتری یا پولی پرداخت نمی‌کند یا این‌که مبلغ کمی می‌پردازد. بر همین اساس متغیر «ارزش درک شده» نیز از مدل کنار گذاشته می‌شود؛ به عبارت دیگر، چون این متغیر بیانگر رابطه بین قیمت و کیفیت است و در بخش دولتی مشتری هزینه‌ای پرداخت نمی‌کند؛ بنابراین در نظرسنجی نمی‌تواند به پرسش‌های مربوط به متغیر «ارزش درک شده» پاسخ دهد.

در پژوهش حاضر نیز چون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یک سازمان خدماتی دولتی است که خدمات رایگان به مشتریان خود ارائه می‌دهد؛ ما نیز در طراحی مدل تحقیق خود نمی‌توانیم از چنین متغیرهایی استفاده کنیم.

### ۳.۶. مدل شاخص رضایت مشتری در اروپا

سازمان‌های اروپایی با مشاهده موفقیت آمریکا و سوئد در طراحی و استفاده از مدل شاخص ملی رضایت مشتری و همین‌طور کمبود داده‌های معتبر که نشانگر استنباط مشتریان از کیفیت عملکرد بخش‌های مختلف اقتصادی اروپا باشد، موجب شد که سازمان‌های اروپایی مانند مؤسسه کیفیت اروپا و سازمان مدیریت کیفیت اروپا با پشتیبانی اتحادیه اروپا برای تدوین و طراحی مدل شاخص رضایت مشتری در اروپا اقدام کنند. این مدل شامل تعدادی متغیرهای مستقل یا تأثیرگذار و چند متغیر وابسته است و ساختار کلی آن شبیه ساختار مدل شاخص رضایت مشتری در امریکاست.

متغیرهای موجود در مدل به شرحی است که در ادامه می‌آید:

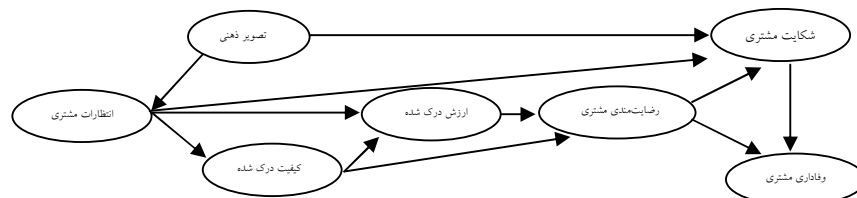
- تصویر مشتری از سازمان عرضه‌کننده
- انتظارات مشتری



- درک مشتری از کیفیت محصول
- درک مشتری از کیفیت خدمات
- ارزش درک‌شده
- رضایت مشتری
- وفاداری و شکایت مشتری

هرکدام از معرف‌های فوق با چند معرف و شاخص سنجیده می‌شوند. این شیوه برآورد اعتبار و توانایی مدل را در تولید یافته‌های دقیق و قابل تعمیم افزایش می‌دهد. در مدل اروپایی کیفیت درک‌شده به نوبه خود به دو متغیر یعنی «کیفیت سخت‌افزار» که نشانگر کیفیت کالاها و محصولات است و «کیفیت نرم‌افزار» یعنی کیفیت مربوط به خدمات تقسیم می‌گردد تا بتواند در هر دو حوزه تولید کالا و ارائه خدمات قابل کاربرد باشد.

روابط علی و معلولی موجود بین متغیرهای مدل نشان می‌دهد که همانند مدل امریکا انتظارات مشتری بر روی درک از کیفیت، ارزش درک‌شده و رضایت مشتری تأثیر می‌گذارد؛ به عبارت دیگر، در اینجا نیز ملاحظه می‌گردد که انتظارات مشتری محرک مهم است؛ زیرا کیفیت درک‌شده یعنی هم کیفیت سخت‌افزار و هم نرم‌افزار، ارزش درک‌شده و رضایت مشتری را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اما برخلاف شاخص رضایت مشتری در آمریکا، در مدل اروپا متغیر تصویر ذهنی نیز به عنوان متغیر مستقل و محرک وارد مدل شده، هم بر ارزش درک‌شده و هم بر شکایت مشتری به طور مستقیم تأثیر می‌گذارد. علاوه بر روابط فوق سه متغیر تصویر ذهنی، انتظارات و کیفیت درک‌شده با واسطه متغیر ارزش درک‌شده بر رضایت مشتری و همچنین از طریق هر دو متغیر ارزش درک‌شده و رضایت، به طور غیرمستقیم پیامدهای رضایت‌مندی مشتری را تحت تأثیر قرار می‌دهند.



شکل ۲.۶. مدل شاخص رضایت مشتری در اروپا (منبع: آیدین و اوزر ۲۰۰۵، نگاه کنید به عبدلی و فریدونفر، ۱۳۸۶)

لازم است اشاره کنیم که ممکن است روابط بیشتری بین متغیرها موجود باشد که در مدل نشان داده نمی‌شود. در واقع در اینجا بر روابط اصلی و عمده تأکید شده است. علاوه بر این، احتمال دارد که در هر کشور اروپایی با توجه به ویژگی‌ها و شرایط موجود مدل شاخص ملی رضایت مشتری در آن کشور، با مدل طراحی شده برای اروپا کمی متفاوت باشد. اما در کل مدل اروپا باید برای کشورهای اروپایی به طور یکسان به کار رود تا نتایج و داده‌های آن قابل مقایسه باشند تا بدین ترتیب اتحادیه بتواند در تصمیم‌گیری‌های مشترک از این داده‌ها استفاده کند.

#### ۴.۶. مدل شاخص رضایت مشتری در سوئیس

کشور سوئیس برای سنجش رضایت مشتری در سال ۱۹۶۶ یک شاخص ملی تهیه کرد. این اقدام در آغاز چند هدف را دنبال می‌کرد که عبارت بودند از:

۱. آگاه ساختن سازمان‌ها نسبت به ایجاد نظام مدیریت کیفیت و ترویج فرهنگ مشتری‌گرایی در سطح ملی

۲. بررسی و مقایسه داده‌های مربوط به سنجش رضایت مشتری در بخش‌های مختلف اقتصاد

۳. تدوین یک مدل کارآمدتر و بهبود یافته نسبت به مدل‌های کشور سوئد و آمریکا برای سنجش رضایت مشتری (کاوسی و سقایی، ۱۳۸۸: ۴۲۶).

متغیری را که پژوهشگران سوئیسی به عنوان اقدامی اصلاحی معرفی کردند و در مدل جای دادند، متغیر «ارتباط با مشتری» است، ضمن این‌که رضایت مشتری در این مدل هم مهم‌ترین عنصر مدل محسوب می‌گردد.

متغیر «ارتباط با مشتری» با سه معرف یا شاخص سنجیده می‌شود که عبارتند از:

- تمایل مشتری برای برقراری ارتباط با عرضه‌کننده

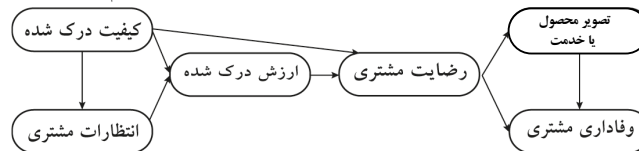
- سهولت ارتباط و برقراری تماس

- رضایت از ارتباط با عرضه‌کننده

در واقع فرض بر این است که رضایت‌مندی مشتری موجب احساس تعلق او به سازمان یا مؤسسه می‌شود و بدین ترتیب برای برقراری رابطه‌ای محکم و به طور نسبی پایدار به آن تمایل پیدا خواهد کرد.

### ۵.۶. مدل شاخص رضایت در مالزی

شاخص ملی رضایت مشتری در مالزی به عنوان یکی از معیارهای مهم ارزیابی عملکرد سازمان‌ها و نحوه ارائه خدمات توسط آنها تلقی می‌گردد. این مدل شامل شش متغیر است که روابط علی و معلولی بین آنها برقرار است. از میان این متغیرها، کیفیت درک‌شده، انتظارات مشتری و ارزش درک‌شده به عنوان عوامل محرک و مؤثر بر رضایت در نظر گرفته شده‌اند و دو متغیر وفاداری مشتری و «تصور درک‌شده از محصول یا خدمت» نیز پیامدهای رضایت‌مندی مشتری است. مدل مالزی را در شکل زیر ملاحظه می‌کنیم.



شکل ۲.۷. مدل شاخص رضایت مشتری در مالزی (منبع: کاوسی و سقایی، ۱۳۸۸)

### ۷.۱. انتظارات مشتری

از بررسی مدل‌های نظری مطرح‌شده برای اندازه‌گیری رضایت‌مندی مشتریان معلوم می‌شود که دو عامل انتظارات مشتری و کیفیت درک‌شده، در همه آنها مشترک است؛ اما چون خود کیفیت درک‌شده نیز تحت تأثیر انتظارات قرار دارد، بنابراین مفهوم انتظارات را می‌توان مهم‌ترین متغیر مؤثر بر رضایت مشتری محسوب کرد. بدین خاطر جا دارد که در این جا توضیحاتی در مورد آن بدهیم تا هم به روشن‌شدن بیشتر صورت مسئله و همین‌طور مدل‌ها و پارادایم‌ها کمک کند. البته لازم به یادآوری است که مفهوم کیفیت را در بحث خدمات و هنگام معرفی مدل سروکوال به حد کافی مورد بررسی قرار داده‌ایم.

مشتریان از سازمان‌ها و مؤسسه‌های مختلف خدماتی انتظارات متفاوتی دارند. بدین جهت لازم است که سازمان‌ها و بنگاه‌های خدماتی تلاش کنند تا از انتظارات مشتریان از خدماتی که توسط آنها عرضه می‌شود، شناخت کافی داشته باشند. در اینجا برای شناخت دقیق‌تر انتظارات مشتری باید سؤال کنیم که این انتظارات تحت تأثیر کدام عوامل شکل می‌گیرند؟

بررسی‌ها نشان می‌دهند که مهم‌ترین این عوامل عبارتند از:

- نیازهای شخصی
- تجربه‌های گذشته

- تبلیغات دهان به دهان (کلامی)

- تبلیغات تجاری (تاج‌زاده، ۱۳۸۲)

#### ۱. نیازهای فردی

هرکدام از مشتریان بر اساس نیازهای خاصی که دارند انتظارات ویژه و متناسب با آن نیازها را از خود بروز می‌دهند؛ در واقع این انتظارات، درخواست‌هایی برای پاسخ به این نیازهاست.

#### ۲. تجربه‌های گذشته

دومین عاملی که انتظارات مشتریان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، تجربه‌های پیشین آنهاست. برای مثال مشتریانی که در دریافت خدمات خاص تجربه بیشتری دارند، نسبت به مشتریان بی‌تجربه ممکن است در مورد برخی ابعاد کیفیت خدمات انتظارات کمتر و در مورد دیگر انتظارات بیشتری داشته باشند.

#### ۳. تبلیغات دهان به دهان

بخشی از انتظارات مشتریان در نتیجه شنیدن تبلیغات از دوستان و آشنایان در آنها ایجاد می‌شود؛ به عبارت دیگر، افرادی که مشتریان با آنها رابطه دارند، ممکن است استفاده از خدمتی را توصیه کرده و کیفیت آن را نیز توصیف کرده باشند.

#### ۴. تبلیغات تجاری

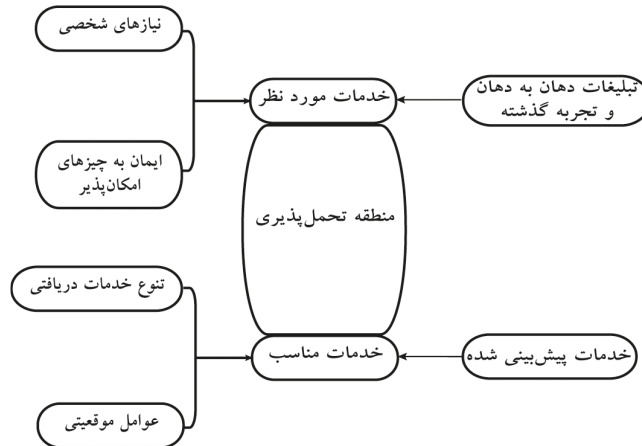
تبلیغات و کلیه پیام‌هایی که سازمان‌ها و مؤسسه‌های خدماتی برای جلب نظر مشتریان در نظر می‌گیرند در شکل‌دهی و تغییر انتظارات آنها نقش اساسی بازی می‌کنند. بنابراین بخشی از انتظارات مشتریان با روش‌ها و فشارهای تبلیغاتی در آنها ایجاد می‌شود. علاوه بر این که منابع شکل‌گیری انتظارات از کیفیت خدمات متنوع است. همچنین سطوح مختلفی از انتظارات مشتری وجود دارد که عبارتند از:

- خدمات مورد نظر

- خدمات مناسب

- خدمات پیش‌بینی شده

البته بین خدمات مناسب و خدمات مورد نظر، یک منطقه تحمل‌پذیر وجود دارد. شکلی که در ادامه می‌آید سطوح انتظارات خدماتی و عواملی را که بر آنها تأثیر می‌گذارد، نمایش می‌دهد.



شکل ۲۸. سطوح انتظارات (منبع: زیتامل و همکاران، ۱۹۹۳)

### سطوح خدمات مورد نظر

خدمتی است که مشتریان به دریافت آن امید بسته‌اند، در واقع از نظر مشتریان عرضه این سطح از خدمات هم ممکن و هم ضروری است.

### سطح خدمت مناسب

طبیعی است که افراد به عنوان مشتری، خواهان خدمات ایده‌آل باشند؛ اما در کل آنها انتظارات نامعقول نخواهند داشت، زیرا افراد با توجه به محاسبات خود از قبل می‌دانند که سازمان‌ها و مؤسسه‌ها همیشه نمی‌توانند بهترین خدمات را ارائه کنند. به همین دلیل انتظارات پایین‌تر از ایده‌آل دارند. به خدماتی که در این سطح به عنوان انتظارات مشتری بیان می‌شود، خدمات مناسب گفته می‌شود. در واقع این خدمات شامل حداقل خدماتی است که مشتریان بدون نارضایتی می‌توانند بپذیرند.

### خدمات پیش‌بینی شده

به سطحی از خدمات اشاره می‌کند که مشتریان انتظار دارند در جریان یک برخورد خدماتی از ارائه‌کننده دریافت کنند.

### منطقه تحمل‌پذیری

برخلاف کالاها و محصولات که هر کارمندی می‌تواند آنها را به همان شکلی که هستند

تحويل دهند؛ در مورد خدمات هر یک از کارکنان ممکن است متفاوت از دیگران عمل کنند؛ به عبارت دیگر، ممکن است نحوه ارائه یک خدمت توسط یک کارمند متفاوت از دیگری باشد، حتی این احتمال وجود دارد که کارکنان در زمان‌های متفاوت، عملکردی مشابه نداشته باشند. این مسئله می‌تواند موجب نارضایتی مشتری شود، به میزان و اندازه‌ای که مشتریان خدمات حاضرند این تفاوت را تحمل کنند «منطقه تحمل‌پذیری» گفته می‌شود.

### ۸. سازمان ارائه‌دهنده خدمات

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که در پژوهش حاضر به عنوان سازمان عرضه‌کننده خدمات معرفی می‌شود، جزئی از پیکره دولت است که با یک ساختار سازمانی و سلسله مراتبی از طریق معاونت‌های تخصصی و واحدهای تابعه خود وظیفه ارائه خدمات به مردم (مشتریان خود) را دارد. این وزارتخانه از وسعت قابل ملاحظه‌ای برخوردار است و خدماتی که ارائه می‌کند، متنوع و متعدد هستند. با توجه به این‌که وزارتخانه یاد شده یک سازمان خدماتی کاملاً دولتی است، بنابراین ارائه خدمات در آن با سازمان‌ها و مؤسسه‌های خصوصی متفاوت خواهد بود. در واقع سازمان‌های خدماتی دولتی از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ویژگی‌هایی دارند که عملکرد آنها را از بخش خصوصی متمایز می‌سازد. علاوه بر این، رابطه متقاضیان خدمات با سازمان‌های خدماتی دولتی متفاوت از رابطه مشتریان خدمات از بخش خصوصی با ارائه‌کنندگان خدمات در این بخش است. در ادامه به تعدادی از ویژگی‌های و تفاوت‌های یاد شده اشاره می‌کنیم:

۱. در بخش عمومی که شامل سازمان‌های خدماتی عمومی می‌شود، رقیبی وجود ندارد؛ به عبارت دیگر، سازمان‌های خدمات دولتی به صورت انحصاری به ارائه خدمات خاص می‌پردازند. بنابراین فعالیت آنها مبتنی بر سود نیست و مسئله ورشکستگی و ترس از نارضایتی و عدم وفاداری مشتری در مورد آنها صدق نمی‌کند.

۲. به دلیل انحصاری بودن ارائه خدمات خاص توسط سازمان‌های خدماتی دولتی، مردم یا متقاضیان خدمات که در واقع همان مشتریان هستند، مجبورند خدمات مورد نیاز خود را از این سازمان‌ها دریافت کنند و کارکنان سازمان‌های دولتی هم به این موضوع آگاهند. حال با توجه به این‌که دریافت‌کنندگان خدمات از بخش دولتی به طور مستقیم پولی بابت خدمات

پرداخت نمی‌کنند، رابطه متقاضیان خدمات از سازمان‌های دولتی و ارائه‌کنندگان این خدمات (کارکنان و مدیران) شکل خاصی پیدا می‌کند؛ به طوری که در آن مشتری همیشه در موضع پایین و ضعف قرار می‌گیرد. برای مثال متقاضیان خدمات از سازمان‌های دولتی انتظار دارند که این سازمان‌ها:

- اطلاع‌رسانی دقیق و سریعی داشته باشند
- خدمات مورد نظر آنها را با سرعت ارائه دهند
- ارائه خدمات را به درستی انجام دهند
- فضا و امکانات زیبا و پاکیزه‌ای داشته باشند
- کارهای مشتریان را به سادگی و سهولت انجام دهند
- کارمندان و مدیرانی را به‌کار گیرند که رفتار مناسبی داشته باشند و از دانش و مهارت خوبی برخوردار باشند

اما به راستی چه تضمینی وجود دارد که سازمان‌های خدماتی دولتی انتظارات قوی و سطح بالای متقاضیان را برآورده سازند؟

۱. در بعضی از سازمان‌های خدماتی دولتی از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تعدادی از خدمات برای پاسخ به نیازهای مشتری ارائه نمی‌شود، بلکه این خدمات در واقع دستورات عملی، اجرای قوانین و فرایندهایی بوروکراتیک هستند که متقاضیان مجبورند به آنها عمل کنند یا به عبارتی به صورت خدمات دریافت کنند.

۲. مدیران و کارکنان بخش خدمات دولتی برخلاف بخش خصوصی بنا به دلایلی که ذکر شد به مراجعان خود به عنوان مشتری نگاه نمی‌کنند؛ در واقع از حضور و زیادی آنها خوشحال نمی‌شوند، بلکه برعکس آنها خواهان مراجعه‌کنندگان کمتری هستند تا کار کمتری انجام دهند. مواردی که ذکر گردید گرچه همه موارد را بازگو نمی‌کنند، اما توجه به این ویژگی‌های سازمان‌های خدماتی دولتی ما را وادار می‌کند که علاوه بر متغیرهای مطرح شده در نظریه‌ها و مدل‌ها، احتمال وجود متغیرهای بومی مؤثر بر رضایت‌مندی ارباب‌رجوع را نیز فراموش نکنیم و این متغیرها را در طراحی مدل رضایت مشتری، سنجش مفاهیم و تحلیل عمیق‌تر مسئله مورد استفاده قرار دهیم.

## ۹. مطالعه اکتشافی

در کنار مطالعه ادبیات تحقیق به منظور معرفی متغیرها و مدل‌های تبیین‌گر و توصیف‌کننده مسئله، مطالعه‌ای اکتشافی طراحی شد تا بدین ترتیب با ابعاد مختلف و پنهان مسئله بیشتر آشنا شویم و به برخی از متغیرها و عوامل احتمالی بومی مرتبط با آن دست پیدا کنیم و سرانجام آن‌که از این طریق بتوانیم بحث‌های چارچوب نظری را با شواهد واقعی بومی (نه صرفاً نظری) پشتیبانی کنیم. علاوه بر این در پایان پژوهش نیز می‌توانیم برای ارائه راهکارها از ترکیب یافته‌های پیمایش و نتایج مطالعه اکتشافی استفاده و پیشنهادهای خود را با دید وسیع‌تر و عمیق‌تری بیان کنیم. بر اساس یافته‌های مطالعه اکتشافی که برآمده از مجموع مصاحبه‌ها با تعدادی از مراجعه‌کنندگان به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است، متغیرهایی شناسایی شد که می‌توان آنها را در سه دسته جای داد:

**دسته اول:** متغیرهایی هستند که بر اساس مباحث و نظرهای مطرح شده بخصوص دیدگاه پارسورامان و همکارانش به مفهوم کیفیت خدمات مربوط می‌شوند؛ به عبارت دیگر، این دسته، شامل متغیرهایی هستند که در ادبیات تحقیق وجود دارند و در مطالعه اکتشافی ما نیز تکرار شده‌اند.

**دسته دوم:** متغیرهایی هستند که گرچه تازگی دارند؛ اما در واقع معرف‌های شاخص‌های مفهوم کیفیت خدمات و برخی دیگر از مفاهیم و متغیرهای استخراج شده از ادبیات تحقیق و تأملات و مباحث نظری پژوهشگران هستند. بنابراین می‌توانیم از آنها به عنوان متغیرهای بومی (معرف‌های بومی) برای تکمیل سنجش مفاهیم و شاخص‌ها استفاده کنیم. این متغیرها یا معرف‌ها عبارتند از:

- به‌روز بودن اطلاع‌رسانی
- کافی و کامل بودن اطلاع‌رسانی
- شفاف بودن اطلاع‌رسانی
- حضور مدیران و کارکنان در محل کار خود
- الزام در پاسخگویی
- میزان شفافیت پاسخها



- رعایت عدالت در ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی
  - رعایت عدالت در ارائه تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی
  - رعایت عدالت در صدور مجوزها
  - عدم تبعیض سیاسی بین ارباب‌رجوع
  - میزان پیشنهادپذیری مدیران
- دسته سوم: این دسته شامل متغیرهایی می‌شوند که حاصل مطالعه اکتشافی بوده، در چارچوب نظری مورد بحث و اشاره قرار نگرفته‌اند. بنابراین، آنها را به صورت مستقل در مدل نظری تحقیق وارد کرده‌ایم. متغیرهای مورد نظر عبارتند از:
- ارزیابی اعتماد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به ارباب‌رجوع
  - توقع مشارکت در تصمیم‌گیری
  - ارزیابی امکانات موجود برای طرح مشکلات
  - ارزیابی فرایند دریافت مجوزها
  - توقع کاربرد فناوری نوین برای ارائه خدمات
  - رضایت از نظم اداری موجود

#### ۱۰. مدل شاخص رضایت مشتریان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

برای طراحی و تدوین مدل مورد بحث لازم است که به دو پرسش جواب دهیم، یکی این‌که با توجه به بررسی پارادایم‌ها و مدل‌های سنجش رضایت مشتری و تجارب جهانی به دست آمده در این زمینه کدام متغیرها را می‌توانیم برای مسئله و تدوین مدل‌مان انتخاب کنیم؟ پرسش دوم این‌که با توجه به ویژگی‌های موضوع و همین‌طور سازمان ارائه‌دهنده خدمات (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) چه مدلی را می‌توان به عنوان ابزار تحقیق و الگوی نظری خود برای بررسی موضوع طراحی کرد؟

بحث چارچوب نظری را با پاسخ به این پرسش‌ها ادامه می‌دهیم و با ارائه مدل به پایان می‌رسانیم.

#### ۱۰.۱. انتخاب متغیرها برای مدل

بررسی مدل‌های سنجش رضایت‌مندی مشتریان و دیدگاه‌های موجود در ادبیات تحقیق

نشان می‌دهد که با توجه به تفاوت‌های موجود بین کالا و خدمات می‌توان مدل‌های مورد اشاره را در یک نگاه کلی به دو دسته تقسیم کرد.

الف. مدل‌هایی که برای اندازه‌گیری رضایت مشتریان خدمات مناسب هستند.

ب. مدل‌هایی که برای سنجش رضایت‌مندی مشتریان کالاها کاربرد بهتری دارند.

البته باید در نظر داشت که بیشتر متغیرهای مورد استفاده در هر دو دسته از مدل‌ها، مشابه هستند و فقط در برخی متغیرها و یا معرف‌سازی‌ها برای متغیرهای اصلی با هم تفاوت دارند.

با توجه به این‌که موضوع ما به خدمات مربوط می‌شود پس باید عواملی را گزینش کنیم که با استفاده از آنها بتوان رضایت از خدمات را ارزیابی و تبیین کرد. با این ملاک و با توجه به بررسی مدل‌ها و الگوهای نظری و مطالعه اکتشافی، متغیرها و عوامل زیر را برای تدوین و طراحی مدل مورد نظر خود انتخاب می‌کنیم:

جدول ۲.۱. مفاهیم، شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق

منبع	شاخص یا متغیر	مفهوم
پاراسورمان و همکاران، مطالعه اکتشافی پژوهشگران	توقع از موارد فیزیکی	توقع کیفیت خدمات
	توقع از قابل اطمینان بودن خدمات	
	توقع تضمین خدمات (اطمینان خاطر)	
	توقع پاسخگویی ارائه‌کننده خدمات	
	توقع همدلی	
پژوهشگران	توقع اطلاع‌رسانی	_____
پژوهشگران	ارزیابی از اطلاع‌رسانی فعلی	_____
مطالعه اکتشافی	توقع کاربرد فناوری نوین برای ارائه خدمات	_____
مطالعه اکتشافی	توقع مشارکت در تصمیم‌گیری	_____
پژوهشگران	توقع عدالت در ارائه خدمات	_____
پوراشراف و مطالعه اکتشافی	ارزیابی عدالت در ارائه خدمات (عدالت درک‌شده)	_____
مطالعه اکتشافی و مدل‌های ارائه شده در پژوهش	رضایت از موارد فیزیکی	رضایت از کیفیت خدمات
	رضایت از قابل اطمینان بودن خدمات	
	رضایت از تضمین خدمات (اطمینان خاطر)	
	رضایت از پاسخگویی	
	رضایت از همدلی	
مطالعه اکتشافی	رضایت از نظم اداری	_____
پژوهشگران	رضایت از فرایند ارائه خدمات	_____

ادامه جدول ۱.۲. مفاهیم، شاخص‌ها و متغیرهای تحقیق

منبع	شاخص یا متغیر	مفهوم
پژوهشگران	رضایت کلی از کیفیت خدمات	_____
مطالعه اکتشافی	اعتماد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به دریافت‌کنندگان خدمات از نظر ارزیابی رجوع	_____
مطالعه اکتشافی	ارزیابی امکانات موجود برای طرح مشکلات	_____
پژوهشگران	ارزیابی فرایند دریافت مجوزها	_____

از میان متغیرهای گزینش شده که در جدول (۱.۲) آمده، چهار مفهوم، انتظارات، کیفیت خدمات، رضایت مشتری و عدالت درک‌شده را در مدل‌ها و الگوهای نظری مشاهده کردیم که از بین آنها مفاهیم کیفیت خدمات و انتظارات را به طور مفصل مورد بحث قرار دادیم. در اینجا لازم است به دیگر متغیرهای انتخاب‌شده نیز اشاره‌ای داشته باشیم تا منظور ما از محتوای مفهومی آنها نیز مشخص گردد.

#### ۱.۱.۱. عدالت درک شده

منظور از عدالت درک‌شده، آن میزان از احساس عدالت یا برابری است که مشتری در تعامل با سازمان خدماتی هنگام مقایسه وضعیت خود با دیگر مشتریان سازمان به‌دست می‌آورد. در واقع این احساس ناشی از چگونگی پاسخ به این پرسش است که آیا سازمان ارائه‌دهنده خدمات با همه مشتریان خود به طور یکسان و برابر برخورد می‌کند؟

در اینجا عدالت درک‌شده به صورت دو متغیر یا شاخص مورد بررسی قرار گرفته است: یکی «توقع عدالت» است که به میزان انتظارات دریافت‌کنندگان خدمات از رعایت عدالت به هنگام ارائه خدمات اشاره می‌کند. دیگری «ارزیابی عدالت» است که میزان احساس عدالت دریافت‌کنندگان خدمات را بیان می‌کند.

#### ۱.۱.۲. اطلاع‌رسانی

این مفهوم به چگونگی ارتباط سازمان با مشتریان برای آگاه‌سازی آنان پیرامون خدمات خود و نحوه ارائه این خدمات اشاره می‌کند. این متغیر نیز به دو صورت یعنی «توقع اطلاع‌رسانی» و «ارزیابی از اطلاع‌رسانی» وارد مدل می‌شود.

توقع اطلاع‌رسانی، شاخصی است که میزان توقع دریافت‌کنندگان خدمات از شیوه اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را بازگو می‌کند و متغیر دیگر نشانگر ارزیابی

وضعیت فعلی شیوه اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط ارباب‌رجوع است.

### ۳.۱.۱. توقع مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها

این متغیر به این انتظار اشاره می‌کند که دریافت‌کنندگان خدمات تا چه میزان می‌خواهند که نمایندگانشان در فرایند تصمیم‌گیری‌های مربوط به آنها در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مشارکت کنند.

### ۴.۱.۱. توقع کاربرد فناوری نوین

این توقع به این موضوع اشاره دارد که دریافت‌کنندگان خدمات تا چه میزان خواستار استفاده از فناوری نوین در ارائه خدمات توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستند

### ۵.۱.۱. اعتماد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به ارباب‌رجوع

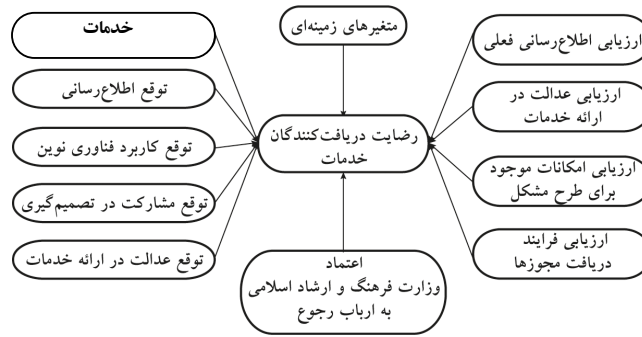
این متغیر حاصل مطالعه اکتشافی است و بیانگر ارزیابی دریافت‌کنندگان خدمات از اعتماد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به آنهاست.

### ۶.۱.۱. ارزیابی فرایند دریافت مجوزها و امکانات موجود برای طرح مشکلات

همان‌طور که از عنوان این دو متغیر برمی‌آید، این متغیرها به بررسی دو مسئله دریافت مجوزها و امکان طرح مشکلات توسط دریافت‌کنندگان خدمات می‌پردازد.

از میان متغیرهایی که انتخاب کردیم، متغیر اصلی رضایت‌مندی مشتری است که پژوهش قصد توصیف آن را دارد و به عنوان متغیر وابسته انتخاب شده است. متغیرهای دیگر در واقع متغیرهای مستقل ما هستند که گرچه سنجش آنها جزو اهداف اصلی نیستند؛ اما به علت اهمیت نظری که در توضیح مسئله و ارائه راهکارها دارند و همین‌طور به منظور پیشنهاد مدل نظری آزمون شده در پژوهش حاضر این متغیرها را نیز تحت عنوان عوامل مؤثر بر رضایت، سنجیده و بررسی خواهیم کرد.

در اینجا با توجه به متغیرهای گزینش شده و مباحث مطرح شده مدل رضایت مشتریان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را به طور مقلداتی به صورت شکل (۹.۲) نمایش می‌دهیم.



شکل ۹.۲. مدل و شاخص رضایت دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

### ۱.۱. فرضیه‌های پژوهش

با توجه به چارچوب مفهومی تدوین‌شده برای بررسی و شناخت وضعیت رضایت دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و شاخص‌های استخراج‌شده برای سنجش این منظور و مدل تدوین‌شده، می‌توان فرضیه‌های زیر را برای شناخت دقیق‌تر و سنجش مناسب‌تر رضایت مراجعه‌کنندگان به بخش‌های مختلف وزارتخانه، صورت‌بندی کرد. این فرضیه‌ها به ما کمک می‌کنند تا نقش هر یک از عوامل مؤثر در مدل را بر رضایت از خدمات بسنجیم و بر مبنای شناخت به‌دست آمده، راه‌حل‌های مناسب را برای افزایش رضایت‌مندی بیان نماییم. شایان گفتن است که بیان فرضیه‌ها ما را از پرداختن به وضع موجود خدمت‌رسانی و توصیف واقعیت بی‌نیاز نمی‌کند. بلکه در کنار توصیف وضعیت موجود، کمک می‌کند تا از زاویه دید ارباب‌رجوع به وزارتخانه، جایگاه هر یک از متغیرها را در رضایت مشتریان بناییم و بر مبنای آنها به وضع موجود را دقیق‌تر بشناسیم.

۱. هرچه میزان توقعات دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بالاتر باشد، رضایت آنها کمتر خواهد بود.
۲. اطلاع‌رسانی بهتر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پیرامون ارائه خدمات خود می‌تواند موجب افزایش رضایت‌مندی مراجعان و مشتریان باشد.
۳. احتمالاً بین متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنس، شغل و درآمد، دریافت‌کنندگان خدمات و رضایت‌مندی آنها رابطه وجود دارد.

۴. دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هرچه بیشتر احساس عدالت کنند، راضی‌تر خواهند شد.
۵. هرچه در بین دریافت‌کنندگان خدمات این نگرش بیشتر رواج پیدا کند که مورد اعتماد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستند، راضی‌تر خواهند شد.
۶. هرچه نمره ارزیابی از امکانات موجود برای طرح مشکلات بیشتر باشد، رضایت ارباب‌رجوع بیشتر خواهد شد.
۷. هرچه فرایند دریافت مجوزها طولانی‌تر و پیچیده‌تر شود، دریافت‌کنندگان ناراضی‌تر خواهند شد.



**فصل سوم**  
**روش پژوهش**





### مقدمه

هدف هر پژوهش علمی، کشف واقعیت‌ها و «برقرار کردن رابطه میان آنها و تبیین شرایط و رویدادها» است. این تبیین باید به نحوی باشد که به مجموعه‌ای از تصمیم‌های منطقی منجر شود؛ چرا که در صورت امکان بتوان بر اساس آن به پیش‌بینی رویدادها پرداخت (حافظ‌نیا؛ ۱۳۷۶: ۱۲). از این رو، پژوهش اجتماعی عبارت خواهد بود از «مشاهده منظم زندگی اجتماعی به منظور یافتن و شناخت الگوهایی که میان موارد مشاهده شده وجود دارد» (ببی، ۱۳۸۴: ۱۶). پژوهش‌های اجتماعی را بر اساس روش آنها می‌توان به گروه‌های گوناگونی تقسیم کرد و بر هر کدام نامی مشخص نهاد تا تمایز هر یک را از دیگری نشان دهد. چون این پژوهش درصدد توصیف وضع موجود رضایت‌دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است و علاوه بر آن تلاش می‌نماید تا با تکیه به برخی اطلاعات به دست آمده، برخی روابط موجود بین متغیرها را دریابد و به سطحی از تحلیل روابط و اثرگذاری متغیرها بر یکدیگر دست یابد، از نوع پژوهش‌های توصیفی - تحلیلی است و بر اساس تقسیم‌بندی موریس دوورژه<sup>۱</sup> در زمره روش «مشاهده مستقیم پنهانگر» قرار می‌گیرد. می‌دانیم که در نظر وی این روش دارای سه مرحله اساسی است: «تعیین فهرستی از کسانی که باید از آنها سؤال بشود (نمونه)، سؤال کردن از افراد این نمونه (بررسی به معنی دقیق) و استخراج نتیجه‌های بررسی» (دوورژه؛ ۱۳۶۶: ۱۴۱).

### ۱. گردآوری داده‌ها و اطلاعات پژوهش

در هر پژوهشی بعد از فراهم شدن مقدمات، اولین اقدام عملی، جمع‌آوری یا تولید داده‌ها درباره موضوع است که می‌تواند به روش‌های مختلف انجام گیرد. در این پژوهش با توجه به ماهیت و صورت مسئله و طرح کلی چگونگی بررسی آن از روش پیمایش استفاده می‌کنیم. مطابق اصول این روش ابتدا با مطالعه ادبیات تحقیق، داده‌ها و اطلاعات نظری درباره موضوع، گردآوری و تنظیم می‌شود. آنگاه این داده‌های نظری در فرایند عملیات میدانی به داده‌های تجربی و کمی تبدیل می‌گردند. بنابراین، شیوه گردآوری داده‌ها و اطلاعات لازم در پژوهش حاضر پیمایش تعیین گردید. فرایند گردآوری اطلاعات در روز دوشنبه، اول شهریور ماه ۱۳۸۹ تا روز چهارشنبه ۱۴ مهر ماه ۱۳۸۹ به طول انجامید.

### ۲. واحد تحلیل

یکی از اقدامات ضروری در تحقیقات اجتماعی این است که واحد تحلیل را باید مشخص کرد. واحد تحلیل واحدی است که اطلاعات لازم از آن جمع‌آوری می‌شود؛ واحدی که در تحقیق خصوصیات آن توصیف می‌شود (دواس، ۱۳۷۶: ۴۱). در این بررسی، واحد تحلیل مشتری با فرد است. بنابراین داده‌های خود را از مشتریان (دریافت‌کنندگان خدمات) به‌دست خواهیم آورد. در نهایت، پژوهش تلاش می‌کند تا به تحلیل دیدگاه افراد نمونه بپردازد. هرچند بر این تأکید می‌نماییم که این نمونه، معرفی از جمعیت مراجعه‌کنندگان به وزارتخانه محسوب می‌شوند.

### ۳. ابزار گردآوری داده و اطلاعات

در علوم اجتماعی به تناسب نوع مسئله و روش تحقیق از ابزارهای مختلفی برای گردآوری داده‌ها یا ابزار دستیابی به اطلاعات مورد نیاز استفاده می‌کنند. اما متداول‌ترین ابزار در علوم اجتماعی به‌ویژه در موضوع رضایت‌سنجی، پرسشنامه است. البته برای هر نوع مصاحبه، پرسشنامه‌ای خاص تدوین می‌شود؛ برای مثال، مصاحبه تلفنی، ارسال پرسشنامه به صورت پستی و مصاحبه عمیق، پرسشنامه‌های خاص خود را دارند. در اینجا چون با مشتریان یا دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به صورت حضوری مصاحبه خواهیم کرد؛ لذا پرسشنامه تحقیق را نیز ویژه این نوع مصاحبه طراحی و تدوین کرده‌ایم. بدین منظور متغیرها و

مفاهیمی را که از چارچوب نظری برای بررسی تجربی موضوع استخراج کرده‌ایم، معرف‌سازی و سپس این معرف‌ها و متغیرها را به پرسش‌های مناسب تبدیل کردیم و سرانجام به آنها ساخت داده و به صورت پرسشنامه در آوردیم.

#### ۴. جمعیت آماری و جمعیت تحقیق

منظور از جمعیت آماری مجموعه‌ای معین از واحدهای تحلیل است که تحقیق قصد بررسی آن را دارد. پژوهشگر باید تصمیم بگیرد که آیا اطلاعات و داده‌های مورد نیاز خود را از کلیه واحدهای جمعیت آماری به دست می‌آورد یا انتخاب یک نمونه معرف برای پاسخ به پرسش‌های پژوهش کفایت می‌کند. در تحقیقات پیمایش و از جمله رضایت‌سنجی‌ها برای جلوگیری از صرف هزینه‌های زیاد و همچنین به علت عدم امکان دسترسی به کل جمعیت آماری، پژوهشگران از نمونه‌گیری استفاده می‌کنند. در این پژوهش به علت گستردگی جمعیت مورد بررسی و عدم دسترسی به همه واحدهای آن، هزینه‌بر بودن تمام‌شماری و مهم‌تر از همه امکان دستیابی به پاسخ‌های پژوهش با انتخاب نمونه‌ای معتبر از شیوه نمونه‌گیری استفاده شده است. ابتدا لازم است جمعیت آماری خود را مشخص سازیم. گرچه در عنوان تحقیق به طور ضمنی به جمعیت آماری اشاره شده، با این حال، ضروری است تا جمعیت هدف یا آماری به روشنی تعریف و مشخص گردد. اما ارائه این تعریف چندان آسان نیست؛ زیرا در پژوهش حاضر جمعیت مورد بررسی از ناهمگونی قابل توجهی برخوردار است. دلیل این ناهمگونی زیاد، این است که هم وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خدمات بسیار متنوعی عرضه می‌کند و هم گروه‌ها و افراد بسیار گوناگونی به دنبال دریافت این خدمات هستند. این امر تعریف محدود کردن جمعیت آماری را دشوار می‌سازد. با وجود این ضروری است که دست به این تعریف بزنیم. بدین منظور باید مشخص سازیم که مشتریان، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی چه کسانی هستند؟ اما قبل از معرفی مشتریان لازم است به طور مختصر به بخش‌های مختلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وظایف آنها اشاره‌ای داشته باشیم.

وزارتخانه یاد شده از هفت معاونت تشکیل شده که هر کدام از آنها نیز به واحدها و زیرمجموعه‌های تابعه تقسیم شده‌اند؛ این معاونت‌ها عبارتند از: ۱. معاونت امور اداری و امور استان‌ها

۲. معاونت حقوقی و امور مجلس ۳. معاونت برنامه‌ریزی و توسعه ۴. معاونت امور فرهنگی  
۵. معاونت امور هنری ۶. معاونت مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی ۷. معاونت امور سینمایی و سمعی  
و بصری.

این معاونت‌ها در چارچوب ساختار سازمانی به انجام دادن وظایفی مشخص مشغولند که  
از یک نظر این وظایف را می‌توان به دو دسته عمده تقسیم کرد:

۱. وظایفی که به فلسفه وجودی وزارتخانه مربوط می‌شود. این دسته از وظایف شامل  
فعالیت‌هایی نیست که در بیرون از وزارتخانه، مشتریانی داشته باشند؛ سه معاونت نخست در  
کل مشغول انجام این وظایف هستند.

۲. وظایفی که وزارتخانه و واحدهای تابعه در قبال مراجعه‌کنندگان، ارباب‌رجوع یا  
مشتریان بیرونی انجام می‌دهند که چهار معاونت بعدی و دفتر هماهنگی، توسعه و ترویج  
فعالیت‌های قرآنی و دفتر یا مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال مشغول انجام  
چنین وظایفی هستند که به صورت خدمات به متقاضیان و مراجعه‌کنندگان ارائه می‌شوند. در  
این تحقیق نیز رضایت از عملکرد این چهار معاونت و دفتر توسعه فناوری اطلاعات و  
رسانه‌های دیجیتال سنجیده شده است (دفتر فعالیت‌های قرآنی به جهت نداشتن مراجعه‌کننده  
بالفعل و حضوری حذف شد).

در پاسخ به سوال پیشین یعنی مشخص کردن مشتریان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ابتدا  
خدمات ارائه شده توسط معاونت‌ها و دفتر مورد نظر را به تفکیک ذکر کرده، سپس مشتریان  
آنها را معرفی می‌کنیم.

#### الف. خدمات معاونت امور سینمایی

- صدور کارت مدیریت سینماهای جدید و تعویض و جابه‌جایی مدیریت سینماها
- صدور پروانه نمایش فیلم برای نمایش در سینماهای تهران و شهرستان‌ها
- صدور مجوز نمایش نمونه (آنونس) در سینماها
- صدور پروانه ساخت فیلم‌ها و برنامه‌های ویدیویی
- تمدید مجوز فعالیت شرکت‌ها و مؤسسات تولید فیلم غیرسینمایی (ویدئویی)
- تکریم هنرمندان برای افزایش توان علمی و حضور مؤثر در جامعه

- صدور پروانه نمایش فیلم‌ها و برنامه‌های ویدئویی
  - صدور مجوز به‌کارگیری تجهیزات ماهواره‌ای برای دریافت‌کنندگان سیگنال‌های مجاز ماهواره‌ای برای امور فرهنگی
  - مدیریت مجامع، جشنواره‌های سینمایی، سمعی و بصری
  - صدور تأییدیه گواهینامه رشته‌های سینمایی برای دانش‌آموختگان آموزشگاه‌های سینمایی
  - تعیین و ارائه شرایط و ضوابط تأسیس آموزشگاه‌های آزاد سینمایی به متقاضیان
  - صدور پروانه فیلم‌سازی برای ساخت فیلم‌های سینمایی
  - صدور مجوز برای مؤسسه‌های بین‌المللی فیلم در معرفی سینمای ایران
  - صدور پروانه نمایش برای فعالیت سالن نمایش فیلم
  - صدور مجوز ساخت سینما و مجتمع‌های فرهنگی سینمایی
  - تمدید پروانه سالن نمایش فیلم
  - صدور مجوز خروج آثار تصویری به خارج از کشور برای شرکت در جشنواره‌های فیلم و بازاریابی
  - ارائه تجهیزات فنی سینما
  - صدور مجوز تأسیس و فعالیت شرکت‌ها و مؤسسه‌های تولید فیلم‌های غیرسینمایی (ویدئویی)
  - صدور پروانه مالکیت فیلم‌های سینمایی
  - صدور مجوز تأسیس ویدئو-رسانه در جهت نشر محصولات ویدئویی
  - صدور پروانه نمایش ویدئویی محصولات فرهنگی (شبکه نمایش خانگی)
  - بازبینی فیلم‌ها برای صدور مجوز نهایی
  - همکاری با کانون فیلم دانشجویی و کانون‌های فیلم شهرستان‌ها
  - ایجاد بانک اطلاعات فیلم، سینما و فروش
  - صدور مجوز برگزاری جشنواره‌های فیلم داخلی
  - صدور مجوز تأسیس و فعالیت مؤسسه‌ها و شرکت‌های داخلی تولید و توزیع فیلم‌های سینمایی
- ب. خدمات معاونت امور فرهنگی
- صدور مجوز چاپ و نشر کتاب

- خرید کتاب از ناشران
- صدور حواله کاغذ، فیلم و زینک برای استان‌هایی که فاقد شرکت‌های تعاونی ناشران هستند
- تمدید پروانه نشر
- تحویل حواله کاغذ، فیلم و زینک
- صدور مجوز اعلام وصول کتاب (بعد از چاپ) برای خروج کتاب از صحافی و توزیع
- صدور مجوز ورود و ترخیص ماشین‌آلات و دستگاه‌های چاپ خارج از کشور
- صدور مجوز ورود کتاب به کشور
- صدور مجوز کارهای چاپی غیر از کتاب
- صدور مجوز صادرات و واردات لفاف (بسته‌بندی‌های آلومینیومی و...)
- صدور مجوز خروج کتاب از کشور
- صدور مجوز تأسیس چاپخانه و مشاغل وابسته
- ج. خدمات معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی**
- صدور مجوز چاپ آگهی‌های اشخاص حسب مقررات ثبتی و قضایی «سازمان ثبت یا دادگستری»
- ارائه خدمات مربوط به ماده ۱۶ (اخطار به نشریه‌ها، ارجاع مصوبات هیئت نظارت و رسیدگی به اعتراض‌ها)
- انجام درخواست دسترسی سریع متقاضی به مطالب مطبوعات داخلی کشور، انتشار یافته در طول یکسال
- پاسخگویی به نمایندگان مطبوعات (درباره وصول چهار نسخه از هر شماره نشریه در حال انتشار)
- پاسخ به درخواست وام تبصره ۲ در قالب طرح اشتغال‌زا
- صدور مجوز استفاده از تجهیزات ماهواره‌ای (ویژه نشریات)
- ارائه «آرم ترافیک» ویژه نشریه‌ها
- صدور مجوز نمایندگی فروش مطبوعات (دکه‌های مطبوعاتی)
- صدور کارت خبرنگاری برای خارج از کشور

- پاسخگویی در ارتباط با چگونگی، ضوابط و شرایط تأسیس و موارد مربوط به حوزه خبرگزاری‌های بخش خصوصی
- ثبت پایگاه‌های اینترنتی ایرانی
- صدور پروانه فعالیت دفتر نشریه
- صدور مجوز کمیون انتشارات دولتی برای چاپ کتاب، نشریه، پوستر و غیره
- صدور مجوز انتشارات نشریه (اعم از عمومی، داخلی و الکترونیکی)
- صدور مجوز تأسیس کانون آگهی و تبلیغات
- ارائه ترجمه مقالات مطبوعات خارجی در بانک اطلاعات
- صدور مجوز ورود و خروج تجهیزات حرفه‌ای، فیلم و نوار صوتی حاوی اخبار و گزارش‌های مستند (ویژه نمایندگان رسانه‌های خارجی)
- صدور مجوز همکاری با دفاتر و نمایندگی‌های رسانه‌های خارجی در کشور
- صدور مجوز ورود و توزیع نشریات خارجی
- صدور مجوز تأسیس دفتر نمایندگی رسانه‌های خارجی
- صدور مجوز فعالیت نماینده خبری رسانه‌های خارجی
- صدور مجوز فعالیت برای مترجمان نمایندگان رسانه‌های خارجی غیرمقیم
- صدور مجوز استفاده نمایندگان رسانه‌های خارجی از خدمات دولتی
- تهیه معرفی‌نامه‌های سفرهای برون شهری، مصاحبه و تهیه گزارش (ویژه نمایندگان رسانه‌های خارجی)
- صدور مجوز اقامت، روادید خروج و مراجعت برای نمایندگان دائم (مقیم) رسانه‌های خارجی
- ارائه کارت خبری برای نمایندگان مقیم در دفاتر رسانه‌های خارجی و نمایندگی‌های آنها
- دریافت روادید مطبوعاتی برای نمایندگان رسانه‌های خارجی
- ارائه خدمات کتابخانه‌ای از طریق کتابخانه تخصصی ارتباطات
- ثبت نام در دوره‌های کوتاه مدت آموزش روزنامه‌نگاری و گرافیک مطبوعاتی
- د. خدمات معاونت امور هنری
- عضوگیری هنرمند برای ارائه خدمات رفاهی (انجام بیمه درمانی و بازنشستگی)



- ارزیابی هنرمندان و صدور گواهینامه هنرمند به عنوان شناسه
- صدور مجوز اجرای کنسرت با کلام و بی‌کلام مطابق با نوار یا لوح فشرده با اشعار مصوب
- صدور مجوز برای انتشار آلبوم موسیقی به صورت نوار کاست یا CD
- صدور مجوز شعر موسیقی (تأیید متن شعر موسیقی)
- صدور مجوز تأسیس آموزشگاه‌های تجسمی، موسیقی و هنرهای نمایشی به صورت یکساله
- صدور کارت صلاحیت مدرسان موسیقی
- صدور مجوز تأسیس هنرستان هنرهای زیبا (غیرانتفاعی)
- صدور و تمدید مجوز اجرای نمایش
- صدور و تمدید مجوز نمایش آثار تجسمی در گالری‌ها
- ه. خدمات مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال
- صدور مجوز برای فعالیت در زمینه رسانه‌های دیجیتال (رسانه‌های برخط بسته‌بندی نرم‌افزاری)، نشر رقومی، تکثیر و عرضه حامل‌های دیجیتال
- صدور مجوز برای برپایی مراکز عرضه داده و سامانه‌های عرضه برخط و خدمات مرتبط
- بررسی نرم‌افزارهای رایانه‌ای از جهت محتوای فرهنگی
- ثبت مالکیت حقوق مادی و معنوی نرم‌افزارهای رایانه‌ای
- صدور مجوز انتشار بسته‌های نرم‌افزارهای یارانه‌ای
- صدور مجوز برای تولید سامانه‌ها، نرم‌افزارها، تجهیزات و سخت‌افزارهای رایانه‌ای مورد استفاده در پدیدآوردن و تکثیر و نشر و عرضه آثار و محصولات فرهنگی و هنری
- صدور مجوز برای واردات و صادرات سامانه‌ها، نرم‌افزارها، تجهیزات و سخت‌افزارهای رایانه‌ای مورد استفاده در پدید آوردن، تکثیر و نشر و عرضه آثار و محصولات فرهنگی و هنری
- صدور مجوز تأسیس تشکل‌های صنفی رسانه‌های دیجیتال
- حمایت از انجام فعالیت‌های پژوهشی در حوزه رسانه‌های دیجیتال و تعامل فرهنگ و فناوری اطلاعات و ارتباطات
- حمایت از صادرات رسانه‌ها و آثار فرهنگی و هنری رقومی داخلی به خارج از کشور

بر اساس شرح وظایف و خدمات بیان شده و نیز یافته‌های مطالعات اکتشافی، دریافت‌کنندگان اصلی خدمات ارائه شده توسط معاونت‌ها و دفتر مورد اشاره عبارتند از:

- مدیران سینماها
- سازندگان فیلم‌ها و برنامه‌های ویدئویی
- متقاضیان استفاده از تجهیزات ماهواره‌ای جهت امور فرهنگی
- متقاضیان تأسیس و مدیران آموزشگاه‌های آزاد سینمایی
- فیلمسازان
- صاحبان سالن‌های نمایش فیلم و سینماداران
- مالکان فیلم‌های سینمایی
- مؤسسان مؤسسه‌های ویدئو رسانه
- متقاضیان و دریافت‌کنندگان پروانه نمایش ویدئویی (شبکه نمایش خانگی)
- صاحبان شرکت‌های داخلی تولید و توزیع فیلم‌های سینمایی
- ناشران کتاب
- چاپخانه‌داران
- مسئولان مطبوعات
- فروشندگان مطبوعات (دکه‌داران)
- تأسیس‌کنندگان خبرگزاری‌های غیردولتی
- متقاضیان ثبت پایگاه اینترنتی
- صاحبان کانون‌های آگهی و تبلیغات
- ناشران آلبوم‌های موسیقی (نوار کاست یا CD)
- مؤسسان آموزشگاه‌های تجسمی
- مؤسسان آموزشگاه‌های موسیقی
- مؤسسان هنرستان‌های هنرهای زیبا
- تکثیر و عرضه‌کنندگان حامل‌های دیجیتال
- ناشران بسته‌های نرم‌افزاری رایانه‌ای

- تولیدکنندگان سامانه‌ها، نرم‌افزارها، تجهیزات و سخت‌افزارهای رایانه‌ای مورد استفاده در حوزه فرهنگ و هنر

- واردکنندگان و صادرکنندگان سامانه‌ها، نرم‌افزارها، تجهیزات و سخت‌افزارهای رایانه‌ای مورد استفاده در حوزه فرهنگ و هنر

ملاحظه می‌کنیم که تنوع مشتریان و خدمات دریافتی آنها تا چه حد زیاد است و تنها وجه مشترک آنها رابطه‌شان با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. ما هم بر اساس همین ملاک مشترک جمعیت آماری خود را به صورت زیر تعریف می‌کنیم:

در پژوهش حاضر جمعیت آماری شامل تمام اشخاص حقیقی و ایرانی هستند که مشغول فعالیت‌های فرهنگی و هنری بوده، برای انجام امور مربوط به این فعالیت‌ها براساس نیازهای خدماتی یا الزامات قانونی و سازمانی به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا واحدها و معاونت‌های تابعه آن مراجعه می‌کنند.

#### ۵. شیوه نمونه‌گیری و تعداد نمونه

در هر تحقیق که مبتنی بر نمونه‌گیری است، با توجه به شرایط و مقتضیات موجود، شیوه خاصی برای انتخاب نمونه تعریف می‌شود. برای افزایش دقت در تعمیم‌دهی نتایج، مناسب است که نمونه‌گیری تصادفی باشد. استفاده از این شیوه نمونه‌گیری زمانی امکان‌پذیر است که جمعیت آماری از نظر مشخصه‌های مورد بررسی همگون باشد، علاوه بر این باید بتوان فهرست اجزای جامعه آماری یا چارچوب نمونه‌گیری را مشخص کرد. اما همان‌طور که اشاره شد دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آن قدر کثیر و متنوع هستند که با توجه به امکانات و بودجه تحقیق عملاً امکان شناسایی و تهیه این چارچوب ممکن نیست؛ حتی امکان برآورد جمعیت دریافت‌کنندگان خدمات به طور کلی یا به تفکیک معاونت‌ها هم دشوار است.

با توجه به محدودیت‌های موجود در اینجا از شیوه انتخاب نمونه در دسترس استفاده شده است. به این صورت که پرسشگران طرح پس از معرفی به معاونت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و دفتر رسانه‌های دیجیتال و انجام هماهنگی‌های لازم در طول یک ماه و نیم در ورودی ساختمان‌های مورد نظر مستقر شده و پس از شناسایی مراجعه‌کنندگان به واحدهای مورد نظر، پرسشنامه در اختیار را تکمیل کرده‌اند. با توجه به طولانی‌بودن فرایند تکمیل پرسشنامه‌ها

تأکید شده بود که ابتدا باید با هر مراجعه‌کننده گفتگو شود و پس از اطمینان از قرار گرفتن وی در نمونه (به شرطی که وی مراجعه‌کننده به واحد مورد نظر این پژوهش باشد) و نیز پس از اطمینان از این که وی در روزهای قبل (بالاخص از روز دوم پرسشگری به بعد) پرسشنامه‌ای تکمیل نکرده است، آن فرد در نمونه قرار گیرد. علاوه بر این که فرد نمونه موظف بود در حضور پرسشگر، پرسشنامه را تکمیل کند و پرسشگر نیز موظف بود توضیحات لازم را به فرد پاسخگو ارائه دهد و در پایان نیز پرسشنامه وی را مرور کند تا جافتادگی‌ها تکمیل گردد.

شایان گفتن است که در فرایند تکمیل پرسشنامه‌ها دفتر فعالیت‌های قرآنی به جهت نداشتن ارباب‌رجوع مستقیم، با مشاوره ناظر طرح، از نمونه‌گیری حذف شد و نمونه آن در بین دیگر معاونت‌ها و دفتر رسانه‌های دیجیتال توزیع گردید.

#### حجم نمونه

نمونه‌گیری به معنای انتخاب نسبتی از جمعیت آماری است؛ به طوری که معرف آن جمعیت باشد؛ به عبارت دیگر، در هر نمونه‌گیری باید تعداد و اندازه نمونه مشخص شود. گرچه به نظر می‌آید که هرچه تعداد نمونه بیشتر باشد، نتایج بیشتر مورد اطمینان است؛ اما افزایش حجم نمونه از یک حدی به بعد چندان کارایی ندارد، بلکه فقط دقت در نمونه‌گیری است که قابلیت تعمیم‌دهی را افزایش می‌دهد. برای تعیین این‌که چه تعداد از واحدهای تحلیل باید به عنوان نمونه برگزیده شوند، راه‌های متعددی وجود دارد از جمله:

#### ۱. تجربه‌های پیشین

سازمان یا کارفرما و یا پژوهشگر بر اساس تجربه‌های خود در تحقیقات مشابه اندازه و حجم نمونه را مشخص می‌سازد.

#### ۲. ملاحظات تحلیلی

این‌که هدف، تحلیل کلی صفات مورد نظر جمعیت آماری است یا تحلیل آن صفات بر حسب بخش‌های مختلف جمعیت آماری است، تعداد نمونه متفاوت خواهد بود.

#### ۳. بودجه

در هر نمونه‌گیری بودجه اختصاص یافته به طرح عامل مهمی در تعیین حجم نمونه است.

#### ۴. تعیین سطح مطلوب در مورد دقت آماری

تعداد نمونه‌ها می‌تواند تحت تأثیر دقت مورد نیاز برای تفسیر نتایج تعیین شود. در تحقیق حاضر با توجه به بودجه اختصاصی و تجربه‌های پیشین کارفرما و ملاحظات تحلیلی تعداد نمونه ۱۵۰۰ نفر تعیین و مورد موافقت قرار گرفت که البته این تعداد نمونه بین چهار معاونت امور هنری، امور فرهنگی، امور سینمایی و مطبوعاتی و دفتر رسانه‌های دیجیتال توزیع گردید.

هرچند تعداد نمونه بر حسب نظر کارفرما تعیین گردید؛ اما باید اذعان کرد که این تعداد به لحاظ علمی نیز معتبر و نتایج حاصل از آن قابل تعمیم به کل مراجعه‌کنندگان به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. اگر متغیر اصلی مطالعه را سنجش رضایت در نظر بگیریم، با فرض حداکثر واریانس متغیرهای کیفی، ضریب ۹۵ درصد اطمینان، فاصله خطای ۰/۰۵ در جمعیت‌های آماری بیش از ۱۰۰ هزار نفر تعداد نمونه برای نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۳۸۲ نفر می‌شود. حال اگر فاصله خطا را مقداری کمتر کنیم و ۰/۰۴ را در نظر آوریم، تعداد نمونه برای نمونه‌گیری تصادفی ساده به ۵۹۶ نفر می‌رسد. اما چون امکان نمونه‌گیری تصادفی ساده از مراجعه‌کنندگان به واحدهای مختلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وجود ندارد و باید از شیوه‌های دیگر نمونه‌گیری استفاده کنیم. به همین جهت باید تعداد نمونه، متناسب با شیوه نمونه‌گیری باشد. در چنین مواردی اثر طرح<sup>۱</sup> را در تعداد نمونه وارد می‌کنند که به لحاظ تجربی این ضریب بین ۲/۵ تا ۳ است. از این رو، برای این بررسی ۱۴۹۰ نمونه کافی خواهد بود که با گرد کردن آن ۱۵۰۰ نفر می‌شود.

#### ۶. تعریف عملیاتی متغیرها و شاخص‌سازی

در علوم اجتماعی اکثر مفاهیم مورد استفاده پیچیده و چندبعدی هستند. از این رو، برای کمی‌کردن و اندازه‌گیری این مفاهیم به وسیله پرسشنامه، ضروری است که آنها را به معرف‌های قابل مشاهده و سنجش تبدیل کنیم؛ به عبارت دیگر، هر مفهوم یا متغیر مرکب را باید به عنوان شاخص و از طریق متغیرهای ساده‌تر مورد بررسی و ارزیابی قرار دهیم. متغیرهای مورد

استفاده در مدل شاخص رضایت مشتری در این پژوهش نیز از همین قاعده پیروی می‌کنند. بر این اساس در ادامه، متغیرهای مرکب و اصلی پژوهش را ذکر و آنها را معرف سازی (تعریف عملیاتی) می‌کنیم. لازم است تأکید کنیم که بیشتر این متغیرها را از تحقیقات انجام شده، بخصوص مدل سروکوال پاراسورمان و همکارانش به امانت گرفته‌ایم. البته در بعضی موارد به تناسب شرایط و تشخیص خود (پژوهشگران این تحقیق) آنها را اصلاح کرده‌ایم.

#### ۶.۱. معرف‌های شاخص رضایت مشتری

رضایت مشتری، متغیر اصلی و محوری ماست و هدف اساسی پژوهش ما نیز اندازه‌گیری و توصیف آن است. در بیشتر تحقیقات انجام شده رضایت مشتری با سه متغیر یا معرف زیر سنجیده و به شاخص تبدیل شده است:

- رضایت کلی از محصول یا خدمت

- رضایت از کیفیت محصول یا خدمت با توجه به انتظارات

- رضایت از کیفیت محصول یا خدمت با توجه به کیفیت ایده‌آل

با توجه به این‌که هدف پژوهش حاضر سنجش رضایت مشتریان از خدمات سازمانی دولتی است، معرف سوم را برای اندازه‌گیری مفهوم رضایت مناسب نمی‌دانیم. علاوه بر این که دو معرف عنوان شده دیگر را نیز کافی ندانستیم. از این رو، با توجه به مباحث نظری و نتایج مطالعه اکتشافی، مفهوم رضایت را در ابعاد بیشتری مورد سنجش قرار می‌دهیم. با این توضیحات در این پژوهش، معرف‌های مفهوم یا شاخص رضایت دریافت‌کنندگان خدمات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی عبارتند از:

- رضایت از ابعاد کیفیت خدمات

- رضایت از نظم اداری موجود

- رضایت از فرایند ارائه خدمات

- رضایت (کلی) از کیفیت خدمات

#### ۶.۲. شاخص کیفیت خدمات

مفهوم کیفیت خدمات که در بحث‌های نظری به طور مفصل مورد اشاره قرار گرفته و ما

رضایت و توقع دریافت‌کنندگان خدمات از ابعاد مختلف آن را مورد سنجش قرار خواهیم داد، در دو مرحله معرف‌سازی شده است. بدین ترتیب که ابتدا مطابق ادبیات تحقیق برای آن پنج بعد یا متغیر (شاخص‌های سطح اول) در نظر گرفته و سپس این متغیرها به معرف‌های قابل سنجش تبدیل شده‌اند.

ابعاد یا متغیرهای سطح اول مفهوم کیفیت خدمات عبارتند از:

۱. موارد فیزیکی یا مشهود
  ۲. اعتبار یا قابلیت اطمینان خدمات
  ۳. اطمینان خاطر یا تضمین خدمات
  ۴. پاسخگویی ارائه‌کنندگان خدمات
  ۵. همدلی ارائه‌کنندگان خدمات با دریافت‌کنندگان
- در مرحله دوم، متغیرها یا ابعاد پنج‌گانه فوق دوباره معرف‌سازی شدند. در اینجا علاوه بر معرف‌هایی که در چارچوب نظری برای هرکدام از ابعاد کیفیت خدمات مطرح شده (که ما تغییراتی در آنها داده‌ایم) با استفاده از نتایج مطالعه اکتشافی معرف‌های دیگری نیز برای آنها در نظر گرفته تا سنجش ما بتواند با پوشش مفهومی بیشتر، با شرایط بومی انطباق بهتری داشته باشد و نتایج دقیق‌تری به بار آورد. این معرف‌ها به تفکیک هر یک از شاخص‌ها در ادامه معرفی شده‌اند.

#### ۱. موارد فیزیکی و وضعیت ظاهری

- زیبا بودن وضعیت ظاهری ساختمان و اتاق‌ها
- مناسب بودن وسایل و امکانات موجود برای ارائه خدمات

#### ۲. اعتبار یا قابلیت اطمینان خدمات

- انجام کارهای وعده داده شده در زمان مقرر
- انجام بدون اشتباه کارهای مربوط به ارباب‌رجوع
- عمل مدیران به تعهدات خود
- عمل کارکنان به تعهدات خود
- اعلام زمان دقیق انجام کار ارباب‌رجوع به او

### ۳. اطمینان خاطر یا تضمین خدمات

- دانش، مهارت و شایستگی مدیران و مسئولان برای حل مشکلات و انجام کارها
- دانش، مهارت و شایستگی کارکنان برای حل مشکلات و انجام کارها
- درستکاری و صداقت مدیران
- درستکاری و صداقت کارکنان
- محترمانه و مؤدب بودن رفتار مدیران
- محترمانه و مؤدب بودن رفتار کارکنان

### ۴. پاسخگویی

- سرعت انجام کارهای مربوط به اربابرجوع
- صرف وقت کافی و مفید برای پاسخگویی
- حاضر بودن مدیران در محل کار خود هنگام مراجعه اربابرجوع
- حاضر بودن کارکنان در محل کار خود هنگام مراجعه اربابرجوع
- میزان الزام مدیران در پاسخگویی به دریافت کنندگان خدمات
- میزان الزام کارکنان در پاسخگویی به دریافت کنندگان خدمات
- میزان شفاف بودن پاسخها
- مدت زمان رسیدگی به درخواستها

### ۵. همدلی

- آسانی و سهولت ملاقات مدیران
- آگاه ساختن اربابرجوع به زبانی که برای آنها قابل درک باشد
- میزان عمل به پیشنهادها و نظریات اربابرجوع توسط کارکنان هنگام ارائه خدمات
- روان بودن انجام کارها و جلوگیری از اتلاف وقت
- میزان پیشنهادپذیری مدیران



### ۶.۳. انتظارات

مفهوم انتظارات همیشه همراه با یک متغیر دیگر معنا و واقعیت پیدا می‌کند؛ به بیان دیگر، باید پرسید، انتظار در مورد چه چیزی؟ در اینجا انتظارات مشتریان یا دریافت‌کنندگان خدمات به طور عمده به کیفیت خدمات و همچنین به برخی موارد دیگر (متغیرها یا معرف‌های دیگر) اشاره می‌کند. با این توضیحات معرف‌های مفهوم انتظارات دریافت‌کنندگان خدمات به قرار زیر است:

- توقع از ابعاد کیفیت خدمات
  - توقع مشارکت دریافت‌کنندگان خدمات در تصمیم‌گیری‌های مربوط به آنها
  - توقع کاربرد فناوری نوین برای ارائه خدمات
  - توقع اطلاع‌رسانی
  - توقع عدالت
- از میان متغیرهای فوق یا معرف‌های سطح اول دو متغیر اطلاع‌رسانی و عدالت مثل ابعاد مفهوم کیفیت خدمات خودشان به عنوان شاخص مورد بررسی قرار گرفته‌اند؛ به بیان دیگر، دو متغیر مورد اشاره با معرف‌های دیگری سنجیده شده‌اند.

### ۶.۴. شاخص توقع اطلاع‌رسانی

معرف‌های این شاخص عبارتند از:

- توقع اطلاع‌رسانی درباره انواع خدمات
- توقع اطلاع‌رسانی در مورد شفاف بودن ارائه خدمات
- توقع اطلاع‌رسانی در مورد هر نوع تغییر در قوانین و نحوه ارائه خدمات
- توقع به‌روز بودن اطلاع‌رسانی‌ها
- توقع کافی و کامل بودن محتوای اطلاع‌رسانی

### ۶.۵. شاخص توقع عدالت

این متغیر به صورت زیر معرف‌سازی شده است:

- توقع این‌که هنگام اعطای وام‌ها و حمایت‌های مالی همه متقاضیان به یک چشم نگریده شوند

- توقع این که هنگام اعطای تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی همه دریافت‌کنندگان خدمات یکسان در نظر گرفته شوند
- توقع این که متقاضیان دریافت مجوزها یکسان در نظر گرفته شوند
- توقع عدم تبعیض سیاسی بین دریافت‌کنندگان خدمات

#### ۶.۶. شاخص ارزیابی اطلاع‌رسانی

معرف‌های این شاخص عبارتند از:

- کافی بودن اطلاع‌رسانی درباره انواع خدمات
- اطلاع‌رسانی بلافاصله پس از هر نوع تغییر در قوانین و نحوه ارائه خدمات
- به‌روز بودن اطلاع‌رسانی فعلی
- شفاف بودن اطلاع‌رسانی در مورد نحوه ارائه خدمات
- کافی و کامل بودن محتوای اطلاع‌رسانی

#### ۶.۷. شاخص ارزیابی عدالت در ارائه خدمات (عدالت درک‌شده)

معرف‌های این شاخص به شرح زیر است:

- ارزیابی عدالت در اعطای وام‌ها و حمایت‌های مالی
- ارزیابی عدالت در اعطای تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی
- ارزیابی عدالت در اعطای مجوزها
- ارزیابی عدم تبعیض سیاسی بین دریافت‌کنندگان خدمات

#### ۷. مشکلات و الزامات روش‌شناختی

با توجه به تنوع زیاد خدمات و مشتریان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مشکل عمده‌ای که به لحاظ روشی پیش می‌آید این است که چگونه می‌توان رضایت مشتریان چهار معاونت و دفتر رسانه‌های دیجیتال را با خدمات گوناگون و متمایز از یکدیگر در یک پژوهش پیمایشی سنجید؟ در کل برای چنین سنجشی به طور منطقی چند راهکار می‌توان تصور کرد:

۱. رضایت دریافت‌کننده خدمات از هر معاونت و دفتر را به طور جداگانه بسنجیم که در این صورت به شش پرسشنامه متفاوت از یکدیگر نیاز خواهیم داشت.

۲. رضایت دریافت‌کنندگان خدمات از هر معاونت و دفتر را در مورد یکایک خدمات و جزئیات آنها به دست آوریم.
  ۳. رضایت هر گروه یا دسته از دریافت‌کنندگان خدمات را از خدمت خاص خود مورد سنجش قرار دهیم.
  ۴. رضایت کلی مشتریان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را به طور کلی از مفهوم کلی خدمات بسنجیم. البته به طوری که ابعاد مختلف مفهوم خدمات (نه یک خدمت ویژه) مورد ارزیابی و بررسی قرار گیرد.
- اگر به یکایک تصورات فوق دقت نماییم، ملاحظه می‌کنیم که در هر مورد با مشکل یا مشکلات روش‌شناختی خاصی روبه‌رو هستیم که در زیر به آنها اشاره می‌کنیم:
۱. اگر روش اول را پیش بگیریم این اقدام به این معنا خواهد بود که باید شش تحقیق یا رضایت‌سنجی مجزا را به انجام برسانیم. بنابراین لازم است که چارچوب نظری ما هم برای هر مورد تحقیق جداگانه تدوین گردد تا بدین ترتیب بتوان متغیرها و شاخص‌ها را به تناسب هر تحقیق تعیین و معرفی کرد. ضمن این‌که، این کار با توجه به امکانات و بودجه تحقیق، با این مشکل اصلی نیز مواجه می‌شود که امکان مقایسه نتایج شش تحقیق مذکور به حداقل می‌رسد.
  ۲. اگر از راهکار دوم استفاده کنیم؛ ضمن این‌که امکان مقایسه نتایج معاونت‌ها و دفاتر را از دست می‌دهیم، باید در مورد هر معاونت و دفتر، رضایت از یکایک خدمات را با تمامی جزئیات آنها بسنجیم که این امر با توجه به تنوع خدمات و دریافت‌کنندگان خدمات انجام تحقیق را از روش اول هم سخت‌تر می‌کند.
  ۳. اگر روش سوم را به کار ببریم، با توجه به این‌که هر گروه از مشتریان معاونت‌ها و دفاتر، خدمات ویژه‌ای دریافت می‌کنند، بنابراین در مورد هر معاونت و دفتر نیاز به چندین پرسشنامه یا تحقیق داریم. طبیعی است این کار نیز با توجه به تنوع گروه‌های دریافت‌کننده خدمات و امکانات طرح ناممکن است.
  ۴. در صورتی که روش چهارم را به کار ببریم یعنی مفهوم خدمات و رضایت مشتریان را به طور کلی در قالب یک پرسشنامه مورد بررسی قرار دهیم، در این صورت می‌توانیم با وجود تنوع زیاد خدمات و گروه‌های دریافت‌کننده خدمات، پژوهش را به انجام رسانده، داده‌های مربوط به هر معاونت و دفتر را در ابعاد مختلف رضایت و همچنین در مورد دیگر متغیرهای

توصیف تحلیل کرده، با یکدیگر مقایسه کنیم.

### ۸. اندازه‌گیری متغیرها

برای سنجش و کمی کردن شاخص‌ها و مفاهیم پس از این‌که آنها را به معرف‌ها و متغیرهای مناسب تبدیل کردیم، این معرف‌ها به صورت پرسش‌هایی به افراد نمونه ارائه گردید. پاسخ‌های دریافت‌شده، کمیتهای مربوط به هر متغیر است. برای پاسخ‌گیری، از طیف‌ها استفاده کرده و بدین ترتیب به مقادیر مورد نیاز دست یافته‌ایم. در پژوهش حاضر همه معرف‌ها به وسیله طیف‌های ۱۰ قسمتی که با عددهای ۱ تا ۱۰ مشخص شده‌اند و نشانگر کمیته متغیرها از مقدار کم به زیاد است، سنجیده شده‌اند.

### ۹. آزمون مقدماتی

قبل از آغاز مرحله اصلی گردآوری داده‌ها، لازم بود مشکلات و موانع احتمالی تحقیق را شناسایی کرده، در رفع آنها بکوشیم. علاوه بر این ضروری است که اعتبار و روایی ابزار سنجش مورد آزمون (پرسشنامه تدوین‌شده) قرار گیرد تا مشخص گردد که:

۱. آیا پرسش‌ها و شاخص‌ها همان متغیرهایی را می‌سنجند که ما معرفی کرده و قصد سنجش آنها را داریم؟ به بیان دیگر، پرسش‌ها و شاخص‌ها معتبر هستند؟
۲. آیا اگر این تحقیق در شرایط مشابه تکرار شود باز هم همان نتایج را به بار می‌آورد؟ به عبارت دیگر شاخص‌ها از پایایی کافی برخوردارند؟

بدین منظور برای آزمون مقدماتی، ۳۰ نسخه از پرسشنامه تکثیر و در اختیار پرسشگران قرارگرفت که با مراجعه به افرادی از جمعیت آماری پژوهش تکمیل شد. از این تعداد، ۹ نسخه به دلیل عدم همکاری پاسخگویان تکمیل و برگشت داده نشد که این موضوع خود دشواری گردآوری داده‌ها و تکمیل پرسشنامه‌ها را می‌رساند. داده‌های بقیه پرسشنامه‌های تکمیل شده، استخراج و تحت برنامه SPSS وارد رایانه شد و سرانجام مورد توصیف و تحلیل قرار گرفت که در زیر به آنها اشاره می‌کنیم.

#### ۹.۱. اعتبار

در تحقیق حاضر به منظور تهیه ابزار معتبر برای سنجش و آزمون، از شاخص‌ها و

گویه‌هایی استفاده کردیم که در تحقیقات مشابه دیگر (خارجی و داخلی) به‌کار برده شده و اعتبار خود را نشان داده بودند. اما چون به تناسب شرایط و زمینه خاص این تحقیق تغییراتی در گویه‌ها داده و پرسش‌های دیگری نیز افزوده بودیم، بنابراین لازم بود که اعتبار ابزار سنجش مورد ارزیابی قرار گیرد که پس از بررسی مشخص گردید:

- هیچ‌کدام از پرسش‌ها و گویه‌ها در پاسخ‌گیری با مشکلی مواجه نشدند؛ زیرا توصیف متغیرها نشان داد که میزان پاسخ‌های گم‌شده یا گزینه‌های بی‌پاسخ بسیار اندک هستند.
- هیچ‌کدام از پرسشگران در عمل و هنگام مصاحبه یا تفهیم پرسش به پاسخگو با دشواری مواجه نشدند و گزارشی مبنی بر وجود ابهام در پرسش‌ها و گویه‌ها ارائه نکردید.
- توصیف متغیرها نشان داد که توزیع آنها به طور نسبی نرمال است و هیچ‌کدام دارای چولگی شدید و پیش‌بینی نشده نیستند.

#### ۹.۲. روایی

برای ارزیابی روایی شاخص‌ها، از ضریب آلفا محاسبه شد. بررسی ضرایب نشان می‌دهد که شاخص‌ها دارای روایی بسیار بالایی هستند. روایی شاخص کیفیت خدمات، شاخص انتظارات، شاخص رضایت از کیفیت خدمات و شاخص رضایت کلی بالاتر از ۹۴ درصد و روایی شاخص اطلاع‌رسانی ۹۰ درصد به‌دست آمد.

جدول ضریب آلفای شاخص‌ها در جدول زیر آمده است.

جدول ۳.۱. روایی شاخص‌ها

شاخص‌ها	تعداد گویه	ضریب آلفا
کیفیت خدمات	۱۵	۰/۹۹۵
انتظارات	۱۵	۰/۹۴۷
رضایت از کیفیت خدمات	۱۵	۰/۹۷
رضایت کلی	۲	۰/۹۷
اطلاع‌رسانی	۳	۰/۹۰

## فصل چهارم

### یافته‌های پژوهش



#### مقدمه

در این فصل پاسخ‌های افراد نمونه آماری به پرسشنامه سنجش رضایت، که در این گزارش از آنها به تناوب با عنوان «پاسخگویان»، «افراد مورد بررسی»، «افراد نمونه»، «بهره‌مندان و استفاده‌کنندگان از خدمات» یا «خدمت‌گیرندگان» یاد شده است، مورد بررسی توصیفی قرار گرفته است. روال کلی گزارش در این فصل مطابق طبقه‌بندی مفهومی پژوهش است که در فصل قبل آمده است.

در این قسمت از گزارش ابتدا ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان و میزان مراجعه آنها به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و واحدهای تابعه آن بیان می‌شود تا دریاپیم افراد نمونه چه کسانی بوده‌اند و از چه دسته‌بندی‌هایی برخوردار هستند. بعد از شناخت اجمالی پاسخگویان، یافته‌های مفاهیم و شاخص‌های اندازه‌گیری شده به بحث گذارده می‌شود. برای این منظور بر اساس چارچوب مفهومی پژوهش، ابتدا مقوله مورد نظر به همراه شاخص‌های آن با توضیحی مختصر، معرفی و سپس جدول توزیع فراوانی با مقوله‌بندی پاسخ‌ها آورده شده است. با توجه به این که پاسخ‌ها به روی طیف ۱۰ رقمی مشخص شدند و آوردن این طیف در جدول از یک سو تعداد گزینه‌های پاسخ را افزایش می‌دهد و از سوی دیگر درک یافته‌ها را با مشکل مواجه می‌کند، طیف ۱۰ رقمی به سه مقوله «اصلاً و کم» شامل اعداد ۱ تا ۳، «تاحدودی و متوسط» شامل اعداد ۴ تا ۷ و «زیاد و کاملاً» شامل اعداد ۸ تا ۱۰ تقسیم شد تا از



این طریق با کوچک کردن جدول توزیع فراوانی، فهم و دریافت یافته‌ها با سهولت و معناداری بیشتر همراه شود. بعد از هر جدول توزیع فراوانی یافته‌ها که در تیترا جدول عنوان پرسش نیز درج شده است، توضیحی مختصر از یافته‌ها ارائه شده است. تلاش شده تا این توضیح، کمی متفاوت از اعداد مندرج در جدول باشد تا خواننده ضمن خواندن توضیح‌ها و مرور اعداد جدول، اطلاعات بیشتری از توزیع پاسخ‌ها به دست آورد. ذیل جدول، میانگین هر پرسش آمده است. این میانگین بین ۱ تا ۱۰ خواهد بود و همچون معنای نهفته در طیف پاسخ‌ها بیان خواهد شد. به این صورت که هرچه میانگین به عدد ۱۰ نزدیک‌تر باشد، نشانه موافقت با پرسش و گویه و هرچه به عدد ۱ نزدیک‌تر باشد، نشانه مخالفت یا عدم رضایت از موضوع مطرح شده است. نزدیکی میانگین به عدد ۵ نیز نشانه نظر بینابینی درباره موضوع مطرح شده است. از این رو، در ابتدای توصیف هر جدول ابتدا بر اساس میانگین به دست آمده، مجموع نظر پاسخگویان بیان شده و سپس نسبت‌های مختلف برجسته گردیده است.

همچنین، با در نظر گرفتن ویژگی‌هایی چون جنسیت، گروه سنی، سطح تحصیلات، وضع تأهل و محل دریافت خدمات، میانگین پاسخ افراد نمونه بر حسب گروه‌های موجود در هر یک از این ویژگی‌ها با آماره F مورد بررسی قرار گرفت و در صورت معنادار بودن نیز آماره Eta محاسبه شد. در مواردی که تفاوت میانگین‌ها معنادار بوده است، شرحی مختصر از این تفاوت و بیان میانگین‌ها آورده شده تا خواننده به ابعاد بیشتری از توزیع فراوانی‌ها دست یابد. علاوه بر این‌که، شناخت تفاوت‌های موجود بر حسب ویژگی‌های پاسخگویان می‌تواند در بخش راهکارهای اجرایی و مدیریتی مفید باشد. در مواردی که آزمون میانگین‌ها تفاوت آماری معناداری را نشان ندادند، بحثی نیز درباره توزیع فراوانی پاسخ‌ها بر حسب آن ویژگی و متغیر نیامده است.

علاوه بر این موارد، در پایان این فصل تلاش شده تا با جمع کردن معرف‌های هر شاخص به شناختی کلی از دیدگاه پاسخگویان از هر مقوله دست یابیم و این‌گونه بتوان با مقایسه مقوله‌ها با یکدیگر، جایگاه هر یک را نسبت به دیگری در حوزه رضایت‌مندی خدمت‌گیرندگان مشخص نماییم.

### ۱. ویژگی‌های فردی و اجتماعی

برای شناخت مقدماتی از پاسخگویان، برخی از ویژگی‌های فردی و اجتماعی (یا جمعیت‌شناختی) آنان پرسش شد تا از یک سو به تصویری از آنها دست یابیم و از سوی دیگر بتوان بر مبنای آن برخی تفاوت‌ها و تمایزهای موجود را شناسایی کرد.

پاسخگویان این بررسی از اقلشار گوناگون اجتماعی هستند، البته بیشتر آنها مرد (۸۴/۴ درصد) و از گروه سنی میانسال بوده‌اند (۵۶ درصد). جوانان نیز نسبت قابل توجهی از ارباب‌رجوع‌های به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را شامل می‌شدند (۳۷ درصد). میانگین سنی پاسخگویان ۳۴/۵ سال بوده است. نیمی از پاسخگویان تا ۳۲ سال و نیمی دیگر بیش از ۳۲ سال داشته‌اند. مراجعه‌کنندگان به وزارتخانه که به پرسش‌های این بررسی پاسخ داده‌اند از ۱۸ سال تا ۷۹ سال سن داشته‌اند. در این بین، بیشترین فراوانی با ۹ درصد مربوط به ۲۹ ساله‌ها می‌شود. به لحاظ سطح تحصیلات، کمی بیش از دو سوم پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند که افراد دارای مدرک کارشناسی بیشترین فراوانی را داشته‌اند: ۱۵/۳ درصد فوق دیپلم، ۴۸/۲ درصد لیسانس و ۱۳/۶ درصد فوق لیسانس و بالاتر. علاوه بر این‌که، بیشتر پاسخگویان (۶۰/۳ درصد) متأهل و ۳۶/۹ درصد مجرد بوده‌اند.

سابقه فعالیت فرهنگی و هنری پاسخگویان بسیار متفاوت بوده است. از افرادی که از سال جاری فعالیت خود را شروع کرده‌اند تا کسانی که بیش از شش دهه فعالیت داشته‌اند در بین نمونه آماری مشاهده می‌شوند.

برای کسب اطلاعات بیشتر از توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ویژگی‌های فردی و اجتماعی آنان، به جدول ۴.۱ رجوع کنید.

جدول ۴.۱. ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان

ویژگی‌ها	مقوله‌ها	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۱۲۶۷	۸۴/۴
	زن	۲۳۱	۱۵/۴
گروه سنی	جوان (تا ۲۹ سال)	۵۵۶	۳۷/۰
	میانسال (۳۰ تا ۵۵ سال)	۸۴۱	۵۶/۰
	بزرگسال (۵۶ سال به بالا)	۶۹	۴/۶

ادامه جدول ۱.۴. ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان

ویژگی‌ها	مقوله‌ها	تعداد	درصد
سطح تحصیلات	زیردیپلم	۴۶	۳/۱
	دیپلم	۲۸۴	۱۸/۹
	دانشگاهی	۱۱۵۷	۷۷/۱
وضع تأهل	مجرد	۵۵۴	۳۶/۹
	متاهل	۹۰۵	۶۰/۳
	سایر	۲۵	۱/۷

\*فاصلهٔ مجموع درصدهای هر متغیر (ویژگی) از ۱۰۰ مربوط به افراد بی‌پاسخ است.

## ۲. میزان آمد و شد به وزارتخانه

نخستین پرسش که از یک‌سو نقش ورود به پرسشنامه را ایفا می‌کرد و از سوی دیگر جایگاه فرد را در ارتباط با وزارتخانه نشان می‌داد، به میزان رفت‌وآمد وی اختصاص یافت. این پرسش به ما می‌نمایاند که انتظارات و ارزیابی‌های پاسخگویان، به لحاظ وضعیت تعاملی شامل چه گروه‌هایی می‌شود.

جدول ۲.۴. در کل به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا واحدهای تابعهٔ آن چه میزان رفت‌وآمد دارید؟

میزان	خیلی کم	کم	تاحدودی	زیاد	خیلی زیاد	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۱۵۳	۱۹۸	۴۵۴	۴۵۷	۱۳۷	۱۱	۱۵۰۱
درصد	۱۰/۲	۱۳/۲	۳۶/۳	۳۰/۴	۹/۱	۰/۷	۱۰۰

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، بیشتر پاسخگویان تا حدودی و در حد زیاد به وزارتخانه و واحدهای تابعهٔ آن آمد و شد دارند. در مجموع حدود دو سوم پاسخگویان (۷۵/۸ درصد) گفته‌اند که به وزارتخانه یا واحدهای تابعهٔ آن در حد متوسط، زیاد و خیلی زیاد رفت‌وآمد دارند. البته ۲۳/۴ درصد از پاسخگویان نیز میزان آمد و شد خود را در حد کم و خیلی کم عنوان کرده‌اند. بنا بر یافته‌ها، چنین می‌توان استنباط کرد که در مجموع، انتظارات و ارزیابی‌های پاسخگویان حاصل تعامل نسبتاً مناسب و پایدار آنها با وزارتخانه یا واحدهای تابعهٔ آن است. از این رو، ارزیابی‌ها و انتظارات بیان شده از سوی آنان می‌تواند قابل اتکا و محل تأمل باشد و در برنامه‌ریزی‌ها لحاظ گردد.

### ۳. انتظارات

انتظارات شامل مجموعه توقع‌های پاسخگویان از کاربرد فناوری نوین برای ارائه خدمات، ابعاد کیفیت خدمات، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به خود، توقع از وضعیت اطلاع‌رسانی و توقع از وضعیت عدالت و رفتار عادلانه در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نسبت به ارباب‌رجوع و دریافت‌کنندگان خدمات است.

#### ۳.۱. انتظار از کیفیت خدمات

کیفیت خدمات شامل ابعاد گوناگونی است که این ابعاد از مطالعات نظری و نیز مطالعات اکتشافی پژوهشگران به دست آمده است. برای سنجش انتظار از کیفیت خدمات این موارد، مورد بررسی قرار گرفته است: توقع از موارد فیزیکی بستر ارائه خدمات، توقع از قابل اطمینان بودن خدمات، توقع از تضمین خدمات (اطمینان خاطر)، توقع از پاسخگویی ارائه‌کننده خدمات و توقع همدلی. در بیشتر مطالعاتی که در ذیل ارزیابی عملکرد و سنجش رضایت سازمان‌ها به انجام رسیده است، این پنج متغیر برای اندازه‌گیری کیفیت خدمات مدنظر بوده است. در این بررسی علاوه بر این پنج متغیر، چهار متغیر دیگر نیز بررسی شده‌اند که پس از بحث درباره یافته‌های متغیرهای انتظار از کیفیت خدمات به آنها پرداخته خواهد شد.

##### ۳.۱.۱. توقع از موارد فیزیکی

هر خدمتی، در محیط و فضایی ارائه می‌شود که سطحی از انتظارات فرد مربوط به آن محیط و فضا می‌شود. در این باره، توقع از مناسب بودن وسایل و امکانات موجود و زیبا بودن وضعیت ظاهری ساختمان‌ها و اتاق‌ها پرسش شد.

##### ۳.۱.۱.۱. توقع از برخورداری وسایل و امکانات مناسب

جدول ۳.۴. تا چه حد توقع دارید وسایل و امکانات موجود برای ارائه خدمات مناسب باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۶	۱۸۳	۱۲۷۱	۱۱	۱۵۰۱
درصد	۲/۴	۱۲/۲	۸۴/۷	۰/۷	۱۰۰

میانگین = ۹/۰۸

به طور کلی می‌توان گفت که پاسخگویان در حد زیادی توقع داشته‌اند که وسایل و امکانات موجود برای ارائه خدمات در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مناسب باشد. بیش از چهار پنجم پاسخگویان در این باره توقع زیاد داشته‌اند. حدود ۷۲ درصد از پاسخگویان بیشترین میزان توقع را بیان کرده‌اند. در مقابل هر یک نفری که از توقع کم خود در این باره گفته است، حدود ۳۴ نفر توقع زیاد داشته‌اند. نسبت کسانی که گفته‌اند تا حدودی توقع دارند که امکانات و وسایل ارائه خدمات، مناسب باشد، حدود پنج برابر کسانی است که توقع کمی در این باره داشته‌اند. تنها ۱/۴ درصد از پاسخگویان کمترین میزان توقع را بیان کرده‌اند. افراد دارای تحصیلات بالاتر، توقع و انتظار بیشتری در این زمینه داشته‌اند. میانگین توقع در افراد زیردیپلم ۸/۱۱، در دیپلمه‌ها ۸/۷۵ و در پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۹/۱۹ (از ۱۰) بوده است. با محاسبه آزمون میانگین‌ها (F) بر حسب دیگر ویژگی‌های فردی و اجتماعی و نیز مکان دریافت خدمات، تفاوت معناداری در سطح توقع پاسخگویان در این باره ملاحظه نمی‌شود.

### ۲. ۱. ۱. ۳. توقع از زیبا بودن وضعیت ظاهری ساختمان‌ها

جدول ۴. ۴. توقع دارید وضعیت ظاهری ساختمان و اتاق‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

یا واحدهای تابعه آن که شما مراجعه می‌کنید تا چه میزان زیبا باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۹۰	۴۲۷	۹۷۲	۱۲	۱۵۰۱
درصد	۶/۰	۲۸/۴	۶۴/۸	۰/۸	۱۰۰

میانگین = ۸/۰

در مجموع پاسخگویان توقع دارند وضعیت ظاهری ساختمان و اتاق‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا واحدهای تابعه آن در حد زیادی زیبا باشد. هرچند باید اشاره کرد که میزان پاسخ‌های توقع زیاد به این مقوله کمتر از مقوله‌های دیگر بوده است. این امر نشان می‌دهد که هرچند مقوله وضعیت ظاهری ساختمان و اتاق‌های محل ارائه خدمات اهمیت دارد؛ ولی وضعیت روابط از نگاه پاسخگویان اهمیت بیشتری دارد. ۴۵/۴ درصد از پاسخگویان حداکثر نمره ارزیابی را به این مقوله داده‌اند و در مقابل، ۳/۷ درصد حداقل نمره را داده‌اند. کاسته شدن نسبت پاسخ‌های زیاد به این مقوله موجب افزایش نمره‌های متوسط به آن شده است؛ به طوری که کسانی که توقع داشته‌اند تا حدودی اتاق‌ها و ساختمان‌های وزارتخانه زیبا باشد، حدود ۴/۷ برابر

آنهایی می‌شوند که توقع دارند فضاهای مربوط در حد کمی زیبا باشد. در مقابل هر یک نفری که اصلاً توقع ندارند ساختمان‌ها و اتاق‌ها زیبا باشد، ۱۲ نفر توقع زیبایی بسیار زیاد داشته‌اند. زن‌ها بیش از مردها انتظار دارند که ساختمان‌ها و اتاق‌های وزارتخانه زیبا باشد. میانگین سطح انتظار زنان ۹/۴۳ و مردان ۹/۰۱ بوده است. پاسخگویان با تحصیلات بالاتر نیز سطح انتظار بالاتری داشته‌اند: میانگین توقع افراد کمتر از دیپلم در این باره ۸/۴۵، دیپلمه‌ها ۸/۹۲ و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۹/۱۴ است. با لحاظ دیگر ویژگی‌های پاسخگویان و نیز مکان پاسخگویی تفاوت‌ها معنادار نبوده است.



نمودار ۱.۴. میانگین سطح توقع پاسخگویان از موارد فیزیکی مرتبط با ارائه خدمات به ارباب رجوع

- بر اساس یافته‌های فوق، درباره توقع از موارد فیزیکی می‌توان به نکات زیر اشاره کرد:
- الف. در مجموع سطح انتظار و توقع از مناسب بودن موارد فیزیکی که موجبات ارائه خدمات را فراهم می‌کند، بالاست.
- ب. سطح توقع از مناسب بودن وسایل و امکانات ارائه خدمات بالاتر از سطح توقع از زیبایی بنا و ساختمان است.
- ج. هرچند میانگین هر دو متغیر در محدوده توقع زیاد جای گرفته است؛ ولی میانگین توقع از زیبایی ساختمان در مرز حد زیاد و حد متوسط و میانگین توقع از مناسب بودن وسایل در مرز توقع خیلی زیاد قرار دارد.
- د. نتیجه این‌که از نظر پاسخگویان، اهمیت وسایل مناسب برای ارائه خدمات بیش از ساختمان زیباست.

### ۳.۱.۲. توقع از قابل اطمینان بودن خدمات

این شاخص با پنج معرف اندازه‌گیری شده است. به این منظور از پاسخگویان خواسته شده تا سطح توقع خود را از این موارد بیان کنند: توقع از انجام کارها در زمان معین، توقع از انجام کارها بدون اشتباه، توقع از عمل به تعهدات توسط مدیران، توقع از عمل به تعهدات توسط کارکنان و توقع از اعلام پیشینی زمان انجام کارها (درخواست‌ها).

#### ۳.۱.۲.۱. توقع از انجام کارها در زمان معین

جدول ۵.۴. تا چه حد توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

کارهای وعده‌داده شده را در زمان معین انجام دهند؟

میزان توقع	۱-۳ (کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۵۰	۹۷	۱۳۳۷	۱۷	۱۵۰۱
درصد	۳/۳	۶/۵	۸۹/۱	۱/۱	۱۰۰

میانگین = ۹/۳۰

پاسخگویان، عمدتاً توقع بسیار زیادی داشته‌اند که مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، کارهای وعده‌داده شده را در زمان معین انجام دهند. نزدیک به نُه دهم از پاسخگویان توقع زیاد داشته‌اند. ۷۸/۳ درصد از پاسخگویان به این گویه نمره ۱۰ داده‌اند. افرادی که از توقع کم خود در این باره گفته‌اند، حدود نصف کسانی می‌شوند که در حد متوسط متوقع بوده‌اند. در مقابل هر یک نفری که در این باره توقع کم داشته است، حدود ۲۷ نفر توقع زیاد داشته‌اند. تنها ۱/۹ درصد از پاسخگویان به توقع خود نمره «۱» داده‌اند. زن‌ها بیش از مردها توقع داشته‌اند که کارهای وعده‌داده شده در زمان معین انجام گیرد: میانگین سطح انتظار زنان ۹/۶۴ و مردان ۹/۲۳ بوده است. با در نظر گرفتن دیگر ویژگی‌های پاسخگویان و نیز مکان پاسخگویی تفاوت میانگین‌های سطح توقع آنان از این متغیر معنادار نبوده است.

#### ۳.۱.۲.۲. توقع از انجام کارها بدون اشتباه

جدول ۶.۴. تا چه حد توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کارهایشان را بدون اشتباه انجام دهند؟

میزان توقع	۱-۳ (کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۵۳	۲۶۷	۱۱۷۱	۱۰	۱۵۰۱
درصد	۳/۵	۱۷/۸	۷۸/۰	۰/۷	۱۰۰

میانگین = ۸/۶۶

سطح توقع از انجام دادن بدون اشتباه کارها، کمی پایین‌تر از مواردی است که تاکنون به بحث گذارده شده است. با این حال، در مجموع در این باره نیز توقع زیاد مشاهده می‌شود. ۵۸/۴ درصد از پاسخگویان به این پرسش نمره ۱۰ داده‌اند. در مقابل هر یک نفری که از توقع کم خود اطلاع داده‌اند، ۲۲ نفر توقع زیاد داشته‌اند. نسبت کسانی که تاحدودی توقع داشته‌اند که کارها بدون اشتباه انجام شود، در مقایسه با موارد قبلی مقداری افزایش داشته است و به پنج برابر کسانی رسیده که در این باره توقع کم داشته‌اند. نسبت کسانی که به توقع خود در این باره نمره «۱» داده‌اند، ۲/۵ درصد می‌شود.

در این باره نیز، تفاوت میانگین‌ها بر حسب جنسیت پاسخگویان معنادار بوده است؛ به طوری که زنان بیش از مردان انتظار داشته‌اند که کارها بدون اشتباه انجام گیرد. میانگین سطح توقع زنان ۸/۹۷ و مردان ۸/۶۰ بوده است. ولی تفاوت میانگین‌ها بر حسب دیگر ویژگی‌ها و نیز مکان پاسخگویی معنادار نبوده است.

### ۳. ۲. ۱. ۳. توقع از عمل به تعهدات توسط مدیران

جدول ۴. ۷. تا چه حد توقع دارید مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به تعهدات خود عمل کنند؟

میزان توقع	۱-۳ (کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی پاسخ	جمع
تعداد	۴۱	۱۰۳	۱۳۴۸	۹	۱۵۰۱
درصد	۲/۷	۶/۹	۸۹/۸	۰/۶	۱۰۰

میانگین = ۹/۳۲

سطح توقع از مدیران در عمل به تعهدات خود بالاست و نزدیک به ۹۰ درصد از پاسخگویان از توقع زیاد خود گفته‌اند. حدود ۷۹ درصد از پاسخگویان حداکثر نمره، یعنی ۱۰ داشته‌اند. افرادی هم که توقعی در حد متوسط داشته‌اند، حدود ۲/۵ برابر کسانی بوده‌اند که از توقع کم خود در این باره گفته‌اند. در مقابل هر یک نفر دارای توقع کم، حدود ۳۳ نفر گفته‌اند که از مدیران توقع زیادی دارند که به تعهدات خود عمل کنند. تنها ۲ درصد از پاسخگویان به این پرسش حداقل نمره را یعنی «۱» داده‌اند.

با در نظر هر یک از ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان و نیز مکان پاسخگویی، تفاوت بین میانگین‌های سطح توقع از عمل مدیران به تعهدات خود از نظر آماری معنادار نبوده است.



۳.۱.۲.۴. توقع از عمل به تعهدات توسط کارکنان

جدول ۸. ۴. تا چه حد توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به تعهدات خود عمل کنند؟

میزان توقع	۱-۳ (کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۴	۱۳۹	۱۲۷۳	۵۵	۱۵۰۱
درصد	۲/۳	۹/۳	۸۴/۸	۳/۷	۱۰۰

میانگین = ۹/۱۹

هرچند سطح توقع از کارکنان در عمل به تعهدات خود بالاست؛ ولی مقداری کمتر از سطح توقع از مدیران در این باره است. بیش از چهار پنجم پاسخگویان از کارکنان وزارتخانه توقع زیاد داشته‌اند که به تعهدات خود عمل کنند. کسانی که بیشترین توقع را داشته‌اند، ۷۰/۷ درصد از پاسخگویان و کسانی که کمترین توقع را داشته‌اند ۱/۶ درصد از پاسخگویان می‌شوند. نسبت کسانی که تا حدودی در این باره متوقع بوده‌اند، حدود چهار برابر کسانی است که توقع کم خود را بیان کرده‌اند. در مقابل هر یک نفر با توقع کم، حدود ۳۷ نفر دارای توقع زیاد در این باره بوده‌اند. با در نظر گرفتن هر یک از ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان و نیز مکان پاسخگویی، تفاوت بین میانگین‌های سطح توقع از عمل کارکنان به تعهدات خود از نظر آماری معنادار نبوده است.

۳.۱.۲.۵. توقع از اعلام پیشینی زمان انجام کارها

جدول ۹. ۴. تا چه حد توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

زمان دقیق انجام کار مربوط به ارباب رجوع را از قبل اعلام کنند؟

میزان توقع	۱-۳ (کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۵۹	۱۸۲	۱۲۴۶	۱۴	۱۵۰۱
درصد	۳/۹	۱۲/۱	۸۳/۰	۰/۹	۱۰۰

میانگین = ۸/۸۶

در مجموع، پاسخگویان توقع زیاد داشته‌اند که مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی زمان دقیق انجام کار مربوط به ارباب رجوع را از قبل اعلام کنند. ۶۴/۲ درصد از پاسخگویان در این باره بیشترین حد توقع و ۳ درصد کمترین حد توقع را داشته‌اند. در مقابل هر یک نفری که توقع کم خود را بیان کرده‌اند، حدود ۲۱ نفر دارای توقع زیاد بوده‌اند. کسانی نیز که در حد متوسط متوقع بوده‌اند، حدود چهار برابر آنهایی هستند که توقع کمی در این باره داشته‌اند.

زن‌ها با میانگین ۹/۱۵ بیش از مردها با میانگین ۸/۸۱ توقع داشته‌اند که زمان انجام دقیق کار مربوط به ارباب رجوع از قبل اعلام شود؛ ولی با لحاظ دیگر ویژگی‌های پاسخگویان و نیز محل پاسخگویی آنها، تفاوت‌ها معنادار نبوده است.

مجموع دیدگاه‌های پاسخگویان درباره توقع از قابل اطمینان بودن خدمات نشان می‌دهد که: الف. در کل، سطح توقع پاسخگویان از قابل اطمینان بودن خدمات در حد خیلی زیاد است. ب. توقع از عمل کارکنان به تعهدات خود از یک سو بیشترین میزان بوده که به علت مواجهه بیشتر مراجعه‌کنندگان با آنان است و از سوی دیگر میانگین توقع از این متغیر بیشتر از میانگین کل شاخص قابل اطمینان بودن درآمده است. ج. علاوه بر این، میانگین توقع از عمل مدیران به تعهدات خود و نیز انجام کار در زمان معین، از میانگین کل (شاخص توقع از قابل اطمینان بودن) بالاتر و میانگین توقع از انجام کار بدون اشتباه و اعلام پیشینی زمان انجام کار هرچند در سطح بالا قرار دارد، ولی از میانگین کل پایین‌تر است.



نمودار ۴.۲. میانگین سطح توقع پاسخگویان از قابل اطمینان بودن خدمات

### ۳.۱.۳. توقع تضمین خدمات

انتظار و توقع تضمین خدمات و اطمینان خاطر از آن با پنج معرّف اندازه‌گیری شده است، که عبارتند از: توقع از برخورداری مدیران از دانش و مهارت لازم، توقع از برخورداری کارکنان از دانش و مهارت لازم، توقع از درستکار بودن مدیران، توقع از درستکار بودن کارکنان و توقع از محترمانه بودن برخوردها.

۳.۱.۳. توقع از برخورداری مدیران از دانش و مهارت لازم

جدول ۱۰.۴. توقع دارید مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

برای حل مشکلات ارباب‌رجوع تا چه میزان از دانش و مهارت برخوردار باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۲	۱۱۷	۱۳۴۳	۹	۱۵۰۱
درصد	۲/۱	۷/۸	۸۹/۵	۰/۶	۱۰۰

میانگین = ۹/۲۸

به طور کلی، پاسخگویان توقع زیادی داشته‌اند که مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای حل مشکلات ارباب‌رجوع از دانش و مهارت لازم برخوردار باشند. ۷۲/۴ درصد از پاسخگویان، بیشترین حد توقع را بیان کرده‌اند؛ یعنی کاملاً چنین توقعی داشته‌اند. علاوه بر این که ۱/۲ درصد کمترین میزان توقع را بیان کرده‌اند. آنهایی که توقع بینابینی داشته‌اند، حدود ۳/۵ برابر بیش از کسانی بوده‌اند که گفته‌اند توقع کمی دارند مدیران از دانش و مهارت لازم برخوردار باشند. در مقابل هر یک نفری که اصلاً توقعی در این زمینه نداشته است، ۶۰ نفر توقع زیاد داشته‌اند که مدیران از دانش و مهارت لازم برخوردار باشند.

زن‌ها با میانگین ۹/۶۰ بیش از مردها با میانگین ۹/۲۱ انتظار زیاد داشته‌اند که مدیران از دانش و مهارت لازم برخوردار باشند. ولی با در نظر گرفتن دیگر ویژگی‌های پاسخگویان و محل دریافت خدمات، تفاوت بین پاسخگویان در این‌باره معنادار نبوده است.

۳.۱.۳.۲. توقع از برخورداری کارکنان از دانش و مهارت لازم

جدول ۱۱.۴. توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

برای حل مشکلات ارباب‌رجوع تا چه میزان از دانش و مهارت برخوردار باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۰	۱۴۸	۱۳۰۶	۱۷	۱۵۰۱
درصد	۲/۰	۹/۹	۸۷/۰	۱/۱	۱۰۰

میانگین = ۹/۱۸

توقع بیشتر پاسخگویان این بوده که کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای حل مشکلات ارباب‌رجوع در حد زیادی از دانش و مهارت لازم برخوردار باشند. ۶۸/۶ درصد

از پاسخگویان توقع بسیار زیادی داشته‌اند که کارکنان دارای دانش و مهارت لازم باشند و فقط ۰/۹ درصد نقطه مقابل این گروه جای می‌گیرند و توقعشان از این موضوع بسیار اندک بوده است. کسانی که گفته‌اند تاحدودی توقع دارند کارکنان از دانش و مهارت لازم برخوردار باشند، حدود پنج برابر کسانی می‌شوند که سطح توقعشان در این باره کم بوده است. در مقابل هر یک نفری که اصلاً توقع نداشته‌اند، ۷۹ نفر انتظار دارند که کارکنان از بیشترین دانش و مهارت لازم برخوردار باشند.

در این باره نیز زنان بیش از مردان انتظار و توقع داشته‌اند. میانگین سطح توقع زنان از دانش و مهارت کارکنان وزارتخانه ۹/۴۱ و مردان ۹/۱۳ بوده است. ولی با لحاظ دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات در این باره تفاوت‌ها معنادار نبوده است.

### ۳.۱.۳. توقع از درستکار بودن مدیران

جدول ۱۲.۴. توقع دارید مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا چه حد درستکار و صادق باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۲۹	۹۴	۱۳۵۹	۱۹	۱۵۰۱
درصد	۱/۹	۶/۳	۹۰/۵	۱/۳	۱۰۰

میانگین = ۹/۴۴

در مجموع پاسخگویان توقع داشته‌اند مدیران فرهنگ و ارشاد اسلامی در حد زیادی درستکار و صادق باشند. ۸۰/۷ درصد از پاسخگویان در بالاترین حد و ۱/۱ درصد در پایین‌ترین حد این ارزیابی جای گرفته‌اند. حدود ۶ درصد از پاسخگویان نیز از مدیران وزارتخانه تاحدودی توقع درستکاری و صداقت داشته‌اند. در مقابل هر یک نفری که اصلاً توقع درستکاری و صداقت را نداشته است، ۷۱ نفر توقع داشته‌اند مدیران وزارتخانه، به میزان خیلی زیادی درستکاری و صداقت داشته باشند.

زنان بیش از مردان انتظار داشته‌اند که مدیران درستکار و صادق باشند. میانگین سطح توقع زنان در این باره ۹/۶۸ و مردان ۹/۳۹ بوده است. با لحاظ دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات تفاوت بین پاسخگویان در این باره معنادار نبوده است.

۳.۱.۳.۴. توقع از درستکار بودن کارکنان

جدول ۱۳.۴. توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا چه حد درستکار و صادق باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۲۳	۹۹	۱۳۴۳	۳۶	۱۵۰۱
درصد	۱/۵	۶/۶	۸۹/۵	۲/۴	۱۰۰

میانگین = ۹/۴۵

به طور کلی پاسخگویان توقع داشته‌اند که کارکنان وزارتخانه در حد زیادی درستکار و صادق باشند. ۷۸/۹ درصد از پاسخگویان توقع داشته‌اند کارکنان بیشترین حد درستکاری و صداقت را داشته باشند. کسانی که اصلاً انتظار درستکاری و صداقت از کارکنان نداشته‌اند، تنها ۰/۹ درصد از پاسخگویان می‌شوند. کسانی که توقع درستکاری و صداقت کمی از کارکنان داشته‌اند، ۱/۵ درصد کل پاسخگویان می‌شوند. در مقابل هر یک نفری که از کارکنان وزارتخانه اصلاً انتظار درستکاری و صداقت نداشته‌اند، ۸۵ نفر توقع داشته‌اند کارکنان وزارتخانه در حد خیلی زیادی درستکار و صادق باشند.

درباره انتظار از درستکاری و صداقت کارکنان نیز تفاوت‌ها مانند توقع از درستکاری و صداقت مدیران است؛ به طوری که زنان با میانگین ۹/۷۰، بیش از مردان با میانگین ۹/۴۰ انتظار درستکاری و صداقت کارکنان را داشته‌اند. علاوه بر این که با لحاظ دیگر ویژگی‌های پاسخگویان و محل دریافت خدمات آنان تفاوت بین میانگین‌های سطح توقع آنان در این‌باره معنادار نبوده است.

۳.۱.۳.۵. توقع از محترمانه بودن برخوردها

جدول ۱۴.۴. توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

با شما و دیگر مراجعه‌کنندگان تا چه حد محترمانه و مؤدبانه رفتار کنند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۲۵	۹۲	۱۳۷۱	۱۳	۱۵۰۱
درصد	۱/۷	۶/۱	۹۱/۳	۰/۹	۱۰۰

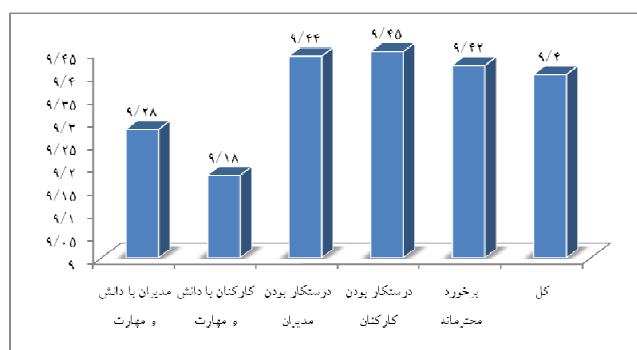
میانگین = ۹/۴۲

توقع بیشتر پاسخگویان این است که مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با مراجعه‌کنندگان در حد زیادی محترمانه و مؤدبانه رفتار کنند. ۷۸/۲ درصد از پاسخگویان توقع داشته‌اند این رفتار محترمانه و مؤدبانه در حد بسیار زیاد (نمره ۱۰) باشد. کسانی که توقع رفتاری نسبتاً محترمانه و مؤدبانه را داشته‌اند (حد متوسط) حدود ۳/۵ برابر افرادی می‌شوند که انتظار دارند، در حد کمی رفتار محترمانه و مؤدبانه ببینند. در مقابل هر یک نفری که اصلاً انتظار احترام و ادب نداشته‌اند، ۷۸ نفر انتظار خود را در حد بیشترین میزان بیان کرده‌اند و توقع داشته‌اند مدیران و کارکنان وزارتخانه در حد خیلی زیادی محترمانه و مؤدبانه رفتار کنند. سطح انتظار زنان از محترمانه و مؤدبانه بودن رفتار مدیران و کارکنان وزارتخانه بیش از سطح انتظار مردان بوده است. میانگین سطح توقع زنان ۹/۶۹ و مردان ۹/۳۶ است. افراد متأهل نیز (با میانگین ۹/۴۹) بیش از مجردها (با میانگین ۹/۳۲) چنین انتظاری داشته‌اند. اما با در نظر گرفتن دیگر ویژگی‌ها و مکان پرسشگری تفاوت‌ها معنادار نبوده است.

یافته‌های شاخص توقع تضمین خدمات نشان از موارد زیر دارد:

الف. در بحث تضمین خدمات، کل شاخص نشان می‌دهد که سطح توقع در حد خیلی زیاد است.

ب. سطح توقع از تضمین اخلاقی خدمات بیش از سطح توقع از تضمین علمی خدمات است.  
ج. سطح توقع از دانش و مهارت مدیران و کارکنان پایین‌تر از سطح توقع از درستکار بودن و برخورد محترمانه و مؤدبانه آنان با ارباب رجوع است.



نمودار ۳.۴. میانگین سطح توقع پاسخگویان از تضمین خدمات

#### ۳.۱.۴. توقع پاسخگویی ارائه خدمات

برای اندازه‌گیری شاخص توقع پاسخگویان از پاسخگویی ارائه خدمات در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، هشت معرف در نظر گرفته شد که عبارتند از: توقع از انجام سریع کارها، توقع از صرف وقت کافی برای پاسخگویی به ارباب‌رجوع، توقع از حضور کارکنان در محل کار خود به هنگام مراجعه ارباب‌رجوع، توقع از حضور مدیران در محل کار خود به هنگام مراجعه ارباب‌رجوع، توقع از الزام مدیران به پاسخگویی، توقع از الزام کارکنان به پاسخگویی، توقع از شفاف بودن پاسخها و کوتاه شدن مدت زمان رسیدگی به درخواستها در مقایسه با وضع فعلی.

#### ۳.۱.۴.۱. توقع از انجام سریع کارها

جدول ۱۵.۴. تا چه حد توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

کارهای ارباب‌رجوع را با سرعت و بدون فوت وقت انجام دهند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۴	۱۶۸	۱۲۸۳	۶	۱۵۰۱
درصد	۲/۹	۱۱/۲	۸۵/۵	۰/۴	۱۰۰

میانگین = ۹/۰

توقع پاسخگویان از این که مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کارهای ارباب‌رجوع را با سرعت و بدون فوت وقت انجام دهند، بسیار زیاد است و بیش از ۸۵ درصد چنین نظری داشته‌اند. آنهایی که حداکثر توقع را بیان کرده‌اند (نمره ۱۰) ۶۵/۷ درصد از پاسخگویان و کسانی که حداقل توقع را داشته‌اند، ۱/۹ درصد از پاسخگویان می‌شوند. آنهایی هم که در حد متوسطی متوقع بوده‌اند، حدود چهار برابر کسانی بوده‌اند که توقع کم داشته‌اند. در مقابل هر یک نفر دارای توقع کم در این باره، ۲۹ نفر دارای توقع زیاد بوده‌اند.

پاسخگویان سطوح بالاتر تحصیلی، بیشتر از دیگران توقع داشته‌اند که مدیران و کارکنان وزارت ارشاد، کارهای ارباب‌رجوع را با سرعت و بدون فوت وقت انجام دهند: میانگین سطح انتظار افراد زیر دیپلم ۸/۵۷، دیپلمه‌ها ۸/۸۲ و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۹/۰۷ بوده است. اما با در نظر گرفتن دیگر ویژگی‌های پاسخگویان و محل پاسخگویی تفاوت بین میانگین‌ها معنادار نبوده است.

### ۲.۴.۱.۳. توقع از صرف وقت کافی برای پاسخگویی

جدول ۱۶.۴. تا چه حد توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای پاسخگویی به شما و دیگر مراجعه‌کنندگان به اندازه کافی وقت صرف کنند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی پاسخ	جمع
تعداد	۴۳	۲۰۳	۱۲۳۸	۱۷	۱۵۰۱
درصد	۲/۹	۱۳/۵	۸۲/۵	۱/۱	۱۰۰

میانگین = ۸/۸۹

در مجموع، از این‌که مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای پاسخگویی به مراجعه‌کنندگان وقت کافی صرف کنند، توقع زیاد وجود داشته است. حدود ۶۲ درصد حداکثر توقع یعنی نمره ۱۰ و ۱/۷ درصد کمترین سطح توقع یعنی نمره ۱ را بیان کرده‌اند. آنهایی که در این باره تاحدودی توقع داشته‌اند، حدود ۴/۵ برابر کسانی بوده‌اند که توقع کم داشته‌اند. در مقابل هر یک نفری که از توقع کم خود در این باره گفته، حدود ۲۹ نفر توقع زیاد خود را بیان کرده‌اند.

زنان بیش از مردان انتظار داشته‌اند که مدیران و کارکنان وزارتخانه برای پاسخگویی به مراجعه‌کنندگان وقت کافی صرف کنند: میانگین سطح توقع زنان ۹/۲۰ و مردان ۸/۸۴ بوده است. پاسخگویان با سطح تحصیلات بالاتر نیز بیشتر چنین انتظاری داشته‌اند: میانگین سطح توقع پاسخگویان زیر دیپلم ۸/۳۱، دیپلمه‌ها ۸/۷۱ و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۸/۹۷ بوده است. اما با در نظر گرفتن دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات تفاوت‌ها معنادار نبوده است.

### ۳.۴.۱.۳. توقع از حضور کارکنان در محل کار خود به هنگام مراجعه

جدول ۱۷.۴. تا چه حد توقع دارید هنگام مراجعه شما کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اتاق و محل کار خود حاضر باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی پاسخ	جمع
تعداد	۴۷	۱۴۲	۱۳۰۵	۷	۱۵۰۱
درصد	۳/۱	۹/۵	۸۶/۹	۰/۵	۱۰۰

میانگین = ۹/۰۸



پاسخگویان، در مجموع توقع و انتظار زیادی دارند که هنگام مراجعه به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، کارکنان در اتاق و محل کار خود حاضر باشند. ۶۸/۷ درصد از پاسخگویان، حداکثر توقع را در این‌باره داشته و نمره ۱۰ داده‌اند. تنها ۱/۹ درصد از پاسخگویان گفته‌اند اصلاً توقعی در این‌باره ندارند. کسانی که توقع خود را در حد متوسط بیان کرده‌اند، حدود سه برابر آنهایی می‌شوند که توقع کمی داشته‌اند. در مقابل هر یک نفر دارای توقع کم، حدود ۲۸ نفر توقع زیاد داشته‌اند.

زنان بیش از مردان انتظار داشته‌اند که هنگام مراجعه به وزارتخانه، کارکنان مربوطه در محل کار خود حاضر باشند؛ میانگین سطح توقع زنان ۹/۳۲ و مردان ۹/۰۴ است. پاسخگویان با تحصیلات بالاتر نیز بیشتر چنین انتظاری داشته‌اند؛ میانگین سطح انتظار افراد زیر دیپلم ۸/۳۶، دیپلمه‌ها ۹/۰۷ و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۹/۱۱ بوده است. با در نظر گرفتن دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات تفاوت بین پاسخگویان در این‌باره معنادار نبوده است.

۴.۴.۱. توقع از حضور مدیران در محل کار خود به هنگام مراجعه

جدول ۱۸.۴. تا چه حد توقع دارید هنگام مراجعه شما

مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اتاق و محل کار خود حاضر باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۵۹	۱۷۷	۱۲۵۸	۷	۱۵۰۱
درصد	۳/۹	۱۱/۸	۸۳/۸	۰/۵	۱۰۰

میانگین = ۸/۸۸

به طور کلی پاسخگویان توقع و انتظار زیادی داشته‌اند که هنگام مراجعه آنها به وزارتخانه، مدیران آنجا در اتاق و محل کار خود حضور داشته باشند. ۶۳/۵ درصد از پاسخگویان به این پرسش نمره ۱۰ داده‌اند که نشان‌دهنده حداکثر نمره است و در مقابل ۲/۹ درصد کمترین میزان انتظار خود را از این موضوع بیان کرده‌اند. در مقابل هر یک نفر دارای توقع کم، حدود ۲۱ نفر توقع زیاد داشته‌اند. علاوه بر این که نزدیک به ۱۲ درصد نیز توقع خود را در حد متوسط بیان کرده‌اند. درباره انتظار از حضور مدیران در محل کار خود به هنگام مراجعه ارباب‌رجوع، تفاوت بین پاسخگویان با در نظر گرفتن تمام ویژگی‌های مورد بررسی و محل دریافت خدمات، به لحاظ آماری معنادار نبوده است.

#### ۵. ۴. ۱. ۳. توقع از الزام مدیران به پاسخگویی

جدول ۱۹. ۴. تا چه حد توقع دارید مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات الزام داشته باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۶	۱۲۶	۱۳۲۵	۴	۱۵۰۱
درصد	۳/۰	۸/۴	۸۸/۳	۰/۳	۱۰۰

میانگین = ۹/۱۳

به طور کلی، پاسخگویان بر آن بوده‌اند که مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باید در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان الزام داشته باشند. نزدیک به ۷۰ درصد از پاسخگویان در این‌باره بیشترین حد توقع (نمره ۱۰) را بیان کرده‌اند. آنهایی هم که توقعشان در حد متوسط بوده است، حدود سه برابر کسانی هستند که توقع کم داشته‌اند. در مقابل هر یک نفر دارای توقع کم، نزدیک به ۲۹ نفر در این‌باره دارای توقع زیاد بوده‌اند. تنها ۱/۹ درصد از پاسخگویان توقعی در این‌باره نداشته و نمره «۱» به این پرسش داده‌اند.

زنان (با میانگین ۹/۳۵) بیش از مردان (با میانگین ۹/۰۹) انتظار داشته‌اند که مدیران در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات الزام داشته باشند. با لحاظ دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات تفاوت بین پاسخگویان در این‌باره معنادار نبوده است.

#### ۶. ۴. ۱. ۳. توقع از الزام کارکنان به پاسخگویی

جدول ۲۰. ۴. تا چه حد توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات الزام داشته باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۸	۱۸۲	۱۲۶۴	۱۷	۱۵۰۱
درصد	۲/۵	۱۲/۱	۸۴/۲	۱/۱	۱۰۰

میانگین = ۹/۰۲

توقع پاسخگویان از الزام کارکنان به پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات، در مجموع در حد زیاد بوده است. هرچند نسبت آن در مقایسه با توقع از مدیران در این‌باره، اندکی کمتر است. ۶۶ درصد از پاسخگویان در این‌باره حداکثر توقع (نمره ۱۰) را بیان کرده‌اند.

کسانی که دارای توقع متوسط بوده‌اند، حدود ۴/۸ برابر کسانی هستند که توقع کم داشته‌اند. تنها ۱/۷ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که اصلاً توقعی ندارند و به این پرسش حداقل نمره «۱» را داده‌اند. در مقابل هر یک نفر با توقع کم، ۳۳ نفر در این‌باره توقع زیاد داشته‌اند. میانسالان بیش از جوانان و بزرگسالان توقع داشته‌اند که کارکنان وزارتخانه در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات الزام داشته باشند؛ میانگین سطح توقع جوانان از این مقوله ۸/۸۷، میانسالان ۹/۱۲ و بزرگسالان ۹/۰۸ بوده است. اما با لحاظ دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات، تفاوت‌های موجود معنادار نبوده است.

#### ۳.۱.۴.۷. توقع از شفاف بودن پاسخ‌ها

جدول ۳.۲۱. تا چه حد توقع دارید که پاسخ‌های داده‌شده به ارباب‌رجوع در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شفاف باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۳	۱۰۸	۱۳۵۰	۱۰	۱۵۰۱
درصد	۲/۲	۷/۲	۸۹/۹	۰/۷	۱۰۰

میانگین = ۹/۳۲

در مجموع، پاسخگویان انتظار زیادی دارند پاسخ‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به ارباب‌رجوع شفاف باشد. نزدیک به ۹۰ درصد از پاسخگویان توقع زیاد خود را در این‌باره بیان کرده‌اند که از این میان ۷۵/۹ درصد حداکثر توقع را داشته‌اند. کسانی که در این‌باره تاحدودی توقع داشته‌اند، سه برابر کسانی هستند که توقع کم دارند. در مقابل هر یک نفری که توقع کمی در این‌باره داشته است، حدود ۴۱ نفر توقع زیاد خود را بیان کرده‌اند. زنان بیش از مردان انتظار داشته‌اند که پاسخگویی‌ها شفاف باشد؛ میانگین سطح توقع زنان ۹/۵۳ و مردان ۹/۲۸ بوده است. با در نظر گرفتن دیگر ویژگی‌ها، تفاوت‌های بین پاسخگویان در این‌باره معنادار نبوده است.

#### ۳.۱.۴.۸. توقع از کوتاه شدن زمان رسیدگی به درخواست‌ها

جدول ۳.۲۲. توقع دارید مدت زمان رسیدگی به درخواست‌ها نسبت به وضع فعلی تا چه میزان کوتاه‌تر شود؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۵	۲۲۰	۱۲۲۱	۲۵	۱۵۰۱
درصد	۲/۳	۱۴/۷	۸۱/۳	۱/۷	۱۰۰

میانگین = ۸/۹۲

توقع پاسخگویان، به طور کلی این است که مدت زمان رسیدگی به درخواست‌های آنها نسبت به وضع فعلی در حد زیادی کوتاه‌تر شود. ۶۳/۸ درصد از پاسخگویان توقع بسیار زیاد داشته‌اند که مدت زمان رسیدگی کوتاه شود. اما ۱/۶ درصد نیز اصلاً توقعی برای کوتاه کردن زمان رسیدگی به درخواست‌ها نداشته‌اند (نمره ۱). در مقابل هر یک نفری که در این باره توقع کم داشته است، ۳۵ نفر توقع زیاد خود را از کوتاه شدن زمان رسیدگی به درخواست‌ها بیان کرده‌اند. متأهل‌ها (با میانگین ۹/۰۱) بیش از مجردها (با میانگین ۸/۷۴) انتظار داشته‌اند که زمان رسیدگی به درخواست‌ها نسبت به وضع فعلی کوتاه‌تر شود. اما با لحاظ دیگر ویژگی‌ها، تفاوت‌های موجود معنادار نبوده است.

نتایج حاصل از بررسی ابعاد گوناگون مقوله پاسخگویی نشان می‌دهد:

- الف. میانگین کل شاخص توقع از پاسخگویی ارائه‌کننده خدمات در حد خیلی زیاد است.
- ب. هرچند میانگین تمام معرف‌های مربوط به این مقوله نشان از سطح توقع زیاد پاسخگویان دارد، ولی سطح توقع از حضور کارکنان به هنگام مراجعه ارباب‌رجوع، کمتر از دیگر موارد بوده است.
- ج. شفافیت پاسخ‌ها، ملزم شدن به پاسخگویی و سرعت انجام کار بیشترین سطح انتظار را داشته‌اند.



نمودار ۴.۴. میانگین سطح توقع پاسخگویان از پاسخگویی ارائه‌کننده خدمات

### ۳.۱.۵. توقع همدلی

برای اندازه‌گیری میزان توقع و انتظار ارباب‌رجوع‌ها از همدلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پنج معرف در نظر گرفته شده است. این معرف‌ها عبارتند از: توقع از قابل‌درک بودن

پاسخ‌ها، توقع از انجام روان کارها بدون اتلاف وقت، توقع از امکان آسان ملاقات مدیران، توقع از عمل کارکنان بر اساس نظر و پیشنهاد ارباب‌رجوع و توقع از پیشنهادپذیر بودن مدیران.

۱. ۵. ۱. ۳. توقع از قابل درک بودن پاسخ‌ها

جدول ۲۳. ۴. تا چه حد توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

با دریافت‌کنندگان خدمات خود به زبانی صحبت کنند که برای آنها قابل درک باشد؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۷	۱۵۲	۱۲۹۶	۱۶	۱۵۰۱
درصد	۲/۵	۱۰/۱	۸۶/۳	۱/۱	۱۰۰

میانگین = ۹/۱۱

بیشتر پاسخگویان بر آن بوده‌اند که توقع و انتظار زیادی دارند که مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با دریافت‌کنندگان خدمات خود به زبانی صحبت کنند که برای آنها قابل درک باشد. در این میان، ۶۹/۲ درصد حداکثر توقع (نمره ۱۰) را داشته‌اند و ۱/۷ درصد گفته‌اند توقعی ندارند. حدود ۱۰ درصد نیز در این باره در حد متوسط توقع داشته‌اند که چهار برابر کسانی می‌شوند که توقع کم خود را بیان کرده‌اند. در مقابل هر یک نفر دارای توقع کم، ۳۵ نفر توقع زیاد داشته‌اند.

زن‌ها بیش از مردها انتظار دارند که پاسخ‌های مدیران و کارکنان وزارتخانه به زبانی قابل درک بیان شود. میانگین سطح توقع زنان ۹/۴۰ و مردان ۹/۰۶ بوده است. اما با لحاظ دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات تفاوت‌های موجود معنادار نبوده است.

۲. ۵. ۱. ۳. توقع از انجام روان کارها بدون اتلاف وقت

جدول ۲۴. ۴. تا چه حد توقع دارید کارهای مربوط به ارباب‌رجوع در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

و واحدهای تابعه روان و بدون اتلاف وقت انجام گیرد؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۸	۱۵۱	۱۴۸۷	۱۴	۱۵۰۱
درصد	۲/۵	۱۰/۱	۸۶/۵	۰/۹	۱۰۰

میانگین = ۹/۱۲

در مجموع، پاسخگویان بر آن بودند که توقع و انتظار زیادی دارند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،

کارهای مربوط به ارباب‌رجوع را روان و بدون اتلاف وقت انجام دهد. ۶۸/۸ درصد از پاسخگویان بیشترین حد توقع را در این‌باره داشته‌اند و نمره ۱۰ داده‌اند. در نقطه مقابل افرادی که کاملاً توقع داشته‌اند، کسانی قرار می‌گیرند که اصلاً توقع ندارند. این افراد ۱/۵ درصد از پاسخگویان را شامل می‌شوند؛ کسانی که توقع‌شان در حد متوسط است، حدود چهار برابر آنهایی هستند که توقع کم خود را در این زمینه بیان کرده‌اند. در مقابل هر یک نفر داری توقع کم، ۳۹ نفر توقع زیاد خود را از این موضوع بیان کرده‌اند.

در این‌باره نیز سطح توقع و انتظار زنان (با میانگین ۹/۳۷) بیشتر از سطح توقع مردان (با میانگین ۹/۰۷) بوده است. متأهل‌ها نیز بیش از مجردها انتظار داشته‌اند که کارهای مربوط به ارباب‌رجوع، روان و بدون اتلاف وقت انجام شود؛ میانگین توقع متأهلان ۹/۱۹ و مجردان ۸/۹۹ است. اما با لحاظ دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات تفاوت‌های موجود معنادار نیست.

### ۳.۱.۵. توقع از امکان آسان ملاقات مدیران

جدول ۲۵. ۴. توقع دارید ملاقات با مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا چه میزان آسان باشد؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۶	۱۹۹	۱۲۲۸	۲۸	۱۵۰۱
درصد	۳/۱	۱۳/۳	۸۱/۸	۱/۹	۱۰۰

میانگین = ۸/۸۷

به طور کلی، پاسخگویان توقع داشته‌اند که ملاقات با مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حد زیادی آسان باشد. بیشتر پاسخگویان نیز برآن بوده‌اند که این ملاقات باید به آسانی انجام شود. ۶۱/۲ درصد از پاسخگویان گفته‌اند توقع دارند ملاقات با مدیران تا حد اکثر ممکن آسان باشد. ۱/۹ درصد نیز گفته‌اند اصلاً توقع آسانی ملاقات مدیران را ندارند. در مقابل هر یک نفری که در این‌باره توقع کم داشته است، حدود ۲۷ نفر توقع داشته‌اند ملاقات مدیران در حد زیادی آسان باشد.

زنان بیش از مردان انتظار داشته‌اند که ملاقات مدیران به آسانی انجام شود؛ میانگین سطح انتظار زنان ۹/۱۱ و مردان ۸/۸۳ بوده است. افراد متأهل نیز (با میانگین ۸/۹۶) بیش از مجردها (با میانگین ۸/۷۲) چنین انتظاری داشته‌اند. ولی با لحاظ دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات، تفاوت‌ها معنادار نبوده است.

۴.۵.۱.۳. توقع از عمل کارکنان بر اساس نظر ارباب‌رجوع

جدول ۲۶.۴. توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

به هنگام ارائه خدمات تا چه حد مطابق پیشنهادها و نظرهای شما عمل کنند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۷۰	۳۸۱	۱۰۲۷	۲۳	۱۵۰۱
درصد	۴/۷	۲۵/۴	۶۸/۴	۱/۵	۱۰۰

میانگین = ۸/۲۱

توقع پاسخگویان بر این است که کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به هنگام ارائه خدمات در حد زیادی مطابق با پیشنهادها و نظرهای ارباب‌رجوع عمل کنند. کمی بیش از دو سوم پاسخگویان توقع و انتظار دارند در حد زیادی این‌گونه عمل شود. در این میان ۴۸/۳ درصد از پاسخگویان توقع بیشترین حد پیشنهادپذیری را داشته‌اند و تنها ۳/۳ درصد اصلاً توقعی در این زمینه نداشته‌اند. در مقابل هر یک نفری که توقع خود را در حد کم بیان کرده است، حدود ۱۴/۵ نفر توقع داشته‌اند کارکنان وزارتخانه در حد زیادی مطابق پیشنهادها و نظرهای آنان عمل کنند.

با در نظر گرفتن تمام ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان و نیز محل دریافت خدمات تفاوت‌های موجود در میزان توقع پاسخگویان از توجه کارکنان به پیشنهادها و نظرهای ارباب‌رجوع معنادار نبوده است.

۵.۵.۱.۳. توقع از پیشنهادپذیر بودن مدیران

جدول ۲۷.۴. توقع دارید مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا چه حد پیشنهادپذیر باشند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۷	۲۲۹	۱۲۰۰	۲۵	۱۵۰۱
درصد	۳/۱	۱۵/۳	۷۹/۹	۱/۷	۱۰۰

میانگین = ۸/۸۱

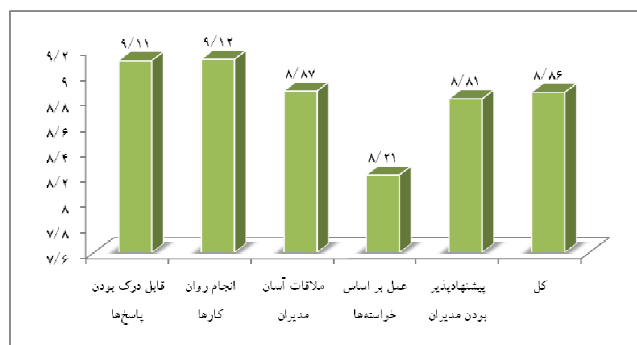
در مجموع، پاسخگویان توقع داشته‌اند که مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حد زیادی پیشنهادپذیر باشند. حدود چهار پنجم پاسخگویان توقع و انتظار پیشنهادپذیری زیاد مدیران را داشته‌اند. حدود ۶۱ درصد گفته‌اند که انتظار دارند مدیران در حد خیلی زیادی پیشنهادپذیر باشند و ۱/۹ درصد نیز اصلاً چنین توقعی نداشته‌اند. در مقابل هر یک نفری که

انتظار کمی از پیشنهادپذیر بودن مدیران داشته‌اند، حدود ۲۵/۵ نفر گفته‌اند توقع دارند مدیران در حد زیادی پیشنهادپذیر باشند.

زنان بیش از مردان گفته‌اند توقع دارند که مدیران پیشنهادپذیر باشند؛ میانگین سطح توقع و انتظار زنان ۹/۱۰ و مردان ۸/۷۵ بوده است. اما با لحاظ دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات، تفاوت‌ها در این باره معنادار نبوده است.

از بحث توقع همدمی موارد زیر قابل استخراج است:

- الف. میانگین کل شاخص توقع همدمی نشان از وجود توقع نسبتاً زیاد در این باره دارد.
- ب. توقع از انجام روان کارها و قابل درک بودن پاسخ‌ها بیشترین میانگین را داشته است.
- ج. سطح توقع از عمل بر اساس پیشنهادها و نظرهای ارباب رجوع کمترین میزان را در بین شاخص‌های همدمی به خود اختصاص داده است.



نمودار ۴.۵. میانگین سطح توقع پاسخگویان از همدمی کارکنان و مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

### ۳.۲. توقع از اطلاع‌رسانی

اطلاع‌رسانی ابعاد گوناگونی دارد که می‌توان بر مبنای این ابعاد سطوح توقع و انتظار افراد را در این باره سنجید. در این بررسی برای سنجش میزان انتظار از اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پنج متغیر تعریف شد که عبارتند از: توقع از اطلاع‌رسانی به موقع تغییر در قوانین و مقررات، توقع از به‌روز بودن اطلاع‌رسانی، توقع از کافی بودن محتوای اطلاع‌رسانی، توقع از اطلاع‌رسانی مناسب از انواع خدمات ارائه شده و توقع از شفاف بودن اطلاع‌رسانی.



۱.۲.۳. توقع از اطلاع‌رسانی به موقع تغییر در قوانین و مقررات

جدول ۲۸.۴. تا چه حد توقع دارید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

در مورد هر نوع تغییر در قوانین و نحوه ارائه خدمات بلافاصله اطلاع‌رسانی کنند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۹	۱۲۵	۱۳۲۰	۱۷	۱۵۰۱
درصد	۲/۶	۸/۳	۸۷/۹	۱/۱	۱۰۰

میانگین = ۹/۲۲

پاسخگویان به طور کلی توقع زیادی داشته‌اند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هر نوع تغییر در قوانین و نحوه ارائه خدمات را بلافاصله اطلاع دهند. ۷۳/۲ درصد از پاسخگویان بیشترین حد توقع را داشته و حداکثر نمره (۱۰) را داده‌اند و فقط ۱/۹ درصد کمترین نمره (۱) را داده‌اند. در مقابل هر یک نفر دارای توقع کم، حدود ۳۴ نفر دارای توقع زیاد در این‌باره بوده‌اند. کسانی که توقعشان در حد متوسط است، سه برابر آنهایی می‌شوند که نمره‌های کمی به این پرسش داده‌اند.

با در نظر گرفتن تمام ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان و محل دریافت خدمات، تفاوت معناداری در میزان توقع آنها از اطلاع‌رسانی درباره تغییر قوانین و نحوه ارائه خدمات ملاحظه نمی‌شود.

۲.۲.۳. توقع از به‌روز بودن اطلاع‌رسانی

جدول ۲۹.۴. تا چه حد توقع دارید که اطلاع‌رسانی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به‌روز باشد؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۲	۱۰۵	۱۳۲۶	۳۸	۱۵۰۱
درصد	۲/۱	۷/۰	۸۸/۳	۲/۵	۱۰۰

میانگین = ۹/۳۵

توقع از به‌روز بودن اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، به طور کلی، در حد زیاد بوده است. بیش از ۸۸ درصد از پاسخگویان توقع زیاد داشته‌اند که از این میان ۷۶/۲ درصد از آنها بیشترین حد توقع را بیان کرده‌اند (نمره ۱۰). تنها ۲/۱ درصد گفته‌اند توقعی در این‌باره ندارند. حدود ۷ درصد از پاسخگویان نیز توقعی بینابینی داشته‌اند که ۳/۳

برابر کسانی هستند که از توقع کم خود در این باره گفته‌اند. در مقابل هر یک نفر با توقع کم، حدود ۴۱/۵ نفر توقع زیاد خود را بیان کرده‌اند.

زن‌ها (با میانگین ۹/۶۰) بیش از مردها (با میانگین ۹/۳۰) انتظار داشته‌اند که اطلاع‌رسانی وزارت ارشاد به‌روز باشد. ولی با در نظر گرفتن دیگر متغیرهای جمعیت‌شناختی و محل دریافت خدمات، تفاوت معناداری در این باره ملاحظه نشد.

### ۳.۲.۳. توقع از کافی بودن محتوای اطلاع‌رسانی

جدول ۳.۴. تا چه حد توقع دارید که محتوای اطلاع‌رسانی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کافی و کامل باشد؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۶	۱۳۶	۱۳۱۰	۱۹	۱۵۰۱
درصد	۲/۴	۹/۱	۸۷/۳	۱/۳	۱۰۰

میانگین = ۹/۲۳

در مجموع، پاسخگویان توقع زیادی دارند که محتوای اطلاع‌رسانی وزارتخانه کافی و کامل باشد. حدود ۸۷ درصد از پاسخگویان توقع زیاد داشته‌اند که از این میان ۷۳/۴ درصد بیشترین حد توقع را بیان کرده‌اند. کسانی که در این باره تا حدودی توقع داشته‌اند نزدیک به چهار برابر آنهایی هستند که توقع کم خود را بیان کرده‌اند. در مقابل هر یک نفر با توقع کم، حدود ۳۶ نفر توقع زیاد داشته‌اند که محتوای اطلاع‌رسانی‌ها کافی و کامل باشد. تنها ۱/۵ درصد از پاسخگویان به این پرسش نمره ۱ داده‌اند؛ یعنی گفته‌اند اصلاً توقع ندارند.

با در نظر گرفتن تمام ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان و نیز محل دریافت خدمات، تفاوت معناداری در میانگین سطح توقع آنها از کافی و کامل بودن محتوای اطلاع‌رسانی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ملاحظه نگردید.

### ۳.۲.۴. توقع از اطلاع‌رسانی درباره خدمات (کامل بودن)

جدول ۳.۴.۱. توقع دارید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

درباره انواع خدماتی که ارائه می‌دهد تا چه میزان اطلاع‌رسانی کند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۴	۱۶۲	۱۲۹۸	۷	۱۵۰۱
درصد	۲/۳	۱۰/۸	۸۶/۵	۰/۵	۱۰۰

میانگین = ۹/۱۲

پاسخگویان، به طور کلی توقع داشته‌اند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره انواع خدماتی که ارائه می‌دهد در حد زیادی اطلاع‌رسانی کند. ۶۹/۳ درصد از پاسخگویان توقع داشته‌اند که درباره انواع خدمات اطلاع‌رسانی در حد خیلی زیاد انجام گیرد و تنها ۱/۳ درصد نقطه مقابل این گروه قرار می‌گیرند و اصلاً انتظار اطلاع‌رسانی در این‌باره را نداشته‌اند. در مقابل هر یک نفری که انتظار اطلاع‌رسانی حداقلی درباره انواع خدمات قابل ارائه داشته‌اند، ۳۸ نفر توقع داشته‌اند، اطلاع‌رسانی درباره انواع خدماتی که ارائه می‌شود در حد زیادی باشد. همچون برخی از متغیرها، در این‌باره نیز زن‌ها بیش از مردها انتظار داشته‌اند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره انواع خدماتی که ارائه می‌دهد در حد زیادی اطلاع‌رسانی کند؛ میانگین سطح توقع زنان ۹/۳۵ و مردان ۹/۰۷ بوده است. میانسالان نیز که فراوانی بیشتری داشته‌اند، بیش از دو گروه دیگر سنی چنین انتظاری داشته‌اند؛ میانگین سطح توقع جوانان از این موضوع ۸/۹۷، میانسالان ۹/۲۲ و بزرگسالان ۸/۹۹ بوده است. با در نظر گرفتن دیگر متغیرها و محل دریافت خدمات تفاوت‌ها معنادار نبوده است.

### ۵.۲.۳. توقع از شفاف بودن اطلاع‌رسانی

جدول ۴.۳۲. توقع دارید اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

در مورد نحوه ارائه خدمات خود تا چه میزان شفاف باشد؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۲۸	۱۱۴	۱۳۴۹	۱۰	۱۵۰۱
درصد	۱/۹	۷/۶	۸۹/۹	۰/۷	۱۰۰

میانگین = ۹/۳۳

در مجموع، پاسخگویان توقع دارند اطلاع‌رسانی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در مورد نحوه ارائه خدمات خود در حد زیادی شفاف باشد. نزدیک به ۹۰ درصد از پاسخگویان توقع دارند که در این زمینه با شفافیت زیادی عمل شود که ۷۶/۱ درصد از آنها بیشترین حد شفافیت را انتظار دارند (نمره ۱۰). کسانی که گفته‌اند در مورد نحوه ارائه خدمات اصلاً انتظار شفافیت ندارند تنها ۱/۳ درصد از پاسخگویان می‌شوند. در مقابل هر یک نفری که توقع شفافیت حداقلی داشته‌اند، ۴۸ نفر گفته‌اند توقع دارند، شفافیت در مورد نحوه ارائه خدمات در حد زیاد باشد.

در این باره نیز زنان (با میانگین ۹/۶۰) بیش از مردان (با میانگین ۹/۲۸) انتظار داشته‌اند که اطلاع‌رسانی‌های وزارتخانه درباره نحوه ارائه خدمات شفاف باشد. اما با لحاظ دیگر ویژگی‌ها و محل دریافت خدمات تفاوت‌ها معنادار نیست.

یافته‌های این بحث حکایت از آن دارد که:

الف. در مجموع سطح توقع از شاخص اطلاع‌رسانی در حد خیلی زیاد است و میانگین هر پنج معرف این مقوله بین ۹/۱۲ تا ۹/۳۵ بوده است.

ب. کمترین میزان مربوط به توقع از اطلاع‌رسانی درباره انواع خدمات (کامل بودن یا تنوع داشتن اطلاع‌رسانی) و بیشترین میزان مربوط به توقع از به‌روز بودن اطلاع‌رسانی است.

ج. در این مجموعه توقع از شفاف بودن اطلاع‌رسانی نیز همچون توقع از به‌روز بودن آن نمره بالایی آورده است.



نمودار ۴.۶. میانگین سطح توقع پاسخگویان از اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

### ۳.۳. توقع از کاربرد فناوری نوین

ارائه خدمات بستگی بسیاری به شیوه‌های آن دارد. این شیوه‌ها نیز مرتبط با سخت‌افزاری است که از آن استفاده می‌شود. فناوری‌های نوین، که سرعت تغییر آن نسبت به گذشته بسیار زیاد شده است، فرایند ارائه خدمات را تسهیل می‌کنند و موجب می‌شوند تا در زمان کوتاه‌تری خدمات بیشتری ارائه گردد. جایگاه این مقوله به عنوان یکی از سطوح انتظار پاسخگویان در مطالعات اکتشافی مشخص شد. از این رو، میزان انتظار و توقع افراد نمونه از این مقوله نیز پرسیده شد.

جدول ۴.۳۳. تا چه حد توقع دارید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

برای ارائه خدمات خود از فناوری نوین و به‌روز استفاده کند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۵۷	۱۶۰	۱۲۷۹	۵	۱۵۰۱
درصد	۳/۸	۱۰/۷	۸۵/۲	۰/۳	۱۰۰

میانگین = ۹/۰۸

در مجموع پاسخگویان توقع زیادی داشته‌اند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای ارائه خدمات خود از فناوری نوین و به‌روز استفاده کند. کمی بیش از چهار پنجم پاسخگویان از توقع زیاد خود در این‌باره گفته‌اند که ۷۷/۶ درصد از آنها به این گویه نمره ۱۰ داده و بیشترین حد توقع را بیان کرده‌اند. نسبت کسانی که توقع کم داشته‌اند نزدیک به یک سوم کسانی است که در این‌باره تاحدودی متوقع بوده‌اند. در مقابل هر یک نفر دارای توقع کم از بهره‌مندی وزارت ارشاد از فناوری نوین و به‌روز حدود ۲۲ نفر در این‌باره توقع زیاد داشته‌اند. تنها ۲/۵ درصد از پاسخگویان به این گویه نمره «۱» داده‌اند و ظاهراً اصلاً توقعی در این‌باره نداشته‌اند.

تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات می‌توان تفاوت معناداری را در میزان انتظار پاسخگویان از استفاده به‌روز از فناوری‌های نوین ملاحظه کرد؛ به طوری که با افزایش سطح تحصیلات بر میزان سطح انتظار پاسخگویان نیز افزوده می‌شود. میانگین سطح توقع و انتظار افراد دارای تحصیلات کمتر از دیپلم ۸/۱۱، دیپلمه‌ها ۸/۷۵ و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۹/۱۹ بوده است. تفاوت‌های موجود در این‌باره در مکان‌های مختلف تکمیل پرسشنامه‌ها در وزارتخانه، تفاوتی را نشان نمی‌دهد.

#### ۳.۴. توقع از مشارکت در تصمیم‌گیری

یکی از انتظاراتی که پاسخگویان در مطالعات اکتشافی بیان کرده بودند این بود که آنها و یا نمایندگان‌شان در تصمیم‌گیری‌های مربوط به آنها که در وزارتخانه انجام می‌شود، مشارکت ندارند و نظر آنان در این‌باره پرس‌وجو نمی‌شود و در تصمیم‌گیری‌ها مداخله داده نمی‌شود. از این رو، این متغیر نیز به عنوان بُعدی از سطح انتظار و توقع در پرسشنامه گنجانده شد.

جدول ۳۴.۴. تا چه حد توقع دارید که نمایندگان دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

در تصمیم‌گیری‌های مربوط به آنها در این وزارتخانه مشارکت کنند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد/ کاملاً)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۱۵۷	۵۱۰	۷۸۳	۵۱	۱۵۰۱
درصد	۱۰/۵	۳۴/۰	۵۲/۲	۳/۴	۱۰۰

میانگین = ۷/۲۶

در مجموع، پاسخگویان در حد نسبتاً زیادی توقع داشته‌اند که نمایندگان دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در تصمیم‌گیری‌های مربوط به خود در وزارتخانه مشارکت داشته باشند. کمی بیش از نیمی از پاسخگویان توقع خود را در این باره در حد زیاد بیان کرده‌اند. ولی حدود یک سوم از پاسخگویان (۳۳/۲ درصد) گفته‌اند در این زمینه کاملاً توقع دارند و تنها ۵/۵ درصد اصلاً توقعی در این باره نداشته‌اند. در مقابل هر یک نفری که از مشارکت دادن در تصمیم‌گیری‌های وزارتخانه توقع کمی داشته‌اند، پنج نفر توقع زیاد خود را بیان کرده‌اند. با در نظر گرفتن تمام ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان و نیز محل دریافت خدمات تفاوت معناداری در میزان توقع و انتظار آنها از مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها ملاحظه نمی‌شود. از این رو، می‌توان نوعی همگنی در این زمینه در بین پاسخگویان ملاحظه کرد.

### ۳.۵. توقع عدالت در ارائه خدمات

توقع عدالت در ارائه خدمات توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از جمله مفاهیمی است که در تأملات نظری ما و مطالعات اکتشافی در این بررسی اهمیت یافت و به مجموعه شاخص‌های اندازه‌گیری رضایت‌سنجی افزوده شد. برای این منظور چهار معرف در نظر گرفته شد تا در مجموع سطح انتظارات از عدالت در ارائه خدمات سنجیده شود. این معرف‌ها عبارتند از: توقع از عدالت در زمینه حمایت‌های مالی، توقع از عدالت در زمینه تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی، توقع از صدور عادلانه مجوزها و توقع از ارائه خدمات بدون ملاحظات سیاسی.

۱.۵.۳. توقع از عدالت در زمینه حمایت‌های مالی

جدول ۳۵.۴. تا چه حد توقع دارید که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

هنگام ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی همه متقاضیان را به یک چشم نگاه کند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی پاسخ	جمع
تعداد	۶۲	۱۳۳	۱۲۸۶	۲۰	۱۵۰۱
درصد	۴/۱	۸/۹	۸۵/۷	۱/۳	۱۰۰

میانگین = ۹/۱۱

پاسخگویان عمدتاً توقع داشته‌اند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هنگام ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی، همه متقاضیان را به یک چشم ببیند. بیش از چهار پنجم از پاسخگویان توقع زیاد خود را بیان کرده‌اند و ۷۶/۱ درصد از آنها، بیشترین سطح توقع را داشته و حداکثر نمره را داده‌اند. تنها ۳/۵ درصد نقطه مقابل این گروه بوده و حداقل نمره را داده‌اند و گفته‌اند اصلاً توقعی در این باره ندارند. کسانی که تا حدودی توقع داشته‌اند که وزارتخانه در ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی همه را به یک چشم ببیند، حدود دو برابر آنهایی می‌شوند که توقع کمی داشته‌اند. در مقابل هر یک نفری که از توقع کم خود گفته‌اند، حدود ۲۱ نفر توقع زیاد خود را بیان کرده‌اند.

تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات پاسخگویان و محل دریافت خدمات می‌توان در این باره تفاوت معناداری ملاحظه کرد؛ به طوری که افراد با تحصیلات بیشتر، کمتر چنین توقعی داشته‌اند. میانگین سطح انتظار از عادلانه بودن حمایت‌های مالی در وزارت ارشاد در بین افراد دارای تحصیلات کمتر از دیپلم ۷/۰۲، در بین دیپلمه‌ها ۶/۶۴ و در بین پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۶۲ بوده است. همچنین، سطح این انتظار در بین پاسخگویان دفتر خدمات رسانه‌های دیجیتالی و معاونت مطبوعاتی بیشتر از دیگر موارد و در معاونت امور هنری کمتر از دیگر موارد بوده است؛ میانگین سطح انتظار و توقع در پاسخگویان معاونت امور هنری ۴/۴۶، در پاسخگویان معاونت فرهنگی ۵/۶۳، در پاسخگویان معاونت سینمایی ۵/۸۷، در معاونت مطبوعاتی ۶/۴۹ و در دفتر رسانه‌های دیجیتالی ۶/۷۷ بوده است.

## ۲.۵.۳. توقع از عدالت در زمینه حمایت غیرمالی

جدول ۳۶.۴. تا چه حد توقع دارید که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

هنگام ارائه تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی همه دریافت‌کنندگان خدمات را یکسان در نظر بگیرد؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۶۳	۱۳۹	۱۲۷۹	۲۰	۱۵۰۱
درصد	۴/۲	۹/۳	۸۵/۲	۱/۳	۱۰۰

میانگین = ۹/۰۹

در مجموع، پاسخگویان توقع و انتظار زیادی داشته‌اند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هنگام ارائه تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی همه دریافت‌کنندگان خدمات را یکسان در نظر بگیرد. همچون بحث حمایت‌های مالی، کمی بیش از چهار پنجم پاسخگویان سطح توقع خود را در حد زیاد بیان کرده‌اند. هرچند ۷۴/۸ درصد از پاسخگویان گفته‌اند کاملاً توقع دارند که تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی برای همه یکسان در نظر گرفته شود. کسانی که توقعی بینایی در این‌باره داشته‌اند، حدود دو برابر افرادی می‌شوند که از توقع کم خود اطلاع داده‌اند. تنها ۳/۴ درصد از پاسخگویان گفته‌اند اصلاً توقعی در این‌باره ندارند. در مقابل هر یک نفر با توقع کم، حدود ۲۰ نفر زیادی از این موضوع داشته‌اند.

همچون مورد قبل، تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات پاسخگویان و محل دریافت خدمات می‌توان تفاوت‌های معناداری را در سطح انتظار پاسخگویان یافت. با افزایش تحصیلات از سطح توقع و انتظار آنان در زمینه عدالت در توزیع حمایت‌های غیرمالی کاسته می‌شود؛ به طوری که میانگین سطح توقع پاسخگویان با تحصیلات زیر دیپلم ۶/۸۹، دیپلمه‌ها ۶/۱۷ و پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی ۴/۹۳ بوده است. در مورد محل‌های پرسشگری نیز تفاوت‌های معنادار ملاحظه می‌شود؛ به طوری که سطح انتظار در دفتر رسانه‌های دیجیتالی بیشتر و در معاونت امور هنری کمتر از دیگر معاونت‌های وزارتخانه بوده است؛ میانگین سطح انتظار و توقع از عدالت در توزیع حمایت‌های غیرمالی در معاونت امور هنری ۳/۶۹، در معاونت فرهنگی ۴/۹۸، در معاونت سینمایی ۵/۳۵، در معاونت مطبوعاتی ۵/۸۷ و در دفتر رسانه‌های دیجیتالی ۶/۱۰ بوده است.



۳.۵.۳. توقع از صدور عادلانه مجوزها

جدول ۳۷.۴. تا چه حد توقع دارید که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی متقاضیان دریافت مجوزها را یکسان در نظر بگیرد؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۹	۱۳۵	۱۳۰۰	۱۷	۱۵۰۱
درصد	۳/۳	۹/۰	۸۶/۶	۱/۱	۱۰۰

میانگین = ۹/۱۶

به طور کلی، پاسخگویان از این که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی متقاضیان دریافت مجوز را یکسان در نظر بگیرد، توقع زیاد داشته‌اند. بیشتر پاسخگویان از توقع زیاد خود در این باره گفته‌اند. حدود سه چهارم از پاسخگویان (۷۵ درصد) حداکثر توقع را در این زمینه بیان کرده‌اند. کسانی هم که در حد متوسط توقع داشته‌اند، حدود سه برابر آنهایی بوده‌اند که توقع کمی داشته‌اند. تنها ۲/۶ درصد از پاسخگویان بیان کرده‌اند اصلاً توقعی ندارند. در مقابل هر یک نفری که توقع کمی داشته است، حدود ۲۶/۵ نفر توقع زیاد داشته‌اند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی متقاضیان دریافت مجوز را یکسان در نظر بگیرد.

زن‌ها (با میانگین ۹/۴۹) بیش از مردها (با میانگین ۹/۱۰) توقع زیاد داشته‌اند که متقاضیان دریافت مجوزها یکسان در نظر گرفته شوند. با در نظر گرفتن دیگر متغیرها و محل دریافت خدمات تفاوت‌ها در این باره معنادار نبوده است.

۳.۵.۴. توقع از ارائه خدمات بدون ملاحظات سیاسی

جدول ۳۸.۴. تا چه حد توقع دارید که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

همه متقاضیان دریافت خدمات را بدون ملاحظات سیاسی به یک چشم نگاه کند؟

میزان توقع	۱-۳ (اصلاً/کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۷۴	۱۲۸	۱۲۷۹	۲۰	۱۵۰۱
درصد	۴/۹	۸/۵	۸۵/۲	۱/۳	۱۰۰

میانگین = ۹/۰۶

پاسخگویان، به طور کلی از این که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی همه متقاضیان دریافت خدمات را بدون ملاحظات سیاسی به یک چشم نگاه کند، توقع زیاد داشته‌اند. بیش از چهار پنجم پاسخگویان توقع زیاد خود را از این موضوع بیان کرده‌اند. هرچند ۷۵/۳ درصد از

پاسخگویان (سه چهارم) در این باره کاملاً تَوَقَّع داشته و ۳/۵ درصد نیز گفته‌اند که اصلاً تَوَقَّع ندارند. در مقابل هر یک نفر با تَوَقَّع کم، حدود ۱۷ نفر تَوَقَّع زیادی داشته‌اند که به متقاضیان بدون ملاحظات سیاسی نگریسته شود.

تنها با در نظر گرفتن جنسیت می‌توان تفاوت معناداری را بین پاسخگویان ملاحظه کرد. زن‌ها بیش از مردها تَوَقَّع برخورد با متقاضیان خدمات بدون ملاحظات سیاسی بوده‌اند؛ میانگین سطح تَوَقَّع زنان ۹/۳۳ و مردان ۹/۰۱ بوده است. با در نظر گرفتن دیگر متغیرها و مکان پرسشگری، تفاوت‌ها معنادار نبوده است.

ارزیابی پاسخگویان از سطح تَوَقَّع‌شان از ابعاد گوناگون رفتار عادلانه در وزارتخانه نشان می‌دهد که:

الف. به طور کلی نمره شاخص تَوَقَّع از رفتار عادلانه در حد خیلی زیاد است.

ب. در این بین سطح تَوَقَّع از صدور عادلانه مجوزها، بیشترین میزان و عدم مداخله ملاحظات سیاسی در صدور مجوزها کمترین میزان را داشته است.

ج. باید تأکید کرد که میانگین سطح تَوَقَّع در تمام معرف‌ها در حد خیلی زیاد است.

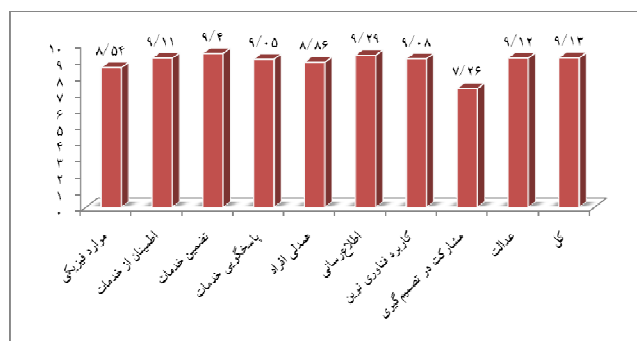


نمودار ۴.۷. میانگین سطح تَوَقَّع پاسخگویان از رفتار عادلانه در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

### ۳.۶. نگاهی کلی به سطح تَوَقَّع‌ها

سطح تَوَقَّع‌ها و انتظارات از خدمات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ذیل تَه مقوله کلی مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها حکایت از آن دارند که به غیر از تَوَقَّع از مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به دریافت‌کنندگان خدمات، در بقیه موارد سطح تَوَقَّع‌ها در حد زیاد و

خیلی زیاد بوده است. البته در مورد توقع از مشارکت در تصمیم‌گیری نیز سطح توقع نزدیک به حد توقع زیاد است و از این رو، در این زمینه نیز میزان توقع و انتظار در حد بالایی قلمداد می‌شود. اما اگر به میانگین کل سطح توقع‌ها (میانگین کل شاخص‌ها) توجه کنیم که در حد خیلی زیاد است (۹/۱۳)، ملاحظه می‌شود که توقع از تضمین خدمات (شامل مهارت و دانش مدیران و کارکنان، درستکار بودن مدیران و کارکنان و برخورد محترمانه و مؤدبانه آنان) و نیز توقع از اطلاع‌رسانی (شامل اعلام به موقع تغییر مقررات، به‌روز بودن اطلاع‌رسانی، کافی بودن محتوا، کامل بودن و تنوع داشتن و شفاف بودن اطلاع‌رسانی) بالاتر از میانگین کل بوده‌اند؛ به عبارتی دیگر، این دو مقوله (تضمین خدمات و اطلاع‌رسانی)، نقش بیشتری در بالا بودن سطح توقع‌ها ایفا می‌کنند. همچنین باید اشاره کرد که سطح توقع از عدالت (شامل عدالت در توزیع حمایت‌های مالی، عدالت در توزیع حمایت‌های غیرمالی، عدالت در صدور مجوزها و عدم مداخله ملاحظاتی سیاسی در صدور مجوزها) و سطح توقع از قابل اطمینان بودن خدمات (شامل انجام کار در زمان معین، انجام کار بدون اشتباه، عمل مدیران و کارکنان به تعهدات خود و اعلام پیشینی زمان انجام کار) به سطح توقع کل بسیار نزدیک است و میانگین‌ها تنها ۰/۰۱ تا ۰/۰۲ از یکدیگر فاصله دارند. از این رو، این دو مقوله نیز واجد اهمیت بسیار هستند.



نمودار ۸-۴. میانگین سطح توقع پاسخگویان از ابعاد خدمات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

#### ۴. ارزیابی وضع موجود

پیش‌تر بحث شد که ارزیابی عملکرد، شامل دو وجه اصلی است: یکی وضع مطلوب و دیگری وضع موجود. وقتی این دو وضع از دیدگاه دریافت‌کنندگان خدمات مورد بررسی قرار

می‌گیرد، وضع مطلوب را می‌توان در سطح توقع‌ها و انتظارات آنان جستجو کرد. اما وضع موجود در سطح ارزیابی پاسخگویان از چگونگی خدمات فعلی ارائه شده بر اساس تجربه‌های فردی آنان تعریف می‌شود که می‌تواند شامل ارزیابی از چگونگی خدمات و یا بیان میزان رضایت از خدمات باشد؛ چراکه رضایت از خدمات به نحوی بیانگر ارزیابی از وضع موجود خدمات است. در ادامه تلاش می‌شود تا وضع موجود مجموع متغیرهایی که سطح توقع‌های پاسخگویان درباره آنها بررسی شده است، از دیدگاه پاسخگویان به بحث گذارده شود.

#### ۴.۱. وضعیت موجود اطلاع‌رسانی

ارزیابی از وضع موجود اطلاع‌رسانی با پنج معرف اندازه‌گیری شده که عبارتند از: کافی بودن اطلاع‌رسانی درباره انواع خدماتی که ارائه می‌شود، سرعت در اطلاع‌رسانی درباره تغییر در قوانین و نحوه ارائه خدمات توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، به‌روز بودن اطلاعات ارائه شده، شفاف بودن اطلاع‌رسانی درباره نحوه ارائه خدمات و کافی و کامل بودن محتوای اطلاعات ارائه‌شده در اطلاع‌رسانی‌ها.

#### ۴.۱.۱. کافی بودن اطلاع‌رسانی

جدول ۴.۳۹. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره انواع خدماتی که ارائه می‌دهد به اندازه کافی اطلاع‌رسانی می‌کند.

ارزیابی	۱-۳ (مخالف)	۴-۷ (تاحدودی موافق)	۸-۱۰ (موافق)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۵۰	۶۹۸	۳۴۶	۷	۱۵۰۱
درصد	۳۰/۰	۴۶/۵	۲۳/۱	۰/۵	۱۰۰

میانگین = ۵/۲۲

در مجموع ارزیابی پاسخگویان این بوده که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره انواع خدماتی که ارائه می‌دهد، در حد متوسطی اطلاع‌رسانی می‌کند. بیشتر پاسخگویان (۴۶/۵ درصد)، تا حدودی با این گویه موافق بوده‌اند. تنها ۱۳/۸ درصد از پاسخگویان گفته‌اند اطلاع‌رسانی درباره انواع خدمات کاملاً کفایت می‌کند (نمره ۱۰) و ۱۴/۶ درصد نقطه مقابل آنها قرار داشته و اطلاع‌رسانی در این باره را اصلاً کافی ندانسته‌اند. به هر صورت، نسبت کسانی که با این جمله (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره انواع خدماتی که ارائه می‌دهد به اندازه کافی اطلاع‌رسانی می‌کند) موافق بوده‌اند، حدود ۷ درصد کمتر از کسانی است که موافق این گویه نبوده‌اند.

با در نظر گرفتن سطح تحصیلات می‌توان تفاوت معناداری را در ارزیابی از وضع موجود کافی بودن اطلاع‌رسانی درباره‌ی انواع خدمات یافت؛ به طوری که افراد دارای تحصیلات بالاتر، کمتر از دیگران با این نظر موافق بوده‌اند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره‌ی انواع خدماتی که ارائه می‌دهد، به اندازه‌ی کافی اطلاع‌رسانی می‌کند. در این باره، میانگین ارزیابی پاسخگویان کمتر از دیپلم ۶/۹۱، دیپلمه‌ها ۵/۶۴ و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۰۵ بوده است. البته این تفاوت معنادار را در محل‌های پرسشگری نیز می‌توان ملاحظه کرد. به طوری که کمترین ارزیابی مثبت در این باره از معاونت امور هنری و بیشترین آن از دفتر رسانه‌های دیجیتال شده است. میانگین ارزیابی از کافی بودن اطلاع‌رسانی درباره‌ی انواع خدمات در معاونت امور هنری ۴/۰۶، در معاونت سینمایی ۵/۱۷، در معاونت فرهنگی ۵/۳۸، در معاونت مطبوعاتی ۵/۴۴ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۵/۵۸ بوده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، میانگین ارزیابی از وضع موجود کافی بودن اطلاع‌رسانی در بین پاسخگویان معاونت امور هنری حکایت از مخالفت با گویه دارد.

#### ۲.۱.۴. سرعت در اطلاع‌رسانی تغییر قوانین و مقررات

جدول ۴.۴۰. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

پس از هر نوع تغییر در قوانین و نحوه‌ی ارائه‌ی خدمات بلافاصله اطلاع‌رسانی می‌کند.

ارزیابی	۱-۳ (مخالف)	۴-۷ (تاحدودی موافق)	۸-۱۰ (موافق)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۵۲۱	۵۹۷	۳۷۳	۱۰	۱۵۰۱
درصد	۳۴/۷	۳۹/۸	۲۴/۹	۰/۷	۱۰۰

میانگین=۵/۰۵

پاسخگویان به طور کلی بر آن بوده‌اند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از هر نوع تغییر در قوانین و نحوه‌ی ارائه‌ی خدمات تاحدودی (در حد متوسط) بلافاصله اطلاع‌رسانی می‌کند. بیشتر پاسخگویان (۳۹/۸ درصد) نیز در گروه ارزیابی متوسط جای گرفته‌اند و تاحدودی با این جمله موافق بوده‌اند. ۱۳/۳ درصد از پاسخگویان کاملاً بر این نظر بوده‌اند که وزارتخانه تغییرات قوانین و مقررات را بلافاصله اطلاع می‌دهد (نمره ۱۰) و در مقابل، ۱۷/۱ درصد کاملاً با این نظر مخالف بوده‌اند (نمره ۱). البته میزان کسانی که با این جمله (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از هر نوع تغییر در قوانین و نحوه‌ی ارائه‌ی خدمات بلافاصله اطلاع‌رسانی می‌کند،

ابراز مخالفت کرده‌اند، حدود ۱۰ درصد کمتر از میزان کسانی است که با آن موافق بوده و نظر مثبتی در این باره داشته‌اند.

در این باره نیز تفاوت‌ها بر حسب سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات معنادار شده است. پاسخگویان با تحصیلات بالاتر، ارزیابی منفی تری از این بُعد اطلاع‌رسانی داشته‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان کمتر از دیپلم از سرعت اطلاع‌رسانی درباره تغییر قوانین و مقررات ۶/۸۵، دیپلمه‌ها ۵/۶۵ و پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی ۴/۸۲ بوده است. در این مورد نیز از معاونت امور هنری ارزیابی منفی تری وجود دارد. میانگین ارزیابی از معاونت امور هنری ۳/۹۰، از معاونت سینمایی ۴/۹۰، معاونت فرهنگی ۵/۰۶، معاونت مطبوعاتی ۵/۴۴ و دفتر رسانه‌های دیجیتال ۵/۷۷ بوده است.

### ۳. ۱. ۴. به روز بودن اطلاع‌رسانی

جدول ۴.۴۱. به روز بودن اطلاعات ارائه شده از ویژگی‌های اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.

ارزیابی	۱-۳ (مخالف)	۴-۷ (تاحدودی موافق)	۸-۱۰ (موافق)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۶۲	۵۵۲	۴۳۴	۵۳	۱۵۰۱
درصد	۳۰/۸	۳۶/۸	۲۸/۹	۳/۵	۱۰۰

میانگین = ۵/۴۱

به طور کلی، پاسخگویان بر آن بوده‌اند که اطلاعات ارائه شده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا حدودی به روز است. ۳۶/۸ درصد از پاسخگویان از به روز بودن اطلاعات ارائه شده از سوی وزارتخانه ارزیابی بینابینی داشته‌اند و تا حدودی موافق جمله بیان شده بودند. آنهایی که کاملاً تأکید کرده‌اند که اطلاع‌رسانی‌ها به روز است، ۱۸ درصد پاسخگویان می‌شوند. نقطه مقابل این گروه یعنی کسانی که اطلاعات ارائه شده را در حد بسیار کمی به روز دانسته‌اند و به عبارتی کاملاً مخالف این گویه بوده‌اند، ۱۵/۲ درصد پاسخگویان می‌شوند. البته، نسبت کسانی که در این باره ارزیابی منفی داشته‌اند (به عنوان مخالف)، حدود ۲ درصد بیشتر از نسبت کسانی است که ارزیابی‌شان مثبت بوده است (به عنوان موافق).

بررسی مقایسه میانگین‌های ارزیابی از این موضوع حکایت از وجود تفاوت معنادار با در نظر گرفتن سطح تحصیلات پاسخگویان و محل دریافت خدمات آنان دارد. افراد با تحصیلات کمتر، از به روز بودن اطلاعات ارائه شده ارزیابی مثبت تری داشته‌اند. میانگین ارزیابی افراد

کمتر از دیپلم از به‌روز بودن اطلاع‌رسانی‌ها ۷/۱۳، دیپلمه‌ها ۶/۰۸ و پاسنخگویان با تحصیلات دانشگاهی ۵/۱۷ است. همچنین تفاوت معنادار در محل‌های پرسشگری نشان از آن دارد که ارزیابی از معاونت هنری در این‌باره منفی‌تر و از دفتر رسانه‌های دیجیتال مثبت‌تر از دیگر مکان‌هاست. میانگین ارزیابی از به‌روز بودن اطلاعات ارائه شده در معاونت هنری ۴/۰۳، در معاونت سینمایی ۵/۱۱، در معاونت فرهنگی ۵/۴۹، در معاونت مطبوعاتی ۵/۹۹ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۱۷ بوده است.

#### ۴.۱.۴. شفاف بودن اطلاع‌رسانی

جدول ۴.۴۲. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در مورد نحوه ارائه خدمات خود به طور شفاف اطلاع‌رسانی می‌کند.

ارزیابی	۱-۳ (مخالف)	۴-۷ (تاحدودی موافق)	۸-۱۰ (موافق)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۵۶	۶۲۶	۳۹۰	۲۹	۱۵۰۱
درصد	۳۰/۴	۴۱/۷	۲۶/۰	۱/۹	۱۰۰

میانگین = ۵/۲۷

از شفاف بودن اطلاع‌رسانی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز ارزیابی بینابینی وجود داشته است و بیشتر پاسنخگویان (۴۱/۷ درصد) نمره‌ای داده‌اند که نشان از حد متوسط ارزیابی از شفاف بودن اطلاع‌رسانی‌ها دارد. نسبت کسانی که کمترین و بیشترین نمره را به این مقوله داده‌اند، تقریباً یکسان است. با این حال، وقتی مجموع مخالفان و موافقان با این‌گونه را مد نظر قرار می‌دهیم، ملاحظه می‌شود که نسبت مخالفان حدود ۴/۴ درصد بیشتر از نسبت موافقان است.

در زمینه شفاف بودن اطلاع‌رسانی‌ها نیز مقایسه میانگین‌ها بر حسب سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات تفاوت معنادار نشان می‌دهد. افراد با تحصیلات کمتر از دیپلم (با میانگین ۷/۱۱) بیش از دیپلمه‌ها (با میانگین ۵/۹۷) و پاسنخگویان با تحصیلات دانشگاهی (با میانگین ۵/۰۲) از وضع موجود شفاف بودن اطلاع‌رسانی‌ها ارزیابی مثبتی داشته‌اند. همچنین، ارزیابی پاسنخگویان معاونت امور هنری در این‌باره نیز منفی‌تر از پاسنخگویان دیگر معاونت‌ها بوده است. میانگین ارزیابی از به‌روز بودن اطلاع‌رسانی در معاونت امور هنری ۴/۰۴، در معاونت سینمایی ۵/۰۹، در معاونت فرهنگی ۵/۲۶، در معاونت مطبوعاتی ۵/۸۴ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۵/۸۹ بوده است.

### ۵. ۱. ۴. کافی بودن محتوای اطلاع‌رسانی

جدول ۴۳. ۴. کافی و کامل بودن محتوای اطلاعات ارائه شده در اطلاع‌رسانی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رعایت می‌شود.

ارزیابی	۱-۳ (مخالف)	۴-۷ (تاحدودی موافق)	۸-۱۰ (موافق)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۴۸	۶۲۱	۴۱۹	۱۳	۱۵۰۱
درصد	۲۹/۸	۴۱/۴	۲۷/۹	۰/۹	۱۰۰

میانگین = ۵/۴۱

در مجموع، پاسخگویان بر آن بوده‌اند که محتوای اطلاعات ارائه شده در اطلاع‌رسانی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تاحدودی کافی و کامل است. کسانی که محتوای اطلاعات ارائه شده را به طور کامل کافی دانسته‌اند، ۱۶ درصد پاسخگویان می‌شوند. ولی کسانی که محتوای این اطلاعات را اصلاً کامل و کافی ندانسته‌اند، ۱۳/۲ درصد از پاسخگویان بوده‌اند. هرچند نسبت کسانی که کاملاً مخالف این جمله بوده‌اند، کمتر از نسبت کسانی است که با آن کاملاً موافق بوده‌اند، ولی در مجموع میزان مخالفان با این گویه، حدود ۲ درصد بیشتر از کسانی می‌شوند که با آن موافق بوده‌اند.

همچون دیگر متغیرهای اندازه‌گیری وضع موجود اطلاع‌رسانی، بررسی مقایسه میانگین‌های ارزیابی حکایت از تفاوت معنادار بین پاسخگویان بر حسب سطح تحصیلات و محل پرسشگری (محل دریافت خدمات) دارد. پاسخگویان با تحصیلات کمتر بیش از دیگران محتوای اطلاع‌رسانی‌ها را کافی و کامل ارزیابی کرده‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان کمتر از دیپلم ۷/۴۰، دیپلمه ۶/۰۷ و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۱۶ بوده است. همچنین، پاسخگویانی که در معاونت امور هنری پاسخ گفته‌اند، ارزیابی منفی‌تری در این باره بیان داشته‌اند. میانگین ارزیابی از کافی و کامل بودن محتوای اطلاع‌رسانی‌ها در معاونت امور هنری ۴/۱۵، در معاونت سینمایی ۵/۲۰، در معاونت فرهنگی ۵/۴۷، در معاونت مطبوعاتی ۵/۹۱ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۰۱ بوده است.

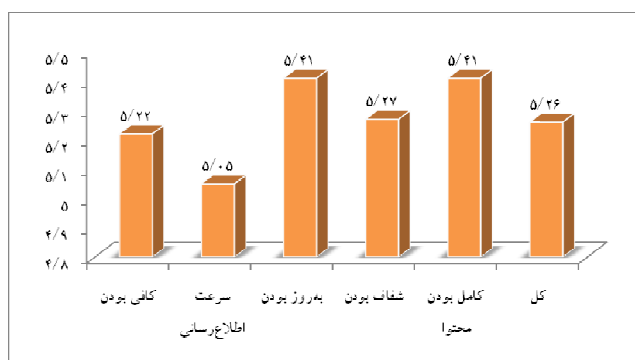
در مجموع، بررسی وضع موجود اطلاع‌رسانی نکات قابل تأملی را نشان می‌دهد: الف. شاخص وضع موجود اطلاع‌رسانی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نه مثبت و نه منفی، بلکه وضعیتی بینابینی داشته است.



ب. بیشترین ارزیابی مثبت مربوط به کامل بودن و به‌روز بودن اطلاع‌رسانی و کمترین ارزیابی مثبت مربوط به سرعت اطلاع‌رسانی بوده است.

ج. پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی که بیشترین مراجعه‌کنندگان به این وزارتخانه هستند، منفی‌ترین ارزیابی‌ها را از وضع اطلاع‌رسانی داشته‌اند.

د. در زمینه اطلاع‌رسانی ارزیابی از دفتر رسانه‌های دیجیتال مثبت‌تر از معاونت‌های وزارتخانه بوده است. معاونت مطبوعاتی در جایگاه دوم و معاونت امور فرهنگی در رتبه سوم قرار داشته‌اند. پس از آنها نیز معاونت سینمایی و معاونت امور هنری جای می‌گیرند. پاسخگویانی که به معاونت امور هنری مراجعه داشته‌اند، بیش از پاسخگویان دیگر معاونت‌ها از وضع اطلاع‌رسانی ارزیابی منفی‌تری داشته‌اند.



نمودار ۴.۹. میانگین ارزیابی پاسخگویان از وضع موجود ابعاد اطلاع‌رسانی

#### ۴.۲. وضعیت موجود عدالت (عدالت درک‌شده)

در ارزیابی از سطح انتظار و توقع پاسخگویان از رفتار عادلانه در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چهار معرف سنجیده شد. این معرف‌ها، همانند متغیرها و معرف‌های ارزیابی از وضع موجود رفتار عادلانه در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی طراحی گردید که عبارتند از: عادلانه بودن نحوه ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی، عادلانه بودن نحوه ارائه تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی، یکسان دیدن متقاضیان صدور مجوز و ارائه خدمات به همه متقاضیان به طور یکسان و بدون ملاحظات سیاسی.

#### ۱.۲.۴. عادلانه بودن نحوه حمایت‌های مالی

جدول ۴.۴. عادلانه بودن نحوه ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رعایت می‌شود؟

میزان	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (ناحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۶۶۶	۵۶۱	۱۰۱	۱۷۳	۱۵۰۱
درصد	۴۴/۴	۳۷/۴	۶/۷	۱۱/۵	۱۰۰

میانگین = ۳/۶۷

در مجموع، پاسخگویان، نحوه ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را عادلانه ندانسته‌اند. تنها ۶/۷ درصد از پاسخگویان نحوه پرداخت و اختصاص وام‌ها و حمایت‌های مالی را در حد زیادی عادلانه عنوان کرده‌اند و فقط ۳ درصد آن را در حد خیلی زیادی عادلانه دانسته‌اند. در مقابل حدود ۲۷ درصد گفته‌اند که نحوه اختصاص وام‌ها و حمایت‌های مالی اصلاً عادلانه نیست. نسبت کسانی هم که در این‌باره ارزیابی بینابینی داشته‌اند، حدود ۷ درصد کمتر از نسبت کسانی است که ارزیابی منفی در این‌باره بیان کرده‌اند. در مقابل هر یک نفری که نحوه ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را به طور مشخص عادلانه دانسته‌اند، حدود ۶/۵ نفر آن را ناعادلانه عنوان کرده‌اند. جوانان کمتر از دیگران از ناعادلانه بودن نحوه ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی اطلاع داده‌اند. میانگین ارزیابی جوانان از این مقوله ۳/۹۷، میانسالان ۳/۴۸ و بزرگسالان ۳/۴۳ بوده است. با در نظر گرفتن سطح تحصیلات نیز تفاوت‌ها معنادارست؛ افراد با تحصیلات کمتر بیش از دیگران این خدمت وزارتخانه را عادلانه ارزیابی کرده‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان کمتر از دیپلم ۵/۲۱، دیپلمه‌ها ۴/۱۱ و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۳/۴۹ بوده است. همچنین، کسانی که در معاونت امور هنری در نمونه قرار گرفته‌اند، از این موضوع ارزیابی منفی داشته‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان معاونت امور هنری ۲/۸۰، معاونت فرهنگی ۳/۴۷، معاونت سینمایی ۳/۸۰، معاونت مطبوعاتی ۳/۸۱ و دفتر رسانه‌های دیجیتال ۴/۴۷ بوده است. با لحاظ دیگر متغیرها، تفاوت‌ها معنادار نبوده است.

## ۲.۲.۴. عادلانه بودن حمایت‌های غیرمالی

جدول ۴.۴۵. عادلانه بودن حمایت‌های غیرمالی و ارائه تسهیلات در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رعایت می‌شود؟

میزان	۱-۳ (اصلاً/کم)	۴-۷ (ناحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۶۱۳	۶۰۰	۱۲۰	۱۶۸	۱۵۰۱
درصد	۴۰/۸	۴۰/۰	۸/۰	۱۱/۲	۱۰۰

میانگین = ۳/۹۴

همچون توزیع وام‌ها و حمایت‌های مالی، در مجموع ارزیابی از نحوه ارائه حمایت‌های غیرمالی و تسهیلات مربوط به آن نشان می‌دهد که در این باره نیز نگرش مثبتی وجود ندارد. حدود دو پنجم پاسخگویان به طور مشخص در این باره ارزیابی منفی داشتند و این بخش از اقدامات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را ناعادلانه معرفی کرده‌اند. تقریباً همین میزان نیز ارزیابی بینابینی داشته‌اند و تنها ۸ درصد عملکرد وزارتخانه را در این باره عادلانه دانسته‌اند که ۳/۶ درصد گفته‌اند عملکرد وزارتخانه در این باره در حد خیلی زیادی عادلانه است. اما، ۲۳ درصد نیز گفته‌اند عملکرد وزارتخانه در اختصاص حمایت‌های غیرمالی اصلاً عادلانه نیست. در مقابل هر یک نفر با ارزیابی مثبت، پنج نفر از این موضوع ارزیابی منفی داشته‌اند. با در نظر گرفتن گروه سنی، سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات تفاوت بین میانگین ارزیابی‌ها معنادار بوده است. میانگین ارزیابی از عادلانه بودن نحوه ارائه تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی در بین بزرگسالان ۳/۷۱، در بین میانسالان ۳/۷۵ و در بین جوانان ۴/۲۳ است. پاسخگویان با تحصیلات کمتر نیز ارزیابی مثبت‌تری از موضوع داشته‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان کمتر از دیپلم ۵/۳۱، دیپلمه‌ها ۴/۵۰ و افراد دارای تحصیلات عالی ۳/۷۴ بوده است. علاوه بر این پاسخگویانی که در معاونت هنری پاسخ داده‌اند، از موضوع مورد بحث ارزیابی منفی‌تری داشته‌اند و مطابق با آن میانگین ارزیابی‌شان هم پایین‌تر بوده است. میانگین ارزیابی پاسخگویان معاونت هنری ۲/۹۵، معاونت فرهنگی ۳/۸۰، معاونت سینمایی ۴/۰۱، معاونت مطبوعاتی ۴/۲۴ و دفتر رسانه‌های دیجیتال ۴/۵۹ است. با لحاظ دیگر متغیرها تفاوت‌ها معنادار نبوده است.

### ۳.۲.۴. یکسان دیدن متقاضیان مجوز

جدول ۴.۴۶. یکسان در نظر گرفتن متقاضیان

هنگام صدور مجوزها تا چه میزان در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رعایت می‌شود؟

میزان	۱-۳ (هیچ/کم)	۴-۷ (ناحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۶۶۶	۵۱۴	۲۰۹	۱۱۲	۱۵۰۱
درصد	۴۴/۴	۳۴/۲	۱۳/۹	۷/۵	۱۰۰

میانگین = ۴/۱۳

در مجموع پاسخگویان بر آن بوده‌اند که در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، متقاضیان مجوز در حد کمی یکسان در نظر گرفته می‌شوند. حدود ۴۴ درصد بر آن بوده‌اند که متقاضیان صدور مجوز یکسان در نظر گرفته نمی‌شوند و یا کمی یکسان در نظر گرفته می‌شوند. تنها حدود ۱۴ درصد گفته‌اند که وزارتخانه، این متقاضیان را در حد زیادی یکسان در نظر می‌گیرد. ۶/۵ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که وزارت ارشاد، متقاضیان را در حد خیلی زیادی یکسان در نظر می‌گیرد. ولی حدود ۲۶ درصد بر آن بوده‌اند که اصلاً چنین نیست و متقاضیان به هیچ عنوان یکسان در نظر گرفته نمی‌شوند. در مقابل هر یک نفر دارای ارزیابی مثبت، سه نفر از این موضوع ارزیابی منفی داشته‌اند.

زن‌ها بیش از مردها گفته‌اند در وزارت ارشاد متقاضیان دریافت مجوزها یکسان در نظر گرفته نمی‌شوند. میانگین ارزیابی زن‌ها از این موضوع ۳/۶۲ و مردها ۴/۲۲ بوده است. پاسخگویان با تحصیلات بالاتر نیز در این‌باره ارزیابی منفی‌تری داشته‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان کمتر از دیپلم ۶/۲۲، دیپلمه‌ها ۴/۸۵ و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۳/۸۶ است. همچنین، ارزیابی از معاونت امور هنری در این زمینه هم منفی‌تر است و هم میانگین ارزیابی، مقدار پایینی را نشان می‌دهد. میانگین ارزیابی پاسخگویان در محل‌های ارائه خدمات به این ترتیب است: معاونت امور هنری ۲/۶۰، معاونت امور سینمایی ۴/۰۷، معاونت امور فرهنگی ۴/۳۵، معاونت مطبوعاتی ۴/۳۶ و دفتر رسانه‌های دیجیتال ۴/۷۶.

#### ۴.۲.۴. ارائه خدمات بدون ملاحظات سیاسی

جدول شماره ۴۷.۴. بدون ملاحظات سیاسی همه متقاضیان دریافت خدمات را به یک چشم دیدن تا چه حد

در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رعایت می‌شود؟

میزان	۱-۳ (اصلاً کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۶۹۸	۴۵۰	۲۳۴	۱۱۹	۱۵۰۱
درصد	۴۶/۵	۳۰/۰	۱۵/۶	۷/۹	۱۰۰

میانگین = ۴/۰۶

در نگاهی کلی، پاسخگویان تأکید کرده‌اند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در حد کمی بدون ملاحظات سیاسی، همه متقاضیان دریافت خدمات را به یک چشم می‌بیند. بیشتر پاسخگویان (۴۶/۵ درصد) به طور مشخص چنین نظری داشته‌اند. نسبت کسانی که گفته‌اند وزارتخانه تاحدودی بدون ملاحظات سیاسی با متقاضیان دریافت خدمات عمل می‌کند، حدود دو برابر کسانی است که در این باره از وزارتخانه ارزیابی مثبت داشته‌اند. تنها ۷/۳ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که وزارت ارشاد در حد خیلی زیادی بدون ملاحظات سیاسی با متقاضیان برخورد می‌کند. اما ۲۹/۸ درصد گفته‌اند وزارت ارشاد بدون ملاحظات سیاسی اصلاً خدمات خود را به متقاضیان ارائه نمی‌دهد.

میانسالان بیش از دیگران از در نظر گرفتن ملاحظات سیاسی در ارائه خدمات گفته‌اند. ولی جوانان در این باره بیش از دیگران ارزیابی مثبت‌تری داشته‌اند؛ هرچند ارزیابی بیشتر جوانان نیز منفی بوده است. میانگین ارزیابی از این موضوع در بین جوانان ۴/۳۲، در بین میانسالان ۳/۸۶ و در بین بزرگسالان ۴/۲۴ بوده است. همچنین، پاسخگویان با تحصیلات کمتر، بیشتر از دیگران ارزیابی مثبت داشته‌اند. میانگین ارزیابی افراد کمتر از دیپلم ۶/۱۲، دیپلمه‌ها ۴/۸۴ و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۳/۷۷ بوده است. علاوه بر این، پاسخگویان معاونت امور هنری در این باره ارزیابی منفی داشته‌اند. میانگین ارزیابی پاسخگویان معاونت امور هنری از عدم مداخله ملاحظات سیاسی در ارائه خدمات ۲/۵۶، در معاونت سینمایی ۳/۸۸، در معاونت فرهنگی ۴/۱۷، در معاونت مطبوعاتی ۴/۴۶ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۴/۹۳ بوده است.

در مجموع، وضعیت ارزیابی از رفتار عادلانه در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به طور خلاصه چنین است:

الف. از دیدگاه پاسخگویان، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ارائه خدمات به متقاضیان خود در حد متوسط متمایل به کم عادلانه رفتار می‌کند.

ب. کمترین نمرات ارزیابی از رفتار عادلانه مربوط به اختصاص وام‌ها و حمایت‌های مالی و پس از آن مربوط به اختصاص تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی می‌شود.

ج. بزرگسالان بیش از میانسالان و آنها بیش از جوانان ارائه خدمات را ناعادلانه توصیف کرده‌اند.

د. افراد با تحصیلات دانشگاهی ارزیابی منفی تری از چگونگی رعایت عدالت در ارائه خدمات داشته‌اند.

ه. ارزیابی از عادلانه بودن رفتار در معاونت امور هنری منفی بوده است.

و. رفتار عادلانه در ارائه خدمات در محل‌های دریافت خدمات از منفی‌ترین ارزیابی به این

ترتیب است: معاونت امور هنری، معاونت امور فرهنگی، معاونت امور سینمایی (در برخی

موارد جای این دو معاونت عوض می‌شود)، معاونت مطبوعاتی و دفتر رسانه‌های دیجیتال.



نمودار ۴.۱۰. میانگین ارزیابی وضعیت ابعاد عدالت رفتاری در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

### ۴.۳. اعتماد به ارباب رجوع

اعتماد از هنجارهای مهمی است که هسته اصلی سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود و با فقدان آن روابط اجتماعی از بین می‌رود و با تضعیف آن روابط رو به ضعف می‌نهد و در سطح می‌ماند و از عمق چندانی برخوردار نمی‌شود. اعتماد به فرد، گروه و یا سازمان مقوله‌ای اجتماعی است که درک از اعتماد آن فرد، گروه و سازمان نسبت به خود روی دیگر آن

محسوب می‌شود. در این بررسی، وجه دوم پرسش شد و تلاش گردید تا درک پاسخگویان از میزان اعتماد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به دریافت‌کنندگان خدمات، (که فرد پاسخگو نیز جزو آنان قلمداد می‌شود) سنجیده شود.

جدول ۴.۴۸. فکر می‌کنید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نسبت به دریافت‌کنندگان خدمات خود تا چه میزان اعتماد دارد؟

میزان	۱-۳ (اصلاً/ کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد/ کاملاً)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۷۲	۷۰۲	۳۶۵	۶۲	۱۵۰۱
درصد	۲۴/۸	۴۶/۸	۲۴/۳	۴/۱	۱۰۰

میانگین = ۵/۴۱

پاسخگویان به طور کلی فکر می‌کنند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به دریافت‌کنندگان خدمات خود در حد متوسطی اعتماد دارد. بیشتر پاسخگویان (۴۶/۸ درصد) به طور مشخص چنین تصویری دارند و گفته‌اند وزارتخانه به دریافت‌کنندگان خود تا حدودی اعتماد دارد. نسبت کسانی که از اعتماد زیاد و اعتماد کم این وزارتخانه به دریافت‌کنندگان خدمات گفته‌اند، تفاوت چندانی با یکدیگر ندارند. اما وقتی به بیشترین و کمترین ارزیابی توجه می‌کنیم، این تفاوت خود را به خوبی نشان می‌دهد. ۱۳/۵ درصد از پاسخگویان برآن بوده‌اند که وزارتخانه به دریافت‌کنندگان خدمات خود اصلاً اعتماد ندارد، ولی تنها ۹/۹ درصد در نقطه مقابل این گروه جای می‌گیرند و اشاره کرده‌اند که وزارتخانه به ارباب‌رجوع خود کاملاً اعتماد دارد.

پاسخگویان با تحصیلات بالاتر از فضای اعتماد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به دریافت‌کنندگان خدمات خود ارزیابی منفی‌تری داشته‌اند. میانگین ارزیابی از اعتماد وزارتخانه به خدمت‌گیرندگان خود از نظر پاسخگویان کمتر از دیپلم ۷/۲۳، از نظر دیپلمه‌ها ۶/۲۹ و از نظر افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۱۲ بوده است. ارزیابی از این فضای اعتماد در بین پاسخگویان معاونت امور هنری بسیار پایین بوده است. میانگین درک پاسخگویان از میزان اعتماد وزارتخانه به خدمت‌گیرندگان خود در معاونت امور هنری ۳/۳۹، در معاونت سینمایی ۵/۴۶، در معاونت فرهنگی ۵/۵۱، در معاونت مطبوعاتی ۵/۹۲ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۰۴ بوده است. با در نظر گرفتن دیگر متغیرها، تفاوت بین پاسخگویان در این‌باره معنادار نبوده است.

#### ۴.۴.۴. فراهم کردن امکان طرح مشکلات

یکی از محورهای اصلی در طرح تکریم ارباب‌رجوع، ایجاد سازوکارهایی است تا

ارباب‌رجوع در صورت بروز مشکل بتواند موضوع را از آن طریق مطرح کرده، تا حصول نتیجه پیگیری نماید و در این پیگیری آسیبی متوجه وی نشود. وضع موجود چنین سازوکاری در یک پرسش از افراد نمونه پرسیده شد.

جدول ۴.۴۹. بر اساس ارزیابی شما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای طرح مشکلات دریافت‌کنندگان خدمات چقدر برای آنها امکانات فراهم کرده است؟

میزان	۱-۳ (هیچ / کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۶۳	۷۲۰	۳۵۴	۶۴	۱۵۰۱
درصد	۲۴/۲	۴۸/۰	۲۳/۶	۴/۳	۱۰۰

میانگین = ۵/۳۹

به طور کلی، پاسخگویان بر آن بوده‌اند که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای طرح مشکلات دریافت‌کنندگان خدمات تا حدودی امکاناتی را فراهم کرده است. ۴۸ درصد از پاسخگویان به طور مشخص چنین نظری داشته‌اند. تنها ۵/۳ درصد از پاسخگویان گفته‌اند برای طرح مشکلات دریافت‌کنندگان خدمات در حد خیلی زیادی امکانات فراهم شده است. اما، ۱۲/۹ درصد تأکید کرده‌اند که هیچ امکاناتی برای این منظور فراهم نشده و یا در کمترین میزان فراهم شده است.

با در نظر گرفتن تمام ویژگی‌های فردی و اجتماعی و نیز با در نظر گرفتن محل دریافت خدمات، تفاوت معناداری بین پاسخگویان ملاحظه نشد؛ به عبارتی دیگر، بین گروه‌های گوناگون پاسخگویان و نیز بین پاسخگویان معاونت‌های مختلف و دفتر رسانه‌های دیجیتال در این باره نوعی تشابه و همگنی وجود دارد.

#### ۴.۵. طولانی بودن فرایند دریافت مجوزها

ارزیابی از طولانی و پیچیده بودن فرایند دریافت مجوزها، (زمان فرایند ارائه خدمات) متغیری است که در مطالعات اکتشافی شناسایی و سپس در چارچوب مفهومی تعریف گردید. با توجه به این که ارائه هر نوع خدمتی زمان‌مند است و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به طور مستقیم با دریافت‌کنندگان خدمات خود ارتباط دارد و آنها کم و بیش با فرایندهای دریافت خدمات آشنا هستند، از این رو، شناخت ارزیابی پاسخگویان از میزان طولانی و پیچیده بودن این فرایند، به عنوان شناخت بخشی از واقعیت موجود مورد توجه قرار گرفت.



جدول ۵۰.۴. بر اساس تجارب یا شنیده‌های شما در حال حاضر فرایند دریافت مجوزها از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا چه حد طولانی و پیچیده است؟

میزان	۱-۳ (اصلاً/کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۱۵۸	۴۶۵	۵۲۳	۵۵	۱۵۰۱
درصد	۱۰/۵	۳۱/۰	۵۴/۸	۳/۷	۱۰۰

میانگین =  $۷/۴۱$

پاسخگویان اشاره کرده‌اند که بر اساس تجارب یا شنیده‌های آنها، فرایند دریافت مجوزها از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حد نسبتاً زیادی طولانی است. بیش از نیمی از پاسخگویان این فرایند را در حد زیادی طولانی دانسته‌اند. کسانی هم که فرایند دریافت مجوز را تا حدودی (در حد متوسط) طولانی ذکر کرده‌اند، حدود سه برابر آنهایی می‌شوند که این فرایند را طولانی ندانسته‌اند. نسبت کسانی که طولانی بودن فرایند دریافت مجوزها را در حد زیاد دانسته‌اند، حدود ۴۴ درصد بیشتر از نسبت کسانی است که این فرایند را در حد کم ارزیابی کرده‌اند. ۳۶ درصد از پاسخگویان گفته‌اند این فرایند به میزان خیلی زیادی طولانی است. تنها ۳ درصد اشاره کرده‌اند که فرایند دریافت مجوزها اصلاً طولانی نیست.

بررسی مقایسه‌ای میانگین‌ها نشان می‌دهد که جوانان بیش از دیگران از طولانی و پیچیده بودن فرایند دریافت مجوزها گفته‌اند؛ میانگین ارزیابی جوانان از طولانی بودن فرایند دریافت مجوزها ۵/۶۲، میانسالان ۵/۲۵ و بزرگسالان ۴/۷۹ بوده است. افراد دارای تحصیلات کمتر نیز بیشتر چنین نظری داشته‌اند. میانگین ارزیابی افراد کمتر از دیپلم ۶/۸، دیپلمه‌ها ۵/۹۶ و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۱۸ است. همچنین، پاسخگویان حاضر در دفتر رسانه‌های دیجیتال این فرایند را طولانی‌تر ارزیابی کرده‌اند. این در صورتی است که ارزیابی از وضع موجود اطلاع‌رسانی و توزیع عادلانه امکانات و نیز ارزیابی از اعتماد مقابل از این دفتر مثبت‌تر بوده است. به هر صورت میانگین ارزیابی از طولانی بودن فرایند دریافت مجوز از دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۰۹، از معاون مطبوعاتی ۵/۷۷، از معاونت سینمایی ۵/۵۷، از معاونت فرهنگی ۵/۲۴ و از معاونت هنری ۳/۹۲ بوده است. جالب آن‌که بیشترین ارزیابی منفی از وضع ارائه خدمات مربوط به معاونت هنری می‌شود.

#### ۴.۶. رضایت از خدمات

رضایت از خدمات بر حسب چارچوب ارزیابی سطح توقع‌ها و انتظارات تنظیم گردید. از این رو، در این بحث نیز رضایت از موارد فیزیکی، رضایت از قابل اطمینان بودن خدمات، رضایت از تضمین خدمات، رضایت از وضعیت پاسخگویی و رضایت از همدلی آورده شده است. علاوه بر این که رضایت از نظم اداری، رضایت از فرایند ارائه خدمات و رضایت از کیفیت خدمات نیز که در مطالعات اکتشافی و بررسی‌های پژوهشگران به عنوان مقولات ارزیابی لحاظ گردید، در بررسی وارد شده است.

##### ۴.۶.۱. رضایت از موارد فیزیکی

سنجش رضایت از موارد فیزیکی شامل دو بُعد گردید؛ یکی رضایت از زیبا بودن وضعیت ظاهری ساختمان‌ها و اتاق‌های محل دریافت خدمت و دیگری مناسب بودن وسایل و امکانات موجود برای ارائه خدمات در محل‌های دریافت خدمات.

##### ۴.۶.۱.۱. زیبا بودن وضع ظاهری ساختمان‌ها

جدول ۵۱.۴. میزان رضایت از زیبا بودن وضعیت ظاهری ساختمان‌ها و اتاق‌ها

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۲۸۷	۷۷۸	۴۲۵	۱۱	۱۵۰۱
درصد	۱۹/۱	۵۱/۸	۲۸/۳	۰/۷	۱۰۰

میانگین = ۵/۸۸

پاسخگویان، در مجموع از زیبا بودن وضعیت ظاهری ساختمان‌ها و اتاق‌ها در حد متوسط راضی بوده‌اند. بیشتر پاسخگویان (۵۱/۸ درصد) در گروه رضایت متوسط جای گرفته‌اند. البته نسبت افرادی که رضایت زیادی از این موضوع داشته‌اند، ۹/۲ درصد بیشتر از نسبت کسانی است که رضایتی از زیبا بودن وضعیت ظاهری ساختمان‌ها و اتاق‌های وزارتخانه نداشته‌اند. ۱۵/۸ درصد از پاسخگویان در این باره کاملاً راضی بوده و ۸/۷ درصد اصلاً راضی نبوده‌اند. مردها رضایت بیشتری از این مقوله داشته‌اند؛ میانگین رضایت مردان از زیبا بودن وضعیت ظاهری ساختمان‌ها و اتاق‌ها در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۵/۹۵ و میانگین رضایت زنان ۵/۵۰ بوده است. این در صورتی است که زنان بیش از مردان توقع داشته‌اند که فضای ارائه خدمات زیبا باشد.

افراد با تحصیلات کمتر نیز رضایت بیشتری در این باره داشته‌اند؛ میانگین رضایت افراد کمتر از دیپلم ۶/۶۴، دیپلمه ۶/۳۹ و پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی ۵/۷۲ می‌شود. همچنین، متأهل‌ها نیز (با میانگین ۶) بیش از مجردها (با میانگین ۵/۶۶) ابراز رضایت کرده‌اند. کسانی هم که در معاونت امور هنری پاسخگو بوده‌اند، کمتر از دیگران رضایت داشته‌اند. میانگین رضایت از زیبایی بناها در معاونت امور هنری ۴/۸۷، در معاونت فرهنگی ۵/۴۹، در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۵/۷۶، در معاونت سینمایی ۶/۲۴ و در معاونت مطبوعاتی ۶/۵۱ بوده است. با در نظر گرفتن دیگر متغیرهای زمینه‌ای، تفاوت معنادار نبوده است.

#### ۲.۱.۶. مناسب بودن وسایل و امکانات

جدول ۵۲. میزان رضایت از مناسب بودن وسایل و امکانات موجود برای ارائه خدمات

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۲۶۷	۷۷۵	۴۳۶	۲۳	۱۵۰۱
درصد	۱۷/۸	۵۱/۶	۲۹/۰	۱/۵	۱۰۰

میانگین = ۵/۹۳

به طور کلی، پاسخگویان از وضعیت وسایل و امکانات موجود در وزارتخانه برای ارائه خدمات، در حد متوسط رضایت داشته‌اند؛ ۵۱/۶ درصد از پاسخگویان از این موضوع تا حدودی راضی بوده‌اند. نسبت افرادی که رضایت زیادی از مناسب بودن وسایل و امکانات موجود داشته‌اند ۱۱/۲ درصد بیشتر از نسبت کسانی است که رضایتی از موضوع نداشته‌اند. ۱۲/۹ درصد از پاسخگویان در این باره کاملاً راضی بوده و ۷ درصد اصلاً راضی نبوده‌اند.

با در نظر گرفتن سطح تحصیلات تفاوت بین پاسخگویان در این زمینه معنادار است. با افزایش سطح تحصیلات از میزان رضایت از وسایل و امکانات موجود در وزارتخانه کاسته می‌شود؛ میانگین رضایت‌مندی از وسایل و امکانات موجود برای ارائه خدمات در بین پاسخگویان کمتر از دیپلم ۶/۹۶، در بین دیپلمه‌ها ۶/۳۵ و در بین افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۷۷ بوده است. همچنین، بین سطح رضایت‌مندی پاسخگویان محل‌های پنج‌گانه مورد بررسی تفاوت‌ها معنادار بوده است. کمترین میزان رضایت از این موضوع در معاونت امور هنری (با میانگین ۴/۷۹) و بیشترین میزان در معاونت مطبوعاتی (با میانگین ۶/۳۹)

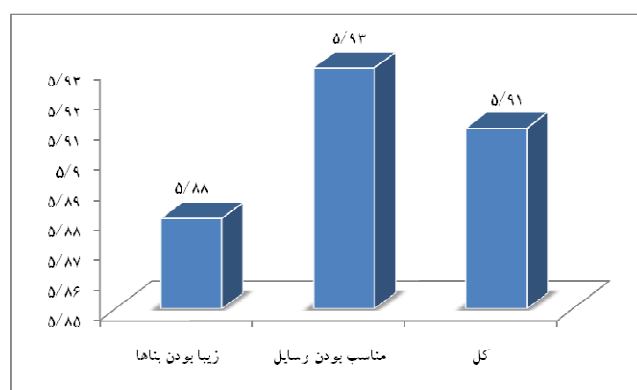
ملاحظه می‌شود. میانگین رضایت از وسایل و امکانات در معاونت سینمایی ۶/۲۲، در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۱۶ و در معاونت فرهنگی ۵/۶۸ بوده است.

**به طور کلی می‌توان ملاحظه کرد که:**

الف. ارزیابی شاخص موارد فیزیکی حکایت از وجود رضایتی بینابینی در میان پاسخگویان دارد. البته، رضایت از وضعیت وسایل و امکانات بیش از رضایت از وضعیت ظاهری ساختمان‌ها و اتاق‌ها بوده است.

ب. سطح رضایت‌مندی افراد با تحصیلات بالاتر در این موارد کمتر از افراد با تحصیلات پایین‌تر بوده است.

ج. کمترین میزان رضایت‌مندی از این دو مقوله را می‌توان در بین پاسخگویان معاونت امور هنری و بیشترین میزان رضایت‌مندی را در بین پاسخگویان معاونت مطبوعاتی مشاهده کرد.



نمودار ۱۱.۴. میانگین ارزیابی از وضع موجود (رضایت) از ابعاد موارد فیزیکی رضایت‌مندی

#### ۲.۶.۴. رضایت از قابل اطمینان بودن خدمات

خدمات هنگامی قابل اطمینان قلمداد می‌شود که کارها در موعد مقرر به انجام رسد، در انجام دادن آن اشتباه رخ ندهد، افراد مرتبط با آن نسبت به کار خود تعهد داشته باشند و نیز زمان انجام آن نیز مشخص باشد. این چهار محور به عنوان معرف‌های شاخص رضایت از قابل اطمینان بودن خدمات در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مد نظر قرار گرفتند.

۱.۲.۴. انجام کارها در زمان مقرر

جدول ۵۳. میزان رضایت از انجام کارهای وعده داده شده در زمان مقرر

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی پاسخ	جمع
تعداد	۴۷۶	۶۲۰	۳۸۰	۲۵	۱۵۰۱
درصد	۳۱/۷	۴۱/۳	۲۵/۳	۱/۷	۱۰۰

میانگین = ۵/۲۱

به طور کلی، پاسخگویان از انجام کارهای وعده داده شده در زمان مقرر در حد متوسط رضایت داشته‌اند؛ ۴۱/۳ درصد از پاسخگویان در این باره تا حدودی راضی بوده‌اند. نسبت افراد ناراضی ۶/۴ درصد کمتر از نسبت افراد راضی (رضایت زیاد) بوده است. ۱۱/۷ درصد از پاسخگویان در این باره بیشترین حد رضایت و ۱۷/۳ درصد بیشترین حد عدم رضایت را بیان کرده‌اند. سطح رضایت‌مندی پاسخگویان با تحصیلات بالاتر از انجام کارهای وعده داده شده در زمان مقرر در این وزارتخانه کمتر از دیگران است. میانگین رضایت‌مندی پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۴/۸۸، دیپلمه‌ها ۶/۰۸ و افراد کمتر از دیپلم ۷/۳۸ بوده است. این رضایت‌مندی از معاونت امور هنری کمتر و از دفتر رسانه‌های دیجیتال بیشتر از دیگر معاونت‌ها بوده است. میانگین رضایت از انجام کارها در زمان مقرر در معاونت امور هنری ۳/۸۶، در معاونت فرهنگی ۴/۹۹، در معاونت سینمایی ۵/۳۸، در معاونت مطبوعاتی ۵/۶۰ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۵/۹۵ بوده است. با در نظر گرفتن دیگر ویژگی‌ها تفاوت بین پاسخگویان در این باره معنادار نبوده است.

۲.۲.۶. اشتباه نکردن در کارها

جدول ۵۴. میزان رضایت از انجام بدون اشتباه کارهای مربوط به ارباب‌رجوع

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی پاسخ	جمع
تعداد	۳۲۳	۶۶۳	۴۹۰	۲۵	۱۵۰۱
درصد	۲۱/۵	۴۴/۹	۳۳/۲	۱/۷	۱۰۰

میانگین = ۵/۹۰

میزان رضایت از انجام بدون اشتباه کارهای مربوط به ارباب‌رجوع در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حد متوسط بوده است. حدود ۴۵ درصد از پاسخگویان در این باره رضایت

نسبی خود را بیان کرده‌اند. کسانی که از این موضوع رضایت داشته‌اند، بیش از افرادی هستند که اظهار نارضایتی کرده‌اند. نسبت افراد راضی ۱۱/۷ درصد بیشتر از نسبت افرادی است که نارضی بوده‌اند. ۱۳/۸ درصد از پاسخگویان از انجام بدون اشتباه کارها کاملاً راضی بوده و ۹/۹ درصد اصلاً رضایت نداشته‌اند.

از بین ویژگی‌های فردی و اجتماعی، تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات می‌توان تفاوت‌های معناداری را بین میانگین رضایت‌مندی پاسخگویان از وضعیت انجام بدون اشتباه کارها یافت. افراد با تحصیلات کمتر از دیپلم (با میانگین ۷/۷۴) بیش از دیگران و پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی (با میانگین ۵/۶۵) کمتر از دیگران از این موضوع ابراز رضایت کرده‌اند. میانگین رضایت‌مندی دیپلمه‌ها در این باره ۶/۵۴ بوده است. همچنین، رضایت از معاونت امور هنری در این زمینه کمتر از رضایت از دیگر محل‌های مورد بررسی بوده است. میانگین رضایت‌مندی از انجام بدون اشتباه کارها در معاونت امور هنری ۴/۴۵، در معاونت فرهنگی ۵/۷۱، در معاونت سینمایی ۶/۱۲، دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۳۰ و در معاونت مطبوعاتی ۶/۳۹ بوده است.

### ۳.۲.۴. عمل مدیران به تعهدات

جدول ۵۵. میزان رضایت از عمل مدیران به تعهدات خود

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۷۰	۶۱۶	۴۷۱	۴۴	۱۵۰۱
درصد	۲۴/۷	۴۱/۰	۳۱/۴	۲/۹	۱۰۰

میانگین = ۵/۷۳

میزان رضایت از عمل کردن مدیران به تعهدات خود، در حد متوسط بوده است؛ به طوری که حدود دو پنجم از پاسخگویان از رضایت بینابینی خود اطلاع داده‌اند. نسبت کسانی که در این باره رضایت زیاد داشته‌اند، ۶/۷ درصد بیشتر از نسبت کسانی است که رضایت نداشته‌اند. ۱۴/۸ درصد از پاسخگویان در این باره کاملاً راضی بوده و ۱۲/۱ درصد از عمل کردن مدیران به تعهدات خود اصلاً راضی نبوده‌اند.

در این زمینه نیز تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات می‌توان تفاوت معناداری را بین پاسخگویان ملاحظه کرد؛ به طوری که افراد با تحصیلات بالاتر رضایت‌مندی کمتری داشته‌اند.

۱۵۰ میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات از ...

میانگین رضایت از عمل کردن مدیران به تعهدات خود در بین پاسخگویان کمتر از دیپلم ۷/۵۹، در بین دیپلمه‌ها ۶/۴۸ و در بین افراد با تحصیلات دانشگاهی ۵/۴۷ بوده است. همچنین رضایت از عمل مدیران به تعهدات خود در معاونت امور هنری کمتر از دیگر مکان‌های مورد بررسی بوده است. میانگین رضایت در این زمینه در معاونت امور هنری ۴/۱۷، در معاونت فرهنگی ۵/۶۴، در معاونت سینمایی ۵/۸۷، در معاونت مطبوعاتی ۶/۱۲ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۴۵ بوده است.

#### ۴.۲.۴. عمل کارکنان به تعهدات

جدول ۵۶. ۴. میزان رضایت از عمل کارکنان به تعهدات خود

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۲۸۲	۶۶۲	۵۲۱	۳۶	۱۵۰۱
درصد	۱۸/۸	۴۴/۱	۳۴/۷	۲/۴	۱۰۰

میانگین = ۶/۱۱

میزان رضایت از عمل کردن کارکنان به تعهدات خود بیش از رضایت از مدیران در این زمینه بوده است. با این حال، میانگین محاسبه شده حکایت از حد متوسط رضایت از این موضوع دارد. حدود ۴۴ درصد از پاسخگویان به رضایت از عمل کردن کارکنان به تعهدات خود نمره‌ای متوسط داده‌اند. کسانی که از این مقوله رضایت زیاد داشته‌اند، کمی بیش از یک سوم پاسخگویان می‌شوند. نسبت این افراد، ۱۵/۹ درصد کمتر از نسبت کسانی است که نارضایتی خود را در این باره بیان کرده‌اند. ۱۵ درصد از پاسخگویان گفته‌اند از عمل کارکنان به تعهدات خود کاملاً راضی بوده و ۸/۳ درصد اصلاً رضایت نداشته‌اند.

در این باره نیز تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات می‌توان تفاوت معناداری یافت؛ پاسخگویان کمتر از دیپلم (با میانگین ۷/۵۹) بیش از دیگران از عمل کردن کارکنان به تعهدات خود رضایت داشته‌اند. میانگین رضایت دیپلمه‌ها در این باره ۶/۸۱ و پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی ۵/۸۸ بوده است. علاوه بر این رضایت‌مندی پاسخگویان معاونت امور هنری کمتر از پاسخگویان دیگر واحدهای مورد بررسی است. میانگین رضایت در معاونت امور هنری ۴/۹۹، در معاونت فرهنگی ۵/۹۶، در معاونت سینمایی ۶/۱۴، در معاونت مطبوعاتی ۶/۵۸ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۶۶ بوده است.

### ۵.۲.۴. اعلام زمان انجام کارها

جدول ۵۷. میزان رضایت از اعلام زمان دقیق انجام کار ارباب‌رجوع به او

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۶۱	۵۹۸	۳۹۲	۵۰	۱۵۰۱
درصد	۳۰/۷	۳۹/۸	۲۶/۱	۳/۳	۱۰۰

میانگین = ۵/۲۵

پاسخگویان این بررسی، به طور کلی، از اعلام زمان دقیق انجام کار ارباب‌رجوع به او در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، تاحدودی راضی بوده‌اند. کسانی که رضایت‌شان در حد متوسط است، حدود دو پنجم کل پاسخگویان می‌شوند. افرادی که از این موضوع اظهار نارضایتی کرده‌اند بیش از کسانی هستند که راضی بوده‌اند. نسبت کسانی که از وضعیت اعلام زمان دقیق انجام کارشان ناراضی بوده‌اند، ۴/۶ درصد بیش از نسبت کسانی است که رضایت زیاد خود را بیان کرده‌اند. ۱۱/۶ درصد از پاسخگویان در این باره بیشترین حد رضایت‌مندی و ۱۷/۹ درصد نیز بیشترین حد نارضایتی را بیان کرده‌اند.

پاسخگویان با تحصیلات کمتر از دیپلم (با میانگین ۷/۴۴) بیش از دیگران از وضع فعلی اعلام زمان دقیق انجام کار ارباب‌رجوع به او رضایت داشته‌اند. میانگین رضایت‌مندی دیپلمه‌ها ۶/۰۱ و پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی ۴/۹۷ بوده است. همچنین میانگین رضایت‌مندی پاسخگویان معاونت امور هنری پایین‌تر از سطح رضایت‌مندی دیگر پاسخگویان است. میانگین رضایت‌مندی پاسخگویان معاونت هنری ۳/۹۵، معاونت فرهنگی ۴/۹۱، معاونت سینمایی ۵/۳۵، معاونت مطبوعاتی ۵/۹۲ و دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶ بوده است.

در ارزیابی از وضعیت قابل اطمینان بودن خدمات می‌توان موارد زیر را بر شمرد:

الف. سطح رضایت از شاخص قابل اطمینان بودن خدمات در حد متوسط بوده است.

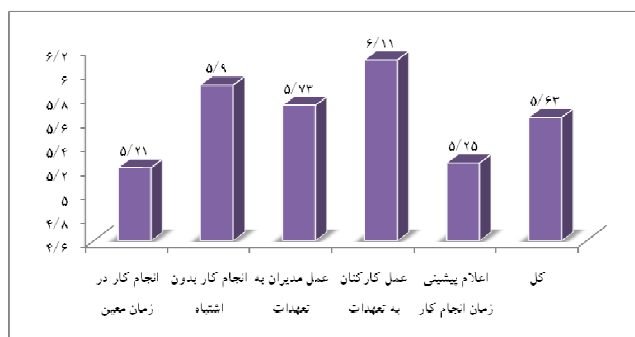
ب. بیشترین میزان رضایت‌مندی از عمل کارکنان به تعهدات خود بیان شده است.

ج. میانگین سطح رضایت از عمل مدیران به تعهدات خود و انجام بدون اشتباه کارها از میانگین کل رضایت بیشتر و در دو مقوله انجام کار در زمان معین و اعلام پیشینی زمان انجام کار کمتر از میانگین کل بوده است.

د. پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی کمتر از دیگران از وضع موجود ابعاد قابل اطمینان بودن خدمات رضایت داشته‌اند.



ه سطح رضایت‌مندی در این موارد در معاونت امور هنری کمتر و در دفتر رسانه‌های دیجیتال بیشتر از دیگر مکان‌های ارائه خدمات بوده است.



نمودار ۴.۱۲. میانگین ارزیابی از وضع موجود (رضایت از) قابل اطمینان بودن خدمات

### ۳.۶.۴. رضایت از تضمین خدمات

برای سنجش شاخص رضایت از تضمین خدمات، شش معرف در نظر گرفته شد که عبارتند از: دانش، مهارت و شایستگی مدیران، دانش، مهارت و شایستگی کارکنان، درستکاری مدیران، درستکاری کارکنان، رفتار محترمانه مدیران و رفتار محترمانه کارکنان.

### ۱.۳.۴. دانش، مهارت و شایستگی مدیران

جدول ۴.۵۸. میزان رضایت از دانش، مهارت و شایستگی مدیران و مسئولان

برای حل مشکلات مراجعه‌کنندگان و انجام کارها

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۶۳	۶۷۳	۴۳۶	۲۹	۱۵۰۱
درصد	۲۴/۲	۴۴/۸	۲۹/۰	۱/۹	۱۰۰

میانگین = ۵/۶۸

پاسخگویان از دانش، مهارت و شایستگی مدیران و مسئولان برای حل مشکلات مراجعه‌کنندگان و انجام کارهای مربوطه درحد متوسط راضی بوده‌اند. حدود ۴۵ درصد از پاسخگویان در این‌باره تا حدودی راضی بوده‌اند. کسانی که رضایت زیادی از این موضوع داشته‌اند، کمی بیش از آنهایی می‌شوند که ناراضی خود را بیان کرده‌اند. ۱۱/۹ درصد از پاسخگویان از دانش، مهارت و شایستگی مدیران و مسئولان مربوطه کاملاً راضی بوده و ۱۲ درصد نیز اصلاً رضایت نداشته‌اند.

در این زمینه نیز پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی کمترین میزان رضایت‌مندی را ابراز کرده‌اند. میانگین رضایت‌مندی از دانش، مهارت و شایستگی مدیران و مسئولان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در بین پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۴۱، در بین دیپلمه‌ها ۶/۴۲ و در بین افراد کمتر از دیپلم ۷/۶۸ بوده است. علاوه بر این که پاسخگویان معاونت امور هنری (با میانگین ۴/۲۰) کمترین میزان رضایت‌مندی را بیان کرده‌اند. میانگین رضایت‌مندی پاسخگویان معاونت فرهنگی ۵/۵۳، معاونت سینمایی ۵/۷۰، معاونت مطبوعاتی ۶/۱۸ و دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۵۶ بوده است.

#### ۲.۳.۴. دانش، مهارت و شایستگی کارکنان

جدول ۴.۵۹. میزان رضایت از دانش، مهارت و شایستگی کارکنان برای حل مشکلات مراجعه‌کنندگان و انجام کارها

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۰۹	۶۹۶	۴۶۸	۲۸	۱۵۰۱
درصد	۲۰/۶	۴۶/۴	۳۱/۲	۱/۹	۱۰۰

میانگین = ۵/۹۱

رضایت از دانش، مهارت و شایستگی کارکنان برای حل مشکلات مراجعه‌کنندگان و انجام کارها مقداری بیش از رضایت از همین مقوله درباره مدیران بوده است. با این حال، بیشتر پاسخگویان (۴۶/۴ درصد) از این موضوع تا حدودی راضی بوده‌اند. نسبت کسانی که از دانش، مهارت و شایستگی کارکنان رضایت زیاد داشته‌اند، حدود ۱۰/۵ درصد بیش از نسبت آنهایی است که از این موضوع ناراضی خود را بیان کرده‌اند. ۱۲/۹ درصد از پاسخگویان بیشترین میزان رضایت‌مندی و ۹/۱ درصد بیشترین میزان ناراضی را از این موضوع داشته‌اند.

از دانش، مهارت و شایستگی کارکنان، پاسخگویان کمتر از دیپلم (با میانگین ۷/۷۶) رضایت بیشتری داشته‌اند. میانگین رضایت‌مندی در این زمینه در بین دیپلمه‌ها ۶/۴۷ و در بین افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۶۸ بوده است. اما با در نظر گرفتن دیگر متغیرها تفاوت‌ها معنادار نبوده است. البته با در نظر گرفتن محل دریافت خدمات نیز تفاوت در رضایت‌مندی پاسخگویان در این باره معنادار می‌شود؛ میانگین رضایت‌مندی از معاونت امور هنری ۴/۵۰، از معاونت فرهنگی ۵/۷۹، از معاونت سینمایی ۵/۹۱، از دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۳۳ و از معاونت مطبوعاتی ۶/۵۳ بوده است.

۳.۳.۴. درستکاری مدیران

جدول ۶۰.۴. میزان رضایت از درستکاری و صداقت مدیران

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۲۷۳	۵۸۲	۵۷۹	۶۷	۱۵۰۱
درصد	۱۸/۲	۳۸/۸	۳۸/۶	۴/۵	۱۰۰

میانگین = ۶/۳۵

میزان رضایت از درستکاری و صداقت مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حد متوسط (متمايل به زياد) بوده است. البته میزان رضایت متوسط تفاوت چندانی با میزان رضایت زیاد ندارد. نسبت کسانی که از درستکاری و صداقت مدیران رضایت زیاد داشته‌اند حدود ۲۰/۵ درصد بیش از افرادی است که در این زمینه ناراضی خود را بیان کرده‌اند. ۱۹/۶ درصد از پاسخگویان گفته‌اند کاملاً راضی هستند و ۸/۹ درصد از آنها نیز گفته‌اند در این‌باره اصلاً رضایت ندارند.

تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات و وضع تأهل می‌توان تفاوت معناداری در این‌باره ملاحظه کرد؛ به طوری که پاسخگویان دارای تحصیلات کمتر از دیپلم (با میانگین ۸/۵۱) از درستکاری مدیران راضی و پاسخگویان دیپلمه (با میانگین ۶/۹۶) و دارای تحصیلات دانشگاهی (با میانگین ۶/۱۰) تا حدودی راضی بوده‌اند. متأهلان نیز در این‌باره رضایت بیشتری داشته‌اند: میانگین رضایت افراد متأهل ۶/۵۳ و افراد مجرد ۶/۰۹ است. همچنین پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال رضایت بیشتری از درستکاری مدیران ابراز داشته‌اند؛ میانگین رضایت در این زمینه در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۷۷، در معاونت مطبوعاتی ۶/۶۹، در معاونت سینمایی ۶/۵۴، در معاونت مطبوعاتی ۶/۳۴ و در معاونت هنری ۴/۷۹ بوده است.

۳.۳.۴. درستکاری کارکنان

جدول ۶۱.۴. میزان رضایت از درستکاری و صداقت کارکنان

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۱۷۵	۶۰۰	۶۸۳	۴۳	۱۵۰۱
درصد	۱۱/۷	۴۰/۰	۴۵/۵	۲/۹	۱۰۰

میانگین = ۶/۸۶

رضایت از درستکاری و صداقت کارکنان وزارتخانه مقداری بیش از رضایت مدیران در این زمینه است و در مجموع، می‌توان رضایت‌مندی متوسط متمایل به زیاد را مشاهده کرد. علاوه بر این که نسبت افراد با رضایت‌مندی زیاد بیش از کسانی است که از درستکاری و صداقت کارکنان تاحدودی راضی بوده‌اند. همچنین، نسبت افراد راضی ۳۳/۸ درصد بیش از نسبت افراد ناراضی در این‌باره است. ۲۱/۶ درصد از پاسخگویان از درستکاری و صداقت کارکنان کاملاً راضی بوده و ۵ درصد نیز اصلاً رضایت نداشته‌اند.

با در نظر گرفتن سطح تحصیلات، وضع تأهل و محل دریافت خدمات می‌توان تفاوت معناداری بین میانگین رضایت‌مندی پاسخگویان در زمینه درستکاری کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یافت. پاسخگویان کمتر از دیپلم (میانگین ۸/۴۹) بیش از دیپلمه‌ها (میانگین ۷/۱۸) و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی (میانگین ۶/۷۰) از درستکاری کارکنان رضایت خود را بیان کرده‌اند. همچنین متأهلان با میانگین ۷ رضایت بیشتری در این زمینه داشته‌اند (میانگین رضایت مجردها ۶/۶۶ بوده است). علاوه بر این که پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال و معاونت مطبوعاتی بیشترین رضایت را در این زمینه داشته‌اند؛ میانگین رضایت از درستکاری کارکنان در معاونت مطبوعایت ۷/۲۹، در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۷/۲۷، در معاونت فرهنگی ۶/۸۹، در معاونت سینمایی ۶/۸۱ و در معاونت هنری ۵/۵۵ بوده است.

#### ۵. ۳. ۴. رفتار محترمانه مدیران

جدول ۴.۶۲. میزان رضایت از محترمانه و مؤدبانه بودن رفتار مدیران

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۱۹۸	۵۳۱	۷۳۲	۴۰	۱۵۰۱
درصد	۱۳/۲	۳۵/۴	۴۸/۸	۲/۷	۱۰۰

میانگین = ۶/۹۴

در مجموع رضایت از محترمانه و مؤدبانه بودن رفتار مدیران در حد متوسط متمایل به زیاد است. از این رو، نسبت افراد دارای رضایت‌مندی زیاد بیش از رضایت‌مندی نسبی و متوسط است. علاوه بر این که نسبت افراد راضی ۳۵/۶ درصد بیش از نسبت افراد ناراضی در این زمینه است. ۲۶/۳ درصد از پاسخگویان از رفتار مدیران کاملاً رضایت داشته و ۶/۳ درصد اصلاً رضایت نداشته‌اند.

سطح رضایت پاسخگویان کمتر از دیپلم در محدودهٔ راضی (میانگین ۸/۴۴) و پاسخگویان دیپلم (میانگین ۷/۵۹) و دارای تحصیلات دانشگاهی (میانگین ۶/۷۲) در حد نسبی و تاحدودی راضی بوده است. پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال نیز همچون موارد پیشین بیش از پاسخگویان دیگر واحدها در این باره ابراز رضایت کرده‌اند؛ میانگین رضایت از رفتار محترمانه و مؤدبانهٔ مدیران در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۷/۴۳، در معاونت مطبوعاتی ۷/۲۷، در معاونت سینمایی ۷/۲۶، در معاونت فرهنگی ۶/۷۰ و در معاونت هنری ۵/۷۱ بوده است. با لحاظ دیگر متغیرها، تفاوت‌ها در این باره معنادار نبوده است.

#### ۶.۳.۴. رفتار محترمانهٔ کارکنان

جدول ۶۳. میزان رضایت از محترمانه و مؤدبانه بودن رفتار کارکنان

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۱۸۴	۵۲۶	۷۴۸	۴۳	۱۵۰۱
درصد	۱۲/۳	۳۵/۰	۴۹/۸	۲/۹	۱۰۰

میانگین = ۷/۰۳

میزان رضایت از محترمانه و مؤدبانه بودن رفتار کارکنان، بیش از میزان رضایت از این مقوله در مورد مدیران است؛ هرچند رضایت از این موضوع نیز در مجموع در حد متوسط متمایل به زیاد است. اما، افراد راضی حدود نیمی از پاسخگویان را شامل می‌شوند و حدود ۱۵ درصد از نسبت کسانی که تاحدودی راضی بوده‌اند و ۳۷/۵ درصد از نسبت کسانی که ناراضی بوده (یا رضایت کم داشته‌اند) بیشتر است. ۲۶/۴ درصد از پاسخگویان کاملاً راضی بوده و ۴/۹ درصد از نحوهٔ برخورد و رفتار کارکنان اصلاً رضایت نداشته‌اند.

تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات تفاوت میانگین‌ها معنادار بوده است. میانگین رضایت از رفتار محترمانه و مؤدبانهٔ کارکنان در بین افراد کمتر از دیپلم ۸/۲۰، در بین دیپلمه‌ها ۷/۵۹ و در بین پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۶/۸۴ بوده است. البته سطح رضایت‌مندی در بین پاسخگویان معاونت مطبوعاتی (میانگین ۷/۶۹) و دفتر رسانه‌های دیجیتال (میانگین ۷/۶۱) بیش از دیگر واحدها بوده است. میانگین رضایت از این موضوع در معاونت سینمایی ۷/۲۷، در معاونت فرهنگی ۶/۵۸ و در معاونت هنری ۵/۷۷ می‌شود.

در بررسی وضع موجود یا رضایت از ابعاد گوناگون شاخص تضمین خدمات می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

الف. سطح رضایت از شاخص تضمین خدمات و ابعاد آن که به نحوی وضع موجود این متغیر را نشان می‌دهد، در حد متوسط متمایل به زیاد است.

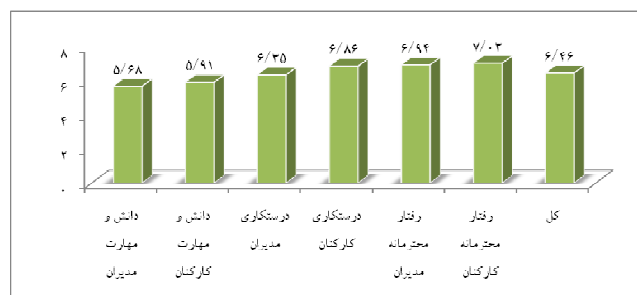
ب. از نحوه رفتار کارکنان و پس از آن نحوه رفتار مدیران، بیشترین میزان رضایت‌مندی وجود داشته است.

ج. کمترین میزان رضایت‌مندی مربوط به دانش، مهارت و شایستگی مدیران و پس از آن دانش، مهارت و شایستگی کارکنان بوده است.

د. میانگین رضایت از درستکاری کارکنان نیز بیش از میانگین رضایت از مجموعه معرفی‌های بررسی وضع موجود تضمین خدمات بوده است.

ه. میزان رضایت‌مندی در بین پاسخگویان دارای تحصیلات بالاتر، بالاخص تحصیلات دانشگاهی، کمتر از دیگر افراد بوده است.

و. پاسخگویان معاونت امور هنری کمترین میزان رضایت‌مندی را از تضمین خدمات و ابعاد آن داشته‌اند. بیشترین میزان رضایت‌مندی از این مقوله در دفتر رسانه‌های دیجیتال و پس از آن در معاونت مطبوعاتی قابل ملاحظه است.



نمودار ۴.۱۳. میانگین ارزیابی (رضایت) از ابعاد وضع موجود تضمین خدمات

#### ۴.۶.۴. رضایت از پاسخگویی

رضایت از پاسخگویی شامل اندازه‌گیری هشت معرّف می‌شود که در این بررسی لحاظ گردیده است. این معرّف‌ها عبارتند از: سرعت انجام کارهای مربوط به ارباب‌رجوع، صرف وقت کافی و مفید برای پاسخگویی به درخواست ارباب‌رجوع، حضور بهنگام مدیران و

کارکنان در دفتر خود، الزام مدیران و کارکنان به پاسخگویی به درخواست ارباب‌رجوع، شفاف بودن پاسخ‌ها و رسیدگی به درخواست‌ها در مدت زمانی مشخص و مورد قبول.

۱. ۴. ۴. ۴. سرعت در انجام کارها

جدول ۴.۶۴. میزان رضایت از سرعت انجام کارهای مربوط به ارباب‌رجوع

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۱۰	۵۹۴	۴۴۹	۴۸	۱۵۰۱
درصد	۲۷/۳	۳۹/۶	۲۹/۹	۳/۲	۱۰۰

میانگین = ۵/۶۳

میزان رضایت از سرعت انجام کارهای مربوط به ارباب‌رجوع در مجموع در حد متوسط بوده است. حدود دو پنجم از پاسخگویان از سرعت انجام کارها تا حدودی راضی بوده‌اند. نسبت افراد راضی حدود ۳۰ درصد می‌شود که ۲/۶ درصد بیشتر از نسبت کسانی است که رضایت نداشته‌اند. ۱۳/۹ درصد از پاسخگویان از سرعت انجام کارهای مربوط به ارباب‌رجوع در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی حداکثر رضایت‌مندی و ۱۳/۴ درصد حداکثر نارضایتی را بیان کرده‌اند.

با در نظر گرفتن سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات می‌توان تفاوت معناداری را در رضایت‌مندی پاسخگویان از سرعت انجام کارهای مربوط به ارباب‌رجوع یافت. پاسخگویان با تحصیلات کمتر رضایت بیشتری در این زمینه داشته‌اند. میانگین رضایت افراد کمتر از دیپلم ۷/۴۳، دیپلمه ۶/۳۷ و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۳۶ بوده است. همچنین، پاسخگویان معاونت هنری رضایت کمتری در این باره بیان کرده‌اند. میانگین رضایت از سرعت انجام کارها در معاونت امور هنری ۴/۱۳، در معاونت فرهنگی ۵/۲۹، در معاونت سینمایی ۵/۶۳، در معاونت مطبوعاتی ۶/۵۴۱ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۵۲ بوده است.

۲. ۴. ۴. ۴. صرف وقت کافی برای پاسخگویی

جدول ۴.۶۵. میزان رضایت از صرف وقت کافی و مفید برای پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۷۰	۶۲۰	۴۶۵	۴۶	۱۵۰۱
درصد	۲۴/۷	۴۱/۳	۳۱/۰	۳/۱	۱۰۰

میانگین = ۵/۷۳

به طور کلی، پاسخگویان از صرف وقت کافی و مفید برای پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات تاحدودی راضی بوده‌اند. کمی بیش از دو پنجم پاسخگویان در این باره در حد متوسط راضی بوده‌اند. نسبت افرادی که رضایت خود را بیان کرده‌اند، حدود ۶ درصد بیش از نسبت کسانی که نقطه مقابل آنها قرار داشته و ناراضی بوده‌اند. ۱۴ درصد از پاسخگویان در این باره دارای بیشترین میزان رضایت‌مندی و ۱۱/۵ درصد دارای بیشترین ناراضی‌تی بوده‌اند.

همچون موارد قبل، پاسخگویان دارای تحصیلات کمتر رضایت بیشتری از صرف وقت کافی برای پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات داشته‌اند. میانگین رضایت در بین پاسخگویان کمتر از دیپلم ۷/۰۲، دیپلمه ۶/۴۶ و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۴۶ بوده است. همچنین، رضایت از معاونت امور هنری در این زمینه نیز پایین‌تر از دیگر واحدها بوده است. میانگین رضایت از این معاونت درباره صرف وقت کافی برای پاسخگویی ۴/۳۲، در معاونت فرهنگی ۵/۲۹، در معاونت سینمایی ۵/۸۱، در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۵۳ و در معاونت مطبوعاتی ۶/۵۸ بوده است.

### ۳.۴.۴. حضور مدیران در محل کار

جدول ۶۶.۴. میزان رضایت از حاضر بودن مدیران در محل کار خود هنگام مراجعه ارباب رجوع

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی پاسخ	جمع
تعداد	۴۱۸	۵۹۹	۴۱۸	۶۶	۱۵۰۱
درصد	۲۷/۸	۳۹/۹	۲۷/۸	۴/۴	۱۰۰

میانگین = ۵/۵۳

میزان رضایت پاسخگویان از حاضر بودن مدیران در محل کار خود هنگام مراجعه ارباب رجوع، در مجموع، در حد متوسط بوده است. حدود دو پنجم از پاسخگویان در این باره رضایت بینایی داشته‌اند. میزان افراد دارای رضایت‌مندی زیاد مساوی افراد ناراضی است. اما حد بیشینه و کمینه یکسان نیست؛ به طوری که ۱۲/۵ درصد از پاسخگویان کاملاً راضی بوده و ۱۳/۹ درصد ناراضی‌تی کامل خود را از این موضوع بیان کرده‌اند.

تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات می‌توان تفاوت معناداری را بین میانگین رضایت‌مندی پاسخگویان یافت. افراد با تحصیلات بالا و نیز مراجعان به معاونت امور هنری کمتر رضایت داشته‌اند. میانگین رضایت از حضور مدیران در محل کار خود به



۱۶۰ میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات از ...

هنگام مراجعه ارباب‌رجوع در بین پاسخگویان کمتر از دیپلم ۷/۰۹، در بین دیپلمه‌ها ۶/۳۵ و در بین افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۲۵ بوده است. همچنین میانگین رضایت از این موضوع در معاونت امور هنری ۴/۰۸، در معاونت فرهنگی ۵/۴۱، در معاونت سینمایی ۵/۴۳، در معاونت مطبوعاتی ۶/۰۸ و در دفتر رسانه‌های دیجیتالی ۶/۴۵ بوده است.

#### ۴.۴.۴ حضور کارکنان در محل کار خود

جدول ۶۷.۴ میزان رضایت از حاضر بودن کارکنان در محل کار خود هنگام مراجعه ارباب‌رجوع

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۲۶۷	۶۳۲	۵۶۷	۳۵	۱۵۰۱
درصد	۱۷/۸	۴۲/۱	۳۷/۸	۲/۳	۱۰۰

میانگین = ۶/۳۰

میزان رضایت از حضور کارکنان در محل کار خود در هنگام مراجعه ارباب‌رجوع به میزان قابل توجهی بیش از رضایت‌مندی از مدیران در این زمینه است؛ به طوری که از میزان ناراضیان کاسته و بر میزان رضایت‌مندی زیاد و رضایت نسبی (متوسط) افزوده شده است. با این حال، در مجموع با رضایت‌مندی متوسط متمایل به زیاد مواجه هستیم. ۴۲ درصد از پاسخگویان در این باره تاحدودی راضی بوده‌اند. نسبت افراد با رضایت‌مندی زیاد ۲۰ درصد بیش از نسبت کسانی است که ناراضی بوده‌اند. ۱۷ درصد از پاسخگویان از حضور کارکنان در محل کار به هنگام مراجعه ارباب‌رجوع، کاملاً راضی بوده و ۸ درصد اصلاً رضایت نداشته‌اند. با در نظر گرفتن سطح تحصیلات می‌توان تفاوت معناداری را در میانگین رضایت پاسخگویان یافت؛ به طوری که افراد با تحصیلات کمتر از دیپلم (با میانگین ۷/۷۴) بیشتر از دیگران در این باره ابراز رضایت کرده‌اند. میانگین رضایت بین دیپلمه‌ها ۶/۷۴ و بین پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی ۶/۱۳ بوده است. علاوه بر این که تفاوت رضایت بین پاسخگویان بر حسب محل دریافت خدمات نیز معنادار است؛ به طوری که پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال (با میانگین ۶/۹۴) رضایت بیشتری از حضور کارکنان در محل کار خود به هنگام دریافت خدمات داشته‌اند. میانگین رضایت پاسخگویان معاونت مطبوعاتی ۶/۸۹، معاونت سینمایی ۶/۴۲، معاونت فرهنگی ۶/۰۱ و معاونت هنری ۴/۹۸ بوده است.

#### ۵. ۴. ۴. ملزم بودن مدیران به پاسخگویی

جدول ۴.۶۸. میزان رضایت از الزام مدیران در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۴۷	۶۳۷	۴۴۷	۷۰	۱۵۰۱
درصد	۲۳/۱	۴۲/۴	۲۹/۸	۴/۷	۱۰۰

میانگین = ۵/۷۷

در مجموع، پاسخگویان از ملزم بودن مدیران به پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات در حد متوسط راضی بوده‌اند. حدود ۴۲ درصد در این باره تا حدودی راضی بوده‌اند. نسبت کسانی که رضایت زیاد خود را بیان کرده‌اند، ۶/۷ درصد بیش از نسبت کسانی است که از نارضایتی خود اطلاع داده‌اند. ۱۷/۵ درصد از پاسخگویان از الزام مدیران در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات، کاملاً راضی بوده و ۱۱/۸ درصد اصلاً رضایت نداشته‌اند.

در این باره نیز بین پاسخگویان بر حسب سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات می‌توان تفاوت معناداری یافت. پاسخگویان کمتر از دیپلم (میانگین ۷/۵۸) بیشتر از دیپلمه‌ها (میانگین ۶/۶۳) و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی (میانگین ۵/۴۷) از الزام مدیران در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات رضایت داشته‌اند. میزان رضایت در بین پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال نیز (با میانگین ۶/۷۷) بیشتر از دیگر واحدها و در معاونت هنری (با میانگین ۴/۱۸) کمتر از دیگر واحدها بوده است. میانگین رضایت در این باره در بین پاسخگویان معاونت مطبوعاتی ۶/۱۸، در بین پاسخگویان معاونت سینمایی ۶/۰۳ و در بین پاسخگویان معاونت فرهنگی ۵/۴۸ بوده است. با در نظر گرفتن دیگر متغیرها، تفاوت‌ها معنادار نبوده است.

#### ۶. ۴. ۴. ملزم بودن کارکنان به پاسخگویی

جدول ۴.۶۹. میزان رضایت از ملزم کارکنان در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۲۷۹	۶۶۳	۵۱۱	۴۸	۱۵۰۱
درصد	۱۸/۶	۴۴/۲	۳۴/۰	۳/۲	۱۰۰

میانگین = ۶/۱۵

میزان رضایت از ملزم بودن کارکنان در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات بیش از

میزان رضایت از مدیران در این باره است؛ به طوری که در مجموع با رضایت متوسط متمایل به زیاد مواجه هستیم. هرچند بیشتر پاسخگویان (۴۴/۲ درصد) از الزام کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات تاحدودی (در حد متوسط) راضی بوده‌اند؛ اما نسبت افرادی که رضایت‌مندی زیادی در این باره داشته‌اند، حدود دو برابر کسانی است که ناراضی‌تی خود را بیان کرده‌اند. ۱۷ درصد از پاسخگویان نیز کاملاً رضایت داشته و ۷/۳ درصد اصلاً راضی نبوده‌اند.

میزان رضایت در این باره در بین پاسخگویان دارای تحصیلات کمتر بیشتر بوده است. میانگین رضایت از ملزم بودن کارکنان در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات در بین افراد با تحصیلات کمتر از دیپلم ۷/۶۹، در بین دیپلمه‌ها ۶/۷۵ و در بین پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی ۵/۹۳ بوده است. علاوه بر این که با در نظر گرفتن محل دریافت خدمات می‌توان تفاوت‌های معناداری یافت؛ به طوری که میزان رضایت از معاونت هنری (با میانگین ۴/۸۱) همچنان پایین و میزان رضایت از دفتر معاونت مطبوعاتی (با میانگین ۶/۸۸) بالاتر از دیگر واحدها بوده است. میانگین رضایت در این باره در بین پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۷۷، معاونت سینمایی ۶/۲۵ و معاونت فرهنگی ۵/۸۰ به‌دست آمده است.

#### ۴.۴.۷. شفاف بودن پاسخ‌ها

جدول ۴.۷۰. میزان رضایت از شفاف بودن پاسخ‌ها

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۵۵	۶۲۰	۴۸۹	۳۷	۱۵۰۱
درصد	۲۳/۷	۴۱/۳	۳۲/۶	۲/۵	۱۰۰

میانگین = ۵/۸۸

به طور کلی، پاسخگویان از شفاف بودن پاسخ‌های داده شده به پرسش‌ها و درخواست‌هایشان در حد متوسط رضایت داشته‌اند. بیشترین فراوانی نیز مربوط به کسانی است که از این موضوع تاحدودی راضی بوده‌اند (۴۱/۳ درصد). نسبت کسانی که رضایت زیاد خود را از شفاف بودن پاسخ‌ها بیان کرده‌اند، ۸/۹ درصد بیشتر از نسبت کسانی است که در این باره رضایت نداشته‌اند. ۱۵/۷ درصد از پاسخگویان از این موضوع کاملاً راضی بوده و ۱۱/۷ درصد اصلاً رضایت نداشته‌اند.

تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات تفاوت میانگین‌ها معنادار بوده است. پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی کمتر از دیگران از شفاف بودن پاسخ‌ها رضایت داشته‌اند (میانگین ۵/۶۲). میانگین رضایت بین پاسخگویان دیپلمه ۶/۶۴ و افراد کمتر از دیپلم ۷/۰۲ بوده است. همچنین پاسخگویان معاونت امور هنری رضایت کمتری در این باره بیان کرده‌اند. میانگین رضایت از شفاف بودن پاسخ‌های داده شده به درخواست‌ها در بین پاسخگویان معاونت امور هنری ۴/۴۶، در معاونت فرهنگی ۵/۶۳، در معاونت سینمایی ۵/۸۷، در معاونت مطبوعاتی ۶/۴۶ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۷۷ بوده است.

#### ۸. ۴. ۴. ۴. مدت زمان رسیدگی

جدول ۴. ۷۱. میزان رضایت از مدت زمان رسیدگی به درخواست‌ها

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (ناحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۷۷	۵۹۳	۳۹۷	۳۴	۱۵۰۱
درصد	۳۱/۸	۳۹/۵	۲۶/۴	۲/۳	۱۰۰

میانگین = ۵/۲۵

در مجموع، پاسخگویان از مدت زمان رسیدگی به درخواست‌شان تا حدودی راضی بوده‌اند. نزدیک به دو پنجم پاسخگویان از زمان رسیدگی به درخواست‌شان در حد متوسط رضایت داشته‌اند. البته نسبت افرادی که رضایت نداشته‌اند، ۵/۴ درصد بیشتر از نسبت کسانی است که در این باره رضایت زیاد داشته‌اند. ۱۲/۴ درصد از پاسخگویان از زمان رسیدگی به درخواست‌شان کاملاً راضی بوده و ۱۹ درصد اصلاً رضایت نداشته‌اند که نشان‌دهنده میزان ناراضیان اصلی در این زمینه است.

تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات، تفاوت میانگین‌ها معنادار است. با افزایش سطح تحصیلات از نسبت افراد راضی کاسته شده است. میانگین رضایت از مدت زمان رسیدگی به درخواست‌ها در بین افراد کمتر از دیپلم ۶/۸۹، در بین دیپلمه‌ها ۶/۱۷ و در بین پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۴/۹۳ بوده است. در مورد محل دریافت خدمات نیز ملاحظه می‌شود که پاسخگویان معاونت هنری در این زمینه عدم رضایت بیشتری داشته‌اند. میانگین رضایت در این زمینه در معاونت امور هنری ۳/۶۹، در معاونت فرهنگی ۴/۹۸، در معاونت سینمایی ۵/۳۵، در معاونت مطبوعاتی ۵/۸۷ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۶/۱۰ بوده است.

در ارزیابی یا رضایت از ابعاد پاسخگویی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی چند نکته اصلی قابل حصول است:

الف. میزان رضایت‌مندی از شاخص پاسخگویی حکایت از وجود رضایت‌مندی متوسط در این باره دارد.

ب. میانگین رضایت از حضور به موقع کارکنان و الزام کارکنان به پاسخگویی، بیشتر از دیگر موارد و میانگین رضایت از مدت زمان رسیدگی به درخواست‌ها کمتر از دیگر موارد بوده است.

ج. میانگین رضایت از شفاف بودن پاسخ‌ها و الزام مدیران به پاسخگویی نیز بیش از میانگین کل رضایت از پاسخگویی است.

د. با افزایش سطح تحصیلات بر میزان افراد ناراضی از وضعیت پاسخگویی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کاسته می‌شود؛ به طوری که پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی بیش از دیگران از وضع پاسخگویی ناراضی بوده‌اند.

ه. پاسخگویان معاونت امور هنری و سپس معاونت امور فرهنگی کمترین میزان رضایت را از وضعیت پاسخگویی به درخواست‌هایشان داشته‌اند.

و. پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال و معاونت مطبوعاتی بیشترین رضایت را از وضعیت پاسخگویی به درخواست‌هایشان بیان کرده‌اند.



نمودار ۱۴.۴. میانگین ارزیابی (میزان رضایت) از ابعاد پاسخگویی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

#### ۵.۶.۴. رضایت از همدلی

احساس همدلی در یک رابطه متقابل و پس از برآورده شدن انتظارات شکل می‌گیرد. همدلی از مقوله‌هایی است که برای سنجش آن نیازمند تعدادی معرّف هستیم. در این بررسی شش معرّف برای اندازه‌گیری همدلی تعریف شدند که عبارتند از: ملاقات سهل و آسان مدیران، پاسخ دادن و آگاه ساختن با زبانی قابل درک، توجه و عمل به پیشنهادها و نظرات ارباب‌رجوع در مورد درخواست‌ها و انتظارات، روان بودن انجام کارها و جلوگیری از اتلاف وقت، بالاخص وقت ارباب‌رجوع و پیشنهادپذیر بودن مدیران.

#### ۱.۵.۶.۴. آسانی ملاقات مدیران

جدول ۷۲.۴. میزان رضایت از آسانی و سهولت ملاقات با مدیران

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۵۵۵	۵۱۸	۳۶۲	۶۶	۱۵۰۱
درصد	۳۷/۰	۳۴/۵	۲۴/۱	۴/۴	۱۰۰

میانگین = ۴/۹۰

آسانی و سهولت ملاقات با مدیران، رضایت متوسط متمایل به کم را در پاسخگویان برانگیخته است. به طوری که نسبت ناراضیان بیش از افرادی است که رضایت نسبی (تاحدودی) داشته‌اند و یا رضایت خود را بیان کرده‌اند. ۳۷ درصد از پاسخگویان رضایت کمی از آسانی و سهولت ملاقات با مدیران داشته‌اند که حدود ۱۳ درصد از نسبت افراد راضی و ۲/۵ درصد از نسبت رضایت بینابینی بیشتر است. این امر نشان می‌دهد که ملاقات مدیران با سختی انجام می‌شود. ۱۲/۳ درصد از پاسخگویان در این‌باره بیشترین میزان رضایت‌مندی را داشته و ۲۲/۴ درصد اصلاً راضی نبوده‌اند.

بررسی مقایسه میانگین‌ها حکایت از تفاوت معنادار سطح رضایت در این‌باره با در نظر گرفتن سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات دارد. پاسخگویان کمتر از دیپلم (میانگین ۶/۸۲) بیش از دیپلمه‌ها (میانگین ۵/۸۶) و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی (۴/۵۷) از آسانی و سهولت ملاقات مدیران رضایت داشته‌اند. بر حسب محل دریافت خدمات نیز پاسخگویان معاونت امور هنری کمترین میزان رضایت‌مندی را بیان کرده‌اند. میانگین رضایت در معاونت امور هنری ۳/۰۳، در معاونت فرهنگی ۴/۶۸، در معاونت سینمایی ۵/۰۷، در

معاونت مطبوعاتی ۵/۵۰ و در دفتر رسانه‌های دیجیتال ۵/۸۳ بوده است.

### ۲.۵.۴. قابل درک بودن زبان پاسخها

جدول ۷۳.۴. میزان رضایت از آگاه ساختن ارباب‌رجوع به زبانی که برای آنها قابل درک باشد.

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۳۳	۶۴۰	۴۸۹	۳۹	۱۵۰۱
درصد	۲۲/۲	۴۲/۶	۳۲/۶	۲/۶	۱۰۰

میانگین = ۵/۹۱

پاسخگویان، در مجموع از وضعیت آگاه ساختن ارباب‌رجوع به زبانی که برای آنها قابل درک باشد، در حد متوسط رضایت داشته‌اند. بیشتر پاسخگویان (۴۲/۶ درصد) در این‌باره تا حدودی راضی بوده‌اند. نسبت افراد راضی نیز ۱۰/۴ درصد بیش از افراد ناراضی است. ۱۵/۳ درصد از پاسخگویان از قابل درک بودن زبان پاسخگویی کاملاً راضی بوده و ۹/۵ درصد اصلاً راضی نبوده‌اند.

در میزان رضایت از قابل درک بودن زبان پاسخگویی تفاوت معناداری بین پاسخگویان بر حسب سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات ملاحظه می‌شود. افراد دارای تحصیلات کمتر از دیپلم با میانگین ۷/۵۲ بیشترین میزان رضایت را داشته‌اند. این میانگین در بین دیپلمه‌ها ۶/۷۱ و در بین پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۶۴ بوده است. مقایسه پاسخگویان بر حسب محل دریافت خدمات نیز نشان می‌دهد که پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال یا میانگین ۶/۶۳ بیشترین میزان رضایت‌مندی را داشته‌اند. میانگین رضایت در بین پاسخگویان معاونت مطبوعاتی ۶/۵۲، در معاونت سینمایی ۵/۹۰، در معاونت فرهنگی ۵/۷۷ و در معاونت هنری ۴/۳۸ بوده است.

### ۳.۵.۴. عمل به پیشنهادهای ارباب‌رجوع

جدول ۷۴.۴. میزان رضایت از عمل به پیشنهادها و نظرهای شما (ارباب‌رجوع) توسط کارکنان به هنگام ارائه خدمات

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۹۸	۶۲۵	۴۰۸	۷۰	۱۵۰۱
درصد	۲۶/۵	۴۱/۶	۲۷/۲	۴/۷	۱۰۰

میانگین = ۵/۴۹

در مجموع، پاسخگویان از وضعیت عمل به پیشنهادها و نظرهایشان توسط کارکنان وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی به هنگام ارائه خدمات در حد متوسط رضایت داشته‌اند. بیشتر پاسخگویان (۴۱/۶ درصد) تاحدودی از این موضوع رضایت داشته‌اند. نسبت افراد راضی تفاوت چندانی با نسبت افراد ناراضی ندارد و تنها ۰/۷ درصد بیشتر است. البته کسانی که کاملاً راضی بوده‌اند از کسانی که اصلاً رضایت نداشته‌اند، ۱/۴ درصد کمتر هستند. ۱۳/۵ درصد از پاسخگویان از توجه کارکنان به پیشنهادها و نظرهای ارباب‌رجوع رضایت کامل داشته و ۱۴/۹ درصد در این باره اصلاً رضایت نداشته‌اند.

با در نظر گرفتن سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات می‌توان تفاوت معناداری را در میانگین رضایت پاسخگویان از وضعیت عمل به پیشنهادها و نظرهای ارباب‌رجوع ملاحظه کرد. میانگین رضایت پاسخگویان کمتر از دیپلم ۶/۹۸، دیپلمه‌ها ۶/۴۹ و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۱۷ بوده است. همچنین، پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال با میانگین ۶/۴۰ بیشتر از دیگر پاسخگویان در این باره ابراز رضایت کرده‌اند. میانگین رضایت در پاسخگویان معاونت مطبوعاتی ۶/۲۷، در معاونت سینمایی ۵/۴۲، در معاونت فرهنگی ۵/۳۰ و در معاونت هنری ۳/۷۳ بوده است.

#### ۴.۵.۴. روان بودن کارها

جدول ۴.۷۵. میزان رضایت از روان بودن انجام کارها و جلوگیری از اتلاف وقت

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۴۸۱	۵۹۳	۴۰۲	۲۵	۱۵۰۱
درصد	۳۲/۰	۳۹/۵	۲۶/۸	۱/۷	۱۰۰

میانگین = ۵/۲۳

پاسخگویان از روان بودن انجام کارها و جلوگیری از اتلاف وقت، در مجموع در حد متوسط رضایت داشته‌اند. حدود دو پنجم پاسخگویان از روان بودن انجام کارها تاحدودی رضایت داشته‌اند. البته نسبت افراد ناراضی ۵/۲ درصد بیشتر از افراد راضی است. ۱۲/۵ درصد از پاسخگویان گفته‌اند از این موضوع کاملاً راضی بوده و ۱۷/۸ درصد اصلاً راضی نبوده‌اند. همچون موارد قبل مقایسه میانگین‌ها، تفاوت معناداری را با در نظر گرفتن سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات نشان می‌دهد. افراد دارای تحصیلات کمتر، رضایت بیشتری از روان بودن انجام کارها داشته‌اند. میانگین رضایت پاسخگویان کمتر از دیپلم ۶/۸۹، دیپلم ۶/۱۴ و



پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۴/۹۲ بوده است. همچنین، میزان رضایت از روان بودن انجام کارها و جلوگیری از اتلاف وقت در دفتر رسانه‌های دیجیتال با میانگین ۶/۱۵ بیشتر از موارد دیگر بوده است. میانگین رضایت از این موضوع در معاونت مطبوعاتی ۶/۰۶، در معاونت سینمایی ۵/۲۶، در معاونت فرهنگی ۴/۹۲ و در معاونت هنری ۳/۴۵ بوده است.

#### ۵.۵.۴. پیشنهادپذیری مدیران

جدول ۷۶.۴. میزان رضایت از پیشنهادپذیر بودن مدیران

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۵۱۸	۵۶۴	۳۳۰	۸۹	۱۵۰۱
درصد	۳۴/۵	۳۷/۶	۲۲/۰	۵/۹	۱۰۰

میانگین = ۴/۹۰

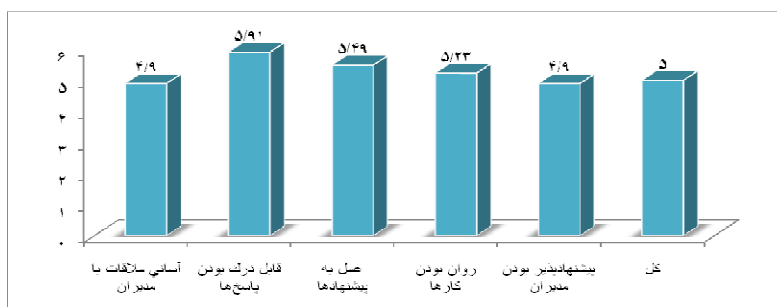
میزان رضایت از پیشنهادپذیر بودن مدیران در حد متوسط متمایل به کم است. بیشتر پاسخگویان (۳۷/۶ درصد) نیز در این‌باره تا حدودی راضی بوده‌اند. نسبت افراد ناراضی ۱۲/۵ درصد بیشتر از نسبت افراد راضی است. ۱۰/۷ درصد از پاسخگویان گفته‌اند از پیشنهادپذیر بودن مدیران کاملاً راضی هستند. در مقابل، ۱۹/۸ درصد در این‌باره اصلاً رضایت نداشته‌اند.

پاسخگویان کمتر از دیپلم بیش از دیگران گفته‌اند که از پیشنهادپذیر بودن مدیران رضایت دارند (میانگین ۶/۳۰)؛ این میانگین در بین دیپلمه‌ها ۵/۸۷ و در بین پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی ۴/۵۷ بوده است. علاوه بر این، پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال (میانگین ۵/۶۸) بیش از دیگر پاسخگویان از پیشنهادپذیر بودن مدیران رضایت داشته‌اند. میانگین رضایت در این‌باره در معاونت مطبوعاتی ۵/۴۷، در معاونت سینمایی ۵، در معاونت فرهنگی ۴/۷۴ و در معاونت هنری ۳/۱۵ بوده است. با لحاظ دیگر متغیرها، تفاوت میانگین‌ها معنادار نبوده است.

در مجموع ارزیابی از وضع موجود همدلی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که با سطح رضایت‌مندی از ابعاد گوناگون آن سنجیده شده، موارد زیر را نشان می‌دهد:

- الف. سطح رضایت از شاخص همدلی و ابعاد آن در وزارت ارشاد در حد متوسط بوده است.
- ب. کمترین میانگین رضایت‌مندی مربوط به پیشنهادپذیر بودن مدیران و سهولت ملاقات با مدیران و بیشترین میانگین مربوط به قابل‌درک بودن پاسخ‌ها می‌شود.
- ج. سطح رضایت‌مندی پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی کمتر از دیگر پاسخگویان بوده است.

د. میانگین رضایت از همدلی در معاونت امور هنری کمتر از دیگر معاونت‌ها و میانگین رضایت از دفتر رسانه‌های دیجیتال بیشتر از دیگر واحدهای مورد بررسی بوده است.



نمودار ۴.۱۵. میانگین ارزیابی (یا رضایت) از وضع موجود همدلی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

#### ۴.۶.۶. رضایت از نظم اداری

نظم اداری به عنوان یکی از ابعاد رضایت از وضع موجود در مطالعات اکتشافی و تأملات نظری پژوهشگران این بررسی به دست آمد. از این رو، در اندازه‌گیری وضع موجود گنجانده شد.

جدول ۴.۷۷. میزان رضایت از نظم اداری موجود در بخش‌های مختلف

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۷۱	۶۴۰	۴۷۴	۱۶	۱۵۰۱
درصد	۲۴٫۷	۴۲٫۶	۳۱٫۶	۱٫۱	۱۰۰

میانگین = ۵/۷۳

به طور کلی از وضعیت نظم اداری موجود در بخش‌های مختلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رضایتی در حد متوسط ملاحظه می‌شود. بیشتر پاسخگویان (۴۲/۶ درصد). در این زمینه تا حدودی رضایت داشته‌اند. نسبت افراد راضی نیز ۷/۲ درصد بیشتر از افراد ناراضی است. ۱۵/۲ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که از نظم اداری موجود کاملاً راضی هستند و ۱۲/۴ درصد گفته‌اند که اصلاً راضی نیستند.

با در نظر گرفتن سطح تحصیلات تفاوت میانگین‌ها در این‌باره معنادار بوده است. پاسخگویان کمتر از دیپلم با میانگین ۷/۲۲ بیش از دیپلمه‌ها (میانگین ۶/۵۵) و افراد دارای تحصیلات دانشگاهی (میانگین ۵/۴۵) از نظم اداری موجود در بخش‌های مختلف وزارتخانه ابراز

۱۷۰ میزان رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات از ...

رضایت کرده‌اند. بررسی رضایت‌مندی در محل‌های دریافت خدمات نیز تفاوت‌هایی را نشان می‌دهد؛ به طوری که میزان رضایت از نظم اداری موجود در معاونت مطبوعاتی با میانگین ۶/۵۱ و دفتر رسانه‌های دیجیتال با میانگین ۶/۴۶ بیشتر از دیگر معاونت‌ها بوده است. این میانگین در معاونت سینمایی ۵/۷۸، در معاونت فرهنگی ۵/۴۳ و در معاونت هنری ۴/۱۱ است.

#### ۷.۶.۴. رضایت کلی از فرایند ارائه خدمات

فرایند ارائه خدمات مفهومی کلی است و در صدد اندازه‌گیری رضایت کلی افراد از وضعیت ارائه خدمات دارد. این متغیر نیز در مطالعات اکتشافی و تأملات نظری پژوهشگران به میان آمد و در پرسشنامه گنجانده شد.

جدول ۴.۷۸. میزان رضایت از فرایند ارائه خدمات توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

رضایت‌مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی‌پاسخ	جمع
تعداد	۳۷۸	۷۲۷	۳۸۰	۱۶	۱۵۰۱
درصد	۲۵/۲	۴۸/۴	۲۵/۳	۱/۱	۱۰۰

میانگین = ۵/۴۲

پاسخگویان، در مجموع از فرایند ارائه خدمات توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رضایت نسبی داشته‌اند. بیشتر پاسخگویان (۴۸/۴ درصد) در این باره تاحدودی راضی بوده‌اند. نسبت افراد راضی و ناراضی تفاوتی ندارد؛ اما می‌توان بین میزان کاملاً راضی و کاملاً ناراضی تفاوت بسیار اندکی را ملاحظه کرد. ۱۱/۵ درصد از پاسخگویان از فرایند ارائه خدمات توسط این وزارتخانه به طور کامل ناراضی و ۱۰/۵ درصد به طور کامل راضی بوده‌اند.

رضایت پاسخگویان از فرایند ارائه خدمات بر حسب سطح تحصیلات آنها و محل دریافت خدمات تفاوت معناداری را نشان می‌دهد. همچون موارد پیشین افراد کمتر از دیپلم بیش از دیگران در این باره ابراز رضایت کرده‌اند (میانگین ۷/۳۶). میانگین رضایت بین دیپلمه‌ها ۶/۲۳ و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۱۲ بوده است. همچنین، پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال رضایت بیشتری از فرایند ارائه خدمات داشته‌اند (میانگین ۵/۹۷)؛ اما میانگین رضایت در این باره در معاونت مطبوعاتی ۵/۸۸، در معاونت سینمایی ۵/۷۲، در معاونت فرهنگی ۵/۲۵، و در معاونت هنری ۳/۶۸ بوده است.

#### ۸.۶.۴. رضایت کلی از کیفیت خدمات

یکی دیگر از متغیرهایی که تلاش دارد رضایت از خدمات را به وجهی کلی مورد ارزیابی قرار دهد، رضایت از کیفیت خدمات است که توزیع فراوانی ارزیابی پاسخگویان از این متغیر در جدول بعد آمده است.

جدول ۴.۷۹. میزان رضایت از کیفیت خدمات ارائه شده توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

رضایت مندی	۱-۳ (ناراضی)	۴-۷ (تاحدودی راضی)	۸-۱۰ (راضی)	بی پاسخ	جمع
تعداد	۳۸۴	۷۱۱	۳۸۸	۱۸	۱۵۰۱
درصد	۲۵/۶	۴۷/۴	۲۵/۸	۱/۲	۱۰۰

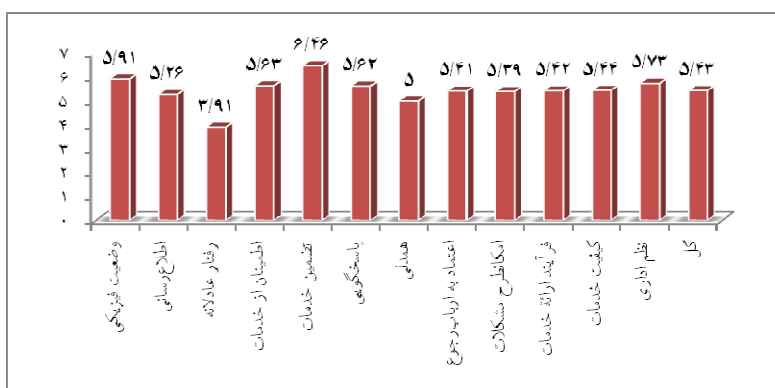
میانگین = ۵/۴۴

در مجموع، پاسخگویان از کیفیت خدمات ارائه شده توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حد متوسط رضایت داشته‌اند. بیشتر پاسخگویان نیز (۴۷/۴ درصد) گفته‌اند از کیفیت خدمات ارائه شده تاحدودی راضی هستند. همچون بحث رضایت مندی از فرایند ارائه خدمات، نسبت افراد راضی و ناراضی تفاوتی را نشان نمی‌دهد؛ ولی بین نسبت افراد کاملاً راضی و کاملاً ناراضی می‌توان تفاوت اندکی را ملاحظه کرد. ۱۱/۳ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که از کیفیت خدمات ارائه شده توسط این وزارتخانه کاملاً ناراضی هستند. در مقابل، تنها ۹/۹ درصد در این باره کاملاً راضی بوده‌اند.

در این باره نیز با در نظر گرفتن سطح تحصیلات و محل دریافت خدمات می‌توان تفاوت‌های معناداری را ملاحظه کرد. میانگین رضایت از کیفیت خدمات ارائه شده توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در بین پاسخگویان با تحصیلات کمتر از دیپلم بیش از دیگر پاسخگویان بوده است (میانگین ۷/۱۳). این میانگین در بین دیپلمه‌ها ۶/۲۱ و در بین افراد دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۱۶ بوده است. همچنین، میانگین رضایت مندی در بین پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال با ۶/۱۳ بیشتر از دیگر واحدها بوده است. میانگین رضایت از کیفیت خدمات در معاونت مطبوعاتی ۶/۰۲، در معاونت سینمایی ۵/۶۲، در معاونت فرهنگی ۵/۲۳ و در معاونت هنری ۳/۶۹ بوده است. با در نظر گرفتن دیگر متغیرها تفاوت معناداری در میانگین رضایت پاسخگویان ملاحظه نمی‌شود.

#### ۴.۷. نگاهی کلی به وضع موجود

غیر از ارزیابی از وضع موجود رفتار عادلانه، ارزیابی از دیگر متغیرها حاکی از وضعیتی نه مثبت و نه منفی در نگرش پاسخگویان به عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است؛ به عبارتی دیگر، به طور کلی بر اساس ارزیابی پاسخگویان می‌توان وضع موجود ارائه خدمات را در تاحدودی مناسب و رضایت‌بخش یافت. در بیشتر شاخص‌ها وضعیتی مشابه را می‌توان ملاحظه کرد. اما دو شاخص وضعیتی متفاوت از سایر شاخص‌های مورد بررسی دارند. این دو، در دو سر طیف میانگین‌ها قرار می‌گیرند؛ به طوری که مثبت‌ترین ارزیابی به تضمین خدمات و منفی‌ترین آنها به چگونگی رعایت عدالت بازمی‌گردد. رضایت از تضمین خدمات در حد متوسط متمایل به زیاد قرار داد؛ ولی ارزیابی از وضع موجود رفتار عادلانه در سطح کم و ضعیف قابل مشاهده است. توجه به شاخص کل نشان می‌دهد که مواردی چون نظم اداری، پاسخگویی، تضمین خدمات، اطمینان از خدمات، کیفیت خدمات و ارزیابی از وضعیت فیزیکی نمره بالاتری یافته‌اند و مقوله‌هایی چون اطلاع‌رسانی، رفتار عادلانه، همدلی، اعتماد به ارباب رجوع، امکان طرح مشکلات و فرایند کلی ارائه خدمات نمره پایین‌تری از شاخص کل داشته‌اند. از این رو، برای ارتقای وضعیت شاخص ارزیابی ضروری است در جهت تقویت مقوله‌های اخیر یعنی شاخص‌هایی که نمره‌های پایین‌تر از میانگین شاخص کل داشته‌اند، تلاش بیشتری به عمل آید.



نمودار ۱۶. ۴. میانگین ارزیابی و رضایت از وضع موجود ارائه خدمات در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

## ۵. بحث و نظر

این بررسی تلاش داشته است تا با سنجش دو مقوله اصلی سطح توقع‌ها و انتظارات و سطح ارزیابی‌ها و رضایت‌مندی پاسخگویان از خدمات موجود، به توصیف وضعیّت موجود و مطلوب عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از دیدگاه خدمت‌گیرندگان و بر اساس مقوله‌ها و متغیرهای تعریف شده بپردازد.

### سطح توقع

در بحث سنجش توقع و انتظار، نُه شاخص یا مقوله و مؤلفه اندازه‌گیری شده هست که در مجموع ارزیابی از وضعیّت مطلوب عملکرد وزارتخانه را از دیدگاه خدمت‌گیرندگان نشان می‌دهد. این نه شاخص و مقوله عبارتند از: توقع از وضعیّت فیزیکی، توقع از اطمینان از خدمات، توقع از تضمین خدمات، توقع از پاسخگویی، توقع از همدلی، توقع از به‌روز بودن فناوری‌ها، توقع از اطلاع‌رسانی، توقع از عدالت و توقع از مشارکت در تصمیم‌گیری. پنج شاخص نخست در مباحث نظری رضایت‌سنجی از سوی پژوهشگران این حوزه مطرح شده است که در این بررسی با عنوان شاخص‌ها و متغیرهای نظری از آنها یاد شده و چهار مقوله دیگر از مطالعات اکتشافی و تأملات نظری پژوهش حاضر به‌دست آمد و در اندازه‌گیری سطح توقع‌ها قرار داده شد.

به طور کلی، می‌توان ملاحظه کرد که سطح توقع و انتظار از حوزه‌های گوناگون عملکردی وزارتخانه بسیار بالاست. میانگین محاسبه شده، به غیر از یک مورد، بیش از نمره ۸ بوده است که حکایت از سطح توقع زیاد پاسخگویان از حوزه‌های عملکردی وزارتخانه دارد.

از بین مقوله‌های پنج‌گانه نظری ارزیابی سطح توقع‌ها، بیشترین میزان توقع مربوط به تضمین خدمات و کمترین آن مربوط به همدلی است. با توجه به میانگین کل سطح توقع‌های پنج‌گانه، توقع از ابعاد وضعیّت فیزیکی (۸/۵۴) و توقع از ابعاد همدلی (۸/۸۶)، توقع از پاسخگویی (۹/۰۵) و توقع از اطمینان از خدمات (۹/۱۱) کمتر از میانگین کل توقع‌ها (۹/۱۳) و در مقابل، تضمین خدمات (۹/۴۰) بیشتر از میانگین کل شده است؛ هرچند تأکید می‌شود میانگین هر پنج شاخص حاکی از بالا بودن سطح توقع در این حوزه‌هاست. اما اگر دیگر

متغیرهای مربوط به اندازه‌گیری سطح توقع را - که برآمده از مطالعات اکتشافی و دیدگاه‌های پژوهشگران این بررسی است - مورد توجه قرار دهیم، ملاحظه می‌شود که توقع از مشارکت در تصمیم‌گیری (۷/۲۶) پایین‌ترین میزان را در بین متغیرهای سنجش توقع دارد؛ به طوری که میانگین سطح توقع در این باره در حد متوسط متمایل به زیاد به دست آمده است. در عین حال، همچنان توقع از تضمین خدمات رتبه نخست سطح انتظار و توقع پاسخگویان را داشته است (با میانگین ۹/۴۰). پس از آن، توقع از اطلاع‌رسانی جای می‌گیرد که بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است (با ۹/۲۹). از این رو، این دو متغیر می‌توانند بیشترین تأثیر را نیز در رضایتمندی خدمت‌گیرندگان از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی داشته باشند.

جدول ۸۰. ۴ درصد و میانگین توقع و انتظار پاسخگویان از ابعاد گوناگون خدمات

در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مقوله‌ها	۱-۳ (اصلاً / کم)	۴-۷ (ناحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	میانگین <sup>۰</sup>
توقع از وضعیت فیزیکی	۱/۶	۱۴/۷	۷۰/۸	۸/۵۴
توقع از اطمینان از خدمات	۱/۳	۵/۹	۸۱/۵	۹/۱۱
توقع از تضمین خدمات	۰/۹	۴/۱	۸۷/۵	۹/۴۰
توقع از پاسخگویی	۱/۲	۶/۴	۸۲/۰	۹/۰۵
توقع از همدلی	۱/۲	۸/۷	۷۷/۳	۸/۸۶
کل توقع‌های نظری پنجگانه	۰/۷	۳/۵	۷۳/۹	۹/۰۷
توقع از به‌روز بودن فناوری نوین	۳/۸	۱۰/۷	۸۵/۲	۹/۰۸
توقع از اطلاع‌رسانی	۱/۳	۵/۶	۸۴/۸	۹/۲۹
توقع از عدالت	۱/۲	۸/۳	۸۱/۹	۹/۱۲
توقع از مشارکت در تصمیم‌گیری	۱۰/۸	۲۳/۰	۶۲/۸	۷/۲۶
کل توقع‌های نه‌گانه	۰/۷	۲/۹	۷۰/۲	۹/۱۳

<sup>۰</sup> میانگین بین عدد ۱ تا ۱۰ قرار دارد. / درصدها سطری است و فاصله جمع درصدهای هر ردیف از ۱۰۰، بی‌پاسخ است.

بر اساس یافته‌های این بررسی، درباره‌ی توقع از وضعیت فیزیکی ملاحظه می‌شود که:

الف. در مجموع، سطح انتظار و توقع از مناسب بودن موارد فیزیکی که موجبات ارائه خدمات را فراهم می‌کند، بالاست.

ب. سطح توقع از مناسب بودن وسایل و امکانات ارائه خدمات بالاتر از سطح توقع از زیبایی بنا و ساختمان است.

ج. هرچند میانگین هر دو در محدوده توقع زیاد جای گرفته است؛ ولی میانگین توقع از زیبایی ساختمان در مرز حد زیاد و حد متوسط توقع و میانگین مناسب بودن وسایل در مرز توقع خیلی زیاد قرار دارد.

د. نتیجه این که از نظر پاسخگویان، اهمیت وسایل مناسب برای ارائه خدمات بیش از ساختمان زیاست.

مجموع دیدگاه‌های پاسخگویان درباره توقع از قابل اطمینان بودن خدمات نیز نشان می‌دهد که:

الف. در کل سطح توقع پاسخگویان از قابل اطمینان بودن خدمات در محدوده خیلی زیاد جای گرفته است.

ب. توقع از عمل کارکنان به تعهدات خود از یک سو بیشترین میانگین را داشته که می‌تواند به علت مواجهه بیشتر مراجعه‌کنندگان با آنان باشد و از سوی دیگر میانگین توقع از این متغیر بیشتر از میانگین کل مقوله قابل اطمینان بودن درآمده است.

ج. علاوه بر این، میانگین توقع از عمل مدیران به تعهدات خود و نیز انجام کار در زمان معین از میانگین کل بالاتر و میانگین انجام کار بدون اشتباه و اعلام پیشینی زمان انجام کار هرچند در سطح بالا قرار دارد؛ ولی از میانگین کل پایین تر است. از این رو، توجه به عمل کارکنان و مدیران به تعهدات خود و انجام کار در زمان معین و اصلاح روندهای موجود در جهت ارتقای کیفی این مقوله‌ها می‌تواند در افزایش رضایت مراجعه‌کنندگان مؤثر باشد.

یافته‌های شاخص توقع تضمین خدمات حاکی از آن است که الف. در بحث تضمین خدمات، جمع شاخص‌ها نشان می‌دهد که سطح توقع در حد خیلی زیاد است. ب. سطح توقع از تضمین اخلاقی خدمات بیش از سطح توقع از تضمین علمی خدمات است. ج. سطح توقع از دانش و مهارت مدیران و کارکنان پایین تر از سطح توقع از درستکار بودن و برخورد محترمانه و مؤدبانه آنان با ارباب رجوع است؛ از این رو، توجه به وجوه اخلاقی خدمات می‌تواند رضایت از تضمین خدمات را فزونی بخشد.

نتایج حاصل از بررسی ابعاد گوناگون مقوله پاسخگویی نیز نشان می‌دهد که:

الف. میانگین کل سطح توقع از پاسخگویی ارائه‌کننده خدمات در حد خیلی زیاد است.

ب. هرچند میانگین تمام شاخص‌های مربوط به این مقوله نشان از سطح توقع زیاد



پاسخگویان دارد؛ ولی سطح توقع از حضور کارکنان به هنگام مراجعه ارباب‌رجوع، کمتر از دیگر موارد بوده است.

ج. شفافیت پاسخ‌ها، ملزم شدن به پاسخگویی و سرعت انجام کار بیشترین سطح انتظار را داشته‌اند.

از بحث توقع همدلی می‌توان این نتایج را استخراج کرد:

الف. میانگین کل توقع همدلی نشان از وجود توقع نسبتاً زیاد در این‌باره دارد.

ب. توقع از انجام روان کارها و قابل درک بودن پاسخ‌ها بیشترین میانگین را داشته است. در بحث

توقع از پاسخگویی نیز ملاحظه شد که میانگین توقع از سرعت انجام کار بسیار بالا بوده است.

ج. سطح توقع از عمل بر اساس پیشنهادهای ارباب‌رجوع کمترین میزان را در بین

شاخص‌های همدلی به خود اختصاص داده که با توجه به اهمیت بیشتر توقع روان بودن کارها

و قابل درک بودن پاسخ‌ها، طبیعی می‌نماید؛ چرا که در صورت روان بودن کارها و انجام آن در

زمان مناسب و سرعت در پاسخ‌دهی، نظر ارباب‌رجوع نیز جلب می‌شود.

یافته‌های بحث توقع از اطلاع‌رسانی نیز حکایت از آن دارد که:

الف. در مجموع سطح توقع از اطلاع‌رسانی در حد خیلی زیاد است و میانگین هر پنج

شاخص این مقوله بین ۹/۱۲ تا ۹/۳۵ بوده است.

ب. کمترین میزان مربوط به توقع از اطلاع‌رسانی درباره انواع خدمات (کامل بودن یا تنوع

داشتن اطلاع‌رسانی) و بیشترین میزان مربوط به توقع از به‌روز بودن اطلاع‌رسانی است.

ج. در این مجموعه توقع از شفاف بودن اطلاع‌رسانی نیز همچون توقع از به‌روز بودن آن نمره

بالایی آورده است. از این رو، توجه به وضعیت اطلاع‌رسانی وزارتخانه و بررسی گلوگاه‌های

ارتباطی با مخاطبان و ارباب‌رجوع‌ها در جهت شفاف‌سازی بیشتر و به‌روز و به‌نگام کردن اخبار و

اطلاعات ضروری مراجعان می‌تواند نقش مؤثری در ارتقای رضایت‌مندی آنان ایفا نماید.

بررسی وضع مطلوب رفتار عادلانه یکی دیگر از ابعاد شناخت وضعیت و میزان توقع

مراجعه‌کنندگان از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بوده است. ارزیابی سطح توقع از ابعاد

گوناگون رفتار عادلانه در وزارتخانه نشان می‌دهد که:

الف. به طور کلی سطح توقع از رفتار عادلانه در حد خیلی زیاد است.

ب. در این بین سطح توقع از صدور عادلانه مجوزها، بیشترین میزان و عدم مداخله

ملاحظات سیاسی در صدور مجوزها کمترین میزان را داشته است. ج. باید تأکید کرد که میانگین سطح توقع در تمام شاخص‌های این مقوله در حد خیلی زیاد است. از این رو، چنین به نظر می‌رسد در تلاش برای اصلاح روندهای موجود، توجه به شاخص‌های عدالت باید در صدر تلاش‌ها قرار گیرد.

### سطح ارزیابی‌ها

ارزیابی از عملکرد وزارتخانه دو بخش کلی را به خود اختصاص داد. اول) ارزیابی از وضع موجود خدمات، دوم) سنجش رضایت پاسخگویان از مقوله‌های نظری ارزیابی عملکرد. همان‌گونه که جدول بعد نشان می‌دهد، منفی‌ترین ارزیابی از وضعیت موجود، به ارزیابی از وضع عدالت در ارائه خدمات (۳/۹۱) و طولانی نبودن فرایند دریافت مجوزها در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (با ۳/۵۹) بازمی‌گردد که کمترین میانگین ارزیابی را بین مقوله‌های ارزیابی و رضایت‌سنجی به دست آورده‌اند. همین نیز موجب کاهش میانگین کل ارزیابی تا ۴/۸۰ شده است. دیگر مقوله‌های ارزیابی هرچند وضعیت متوسطی را نشان می‌دهند؛ ولی میانگین آنها از میانگین کل ارزیابی بیشتر شده است. در این بین، میانگین ارزیابی از کیفیت خدمات (۵/۴۴) و فرایند کلی ارائه خدمات (با ۵/۴۱) بیشترین نمره ارزیابی را نشان می‌دهد. پیش‌تر نیز ملاحظه شد که سطح توقع از تمام شاخص‌های مقوله عدالت بسیار بالا بوده است. حال با پایین بودن میانگین ارزیابی از وضع موجود عدالت می‌توان به وضوح دریافت که یکی از مهم‌ترین چالش‌های موجود و شکاف‌های اصلی بین وضع موجود و مطلوب به ارزیابی پاسخگویان از وضع عدالت در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بازمی‌گردد.

سطح دیگر ارزیابی وضع موجود، سنجش رضایت از شاخص‌ها و مؤلفه‌های اصلی رضایت‌سنجی سازمانی است. در این سطح پنج بُعد مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند که به عنوان مؤلفه‌های نظری حوزه سنجش عملکرد سازمانی مورد توجه بوده‌اند. در بین مقوله‌های پنج‌گانه رضایت‌سنجی، تضمین خدمات (با میانگین ۶/۴۶) بیشترین نمره را داشته است. پیش‌تر نیز ملاحظه شد که سطح توقع از تضمین خدمات (با میانگین ۹/۴۰) بیش از دیگر موارد بوده است. پس از آن، رضایت‌مندی از ابعاد فیزیکی ارائه خدمات (با میانگین ۵/۹۱) جای می‌گیرد که رضایت‌مندی از آن بیش از دیگر

مقوله‌ها عنوان شده است. کمترین میزان رضایت‌مندی به مقوله هم‌دلی (با میانگین ۵/۰) مربوط می‌شود که کمتر از میانگین کل رضایت‌مندی نیز هست. با این حال، میانگین کل رضایت (۵/۷۹) بیش از میانگین کل ارزیابی از وضع موجود ارائه خدمات (۴/۸۰) است.

جدول ۸۱ ۴. درصد و میانگین ارزیابی پاسخگویان از وضع موجود و رضایت‌مندی آنها

از خدمات در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

حوزه	مقوله	۱-۳ (اصلاً / کم)	۴-۷ (تاحدودی)	۸-۱۰ (زیاد)	میانگین <sup>*</sup>
ارزیابی از	اطلاع‌رسانی	۴۱/۳	۳۷/۳	۱۹/۳	۵/۲۶
	عدالت	۳۶/۸	۳۳/۲	۵/۹	۳/۹۱
	مورد اعتماد بودن	۲۴/۸	۴۶/۸	۲۴/۳	۵/۴۱
	فرایند خدمات	۲۵/۲	۴۸/۴	۲۵/۳	۵/۴۲
	کیفیت خدمات	۲۵/۶	۴۷/۴	۲۵/۸	۵/۴۴
	امکان طرح مشکلات	۲۴/۲	۴۸/۰	۲۳/۶	۵/۳۹
	طولانی بودن فرایند دریافت مجوز	۱۰/۵	۳۱/۰	۵۴/۸	۳/۵۹
	نظم اداری	۲۴/۷	۴۲/۶	۳۱/۶	۵/۷۳
رضایت‌ها از	کل ارزیابی	۲۵/۵	۶۶/۲	۸/۴	۴/۸۰
	ابعاد فیزیکی	۱۶/۲	۴۹/۸	۲۳/۷	۵/۹۱
	اطمینان از خدمات	۱۸/۵	۳۷/۸	۲۰/۰	۵/۶۳
	تضمین خدمات	۸/۳	۳۷/۸	۲۸/۶	۶/۴۶
	پاسخگویی	۱۵/۷	۳۵/۲	۱۸/۹	۵/۶۲
	هم‌دلی	۲۳/۳	۳۵/۰	۱۸/۵	۵/۰
	کل رضایت	۱۷/۴	۶۵/۵	۲۶/۱	۵/۷۹
کل ارزیابی و رضایت از وضع موجود	۲۰/۴	۶۲/۴	۱۴/۲	۵/۳۲	

\* میانگین بین عدد ۱ تا ۱۰ قرار دارد. درصدها سطری است. فاصله جمع درصدهای هر ردیف از ۱۰۰، بی‌پاسخ است.

در مجموع، بررسی وضع موجود اطلاع‌رسانی نکات قابل تأملی را نشان می‌دهد که عبارتند از: الف. از نگاه پاسخگویان، در کل، وضع موجود اطلاع‌رسانی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نه مثبت و نه منفی، بلکه وضعیتی بینابینی داشته است. ب. بیشترین ارزیابی مثبت مربوط به کامل بودن و به‌روز بودن اطلاع‌رسانی و کمترین ارزیابی مثبت مربوط به سرعت اطلاع‌رسانی بوده است.

ج. پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی که بیشترین مراجعه‌کنندگان به این وزارتخانه هستند، منفی‌ترین ارزیابی‌ها را از وضع اطلاع‌رسانی داشته‌اند.

د. ارزیابی از دفتر رسانه‌های دیجیتال در زمینه اطلاع‌رسانی مثبت‌تر از معاونت‌های وزارتخانه بوده است. معاونت مطبوعاتی در جایگاه دوم و معاونت امور فرهنگی در رتبه سوم قرار داشته‌اند. پس از آنها نیز معاونت سینمایی و معاونت امور هنری جای می‌گیرند. پاسخگویانی که به معاونت امور هنری مراجعه داشته‌اند، بیش از پاسخگویان دیگر معاونت‌ها از وضع اطلاع‌رسانی ارزیابی منفی‌تری داشته‌اند. با توجه به این که پاسخگویان در بحث اطلاع‌رسانی توقع بالایی داشتند که سرعت اطلاع‌رسانی و به‌روز بودن آن در حد زیاد باشد، می‌توان ملاحظه کرد که مهم‌ترین چالش در وضع موجود اطلاع‌رسانی، سرعت اطلاع‌رسانی به مخاطبان وزارتخانه است.

و. وضعیت ارزیابی از عادلانه بودن رفتار در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی حاکی از آن است که:

الف. از دیدگاه پاسخگویان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در ارائه خدمات به متقاضیان خود در حد متوسط متمایل به کم عادلانه رفتار می‌کند.

ب. کمترین نمرات ارزیابی از عادلانه بودن رفتار مربوط به اختصاص وام‌ها و حمایت‌های مالی و پس از آن مربوط به اختصاص تسهیلات و حمایت‌های غیرمالی می‌شود.

ج. بزرگسالان بیش از میانسالان و آنها بیش از جوانان ارائه خدمات را ناعادلانه توصیف کرده‌اند.

د. افراد با تحصیلات دانشگاهی ارزیابی منفی‌تری از چگونگی رعایت عدالت در ارائه خدمات داشته‌اند.

ه. ارزیابی از عادلانه بودن رفتار در معاونت امور هنری منفی بوده است.

و. رفتار عادلانه در ارائه خدمات در محل‌های دریافت خدمات از منفی‌ترین ارزیابی به این

ترتیب است: معاونت امور هنری، معاونت امور فرهنگی، معاونت امور سینمایی (در برخی موارد جای این دو معاونت عوض می‌شود). معاونت مطبوعاتی و دفتر رسانه‌های دیجیتال.

رضایت از وضع موجود ابعاد فیزیکی ارائه خدمات، یکی از ابعاد پنج‌گانه نظری رضایت از عملکرد سازمانی است. در این باره، با توجه به پاسخ‌های جمع‌آوری شده به طور کلی می‌توان

ملاحظه کرد که الف. میزان رضایت از ابعاد موارد فیزیکی رضایت در حد متوسط است. در این میان، رضایت از وضعیت وسایل و امکانات بیش از رضایت از وضعیت ظاهری ساختمان‌ها و اتاق‌ها بوده است. ب. سطح رضایتمندی افراد با تحصیلات بالاتر در این موارد کمتر از افراد با تحصیلات پایین‌تر بوده است. ج. کمترین میزان رضایتمندی از این دو مقوله را می‌توان در بین پاسخگویان معاونت امور هنری و بیشترین میزان رضایتمندی را در بین پاسخگویان معاونت مطبوعاتی مشاهده کرد. هرچند رضایت از وضعیت ظاهری ساختمان و بنا کمتر از رضایت از وسایل و امکانات موجود بوده است، ولی به خاطر داشته باشیم که توقع از مناسب بودن وسایل و امکانات نیز بیش از توقع زیبایی ساختمان بوده است. از این رو، توجه به امکانات در اختیار برای ارائه خدمات، جایگاه ویژه‌ای در افزایش رضایتمندی ارباب رجوع‌ها دارد.

در بحث رضایتمندی از وضعیت قابل اطمینان بودن خدمات می‌توان این موارد را بر شمرد:  
 الف. سطح رضایت پاسخگویان از ابعاد قابل اطمینان بودن خدمات در حد متوسط بوده است.  
 ب. بیشترین میزان رضایتمندی از عمل کارکنان به تعهدات خود بیان شده است.  
 ج. میانگین سطح رضایت از عمل مدیران به تعهدات خود و انجام بدون اشتباه کارها از میانگین کل رضایت بیشتر و در دو مقوله انجام کار در زمان معین و اعلام پیشینی زمان انجام کار کمتر از میانگین کل بوده است.  
 د. پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی کمتر از دیگران از وضع موجود ابعاد قابل اطمینان بودن خدمات رضایت داشته‌اند.

ه. سطح رضایتمندی در این موارد در معاونت امور هنری کمتر و در دفتر رسانه‌های دیجیتال بیشتر از دیگر مکان‌های ارائه خدمات بوده است. آنچه در این زمینه مشهود است این است که سطح توقع از عمل کارکنان و مدیران به تعهدات خود نیز بالا بوده و خوشبختانه سطح رضایت از این دو مقوله نیز در بین شاخص‌های قابل اطمینان بودن خدمات، بالاترین میزان را داشته است. از این رو، در این مؤلفه، این دو شاخص کمترین شکاف را نشان می‌دهند؛ هرچند که شکاف بین وضع موجود و مطلوب این دو نیز قابل توجه است. آنچه بیش از دیگر شاخص‌ها خودنمایی می‌کند، فاصله ارزیابی وضع موجود و مطلوب انجام کار در زمان معین است که بیش از دو شاخص دیگر است. از این رو، تسریع در انجام کارها و انجام به موقع آنها بالاخص در

زمان تعیین شده می‌تواند تاحدودی در افزایش رضایت‌مندی مؤثر باشد.

در بررسی وضع موجود یا رضایت از ابعاد گوناگون تضمین خدمات ملاحظه می‌شود که:

الف. سطح رضایت پاسخگویان از ابعاد تضمین خدمات که به نحوی وضع موجود آنها را نشان می‌دهد، در حد متوسط کمی متمایل به زیاد است.

ب. از نحوه رفتار کارکنان و پس از آن نحوه رفتار مدیران، بیشترین میزان رضایت‌مندی وجود داشته است.

ج. کمترین میزان رضایت‌مندی مربوط به دانش، مهارت و شایستگی مدیران و پس از آن دانش، مهارت و شایستگی کارکنان بوده است.

د. میانگین رضایت از درستکاری کارکنان نیز بیش از میانگین رضایت از مجموعه شاخص‌های بررسی وضع موجود تضمین خدمات بوده است.

ه. میزان رضایت‌مندی در بین پاسخگویان دارای تحصیلات بالاتر بالاخص تحصیلات دانشگاهی، کمتر از دیگر افراد بوده است. با توجه به یافته‌های این مقوله تلاش برای افزایش مهارت کارکنان و مدیران می‌تواند بخشی از مشکلات موجود در ارائه خدمات به مخاطبان را بکاهد و ارزیابی ارباب‌رجوع را نسبت به وضعیت کارکنان و مدیران بهبود بخشد.

در بحث ارزیابی یا رضایت از ابعاد پاسخگویی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی چند نکته اصلی قابل حصول است: الف) میزان رضایت‌مندی افراد پاسخگو از ابعاد پاسخگویی حکایت از وجود رضایت‌مندی متوسط در این‌باره دارد. ب) میانگین رضایت از حضور به موقع کارکنان و الزام کارکنان به پاسخگویی، بیشتر از دیگر موارد و میانگین رضایت از مدت زمان رسیدگی به درخواست‌ها کمتر از دیگر موارد بوده است. ج) میانگین رضایت از شفاف بودن پاسخ‌ها و الزام مدیران به پاسخگویی نیز بیش از میانگین کل رضایت از پاسخگویی است. د) با افزایش سطح تحصیلات بر میزان افراد ناراضی در زمینه پاسخگویی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کاسته می‌شود. به طوری که پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی بیش از دیگران از وضع پاسخگویی ناراضی بوده‌اند. ه) پاسخگویان معاونت امور هنری و سپس معاونت امور فرهنگی کمترین میزان رضایت را از وضعیت پاسخگویی به درخواست‌هایشان داشته‌اند. و) پاسخگویان دفتر رسانه‌های دیجیتال و معاونت مطبوعاتی بیشترین رضایت را از وضعیت پاسخگویی به درخواست‌هایشان بیان کرده‌اند.

همچنین، سنجش ارزیابی از وضع موجود همدلی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی که با سطح رضایت‌مندی از ابعاد گوناگون آن سنجیده شده، نشان می‌دهد که:

الف. سطح رضایت پاسخگویان از ابعاد همدلی در وزارت ارشاد در حد متوسط بوده است.

ب. کمترین میانگین رضایت‌مندی مربوط به پیشنهادپذیر بودن مدیران و آسانی ملاقات با مدیران و بیشترین میانگین مربوط به قابل درک بودن پاسخ‌ها می‌شود.

ج. سطح رضایت‌مندی پاسخگویان با تحصیلات دانشگاهی کمتر از دیگر پاسخگویان بوده است.

د. میانگین رضایت از همدلی در معاونت امور هنری کمتر از دیگر معاونت‌ها و میانگین رضایت از دفتر رسانه‌های دیجیتال بیشتر از دیگر واحدهای مورد بررسی بوده است.

همان‌گونه که یافته‌ها نشان می‌دهد، میزان رضایت از ابعاد گوناگون کیفیت خدمات و نیز رضایت از ابعادی که در این پژوهش به طور خاص مورد بررسی قرار گرفته است (مانند، همدلی، اطلاع‌رسانی و عدالت) از معاونت امور هنری کمتر از دیگر معاونت‌هاست. چنین به نظر می‌رسد که این وضعیّت ناشی از دشواری‌های بیشتر فعالیت در حوزه‌های تئاتر و موسیقی از نظر پاسخگویان باشد. این دشواری‌ها شامل محدودیت مکان اجرا، محدودیت دفعات اجرا در هر مجوز، محدودیت تعداد اجراها در طول سال به طوری که گاه برخی از هنرمندان در طول سال حتی یک اجرا هم ندارند و سایر محدودیت‌های موجود باشد.

نکته دیگر آن‌که تفاوت بین میانگین سطح توقع و انتظار با میانگین رضایت‌مندی و ارزیابی از وضع موجود قابل توجه است و حکایت از فاصله میان وضع مطلوب و وضع موجود مورد نظر پاسخگویان دارد.

جدول ۸۲ ۴. تفاوت میانگین‌های سطح توقع و رضایت از ابعاد گوناگون کیفیت خدمات

ابعاد	میانگین توقع	میانگین رضایت	تفاوت
ابعاد فیزیکی	۸/۵۴	۵/۹۱	۲/۶۳
اطمینان از خدمات	۹/۱۱	۵/۶۳	۳/۴۸
تضمین خدمات	۹/۴۰	۶/۴۶	۲/۹۴
پاسخگویی	۹/۰۵	۵/۶۲	۳/۴۳
همدلی	۸/۸۶	۵/۰	۳/۸۶
اطلاع‌رسانی	۹/۲۹	۵/۷۹	۳/۵۰
عدالت	۹/۱۲	۳/۹۱	۵/۲۱

• میانگین بین عدد ۱ تا ۱۰ قرار دارد.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، فاصله بین میانگین سطح توقع و میانگین رضایت‌مندی از ابعاد کیفیت خدمات و اطلاع‌رسانی و عدالت در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بین ۲/۶۳ تا ۵/۲۱ است. کمترین فاصله بین سطح توقع و رضایت‌مندی مربوط به ابعاد فیزیکی و بیشترین میزان مربوط به ارزیابی از وضع عدالت بوده است. از این رو، می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه پاسخگویان فاصله بین وضع موجود و وضع مطلوب عدالت در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بیش از دیگر مؤلفه‌ها و ابعاد می‌شود؛ چرا که مقدار شاخص ارزیابی از وضع موجود عدالت کمتر از دیگر مؤلفه‌ها شده است.

#### بررسی فرضیه‌های پژوهش

برای فهم دقیق‌تر وضع موجود ارزیابی از عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و با هدف ارائه راه‌حل‌های اثرگذارتر، چند فرضیه نیز بر اساس چارچوب مفهومی و مباحث نظری پژوهش تدوین شد که مرور و بحث درباره نتایج یافته‌ها می‌تواند برای برنامه‌ریزان وزارتخانه راه‌گشا باشد.

ابتدا باید اشاره کرد که اندازه‌گیری هر متغیر بر روی پیوستاری ۱۰ رقمی انجام شده است؛ به طوری که عدد ۱ نشان‌دهنده عدم رضایت و عدد ۱۰ نشان‌دهنده رضایت کامل بوده است. با این وصف، عدد ۵ حد وسط رضایت‌مندی خواهد بود. حال اگر بخواهیم این پیوستار را در سه طبقه نارضایتی، رضایت‌مندی نسبی و رضایت‌مندی توزیع کنیم، پاسخ‌های ۱ تا ۳ نارضایتی، پاسخ‌های ۴ تا ۷ رضایت‌مندی نسبی و پاسخ‌های ۸ تا ۱۰ رضایت‌مندی را می‌نمایانند. با این توصیف درباره فرضیه‌ها با انجام محاسبات آماری نتایج قابل تأملی به دست می‌آید. در آزمون فرضیه‌ها از آزمون میانگین‌ها استفاده شده است. حتی در فرضیه‌های تک متغیره توصیفی نیز از آزمون میانگین‌های تک متغیره استفاده شده است. درباره این متغیرها، معیار مقایسه میانگین رضایت‌مندی، حد متوسط رضایت یعنی عدد «۵» بوده است.

در این بررسی هفت فرضیه تعریف شد. بررسی فرضیه‌های پژوهش حاکی از وجود روابط معنادار بین متغیرهای پژوهش است. هرچند باید اشاره کرد که بر حسب آماره‌های محاسبه شده، ارتباط بین کل رضایت‌مندی از ابعاد گوناگون خدمات ارائه‌شده با کل توقعات و



انتظارات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، معنادار نبوده است (فرضیه نخست) و به وجهی، سطح کلی توقعات، تأثیر معناداری بر سطح و میزان رضایت از عملکرد وزارتخانه نداشته است، ولی سطح کلی توقعات با ابعاد رضایت‌مندی ارتباط معناداری را نشان می‌دهد و از این جهت می‌توان فرضیه‌هایی را که رابطه برخی از ابعاد ارزیابی وضع موجود را با رضایت‌مندی مورد توجه قرار داده‌اند، تأیید شده یافت.

دومین فرضیه عبارت است از: «اطلاع‌رسانی بهتر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پیرامون ارائه خدمات خود می‌تواند موجب افزایش رضایت‌مندی مراجعان و مشتریان باشد.» بر این مبنا اگر از دیدگاه پاسخگویان، اطلاع‌رسانی به خوبی انجام شود، می‌توان انتظار داشت که آنها از عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نه فقط در حوزه اطلاع‌رسانی، بلکه به طور کلی رضایت بیشتری داشته باشند. یافته‌ها این ارتباط را در سطح معناداری تأیید می‌کند.

ابتدا باید اشاره کرد که ارزیابی از وضع موجود اطلاع‌رسانی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی وضعیتی بینابینی دارد (میانگین ۵/۲۶). علاوه بر این که وضعیت کلی رضایت از عملکرد نیز وضعیتی بینابینی را نشان می‌دهد (میانگین ۵/۷۹). محاسبات مربوط به رابطه این دو متغیر نشان می‌دهد که از یک‌سو، هر قدر وضع اطلاع‌رسانی مثبت ارزیابی می‌شود، سطح رضایت‌مندی نیز افزایش می‌یابد و از سوی دیگر ارتباط بین این دو متغیر قوی و نسبتاً شدید است ( $R=0/592$ ،  $Sig=0/000$ ). از این رو، می‌توان اطلاع‌رسانی مناسب را به عنوان عاملی در ارتقای سطح رضایت‌مندی در نظر گرفت؛ بالاخص آن‌که مهم‌ترین شکاف بین وضع موجود و مطلوب اطلاع‌رسانی، سرعت در اطلاع‌رسانی ارزیابی شده است.

سومین فرضیه مربوط به رابطه متغیرهای زمینه‌ای با سطح رضایت‌مندی است (احتمالاً بین متغیرهای زمینه‌ای دریافت‌کنندگان خدمات و رضایت‌مندی آنان رابطه وجود دارد). بررسی‌ها حاکی از آن است که تمام متغیرهای زمینه‌ای، این ارتباط را نشان نمی‌دهند؛ بلکه تنها با در نظر گرفتن سطح تحصیلات می‌توان تفاوت معناداری را در سطح رضایت پاسخگویان یافت؛ به طوری که با افزایش سطح تحصیلات از میزان رضایت‌مندی پاسخگویان کاسته می‌شود. میانگین رضایت‌مندی پاسخگویان کمتر از دیپلم ۷/۵۲، دیپلم ۶/۶۸ و پاسخگویان دارای تحصیلات دانشگاهی ۵/۴۹ بوده است ( $F=31/265$ ،  $Sig=0/000$ ،  $Eta=0/240$ ). حال با توجه به این‌که

نسبت قابل توجهی از ارباب رجوع‌های وزارتخانه را افراد با تحصیلات بالا تشکیل می‌دهند، ارائه خدمات متناسب با پایگاه اجتماعی مخاطبان اهمیت می‌یابد. چون مخاطبان وزارتخانه به فعالیت‌های فرهنگی مشغول هستند و در حوزه تولید کالاها و خدمات فرهنگی نقش ایفا می‌کنند، در زمره اقشار اثرگذار قلمداد می‌شوند. از یک سو، نخبگان جامعه با این اقشار ارتباط نزدیک‌تری دارند و از سوی دیگر نسبت نخبگان در بین آنان قابل توجه است. از این رو، مواجهه با آنان نیازمند ظرافت‌های خاصی است که یافته‌های این پژوهش به خوبی آنها را می‌نمایاند. مرور سطور بعد وجوه دیگری از لزوم این دقت را نشان می‌دهد.

بررسی فرضیه چهارم (دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هرچه بیشتر احساس عدالت کنند، راضی‌تر خواهند بود) حکایت از وجود رابطه معنادار بین احساس عدالت و رضایت‌مندی از عملکرد وزارتخانه دارد. سطح احساس عدالت از عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در بین پاسخگویان بسیار پایین است (میانگین ۳/۹۱) که نشان‌دهنده میزان احساس عدالت کم است. با افزایش احساس عدالت در برخی از پاسخگویان، میزان رضایت از عملکرد وزارتخانه نیز افزایش می‌یابد ( $R = 0/659$ ,  $Sig = 0/000$ ). ضریب همبستگی، حکایت از وجود رابطه نسبتاً شدید بین این دو متغیر دارد. از این رو، می‌توان احساس عدالت را عاملی مؤثر در افزایش و ارتقای سطح رضایت‌مندی خدمت‌گیرندگان دانست. پیش‌تر نیز ملاحظه شد که از یک سو توقع از رفتار عادلانه در وزارتخانه بسیار بالاست و از سوی دیگر ارزیابی از وضع موجود شاخص‌های عدالت نسبتاً منفی است؛ بالاخص در زمینه اعطای وام‌ها و حمایت‌های مالی و غیرمالی. اصلاح روندها و شفاف‌سازی در این زمینه می‌تواند به اصلاح احساس عدالت از عملکرد وزارتخانه بینجامد و سطح رضایت مراجعان را افزایش دهد.

همچون احساس عدالت، احساس مورد اعتماد بودن نیز بر رضایت‌مندی افراد تأثیر می‌گذارد؛ به طوری که با افزایش احساس مورد اعتماد بودن، بر رضایت‌مندی پاسخگویان از عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نیز افزوده می‌شود؛ به طوری که می‌توان بر حسب ضریب همبستگی محاسبه شده، رابطه نسبتاً قوی و شدیدی را بین این دو متغیر یافت ( $R = 0/650$ ,  $Sig = 0/000$ ). از این رو، فرضیه پنجم نیز تأیید شده تلقی می‌شود (هرچه در

بین دریافت‌کنندگان خدمات این نگرش بیشتر رواج پیدا کند که مورد اعتماد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستند، راضی‌تر خواهند بود). این امر نشان می‌دهد که اگر افزایش سطح رضایت‌مندی برای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی اهمیت دارد، باید بخشی از تلاش آن معطوف به اعتمادسازی و افزایش سطح و کیفیت آن در بین مخاطبان اصلی خود - خدمت‌گیرندگان - باشد؛ به طوری که خدمت‌گیرندگان، به این درک و احساس برسند که وزارتخانه به آنان اعتماد دارد. رسیدن به این جایگاه، نیازمند برنامه‌ریزی و تلاش برای اصلاح برخی فرایندها و امور مربوط به مراجعه‌کنندگان است که در جای جای فصل یافته‌های این پژوهش به آن پرداخته شده است.

فرضیه ششم، نقش و تأثیر وجود امکانات لازم برای طرح مشکلات را در رضایت‌مندی پاسخگویان مورد توجه قرار داده است. ابتدا باید اشاره کرد که از نظر پاسخگویان برای طرح مشکلات دریافت‌کنندگان خدمات، امکاناتی در حد متوسط فراهم شده است (میانگین ۵/۳۹). تنها حدود ۲۳/۵ درصد از پاسخگویان این امکانات را در حد زیاد بیان کرده‌اند. اما، رابطه به‌دست آمده بین ارزیابی از وضع موجود امکانات طرح مشکلات در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با رضایت از عملکرد وزارتخانه، در حد بالایی معنادار است و حکایت از نقش و تأثیر قابل توجه این متغیر بر رضایت‌مندی از افراد دارد ( $R = 0/528$ ،  $Sig = 0/000$ ). وجود امکانات و سازوکارهایی برای بیان مشکلات موجود در فرایند دریافت خدمات، موجبات توجه به ارباب رجوع و خدمات‌گیرندگان را فراهم می‌کند. این توجه در نگرش دریافت‌کنندگان به عنوان ثمربخش بودن حضور آنان و توجه آنان به مشکلات و ارائه راهکارهایی برای رفع مشکلات نقش می‌بندد و در نهایت به نگرش آنان سمت و سوی مثبت می‌دهد.

درباره آخرین فرضیه نیز می‌توان رابطه معناداری را یافت: هرچه فرایند دریافت مجوزها طولانی‌تر و پیچیده‌تر شود، دریافت‌کنندگان ناراضی‌تر خواهند بود. برای این منظور وضعیت موجود طولانی بودن و پیچیده بودن فرایند دریافت مجوز از خود پاسخگو پرسیده شد؛ چرا که واقعیت خود را در نگرش افراد بازتولید می‌کند و همان مبنای قضاوت آنها قرار می‌گیرد. پاسخگویان بر آن بوده‌اند که فرایند دریافت مجوزها نسبتاً طولانی و پیچیده است (میانگین ۷/۴۱). رابطه این متغیر با رضایت‌مندی از عملکرد وزارتخانه حاکی از وجود رابطه معنادار معکوس و در

حد متوسط است؛ به طوری که هرچه ارزیابی از طولانی‌بودن فرایند دریافت مجوزها بیشتر باشد، سطح رضایت‌مندی پاسخگویان کاهش می‌یابد ( $R = -0/259$ ،  $Sig = 0/000$ ). بنابراین، می‌توان به این نتیجه رسید که ارزیابی از وضعیت فرایند اعطای مجوز نیز بر رضایت‌مندی افراد اثرگذار است. در مجموع، این نتیجه قابل حصول است که نخست، سطح رضایت‌مندی از کیفیت خدمات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی چندان زیاد نیست و در حد متوسط ( $5/79$ ) به دست آمده است. در این میان سطح رضایت از تضمین خدمات (میانگین  $6/46$ ) بیش از سایر مقوله‌ها و رضایت از همدلی (میانگین  $5/0$ ) کمتر از دیگر مقوله‌ها بوده است. دوم آن که متغیرهایی چون اطلاع‌رسانی، احساس عدالت، احساس مورد اعتماد بودن، امکان طرح مشکلات موجود و وضعیت و فرایند دریافت مجوزها، علاوه بر سطح تحصیلات پاسخگویان (با توجه به فزونی این دسته از خدمت‌گیرندگان)، با میزان رضایت‌مندی آنها از عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارتباط معناداری دارد. از این رو، توجه به این متغیرها در فرایند نظم اداری و تلاش برای رفع برخی موانع برای بهینه شدن آنها می‌تواند بر افزایش رضایت‌مندی پاسخگویان مؤثر واقع شود.

نکته مهم دیگر، به مباحث نظری بازمی‌گردد. با توجه به آنچه در این بررسی آمد، می‌توان اذعان کرد که مدل پاراسومان برای بررسی سازمان‌های خدماتی ایرانی کافی نیست و ضروری است به مدل‌های بومی برای این منظور دست یافت. این پژوهش تلاش داشت تا با افزودن مفاهیم و متغیرهایی که برای دریافت‌کنندگان خدمات در سازمان‌های دولتی اهمیت دارد، بر مجموعه مفاهیم طرح‌شده از سوی پاراسومان و همکارانش، به مدلی بومی برای سنجش رضایت در سازمان‌های خدماتی دولتی ایرانی دست یابد. در این مدل، علاوه بر توجه به آن ابعاد پنج‌گانه مطرح شده از سوی پاراسومان شامل وضعیت فیزیکی، اطمینان خدمات، تضمین خدمات، پاسخگویی و همدلی، دو شاخص دیگر شناسایی شدند که در کنار این پنج شاخص امکان شناخت دقیق‌تر رضایت مشتریان مؤسسه‌های خدماتی را برای ما فراهم می‌آورند. این دو شاخص عبارتند از وضعیت اطلاع‌رسانی و وضعیت رفتار عادلانه. این دو شاخص برای ارباب‌رجوع ایرانی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و ضروری است در بررسی‌های سنجش رضایت سازمان‌های دولتی، به مدل پاراسومان افزوده شود و مجموع هفت شاخص به عنوان شاخص‌های سنجش رضایت مشتری سازمان‌های ایرانی مدنظر قرار گیرند؛ بالاخص سازمان‌های دولتی خدماتی که خدمت‌گیرندگان به طور مستقیم با آنها در ارتباط هستند.

### برخی پیشنهادها

۱. چون سطح انتظار از اطلاع‌رسانی وزات فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه‌های مختلف از جمله نوع خدمات قابل ارائه و تغییر در مقررات و روند ارائه خدمات بالاست و در مقابل ارزیابی از وضع موجود اطلاع‌رسانی چندان مثبت نیست، ضروری است گام‌هایی برای شناخت نقاط ضعف و قوت اطلاع‌رسانی وزارتخانه برداشته شود (انجام طرح پژوهشی در این باره)، تا بر مبنای اطلاعاتی درست بتوان با رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت و ارائه برنامه‌های مناسب، فضای اطلاع‌رسانی را به خدمت‌گیرندگان وزارتخانه در حد مطلوب ارتقا داد. با توجه به این‌که ارزیابی از وضع موجود اطلاع‌رسانی وزارتخانه نقش قابل توجهی در سطح رضایت‌مندی خدمت‌گیرندگان ایفا می‌کند، اقدام در جهت بهینه‌کردن فضای اطلاع‌رسانی به لحاظ کمی و کیفی می‌تواند سطح رضایت‌مندی از وزارتخانه را افزایش دهد. سرعت در اطلاع‌رسانی و به‌روز و بهنگام کردن آن اولین گام‌هایی است که در جهت اصلاح وضع موجود می‌توان برداشت.

۲. فرایند اعطای حمایت‌های مالی و تسهیلات غیرمالی به شدت مورد انتقاد مراجعه‌کنندگان قرار دارد. این نقد را می‌توان در مورد مراجعه‌کنندگان به واحدهای گوناگون مشاهده کرد. علاوه بر این‌که باید اشاره کرد رفتار عادلانه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اعطای تسهیلات مالی و غیرمالی و صدور مجوزها و ... منفی‌ترین نمره را به خود اختصاص داده است؛ هرچند سطح توقع از عادلانه بودن رفتار بسیار بالاست. از این رو، از دیدگاه خدمت‌گیرندگان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شکاف زیادی بین وضع موجود و وضع مطلوب رفتار عادلانه در این وزارتخانه قابل مشاهده است. پس، ضرورت دارد تا فرایندهای اعطای حمایت‌های مالی و غیرمالی و صدور مجوزها مورد بررسی و بازبینی قرار گیرد و این فرایندها از سوگیری‌های احتمالی سیاسی (آن‌گونه که بیشتر افراد نمونه گفته‌اند) زوده شود. اشاره به این نکته ضروری است که برداشت پاسخگویان از عادلانه بودن رفتار وزارتخانه تأثیر بسیاری در سطح و میزان رضایت‌مندی آنها از عملکرد وزارتخانه خواهد گذاشت.

۳. با توجه به این‌که بیشتر خدمت‌گیرندگان از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی افراد دارای تحصیلات دانشگاهی هستند، ضرورت دارد تا فرایندهای ارائه خدمات بر حسب پایگاه اجتماعی مراجعه‌کنندگان بازتعریف و اصلاح شود. این گروه، حتی منفی‌ترین ارزیابی را از وضع موجود اطلاع‌رسانی داشته‌اند. با توجه به این‌که این گروه برای کسب خبر از مجاری متنوع استفاده می‌کند، توجه به نظر این گروه اهمیت ویژه‌ای دارد.

۴. یکی از عوامل مؤثر در افزایش رضایت‌مندی خدمت‌گیرندگان از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دریافت و فهم آنان از میزان اعتماد وزارتخانه به آنان است. احساس فقدان و یا کمبود مورد اعتماد بودن خدمت‌گیرندگان از سوی وزارتخانه، تا حدود بسیاری بر سطح رضایت از عملکرد وزارتخانه تأثیر دارد. از این رو، بهبود فرایندهای ارائه خدمات بدون توجه به فضای اعتماد نمی‌تواند نقش مؤثری در افزایش سطح و عمق رضایت‌مندی‌ها داشته باشد. پس، ضروری است با اصلاح برخی فرایندها در جهت تعمیق فضای اعتماد همّت گماشت. اعتماد به هنرمندان، ناشران و در مجموع فعالان حوزه‌های هنری و فرهنگی و قرار ندادن آنها در فرایندهای پیچیده و طولانی کسب مجوز و سهل گرفتن فضای فعالیتی در این بخش یکی از خواست‌های عمده پاسخگویان است. در نظر گرفتن این خواست می‌تواند فضای اعتماد موجود را ترمیم و سطح آن را ارتقا دهد.

۵. ایجاد سازوکارهای مناسب برای خدمت‌گیرندگان از وزارتخانه برای طرح بدون دغدغه مسائل و مشکلات جاری بین آنان با وزارتخانه یکی از ضرورت‌های بنیادین حیات سازمان‌های کنونی است. این ضعف از دیدگاه پاسخگویان در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مشاهده می‌شود. از این رو، ضروری است سازوکار و فضای مناسبی شکل گیرد تا ارباب رجوع، به واقع احساس ارباب رجوع بودن کند و بدون اضطراب و دغدغه مسائل و مشکلات موجود در وزارتخانه را از دیدگاه خود بیان کند و عملکرد وزارتخانه را به نقد کشد و دیدگاه‌های خود را برای اصلاح امور بیان کند. در این زمینه باید اقداماتی نیز صورت گیرد تا پیامدهای احتمالی و ناخواسته مفروض ناشی از طرح مشکلات، در بین مراجعه‌کنندگانی که امکان طرح مشکلات را در حد کم و خیلی کم ارزیابی می‌کنند - و این گروه اکثریت را دارند - به حداقل رسد و حتی الامکان به صفر میل کند.

۶. تلاش برای آسان‌کردن ملاقات مدیران بخش‌های مربوطه و پیشنهادپذیر کردن مدیران، در کنار اصلاح برخی روندهای موجود ارائه خدمات با هدف کاهش زمان پاسخگویی به درخواست‌ها موجب می‌شود تا دریافت‌کنندگان خدمات احساس کنند، ارائه‌کنندگان خدمات در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با آنان همدلی دارند. زیرا افزایش سطح احساس همدلی موجب ارتقای سطح رضایت‌مندی از وزارتخانه خواهد شد.

۷. پیش‌بینی مدت زمان دقیق انجام درخواست ارباب‌رجوع در ابتدای زمان ارائه درخواست از سوی او و اعلام این زمان به وی، در کنار انجام کار در زمان تعیین شده و موعد اعلام شده، موجب می‌شود تا شاخص اطمینان از خدمات ارتقا یابد. تأکید به این دو متغیر از آن جهت است که کمترین نمره را در بین متغیرهای تشکیل‌دهنده شاخص اطمینان از خدمات داشته‌اند. اصلاح این وضعیت در افزایش رضایت‌مندی ارباب رجوع تأثیر بالایی خواهد داشت.

۸. از آنجا که دو متغیر دانش و مهارت مدیران و کارکنان بیشترین نقش را در کاهش رضایت‌مندی از تضمین خدمات داشته‌اند، توجه به دو نکته می‌تواند در جهت اصلاح وضع موجود و ارتقای میزان شاخص تضمین خدمات نقش ایفا کند: اول) انتخاب مدیران و کارکنان با توجه و تأکید بر دانش و مهارت و شایستگی شغلی آنان و دوم) برگزاری دوره‌های ضمن خدمت برای افزایش سطح دانش و مهارت مدیران و کارکنان.

۹. برگزاری دوره‌های ضمن خدمت در زمینه‌های مهارت زندگی، مهارت پاسخگویی و مهارت مدیریت وظایف، برای کارکنان وزارتخانه بالاخص بخشی از کارکنان که با ارباب‌رجوع ارتباط مستقیم دارند، بر توان آنان برای انجام بهینه وظایف خواهد افزود. بهره‌گیری از آموزش‌های ضمن خدمت در جهت ارائه بهتر خدمات، به ارتقای سطح رضایت در زمینه تضمین خدمات کمک می‌کند.

۱۰. چون در بحث پاسخگویی، ارزیابی از نقش مدیران و پایین بودن سطح رضایت‌مندی از آنان در مقایسه با دیگر متغیرهای پاسخگویی قابل توجه است، ضرورت دارد تا برنامه مشخصی برای حضور به موقع مدیران بخش‌های مربوطه در محل کار خود و الزام آنان به پاسخگویی به ارباب‌رجوع تدوین شود و آنان بر مبنای آن برنامه عمل نمایند.

## منابع و مأخذ

### منابع فارسی:

- آتش پور، سیدحمید (الف ۱۳۸۴). رضایت مشتری شرط بقاء سازمان. *فصلنامه فرهنگی - اجتماعی احیاء*، شماره ۱۲، سال سوم، تابستان: ۱۴ - ۱۲.
- آتش پور، سیدحمید (ب ۱۳۸۴). مدل ارزیابی مقایسه‌ای در سنجش رضایت‌مندی مشتری. *فصلنامه علمی - فرهنگی احیاء شماره ۱۳*، سال سوم، پاییز: ۳۵ - ۳۲.
- الوانی، سید مهدی و ریاحی، بهروز (۱۳۸۳). تئوری نوین مدیریت کیفیت جامع در بخش دولتی ایران. بازدید شده در [http://www.civilica.com/paper-cqm05-cqm05\\_0190.html](http://www.civilica.com/paper-cqm05-cqm05_0190.html)
- اولادی، سمانه (۱۳۸۷). *ارائه الگوی سنجش رضایت‌مندی مشتری براساس مدل تعالی*. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه تربیت مدرس، ایران.
- بی، ارل (۱۳۸۴). *روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی*. مترجم: رضا فاضل، تهران: سمت.
- پوراشرف، یاسان‌الله (۱۳۸۳). *طراحی مدل مسیر رضایت‌مندی مشتری در بانک‌های تجاری*. پایان‌نامه منتشر نشده دکتری، دانشکده مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- تورپین، دمینگ (۱۳۷۸). *نگرش‌ها و شیوه‌های ژاپنی جهت رضایت مشتری*. مترجم: صدرالله البرزی و مصطفی عبدلی، *ماهنامه تعاون*، شماره ۹۴، تیرماه: ۵۷ - ۳۸.
- تیموری، محمد (۱۳۷۹). *مشخصات سازمان‌های ایرانی، ارائه یک متدولوژی طرح‌ریزی دوباره سازگار با سازمان‌های ایرانی*. پایان‌نامه منتشر نشده کارشناسی ارشد، دانشکده فنی و مهندسی، دانشگاه تربیت مدرس.
- جعفرپیشه، خلیل (۱۳۸۷). *اعتمادسازی از حرف تا عمل*. [نسخه الکترونیکی]. *ماهنامه علمی - آموزشی تدبیر*، شماره ۱۹۶: ۸۷ - ۸۶.
- جهانگیری، علی (۱۳۸۲). *دولت مشتری مدار. فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه*، شماره ۶۱ - ۶۰: ۴۱ - ۳۴.
- حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۷۶). *مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی*. تهران: سمت.
- حافظی، احمد (۱۳۸۸). *قابلیت اطمینان، منشاء رضایت مشتری*. *نشریه پیام ارتباطات*، شماره ۶، نمایه نشریات دانشگاه تربیت مدرس: ۲۸ - ۲۳.



حق‌خواه، اعظم (۱۳۸۸). تدوین و طراحی مدلی برای سنجش رضایت‌مندی مشتریان و عوامل مؤثر بر آن در صنعت لیزینگ؛ مطالعه موردی: شرکت بهمن لیزینگ. ماهنامه تازه‌های اقتصاد، نمایه نشریات دانشگاه تربیت مدرس.

حقیقی، محمد؛ مقیمی، سیدمحمد و کیماسی، مسعود (۱۳۸۲). اثرات کیفیت خدمات و نقش میانجی رضایت‌مندی مشتری. دانش مدیریت، شماره ۶۱ - ۶۰، ص ۷۲-۵۳.

خاکی، غلامرضا (۱۳۸۱). راهبرد مجازی‌سازی دولت: مهم‌ترین چالش پیش‌روی نظام اداری در برنامه چهارم توسعه. فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، شماره ۵۸، ص ۳۶-۲۳.

خاکی، غلامرضا و نژادحاجعلی ایرانی، فرهاد (۱۳۸۶). بررسی مقایسه‌ای عوامل مؤثر بر عملکرد دولتی در استان‌های (الف) و (ب) و ارائه الگویی برای بهبود عملکرد آنها با تأکید بر تکریم و رضایت‌مندی ارباب‌رجوع. فصلنامه اقتصاد و مدیریت، شماره ۱۷۵، ۹۱-۱۰۹.

دواس، دی. ای. (۱۳۷۶). پیمایش در تحقیقات اجتماعی. مترجم: هوشنگ نایی، تهران: نی.

دوورژه، موریس (۱۳۶۶). روش‌های علوم اجتماعی. مترجم: خسرو اسدی، تهران: کیهان.

رازانی، محمود (۱۳۸۸). ارزیابی کیفیت خدمات بخش دولتی. نشریه حمایت، نمایه نشریات دانشگاه تربیت مدرس.

رجب‌بیگی، مجتبی (۱۳۸۷). ابعاد کیفیت خدمات در بخش دولتی. فصلنامه مدیریت دولتی، شماره ۴۰: ۸۴-۷۷. رنجبریان، بهرام، رشیدکابلی، مجید، حق‌شناس، اصغر و یاوری، زهرا (۱۳۸۱). بررسی رضایت مشتری از کیفیت خدمات پس از فروش مورد مطالعه: شرکت زیراکس در استان اصفهان. فصلنامه پژوهش‌های بازرگانی، شماره ۲۵: ۱۴۵-۱۲۷.

روستا، احمد (۱۳۷۸). مهم‌ترین تفاوت‌های خدمت با کالا در مدیریت بازاریابی. ماهنامه تخصصی بازاریابی، شماره ۵: ۱۵-۱.

رهنورد، فرج‌الله (۱۳۸۲). توانمندسازی کارکنان گامی به سوی مشتری‌مداری. فصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، شماره ۵۹: ۳۸-۲۸.

ریاحی، بهروز (۱۳۸۱). مدیریت کیفیت جامع در بخش عمومی. تهران: مرکز آموزش تحقیقات صنعتی ایران. سلطانی، حسین‌علی (۱۳۸۵). ارزش مورد انتظار مشتری. مجله تخصصی بازاریابی، شماره ۵۲: ۴۶-۳۸.

شرفی، زهرا (۱۳۸۷). آشنایی با نظام تکریم ارباب‌رجوع و فرایند اجرایی آن. دانشگاه تربیت مدرس، معاونت پشتیبانی منابع انسانی، مدیریت تشکیلات و روش، بروشور طرح تکریم ارباب‌رجوع: ۴-۱.

شرکت مخابرات استان کرمان (بی‌تا). مبانی رضایت‌مندی مشتریان در سازمان‌های خدماتی دولتی.

منابع و مأخذ ۱۹۳

- شیرزادی، نازنین (۱۳۸۵). مدل‌ها و معیارهای سنجش رضایت‌مندی مشتریان. *ماهنامه بانک و اقتصاد*، شماره ۷۶: ۳۴ - ۲۹.
- صفاری‌نژاد، میثم و رحیمی، صالح (۱۳۸۷). *نگرشی بر مدل‌های سنجش رضایت مشتری*. تهران: مؤسسه کتاب مهربان نشر.
- عالی، صمد (۱۳۸۱). رضایت مشتری. [نسخه الکترونیکی]. *ماهنامه تدبیر*، شماره ۱۳۰: ۷۱ - ۶۷.
- عبدلی، کیوان و فریدون‌فر، صبرا (۱۳۸۶). الگوهای رضایت‌مندی مشتری. [نسخه الکترونیکی]. *ماهنامه تدبیر*، شماره ۱۸۲: ۳۶ - ۳۴.
- فرشیدفرهت، احمد (۱۳۷۹). رضایت مشتری. *نشریه استاندارد*، شماره ۱۰۹: ۲۱.
- کاظمی، سیدعلی‌اصغر (۱۳۷۹). *مدیریت سیاسی و خط‌مشی دولتی*. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- کاوسی، محمد و سقایی، عباس (۱۳۸۸). *روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری*. تهران: انتشارات نامه.
- کردنایج، اسدالله و دلخواه، جلیل (۱۳۸۳). مشتری‌مداری و الگوهای اندازه‌گیری رضایت مشتریان (الگوی صنعت بانکداری). *نشریه مدیریت و توسعه*، شماره ۲۲: ۹۱ - ۸۱.
- لاولاک، کریستوفر و لارن، رایت (۱۳۸۲). *اصول بازاریابی و خدمات*. مترجم: ابوالفضل تاجزاده نمین، تهران: انتشارات سمت.
- متولی حبیبی، مسلم (۱۳۸۶). منشور شهروندی، گامی در بهبود کیفیت خدمات عمومی. [نسخه الکترونیکی]. *ماهنامه تدبیر*، شماره ۱۸۲: ۴۳ - ۴۲.
- محمدی، اسماعیل (۱۳۸۲). *مشتری‌مداری و تکریم ارباب‌رجوع*. تهران: انتشارات خدمات فرهنگی رسا.
- ملکی، آناهیتا و دارابی، ماهان (۱۳۸۷). *روش‌های اندازه‌گیری رضایت مشتری*، *ماهنامه مهندسی خودرو و صنایع وابسته*، سال اول، شماره ۳: ۳۲ - ۲۷.
- منصوری‌تبار، مهرداد (۱۳۸۳). صدای مشتری و عوامل مؤثر بر رضایت مشتری. *ماهنامه روش*، شماره ۹۱: ۵۱ - ۴۹.
- ناصری‌فر، وحید (۱۳۸۵). جنبه‌ها و متغیرهای مختلف مشتری‌گرایی. *مجله تخصصی بازاریابی*، شماره ۵۳: ۲۰ - ۱۴.
- نژادحاجعلی ایرانی، فرهاد (۱۳۸۷). *مدیریت رضایت‌مندی مراجعان در سازمان‌های دولتی*. [نسخه الکترونیکی]. *ماهنامه تدبیر*، شماره ۱۹۷: ۳۳ - ۲۹.
- نوربخش، کامران (۱۳۸۸). ده فرمان مشتری‌گرایی. *نشریه بصیرت*، شماره‌های ۲۱ و ۲۲، *نماینه نشریات دانشگاه تربیت مدرس*: ۱۹۰-۱۸۷.

### منابع لاتین:

- Aydin S., Ozer G., Arasil O., (2005). Customer loyalty and the effect of switching costs as a moderator variable. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 23, No. 1, 89-103.
- Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1990). Five imperatives for improving service quality. *Sloan Management Review*, Summer, 31(4), pp: 29- 38.
- Jamal , Ahmad & Naser, kamal (2002). Customer satisfaction in retail banking: an assessment of some of the key antecedents customer satisfaction in retail banking. *International Journal & bank marketing* 20(4), pp: 149. 160.
- Parasuraman, A. ,Zeithaml, V. A., & Berry , L. L. (1985). A conceptual model & services quality and its implication for future research. *Journal & Marketing* 49 (4), pp: 41.50.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A. (1988). Servqual :A multiple- item scale for measuring customer perception & service. *Quality Journal & retailing* 64(1), Spring, pp: 12-14.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman , A. (1993). The nature and determinants of customer expectation of service. *Journal & the Academy of Marketing Science* 21(1), pp: 1. 12

پیوست‌ها



## مطالعه اکتشافی

### مقدمه

در کنار مطالعه ادبیات تحقیق به منظور معرفی متغیرها و مدل‌های تبیین‌گر و توصیف‌کننده مسئله، مطالعه اکتشافی را سامان دادیم تا بدین ترتیب با ابعاد مختلف مسئله بیشتر آشنا شویم و به برخی از متغیرها و عوامل احتمالی بومی مرتبط با آن دست پیدا کنیم. زیرا نتایج این مطالعه کیفی می‌تواند کمک کند تا بحث‌های چارچوب نظری با شواهد واقعی بومی (نه صرفاً نظری) پشتیبانی شود. علاوه بر این در پایان پژوهش می‌توانیم برای ارائه راهکارها از ترکیب یافته‌های پیمایش و نتایج مطالعه اکتشافی استفاده کرده، پیشنهادهای خود را با دید وسیع‌تر و عمیق‌تری بیان کنیم.

به هر صورت برای انجام مطالعه کیفی دو نفر مصاحبه‌گر ماهر و با تجربه، برای بحث و گفتگو با مصاحبه‌شوندگان خاص که در واقع دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستند، آموزش داده شدند. مصاحبه‌گران با طرح پرسش‌های از پیش آماده شده به صورت حضوری با این افراد به گفتگو پرداختند. محتوای این گفتگو و بحث‌ها را ضبط کردند و در پایان همه آنها را به طور کامل به صورت نوشته‌ای درآوردند. ما بر اساس این یادداشت‌ها و نوشته‌ها به تحلیل مسئله و استخراج متغیرها پرداختیم که در ادامه خواهد آمد.

مصاحبه‌شوندگان که با سطوح مختلف مدیریتی وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی در تماس بوده و به عنوان دریافت‌کنندگان خدمات دولتی تجارب قابل توجهی از تعامل با

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی داشته‌اند، در بحث و گفتگوی خود با پرسشگران ما به عوامل متعددی به عنوان عوامل رضایت‌مندی مشتریان اشاره کرده‌اند. همچنین مسایل و مشکلات مختلفی را مورد توجه قرار دادند که تأمل درباره آنها می‌تواند دارای اهمیت باشد. جدول زیر افراد مصاحبه شونده را نشان می‌دهد.

جدول الف. افراد مصاحبه شونده در مطالعه اکتشافی

تعداد(نفر)	مصاحبه شونده
۱	مدیر بخش اجرایی تحریریه
۱	مدیر ماهنامه
۳	مدیر نشر
۱	عضو انجمن خبرنامه
۲	مدیرمسئول مجله
۱	کارمند روابط عمومی نشریه
۱	واردکننده کاغذ
۲	مدیر شرکت رسانه دیجیتال
۱	مدیرمسئول سایت اینترنتی
۱	مدیر لوح فشرده
۲	مدیر آموزشگاه موسیقی
۳	مدیرمسئول روزنامه
۱۹	جمع

در ادامه ابتدا دیدگاه‌های مصاحبه‌شوندگان، دسته‌بندی، تلخیص و تحلیل خواهد شد و سپس متغیرهای نهفته در آنها شناسایی و فهرست‌وار معرفی می‌شوند. این متغیرها، در چارچوب مفهومی پژوهش استفاده شده و بر مبنای آن پرسش‌هایی تدوین و در پرسشنامه گنجانده شده‌اند.

### ۱. اطلاع‌رسانی

یکی از مسائلی که مورد تأکید مصاحبه‌شوندگان است، نحوه اطلاع‌رسانی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که می‌تواند در رضایت متقاضی خدمات مؤثر باشد. همچنین، از این متغیر می‌توان به عنوان تقاضا و انتظار مشتریان نام برد. از مصاحبه چنین برمی‌آید که در حال حاضر اطلاع‌رسانی وزارتخانه از چند نظر مورد انتقاد است:

**الف. اطلاع‌رسانی به‌روز نیست یا حداقل از این نظر به اندازه کافی راضی‌کننده نیست**  
تعدادی از مشتریان نمی‌توانند بعد از گرفتن مجوز یا عضویت در مجموعه‌ای از دریافت‌کنندگان خدمات اطلاعات مربوط به خود را به فاصله کم ملاحظه کنند. برخی از اخبار مربوط به فعالان فرهنگی دیر اطلاع‌رسانی می‌شود و حتی گاه این اخبار از سوی همکاران شنیده می‌شود تا اطلاع‌رسانی وزارتخانه.

#### **ب. کافی و شفاف نبودن اطلاع‌رسانی**

اطلاع‌رسانی‌ها از کفایت و شفافیت لازم برخوردار نیستند، به طوری که نمی‌توانند به سوالات و ابهامات متقاضیان خدمات پاسخ دهند. بدین لحاظ مراجعان به بخش‌های مختلف وزارت ارشاد نیاز به راهنمایی‌های متعدد پیدا می‌کنند؛ در نتیجه به کارمندان و کارشناسان این بخش‌ها مراجعه می‌کنند که یا پاسخ دریافت نمی‌کنند یا اگر پاسخی هم دریافت می‌کنند پاسخگوی سوالات و ابهامات آنها نیست که این وضعیت موجب نارضایتی آنها می‌گردد.

#### **ج. عدم اطلاع‌رسانی در برخی موارد**

این ادعا وجود دارد که در برخی موارد اصلاً اطلاع‌رسانی صورت نمی‌گیرد یا بسیار دیر اطلاع‌رسانی می‌شود؛ برای مثال در مورد چگونگی شرایط و زمان پرداخت وام‌ها یا حمایت‌های مالی یا زمان برگزاری آزمون‌های مختلف، از جمله آزمون هنرستان موسیقی اطلاع‌رسانی یا انجام نمی‌شود یا پوشش مناسب ندارد. این وضعیت باعث می‌شود که تنها عده خاصی که از موارد فوق خبر دارند بتوانند از چنین خدماتی استفاده کنند. این‌گونه بی‌توجهی در اطلاع‌رسانی نیز موجب نارضایتی مشتریان وزارت ارشاد می‌گردد.

### **۲. سرعت ارائه خدمات در وزارت ارشاد**

از محتوای مباحث مطرح‌شده در مطالعه اکتشافی چنین برمی‌آید که سرعت و سهولت ارائه خدمات یکی از منابع رضایت دریافت خدمات است در بحث‌ها تأکید شد:

- فرایند انجام امور سنتی، زمان‌بر و طولانی است.
- قواعد و قوانین اداری موجود برای دریافت خدمات دست و پاگیر، اضافی و غیرضروری است، بدین لحاظ به برخی درخواست‌ها جواب داده نمی‌شود.



- از تکنولوژی روز دنیا برای ارائه خدمات استفاده نمی‌شود که این امر به شدت از سرعت ارائه خدمات می‌کاهد. برای مثال برای ثبت‌نام، تکمیل فرم‌ها، انگشت‌نگاری و ارسال مدارک در برخی حوزه‌ها یک‌سال زمان لازم است.

- زمان بررسی درخواست‌ها و پرونده‌ها مطلوب نیست؛ به طوری که ماه‌ها (و در برخی موارد سال‌ها) طول می‌کشد تا به درخواست و پرونده‌ای، رسیدگی و به متقاضی پاسخ روشن داده شود، گرچه در این فرایند، عمدی در کار نیست. اما در مدیریت فعلی ارائه خدمات، این مشکل ناراضی‌کننده وجود دارد.

- متمرکز بودن نیروها و یکپارچه شدن روند کارها از طریق سیستم رایانه‌ای می‌تواند منجر به تسریع انجام امور و ارائه خدمات گردد. اما مراجعه به کارمندان و کارشناسان مختلف در مکان‌های مختلف برای دریافت خدمت زمان‌بر است و موجب ناراضی مشتری می‌شود.

- نبود نظم مورد قبول در بخش‌های مختلف سازمان ارائه‌کننده خدمات در بین کارکنان، موجب سرگردانی ارباب‌رجوع و کندی انجام امور می‌شود، در نتیجه هزینه فرصت و زمان دریافت خدمات افزایش پیدا می‌کند و ناراضی مشتریان را به دنبال می‌آورد.

### ۳. تخصص و مهارت ارائه‌کنندگان خدمات

یکی دیگر از مباحث به میزان تخصص کارکنان و مدیران وزارت ارشاد مربوط می‌شود. معلوم است هنگامی که مدیران و کارکنان به وظایف خود تسلط کافی داشته، از توانایی فنی بالایی در انجام کارهای خود برخوردار باشند، به سرعت و راحتی می‌توانند مسائل و درخواست‌های متقاضیان خدمات را درک و آنها را به درستی راهنمایی کنند، علاوه بر این که وظایف خود را به درستی انجام دهند. این امر موجب ارزیابی مثبت ارباب‌رجوع می‌شود و رضایت‌مندی آنان را فراهم می‌سازد. از محتوای مصاحبه‌ها آشکار می‌شود که جابه‌جایی مدیران به فواصل زمانی کوتاه باعث می‌شود مدیران تجربه و مهارت عملی کافی در انجام کارها پیدا نکنند. علاوه بر این در برخی بخش‌ها کارکنان و کارشناسان انجام اموری را بر عهده گرفته‌اند که در مورد آن تخصص و مهارت کافی ندارند؛ برای مثال در حوزه رسانه‌های دیجیتال، تصمیم‌گیرندگان و کارشناسان وزارت ارشاد از تخصص کافی برخوردار نیستند. بدین لحاظ به ابعاد و عمق مسائل و نیازهای دریافت‌کنندگان خدمات در این حوزه‌ها کمتر واقف هستند.

در حوزه موسیقی و هنر، کارمندان و مدیرانی که رشته و تخصصشان اصلاً به موسیقی و هنر مربوط نمی‌شود، مشغول انجام وظیفه هستند. بنابراین تناسب تخصص و مهارت کارمندان با وظایف آنها از عوامل مؤثر بر رضایت دریافت‌کنندگان خدمات است.

#### ۴. پاسخگویی مدیران و کارکنان

یکی دیگر از عواملی که در رضایت دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت ارشاد مؤثر است، میزان پاسخگویی کارکنان است. از محتوای مصاحبه این ادعا عیان می‌شود که پاسخگویی در بخش‌های مختلف وزارت ارشاد رضایت‌بخش نیست. بر اساس این ادعا مدیران رده بالایی وزارت ارشاد را به راحتی و در مواردی حتی به دشواری نیز نمی‌توان ملاقات کرد. در خیلی از موارد هنگام مراجعه به بخش‌های مختلف، کارشناسان و کارمندان مسئول حضور ندارند یا هنگامی که کارمندی به مرخصی می‌رود فرد دیگری نیست که به جای او جوابگوی مراجعان و ارباب‌رجوع باشد. مصاحبه‌شوندگان مدعی هستند که برخی کارکنان به سوالات جواب نمی‌دهند یا به تندی جواب می‌دهند. اغلب به مکاتبات پاسخی داده نمی‌شود یا این که مدت زمان زیادی طول می‌کشد تا مکاتبه‌کننده جواب خود را دریافت کند. علاوه بر این در برخی موارد جوابگویی مسئولان و کارشناسان از شفافیت لازم برخوردار نیست. این امر موجب سرگردانی و نارضایتی متقاضیان دریافت خدمات می‌شود. همچنین، پیشنهادپذیری کارکنان پایین است و فضای مناسب برای طرح مسائل و مشکلات دریافت‌کنندگان خدمات وجود ندارد. در صورتی که میزان پاسخگویی زیاد باشد، تعامل بین مدیران و کارکنان از یک سو و ارباب‌رجوع از سوی دیگر از کیفیت بالایی برخوردار می‌شود و موجب رضایت خواهد شد.

#### ۵. صدور مجوزها

یکی از مواردی که تأکید زیادی روی آن وجود دارد و از آن می‌توان به عنوان عاملی برای ایجاد نارضایتی در میان متقاضیان دریافت خدمات از وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی یاد کرد فرایند صدور مجوزهاست. در این باره چند مسئله وجود دارد که چنین گفته شده است:

- فرایند دریافت مجوزها طولانی است. احتمالاً این فرایند پیچیده و همچنین تعداد واحدهای کار مورد نیاز برای دریافت مجوز زیاد و شاید در مواردی اضافی است.

- مدت زمان رسیدگی به درخواست مجوزها طولانی است؛ به طوری که در مواردی تا دو سال طول می‌کشد. برای مثال برای دریافت مجوز اجرای کنسرت باید مدت زیادی به انتظار نشست.
- در مواردی مجوزها را برای یک دوره زمانی معین مثلاً یک‌ساله صادر می‌کنند که تمدید آن چند ماه طول می‌کشد. بنابراین عملاً دریافت‌کنندگان مجوز، فرصت کمتری برای استفاده از مجوزشان دارند.
- مدت انتظار برای دریافت مجوز نشر دیجیتال خیلی طولانی است. در حالی که فعالیت در حوزه تولید و نشر نرم‌افزار به لحظه‌ها وابسته است. در این حوزه زمان بسیار مهم است و متقاضی نمی‌تواند به مدت طولانی صبر کند؛ زیرا دچار ضرر و زیان می‌شود. به نظر می‌آید در مورد نشر الکترونیک، چارچوب مشخصی وجود ندارد. از طرف دیگر کنترل نشر نرم‌افزاری کاری بسیار دشوار است. این عوامل باعث می‌گردند که صدور مجوزها در این حوزه، طولانی یا در مورد آن به صورت سلیقه‌ای تصمیم‌گیری شود.

#### ۶. رابطه‌مداری

یکی دیگر از عواملی که بر رضایت یا نارضایتی دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی تأثیر می‌گذارد، وجود رابطه‌مداری به‌جای قانون‌مداری در ارائه خدمات است. مطالعه اکتشافی حاضر نشان می‌دهد که در پاره‌ای موارد براساس رابطه‌ای که متقاضیان خدمات با کارمندان یا مسئولان ارائه‌کننده خدمت دارند، موفق به دریافت خدمات مورد نیاز خود می‌شوند؛ در حالی که دیگر افراد در شرایط یکسان به این امر موفق نمی‌شوند. بنابراین می‌توان گفت که تبعیض در ارائه خدمات وجود دارد. از جمله مواردی که چنین ادعاهایی در مورد آنها وجود دارد عبارتند از:

#### - دریافت وام‌ها و تسهیلات (حمایت مالی)

این احتمال وجود دارد که شرایط و زمان دقیق پرداخت وام و تسهیلات اعلام نشود یا در این مورد به طور کل پنهان‌کاری صورت گیرد. در چنین مواردی طبیعی است که فقط افرادی می‌توانند به وام دست پیدا کنند که از طریق روابط خود با کارکنان این اطلاعات را کسب کرده باشند و توسط آنها حمایت شوند. همچنین در حوزه رسانه‌های دیجیتال تأکید می‌کنند که آنها

پیوست‌ها ۲۰۳

حق دریافت کمک مالی را دارند؛ ولی چنین تسهیلاتی دریافت نمی‌کنند؛ برای مثال علاوه بر مالکان و مدیران سایت‌ها، کارکنان سایت‌های معتبر نیز نمی‌توانند مثل خبرنگاران، تسهیلات دریافت کنند.

#### - دریافت مجوزها

این احساس وجود دارد که هنگام دریافت مجوزها نیز رابطه، مهم‌تر از ضابطه است؛ برای مثال شواهد حاکی از آن است که ممکن است کتابی توسط یک انتشاراتی نتواند مجوز چاپ و نشر بگیرد؛ اما همان کتاب توسط یک انتشاراتی دیگر منتشر شود.

در این باره برخی مدعی هستند که انتشاراتی‌ها طبقه‌بندی شده‌اند. چگونگی رابطه انتشاراتی‌ها با ارائه‌دهندگان خدمات در وزارت ارشاد، تعیین‌کننده دریافت مجوزها و دیگر خدمات است.

برخی تأکید کردند که ملاک‌های ارزیابی کتاب‌ها، مشخص و شفاف نیست و این موضوع به کاربرد رابطه به‌جای ضابطه بستگی دارد.

#### - استفاده از دیگر حمایت‌ها

ممکن است در دریافت حمایت‌های دیگر (به‌جز حمایت مالی) نیز تبعیض وجود داشته باشد؛ یعنی کسانی که روابط خوبی با مدیران و کارکنان دارند، می‌توانند موفق به کسب حمایت شوند که این امر می‌تواند موجب نارضایتی دیگران شود؛ برای مثال گفته می‌شود که برخی آموزشگاه‌ها به راحتی می‌توانند کنسرت برگزار کنند و به برخی دیگر چنین فرصتی داده نمی‌شود.

ممکن است خود مدیران به نام اعضای خانواده خود، مؤسسه هنری تأسیس کرده، آن را مورد حمایت قرار دهند.

همچنین احتمال دارد که برخی از انتشاراتی‌ها به دلیل داشتن روابط محکم با مدیران و کارکنان موفق شوند کتاب‌های بیشتری به وزارت ارشاد بفرستند؛ در حالی که برخی دیگر نتوانند از این مزایا استفاده کنند.

#### ۷. چگونگی تعامل مدیران و کارکنان وزارت ارشاد با دریافت‌کنندگان خدمات

بر اساس شواهد موجود چگونگی تعامل مدیران و کارکنان ارائه‌کننده خدمات با متقاضیان نیز می‌تواند موجب رضایت یا نارضایتی شود. از شواهد موجود چنین برمی‌آید که مشتریان

ناراضی وزارت ارشاد از این تعامل ناراضی هستند. بر اساس ادعای آنها برخی مدیران از موضع بالا و به صورت اقتدارگرایانه با مشتریان برخورد می‌کنند که این‌گونه رفتارها در میان دریافت‌کنندگان خدمات مطلوب نیست. در واقع مشتریان وزارت ارشاد خود را اهل فرهنگ و هنر می‌دانند؛ بدین خاطر هنگام تعامل با بخش‌های مختلف وزارت انتظار دارند:

- با آنها محترمانه و مناسب برخورد شود.
  - آنها را غریبه محسوب نکنند، بلکه به عنوان جزئی از خانواده بزرگ وزارت ارشاد قلمداد نمایند.
  - نوع نگرش و رفتار مدیران و کارکنان وزارت ارشاد یک بعدی و تحت تأثیر ملاحظات سیاسی نباشد و همه را به یک چشم ببیند.
  - مدیران و کارشناسان در رفتارشان نشان دهند که به دریافت‌کنندگان خدمات و اهل فرهنگ و هنر اعتماد و اطمینان دارند.
  - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شرایطی فراهم کند تا آنها (نمایندگان آنها) بتوانند در فرایند تصمیم‌گیری درباره حوزه خودشان شرکت کنند.
- با توجه به مسائل و بحث‌های مطرح شده در مطالعه اکتشافی که مورد تحلیل و اشاره قرار گرفت به طور مشخص عوامل زیر را به عنوان متغیرهای تأثیرگذار بر رضایت‌مندی دریافت‌کنندگان خدمات از وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی معرفی می‌کنیم:

۱. به‌روز بودن اطلاع‌رسانی
۲. کافی و کامل بودن اطلاع‌رسانی
۳. شفاف‌بودن اطلاع‌رسانی
۴. میزان دست و پاگیر بودن قوانین اداری در وزارت ارشاد
۵. کاربرد فناوری نوین برای ارائه خدمات
۶. میزان نظم موجود در بخش‌های مختلف ارائه‌دهنده خدمات
۷. میزان تخصص و مهارت ارائه‌دهندگان خدمات در هر بخش
۸. میزان دشواری ملاقات با مدیران
۹. حضور مداوم کارشناسان و کارکنان در محل کار خود

۱۰. عدم پاسخ به نامه‌ها و درخواست‌ها
  ۱۱. میزان شفافیت پاسخ‌ها
  ۱۲. مدت زمان رسیدگی به درخواست‌ها و پرونده‌ها
  ۱۳. طولانی و پیچیده بودن فرایند دریافت مجوزها
  ۱۴. رابطه‌مداری در ارائه وام‌ها و تسهیلات
  ۱۵. رابطه‌مداری در صدور مجوزها
  ۱۶. رابطه‌مداری در حمایت‌ها (علاوه بر تسهیلات و مجوزها)
  ۱۷. محترمانه بودن یا نبودن رفتار مدیران و کارکنان
  ۱۸. همه متقاضیان دریافت خدمات را به یک چشم دیدن
  ۱۹. وضع میزان اعتماد وزارت ارشاد به دریافت‌کنندگان خدمات
  ۲۰. میزان مشارکت نمایندگان حوزه‌های مختلف فرهنگی و هنری در تصمیم‌گیری‌های مربوط به آنها
  ۲۱. میزان پیشنهادپذیری مدیران
  ۲۲. وجود امکانات و شرایط مناسب برای طرح مشکلات دریافت‌کنندگان خدمات
- این مفاهیم و متغیرها را می‌توان در سه گروه جای داد:
- دسته اول: متغیرهایی که بر اساس مباحث و نظریات مطرح شده به‌خصوص دیدگاه پاراسورمان و همکارانش به مفهوم کیفیت خدمات مربوط می‌شوند؛ به عبارت دیگر این دسته شامل متغیرهایی هستند که در ادبیات تحقیق وجود دارند و در مطالعه اکتشافی ما نیز تکرار شده‌اند.
- دسته دوم: متغیرهایی که گرچه تازگی دارند اما در واقع معرف‌های شاخص‌های مفهوم کیفیت خدمات و برخی دیگر از مفاهیم و متغیرهایی استخراج شده از ادبیات تحقیق هستند. بنابراین می‌توانیم از آنها به عنوان متغیرهای بومی (معرف‌های بومی) برای تکمیل سنجش مفاهیم و شاخص‌ها استفاده کنیم که در بخش روش تحقیق به آنها اشاره شده است.
- دسته سوم: شامل متغیرهایی می‌شوند که حاصل مطالعه اکتشافی هستند و در مباحث نظری مطرح نشده‌اند؛ اما این متغیرها را به صورت مستقل در مدل نظری تحقیق وارد کرده‌ایم.

## مشروح مصاحبه‌های کیفی

### بیش گفتار

پیش از ارائه متن پیاده شده سخنان مدیران و نهادهایی که در این پژوهش مشارکت کردند ذکر برخی نکات لازم به نظر می‌رسد. نخست این که برای انجام این گفتگوها به ۲۰ نهاد فرهنگی - انتشاراتی یا مطبوعاتی مراجعه شد که از این تعداد فقط ۹ نهاد حاضر به انجام مصاحبه شدند. برخی به دلایل مشکلات عدیده‌ای که در ارتباطات با وزارت ارشاد در سال‌های اخیر داشتند، حاضر به مصاحبه نشدند و برخی نیز متأسفانه با بی‌مهری و بی‌توجهی و حتی گاه بدخلقی از کنار آن گذشتند. تعدادی نیز وعده دیدار دادند اما به دلیل مشغله و... وعده دیرتر دادند.

شایان گفتن است که بیشتر مصاحبه‌شوندگان از درج هویت و معرفی‌شان به ارشاد اکراه داشتند. ما نیز با رعایت این مسئله، امانتدار نام و نشان آنها بوده‌ایم.

### گفتگو با مدیرمسئول محترم سایت ...

پرسش: در مورد خدماتی که از وزارت ارشاد به عنوان یک سایت خبری - تحلیلی دریافت می‌کنید، توضیحاتی دهید و بفرمایید که با چه سطح از مدیران ارشاد ارتباط دارید؟  
پاسخ: ما از دو سال پیش تا کنون با معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد در ارتباط بوده‌ایم.  
پرسش: فقط خود معاونت یا این که با کارشناسان و بدنه وزارت ارشاد نیز ارتباط دارید؟  
پاسخ: هم کارشناسان، هم مسئول روابط عمومی و هم معاون مطبوعاتی.

**پرسش:** ارتباط شما چگونه بوده است؟ کار اداری‌ای که با آنان داشته‌اید در چه سطحی بوده؟ مثلاً برای گرفتن مجوز، مشکل خاصی نداشتید؟

**پاسخ:** نه! ما در این مورد مشکل خاصی نداشتیم. فقط می‌خواستیم گواهی ثبت ... را از معاونت مطبوعاتی و در واقع از اداره کل مطبوعات داخلی بگیریم که نسبتاً همکاری خوبی شد. البته دوستان ما در سایت ناگزیر شدند دو، سه روز پیاپی به آنجا مراجعت کنند؛ اما به هر حال، کار در عرض ۱۰ روز انجام شد.

**پرسش:** مراجعه به چه خاطر بود؟

**پاسخ:** دریافت گواهی ثبت.

**پرسش:** نه! منظورم تکرار مراجعات بود.

**پاسخ:** بله! یک روز برای تحویل این درخواست مراجعه شد. چند روز بعد برای اخذ گواهینامه مراجعه شد. اما گفته شد که کارشناس مربوطه در مرخصی است و کس دیگری هم نیست که پاسخگو باشد و خواسته شد که روز دیگری مراجعه شود. همکاران ما روز دیگری، باز مراجعه کردند و گواهی را گرفتند.

**پرسش:** نظر شما در مورد کارشناسان وزارت ارشاد چیست؟ و در کل چه ارزیابی در این باره دارید؟

**پاسخ:** کارشناسانی که دوستان ما به آنها مراجعه کردند، کارشناسان آگاه و مطلعی بودند.

**پرسش:** پس کلاً عملکرد مدیران ارشاد در ارتباط با شما خوب بوده است؟

**پاسخ:** من نمی‌خواهم بگویم خوب بوده است، گرچه همین هم مایه رضایت نسبی است، اما اتفاقی که اخیراً افتاده این است که معاون مطبوعاتی از طریق مسئول محترم روابط عمومی‌شان ارتباطی با سایت گرفته و خواسته‌اند که خبرهای معاون مطبوعاتی (آقای ...) را در سایت ... پوشش دهیم. سخنرانی‌هایی که ایشان انجام می‌دهند یا اطلاعیه‌هایی که صادر می‌کنند را ... پوشش دهیم و ... هم این کار را با سرعت زیاد انجام داده است؛ چون هدف ما اطلاع‌رسانی است و تلاش کرده‌ایم که بی‌طرفانه عمل کنیم و کار را حرفه‌ای انجام دهیم، به رغم این حسن نیت، چندین بار، یعنی حدود یک ماه است که بنده به عنوان مدیرمسئول خواسته‌ام با معاون محترم مطبوعاتی ملاقاتی داشته باشم، اما این امکان حاصل نشده و



هر بار با بهانه‌ای این ملاقات به بعد موکول شده و این باعث تعجب و تأسف ماست.

**پرسش:** آیا وزارتخانه غیر از مجوز، مزایای دیگری نیز برای سایت‌های خبری قائل است؟

**پاسخ:** برای ما نه! یا لاقلاً ما خبر نداریم که آیا چنین امکاناتی برای سایت‌های خبری هست یا نه. اگر هم باشد ما از آن بی‌بهره‌ایم.

**پرسش:** یعنی شما فقط مجوز را از وزارت ارشاد می‌گیرید و بیش از این حمایتی صورت نمی‌گیرد؟

**پاسخ:** بله! ما فقط مجوز سایت را گرفته‌ایم و هیچ‌گونه کمکی به ما نمی‌شود. از ما می‌خواهند که به آنها کمک بکنیم اما خودشان تاکنون کمکی به ما نکرده‌اند.

**پرسش:** ارزیابی کلی شما و احیاناً انتظاری که از مدیران ارشاد دارید، چیست؟

**پاسخ:** انتظار ما این است که نوع نگرش و برخورد و رفتارشان کاملاً فرهنگی، حرفه‌ای و کارشناسانه باشد. خدای ناکرده در نوع نگرش‌ها و برخوردها، ملاحظات سیاسی و برخوردهای سیاسی و باندی و جناحی را دخیل نکنند و تلاش کنند وظیفه دولتی و ملی‌شان را در قبال فرهنگ کشور به درستی و منصفانه و حق‌مدارانه به انجام برسانند.

**پرسش:** شما این خواسته را چقدر به حق می‌دانید؟ انتظاری که دارید، با توجه به میزان

امکانات و توانمندی وزارت ارشاد، آیا کار دشواری نیست؟

**پاسخ:** انجام این کارها به نظر من کار دشواری نیست. وزارت ارشاد بودجه و منابع کمی ندارد و همان‌گونه که رئیس‌جمهور فرموده‌اند: «این دولت، دولت همه ملت ایران است؛ نه دولت طرفداران دکتر احمدی‌نژاد.» تمام مردم ایران و تمام شخصیت‌های حقیقی و حقوقی که حقی و سهمی در این کشور و نظام دارند، باید عادلانه و منصفانه و فارغ از هرگونه گرایش‌های جناحی و سیاسی از امکاناتی که قانون و دولت معین کرده، بتوانند برخوردار باشند.

**پرسش:** یعنی شما معتقدید هم‌اکنون تا حدی جناحی و سیاسی عمل می‌شود؟

**پاسخ:** من برای این که منصفانه اظهار نظر کرده باشم، باید بگویم که حداقل کسانی که در بیرون به رفتار وزارت ارشاد نگاه می‌کنند، اهالی رسانه‌های مستقل که مشخصاً به عملکرد معاون مطبوعاتی و وزارت ارشاد نگاه می‌کنند، تلقی تعداد قابل توجهی این است که گرایش‌های سیاسی، تأثیر جدی در میزان کمک‌هایی که به فعالان مطبوعاتی می‌شود، دارد.

**پرسش:** اگر بحث دیگری دارید؛ بفرمایید.

**پاسخ:** نمی‌دانم بحثی که دارم چقدر با موضوع پروژه شما ارتباط پیدا می‌کند؛ اما فکر می‌کنم همان‌گونه که مطبوعات مستحق دریافت کمک از معاونت مطبوعاتی وزارت ارشاد هستند، سایت‌های معتبر و پرمخاطب نیز باید برخوردار بشوند. این باعث تعجب ماست که می‌بینیم بعضی مطبوعاتی که شاید در هر شماره کمتر از دو، سه هزار مخاطب دارند، کمک‌های خوبی از معاونت مطبوعاتی ارشاد دریافت می‌کنند. اما سایتی مثل ... که روزانه بیش از ۲۰۰ هزار مخاطب دارد از مشکلات مالی به شدت رنج می‌برد و هیچ‌گونه کمکی نیز از سوی معاون مطبوعاتی به آن نمی‌شود.

**پرسش:** انتظار چه نوع کمک‌هایی دارید؟

**پاسخ:** عمدتاً کمک‌ها، باید کمک‌های مالی باشند. برای این‌که سایت‌های خبری بتوانند فعال‌تر باشند و فعالیت خود را حرفه‌ای‌تر انجام دهند و آن را گسترش دهند و سطح کار کیفی‌تری ارائه دهند، نیازمند منابع مالی هستند که ما از آن برخوردار نیستیم. به هر حال برای اجاره سرور اختصاصی، هزینه‌های دفتر و هزینه‌های مربوط به رایانه و سایر هزینه‌ها نیاز به حمایت ارشاد داریم.

**پرسش:** آیا شما و همکارانتان خبرنگار هستید؟ اگر جواب مثبت است آیا از تسهیلات خبرنگاران بهره‌مند هستید؟

**پاسخ:** بله! همکاران بنده عملاً خبرنگار هستند. اما ظاهراً از نظر ارشاد نیستند. این هم یکی از انتظارات ماست که به هر حال وزارت ارشاد برای خبرنگاران مطبوعات امتیازاتی قائل است که بیمه می‌شوند، وام دریافت می‌کنند و ... اما کارکنان سایت‌های معتبر از این تسهیلات محروم هستند.

ممنونم از شما!

---

### گفتگو با مدیر نشر ...

**پرسش:** شما به عنوان ناشر فعال، بفرمایید که با کدام سطح از مدیران ارشاد ارتباط دارید؟

**پاسخ:** هیچ‌کدام.

**پرسش:** هیچ‌کدام؟ چرا؟

**پاسخ:** سال‌های قبل دفتر مدیر باز بود، دفتر مدیر کل باز بود، جلسات منظمی با هم داشتیم و حتی چند سالی بود که تمام تصمیم‌هایی که بار مالی نداشت در جلسه مشترک نماینده‌های ناشران با مدیران ارشاد گرفته می‌شد. ولی الان متأسفانه طوری شده که ما هیچ‌گونه ارتباطی با آنها نداریم.

**پرسش:** یعنی شما حتی ارتباط کاری هم ندارید؟

**پاسخ:** کار که ما کتاب می‌فرستیم و آنها بررسی می‌کنند و اطلاع می‌دهند.

**پرسش:** در حین همین ارسال کتاب ارتباطی نداشته‌اید؟

**پاسخ:** همکاران برده‌اند. من نمی‌روم. برای این‌که احساس کرده‌ام بی‌فایده است. مکاتباتمان پاسخ نمی‌گیرد. مشکلاتی که داریم حل نمی‌شود. بیشتر سرپوش گذاشته می‌شود. طوری برخورد شده که گویی ناشران عده‌ای متهم هستند که در آنجا در رفت‌وآمدند!

**پرسش:** یعنی هیچ ارتباط مستقیمی با آنان ندارید؟

**پاسخ:** من خیر! همکارانم چرا!

**پرسش:** همکارانتان به شما نمی‌گویند که آیا پاسخی دریافت می‌کنند یا خیر؟ جوابشان را

می‌دهند یا خیر؟

**پاسخ:** ما همیشه تعداد زیادی کتاب در آنجا داریم که هر چند وقت یک‌بار تعدادی را اجازه چاپ می‌دهند و تعدادی را نیز اجازه نمی‌دهند. بعضی اوقات جلوی چاپ کتابی را که ۱۰ یا ۱۵ بار چاپ شده، می‌گیرند. بعضی اوقات جلوی چاپ کتابی را که چهار یا پنج بار اصلاحی خورده، می‌گیرند. گاهی کتابی چاپ می‌شود، جلو توزیع را می‌گیرند.

**پرسش:** مبنای ارزیابی شما از این رفتارها چیست؟ آن را ناشی از چه می‌دانید؟

**پاسخ:** بسیار بد و منفی! من اصل مسئله ممیزی را تأیید نمی‌کنم. برای این‌که به نظرم قانونی نیست و بر اساس مصوبه شورای عالی فرهنگی این کار را می‌کنند. خود مصوبه هم به

نظر من قانون نیست و مصوبه است. وزارت ارشاد بسیار فراتر از آن دامنه‌ای که حتی آن مصوبه برایش پیش‌بینی کرده است، حرکت می‌کند. این‌که کتابی را چهار، پنج بار بخوانند و مو را از ماست بیرون بکشند، با توجه به این‌که در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که هرکس در یک اتاق تنها نشسته و می‌تواند به تمام رسانه‌های دنیا وصل شود، مثل این است که شما دست و پای کتاب را ببندید و در استخری بیندازید و بگویید با بقیه رسانه‌ها مسابقه بده! به نظر من جذابیت حوزه‌های دیگر، مثل سینما و تلویزیون و موسیقی و ... بسیار بسیار نسبت به کتاب در حال افزایش است؛ چراکه مردم فکر می‌کنند کتاب‌هایی که چاپ می‌شود، مثله شده است و اعتمادشان را نسبت به محتوای کتاب از دست داده‌اند. من آمارهای متوسط سرانۀ مطالعه کتاب را قبول ندارم، به نظر من باید از ناشران پرسید که سرانۀ مطالعه در کشورمان چقدر است، با توجه به انبارهای کتاب، با توجه به تیراژ کتاب، ما بهتر می‌توانیم قضاوت کنیم.

**پرسش:** شیوه برخورد کارشناسان، بازرس‌ها و ممیزها با کتاب‌ها به چه شکلی است؟

**پاسخ:** ما خبر نداریم؛ فقط یک شماره از آنها داریم.

**پرسش:** یعنی هیچ شناخت و برخوردی با هم ندارید و حتی از معیارهای آنان هم خبر

ندارید؟

**پاسخ:** ببینید به همین دلیل هست که من می‌گویم اصل مطلب را نمی‌توانم با آن موافق

باشم؛ چون عملی نیست. ناشری کتابی را برده و مجوز گرفته و همان کتاب را ناشر دیگری

برده و مجوز نگرفته است. من چندین کتاب می‌توانم نام ببرم که این گونه شده است.

**پرسش:** می‌شود نام ببرید؟

**پاسخ:** عملی نیست! کتابی داشتیم با نام «دختری با گوشواره مروارید»، ایراد گرفتند. مجبور

شدیم با مترجم آن صحبت کنیم و حتی چند نکته را درست کردیم. اما باز ایراد گرفتند و ما دیگر

دنبالش نرفتیم و حالا یک ترجمه دیگر از آن کتاب زیر چاپ است. حتی من سراغ دارم که کتابی را

ناشری برده و مجوز نداده‌اند (دیگر نمی‌توانم اسم ببرم) و همان کتاب را به ناشر دیگری داده و

اسمش را تغییر داده‌اند و مجوز گرفته است! این، نشان می‌دهد که این کار اساس و بنیان درستی

ندارد. بیهوده تلاش کردن است. به‌جای این کار، آقایان باید همان پیشنهاد اتحادیه را می‌پذیرفتند که

کتاب منتشر شود و مثل مطبوعات و روزنامه‌ها اگر شاکی داشت؛ ما به عنوان ناشر یا مؤلف به

دادگاه می‌رویم، مثل همه جای دنیا. ولی اینجا یک نفر در یک اتاق در بسته می‌نشیند و کتاب بزرگ‌ترین نویسندگان این مملکت را می‌خواند، بدون این‌که بدانیم چه بضاعتی دارد، بعد زیر جمله‌ها خط می‌کشد که اینها را باید حذف کنید یا خود کتاب را ممنوع می‌کند.

**پرسش:** انتظارات شما چیست؟

**پاسخ:** هیچ انتظاری ندارم!

**پرسش:** حالا سواى دولت، مدیران میانی که همان مدیران هستند.

**پاسخ:** نه! فرق کرده‌اند. به‌جز یک مدیر در وزارت ارشاد، همه را عوض کرده‌اند و کسی از قبل نمانده است.

**پرسش:** یعنی شما هیچ انتظاری از این مدیران ندارید؟

**پاسخ:** خیر! برای این‌که فکر می‌کنم که نمی‌توانند مشکلی را حل کنند. پارسال مهرماه مدیری عوض شد و تعداد زیادی از کتاب‌های ما را فله‌ای رد کرد. نامه نوشتیم، ملاقات کردیم، گفتند که نامه بنویسید ما ترتیب اثر می‌دهیم. پاییز پارسال نامه نوشته‌ایم؛ تا حالا هیچ جوابی نگرفته‌ایم.

**پرسش:** هیچ برخورد مستقیمی هم با ایشان نداشتید؟

**پاسخ:** من نه! ولی همکارانم رفتند و گفتند نامه بنویسید و گزارش کار بدهید، من پیگیری می‌کنم. اگر پیگیری کرده بود باید به ما جواب می‌دادند. فکر نمی‌کنم ۹ ماه زمان کمی باشد. دیگر چه انتظاری از این مدیر می‌توانیم داشته باشیم.

**پرسش:** خیلی خلاصه پاسخ دادید ...

**پاسخ:** نه! من می‌توانم بیشتر توضیح بدهم. ببینید وقتی اساس کار غلط باشد، یک مدیر چه کار می‌تواند بکند؟ مدیر در چارچوب یک رابطه غلط اداری تا جایی می‌تواند تغییراتی را به وجود بیاورد. عرض من در نگاه مجرمانه به نشر است. بر اساس تفسیری از مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی می‌گویند که ما باید کتاب‌ها را بررسی کنیم و ناشر ملزم است که کتاب‌ها را برای بررسی به آنها بدهد. یکی از دلایلشان این است که می‌گویند ما داریم از کیان نشر و ناشر دفاع می‌کنیم. اگر ما این‌ها را بررسی نکنیم؛ ممکن است نشر نابود شود. اگر ما بررسی نکنیم و ناشر کتاب را چاپ کند و به جایی برنخورد، ممکن است مورد هجمه قرار گیرد. این چیزهایی

است که خود آقایان می‌گویند. ولی وقتی که ناشر کتابی را که مجوز دارد، چاپ کرد از جاهای دیگری که غیرمسئولند، مورد فشار قرار می‌گیرد؛ ولی هیچ‌کدام از این آقایان از ناشر دفاع نمی‌کنند. کتاب را چند بار بررسی می‌کنند. بعد مجوز می‌دهند. بعد از شش ماه یا یک سال که ناشر روی کتاب سرمایه‌گذاری کرده و چاپ کرده، بعد می‌گویند کتاب دیگر حق چاپ ندارد. تمام کتاب‌های قبلی را دوباره برای بررسی بردند. انگار که دوباره در این کشور انقلاب شده است. این‌ها اتفاقاتی است که افتاده. حال مدیری می‌تواند این ماجرا را ۲۰ یا ۳۰ درصد تسهیل کند و چهرهٔ بهتری ببخشد، بیشتر از این نمی‌تواند کاری بکند. این سیاستی است که از بالا به پایین آمده است.

**پرسش:** شما اشاره‌ای داشتید به رابطهٔ غلط اداری ... حال این رابطهٔ غلط ناشی از این است که مدیران در جای خود نیستند یا کلیت ساختار دچار اشکال است؟  
**پاسخ:** هر دوی این‌ها. مثلاً فرض کنید مدیری در حوزهٔ کتاب مدرک دیگری دارد و مدیر شده است.

**پرسش:** در واقع تخصص ندارد.

**پاسخ:** بله! تخصص ندارد. با او که صحبت می‌کنید، گویی تمام ادبیات دنیا زیر دست اوست. وزیر فرهنگ فرانسه آقای آندره مالرو است و وزیر فرهنگ ما متأسفانه گفته من موسیقی گوش نمی‌دهم، فرصت ندارم موسیقی گوش دهم. شما آندره مالرو را با وزیر ما مقایسه کنید. من قصد اسائه ادب ندارم. ایشان حتماً به عنوان وزیر آدم مسئولی است. اما واقعیت این است که باید کسی آنجا باشد که موسیقی، نقاشی و هنر را بشناسد و بتواند از هنر، هنرمند، ادیب و شاعر دفاع کند. در این مملکت ناشر ایثار می‌کند. سرمایه‌ای را که می‌تواند صرف خرید و فروش عدس و لپه و ... نماید، صرف کتاب می‌کند. خلاصه ما مشکلات زیادی داریم.

**پرسش:** رابطهٔ شما با آقای پرویز چگونه است؟

**پاسخ:** خوب نیست، ایشان متأسفانه خیلی از بالا نگاه می‌کند. ممکن است بالشخصه انسان خیلی نیک‌نفسی هم باشند، اما سیستم کارشان طوری است که مسائل و آدم‌ها و به‌خصوص ناشران را از بالا می‌بینند و این در حرفه ما چیزی نیست که مقبول باشد.

**پرسش:** خود شما با ایشان تماس مستقیم داشته‌اید؟

**پاسخ:** الان دیگر نه! دو سال است ارتباطی نداریم.

**پرسش:** هرچند که در ابتدا گفتید خواسته‌ای ندارید! (با خنده) وزارت ارشاد و ساختار آن را چه قدر توانمند می‌دانید که آنها را تحقق ببخشد.

**پاسخ:** ببینید تا زمانی که وزارت ارشاد و تمام متولیان فرهنگ این کشور با واقعیت‌های جهانی و منطقه‌ای و محلی و ملی کنار نیایند، این تناقض را با آنها خواهیم داشت. مثالی برای شما می‌زنم. هم‌اکنون وزارت بهداشت ایران پذیرفته که بعضی مکان‌ها را برای دادن سرنگ به معتادان اختصاص دهد. این ظاهراً چیز خیلی بدی است و تلویحاً به رسمیت شمردن معتادان است. اما چرا این را پذیرفته است؟ برای این که احساس کرده که هزینه این کار از هزینه اعتیاد و انتقال ایدز در جامعه خیلی بیشتر است. زمانی اگر شما را با این دستگاه‌های ویدئو می‌گرفتند، زندانی می‌کردند، شلاق می‌زدند و آن را ضبط می‌کردند. اما الان می‌توانید صدتا صدتا وارد کنید. این واقعیت است و ما آن را پذیرفته‌ایم. می‌توانم دهها مثال بزنم. اما در حوزه فرهنگ مقاومت می‌کنند؛ نمی‌توانند بپذیرند که اتفاقی که در دور و بر ما می‌افتد، چیز دیگری است و ما کار دیگری می‌کنیم. الان این که عده‌ای بنشینند و کلمه به کلمه کتاب‌ها را بخوانند و بعد مثلاً از چهار کلمه ایراد بگیرند، اصلاً کار عبث و بیهوده‌ای است. اگر می‌خواهیم بچه‌های ما به طرف اعتیاد نروند، باید کاری بکنیم که کتاب بخوانند. ممکن است خیلی از کتاب‌ها هم دست نخورند، اما همین که این فرایند را طی می‌کند، خواننده فکر می‌کند که اتفاق عجیب و غریبی دارد می‌افتد.

مثالی بزنم؛ شش، هفت سال پیش بیماری سارس در کشور چین شایع شد و داشت صنعت جهانگردی چین را زمین می‌زد. ولی در کل جمعیت ۱/۵ میلیاردی چین ۲۰ نفر مردند؛ یعنی کمتر از احتمالی که هر روز می‌دهیم تا در خیابان تصادف کنیم! صنعت جهانگردی چین در حال تعطیل شدن بود. چرا؟ برای این که جهانگردان بدبین شدند و فکر کردند که اگر برای مسافرت به چین بروند، ممکن است بیماری سارس بگیرند. این مسئله را تعمیم دهید به نگاهی که مردم هم‌اکنون به کتاب‌هایی دارند که از کانال جمهوری اسلامی درمی‌آید. چیزی که من می‌گویم به نفع این نظام است. اعتمادسازی هزینه دارد، شیر بی‌یال و دم و اشکم نشویم. این که دستور دهند این بد است، آن زشت است و آن زیباست و ... درست نیست. ناشران را

طبقه‌بندی می‌کنند، اینها قشنگ نیست. خودم را نمی‌گویم. من یک عضو کوچک این صنف هستم، فکورترین صنف این کشور صنف ناشران و کتابفروشان هستند. ضمن احترام به همه صنوف، چون ما با اندیشه سروکار داریم، با بقیه فرق می‌کنیم. برخورد با اینها (ناشران) باید متفاوت باشد، اما متأسفانه این‌گونه نیست.

**پرسش:** شما اشاره‌ای داشتید به طبقه‌بندی ناشران، یعنی آیا این کار در وزارت ارشاد صورت گرفته است؟

**پاسخ:** متأسفانه گفته‌اند که تعدادی از ناشران حق ندارند کتاب برای چاپ ببرند. گفته‌اند که کتاب‌هایشان را نمی‌گیرند. لابد دسته‌بندی کرده‌اند. مجوز چاپ کتاب را می‌دهند بعد بر اساس کتابی که چاپ شده ناشر را طبقه‌بندی می‌کنند. لابد ناشر بد و خوب دارند.

**پرسش:** ناشرانی هستند که از خدمات وزارت ارشاد به درستی استفاده نکنند؟  
**پاسخ:** این دیگر برمی‌گردد به وجدان هر کس و این‌که مسئولان تا چه اندازه در چارچوب اختیاراتشان عمل می‌کنند.

**پرسش:** یا آنکه ناشری هست که با این وضعیت راضی باشد؟  
**پاسخ:** به هر حال افراد مختلفی هستند. حتماً برخی راضی‌اند، برخی ناراضی‌اند، برخی کمی راضی‌اند، همه جور ناشری داریم.

**پرسش:** بسیار خوب! اگر نکته خاصی دارید که من نپرسیدم، بفرمایید!  
**پاسخ:** خیر! صحبتی نیست. اگر سؤالی دارید، بفرمایید، بیشتر توضیح بدهم. چون من در حد خودم اطلاعات زیادی دارم.

**پرسش:** من از اول هم اسمتان را نپرسیدم و به اسم خطاب نکردم.  
**پاسخ:** به نام یک ناشر چاپ کنید. چون اگر پاسخ برایشان مهم است و به شما اعتماد دارند به حرف گوش می‌کنند. این را حضرت علی(ع) هم گفته است. اگر پاسخ برایشان اهمیت ندارد و می‌خواهند یک کار فرمالیته بکنند که دیگر هیچ.

**پرسش:** در بحث تخصص کارشناسان وزارت ارشاد و یا بحث قانون‌مداری یا رابطه‌مداری بحث خاصی ندارید؟

**پاسخ:** نه! تعدادی کارمند هستند که همکاران ما با آنها مواجه می‌شوند. از این‌که چه کسی



بازرسی کتاب است و اسمش چیست و ... ما هیچ اطلاعی نداریم. قرائن نشان می‌دهند که بر اساس برخی برخوردها، پیش‌داوری‌ها و طبقه‌بندی کردن افراد است. شواهد نشان می‌دهد که در بر پاشنه خود نمی‌چرخد. البته اینها که گفته شد، مخصوص این دولت هم نیست. در گذشته هم وجود داشته است. اما آنچه ما آن را بی‌عدالتی مضاعف می‌دانیم، این است که ناشرانی که سال‌ها کتاب چاپ کرده‌اند، در حقیقت مانند سرمایه برای این کشور هستند. متأسفانه خیلی ساده به اینها گفته می‌شود که ما مجوز کتابهایتان را قبول نداریم و دوباره درخواست مجوز کردند و بررسی شدند و برخی ممنوع چاپ شدند و برخی اصلاحیه خوردند. همه اینها هزینه‌های مادی و معنوی است که به ناشر تحمیل شده است. چه کسی باید پاسخ دهد، آیا وقتی وزیر علوم جدید می‌آید، تمام مدارک ليسانس قبلی‌ها را لغو می‌کند؟ مگر با رفتن یک وزیر و آمدن وزیر دیگر در این کشور انقلاب می‌شود. تمام مجوزهای کتاب را گرفته‌اند که دوباره بررسی کنند، نمی‌گویند لغو؛ می‌گویند باید پس بدهید تا دوباره بررسی شود. وقتی من یک کتاب را از مؤلف می‌گیرم، احساس می‌کنم به اندازه خود مؤلف، روی کتاب تعصب دارم. روی آن کار می‌کنم. کتابی که در حد چهار یا پنج نسخه می‌توانست باشد را در تیراژ چند هزارتایی در سطح جامعه انتشار داده‌ام. من در آن کتاب با نویسنده سهیم هستم. به همین سادگی ممنوع چاپ کردن و از دور خارج کردن و اصلاحیه دادن و ... مواردی بود که باعث گله‌مندی بیشتر ما از آقایان شده و متأسفانه این روش ادامه دارد. بدون آنکه به تذکرات و گلایه‌ها توجهی کنند، این روش را ادامه دادند و فاصله خود را با تعدادی از ناشران افزایش دادند. حتماً برای گروهی از ناشران خوب است و راضی‌اند، ولی تعدادی از ناشران که من می‌شناسم، نگاهشان شبیه من است.

**پرسش:** پس فکر می‌کنید برای بهتر شدن این اوضاع، مواردی مانند ممیزی به این شکل و یا مجوز گرفتن برای نوبت چاپ دیگر و ... باید حذف شود.

**پاسخ:** می‌توانند خیلی کارها را در همین چارچوب انجام دهند. عرض کردم؛ اگر نگاه از بالا عوض شود، خیلی چیزها می‌تواند تغییر کند. هر وقت خواستند ما ناشران صحبت کردیم، کمک کردیم، همفکری کردیم، ما خودمان گفتیم یارانه کاغذ حذف شود. ولی انتظار داشتیم این یارانه صرف رفع تنگنایهای ما شود. خود ما به عنوان یک ناشر فعال، خیلی بیشتر از یک

ناشر تازه‌کار، از یارانه کاغذ استفاده می‌کردیم. خودمان هم خواستیم که این اتفاق بیفتد تا صرف رفع تنگنای کار کتاب و توسعه کتابخوانی شود که این کار نشد.  
ممنونم از شما!

---

### گفتگو با آقایان .../نشر ...

**پرسش:** ارتباط شما با چه سطح از مدیران است؟ رابطه شما با آنها چگونه است؟ و چه ارزیابی دارید؟

**پاسخ:** مسئله اصلی هر کار و صنفی تولید، عرضه و فروش است. مشکلاتی که ما در مرحله تولید کتاب داریم، در قسمت عرضه آن منعکس می‌شود. وقتی مخاطب به کتابی که تولید می‌شود اعتماد و اطمینان ندارد و می‌داند که ۹۹ درصد این کتاب‌ها (البته از نظر مخاطب می‌گویم) بعد از ممیزی شدید ارشاد چاپ می‌شوند، رفته رفته کمتر به سراغ خرید کتاب یا تولید می‌آید. طبیعتاً طرز برخورد وزارت ارشاد با مسائل فرهنگی و ادبیات باعث می‌شود که مخاطبانش را روز به روز از دست بدهد. این، مسئله اصلی ماست که با تولید و عرضه ارتباط دارد. حال می‌توان این را بازتر کرد و جزء به جزء به سراغ مدیران رفت که مثلاً مدیرکل اداره کتاب در این رابطه چه وظایفی دارد یا مثلاً ممیزین چگونه باید ممیزی بکنند. شاید شکافتن این مسئله به مسائل نازیبایی ختم شود. به همین دلیل من خیلی این مسائل را نمی‌شکافم. به همین خاطر خیلی کلی گفتم. چون مخاطب کتاب، مخصوصاً کتاب‌خوان‌های حرفه‌ای، اعتماد آنچنانی ندارد و روز به روز از فروش کتاب کمتر می‌شود.

**پرسش:** شما انتظار دارید این ممیزی چطور باشد؟

**پاسخ:** ممیزی در کشورهای توسعه‌یافته یا در کشورهای در حال توسعه در رابطه با ریز مسائل نیست. بلکه کلیات مسائل است. مسائلی که درباره عفت عمومی نباشد و مشکلات حاد ادبی به وجود نیآورد، مشکلی ندارد. دیگر مسائل سیاسی و ادبی در بخش ادبیات آزاد است و فقط مسائلی که ممکن است مشکلات و ناهنجاری‌هایی در اجتماع به وجود آورند، ممیزی می‌شوند. کتابی که برای من می‌آورند، ابتدا خودم ممیزی آن را انجام می‌دهم که اگر واقعاً برای

جامعه مفید نباشد و مضر باشد، کنار می‌گذارم. نیاز به اصلاح داشته باشد، اصلاح می‌کنم. وقتی تشخیص بدهم که کتابی برای ادبیات و فرهنگ کشور لازم است، آن را ارائه می‌کنم. اگر واقعاً ممیزی وزارت ارشاد هم در این سطح باشد، خیلی خوب است، اصلاً ایده‌آل و زیباست؛ ولی از این سطح که فراتر برود، دیگر کار را خراب می‌کند.

**پرسش:** غیر از بخش کارشناسان ممیزی با کدام بخش وزارت ارشاد بیشتر ارتباط دارید؟

**پاسخ:** ما بیشتر در دو بخش با وزارت ارشاد کار داریم. یکی بخش تولید کتاب و دیگری بخش عرضه کتاب از طریق وزارت ارشاد است که شامل خرید کتاب از طرف وزارت ارشاد هم می‌شود. بخش اول آن را عرض کردم، بیشتر به بخش اداره کتاب و مسئولان و بررسی‌های فرهنگی کتاب مربوط می‌شود. بخش دیگر آن به بخش عرضه و بازار کتاب مربوط می‌شود. یکی از شاخص‌ها در اینجا خرید کتاب توسط وزارت ارشاد از ناشران است. متأسفانه وزارت ارشاد باز در این زمینه دیدگاه خاصی دارد و کتاب‌های تولید شده را از دیدگاه ارزش ادبی و فرهنگی بررسی نمی‌کند؛ بلکه فقط طیف خاصی از کتاب‌ها را می‌خرد. متأسفانه این امر موجب پایین‌آمدن کیفیت کتابخانه‌ها می‌شود. چون وزارت ارشاد کتاب‌های خاصی را برای کتابخانه‌های کشور می‌خرد و این موجب تک‌بعدی شدن کتابخانه می‌شود و کتابخوان نمی‌تواند کتاب‌های مختلف را در کتابخانه‌ها بخواند. دیگر کسی علاقه ندارد به کتابخانه‌های عمومی برود؛ چون می‌داند که کتاب‌ها از طیف خاصی هستند. در دولت جدید از ناشری مثل من، به ندرت، به تعداد انگشتان دست، کتاب خریده شده است. ناشر هم به امید خرید ارشاد، کار می‌کند که لااقل مقداری از هزینه‌ها را از این طریق تأمین کند. الان فقط برای طیف خاصی از ناشران این مسئله وجود دارد. یارانه کاغذ چهار سال است که حذف شده، ولی قرار بود این یارانه به خرید کتاب برگردد و از ناشران کتاب بخرند. متأسفانه این کار را نکردند و فقط از طیف خاصی کتاب می‌خرند و از ما کتاب نمی‌خرند. چندبار می‌رویم تا در نهایت به زور ۲۰۰ جلد کتاب از ما می‌خرند. ۲۰۰ جلد چه توفیری به حال ما می‌کند. کتاب‌های قبلی مرا ۷۰۰ تا هزار جلد می‌خریدند. عمدتاً هم کتاب‌های جدی را می‌خریدند. در این هشت سال از من شاید پنج عنوان کتاب و از هر کدام ۲۰۰ یا ۳۰۰ جلد خریده‌اند، اگر این را هم نخرند؛ هیچ توفیری به حال من نمی‌کند. نکته دوم که خیلی جدی‌تر است این‌که در توزیع کتاب ناشر را

کمک کند. این که گفتم مخاطب کمتر می‌شود و ... همه به جای خود؛ ولی در حال حاضر وقتی کتاب تولید می‌شود در انبار می‌ماند. من هم به نمایشگاه‌های سراسری چشم دوخته‌ام. نمایشگاه‌هایی که می‌دانم هزینه‌هایم را می‌توانم پرداخت کنم. نمایشگاه‌های استان‌های دوردست را اصلاً نمی‌توانم شرکت کنم، چون فروش ما هزینه‌ها را بر نمی‌گرداند. یکی از اقدامات عمده‌ای که واقعاً می‌تواند صنعت نشر را از ورشکستگی نجات دهد، اقدام سریع و حتی غیرمستقیم وزارت ارشاد در توزیع کتاب در سراسر ایران توسط اتحادیه ناشران است. کتاب‌های تولیدشده در انبار خاک می‌خورند و نهایتاً هم خمیر می‌شوند. خب! این چه فایده‌ای دارد؟ کتاب باید به دست مخاطب برسد یا خیر؟ الان از شهرستان با من تماس می‌گیرند و می‌گویند که کتابتان به دست ما نمی‌رسد. می‌گوییم من چه کار کنم به پخش می‌دهم که آنها هم به دنبال سود و نفع شخصی خود هستند. پخش یک صنف تجاری است نه یک صنف فرهنگی و کتابی را پخش می‌کنند که سود بیشتری دارد. ولی اگر مؤسسه‌ای برای پخش سرتاسری کتاب باشد و بتواند کتاب چاپ شده را در دورترین نقاط ایران به دست کتابفروش برساند، هم مخاطب به‌روز می‌شود و هم ادبیات و فرهنگ کشور پیشرفت می‌کند.

**پرسش:** برخورد مدیران وزارت ارشاد با شما چگونه است؟

**پاسخ:** فرق می‌کند. ما با مدیر کل اداره کتاب بیشتر سروکار داریم. زمانی عزیزی بودند، (دو سری قبل از مدیر فعلی که نمی‌خواهم اسم بیاورم) که وقتی مرا می‌دید و می‌دانست که نمی‌تواند جواب سوالاتم را بدهد، از در دیگری بیرون می‌رفت تا با من روبه‌رو نشود. من یک روز به نمازخانه رفتم و در صف نمازگزاران او را پیدا کردم و خواستم جواب مرا بدهد.

**پرسش:** با مدیر فعلی چگونه؟

**پاسخ:** با مدیر فعلی من چندان در ارتباط نیستم و همکارم آقای ... در ارتباط است. ولی قبل از ایشان آقای دکتر رضایی بود که من رفتم با ایشان درددل کردم و مشکلات را گفتم که مقداری مؤثر افتاد. همان پنج عنوان از هر کدام ۲۰۰ جلد کتابی که خریدند از این بابت است. در حالی که این وظیفه من نیست. این، وظیفه کارشناس وزارت ارشاد است که کتاب را نگاه کند و ببیند که آیا به درد جامعه می‌خورد یا خیر.

**پرسش:** ارزیابی شما از کارشناسان وزارت ارشاد چیست؟

**پاسخ:** یک بعدی هستند. کل ابعاد ادبیات و فرهنگ را دربرنمی‌گیرند. فقط در دایره محدودی که شاید محدوده کاری، ذهنی یا سوادشان باشد، عمل می‌کنند.

**پرسش:** در همان محدوده به نظر شما خوب هستند؟

در آن محدوده برای خودشان بله! خوبند! برای ما مسلماً نه!

**پرسش:** آیا کارشناسان به نظر شما باید تغییر کنند یا نه؟

**پاسخ:** من یک روز به همان عزیزی که گفتم از دست من فرار می‌کرد، گفتم، من خودم ۱۵ سال مدیر اجرایی کشور بوده‌ام و خیلی کار مدیریتی انجام داده‌ام. گفتم کتاب در اختیار زبردست شماست، از او کار بخواهید، چرا می‌سپارید به دستش و او هم در تاقچه اتاقتش می‌گذارد تا خاک می‌خورد، بعد از شش ماه، نگاهی به آن می‌اندازد. کتاب را که دادید برای بررسی، مدت زمان تعیین کنید که جواب دهد، یا بله یا خیر. نه این‌که یک سال طول بکشد. اگر مشکلی هست بگویید، اگر نه، زود مجوز دهید که کتاب چاپ شود.

**پرسش:** حالا با توجه به امکانات و توانمندی‌های وزارت ارشاد، خواسته‌های شما چقدر محقق شده است؟

**پاسخ:** عرض کردم در مسئله پخش کتاب باید یک اقدام جدی کنند. من حتی آنالیز عملی پخش سراسری کتاب را نوشته‌ام و به اتحادیه ناشران داده‌ام. همان موقع که داشت مدیریت هیئت امنای اتحادیه ناشران عوض می‌شد، من کاندیدا شده بودم. اما به دلیل این‌که مجوز نشر محل مسکونی خانام بود و خودم اینجا کار می‌کردم، در مراحل آخر مرا کنار گذاشتند و گفتند دوگانگی دارد و از نظر قانونی درست نیست. ولی همان موقع این آنالیز عملی پخش کتاب را به آقای کیانیان دادم که متأسفانه تاکنون اقدامی نشده است. چون من کارشناس مالی هستم و ۳۱ سال در وزارتخانه‌های مختلف کار مالی انجام داده‌ام، پخش عملی و سراسری کتاب را طوری نوشته بودم که هیچ نیازی به صرف هزینه نبود و این مؤسسه می‌توانست به خودکفایی کامل برسد و در کنار این خودکفایی کامل یک کتابخانه خیلی غنی هم به وجود می‌آمد، چون قرار بود در کنار پخش کتاب، از هر کتاب چند جلد برای کتابخانه‌های این مؤسسه ارسال شود و خودبه‌خود کتابخانه عظیمی شکل می‌گرفت. یکی هم ارائه کتاب از طریق میادین عمومی

شهرداری تهران بود. ما چگونه برای ارائه مستقیم هندوانه یک غرفه داریم، برای ارائه مستقیم کتاب هم می‌توانیم در این میدان یک غرفه داشته باشیم و مردم بدانند که اینجا عرضه کتاب به طور مستقیم و با تخفیف است و در کنار سبزی‌های روزانه، کتاب هم بخرند.

**پرسش:** آیا شما این طرح را به وزارت ارشاد هم داده‌اید؟

**پاسخ:** نه! به وزارت ارشاد ندادم. من در این باره با تلویزیون، کانال‌های مختلف، رادیو و روزنامه‌ها مصاحبه کردم. اگر قرار بود وزارت ارشاد چراغ سبز به من نشان دهد، زنگ می‌زد و می‌گفت طرحتان را بردارید و بیاورید!

**پرسش:** آقای ...! یک بحثی را آقای ... گفتند که شما اخیراً با مدیر جدید تماس داشته‌اید، ایشان چگونه هستند؟

**پاسخ:** ما در دوره‌های قبل ۱۳ عنوان کتاب داشتیم که با تأخیر جواب رد داده بودند. همان طور که گفتند آقای مدیر از در دیگری خارج می‌شد تا با ارباب رجوع مواجه نشود. اما مدیریت جدید مقداری هم به کارها سرعت بخشید. کتاب‌هایی را که خودمان هم می‌دانستیم مشکلی ندارد با اصلاحات مختصری مجوز دادند. اما بعد از نمایشگاه، دوباره یک مقدار روند پاسخگویی اداره کتاب کند شده که امیدواریم باز به همان روند قبل از نمایشگاه برگردد. اگر کتاب مشکلی دارد؛ سریع بگویند تا اصلاح شود و اگر مشکلی ندارد باید مجوز داده شود، تا چرخه کار ناشر متوقف نشود. اگر ناشر شش ماه یا یک سال منتظر شود تا کتاب در بیاید، از ذهن مخاطب پاک می‌شود، ناشر باید مدام تولید کند.

**پرسش:** شما با این مدیر جدید برخورد داشته‌اید؟ برخورد ایشان چگونه بوده است؟

**پاسخ:** واقعیت این است که برخورد مدیر کل اداره کتاب در پاسخگویی به ارباب رجوع که به نوعی ناشران و مؤلف‌های کتاب هستند، مناسب نیست. می‌گویند اگر صحبتی دارید باید نامه بنویسید و هیچ قراری را نمی‌پذیرند. چند بار پیش آمده که کتابی مشکل داشته و مؤلفان می‌خواستند از نزدیک توضیح بدهند تا اگر سوء تفاهمی هست، برطرف شود. ولی حالا دلایلی دارند مبنی بر این که نمی‌توانند کل وقتشان را به ارباب رجوع بدهند، فقط از طریق نامه مکتوب جواب می‌دهند.

**پرسش:** معمولاً جواب می‌گیرید یا خیر؟

**پاسخ:** دوباره معمولاً همان چرخه باید طی شود. اگر کتاب مشکلی دارد، بررسی و سرگروه

دوباره ببیند و در نهایت مدیرکل نظر دهد. این وضعیت یک مقدار فاصله می‌اندازد. با ارتباط مستقیم می‌توان خیلی از مسائل را که واقعا سوء تفاهم است و مطمئناً اگر نویسنده از نزدیک توضیحاتش را بدهد، برطرف می‌شود.

**پرسش:** دیگر با چه مشکلی مواجه هستید؟

**پاسخ:** واقعیت دیگر، موضوع تبلیغ کتاب است. وظیفه بخش اداره کتاب نباید فقط این باشد که کتاب ممیزی شود و مجوز بدهد یا ندهد. به نظر من باید در بخش توزیع و تبلیغ کتاب هم به ناشران کمک کند. واقعاً تا حالا ناشران کتاب چند جلسه با اداره کتاب داشته‌اند؟ این، مسئله مهمی است.

**پرسش:** یعنی هیچ جلسه‌ای با هم نداشته‌اید؟

**پاسخ:** یک جلسه که واقعاً همه جمع شوند و مدیر کل اداره کتاب و معاونت بخش امور فرهنگی حضور داشته باشند و ناشران از نزدیک مشکلاتشان را بگویند و اینها پاسخگو باشند، نبوده است. این پیشنهادی است که واقعاً باید اقدام شود. الان مشکلاتی وجود دارد و از طرفی رسانه‌ها به سراغ ناشران می‌آیند که مشکلات شما چیست؟ اداره کل هم اگر جوابی داشته باشد؛ جواب دهد! چرا رسانه‌ها را در این وسط قرار می‌دهید؟ خودتان مستقیم با ناشران صحبت کنید. حداقل در این ۱۰ سالی که من در کار نشر فعالیت می‌کنم، ندیده‌ام که چنین اتفاقی بیفتد.

موضوع دیگر نمایشگاه کتاب است. نمایشگاه فقط برای فروش کتاب نیست. باید رویدادهای مهم فرهنگی در حوزه کتاب در نمایشگاه کتاب اتفاق بیفتد. این که نویسندگان با ناشران و مسئولان فرهنگی در ارتباط باشند و مشکلات را مطرح کنند، باعث می‌شود که خیلی از مسائلی که پنهان است و مشکلاتی که دیده نمی‌شود به چشم بیاید و به حل آن کمک شود.

**پرسش:** اگر در مورد افراد دیگر و کارکنان سخنی دارید، بفرمایید!

**پاسخ:** آنها هم متأثر از کلیت هستند. ما خودمان کارمندی کرده‌ایم. مدیر آن بالا خوب باشد، زیردستش هم خوب عمل می‌کند. متأسفانه زیردست و مدیران کوچکتر، برخورد خوبی ندارند.

**پرسش:** چگونه؟ مثال بزنید!

**پاسخ:** جواب نمی‌دهند. تند برخورد می‌کنند. البته شاید هم به این خاطر باشد که سرشان

زیاد شلوغ است و کار زیادی دارند و برای این که مزاحمشان نشویم، جواب نمی‌دهند.

**پرسش:** مگر جز این است که کارشان مربوط به شماهاست؟

**پاسخ:** ما این را حق می‌دهیم. من خودم از نزدیک دیده‌ام که حجم بالای کتاب از ناشران مختلف برای بررسی می‌آید و باید کارشان آنجا انجام شود. ما استان‌های مختلفی داریم که به‌جز چند استان که در بررسی کتاب و ارائه خدمات به ناشران مستقل عمل می‌کنند، از بقیه استان‌ها کتاب‌ها به تهران هجوم می‌آورد. خوب به جای این که این همه کار را در اداره کتاب تهران متمرکز کنیم، آن را در استان‌های مختلف انجام دهیم. اداره کل استان‌ها چه وظیفه‌ای دارند؟ شما به اداره ارشاد شهرستان‌های کوچک بروید ببینید در آنجا چه کاری انجام می‌دهند؟ حتی یک جلسه شعر یا ادبی هم برگزار نمی‌شود. وقتی با دوستان شاعر و نویسنده صحبت می‌کنیم، می‌گویند که وزارت ارشاد اصلاً با آنها همکاری ندارد. خیلی راحت می‌شود این مسئولیت را به اداره کتاب استان‌ها داد.

**پرسش:** به نظر شما چرا این کار را به مراکز استان‌ها نمی‌دهند؟

**پاسخ:** این را دیگر باید از آنها پرسید و از مدیران باید پرسید که چرا این کار را نمی‌کنند. وقتی حجم کار در تهران بالا باشد، آنها قادر به پاسخگویی نیستند.  
ممنونم از شما!

---

### گفتگو با مدیر لوح فشرده ...

**پرسش:** شما با چه رده‌ای از مدیران وزارت ارشاد ارتباط دارید؟

**پاسخ:** با توجه این که کار ما تولید نرم‌افزار است، بیشترین ارتباطمان با قسمت فناوری رسانه‌های دیجیتال است. اما چون کار نشر هم انجام می‌دهیم، با قسمت اداره کتاب هم برای نشر کتاب‌های کاغذی و گرفتن مجوز در ارتباط هستیم. چون اینها دو قسمت مجزا هستند.

**پرسش:** رابطه هر دو قسمت با شما چگونه است؟

**پاسخ:** در قسمت نشر کتاب تقریباً مشکل خاصی وجود ندارد و شاید به دلیل قدیمی‌تر بودن باشد. اما دوستانی که در قسمت فناوری دیجیتال هستند و مجوزهای نشر الکترونیک



می‌دهند، تازه‌کار هستند و تجربه‌ی دوستان نشر کتاب را ندارند. البته من خیلی با آنها صحبت کرده‌ام که از تجربیات آنها کمک بگیرند. اما متأسفانه این‌جور نشده و مجوزهایی داریم که الان دو سال است در دست بررسی است. کار نرم‌افزار، کاری است که در همه‌ی دنیا لحظه‌ای است و حتی دقیقه و ثانیه هم برای آن مهم است. گاهی می‌شود که یک نرم‌افزار مثلاً ترجمه با هزینه‌ی چندصد میلیونی تولید شود، واقعاً ناشر نمی‌تواند دو سال منتظر بماند تا چنین نرم‌افزاری را بیرون بدهد. اما در قسمت نشر کتاب (البته بیشتر در زمینه‌ی آموزشی و علوم کاربردی) حداکثر ظرف یک هفته جواب می‌گیریم. ولی باقی دوستان که در قسمت رمان یا کتاب‌های سیاسی کار می‌کنند، شاید چند سال هم مجوزشان طول می‌کشد. ولی وقتی همین کتاب‌هایی که در زمینه‌ی آموزشی و علوم کاربردی هستند، وارد بخش نشر الکترونیک می‌شوند، برای برخی که حتی مجوز کتابشان را هم داریم، دو سال طول می‌کشد و هرچقدر هم با آنان تماس می‌گیریم، می‌گویند سرمان شلوغ است و حجم داده‌ها زیاد است. حتی بعضی مواقع که ایرادهایی را مطرح می‌کنند که به نظر من وزارت ارشاد نباید در آنها دخیل شود. مثلاً از کیفیت کار ایراد می‌گیرند در حالی که کیفیت را باید مخاطب و مصرف‌کننده تعیین کند که این محصول خوب است یا بد.

**پرسش:** شما کارشناسان را چگونه می‌بینید؟

**پاسخ:** ببینید بحث نشر و انتشارات آنقدر گسترده است که قطعاً کارشناسانی برای این کار نمی‌توانند داشته باشد و اصلاً صحیح هم نیست که در آن دخیل شوند. شما حساب کنید که شاید ما روزی بخواهیم یک نرم‌افزار روسی انتشار دهیم، آیا وزارت ارشاد کارشناس زبان روسی دارد که بخواهد آن را کنترل کند. باز تأکید می‌کنم که در بحث کتاب چنین مشکلی وجود ندارد.

**پرسش:** آیا این شیوه‌ی رفتار مدیران قانونمند است؟ یا مسائل دیگری مانند رابطه در صدور مجوز مؤثر است؟

**پاسخ:** چیزی که ما می‌بینیم ظاهراً قانونمند است. اما قانون‌هایشان خیلی دست و پاگیر است. به انضمام این‌که هنوز قانون مدونی در بحث نشر الکترونیک وجود ندارند که بگوید محصولی که قرار است تولید شود، باید در این چارچوب باشد. اصلاً برای این قضیه چارچوبی ندارند.

**پرسش:** یعنی چارچوب قانونی ندارند؟

**پاسخ:** چارچوب ندارند و خیلی سلیقه‌ای اعمال می‌شود؛ مثلاً می‌گویند این از نظر شرعی

مشکل دارد و یا این کلمه را نباید استفاده کنید و وقتی به آنها می‌گوییم به چه دلیل این حرف را می‌زنید، پاسخی ندارند.

**پرسش:** منظورتان این است که معیار خاصی ندارند و همه چیز سلیقه‌ای است؟

**پاسخ:** یک سری معیار کلی گذاشته‌اند.

**پرسش:** شما این اشکال را در ضعف قانونی می‌بینید یا در خود افراد می‌بینید که سلیقه‌ای

عمل می‌کنند؟

**پاسخ:** هر دو با هم و توأمان است. ما موردی داشته‌ایم در زمینه فرهنگ لغت که گفته‌اند چرا از یک سری الفاظ رکیک در فرهنگ لغت استفاده کرده‌اید. من در جوابیه آن نوشتم بالاخره جزو لغت‌های فارسی است و در لغتنامه نمی‌توان کاری برای آن کرد. من نرفته‌ام که متن ادبی یا شعر و ادبیات بنویسم. اینها سلیقه است. رفتم به دوستان گفتم شما لغات رکیک را فهرست کنید و به ما بدهید که من بدانم چه لغت‌هایی را نباید استفاده کرد. آخر مگر می‌شود که فرهنگ دهخدایی که سال‌هاست چاپ شده و هنوز هم چاپ می‌شود یا فرهنگ معین را بدون این لغت‌ها که در آنها هست، انتشار داد؟ مگر می‌شود لغتی را که در ادبیات هست، حذف کرد؟ خب این برخورد کاملاً سلیقه‌ای است. از نظر کسی که آنجا نشسته است، فلان لغت را نباید استفاده کرد. شما حتی در کتاب‌های قدیمی ما مانند کتاب‌های مولانا هم از این لغات پیدا می‌کنید و نیاز است که مخاطب به فرهنگ لغت مراجعه کند.

**پرسش:** بله! هجویات بخشی از ادبیات ماست. سطح مدیران و کارشناسان تفاوت‌هایی با

هم دارند یا خیر؟

**پاسخ:** برای حل این مسئله من بارها خودم به این دوستان گفته‌ام؛ اما متأسفانه نتیجه‌ای نگرفته‌ام. ببینید به هر حال صنف نرم‌افزار یک صنف جدید است و همه جای دنیا که نگاه کنید، حتی پیشکسوتان این عرصه مانند مدیرعامل شرکت مایکروسافت فرد جوانی است. چون شغل، شغل جوانی است و افرادی که در این زمینه کار می‌کنند، اکثراً جوان هستند. فناوری رسانه‌های دیجیتال شاید دو سه سال است که کارش را شروع کرده است. اگر واقعاً می‌خواهند مشکل صنف را حل کنند، باید از دوستانی که قدیمی این صنف هستند، کمک بگیرند و رایزنی بکنند. از هر صنفی در دارایی یا اتحادیه‌ها حضور دارند. وقتی دارایی تصمیم

می‌گیرد که مثلاً ۱۰ درصد مالیات‌ها را افزایش دهد، نمایندهٔ صنف آنجا حضور دارد، یا رأی مثبت می‌دهد یا این‌که می‌گوید که این صنف به این دلایل امسال مشکل داشته و ۱۰ درصد اضافه نکند. جای نماینده‌های تولید نرم‌افزار در وزارت ارشاد کجاست؟ آیا اصلاً نماینده‌ای وجود دارد؟ باید یک نماینده‌ای وجود داشته باشد تا مشکلات بازار را به آنها ارائه دهد.

**پرسش:** پس راه‌کارهای شما این است که نماینده‌ای از طرف صنف در تصمیم‌گیری‌ها حضور داشته باشند؛ یعنی شما الان هیچ نماینده‌ای ندارید؟

**پاسخ:** خیر هیچ نماینده‌ای نداریم و دوستان رأساً تصمیم می‌گیرند. شاید تصمیمی که می‌گیرند، منطقی‌تر باشد، ولی خیلی چیزها را عملاً نمی‌توان اجرا کرد، برای این‌که پشت پرده، در صنف مشکلات دیگری وجود دارد.

**پرسش:** چه مشکلاتی؟

**پاسخ:** مثلاً دوستان در بحث نشر الکترونیک، روی بحث کپی‌رایت انگشت گذاشته‌اند. در ظاهر خیلی خوب است و وزارت ارشاد سعی می‌کند برای محصولات که تولید می‌شود، کپی‌رایت را هم رعایت بکند. در حالی‌که در بخش نشر کتاب، قضیه را به این صورت نگاه نمی‌کنند و هر کتابی را که بخواهید چاپ کنید، حتی اگر مال ناشر دیگر هم باشد، وزارت ارشاد خیلی راحت به آن مجوز می‌دهد. یعنی اصلاً در مقام مقایسه بر نمی‌آیند. دلیلش این است که نمی‌توانند مقایسه کنند. زیرا یک کتاب که می‌خواهد چاپ شود را باید با بی‌نهایت کتاب چاپ‌شده، مقایسه کنند که این، عملاً شدنی نیست و بحث‌های فنی خود را دارد. وزارت ارشاد می‌گوید چاپ کنید! اگر تخلف کردید و یک شاکی خصوصی پیدا شد، مشخص است که در چه تاریخی مجوز گرفته و دیگری در چه تاریخی مجوز گرفته و جایی به نام دادگستری وجود دارد که وظیفهٔ اوست که این مسائل را بررسی کند. شاکی شکایت می‌کند و مدعی می‌شود که کسی شش ماه یا یک سال بعد از من این کتاب را چاپ کرده است...؛ ولی در بحث رسانهٔ دیجیتال این‌گونه نیست و هر محصولی را که می‌خواهید ارائه دهید، اول از لحاظ کپی‌رایت آن را کنترل می‌کنند، آن هم با بی‌نهایت محصول تولیدشده که عملاً امکان‌پذیر نیست.

**پرسش:** اگر شما بخواهید مدیری را ببینید، راحت می‌توانید ببینید؟

**پاسخ:** مدیران رده پایین را چرا. اما مدیران رده بالا را خیر، راحت نمی‌توانیم ببینیم.

**پرسش:** یعنی در یک سال گذشته شما مدیران رده بالا را ندیده‌اید؟

**پاسخ:** بهترین جایی که می‌توان مدیران رده بالا را دید در نمایشگاه است که گفتند وقت نداریم.

**پرسش:** مسائل را از طریق نامه و ... به آنان نگفته‌اید؟

**پاسخ:** چرا! بارها مکاتبات انجام شده؛ اما متأسفانه جوابی گرفته نشده است.

**پرسش:** به نظر شما وزارت ارشاد امکانات و توانمندی را دارد که مشکلات شما را حل کند؟

**پاسخ:** نهادی مثل وزارت ارشاد قطعاً امکانات بالایی دارد. ولی همیشه وقتی چیز جدیدی قرار است اتفاق بیفتد، همیشه آرام آرام اتفاق می‌افتد. هیچ وقت ناگهانی اتفاق نمی‌افتد. حتی بحث حذف یارانه‌ها را هم قدم به قدم انجام می‌دهند.

**پرسش:** حال دلیل این‌که صدور یک مجوز دو سال طول می‌کشد، چیست؟

**پاسخ:** هرگاه ما با دوستان تماس می‌گیریم؛ می‌گویند سرمان شلوغ است و حجم کارها زیاد است و وقت نمی‌کنیم. ولی شما فکر کنید که کسی که برای نرم‌افزاری از یک تا ۱۰۰ میلیون تومان هزینه کرده، چرا باید دو سال منتظر بماند تا کارش به بازار ارائه شود؟ به انضمام این‌که در بحث نرم‌افزار اگر صدور مجوز برای محصولی دو سال طول بکشد، دیگر اهمیتی ندارد که مجوز بدهند یا نه! گفته‌اند چرا؟ گفته‌ام به خاطر این‌که قدیمی شده است. مثلاً محصولی که ما داده‌ایم ویندوز xp بوده و حالا ویندوز ۷ به بازار آمده و اصلاً دیگر نمی‌توانم نسخه قبلی را بفروشم، چون کسی آن را نمی‌خرد.

**پرسش:** یعنی برای ویندوز هم این مشکلات وجود دارد.

**پاسخ:** یک اشتباه خیلی بزرگ که وزارت ارشاد مرتکب می‌شود، این است که روی نرم‌افزارهای خارجی هم مجوز می‌دهد؛ در حالی‌که اصلاً اجازه ندارد، چنین کاری بکند. بحث کپی‌رایت در خیلی از جاهای دنیا ممکن است رعایت نشود، ولی وقتی که آن شرکت هم شکایت می‌کند و از طریق دادگستری قضیه را دنبال می‌کند. وقتی خود وزارت ارشاد مجوز تکثیر لوح فشرده ویندوزی که مال شرکت مایکروسافت است را می‌دهد از لحاظ حقوقی این قضیه به کجا می‌رسد؟ فردا از طریق منابع خارجی شاکی خصوصی پیدا می‌کند و این خیلی بد است. اصلاً نباید وزارت ارشاد وارد این قضیه بشود.

پرسش: متشکرم! اگر صحبت خاصی دارید که احیاناً از طرف من پرسیده نشد، بفرمایید!  
پاسخ: خیر! صحبتی نیست.

---

گفتگو با مدیر آموزشگاه موسیقی و هنرهای تجسمی ...

پرسش: شما با چه سطحی از افراد در ارشاد در ارتباط هستید؟

پاسخ: مدیران را که اصلاً نمی‌بینیم. ما بیشتر با کارمندان در ارتباط هستیم.

پرسش: یعنی مدیران را اصلاً نمی‌بینید؟

پاسخ: خیر! اصلاً!

پرسش: چند سال است که شما در مؤسسه فعال هستید؟

پاسخ: پنج سال است.

پرسش: آیا قبلاً هم همین بوده است؟ یعنی شما قبلاً و در سال‌های قبل هم مدیران را نمی‌دیدید؟

پاسخ: فقط برای صدور مجوز بوده که آن هم مدیر را ندیده‌ایم. ابلاغ شده است.

پرسش: کارمندانی که می‌بینید چطور رفتار می‌کنند؟

پاسخ: بد نیست.

پرسش: بد نیست به چه معناست؟ عموماً چطور رفتار می‌کنند؟

پاسخ: بستگی به رده‌های مختلف دارد. برخی همکاری خوبی دارند و خوب پیگیری

می‌کنند و برخی خیر.

پرسش: چه رده‌ای پیگیری بهتری دارند؟ آنها که پایین‌ترند یا آنان که بالاترند؟

پاسخ: می‌شود گفت که معاونان خیلی بهتر از زیردستان هستند. چرا که ساعت‌هایی که

مراجعه می‌کنیم یا مأموریت هستند و بیرون تشریف دارند یا وقت ناهار و نمازشان است یا در

اتاقشان بسته است و یا جلسه دارند. ما در وزارت ارشاد این مشکل را زیاد داریم که مراجعه

می‌کنیم که پیگیر کاری شویم. شاید گاهی چند روز برویم و فرد مورد نظر در دفتر کارش

نباشد. اما باز معاونان خیلی بهتر هستند؛ مخصوصاً بخش تجسمی. من از بخش تجسمی خیلی

راضی‌تر از بخش موسیقی هستم.

**پرسش:** معاونت‌های آنان فرق می‌کند، درست است؟

**پاسخ:** بله.

**پرسش:** چرا شما رفتار بخش تجسمی را به بخش موسیقی ترجیح می‌دهید؟ چه

ویژگی‌هایی دارند که آن را ترجیح می‌دهید؟

**پاسخ:** اول این‌که بیشتر اوقات هستند. در بخش موسیقی بیشتر اوقات این طرف و آن

طرف می‌روند و کمتر حضور دارند. دوم این‌که برخوردهای بهتری دارند.

**پرسش:** بفرمایید این برخوردها چه ویژگی‌هایی دارد، مثلاً از نظر تخصص!

**پاسخ:** از نظر تخصص، بعید می‌دانم که فعالیتی که انجام می‌دهند برای آن آموزش دیده

باشند یا تخصص داشته باشند. فکر می‌کنم که تحصیلاتشان در آن زمینه نیست.

**پرسش:** یعنی تخصصی در آن زمینه ندارند؟

**پاسخ:** نه این‌که بگویم تخصص ندارند، بلکه تخصصشان تجربی است و آکادمیک نیست.

این را در معاونان هم دقیقاً دیده‌ام.

**پرسش:** معاونی که یک یا دو سال است که سر کار آمده، شما چگونه می‌گویید که

تخصص تجربی دارد؟ به نظر شما آیا در این یک سال تجربه کافی را کسب کرده است؟

**پاسخ:** بارها شده که پرسیده‌ام و شنیده‌ام که تخصصشان بیشتر در زمینه الهیات و فلسفه و

... بوده و کمتر دیده‌ام که در زمینه هنر تخصص و تجربه داشته باشند.

**پرسش:** آیا این برای شما مشکل‌ساز شده است؟

**پاسخ:** به هر حال وقتی به سازمانی مراجعه می‌کنیم، حالا برای گرفتن مجوز و یا کارت

تدریس مدرسان؛ می‌بینیم کسی پیگیری می‌کند که اطلاعات کافی ندارد. برای من پیش آمده که

در مصاحبه طرحی را به من نشان دادند و گفتند از نظر قیمت ارزیابی کنید. من گفتم کار

هنری را نمی‌توان قیمت‌گذاری کرد، برای این‌که بخشی از آن امضای اثر است. ولی آن آقا

اصرار داشتند که من روی آن قیمت بگذارم. متوجه شدم که در حوزه هنر نیستند. همانجا

پرسیدم که تحصیلات شما چیست؟ گفتند فوق‌لیسانس الهیات. شاید بعضی‌هاشان در حد

تجربی سبک‌های هنری را تشخیص بدهند و تاحدی که ارتباط داشته‌اند، بدانند.

**پرسش:** آیا با کارشناسان وزارت ارشاد هم در ارتباط هستید؟ آنها چگونه‌اند؟

**پاسخ:** تقریباً با بخش تجسمی ارتباط داشته‌ام.

**پرسش:** آنها چگونه‌اند؟

**پاسخ:** باز خیلی بهتر از بخش موسیقی هستند.

**پرسش:** ایراد کارشناسان موسیقی چیست؟ همان تخصص است یا نگرش خاصی به

موسیقی دارند؟

**پاسخ:** هم نگرش است و ... راحت می‌توانم بگویم؟

**پرسش:** بله! بفرمایید! در ابتدا هم گفتم.

**پاسخ:** دید خوبی به موسیقی ندارند. اگر کسی به عنوان نوازنده آنجا برود، دید مثبتی به او

ندارند. در درجه بعد، افرادی که برای موسیقی آزمون می‌گیرند، عموماً از نوازنده‌های خیلی

خوب استفاده می‌کنند، اما افرادی که در رأس کار هستند، کارمندان و معاونان و ... فکر می‌کنم در

حدی باشد که یک سازی را گذرانده باشند و فکر نمی‌کنم تحصیلات دانشگاهی داشته باشند.

**پرسش:** بحث قانون‌مداری یا رابطه‌مداری آنها چگونه است؟

**پاسخ:** قوانین و مقررات مربوط به آموزشگاه‌ها فکر می‌کنم برای هفت یا هشت سال پیش

است و هیچ تجدید نظری نشده است. من خودم راجع به قیمت‌هایشان مراجعه کردم، گفتند

که از این قیمت تا این قیمت هنرجو بپذیرید و ثبت‌نام کنید. اما بخشنامه‌ای که به ما داده‌اند

مربوط به چند سال پیش است.

**پرسش:** بخشنامه با آن چیزی که شفاهی به شما گفتند تفاوت دارد؟

**پاسخ:** بله! دقیقاً! مبلغ آن خیلی پایین‌تر است. اما به ما گفته‌اند که اگر تا این مبلغ بگیرید،

اعتراضی هم شود ما رسیدگی نمی‌کنیم! فقط تا این مبلغ مجاز هستید که بگیرید. در صورتی

که ما موظفیم بخشنامه را در آموزشگاه نصب کنیم و هنرجوها بخشنامه را می‌خوانند.

**پرسش:** بر اساس همان بخشنامه آیا هزینه‌های آموزشگاه جوابگو خواهد بود؟

**پاسخ:** خیر! اصلاً! با وجود این‌که خانه‌های فرهنگ هم تأسیس شده و می‌دانید که آنها نیاز

به مجوز وزارت ارشاد ندارند. یک جورهایی زور شهرداری به وزارت ارشاد می‌چربد. آنها کار

ما را خراب کرده‌اند. درست است که یک تبلیغ هم برای ما هستند. هنرجو در ابتدا به خاطر قیمت به آموزشگاه آنها می‌رود، بعد متوجه می‌شود که آنها اساتید که چه عرض کنم، هنرجوهایی را می‌آورند که یک یا دو ترم آموزش دیده‌اند. مسلماً به آموزشگاه‌های ما می‌آیند و به ما بیشتر اعتماد می‌کنند. اما این را هم باید در نظر بگیریم وقتی که هنرجو به خانه فرهنگ می‌رود کلاً از موسیقی، ساز و هنر زده می‌شود.

**پرسش:** یعنی شما موازی کاری شهرداری را با وزارت ارشاد در این زمینه نمی‌پسندید. ما جایی مانند حوزه هنری هم داریم که در این حوزه فعالیت می‌کند، با آنها مشکلی ندارید؟  
**پاسخ:** نه! چون قیمت‌هایشان با ما تقریباً یکسان است. اما خانه فرهنگ‌ها و فرهنگسراها این طور نیست.

**پرسش:** شما این اعتراض‌ها را به مسئولان ارشاد گفته‌اید؟

**پاسخ:** بله! در نزدیکی ما یک خانه فرهنگ هست که کلاس‌های آنجا ماهی هشت هزار تومان است. زنگ زدم و گفتم استادهایتان چه کسانی هستند؟ گفتند تحصیلات موسیقی دارند. گفتم اسمشان را بگویید. گفتند ما نمی‌توانیم اسم بگوییم. بعد گفتم که این چگونه استادی است که جلسه‌ای دوهزار تومان دریافت می‌کند. به هر حال درصدهای ما هم خانه فرهنگ برمی‌دارد و برای جلسه‌ای ۱۵۰۰ تومان این مسیر را می‌آید و می‌رود. آنها کار ما را خراب می‌کنند. شما حساب کنید مکانشان که مشارکتی است. برای طرح اوقات فراغت بودجه‌ای را دریافت می‌کنند. شهرداری هم از تبلیغاتشان فکر می‌کنم حمایت می‌کند. در صورتی که به تبلیغات ما خیلی حساس هستند.

**پرسش:** چگونه حساس هستند؟

**پاسخ:** به تابلو حساس هستند که باید عوارض زیباسازی پرداخت کنید. به تبلیغات تراکتی ما هم حساس هستند.

**پرسش:** چرا؟ من که از طریق همین تراکت‌ها اینجا را پیدا کردم و آمدم.

**پاسخ:** درباره تراکت‌هایی که به دیوار نصب می‌کنیم تذکر می‌دهند و همان افرادی را که می‌فرستیم تراکت‌ها را بچسبانند، می‌فرستیم تا تراکت‌ها را بکنند. جریمه می‌کنند، خط‌های تلفن‌مان را قطع می‌کنند و از این کارها.



پرسش: شهرداری مگر می‌تواند خط تلفن را قطع کند؟

پاسخ: اعتراض بکند بله!

پرسش: چرا؟

پاسخ: می‌گویند در زیباسازی شهر تأثیر می‌گذارید. تراکت‌هایی را هم که دستی پخش می‌شوند، می‌گویند باعث آلودگی شهر می‌شود. در صورتی که خانه فرهنگ دارد این کار را انجام می‌دهد. من اعتراض کردم که بدون داشتن مجوز، بدون این‌که اجاره جا پرداخت کنند و بدون این‌که استاد خوب بیاورند، دارند با مبلغ پایین کار می‌کنند. اما ما مجبوریم ضوابط وزارت ارشاد را رعایت کنیم.

پرسش: شما همه این مشکلات را به وزارت ارشاد گفته‌اید؟

پاسخ: بله! دقیقاً!

پرسش: آنها پیگیری کرده‌اند؟

پاسخ: گفته‌اند ما نمی‌توانیم با شهرداری دریفتیم.

پرسش: به نظر شما این وسط چه کسی باید جوابگوی شما باشد؟

پاسخ: فکر می‌کنم خود وزارت ارشاد باید دست به کار شود. به هر حال هر سازمانی وظیفه‌ای دارد. در تخصص خودش کار انجام دهد.

پرسش: الان ارشاد به آموزشگاه‌ها چه خدماتی غیر از دادن مجوز و احیاناً کنترل شهریه‌ها می‌دهد؟

پاسخ: دادن مجوزهای کنسرت‌های موسیقی آموزشی و برگزاری نمایشگاه‌های نقاشی.

پرسش: در برگزاری اینها کمک‌تان می‌کنند؟ واقعاً همکاری و حمایت می‌کنند؟

پاسخ: با دوندگی‌های خیلی زیاد. یک آموزشگاه مثل آموزشگاه ما که فضای زیادی برای برگزاری کنسرت‌های آموزشی ندارد، شاید مجبور باشد شش، هفت ماه دوندگی داشته باشد تا بتواند مثلاً یک مجوز کنسرت آموزشی بگیرد.

پرسش: بوروکراسی و کاغذبازی که بر ارشاد حاکم است این مسیر را طولانی می‌کند یا

این‌که کلاً مدیران سختگیرند؟

پاسخ: هم سختگیری، هم آمد و رفت‌های اداری است.

**پرسش:** وقتی وزارت ارشاد به آموزشگاهی مجوز فعالیت داده است، دیگر نباید برای کنسرت‌شان خیلی سخت‌گیری کنند.

**پاسخ:** چرا! برای کنسرت هم سخت‌گیری دارند. حتی اگر اجتماعی باشد ما باید از نیروی انتظامی هم مجوز بگیریم.

**پرسش:** آن‌که طبیعی است، اما این‌که بازه زمانی آن چقدر باشد مهم است.

**پاسخ:** بسیار طولانی است، آنقدر که ما پشیمان می‌شویم.

**پرسش:** این فرایند به نظر شما چقدر معقول است و چه‌کار می‌شود کرد که مشکلات کم شود؟

**پاسخ:** همان چیزی که خودتان گفتید. وقتی به آموزشگاهی مجوز داده می‌شود، پس باید فعالیت‌هایش را زیر نظر وزارت ارشاد انجام دهد و فکر می‌کنم دیگر نیاز نباشد برای انجام آن فعالیت‌ها مجوز دوباره بگیریم.

**پرسش:** حالا ما فرض کنیم که ضروری است که این مجوزها گرفته شود، چه باید کرد که زمان

گرفتن آن کوتاه‌تر شود؛ یعنی به جای چند ماه، شما ظرف چند روز بتوانید مجوز را بگیرید.

**پاسخ:** باید مکان‌هایی را برای این کارها اختصاص دهند. ما اول که مراجعه می‌کنیم می‌گویند شما باید مکانتان را مشخص کنید که ما ناچاریم یا به فرهنگسراهای اطراف مراجعه کنیم و یا به سینماها که آنها هم برای این کار مبلغی را از ما می‌گیرند، جدا از این‌که آنها هم باید بروند و مجوز بگیرند که همین هم روال کار را طولانی‌تر می‌کند و بهتر است که وزارت ارشاد مکان‌هایی را برای این مسئله در نظر بگیرد.

**پرسش:** یعنی خود وزارت ارشاد تالار کافی ندارد؟

**پاسخ:** وزارت ارشاد تالارهای مختلفی همچون تالار وحدت دارد؛ اما برای کنسرت‌های

آموزشگاهی، آن هم آموزشگاه‌های ما نیست.

**پرسش:** پس جایی برای کنسرت‌های آموزشگاهی به هیچ‌وجه ندارید؟

**پاسخ:** بستگی دارد که چه آموزشگاهی باشد.

**پرسش:** یعنی رابطه‌مداری مؤثر است؟ تا چه حد؟ چگونه؟

**پاسخ:** البته بعضی آموزشگاه‌ها مکانی در آموزشگاه خود برای کنسرت‌های آموزشگاهی دارند

و برخی هم می‌توانند از امکانات تالارهای وزارت ارشاد استفاده کنند، اما ما این امکان را نداریم.

پرسش: چرا؟ به خاطر نداشتن رابطه؟ یا این‌که دید خاصی وجود دارد؟

پاسخ: شاید رابطه باشد و شاید هم دید خاصی ...

پرسش: ما دنبال شایدها نیستیم. آمده‌ایم برای بایدها.

پاسخ: برخی آموزشگاه‌ها باید در اولویت باشند، چون تلاش بیشتری کرده‌اند اما به امثال

ما نیز باید کمی توجه بشود.

پرسش: یعنی مؤسساتی که تازه کارند و یا سابقه چندانی ندارند، حمایت خاصی نمی‌شوند.

پاسخ: حمایت کمی می‌شوند.

پرسش: با این اوصاف تبعیض هست؟

پاسخ: حتماً تبعیض هست. حتماً!

پرسش: حال این تبعیض ناشی از خود قانون است یا ناشی از رفتار مدیران یا کارشناسان؟

پاسخ: فکر نمی‌کنم از قانون باشد.

پرسش: یعنی ناشی از مدیران است؟

پاسخ: به احتمال زیاد. خب در جامعه ما کسی که سرشناس‌تر است؛ کارش بهتر پیش

می‌رود تا بعضی‌ها را که نمی‌شناسیم.

پرسش: جامعه با اداره فرق می‌کند. مسئله این است که اگر شما و یک آموزشگاه شناخته

شده کنسرتی بدهد، اما مردم از دیگری استقبال بیشتری بکنند، می‌گوییم چون جامعه آن را

می‌شناسد، استقبال کرده، اما آیا در سازمانی چون وزارت ارشاد این مسئله هست که فلان

آموزشگاه چون شناخته‌شده‌تر است، راحت‌تر مجوز بگیرد؟

پاسخ: بله! دقیقاً! ما همین قضیه را در میان اساتید آموزشگاه‌هایمان داریم؛ یعنی اساتیدی

که به‌نام هستند، باید تلاش خیلی زیادی بکنم تا به آموزشگاه ما بیایند و آنها نیز ترجیح

می‌دهند که با مدیرمسئول معروف کار کنند یا در مناطق بالای شهر باشند و واقعاً می‌توان گفت

که معضلی است برای ما که نظر آنان را جلب کنیم تا در این منطقه و آموزشگاه ما کار بکنند.

پرسش: حالا انتظاراتان از مدیران یا کارشناسان چیست؟

پاسخ: تبعیض نباشد و به ما هم فرصت بدهند که خودمان را نشان دهیم.

**پرسش:** با توجه به امکانات وزارت ارشاد آیا این وزارتخانه این توان را دارد که خواسته‌های شما مانند رفع تبعیض و داشتن مکان برای کنسرت‌های آموزشگاهی و ... را مرتفع سازد؟  
**پاسخ:** صد درصد. چون سازمان بزرگی است. هم نیروی کار زیادی دارد و هم به عنوان یک سازمان دولتی توانایی این کار را دارد.

**پرسش:** یعنی شما چقدر خودتان را محق می‌دانید که این خدمات به شما بهتر ارائه شود؟  
**پاسخ:** چون زیرمجموعه آنها هستیم؛ فکر می‌کنم که همان‌طوری که ما وظیفه داریم که قوانین آنها را رعایت کنیم، آنها نیز وظیفه دارند که ما را حمایت کنند.

**پرسش:** غیر از این مباحث می‌توانید جزئی‌تر صحبت کنید؟

**پاسخ:** یکی مسئله مجوزهای یک ساله است. چون تا می‌آییم آن را تمدید کنیم تا برگردد یکی دو ماه طول می‌کشد و همین باعث می‌شود که ما در زمان کمتری این مجوز را داشته باشیم. وقتی داریم فعالیت می‌کنیم و تمام ویژگی‌ها را داریم، دلیلی ندارد که مجوزهایمان یک‌ساله باشد. چون هر آموزشگاهی باید چند سال با داشتن ویژگی‌های تعیین‌شده از سوی وزارت ارشاد فعالیت کند تا مجوزهای پنج‌ساله بگیرد. حال به نظر من وقتی آموزشگاهی این ویژگی‌ها را دارد و در حال فعالیت است، دلیلی ندارد که چند سال صبر کنند. چون خود من که برای مجوز پنج‌ساله مراجعه کردم، گفتند باید چند سال با این شرایط فعال باشید و بعد خودمان به شما خبر می‌دهیم.

**پرسش:** شاید می‌خواهند ببینند شما تا چه حد روی هدف‌تان پایدار هستید.

**پاسخ:** نهایتاً یک سال برای اطمینان از این مسئله کافی است؛ چون همین تمدیدکردن مجوزها بسیار زمان‌بر است.

**پرسش:** این مسئله در سیاست‌های کلان هست، ربطی به مدیران ندارد؟

**پاسخ:** نه!

**پرسش:** حال اگر صحبت خاصی در مورد رفتار مدیران، پاسخگویی یا عدم پاسخگویی آنها یا حتی شکل پاسخگویی‌شان دارید، بفرمایید!

**پاسخ:** نه! مشکل خاصی نبوده، نوع رفتاری که بخواهد زنده باشد من تاکنون از وزارت ارشاد اصلاً ندیده‌ام. تمام افرادی که آنجا کار می‌کنند از معاونین تا کارمندان رفتارهای مناسبی

دارند و مشکل ما همان است که اکثر مواقعی که مراجعه می‌کنیم داخل دفاترشان نیستند. بهتر است زمانی که مأموریت یا مرخصی می‌روند یک نفر را جایگزین بکنند. چون آموزشگاه‌ها هم بیشتر سر ظهر خلوت هستند و می‌توانند مراجعه بکنند و سر ظهر آنها زمان نهار و نمازشان است.

ممنون از شما!

### گفتگو با مدیرمسئول روزنامه ...

**پرسش:** شما کلاً با مدیران وزارت ارشاد در چه سطحی ارتباط دارید؟

**پاسخ:** فقط در سطح ارتباط با کار خودمان که روزنامه است، ارتباط داریم و بیش از این هم متأسفانه ارتباط نداریم. یعنی فرصتش نیست که وارد حوزه‌های دیگری بشویم. ما با حوزه معاونت مطبوعاتی و همچنین مدیر کل مطبوعات داخلی ارتباط داریم.

**پرسش:** خب رابطه‌تان چطور است؟ با شما چگونه رفتار می‌کنند؟

**پاسخ:** رابطه بد نیست. به هر جهت در یک ارتباط کاری، یک‌سری ضوابط هست که طبق آن ضوابط ارتباطاتمان انجام می‌شود.

**پرسش:** این ضوابط برای شما قابل قبول است؟

**پاسخ:** به هر جهت وزارت ارشاد هم خارج از چارچوب عمل نمی‌کند. آنها هم ضوابطی دارند و قطعاً نه آنها انتظارات بیش از حدی از ما دارند و نه ما انتظاراتی خارج از چارچوب داریم.

**پرسش:** یعنی شما به لحاظ ارتباطی هیچ مشکلی ندارید؟

**پاسخ:** نه الحمدلله! هر وقت که خواستیم با معاونت مطبوعاتی در ارتباط باشیم، راحت می‌توانیم ارتباط بگیریم. حتی تا این حد که شماره همراهشان را داریم و در هر موقع از شب و روز تماس گرفته‌ایم، معاونت مطبوعاتی جوابگو بوده است. با مدیر کل مطبوعات داخلی هم تا حدی که آنجا رفته‌ایم توانستیم ارتباط برقرار کنیم و معطل نشدیم. خوشبختانه جلسات منظمی هم ماهانه با معاون مطبوعاتی، وزیر محترم فرهنگ و ارشاد اسلامی و همچنین مدیر کل مطبوعات داخلی داریم. ارتباطات تنگاتنگ است و این‌طور نیست که هر کسی راه خودش را برود و فقط مختص جلسات خاص بشود. به هر جهت با توجه به گرفتاری‌هایی که در

سیستم‌های ما هست، الحمدلله ما از ارتباطات، اوضاع و این‌که می‌توانیم با ناظرین و متولیان خودمان ارتباط داشته باشیم، خوب است و مشکلی در این ارتباط نیست.

**پرسش:** اشاره کردید به گرفتاری‌هایی که در سیستم هست، این گرفتاری‌ها چیست؟

**پاسخ:** به هر نهاد، دستگاه و وزارتخانه‌ای اگر مراجعه بکنید و بخواهید مدیری را ببینید با یک‌سری مشکلات همراه است. اگر در سطح پایین‌تر یک شهروند و یا یک تولیدکننده را در نظر بگیرید که خواسته باشد با مدیر کلی در استانی تماس بگیرد، می‌بینید که وقت زیادی را باید صرف کند و هماهنگی‌های زیادی را باید با افراد مختلف داشته باشد تا بتواند به مدیرش دسترسی پیدا کند. البته احتمال می‌دهیم که گرفتاری‌های کاری باشد نه این‌که خود را مشغول کارهای خارج از سیستم کرده باشد؛ ولی ما این مشکلات را در ارتباط با مدیران وزارت ارشاد نداریم.

**پرسش:** معمولاً برای چه مقصودی شما سراغ مدیرتان می‌روید؟

**پاسخ:** ببینید با توجه به حساسیت‌هایی که در حال حاضر وجود دارد و با توجه به این‌که ما در آن سوی مرزها دشمنانی هم داریم که با فرهنگ ما مقابله می‌کنند، مطبوعات به عنوان پیشقراولان این جنگ نرمی هستند که دشمن برای ما در پیش گرفته، حساسیت‌هایی هست و به هر جهت ما باید منافع کشور و جامعه را در نظر بگیریم که با توجه به اینها ارتباط ما با مسئولان مربوطه باید بیشتر باشد و بیشتر در جریان حساسیت‌ها قرار بگیریم. مورد دیگر هم در رابطه با مسائل مادی و در ارتباط با یارانه‌ها و آگهی‌هاست که شاید در این بخش انتقادات و انتظاراتی هم داشته باشیم. طرف مقابل هم قطعاً مسائلی توجیه‌کننده‌ای دارد که روشننگری بیشتری در این بابت از سوی متولیان صورت خواهد گرفت که اگر مثلاً یارانه‌ای هم به مطبوعه‌ای داده شد و ما انتظارات داشته باشیم، دلایلی را به ما خواهند گفت. همچنین در رابطه با آگهی‌ها به‌گونه‌ای باشد که ما هم به عنوان روزنامه بخش خصوصی، بدون وابستگی به گروه‌ها، احزاب و افراد و نهادها کار خود را پیش ببریم.

**پرسش:** با توجه به این‌که هدف ما در این پژوهش ارتقاء خدماتی است که وزارت ارشاد

می‌دهد، شما اشاره کردید به انتقاداتی که در بخش مالی دارید، خواهشمندم آنها را بیان بفرمایید!

**پاسخ:** بله! اگر قرار است آگهی‌ها تقسیم شود و به صورت شفاف مثل مسائل دیگر که به مقامات گزارش داده می‌شود. مشخص شود سهم این روزنامه چقدر بوده و سهم آن روزنامه از

آگهی‌های دولتی چقدر بوده؛ اگر به این روزنامه اینقدر آگهی داده شده، دلیلش بر این مبنا بوده و اگر یارانه به این روزنامه اینقدر داده شده، دلیلش بر این مبنا بوده. ما طبق قانون مطبوعات می‌گوییم که باید شفاف‌سازی در این موارد صورت بگیرد. انتظارمان نیز همین هست و کسی یا نهادی را هم در ارتباط با موضوعاتی که از بیت‌المال در اختیارشان است، متهم نمی‌کنیم و هیچ توقع بی‌جایی از هم نداریم. شفاف‌سازی می‌تواند مهم باشد.

**پرسش:** تقسیم آگهی‌ها به عهده وزارت ارشاد است؟

**پاسخ:** آگهی‌های دولتی به عهده ارشاد است. شاید دولت برای صرفه‌جویی، خود تصمیم می‌گیرد که چگونه آگهی‌ها را تقسیم بکند. به هر حال آگهی‌ها را باید به همه مطبوعات بدهند و نباید به مطبوعه خاصی بدهند، چون آگهی که در روزنامه چاپ می‌شود، برای آگاهی مردم است تا مردم از خدماتی که دولت می‌خواهد ارائه دهد یا خدماتی که دولت می‌خواهد بگیرد، آگاهی پیدا کند. با توجه به سلیقه‌های مختلف جامعه که همه جزو شهروندان هستند، پس باید آگهی‌ها هم در روزنامه‌های مختلف چاپ شوند و این‌که بگوییم دولت حق دارد که آگهی‌اش را به یک نشریه خاص بدهد که البته من این را به طور مستقیم از هیچ مسئولی نفهمیده‌ام. از این طرف هم انتظار دارند که چرا کارهای مثبت دولت را درج نمی‌کنید. پس ما هم باید بگوییم حق داریم اگر اقداماتی را دولت دارد انجام می‌دهد در روزنامه‌مان درج نکنیم. ما وظیفه داریم به مردم بگوییم که حاکمیت چه خدماتی را دارد برای شما انجام می‌دهد. از طرفی چون ما این کار را انجام می‌دهیم از طرف دیگر هم توقع داریم که حاکمیت از این کانال و حمایتی که در اختیارش هست، حداقل بخشی از آن هم به ما برسد تا بتوانیم با خیال راحت‌تر و توانایی بیشتر خدمات مثبتی را که حاکمیت برای مردم دارد، گزارش کنیم. به قول حضرت امام که هر کاری را که مسئولان انجام می‌دهند به مردم گزارش دهید (نقل به مضمون).

**پرسش:** یعنی به نظر شما ممکن است که در این بحث رابطه‌مداری باشد؟

**پاسخ:** بعید می‌دانم رابطه‌مداری باشد. احتمال دارد که سلیقه‌ای باشد؛ ولی این‌که بگوییم که می‌خواهند به خاطر رابطه به این روزنامه کم بدهند یا ... نه! این نیست. اما امکان دارد که سلیقه‌ای باشد و بگویند که من دوست دارم به این روزنامه بیشتر آگهی بدهم، به این روزنامه کمتر.

**پرسش:** در این صورت آیا سلیقه‌مداری در مقابل قانون‌مداری قرار نمی‌گیرد؟

**پاسخ:** همه می‌گویند عدالت، همه می‌گویند قانون‌مداری و همه با نفس کار موافقت. باید

ببینیم در اجرا به چه صورت درمی‌آید. اگر کسی بگوید که من به صورت صد درصد قانون را اجرا می‌کنم تحقق نخواهد یافت، ولی بایستی سعی کنیم که قانون‌مداری بیشتر صورت بگیرد.

**پرسش:** انتظار کلی شما در نهایت چیست؟

**پاسخ:** انتظار کلی ما این است که همه نشریاتی که فعلاً دارند کار می‌کنند، با توجه به این که ما بعدها نظارتی فراوانی داریم و هیئت نظارت بر مطبوعات و دادستانی داریم که اگر مجموعه‌ای خلاف مقررات رفتار کند، قطعاً با او برخورد می‌شود. پس نشریه‌ای که دارد کار می‌کند، یعنی این که در خط نظام و انقلاب است و چون در خط نظام و انقلاب دارد کار می‌کند، باید مورد حمایت هم قرار بگیرد. من انتظار ندارم در حد روزنامه‌ای که تیراژ بالاتری دارد، حمایت شوم، اما انتظار هم ندارم که کمتر از روزنامه‌ای که تیراژ پایین‌تری از من دارند، حمایت شوم. باید حمایت‌ها بر اساس قابلیت‌های روزنامه‌ها در جامعه صورت گیرد.

خیلی ممنون! لطف کردید.

---

### گفتگو با مدیر آموزشگاه موسیقی ...

**پرسش:** شما با مدیران ارشاد در چه سطحی ارتباط دارید؟

**پاسخ:** خیلی کم با مدیران ارشاد ارتباط داریم، چون بیشتر کار ما با معاون است که آن هم در حد دادن یک گزارش عملکرد است که از طریق دفتر آموزش انجام می‌دهیم و فرم‌ها را می‌گیریم و پر می‌کنیم و تحویل می‌دهیم. حتی اگر نامه‌ای هم داریم، خطاب به رئیس دفتر آموزش جناب آقای شیرواند می‌نویسیم و به دبیرخانه می‌دهیم و جواب را هم از دبیرخانه می‌گیریم. من خودم به شخصه ترجیح می‌دهم و تا به حال مسئول امور آموزشگاه‌ها را ندیده‌ام در حالی که وقتی ما مجوز می‌گیریم، باید حداقل یک جلسه با ایشان داشته باشیم. ولی ما آن جلسه را هم نداشتیم.

**پرسش:** یعنی ایشان را اصلاً ندیده‌اید؟

**پاسخ:** اصلاً و حتی مدیر قبلی را هم ندیدم.



پرسش: آیا شما اقدام کردید که آنها را ببینید؟

پاسخ: نه! کاری با آنها نداشتم.

پرسش: آنها هم اقدامی نکردند که شما را ببینند؟

پاسخ: نه! آنها هم جلسه‌ای نگذاشته‌اند که تمام مدیرمسئول‌های آموزشگاه‌ها را در یک همایش جمع کنند و نظرخواهی کنند و یا آقای رئیس صحبت کنند. من در طی هفت سالی که فعال هستم چنین جلسه‌ای ندیده‌ام.

پرسش: مدیران پایین‌تر چگونه‌اند؟

پاسخ: مدیران پایین‌تر را ندیده‌ایم، فقط معاونت‌ها را دیده‌ایم که در حد یک امضا بوده که مثلاً مجوز آموزشگاه تغییر آدرس داده و باید مدیر امضا کند که مدیر هیچ‌وقت نیست و معاونش امضا می‌کند.

پرسش: یعنی تعامل بیشتری نداشته‌اید؟

پاسخ: نه! در همین حد بوده. لاف‌ل من نداشته‌ام. شاید همکاران من باشند که تعامل بیشتری داشته باشند و با هم در ارتباط باشند و کمک بگیرند، اما من ندارم.

پرسش: چه طور ممکن است که یک همکار بیشتر از شما ارتباط داشته باشد؟ دلیلش چیست؟

پاسخ: بعضی‌ها هستند که رابطه بیشتری دارند؛ چون خودشان این‌گونه می‌خواهند؛ ولی من ترجیح می‌دهم زیاد جلوی چشم نباشم. آموزشگاه کار خود را می‌کند و کار خوب و حرفه‌ای هم ارائه می‌دهیم. ترجیح می‌دهم مدیران مرا نشناسند؛ چون مثلاً موردی برای یکی از دوستان پیش آمده بود که یکی از آشنایان همین مدیران به آموزشگاه موسیقی یکی از دوستان ما رفته و برای همکارمان مشکل پیش آمد، چون شاگردی بی‌نظمی کرده بود و فکر کرده بود چون آشنای آقای مدیر است، می‌تواند یک هفته دیر برود و ... وقتی با او برخورد شده بود، رفته بود پیش آقای مدیر شکایت کرده بود. ثانیاً مدیر برای من چه کار می‌کند؟

من کارشناسی ارشد موسیقی هستم و اکنون علوم اجتماعی می‌خوانم. چون جامعه‌شناسی را خیلی دوست داشتم. خیلی از مسائل هست که در جامعه به‌وسیله مدیران ارشد حل می‌شود. مثلاً می‌تواند آماری از آموزشگاه‌های تهران بگیرند و ببینند در کدام مناطق آموزشگاه بیشتر است. الان می‌گویند که در تهران به هیچ‌کس مجوز آموزشگاه موسیقی نمی‌دهیم شما دکترای

موسیقی هم داشته باشید، اجازه ندارید در تهران آموزشگاه موسیقی بزنید. در حالی که بعضی از مناطق تهران مثل هفت‌حوض، سعادت‌آباد و شهرک غرب و ... پر از آموزشگاه است. ولی بعضی از مناطق تهران اصلاً آموزشگاه ندارند، مثلاً شهرری یک آموزشگاه دارد. در نازی‌آباد تازه امسال یک آموزشگاه تأسیس شده است، لاقلاً می‌توانند بگویند که مجوز آموزشگاه را به شرطی می‌دهیم که تا سه سال در مناطق محروم کار کنید. می‌توانند بودجه‌های کلانی که وزارت ارشاد می‌گیرد و وام‌هایی که باید به آموزشگاه‌ها بدهند و جلوی پرداختش گرفته شده، پرداخت شود. من اینجا ماهی یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان اجاره می‌دهم. اگر می‌توانستم یک وام کم‌بهره از وزارت ارشاد بگیرم و پول پیش بیشتری بدهم کمتر تحت فشار بودم و دغدغه اجاره نداشتم و می‌توانستم مقداری هنری‌تر کار کنم. الان بی‌رو درباستی اینجا دارم تجاری کار می‌کنم. هنرجو که از در وارد می‌شود، به چشم عابر بانک او را نگاه می‌کنم؛ چون باید بتوانم اجاره را دریاورم.

**پرسش:** این وام‌ها که فرمودید باید به شما بدهند و نمی‌دهند؟ چگونه است؟

**پاسخ:** بله! باید بدهند.

**پرسش:** آیا به افراد خاصی می‌دهند؟

**پاسخ:** ببینید بودجه وزارت ارشاد چند جا می‌رود. یکی کمیته دبیرخانه حمایت از مؤسسات فرهنگی - هنری است. مؤسساتی که در زمینه مسائل فرهنگی - هنری کار می‌کنند، می‌توانند از اینجا وام بگیرند. مثلاً پروژه‌ای ارائه می‌دهند و وام می‌گیرند که ما این کار را کردیم و گفتیم می‌خواهیم یک سری کارهای صوتی بسازیم که آموزش‌های اخلاقی برای بچه‌ها داشته باشد. هنجارها و قوانین اجتماعی و مسائل دینی و ... مانند سلام کردن، احترام به پدر و مادر و مسواک زدن و ... این طرح را دادیم و گفتیم قصد داریم که در چند هزار نسخه و منتشر کنیم که موافقت نشد. اما مثلاً مؤسسات دیگر طرح‌هایی می‌دهند مثلاً به نام آشنایی با ولی‌امر و ... و ۱۰۰ هزار تراکت می‌زنند در دربند و فرحزاد و ... و عده‌ای را هم می‌فرستند آنجا که مردم را در این باره ارشاد کنند. با این طرح موافقت شد و ۱۰ میلیون پول گرفتند. البته قیمت را خیلی بیشتر از اینها می‌زنند، مثلاً قیمت را ۴۰ میلیون می‌زنند، اما با ۱۰ میلیون آن موافقت می‌شود. مدیران هم زد و بند می‌کنند و مؤسسه تأسیس می‌کنند و طرح می‌دهند.

پرسش: خود مدیران مؤسسه می‌زنند؟

پاسخ: بله مثلاً مدیرانی هستند که به نام خانم یا بچه‌ها و نزدیکانشان مؤسسه ثبت کرده‌اند و به طور صوری کار می‌کنند. من سراغ دارم. به خاطر همین می‌گویم ما که با مدیران زد و بندی نداریم و آشنایی نداریم و چیزی از قبیلشان گیرمان نمی‌آید، ترجیح می‌دهیم که جلو چشم نباشیم و اقلأ کاری هم به کار ما نداشته باشند.

پرسش: یعنی اگر جلو چشم باشید؛ ممکن است سنگ‌اندازی کنند؟

پاسخ: نباشیم و نبینیم راحت‌تریم. ممکن هم هست نکنند. نمی‌خواهم با دید بد به این قضیه نگاه کنم ولی واقعاً دل خوشی نداریم. این همه بودجه فرهنگی که در این کشور خرج می‌شود ولی چه تسهیلاتی به آموزشگاه‌ها داده‌اند؟

پرسش: مدیران تا چه حد بر اساس قانون رفتار می‌کنند؟

پاسخ: واقعاً نمی‌دانم. چون قانون خیلی انعطاف‌پذیر است. مثلاً وقتی پرونده‌ای برای وام می‌رود می‌گویند کارشناسی بشود و در صورت صلاحیت وام پرداخت گردد. این صلاحیت را چه کسی تشخیص می‌دهد؟ بازرسی که می‌آید می‌شود قانون و قانونگذار. او می‌گوید که به نظر من مؤسسه‌ فعالی هستید یا خیر و وام به شما تعلق می‌گیرد.

پرسش: شما این موضوع را به مدیران وزارت ارشاد گفته‌اید یا نه؟

پاسخ: نه! اصلاً!

پرسش: چرا نمی‌گویید؟

پاسخ: فکر می‌کنید فایده‌ای دارد؟

پرسش: نمی‌دانم. من از شما می‌پرسم.

پاسخ: فکر می‌کنم که فایده‌ای ندارد.

پرسش: کمیته حمایت از مؤسسات فرهنگی چگونه با شما رفتار می‌کند؟ شما آنجا رفته‌اید؟

بله! می‌گویند طرح باید به کمیسیون برود که رد یا تأیید شود. معمولاً کمیسیون طرح را رد می‌کند یا بودجه‌ای را که باید امسال پرداخت کنند، دو سال بعد پرداخت می‌کنند و این مسائل وجود دارد که می‌گویند اعتبار نداریم و دیر پرداخت می‌شود.

**پرسش:** اعتبارها مگر یک ساله تصویب نمی‌شوند؟

**پاسخ:** باید پرداخت شود، اما نمی‌شود. ما طرحی سال ۸۷ داده‌ایم و با این‌که تصویب شده، هنوز بودجه آن را به ما نداده‌اند. کانون‌های مساجد بودجه خوبی می‌گیرند. مجوز می‌گیرند و با این مجوز هر کاری می‌توانند انجام دهند؛ از کلاس‌های خوشنویسی گرفته تا زبان، کامپیوتر، هنرهای تجسمی و ... بودجه اوقات فراغت می‌گیرند، بودجه سه ماهه اول، دوم، سوم و چهارم می‌گیرند. خیلی هم راحت کار می‌کنند. کسی هم نمی‌تواند به آنها اعتراض کند؛ چون امام جماعت مسجد حامی آنهاست و کاری هم معمولاً نمی‌کنند.

**پرسش:** چرا کاری نمی‌کنند؟

**پاسخ:** چون فعالیت‌ها در خود مسجد انجام می‌شود که طبیعتاً اجاره هم ندارند و کلاً کاری که انجام می‌دهند هزینه‌اش از خود کار بیشتر می‌شود. کارهایشان همان کارهایی است که قبلاً بسیج مسجد انجام می‌داد. مثل اردو، می‌دانید که مجوز اردو را به هر کسی نمی‌دهند. یعنی کار توریستی انجام می‌دهند که کار سختی است و اتوبوس را از کانون می‌گیرند که مجانی است، غذایی می‌دهند و مثلاً نفری دوهزار تومان می‌گیرند. اینقدر فعالیت‌هایشان زیاد و متنوع است که درآمدشان بسیار خوب است و گذشته از آن، بودجه اوقات فراغت یا اقلام مشارکتی می‌گیرند. مثلاً برایشان کامپیوتر، آب سردکن، دستگاه کپی و فکس و ... می‌آید. به نظر من بودجه وزات ارشاد باید عادلانه تقسیم شود. اگر قرار است به مراکز فرهنگی بدهند؛ فرقی نمی‌کند کانون مساجد باشد یا آموزشگاه‌های آزاد هنری. بازرس‌هایی که مرتب از اماکن و وزارت ارشاد می‌آیند، آخرین تذکری که بازرسان ارشاد به ما داده‌اند این است که چرا کپسول آتش‌نشانی ندارید. می‌گوییم خود ساختمان، اطفاء حریق مرکزی دارد و لازم نیست کپسول داشته باشیم. می‌گویند نه! باید داخل واحد هم داشته باشید. به نظر من این چنین مدیرانی لازم نیست کاری برای ما انجام دهند؛ همین که کاری به کار ما نداشته باشند، کافی است.

**پرسش:** به نظر شما این تذکرها ناشی از چیست؟

**پاسخ:** یک سری بازرس هستند که باید تذکر دهند.

**پرسش:** یعنی چون بازرسان باید تذکر بدهند؟

**پاسخ:** بله، نمی‌توانند بگویند ما همه جا رفتیم و همه چیز خوب بود و مشکلی نبود. باید

بالاخره یک تذکری بدهند. یک سری ضوابط و آیین‌نامه‌ها هم جالبند. مثلاً به ما گفتند که شما چرا لیست حضور و غیاب ندارید. ما هم نداریم. گفته‌اند تمام آموزشگاه‌ها باید دفتر حضور و غیاب داشته باشند. ما گفتیم که سیستم ما کامپیوتری است و هر چیزی را که بخواهید می‌توانیم برایتان پرینت بگیریم. مثلاً تعداد هنرجوها بر اساس تفکیک جنسیتی کاملاً مشخص است یا چه کسی چند جلسه آمده و چقدر پرداخت کرده و ... همه اینها در داخل کامپیوتر هست؛ دیگر چه نیازی است که من بیایم دفتر حضور و غیاب هم داشته باشم؟ اما اصرار دارند که باید دفتر حضور و غیاب داشته باشید. ما هم یک سررسید را به این کار اختصاص دادیم. ببینید اینها قوانینی هستند که به نظر من از قبل بوده و الان ضرورتی ندارد، مثل همان کپسول آتش‌نشانی.

مسئله دیگر برگزاری کنسرت‌های هنرجویی است که باید برای آنها مجوز بگیریم و گرفتن این مجوزها بسیار دشوار است؛ چراکه هنرجو به مرحله‌ای می‌رسد که دوست دارد در بالای سن ساز بزند تا خانواده‌اش ببینند و او را تشویق کنند. که برای آن مجوز نمی‌دهند. این همه وزارت ارشاد سالن دارد که همه خالی هستند، تالارهایی که مبالغ بسیاری برای آنها خرج کرده‌اند، ماهی یک یا دو تئاتر مذهبی در آنها برگزار می‌شود و بقیه روزها خالی هستند. اینها را به آموزشگاه‌ها بدهید که کنسرتشان را برگزار کنند، من چرا باید یک سالن سینما را شبی ۴۰۰ هزار تومان اجاره کنم. همان سالن را به بهایی کمتر به ما بدهند.

**پرسش:** یعنی حاضرند سالن خالی بماند؛ اما به شبی مثلاً ۲۰۰ هزار تومان به شما اجاره ندهند؟  
**پاسخ:** بله! نمی‌دهند. می‌گویند برای کنسرت نمی‌شود. یعنی همکاری نمی‌کنند و فکر می‌کنند که اگر یک مجوز کار به شما بدهند؛ دیگر خیلی در حق شما لطف کرده‌اند. واقعاً هم لطف کرده‌اند به ما مجوز داده‌اند. اما این، مثل این است که شما بچه‌ای را به دنیا بیاورید و او را به امان خدا رها کنید. وزارت ارشاد بودجه می‌گیرد، ما نمی‌گوییم این بودجه را بین ما تقسیم کند و من بروم با آن ماشین بخرم. نه! این بودجه‌ای را که می‌گیرند درست خرج کنند. آمار بگیرند و ببینند آموزشگاه‌ها به چه چیز احتیاج دارند. یا همان‌گونه که به کانون‌های مساجد اقلام مشارکتی می‌دهند، به آموزشگاه‌های دیگر هم بدهند.

**پرسش:** یعنی به هیچ‌وجه به آموزشگاه‌های دیگر نمی‌دهند؟

**پاسخ:** نه! نمی‌دهند. شما پیگیر شوید. در مورد وام‌هایی که قرار بود بدهند و برای

آموزشگاه‌های موسیقی تا ۴۰۰ میلیون بود، گفتند دوره‌های مدیریت کسب و کار بگذرانید و طرح بدهید و وام بگیرید. ۷۵ هزار تومان هم از ما گرفتند و ما این دوره‌ها را گذرانیدیم و گفتیم وام چه شد؟ گفتند دستور عدم پرداخت آمده است، چرا؟ چون عده‌ای گرفته‌اند و نتوانسته‌اند پرداخت کنند. حالا چه کسانی گرفته‌اند؟ زمانی که هیچ‌کس نمی‌دانست وام می‌دهند، کسانی که گرفته‌اند کی بوده‌اند؟ دقیقاً کسانی که خودی بودند. و از طریق ارتباطات گرفته‌اند. این مسائل هست. خود من از طریق بانک چند وام گرفته‌ام که اصلاً شدنی نبوده است! ولی چون آشنا داشته‌ام، گرفته‌ام.

**پرسش:** فکر نمی‌کنید دلیل این که شما در وزارت ارشاد ارتباطاتی ندارید، این است که ارتباطاتتان را جای دیگر خرج و رابطه بازی می‌کنید؟ و این رابطه‌مداری همه جا هست.

**پاسخ:** بله! همه جا هست. من اصلاً نمی‌گویم که از مدیران وزارت ارشاد ناراحت هستم. نه! من هیچ ناراحتی از هیچ‌کدام ندارم و کاری به کارشان ندارم و ترجیح می‌دهم که کاری به کارمان نداشته باشند. اما وظایفشان را هم درست انجام نمی‌دهند.

**پرسش:** چه وظایفی؟

**پاسخ:** مثلاً همین کنسرت‌های آموزشگاهی. زمانی در دوره آقای مهاجرانی هر آموزشگاه می‌توانست از مجوزش استفاده کند و یک پیانو وارد کند و منی که می‌بایست یک پیانو برای آموزشگاهم به قیمت ۱۲ میلیون وارد کنم، می‌توانستم آن را بدون تعرفه گمرکی به قیمت چهار میلیون وارد کنم. در این صورت کار هم تجاری نمی‌شود چون فقط یک ساز می‌توانستیم وارد کنیم و آن هم کمک حال آموزشگاه می‌شد. در حالی که هم‌اکنون بسیاری از کالاها وارد یا خارج می‌شوند؛ اما با آن یک ساز آموزشگاه‌ها مشکل داشتند. از دیگر کارهایی که می‌توانند برای ما بکنند این است که آموزشگاه‌های موسیقی بتوانند از کنسرت‌هایی که برگزار می‌شود به صورت نیم‌بها استفاده بکنند و به آنها بر اساس درجاتشان سهمیه کنسرت بدهند که کنسرت‌ها هم خالی نمانند و هنرجوها هم با سازها و فضای کنسرت‌ها آشنا شوند و استفاده کنند؛ ولی این کارها را نمی‌کنند و نمی‌خواهند سر خودشان را شلوغ کنند و برایشان سخت است که برای این همه آموزشگاه بلیط و سهمیه بفرستند.

**پرسش:** الان مگر همه چیز اینترنتی نیست؟ با یک ایمیل نمی‌توانند این کار را انجام دهند؟

**پاسخ:** نه! اینترنتی نیست. یک سایت هست به نام آموزش هنر. که سایت دفتر آموزش است که لیست آموزشگاه‌های مجاز را زده‌اند. لیست برای سال ۸۷ است و دو سال است که آموزشگاه‌ها مجوز گرفته‌اند؛ ولی این سایت به‌روز نشده است. اسم آموزشگاه من هنوز در این لیست نیست. نام همه آموزشگاه‌های سال ۸۷ هم در لیست نیست. حال کدام آموزشگاه‌ها در لیست هستند؟ آموزشگاه‌های نور چشمی. آقای روشن روان (مدیر عامل خانه موسیقی) آقای داوود گنجه‌ای (سخنگوی خانه موسیقی)، آقای سامان احتشامی، نور چشمی آقای فلانی و آقای حنا، یعنی اسامی کسانی که در خانه موسیقی هستند. مجوز، مجوز است و اعتبار دارد؛ خوب اسم مرا هم در سایت بنویسید. کلاً اطلاع‌رسانی خوبی نمی‌شود، مثلاً آزمون هنرستان موسیقی را هم بدون سر و صدا برگزار می‌کنند که آموزشگاه‌های موسیقی مطلع نشوند و حتی سرفصل‌ها را هم ارائه نمی‌کنند که ما به عده‌ای از هنرجوهای علاقه‌مندمان که از ما می‌پرسند، اطلاع دهیم. کسی هم جوابگو نیست و حتماً باید حضوری بروید.

**پرسش:** آیا اگر حضوری بروید جوابگو هستند؟

**پاسخ:** هنرستان موسیقی سالانه ۳۶ نفر پذیرش دارد؛ اما این ۳۶ نفر چه کسانی هستند؟ شاگردان کسانی که در آموزشگاه موسیقی تدریس می‌کنند و در بیرون شاگرد آنها هستند. شما هرچقدر هم نوازنده خوبی باشید، اگر رابطه نداشته باشید؛ نمی‌توانید بروید. اگر هنرستان موسیقی بروید، می‌بینید که هر هنرجویی که آنجا درس می‌خواند، رابطه‌ای با کسی دارد. در کل من از این قضیه ناراحت هم نیستم؛ چون همه جا رابطه‌ای است.

**پرسش:** وزارت ارشاد چقدر می‌تواند در حل این مشکلات کمک کند؟

**پاسخ:** خیلی زیاد! چون هم بودجه دارد و هم قدرت. اما مشکل این است که مدیران خیلی سریع عوض می‌شوند و تا شیوه کار را یاد می‌گیرند، عوض می‌شوند. مثلاً آقای شیراوند، استاد جامعه‌شناسی ما بود. جالب است که حالا رئیس دفتر آموزش‌های هنری شده. مدیر قبلی، آقای شالویی، فوق لیسانس ادیان و عرفان داشت و دیوان حافظ را حفظ بود؛ ولی چنین آدمی الزاماً کار مدیریتی نمی‌تواند بکند. مدیر تا می‌آید کار را یاد بگیرد، عوض می‌شود. ما سه بار مجوزمان را امضا کرده‌ایم و هر بار امضای یک نفر را دارد. مدیر که تازه‌کار باشد، کار را بلد نیست و زیردستی‌ها کار را انجام می‌دهند، آنها هم معمولاً از زیر کار درمی‌روند.

پرسش: حالا زیردستی‌ها خوب رفتار می‌کنند؟

پاسخ: بله! آنها خوبند و کار را بلدند و حتی ما را به نام می‌شناسند و اگر کسی هم نباشد کار را دیگر همکارانشان انجام می‌دهند.

از شما متشکرم!

### گفتگو با مدیر نشر ...

خانم ... با تأکید بر این‌که یک سال و نیم است که به وزارت ارشاد نرفته، دلیل اصلی این امر را میله‌هایی دانست که جلو در گذاشته‌اند و چند جوانی که دم در حاضرند و کارت شناسایی می‌خواهند.

وی ادامه داد: «در گذشته چنین چیزهایی نبود و با ناشران و مؤلفان همچون خانواده وزارت ارشاد رفتار می‌شد؛ ولی حالا گویی مجرم هستیم و صمیمیت‌های سابق از بین رفته است.» خانم ... با مقایسه رفتار مدیران وزارت ارشاد در سه دوره آقایان میرسلیم، مسجدجامعی و دوره فعلی گفت: «در زمان آقای میرسلیم یا آقای مسجدجامعی هر وقت می‌خواستیم می‌توانستیم آنان را ببینیم و دید بسیار خوبی به مسائل داشتند و اهل گفتگو بودند؛ اما مدیران فعلی را اصلاً نمی‌توان دید و اگر هم ببینیم به خواسته‌هایمان توجهی نمی‌شود.» او یکی از عمده‌ترین مشکلات را رانت‌خواری برخی ناشرین مرتبط دانست و ضمن نام‌بردن از ناشرینی چون قدیانی، مرکز، چشمه، سوره و ... پرسید که اینها همه امکان چاپ را از کجا می‌آورند؟

این نویسنده کودک و نوجوان اضافه کرد: «بسیاری از کارشناسان هیچ تخصصی در این حوزه ندارند.» وی با بیان مثالی گفت: «مثلاً یک بار کارشناسی از تصاویر یک کتاب ما ایراد گرفته بود که چرا تصاویر غیرواقعی است و وقتی آن را به مدیر بالاتر نشان دادیم و پرسیدیم که آیا ایرادی در تصویر است؟ گفت: «نه!» و وقتی ایراد کارشناس مربوطه را گفتیم؛ خنده‌اش گرفت و امضا کرد.» این ناشر کتاب کودک ادامه داد: «آقای پرویز ناشران را اصلاً به حساب نمی‌آورد و برای موفقیت‌های آنان در خارج کشور هم هیچ ارزشی قائل نیست.»



وی نداشتن تخصص، رابطه‌مداری، نداشتن رفتار فرهنگی و درست، غریبه دانستن ناشران و عدم پاسخگویی و ... را از عمده‌ترین مشکلات کارمندان وزارت ارشاد دانست و گفت: «کاش مسئولان فعلی از تجربیات مدیران قبلی استفاده می‌کردند و خود را با دوره‌های قبل مقایسه می‌کردند تا راحت‌تر به نتایج مورد نیاز چنین پروژه‌ای جهت ارتقای سطح خدمات وزارت ارشاد دست می‌یافتند و می‌توانستند حداقل توانایی‌های خود را در حد دوره‌های قبلی وزارت ارشاد بالا ببرند.»

### گفتگو با مدیر نشر رایانه‌ای ...

این مدیر بخش رسانه دیجیتال با بیان این مطلب که مدیران ارشاد از این بخش و کلاً بحث‌های نرم‌افزاری آگاهی کافی ندارند، اضافه کرد: «وزارت ارشاد هیچ شناختی از بازار رسانه‌های دیجیتال ندارد و نمی‌داند که با دیر دادن مجوزها در این حوزه چه زبانی به ناشر وارد می‌کند.»

وی سرعت پیشرفت در بخش نرم‌افزار را بسیار سریع دانست و گفت: «طولانی شدن سیر مجوزها باعث بی‌ارزش شدن نرم‌افزار تولیدشده می‌شود.»

هوشیار رابطه‌مداری را از دیگر مشکلات این حوزه خواند و گفت: «مؤسسه‌هایی که با مدیران ارشاد در یک خط فکری هستند، مشکلات کمتری دارند و حمایت بیشتری می‌شوند.» وی با تأکید بر این‌که مدیران این حوزه، هیچ تخصص و شناختی از حوزه فعالیتشان ندارند، گفت: «ما مدیران را هیچ‌گاه ندیده‌ایم و اکثر کارهایمان را هم با ایمیل و نامه انجام می‌دهیم.»

او در پایان با بی‌مورد خواندن بسیاری از حساسیت‌های کارشناسان ارشاد در دادن مجوزها گفت: «بسیاری از تصاویر یا نوشته‌هایی که ایراد می‌گیرند، در رسانه‌های مکتوب یا صداوسیما بارها شبیه آنها پخش و منتشر شده و هیچ تأثیر سوئی هم در جامعه نداشته است.» وی بسیاری از این حساسیت‌ها را بیجا دانست و گفت: «با رفع این مشکلات، وزارت ارشاد بی‌شک می‌تواند راهگشای ما در مسیر فعالیت‌هایمان باشد.»

### پیگیری‌کنندهٔ امور چند نشریه

پرسش: شما برای چه کاری به معاونت مطبوعاتی آمده‌اید؟

پاسخ: ما چهار، پنج ماهنامه و فصلنامه داریم؛ در حال پیگیری پول‌هایی که برای دریافت کاغذ و ... می‌ریزند، هستیم. برای گرفتن مجوز مجله‌ها و امور جاری آنها به وزارت ارشاد می‌آیم.

پرسش: شما در اینجا برای انجام کارتان معمولاً با چه لایه‌ها و قسمت‌هایی مواجه می‌شوید؟

پاسخ: مثلاً به دبیرخانه می‌روم که اگر نامه‌ای هست ثبت شود و به رئیس داده شود.

پرسش: نحوهٔ برخورد و ارتباطشان چگونه است؟

پاسخ: خیلی خوب است

پرسش: قسمت‌های دیگر چگونه؟

پاسخ: خیلی عالی و خوب است.

پرسش: به نظر شما معیار رضایت‌مندی ارباب‌رجوع چیست؟

پاسخ: اگر کارمندان این وزارتخانه کاری را به نحو احسن انجام دهند، ارباب‌رجوع هیچ

اعتراضی ندارند.

پرسش: الان به نظر شما چگونه است؟

پاسخ: خیلی خوب است. عالی است! فقط زمان‌هایی که سرشان شلوغ بشود، به کارشان نمی‌رسند.

پرسش: پس به نظر شما معیار رضایت‌مندی این است که کار درست انجام شود؟ شما

انتظار و خواسته دیگری از معاونت مطبوعاتی دارید؟

پاسخ: ما رضایت کامل داریم و اعتراضی به این کار نداریم. ولی اگر نیروهایشان بیشتر

شود؛ خیلی بهتر است. چون گاهی کارشان خیلی سنگین می‌شود.

پرسش: مراحل اداری انجام کار شما معمولاً چقدر طول می‌کشد؟

پاسخ: خیلی کم. ۵ الی ۱۰ دقیقه. نامه را می‌دهم. هر نامه و هر جوابی که می‌خواهم بگیرم

برای خودش زمانی دارد که سروقت انجام می‌شود.

پرسش: به نظر شما روند آن و مراحلش طولانی است یا ...؟

پاسخ: نه! چون باید کار در چند قسمت انجام شود. بالاخره فقط من یک نفر هم نیستم.

**پرسش:** به نظر شما اگر زمانی برسد که درخواست‌ها طولانی شود؛ چون بعضی مطرح می‌کنند که ممکن است زمان طولانی شود و صدور مجوز یکی، دو سال طول بکشد. شما برای اینکه زمان این پروسه کوتاهتر شود، پیشنهادی دارید؟

**پاسخ:** در قسمت‌هایی که کار به کندی انجام می‌شود، اگر نیرو اضافه کنند؛ کار سریع‌تر انجام می‌شود و خیلی بهتر می‌شود.

**پرسش:** شما در تمام مراحل که برای انجام کارتان به وزارتخانه مراجعه می‌کنید با درخواستان موافقت می‌شود یا پیش آمده که مشکلی ایجاد شود و کارتان انجام نشود؟

**پاسخ:** اینها معیارهایی دارند، اگر ما طبق این معیارها و ضوابط عمل کنیم؛ هیچ وقت مشکلی پیش نمی‌آید و کارشان را انجام می‌دهند.

---

#### نشریه صادرکنندگان ...

**پرسش:** همیشه شما به وزارت ارشاد تشریف می‌آورید و کارهای معاونت مطبوعات وزارت ارشاد را شما انجام می‌دهید؟

**پاسخ:** بله!

**پرسش:** چه سمتی دارید؟

**پاسخ:** من کارمند بخش روابط عمومی هستم؛ نشریه اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفتی.

**پرسش:** پس از ورودتان به وزارتخانه با چه لایه‌هایی برای انجام کارتان مواجه می‌شوید؟

**پاسخ:** چون هدف ما از آمدن به اینجا فقط دریافت فرم و مجوز برای نشریه بود، به قسمت مربوطه‌اش رفتیم.

**پرسش:** از رده‌های پایین تا رده‌های بالا بیشتر با چه قسمت‌هایی مواجه می‌شدید. از زمانی که وارد می‌شوید، می‌خواهم بدانم رضایتتان از نحوه برخورد و روند کار چه طور بوده و اگر نارضایتی دارید؛ دلیل آن چه بوده است؟ توضیح بفرمایید!

**پاسخ:** من از پارسال به اینجا مراجعه می‌کنم. سه ماه قبل از سال ۸۹ و سه ماه هم در سال ۸۹ برای پیگیری به اینجا مراجعه می‌کنم که ببینم چه بوده است. از بدو ورودمان هیچ مشکل خاصی

نداشتیم. همکاری کارمندهای اینجا با ما خوب بوده است و کارمان را راه انداختند و مشکل خاصی نداشتیم.

**پرسش:** به نظر شما شاخص یا معیار اصلی یک ارباب‌رجوع برای رضایت‌مندی چه می‌تواند باشد؟ معیار و ملاکی که شما برای رضایت‌مندی‌تان از نحوه فعالیت‌ها انتظار دارید چه چیزی است؟

**پاسخ:** به نظر من اینکه در روند کار شفاف‌سازی صورت بگیرد، بهترین شاخص رضایت‌مندی هر ارباب‌رجوعی می‌تواند باشد. یعنی ارباب‌رجوع بداند که وقتی الان وارد این مجموعه می‌شود، رشته کار را چطور باید ادامه دهد و به آنجایی که می‌خواهد برسد.

**پرسش:** انتظاراتی که الان مطرح کردید به نظر شما در حد توان وزارت ارشاد هست؟  
**پاسخ:** بله!

**پرسش:** به نظر شما برای ارتقاء کیفیت خدمات، ارشاد چه کارهایی می‌تواند انجام دهند؟ به عنوان یک ارباب‌رجوع برای بالا رفتن کیفیت خدمات وزارت ارشاد چه راهکارهایی را پیشنهاد می‌دهید؟

**پاسخ:** الان مشکل خاصی ندارد که بگوییم این رویه را شروع کنند تا به آن هدف نزدیکتر شوند. ولی به نظر من راه‌حلی که از نظر خدمت‌رسانی به ارباب‌رجوع خیلی مفید است این‌که بخشی را به عنوان اطلاعات و پذیرش قرار دهند. ارباب‌رجوع با مراجعه به آنجا بفهمد به کدام بخش می‌تواند مراجعه کند. این‌طور راحت‌تر و سهل‌تر است.

**پرسش:** روند اداری کار شما چگونه بوده و چقدر زمان برده است؟

**پاسخ:** مراحل اداری‌اش از گرفتن فرم‌ها و دفترچه راهنمایی بوده که گرفتیم و در شرکت آن را مطالعه کردیم. برحسب آن، فرم‌ها را پر کرده و دوباره برگردانیم اینجا. یک سری مدارک اعم از عکس و استعلام از چند اداره دیگر بود. آن مدارک را تکمیل کردیم و به اینجا برگردانیدیم. حالا پرونده رفته است در چرخه اداری و قرار است که امروز و فردا خبر آن را بدهند.

**پرسش:** از زمانی که شروع به طی مراحل اداری کردید چقدر طول کشید تا کارتان انجام شود؟

**پاسخ:** چون زیاد عجله نداشتیم، تا امروز شش ماه است که پیگیر این کار هستیم. ولی فکر می‌کنم اگر زودتر هم می‌خواستیم، کارمان انجام می‌شد.

**پرسش:** در تمام مواردی که به ارشاد یا معاونت مطبوعات مراجعه داشتید با درخواستان موافقت شده است؟ یا موردی وجود داشته است که موافقت نشود؟

**پاسخ:** در روند کارمان یکی دو نکته بود که گفتند اگر معرفی صاحب امتیاز و مدیر مسئول را عوض کنید، خیلی زودتر کارتان راه می‌افتد. ما هم عوض کردیم. چون یکی از آنها وزیر ارشاد بود که ما او را عوض کردیم و به عنوان یکی از دوستان نزدیک مدیر مسئول نوشتیم.

**پرسش:** پس به طور کلی رضایت داشتید.

**پاسخ:** بله در کل رضایت داشتیم.

---

#### مدیر نشریه ...

**پرسش:** سمت شما چیست و برای انجام چه کاری به اینجا مراجعه کردید؟

**پاسخ:** ما مجله چاپ می‌کنیم که تخصصی است و الان هم برای اعلام وصول آمده‌ام.

**پرسش:** در بدو ورودتان به وزارتخانه با چه لایه‌ها و قسمت‌هایی مواجه شدید؟

**پاسخ:** ورودی که کارت شناسایی را می‌گیرند و بعد قسمت امتیازات می‌رویم.

**پرسش:** نحوه برخورد در این قسمت‌ها چگونه است؟ مشکل خاصی نبوده است؟

**پاسخ:** نحوه برخورد خوب است. فقط تنها مشکل پروسه خود وزارت ارشاد است، اینکه اگر می‌خواهد مجوزی بگیرد باید پنج یا شش سال منتظر بماند و گرنه مشکل دیگری نیست.

**پرسش:** عامل اصلی که می‌تواند رضایت یک ارباب‌رجوع را جلب کند در همه زمینه‌هایی که مربوط به انجام کارش هست چه می‌تواند باشد؟ اگر نقایصی دارد چه پیشنهادی دارید؟

**پاسخ:** مهم‌ترین آن این است که ارباب‌رجوع را راهنمایی کنند؛ چون کسی که می‌آید اینجا اطلاعاتی ندارد. قطعاً اگر مسئول بخش، اطلاعات دقیق و کافی به فرد بدهد و راهنمایی‌اش کند، خیلی مفید است. به نظر من این بهترین کاری است که می‌تواند انجام دهد.

**پرسش:** به نظر شما وزارت ارشاد می‌تواند کیفیت خدمات خود را ارتقاء دهد؟

**پاسخ:** البته ما چون تازه مجوز گرفته‌ایم با این پروسه و خدماتی که وزارت ارشاد ارائه

می‌دهد، آشنایی نداریم. ولی تا آنجایی که تا الان درگیر بودیم، ممکن است یک مجوز پنج، چهار یا سه سال طول بکشد. به نظرم در اولین قدم خدماتش خوب نیست.

**پرسش:** چه پیشنهادی دارید برای اینکه مراحل زمانی روند اداری کوتاه‌تر شود؟

**پاسخ:** چرخه آن کوتاه است و قانون مطبوعات را که من می‌خواندم هر مجله‌ای که درخواست می‌دهد تا زمانی که به آن مجوز می‌دهند باید، تا سه ماه بعد بگویند که می‌دهیم یا نمی‌دهیم.

**پرسش:** به نظر شما مشکل کجاست؟ از قانون، وزارت ارشاد یا کارمند است؟ چه پیشنهادی می‌دهید؟

**پاسخ:** یک سری مسائل هست که من علت آن را نمی‌دانم. شاید جلسه‌هایشان تشکیل نمی‌شود که بخواهند مجوز صادر کنند. ولی نمی‌دانم برای چه تشکیل نمی‌شود.

**پرسش:** مراحل اداری برای درخواستی که داشتید چقدر طول کشید؟

**پاسخ:** درخواست من تقریباً چهار سال طول کشید. مراحل آن هم چون تقاضای نشریه دادیم و فرمی را پر کردیم، طبق روال اداری استعلام می‌شود و وقتی استعلام آن تمام شد به هیئت نظارت می‌رود. در هیئت نظارت هم می‌ماند تا نظر دهند، ولی چه مدت را نمی‌دانم.

**پرسش:** در تمام مراحل که شما مراجعه داشتید با درخواستان موافقت شد یا موردی بوده که ...

**پاسخ:** برای ما که موافقت شده است. خدا را شکر پارسال بعد از چهار سال موافقت کردند. ولی آن‌طور که من شنیده‌ام سال گذشته زیاد مجوزی ندادند. بیشتر دانشگاهی‌ها را دادند و مجوز مجلات زیادی ندادند.

**پرسش:** پس به نظر شما فقط زمان بر بودن این پروسه مشکل است.

**پاسخ:** بله! خیلی! بدترین قسمت آن همین است. مثلاً یک بار ارباب رجوعی می‌گفت از سال ۷۵ اقدام کرده و مجله ورزشی می‌خواست بگیرد، مجله کاراته بود و تقریباً هفت، هشت سال در نوبت مانده بود.

**پرسش:** به نظر شما علت طولانی بودن چیست؟

**پاسخ:** یا روال بر مجوز دادن نیست یا بررسی‌ها و جلساتشان دیر به دیر تشکیل می‌شود. فکر می‌کنم تنها دلیلش همین‌ها باشد. الان یک پروسه سه، چهار ساله حداقل برای مجلات تخصصی است و اگر مجله عمومی باشد خیلی بیشتر طول می‌کشد.

### مدیرمسئول خبرنامه داخلی

**پرسش:** در بدو ورودتان به اینجا با چه لایه‌هایی مواجه می‌شوید؟ نحوه برخوردشان چگونه است؟ خودتان را هم لطفاً معرفی کنید.

جعفری هستم از انجمن تخصصی برق و الکترونیک اصفهان. تولیدکنندگان صنایع برق و الکترونیک عضو انجمن ما هستند. ما یک خبرنامه داخلی داریم و بدون مجوز چاپ می‌کردیم. از سال ۸۷ طبق دستورالعمل وزارت ارشاد چاپ خبرنامه‌مان متوقف شد و ما از اول اسفند ۸۷ دریافت مجوز کردیم و می‌خواستیم کارمان قانونی باشد. از آن زمان هم از اصفهان پیگیری‌مان را شروع کردیم. منتهی چون تنها وسیله ارتباطی ما با اعضا نشریه است، این فرایند طولانی باعث شد که این ارتباط قطع شود. ما خواستیم که پیگیر شویم چون از اصفهان نتیجه‌ای نگرفتیم؛ به اینجا مراجعه کردیم.

**پرسش:** در بدو ورودتان به وزارتخانه با چه قسمت‌هایی مواجه شدید؟

من مستقیماً به واحد امتیازات آمدم.

**پرسش:** به نظر شما برای رسیدگی کارتان نحوه برخورد و نحوه ارتباطشان چگونه بوده

است؟ مشکل خاصی نداشتید؟

**پاسخ:** نه! خیلی خوب بود.

**پرسش:** در مواجهه با هر کدام از این قسمت‌ها میزان رضایت یا نارضایتی‌تان از انجام

درخواستی که داشتید، چگونه است؟

**پاسخ:** برخوردهای رفتاری خوب است. ولی این که اینقدر صدور مجوزها طول می‌کشد،

مشکل است.

**پرسش:** به نظر شما با چه معیار ارزیابی یا چه شاخصی می‌توانیم رضایت‌مندی ارباب‌رجوع

را جلب کنیم؟ از نظر شما در این باره وزارت ارشاد یا کارمندان چه اقدامی باید انجام دهند؟

**پاسخ:** از نظر برخوردی که مشکلی نبود و خوش‌برخورد بودند. اما از نظر مراحل اداری و

قانونی اگر یک کم دست و پاگیرتر نباشد؛ بهتر است.

**پرسش:** چه پیشنهاد و راهکاری را ارائه می‌دهید؟

**پاسخ:** مثلاً مجوز ما دو سال است که قطع شده و چاپ خبرنامه معطل مانده. ما درگیر

هستیم و می‌گویند ممکن است تا سال ۹۱ طول بکشد. این خیلی طولانی است. به نظر من یک کم قوانین دست و پاگیر جمع شود، بهتر است.

**پرسش:** به نظر شما رفع همین انتظاراتی که الان مطرح شد در توان وزارت ارشاد هست؟  
**پاسخ:** فکر می‌کنم باشد.

**پرسش:** به نظر شما وزارت ارشاد می‌تواند کیفیت خدماتش را ارتقاء دهد؟

**پاسخ:** صد درصد. به نظر من مهم‌ترین آن کوتاه‌کردن این مدت است. دو تا پنج سال برای صدور یک مجوز خیلی است. چون فرد نمی‌تواند برای شش ماه آینده‌اش هم برنامه‌ریزی کند.

**پرسش:** شما برای روند کاریتان در وزارتخانه دقیقاً چه مرحله‌ای را طی کردید؟  
**پاسخ:** از ثبت‌نام، تکمیل فرم، انگشت‌نگاری، ارسال مدارک به اصفهان و بعد به تهران، ثبت، پیگیری و یک سال است که پیگیری می‌کنم.

**پرسش:** پس یک سال برای درخواستان طول کشیده است؟

**پاسخ:** و هنوز هیچ کاری انجام نشده است.

**پرسش:** اگر پیشنهادی دارید؛ بفرمایید!

**پاسخ:** قوانین دست و پاگیر کمتر شود و مدت آن هم کوتاه‌تر شود.

**پرسش:** شما در تمام مراحل با درخواستان موافقتی صورت گرفته است یا موردی بود که بحثی باشد؟

**پاسخ:** نه! فقط روند اداری طولانی شده و مشکل خاصی نداشته‌ام.

---

### مدیرمسئول

**پرسش:** در بدو ورود به وزارتخانه با چه لایه‌هایی برای انجام کارتان مواجه می‌شوید؛ از نگهبانی تا بقیه جاهایی که مراجعه می‌کنید؟

**پاسخ:** قسمت عمده کار ما چون برای درخواست مجوز انتشار یک نشریه بوده است، با قسمت امتیازات بود. به همین جهت درخواستی که مطرح کردیم، خطاب به همان قسمت امتیازات بود که نهایتاً سیر مراحل اداری آن طی شد و پس از گذشت مدت طولانی نهایتاً مجوز صادر شد.



**پرسش:** شما مدیرمسئول کدام نشریه هستید؟

**پاسخ:** مدیرمسئول مجله علمی حقوقی هستیم از کانون وکلای دادگستری.

**پرسش:** رضایتتان از همان قسمت‌هایی که برای انجام درخواستتان به آنجا مراجعه کردید،

چه طور بود؟

**پاسخ:** به طور کلی ما از نحوه برخوردها و عملکرد راضی هستیم. منتهی آن چیزی که برای ما یک مقدار دردسرافرین شد، طولانی شدن صدور مجوز بود که شاید چیزی حدود دو سال طول کشید. هر بار که مراجعه می‌کردیم، می‌گفتند که در نوبت است و به همین جهت متأسفانه خیلی طولانی شد.

**پرسش:** انتظار و خواسته شما چیست؟ چطور می‌شود به این انتظار دست پیدا کرد؟

**پاسخ:** ما انتظار داریم یک مقدار به صدور مجوزها سرعت دهند؛ چون به هر حال بعضی از مراجع هستند که در انتشار مجلات و نشریاتشان الزامات قانونی دارند. مثلاً فرض کنید در قانون وکالت هست که یک سری موارد حتماً باید ماهیانه در مجلاتمان منتشر شود. از بدو تشکیل کانون وکلای استان همدان ما آمدیم درخواست دادیم، متأسفانه ما دو سال نشریه نداشتیم و ناچار بودیم مواردی را که از نظر قانونی می‌بایست در مجله منتشر شود، منتشر نکنیم. چاره‌ای جز این نداشتیم. برای همین، مسائل و مشکلات بعدی قانونی برای ما ایجاد شد.

**پرسش:** شما چه پیشنهادی ارائه می‌دهید که این سرعت عمل بالا برود؟

**پاسخ:** به نظر من باید تعداد جلسات را بیشتر کنند یا یک مقدار به تحقیقاتی که انجام می‌شود، سرعت دهند. از ابزارهای بهتری استفاده کنند تا مسائل و مشکلات بعدی پیش نیاید.

**پرسش:** به نظر شما وزارت ارشاد می‌تواند کیفیت خدمات خود را بالا ببرد و این توانایی

در وزارت ارشاد ملموس است؟

**پاسخ:** چیزی که هست این‌که اینها جنبه تشریفاتی و صوری دارد، یعنی صدور مجوز یک مقدار جنبه تشریفاتی دارد، ممکن است تحقیقات و استعلاماتی از جاهایی انجام شود. ولی عمده‌اش جنبه تشریفاتی دارد، کار ماهیتی انجام نمی‌شود تا وزارت ارشاد نقش آنچنانی داشته باشد. ممکن است نشریاتی تخلفاتی داشته باشند، در این باره هم مراجعی برای رسیدگی به تخلفات هست که مراحل بعدی‌اش را دارد. منتهی ابتدا در صدور مجوز به نظر من خیلی نباید سخت‌گیری کرد.

**پرسش:** مراحل اداری روند کارتان را چطور ارزیابی کنید؟ خوب بود یا بد؟ علت آن چه بود؟  
**پاسخ:** مراحل اداری خاصی نداشت، جز این که یک سری مدارک از ما می‌خواستند که آنها را تهیه کردیم و تهیه آن برای ما مشکل نبود. منتهی مشکلی که ما داشتیم فقط طولانی شدن صدور مجوز بود.

**پرسش:** فرمودید دو سال طول کشید؟

**پاسخ:** بیشتر از دو سال هم طول کشید.

**پرسش:** راهکاری که برای بالا رفتن سرعت عمل پیشنهاد دادید، افزایش تعداد جلسات بود. به نظر شما غیر از این، کار دیگری می‌تواند برای تسریع در انجام درخواست شما و پیگیری‌ها لازم انجام شود؟

**پاسخ:** بله می‌شود یک دستورالعمل‌هایی در این مورد تهیه کرد. فرض کنید اگر استعلامی از جایی انجام شد و در زمان مقرر جواب استعلام واصل نشد، فرض را بر صحت بگذراند نه این که مکرراً استعلام بر استعلام و این باعث شده که متأسفانه مجوز به تأخیر بیفتد.

**پرسش:** در تمام زمینه‌هایی که شما به وزارتخانه مراجعه کردید با درخواست شما موافقت شده بود یا مواردی بود که ...

**پاسخ:** نه! ما مشکل خاصی نداشتیم و فقط مشکل ما طولانی شدن صدور مجوز بوده است.

---

#### مدیر داخلی یک نشریه

من مدیر مجله‌ای هستم که در آن کار می‌کنم.

**پرسش:** در بدو ورودتان با چه لایه‌ها و قسمت‌هایی در وزارتخانه مواجه می‌شوید، از رده‌های پایین تا بالا؟

**پاسخ:** من چیز خاصی ندارم، چون وقتی فرد می‌خواهد به وزارت ارشاد بیاید؛ مستقیم می‌آید جایی که می‌خواهد. فقط اطلاعات است. هیچ وقت مشکل خاصی ندارد.

**پرسش:** در رابطه با کارمندان یا کارشناسانی که به آنها مراجعه می‌کنید یا مدیران، چقدر رضایت داشتید؟ شاخص رضایتتان چیست؟

**پاسخ:** قبلاً اصلاً این طور نبود و رفت و آمد من در وزارت ارشاد خیلی کم بود. ولی الان خیلی بهتر شده است؛ یعنی حتی خانم خرسندی که من برای پیگیری کارم به ایشان مراجعه می‌کنم، دو بار خودشان به من زنگ زدند. این چیزی است که من هیچ وقت انتظارش را نداشتم و فکر نمی‌کردم هیچ وقت از جانب وزارت ارشاد چنین اتفاقی بیفتد و این خیلی خوب است. **پرسش:** انتظارات و خواسته‌های شما به همان قسمتی که مراجعه می‌کنید، چیست؟

**پاسخ:** بزرگترین چیزی که ما مطبوعاتی‌ها از وزارت ارشاد می‌خواهیم فقط حمایت است. مشکلی که خود من دارم پلمب دفترم است. در صورتی که ما اجازه این را داریم که در جاهای مسکونی باشیم. به هر حال ما باید از یک جایی حمایت شویم و آن هم جایی نیست جز وزارت ارشاد.

**پرسش:** به نظر شما وزارت ارشاد می‌تواند کیفیت خدمات خود را ارتقا دهد؟ چه پیشنهادی دارید؟

**پاسخ:** الان که این اتفاق افتاده است.

**پرسش:** به نظر شما به آن نهایت خود رسیده است؟

**پاسخ:** نه! هیچ وقت و در هیچ زمینه‌ای افراد به ایده‌ال‌شان که نمی‌رسند، چون به هر حال سطح توقع مراجعه‌کنندگان هم فرق می‌کند. شاید من که الان اینقدر احساس رضایت می‌کنم یک نفر دیگر بیاید اینجا و داد و بیداد کند. هیچگاه به آن مطلق نمی‌رسیم.

**پرسش:** شما برای روند کاریتان چه مراحل اداری را طی کردید؟ می‌توانید عنوان کنید؟

**پاسخ:** مراحل ندارد. چون اینجا مشخص است که باید یک راست نزد چه کسی بیاییم. یعنی کاملاً عنوان‌ها و جایگاه‌ها مشخص است و احتیاجی نیست دنبال کسی بگردیم.

**پرسش:** مراحل اداری را پشت سر گذاشتید مثل تشکیل پرونده و ...

**پاسخ:** در مورد کار من که چنین چیزی نبود.

**پرسش:** درخواست‌هایی که شما داشتید و باید در وزارت ارشاد پیگیری می‌شد، مورد

موافقت قرار گرفت یا موردی بود که انجام نشده باشد؟

**پاسخ:** من تا حالا چنین مشکلی نداشتم.

پرسش: یعنی هر مشکلی که داشتید حل شده است؟

پاسخ: بله! یا به هر حال ایراد از ما بوده که امکان برطرف کردن آن را نداشتیم یا اگر امکان آن بوده انجام شده است.

پرسش: پس شما راضی هستید؟

پاسخ: من حقیقتاً راضی هستم.

---

### واردکننده کاغذ

پرسش: بفرمایید سمتتان چیست؟

پاسخ: ما واردکننده کاغذ هستیم و با روزنامه‌ها کار می‌کنیم؛ یعنی به روزنامه‌ها کاغذ پخش می‌کنیم.

پرسش: پس از ورودتان با چه لایه‌ها و قسمت‌های مواجه هستید؟

بیشتر در کار کاغذ هستیم. من الان به بخش حمایت آمدم.

پرسش: به نظر شما برخورد و به طور کلی نحوه ارتباط نگهبانی و مسئولان و مدیران و

کلاً همه قسمت‌ها چه‌طور است؟

پاسخ: خوب بوده و من راضی بودم. قبلاً هم خیلی خوب بوده و امیدوارم که بهتر هم بشود.

پرسش: نارضایتی تا حالا برای شما پیش نیامده است؟

پاسخ: نه! اصلاً نارضایتی نداشتم.

پرسش: معیار ارزیابی رضایت یک مراجعه‌کننده به نظر شما چه می‌تواند باشد؟

پاسخ: مهم این است که کار زودتر انجام شود. طرف مقابل خوش‌برخورد باشد.

پرسش: انتظارات و خواسته‌هایتان بیشتر حول همین محور است.

پاسخ: بله!

پرسش: به نظر شما آیا وزارت ارشاد می‌تواند کیفیت خدمات خودش را ارتقا دهد و بالا

ببرد. پیشنهادی راهکاری دارید. در هر زمینه‌ای که وزارت ارشاد می‌تواند نقایص خود را

بپوشاند می‌توانید نام ببرید.

**پاسخ:** پیشنهاد و مشکل خاصی ندارم.

**پرسش:** معمولاً چه روند اداری را از زمان مراجعه طی می‌کنید؟

**پاسخ:** می‌رویم به اطلاعات و اطلاعات ارجاع می‌دهد به بخش مربوطه. بخش مربوطه اگر توانست کاری را انجام می‌دهد یا مثلاً الان ارجاع می‌دهند به ساختمان بغل که بینم آنجا چه دستور می‌دهند.

**پرسش:** الان برای چه کاری است؟

**پاسخ:** برای کاغذ.

**پرسش:** مراحل اداری این کار چیست؟

**پاسخ:** ما نامه‌نگاری کردیم با اداره بازرگانی و اداره بازرگانی نامه زده به وزارتخانه و وضعیّت کاغذ و قیمت را استعلام خواسته است. من الان دنبال این کار هستم.

**پرسش:** به صورت تقریبی با توجه به سال‌های قبل هم که برای انجام کارهایتان می‌آمدید چه مدت زمانی طول می‌کشد؟

**پاسخ:** پنج، شش سال پیش زمان آقای خاتمی بود که زیاد می‌آمدم، سریع کارمان انجام می‌شد. **پرسش:** اگر رسیدگی‌ها طولانی‌تر شود آیا شما راهکاری برای این‌که زمان رسیدگی‌ها کوتاه‌تر شود، دارید؟ چون اکثراً گلایه‌شان از طولانی شدن است.

**پاسخ:** باید کسانی را برای انجام کارها قرار دهند که اطلاعات داشته باشند. تا سریع کار را انجام دهند و اگر هم همکاری بخواهند یک همکاری به آنها اضافه کنند.

**پرسش:** در تمام مواردی که شما به وزارتخانه مراجعه کرده‌اید با درخواستتان موافقت شده است؟

**پاسخ:** قبلاً بله! ولی الان تازه آمده‌ام.

**پرسش:** پس پیشنهادتان این است که از متخصصان و کارشناسان استفاده کنند.

**پاسخ:** البته الان هم هستند. ولی باید اطلاعات بالا رود و برای فرد کلاس بگذارند و اگر همکاری خواست، همکاری قرار دهند که کارها روی هم انباشته نشود و فرد دست‌تنها نباشد.

### مدیرمسئول نشریه

**پرسش:** در بدو ورودتان به وزارتخانه شما با چه لایه‌ها یا قسمت‌هایی مواجه شدید؟

**پاسخ:** در معاونت هنری معمولاً بعد از اخذ مجوز نشریه، اولین اتفاقی که می‌افتد انتشار آن نشریه و اعلام وصول است. پیگیری اعلام وصول‌ها، گرفتن تسهیلات از بخش تسهیلات معاونت هنری و حضور در جشنواره مطبوعات و تعاملاتی که معمولاً نشریات با معاونت هنری دارند، از جمله کارهاست.

**پرسش:** در قسمت‌هایی که طی کرده‌اید، نگرهبانی و مدیران رده‌های بالا، کارشناسان و کارمندان مقدار رضایت شما از نحوه برخوردشان، از نحوه انجام کارها به طور کلی به چه صورت است؟

**پاسخ:** من به خود وزارتخانه و به دلایل مختلف هم به معاونت سینمایی، معاونت هنری و هم به معاونت فرهنگی مراجعه می‌کنم. انصافاً در معاونت مطبوعاتی هم برخورد کارمند از بدو ورود تا حوزه مشاور اجرایی و حتی مدیرکل مطبوعات همه خیلی خوب بوده است. ضمن این‌که می‌توانم بگویم که کاربرد بوده‌اند؛ یعنی کاملاً به وظایفی که به آنها محول شده اشراف داشتند و در اسرع وقت جوابگو بودند.

**پرسش:** در هر کدام از این لایه‌ها که مراجعه کردید، نارضایتی هم داشتید؟

**پاسخ:** نه مورد خاصی نبود. تنها جایی که فکر می‌کنم هم نشریه و هم بقیه ارباب‌رجوع‌ها یک مقدار معطلی دارند و آن هم نه به خاطر کم‌کاری یا تعلل کارمندان، در حوزه امتیازات است. بخشی که قرار است تغییر مدیرمسئول یا صاحب امتیازی وارد شود و یا اصلاً اخذ امتیاز شود. نمی‌دانم چه مشکلی وجود دارد. ولی یک مقدار معطلی دارد.

**پرسش:** می‌دانید مشکل اساسی و عمده چیست؟

**پاسخ:** بعضی مواقع پیگیری می‌کنم. به نظر می‌رسد جلساتی که باید برای پیگیری انجام شود، علی‌الظاهر نامنظم است.

**پرسش:** معیار ارزیابی شما و شاخص رضایت‌مندی شما از کاری که در وزارت ارشاد یا معاونت مطبوعات انجام می‌شود چه می‌تواند باشد؟

**پاسخ:** در وجه اول کارشناس بودن مسئولانی است که جوابگو هستند؛ یعنی به نظر من

باید کاملاً به وظایفی که برعهده‌شان می‌گذارند، مسلط باشند و تجربه داشته باشند. بعد هم برخورد مناسب آن عزیزان با ارباب‌رجوع است. فکر می‌کنم کفایت کند و رضایت ارباب‌رجوع جلب می‌شود. حالا پرونده یک پروسه زمانی دارد که به انجام برسد که دیگر طبیعی است.

**پرسش:** چطور می‌توانند کیفیت این امور را ارتقا دهند؟

**پاسخ:** فکر می‌کنم هر شخصی که به عنوان کارمند وارد وزارت ارشاد می‌شود، اول باید دوره‌ای را ببیند، بعد بیاید زیردست کسانی که قبلاً در آن حوزه کار می‌کردند تجربه و مهارت کسب کند. ضمناً منشور اخلاقی هم باید وجود داشته باشد و کارمندان و کارکنان وزارت ارشاد به آن متعهد باشند.

**پرسش:** شما برای انجام کارتان در وزارتخانه چه روندی را طی کردید؟

**پاسخ:** موارد آن دو سه مورد بوده است. اخذ مجوز دو نشریه را داشتیم که یک پروسه زمانی طولانی داشت و یکی از دلایل طولانی شدن آن نامنظم بودن جلسات هیئت نظارت بر مطبوعات بود. بعداً در همان امتیاز مدیرمسئول را تغییر دادیم که خوشبختانه زیاد زمان نبرد و بعد هم درخواست تسهیلاتی که به ما تعلق می‌گرفت که خوشبختانه مشکلی نبود.

**پرسش:** به طور تقریبی برای انجام درخواستتان چه مدت زمانی طول کشید؟ برای اخذ مجوز یا موارد دیگر بفرمایید!

**پاسخ:** اخذ مجوز نزدیک دو سال طول کشید. تازه نشریه‌ای که ما درخواست کرده بودیم تخصصی بود. معمولاً نشریات عمومی دیرتر مجوز می‌گیرند. ولی برای تغییر مدیرمسئول چیزی حدود سه، چهار ماه بود که فکر می‌کنم طبیعی است تا استعلام‌های لازم برای مدیرمسئول اتفاق بیفتد و در هیئت قرار بگیرد و رأی بیاورد.

**پرسش:** شما از نظر زمانی مشکلی با این پروسه ندارید؟ به هر حال همان اخذ مجوز که زمان آن طولانی است و راهکاری برای سرعت‌بخشی به آن پیشنهاد می‌دهید؟

**پاسخ:** من فکر می‌کنم اگر رسیدگی به پرونده‌ها سریع‌تر انجام شود. علی‌الظاهر تمام مراحل اخذ مجوز انجام می‌شود و وقتی همه چیز، مثلاً استعلام برای مدیرمسئول و صاحب‌امتیاز و عدم سوءپیشینه انجام و پرونده بررسی می‌شود، بعد از همه اینها، می‌گویند نه! در صورتی که قبل از این هم می‌توانند تشخیص دهند که انتشار این نشریه لزومی ندارد. یعنی

قبل از این که درخواست‌کننده این همه معطل و پشت در بسته بماند، تکلیفش مشخص شود. می‌گویند به این دلایل، قانونی الزامی برای انتشار این نشریه نیست و خیلی راحت سرعت عمل دهند.

**پرسش:** یعنی حاشیه‌ها را از آن کم کنند. به طور کلی شما برای مراحلی که برای انجام کارتان آمدید در تمام زمینه‌ها با درخواست شما موافقت شده است؟ یا این که موردی هم بوده است که درخواست شما رد شده باشد؟

**پاسخ:** تا به الان به موردی برخوردیم که رد شده باشد. البته بعضی مواقع یک نواقصی از طرف ما هست که از طرف کارشناس اعلام شده که رفع نقیصه شود، اما از بابت این که رد شود تا به حال نبوده است.

---

#### رسانه‌های دیجیتال ...

**پرسش:** وقتی به وزارت ارشاد می‌روید با چه قسمت‌هایی مواجه می‌شوید و از کدام قسمت شروع می‌کنید؟

**پاسخ:** ابتدا که نگاهی است.

**پرسش:** به نظر شما برخوردشان چگونه است؟ نحوه تعامل و ارتباطشان چگونه است؟ پاسخ: مشکلی نداشتیم. معمولاً کارت شناسایی ارائه می‌دهیم و برگه‌ای هست که در هر قسمت که مراجعه کنیم، باید امضای آن مسئول را بگیریم و تحویل دهیم. شما از نحوه ارتباطشان رضایت داشته‌اید یا نه، ناراضی بودید؟

**پاسخ:** نه! من مشکل خاصی نداشته‌ام

**پرسش:** در مراحل بعدی کجا مراجعه کرده‌اید؟

**پاسخ:** بستگی به کار اداری، به بخش مربوطه مراجعه کرده‌ایم. مسئول مربوطه اگر پرونده را خواسته باشد، می‌آورد و نگاه می‌کند و مدارک لازم را می‌خواهد و ما تهیه می‌کنیم و می‌آوریم. بیشتر مراجعه ما برای جواز نشر است. یک مقدار از نظر زمانی طول کشید که می‌گفتند کمیسیون است که چند وقت به چند وقت تشکیل می‌شود و دیر به دیر اعضای آن می‌آیند. فقط آن خیلی طول کشید.



**پرسش:** یعنی از نحوه برخوردشان راضی بودید؟

**پاسخ:** بله! مشکل خاصی در نحوه برخورد کارمندا وجود نداشته است.

**پرسش:** در کل وزارت ارشاد، از تمام لایه‌های آن، مدیران سطح بالا، کارشناسان به طور کلی، کسانی که در ارتباط با کار شما هستند و کارتان را انجام می‌دهند، چه عاملی را در رضایت‌مندی خودتان مؤثر می‌دانید؟

**پاسخ:** در بحث وزارتخانه که برای جواز نشر اقدام کردیم، مشکل خاصی نبود، غیر از زمانی که مدنظرمان بود، زودتر انجام شود. ولی الان بیشتر با رسانه‌های دیجیتال در ارتباط هستیم. رسانه‌های دیجیتال تازه تأسیس شده و یک نهاد نوپا و در ارتباط با نرم‌افزار است. فکر می‌کنم یک مقدار تعامل آنها با ما کم است. ما درخواست ملاقات دادیم، خیلی استقبال نکردند که مسئولان را ببینیم، صحبت کنیم، درد بازار نرم‌افزار را بگوییم. فکر می‌کنم حالا به دلیل نوپا بودن آن است.

**پرسش:** شما چه انتظارات و خواسته‌هایی از وزارت ارشاد دارید. غیر از همین سرعت عملی که فرمودید، اگر موارد دیگری مدنظرتان هست، بفرمایید!

**پاسخ:** انتظار ما از وزارت ارشاد این است که با بخش نرم‌افزار که بخشی است که شاید عمرش در ایران ده، دوازده سال بیشتر نباشد و الان هم بخش رسانه دیجیتال را برای ساماندهی آن تأسیس کرده‌اند، ارتباط و تعامل نزدیک داشته باشد. با ما که حداقل در همین ده، دوازده سال دست‌اندرکار بازار بودیم و از نزدیک مشکلات آن را می‌دانیم، تعامل بیشتری باید داشته باشند. حداقل وقتی که می‌خواهند برای ما نسخه‌ای بپیچند و دردهای ما را درمان کنند، خودمان هم حضور داشته باشیم و نظراتمان را بگوییم. این جور نباشد که یک طرفه باشد، تعامل دو طرفه باشد. چون بهتر از هر کسی ما خودمان مشکلات این بازار را می‌دانیم. فقط درخواست ما همین است، تعامل بیشتر با بچه‌های بازار نرم‌افزار.

**پرسش:** شما برای انجام کارتان در وزارت ارشاد چه مرحله‌ای را طی کردید؟ چقدر وقت شما را گرفته است برای این که درخواستتان به نتیجه برسد؟

**پاسخ:** فکر می‌کنم برای مجوز نشر حدود دو سال طول کشید. حالا دقیق آن را نمی‌دانم باید نگاه کنم.

**پرسش:** مراحل اداری که طی کردید چه بوده است؟

**پاسخ:** تشکیل پرونده و یک‌سری مدارک و آزمایش عدم‌اعتیاد و سوء‌پیشینه و تکمیل مدارک بود. بعد که پرونده تکمیل شد، خیلی طول کشید تا مجوز صادر شود.

**پرسش:** شما از این روند راضی بودید؟ به نظر شما روند مناسبی بود یا نه؟ مثلاً مواردی بود که لازم است آنها تصحیح شود؟

**پاسخ:** نه! معمول آن همین است و روند استاندارد آن مشکلی نداشت. منتهی الان گفته‌اند دوباره بیایید در مؤسسه دیجیتال ثبت کنید. خب مؤسسه دیجیتال هم ظاهراً همین مراحل را دارد. من که جواز نشر دارم و این مراحل را طی کرده‌ام، باید بندی بگذارند که کسانی که جواز نشر دارند از این مراحل به بعد را بگذرانند. ولی متأسفانه مثل این که قبول نکرده‌اند و گفته‌اند از اول همین مسیر را باید طی کنید که این هم وقت ما را می‌گیرد. ولی از لحاظ اداری، همان چارت اداری یک وزارتخانه است، فقط ساختمان دیگرش است. حالا می‌گویند پرونده باید از اول طی شود که این، جای ایراد دارد.

**پرسش:** به نظر شما انتظاراتی که شما دارید در همین حیطه‌ای که فرمودید، آیا در توان وزارت ارشاد هست؟ آیا وزارت ارشاد می‌تواند این خواسته را برآورده کند؟

**پاسخ:** چیز خارق‌العاده‌ای نیست. ما می‌گوییم بخشی که به نام رسانه دیجیتال برای ما ایجاد شده یک مقدار تعاملش را با ما بیشتر کند.

**پرسش:** چه راهکاری را برای این که این تعامل بیشتر و بهتر شود، پیشنهاد می‌کنید؟ وزارت ارشاد چه کار انجام دهد؟ چه پیشنهاد عملی دارید؟ شاید مشکلاتی وجود دارد که نمی‌شود؟

**پاسخ:** در زمینه خود نرم‌افزار افرادی که در سطح کل کشور دارند کار می‌کنند، شاید ۱۵، ۲۰ نفر بیشتر نباشند. جلسه‌ای با اینها داشته باشند. به هر حال هر کسی یک نظری می‌دهد. ماهانه یا هر فصل، حالا بستگی به وقت خود مدیران وزارتخانه هم دارد. اگر یک جلسه مشورتی باشد، فکر می‌کنم خیلی کارها جلوتر بیفتد.

### عکاس برای مجوز عکاسی

**پرسش:** در بدو ورودتان به وزارتخانه شما با چه قسمت‌هایی و لایه‌هایی برای انجام کارتان مواجه هستید؟

**پاسخ:** بستگی دارد که بخواهم به چه واحدی مراجعه کنم. اگر بحث خبرنگاری باشد صدور کارت خبرنگاران. اگر بحث حمایت باشد در قسمت حمایت. اگر صدور کارت باشد به صدور کارت. هر کجایی که نیاز داشته باشم به همانجا می‌روم.

**پرسش:** رضایت یا نارضایتی شما در لایه‌هایی که مراجعه می‌کنید چگونه است؟

**پاسخ:** در کل فرایندها و پروسه‌های اداری، بورکراسی اداری است. ولی از نظر برخورد همکاران وزارتخانه با ارباب‌رجوع خیلی برخورد خوبی است. ولی مشکل بحث بورکراسی اداری است. نگرانی و ... که جزو روال عادی است؛ یعنی همه جای دنیا هم نگرانی یک کارت از شما می‌خواهد که مجوز صادر کند تا شما وارد شوید. بعد که وارد می‌شوید فرایند کار یک فرایند سنتی است: با مکانیزم‌ها و تکنولوژی‌های امروزی همگام نیست و به خاطر همین شما در یک بورکراسی اداری گیر می‌کنید. یعنی کار را می‌دهید به کارمند و ایشان هم کاری نمی‌تواند انجام دهد. چون پروسه باید تمام مراحل را طی کند که این مراحل زمان‌بر است. اگر از تکنولوژی‌های روز استفاده شود، قطعاً کار سریع‌تر انجام می‌شود. در غیر این صورت برخوردها مناسب است و اداری است.

**پرسش:** شما چه انتظارات و خواسته‌هایی از وزارتخانه دارید؟

**پاسخ:** برخورد مناسب. ارباب‌رجوع به دنبال برخورد مناسب است و اینکه در زمان مناسب کارها انجام شود. قسمت اول ارتباطات، همیشه در اکثر جاها مناسب است ولی در قسمت دوم بورکراسی اداری عموماً عهد قاجار را داریم. هنوز با تکنولوژی‌های روز با تسریع روال کار نمی‌کنیم. یک بار نیامده‌ایم سازمانمان را بازنگری کنیم. هنوز همان کاری را که ۱۰۰ سال پیش یک نفر انجام می‌داده، امروز هم انجام می‌شود.

**پرسش:** چه پیشنهادی دارید؟

**پاسخ:** پیشنهاد من این است که کار وظیفه‌گرا شود، یعنی یک بار سازمان بازنگری شود. روال‌های اضافی تکراری حذف شود. فرایند کار مورد بازنگری قرار گیرد، تصحیح و کوتاه

شود، به اضافه این که کارها مستقل از سیاست انجام شود. چون الان خیلی از کارها سیاسی شده‌اند. هر کاری مختص خودش انجام شود و با سیاست‌های روز تلفیق نشود، شاید سریع‌تر و بهتر و پاسخگوتر انجام شود.

**پرسش:** به نظر شما وزارت ارشاد می‌تواند خدماتش را ارتقا دهد؟

**پاسخ:** وزارت ارشاد باید بانی فرهنگ‌سازی در زمینه اصلاح ساختارهای سازمان یافته باشد و خودش هم به عنوان یک نمونه می‌تواند این کار را انجام دهد و در بقیه سازمان‌ها این فرهنگ را ایجاد کند. چون بحث وزارت فرهنگ است، بنابراین باید خودش فرهنگ‌سازی در درون خودش انجام دهد و خودش را به عنوان مدل به سایر سازمان‌ها جهت روال کارهای اداری نشان دهد.

**پرسش:** این مراحل اداری که طی کردید به طور کلی چقدر زمان گرفت؟

**پاسخ:** بعضی از آنها مثل صدور مجوز به سال می‌کشد، سه، چهار یا پنج سال. بعضی به ماه و بعضی به لحظه و روز می‌کشد.

**پرسش:** چه مراحل را طی کردید؟

**پاسخ:** صدور مجوز و بعد هیئت نظارت و بعد تأیید مجوز، مجوز که تأیید شد بعد پرونده‌سازی و بحث خبرنگاران، حمایت و محتواس. اینها همه مراحل بود که در واحدهای مختلف انجام دادم.

**پرسش:** برای محدودتر شدن زمان چه پیشنهادی دارید؟

**پاسخ:** الکترونیکی‌اش کنند؛ بهترین راه است. همان اتفاقی که در همه جای دنیا دارد می‌افتد.

**پرسش:** پس روند مراحل اداری به نظر شما ضعیف است.

**پاسخ:** همیشه بورکراسی اداری در ایران هست و ما جایی را نداریم که الکترونیکی شده باشد یا فعالیت‌هایش دوباره بازنگری شده باشد. شاید این که سازمانی گیر دارد به خاطر سازمان بغل دستی‌اش باشد. این یکپارچگی باید در کل ساختار نظام اتفاق بیفتد تا گلایه‌ای از انجام کار وجود نداشته باشد.

**پرسش:** در تمام مراحل که به وزارتخانه مراجعه کرده‌اید با درخواستان موافقت شده

است یا مرحله‌ای هم بوده که موافقت نشده باشد؟

**پاسخ:** مراحل هم بوده که بنا به دلایلی موافقت نمی‌شود. شاید به خاطر ساختارها و قوانین موجود است. مثلاً برای خبرنگاران درخواست کارت خبرنگاری کردیم، گفتند متوقف

شده و فعلاً صادر نمی‌شود و موارد مشابه آن.

**پرسش:** چه پیشنهادی برای اینکه این موافقت‌ها انجام شود می‌دهید؟ یک راه حل اساسی باشد که بشود آنچه مدنظر شما هست انجام شود.

**پاسخ:** قوانین و مصوبات موجود باید بازنگری شود. همان‌طور که قانون اساسی باید بازنگری و هرچند وقت یک بار باید به روز شود.

---

### تحریریه یک روزنامه

**پرسش:** بفرمایید سمتتان چیست؟

**پاسخ:** من از بخش تحریریه نشریه هستم.

**پرسش:** در بدو ورودتان به وزارتخانه با چه لایه‌ها و قسمت‌هایی مواجه می‌شوید؟

**پاسخ:** وزارتخانه یا معاونت مطبوعاتی؟

**پرسش:** به طور کلی وزارتخانه و به طور خاص معاونت مطبوعاتی. هرجایی که شما برای انجام کارتان به آنجا مراجعه می‌کنید و با آن مواجه می‌شوید از مدیران اجرایی سطح بالا گرفته تا مراتب پایین‌تر مثل نگهبانی و ... می‌خواهم نظرتان را بدانم؟

**پاسخ:** تردد من اینجا زیاد نیست. ولی چیزی که از دوستان و همکاران شنیدم، مجموعه معاونت فرهنگی و مطبوعات و خبرگزاری‌ها با توجه به اینکه الان چند سالی است که از ساختمان قدیم به ساختمان جدید آمده‌اند، عملاً تغییر و تحولی در تمام چرخه اداری آن به وجود آمده است. گویا یک نظم و انسجام و همبستگی نزدیک دارند. برای تک تک اعضا و پرسنل و از دید من همه چیز روی روال و منظم است و کارها خوب پیش می‌رود و به هر بخشی که وارد شوید، هرگونه سوال، نظر یا پیشنهادی نسبت به پیش‌بردن و کمک‌کردن به اهداف بخش مطبوعات کشور، داشته باشید خیلی راحت می‌پذیرند و حتی در بحث می‌گذارند. در نتیجه حتی امکان دارد به جایی برسد که راحت آن مسئله اجرایی شود.

**پرسش:** رضایت دارید؟

**پاسخ:** بله! به نظر من، جامعه مطبوعات و خبرگزاری‌ها، جامعه حساس و ظریفی است.

درست است که در کنار آن بحث‌های حاشیه‌ای سیاسی هم برای خبرنگارها به وجود می‌آید، ولی به طور کلی احساس می‌کنم جامعه‌ای هستند که اکثراً فرهیخته و زحمت‌کش هستند و سال‌های سال دست به قلم هستند و به هر حال احساس می‌کنم قشر زحمتکش و بسیار متفکری هستند و در جامعه می‌توانند نقش بسیار بالایی را برای پیشبرد انقلاب ایفا کنند. پرسش: طی این مراحل که تا حالا به معاونت مطبوعات تشریف آورده‌اید، تا حالا نارضایتی برای شما حس شده یا مشکلی داشته‌اید؟

**پاسخ:** اگر چارت سازمانی هر سازمانی تعریف شده باشد؛ از دید من هیچ مشکلی به وجود نمی‌آید. علی‌الخصوص بحث وزارت فرهنگ و ارشاد، من صرفاً معاونت مطبوعاتی را می‌گویم، این بخش به نظر من در این سال‌ها خیلی قوی عمل کرده و رضایت‌مندی کامل را برای تک‌تک اعضا و خبرنگاران در خیرگزاری‌ها به وجود آورده است.

**پرسش:** انتظار و خواسته‌ای هست که شما داشته باشید و برآورده شدن آن یک مقدار در توان ارشاد نباشد یا نه، انتظاراتی که تا حالا داشته‌اید عملی شده است؟

**پاسخ:** به هر حال همیشه می‌گویند که انسان تعالی‌خواه و زیادی‌خواه است. یعنی هیچ‌وقت در هر مرحله و مقطع زندگی، رضایت‌مندی کامل را از خودمان نداریم. بالطبع این موضوع اشاعه پیدا می‌کند و به بخش‌های بالا هم می‌رسد. یعنی درست است که معاونت مطبوعاتی خیلی اثرگذار است و شدیداً مجموعه را حمایت می‌کند؛ ولی باز به نظر من توانایی‌ها و ظرفیت‌های بسیار بالایی دارد.

**پرسش:** اگر پیشنهادی دارید؛ بفرمایید!

**پاسخ:** در جایگاهی نیستم که بخواهم پیشنهادی بدهم. به نظر من دوستانی که در رأس هستند، تجربه کافی این سال‌ها را دارند و قطعاً بهترین پیشنهادها را خودشان ارائه می‌دهند و ما هم به نوعی مطیع آنها هستیم.

**پرسش:** به نظر شما روند کارتان در وزارتخانه یا سازمان‌هایی که مربوط به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است چه مراحل را طی می‌کند

**پاسخ:** تمام سازمان‌ها مکمل هم هستند؛ یعنی فرق نمی‌کند. وقتی که قرار است وارد بخشی از یک مجموعه شوید، طبیعی است که درخواست آن بخش را می‌کنید و به آن بخش

راهنمایی می‌شوید و نیاز و خواسته‌تان را برآورده می‌کنید.

**پرسش:** می‌توانید وقتی وارد می‌شوید کارهایی را که انجام می‌دهید تشریح کنید؟

**پاسخ:** چون من در داخل مجموعه در جایگاه‌های مختلف همچنین ارتباطی ندارم، نمی‌دانم به چه شکلی هست.

**پرسش:** مثلاً همین امروز که تشریف آوردید، کار خاصی بوده است؟

**پاسخ:** نه! الان برای کنترل یکی از شماره‌های اعلام وصول آمده‌ام و دوستان هم دارند پیگیری می‌کنند که چرا وصول نشده و علت تأخیر آن چه بوده است؟ ضعف از ما بوده یا پست، که دارند بررسی می‌کنند تا جواب دهند.

**پرسش:** شما رضایت داشته‌اید؟

**پاسخ:** بله! خوب است.

**پرسش:** به نظر شما روند اداری چرا این قدر طول کشیده است؟

**پاسخ:** با توجه به این که هر بخشی برای خود مسئولیت خاصی دارد و نیروها هم متمرکز نیستند و ساعت کارشان بالاست. یعنی عملاً این طور نیست که یک کاری را از این بخش بخواهید و شما را مثلاً به بخش فلان ارجاع دهند. عملاً این طور نیست. شما وارد هر بخش بشوید، نیازتان همان جا انجام می‌شود.

**پرسش:** در تمام مواردی که شما مراجعه کرده‌اید با درخواست شما موافقت شده یا موردی

بوده که درخواستتان در حال بررسی بوده باشد یا ...

**پاسخ:** من تا حالا درخواستی نداشته‌ام و اگر مدیران ما درخواستی داده باشند، نمی‌دانم.

**پرسش:** به عنوان کسی که در طی این سال‌ها با مدیران هم در ارتباط بوده‌اید و نظرشان را

شنیده‌اید، به نظر شما سیستم وزارت ارشاد نیاز به اصلاح و تغییر در روند اداری دارد؟

**پاسخ:** ما داریم با تکنولوژی‌های روز دنیا پیش می‌رویم؛ یعنی جاهایی هست که سیستم سستی می‌طلبد و یک جاهایی هستند که فناوری‌ها به کمک چرخه اداری می‌آیند. مطمئناً با توجه به اینکه بخش مطبوعات و اطلاع‌رسانی به روز است، این سیستم به نظر من همیشه باید خودش را به روز کند و بتواند سرویس دهد و از قافله مطبوعات عقب نیفتد. به نظر من در این مجموعه مشکلی وجود ندارد.

## پرسشنامه

شماره پرسشنامه: .....

سلام! ما از سوی پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات در حال ارزیابی رضایت ارباب رجوع از بخش های مختلف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هستیم. برای این منظور پرسشنامه ای تدوین شده که ملاحظه می فرمایید. از این که مقداری از وقت ارزشمند خود را در اختیار این طرح قرار می دهید، بی نهایت سپاسگزاریم. پاسخ به این پرسشنامه به ما کمک می کند تا بازخورد چگونگی ارائه خدمات از بخش های مختلف وزارتخانه را با رویکردی علمی دریابیم.

۱. در کل به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا به واحدهای تابعه آن چه میزان رفت و آمد دارید؟

۱. خیلی کم  ۲. کم  ۳. تاحدودی  ۴. زیاد  ۵. خیلی زیاد

۲. بیشتر به کدامیک از معاونت ها و واحدهای تابعه مراجعه می کنید؟

۱. معاونت امور فرهنگی  ۲. امور هنری  ۳. مطبوعاتی  ۴. امور سینمایی

۵. سمعی و بصری  ۶. معاونت ها و واحدهای دیگر

۳. آخرین بار تقریباً چه زمانی برای انجام امور مربوط به کار و شغل خود به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا واحدهای تابعه آن مراجعه کرده اید؟

۱. همین امروز  ۲. ماه جاری  ۳. در دو سه ماه  ۴. در شش ماه

گذشته  گذشته

۵. در سال گذشته  ۶. سایر  (نوشته شود: ...)

۴. از وضعیت ظاهری و روابط درون هر سازمان، انتظارات و توقعاتی وجود دارد. تعدادی از این نوع توقعات، در جدول زیر به صورت گویه آمده است. شما با لحاظ مجموع شرایط بفرمایید از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و یا ادارات تابعه آن چه توقعاتی دارید(رو به روی هر گویه در خانه مورد نظر علامت ضربدر بگذارید! عدد ۱ به معنی اصلاً توقعی ندارم و عدد ۱۰ کاملاً توقع دارم).



ردیف	گویه‌ها	اصلاً توفعی ندارم								کاملاً توقع دارم	
۴.۱	تا چه حد توقع دارید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای ارائه خدمات خود از فناوری نوین و به روز استفاده کند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۲	تا چه حد توقع دارید وسایل و امکانات موجود برای ارائه خدمات مناسب باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۳	تا چه حد توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کارهای وعده داده شده را در زمان معین انجام دهند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۴	تا چه حد توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کارهایشان را بدون اشتباه انجام دهند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۵	تا چه حد توقع دارید مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به تعهدات خود عمل کنند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۶	تا چه حد توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به تعهدات خود عمل کنند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۷	تا چه حد توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی زمان دقیق انجام کار مربوط به ارباب رجوع را از قبل اعلام کنند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۸	تا چه حد توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کارهای ارباب رجوع را با سرعت و بدون فوت وقت انجام دهند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

ردیف	گویه‌ها	اصلاً توقعی ندارم								کاملاً توقع دارم	
۴.۹	تا چه حد توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای پاسخگویی به شما و دیگر مراجعه‌کنندگان به اندازه کافی وقت صرف کنند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۱۰	تا چه حد توقع دارید هنگام مراجعه شما، کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اتاق‌ها و محل کار خود حاضر باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۱۱	تا چه حد توقع دارید هنگام مراجعه شما مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در اتاق‌ها و محل کار خود حاضر باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۱۲	تا چه حد توقع دارید مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات الزام داشته باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۱۳	تا چه حد توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در پاسخگویی به دریافت‌کنندگان خدمات الزام داشته باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۱۴	تا چه حد توقع دارید که پاسخ‌های داده شده به ارباب رجوع در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شفاف باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۱۵	تا چه حد توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با دریافت‌کنندگان خدمات خود به زبانی صحبت کنند که برای آنها قابل درک باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

ردیف	گویه‌ها	اصلاً توقعی ندارم								کاملاً توقع دارم	
۴.۱۶	تا چه حد توقع دارید انجام کارهای مربوط به ارباب رجوع در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و واحدهای تابعه روان و بدون اتلاف وقت انجام گیرد؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۱۷	تا چه حد توقع دارید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در مورد هر نوع تغییر در قوانین و نحوه ارائه خدمات بلافاصله اطلاع رسانی کنند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۱۸	تا چه حد توقع دارید که اطلاع‌رسانی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به روز باشند	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۱۹	تا چه حد توقع دارید که محتوای اطلاع‌رسانی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی کافی و کامل باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۲۰	تا چه حد توقع دارید که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هنگام ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی همه متقاضیان را به یک چشم نگاه کند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۲۱	تا چه حد توقع دارید که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی هنگام ارائه تسهیلات و حمایت‌های غیر مالی همه دریافت‌کنندگان خدمات را یکسان در نظر بگیرد؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۲۲	تا چه حد توقع دارید که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی متقاضیان دریافت مجوزها را یکسان در نظر بگیرد؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۲۳	تا چه حد توقع دارید که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی همه متقاضیان دریافت خدمات را بدون ملاحظات سیاسی به یک چشم نگاه کند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

ردیف	گویه‌ها	اصلاً توقعی ندارم	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	کاملاً توقع دارم
		اصلاً										خیلی زیاد
۴.۲۴	توقع دارید وضعیت ظاهری ساختمان و اتاق‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یا واحدهای تابعه آن که شما مراجعه می‌کنید تا چه میزان زیبا باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	
۴.۲۵	توقع دارید مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای حل مشکلات ارباب رجوع تا چه حد از دانش و مهارت برخوردار باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	
۴.۲۶	توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای حل مشکلات ارباب رجوع تا چه حد از دانش و مهارت برخوردار باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	
۴.۲۷	توقع دارید مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا چه حد درستکار و صادق باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	
۴.۲۸	توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا چه حد درستکار و صادق باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	
۴.۲۹	توقع دارید مدیران و کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با شما و دیگر مراجعه کنندگان تا چه حد محترمانه و مؤدبانه رفتار کنند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	
۴.۳۰	توقع دارید مدت زمان رسیدگی به درخواست‌ها نسبت به وضع فعلی تا چه میزان کوتاه‌تر شود؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	

ردیف	گویه‌ها	اصلاً توقعی ندارم								کاملاً توقع دارم	
۴.۳۱	توقع دارید ملاقات با مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا چه میزان آسان باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۳۲	توقع دارید کارکنان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به هنگام ارائه خدمات تا چه حد مطابق پیشنهادها و نظرهای شما عمل کنند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۳۳	توقع دارید مدیران وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تا چه حد پیشنهادپذیر باشند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۳۴	توقع دارید که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره انواع خدماتی که ارائه می‌دهد تا چه میزان اطلاع‌رسانی کند؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۳۵	توقع دارید اطلاع‌رسانی‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در مورد نحوه ارائه خدمات خود تا چه میزان شفاف باشد؟	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

۵. لطفاً وضعیت موجود اطلاع‌رسانی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را با مشخص کردن ابراز میزان موافقت خود با گویه‌های زیر ارزیابی کنید.

ردیف	گویه‌ها	اصلاً موافق نیستم								کاملاً موافقم	
۵.۱	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی درباره انواع خدماتی که ارائه می‌دهد، به اندازه کافی اطلاع‌رسانی می‌کند.	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۵.۲	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی پس از هر نوع تغییر در قوانین و نحوه ارائه خدمات بلافاصله اطلاع‌رسانی می‌کند.	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

ردیف	گویه‌ها	اصلاً موافق نیستم								کاملاً موافقم	
۵.۳	به روز بودن اطلاعات ارائه شده از ویژگی های اطلاع رسانی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۵.۴	وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در مورد نحوه ارائه خدمات خود به طور شفاف اطلاع رسانی می کند.	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۵.۵	کافی و کامل بودن محتوای اطلاعات ارائه شده در اطلاع رسانی های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رعایت می شود.	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

۶. مجموعه فعالیت های هر سازمانی با هدف ایجاد رضایت در بین مخاطبان و مراجعان خود است. با لحاظ تجربه ای که از ارتباط با وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دارید، بفرمایید از هر یک از موارد بیان شده در جدول زیر تا چه میزان رضایت دارید (در داخل خانه مورد نظر علامت ضربدر بگذارید)؟

ردیف	گویه‌ها	اصلاً								کاملاً راضیم	
۶.۱	زیبا بودن وضعیت ظاهری ساختمان‌ها و اتاق‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۲	مناسب بودن وسایل و امکانات موجود برای ارائه خدمات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۳	انجام کارهای وعده داده شده در زمان مقرر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۴	انجام بدون اشتباه کارهای مربوط به ارباب رجوع	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۵	عمل کردن مدیران به تعهدات خود	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۶	عمل کردن کارکنان به تعهدات خود	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۷	اعلام زمان دقیق انجام کار ارباب رجوع به او	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۸	دانش، مهارت و شایستگی مسدیران و مسئولان برای حل مشکلات مراجعه کنندگان و انجام کارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۹	دانش، مهارت و شایستگی کارکنان برای حل مشکلات مراجعه کنندگان و انجام کارها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

ردیف	گویه‌ها	اصلاً								کاملاً راضیم	
۶.۱۰	درستکاری و صداقت مدیران	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۱۱	درستکاری و صداقت کارکنان	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۱۲	محترمانه و مؤدبانه بودن رفتار مدیران	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۱۳	محترمانه و مؤدبانه بودن رفتار کارکنان	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۴.۱۴	سرعت انجام کارهای مربوط به ارباب رجوع	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۱۵	صرف وقت کافی و مفید برای پاسخگویی به دریافت کنندگان خدمات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۱۶	حاضر بودن مدیران در محل کار خود هنگام مراجعه ارباب رجوع	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۱۷	حاضر بودن کارکنان در محل کار خود هنگام مراجعه ارباب رجوع	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۱۸	میزان الزام مدیران در پاسخگویی به دریافت کنندگان خدمات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۱۹	میزان الزام کارکنان در پاسخگویی به دریافت کنندگان خدمات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۲۰	میزان شفاف بودن پاسخ‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۲۱	مدت زمان رسیدگی به درخواست‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۲۲	آسانی و سهولت ملاقات با مدیران	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۲۳	آگاه ساختن ارباب رجوع به زبانی که برای آنها قابل درک باشد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۲۴	میزان عمل به پیشنهادها و نظرهای شما توسط کارکنان به هنگام ارائه خدمات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۲۵	روان بودن انجام کارها و جلوگیری از اتلاف وقت	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۲۶	میزان پیشنهادپذیری مدیران	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۶.۲۷	نظم اداری موجود در بخش‌های مختلف	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

۷. در مجموع تا چه حد از فرایند ارائه و کیفیت خدمات ارائه شده توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رضایت دارید (لطفاً دور عدد مورد نظر خط بکشید!)

ردیف	گویه‌ها	کاملاً ناراضی								کاملاً راضی	
۷.۱	فرایند ارائه خدمات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۷.۲	کیفیت خدمات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰

۸. فکر می‌کنید وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نسبت به دریافت کنندگان خدمات خود تا چه میزان اعتماد دارد؟

اصلاً اعتماد ندارد ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ کاملاً اعتماد دارد

۹. تا چه حد توقع دارید که نمایندگان دریافت کنندگان خدمات از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در

تصمیم‌گیری‌های مربوط به آنها در این وزارتخانه مشارکت کنند؟

اصلاً توقعی ندارم ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ کاملاً توقع دارم

۱۰. بر اساس ارزیابی شما وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای طرح مشکلات دریافت کنندگان خدمات

چقدر برای آنها امکانات فراهم کرده است؟

هیچ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ خیلی زیاد

۱۱. بر اساس تجارب یا شنیده‌های شما در حال حاضر فرایند دریافت مجوزها از وزارت فرهنگ و ارشاد

اسلامی تا چه حد طولانی و پیچیده است؟

اصلاً طولانی نیست ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹ ۱۰ خیلی زیاد

۱۲. به نظر شما هر کدام از موارد زیر تا چه میزان در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی رعایت می‌شود؟

ردیف	گویه‌ها	اصلاً								خیلی زیاد	
۱۲.۱	عادلانه بودن نحوه ارائه وام‌ها و حمایت‌های مالی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱۲.۲	عادلانه بودن حمایت‌های غیر مالی و ارائه تسهیلات	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱۲.۳	یکسان در نظر گرفتن متقاضیان هنگام صدور مجوزها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
۱۲.۴	بدون ملاحظات سیاسی همه متقاضیان دریافت خدمات را به یک چشم دیدن	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰



۱۳. سال تولد: .....

۱۴. جنسیت: ۱. مرد  ۲. زن

۱۵. وضعیت تأهل: ۱. مجرد  متاهل  ۳. سایر موارد (مطلقه، همسر فوت شده و ...)

۱۶. میزان تحصیلات: ۱. راهنمایی و کم‌تر  ۲. دبیرستان  ۳. دیپلم  ۴. فوق دیپلم  ۵. لیسانس  ۶. فوق لیسانس و دکتری  ۷. حوزوی  (لطفاً معادل نوشته شود: .....

۱۷. لطفاً نوع شغل خود را دقیق یادداشت فرمایید: .....

۱۸. سابقه فعالیت در حوزه فرهنگ و هنر ( به سال یا ماه).....

از فرصتی که در اختیارمان گذاشتید، سپاسگزاریم!

مکان پرستگری: ..... تاریخ پرستگری: ..... نام پرستگر: .....



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان مهم ترین سازمان تصمیم گیر و مجری در عرصه فعالیت های فرهنگی و هنری که با اقشار گوناگون در حوزه هنرهای نمایشی، سینمایی، تجسمی، موسیقی، رسانه های مکتوب و دیجیتال، فضاهای فرهنگی و چاپ و نشر در ارتباط است و خدماتی را به آنها ارائه می دهد؛ برای سنجش رضایت خدمات ارائه شده از سوی این وزارتخانه، اقدام به انجام پژوهشی بر اساس نظریه های موجود در زمینه رضایت مشتریان از عملکرد سازمان ها نمود. این کتاب تلاش دارد تا با بهره مندی از دیدگاه ها و مفاهیم علمی و نیز روش های مرسوم در مطالعات سازمانی، عملکرد وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را از بُعد بیرونی مورد توجه قرار دهد.