

## دولت ۲,۰ رسانه‌های اجتماعی برای خدمات دولتی

• حسین امجدی

دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه تهران / Hossein.Amjadi63@Gmail.com

### چکیده

رسانه‌ها با کارکردهای خود اعم از اطلاع‌رسانی و خبر، آموزش، تفریح و سرگرمی و غیره، همواره مورد توجه بوده و به کارگیرندگان آن‌ها در پی استفاده بهتر و مؤثرتر از آن‌ها بوده‌اند. دولت‌ها هم از همان آغاز با درک تأثیر این ابزارها بر رابطه میان آن‌ها و ذی‌نفعانشان، لاجرم خود را از استفاده آن‌ها بی‌نیاز نمی‌دیدند؛ اما امروزه، با پیچیده‌تر شدن ارتباطات و ظهور رسانه‌های نوین با کارکردهایی نظیر ارتباط، اتصال، همکاری و تشریک مساعی که در ذات این رسانه‌ها وجود دارد، برخی دولت‌ها نیز مانند بنگاه‌ها به کاربرد بیشتر این ابزارها پی برده‌اند و در پی استفاده از آن‌ها برای خدمات‌رسانی بهتر، مستقیم‌تر و شخصی‌سازی‌شده‌تری هستند. کتاب رسانه‌های اجتماعی برای خدمات دولتی که این نوشتار به معرفی و نقد آن می‌پردازد، در خصوص استفاده دولتی از رسانه‌های اجتماعی حاوی نکات برجسته و خوبی است و در این رابطه جزء اولین‌ها محسوب می‌شود.

### کلیدواژه

رسانه‌های اجتماعی، ارتباط، اتصال، همکاری، تشریک مساعی، خدمات دولتی.

### ۱. مقدمه

دولت‌ها در جهان، در همه سطوح اعم از محلی، ایالتی و فدرال به دنبال وسایل ارتباطی بهتر، شفافیت بیشتر، مشارکت فعال‌تر با مردم و جلب همکاری شهروندان در فعالیت‌های دولتی هستند. این فعالیت‌های دولتی می‌تواند از توزیع و انتشار اطلاعات تا سیاست‌گذاری و ارائه خدمات را دربرگیرد. به علاوه، دولت‌ها همیشه تحت فشار هستند تا خدمات بیشتری را با هزینه پایین‌تر ارائه کنند. در عصر حاضر رسانه‌های اجتماعی ابزارهای مناسبی برای تحقق این اهداف به‌شمار می‌روند، زیرا مشارکت مردم را از طریق سایت‌هایی نظیر فیس‌بوک، توییتر، یوتیوب و فلیکر افزایش می‌دهند؛ در نتیجه تعداد زیادی از بخش‌ها و آژانس‌های دولتی شروع به



■ Nepal, Surya, Cécile Paris & Dimitrios  
Georgakopoulos. (2015), Social Media For  
Government Services, Springer International  
Publishing Switzerland, 411 pages,  
ISBN 978-3-319-27237-5

فصلنامه نقدکتاب

اطلاعات  
ارتباطات

سال چهارم، شماره ۱۳ و ۱۴  
بهار و تابستان ۱۳۹۶

۱۳۴

استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از کانال‌های تعامل با شهروندان کردند. اگرچه استفاده از رسانه‌های اجتماعی در عصر حاضر به‌طور فزاینده‌ای در حال افزایش است، مسائل و چالش‌های اصلی زیادی در خصوص آن‌ها هنوز وجود دارد.

افزایش روزافزون استفاده از رسانه‌های اجتماعی باعث شده‌است تا ماهیت مشارکت عمومی افراد تغییر پیدا کند. دولت‌های سراسر جهان در حال تجربه مشکلات و همین‌طور وعده‌های به‌کارگیری ابزار رسانه‌های اجتماعی برای اهداف گوناگون هستند. در آن سوی دیگر این توسعه، شهروندانی که برای مدیریت زندگی روزمره خود هرچه بیشتر در حال تکیه کردن به شبکه‌های آنلاین و همین‌طور دستگاه‌های قابل حمل هستند، تقاضایشان از دولت برای فراهم آوردن دسترسی از طریق شبکه‌های اجتماعی، به‌طور مستمر روبه‌فزونی است.

از سوی دیگر، ظهور وب ۲٫۰ به‌طور اساسی در حال تغییر نحوه ارتباط مردم، اجتماعی شدن و مشارکت آن‌ها در جامعه است. همان‌طور که از سوی مک نات (۲۰۱۴) بیان شد ظرفیت دولت‌ها برای استفاده از ابزار رسانه‌های اجتماعی وابسته به تغییر جهت سازمانی و فرهنگی از پارادایم بروودکست<sup>۱</sup> با وب ۱٫۰ به سمت پارادایم ارتباطی مرتبط با وب ۲٫۰ است.

ابزارهای همکاری مبتنی بر اینترنت که روبه‌روز در حال ظهور هستند، از قبیل رسانه‌های اجتماعی، راه‌های ارتباطی، تعامل و همین‌طور همکاری مردم را از طریق اینترنت، تغییر داده‌اند. هم کسب و کارها و هم سازمان‌های دولتی، اهمیت رسانه‌های اجتماعی را در برقراری روابط با مشتریان، کارکنان و شهروندان و ایجاد محتوا و خدمات مشترک به‌طوری که همه ذی‌نفعان محیطی سود ببرند، به‌خوبی تشخیص داده‌اند. رشد استفاده از رسانه‌های اجتماعی، همراه با نرخ پذیرشی بالغ بر ۷۵ درصد نزد شهروندان زیر ۲۵ سال در ایالات متحده آمریکا، نشان می‌دهد که سازمان‌های دولتی از هم‌اکنون نیاز دارند تا در خصوص به‌کارگیری ابتکاراتی در این حوزه همت گمارند تا بتوانند با شهروندان امروز و فردا تعامل داشته باشند و به آن‌ها خدمات‌رسانی کنند. از این‌رو است که تمرکز دولت و بخش‌های مختلف

آن، روی همه سطوح تعاملاتی با شهروندان و درک نیازها و انتظارات آنها در جهت استفاده از رسانه‌های اجتماعی توسط دولت، ضروری به نظر می‌رسد. همان‌طور که از نام آن برمی‌آید، کتاب در مورد کاربردهای امکانات وب ۲ برای خدمات دولتی صحبت می‌کند و در این خصوص به شکلی عملی به تجارب برخی دولت‌ها نیز اشاره می‌کند. گردآورندگان مطالب کتاب سعی کردند با کمک محققان و عالمانی که درباره این موضوع مشغول فعالیت بودند، جدیدترین تحقیقات و همین‌طور توسعه‌ها و به‌کارگیری‌های دولتی از رسانه‌های اجتماعی را از طریق ارائه مطالعه‌های موردی متعدد و شرح سیستم‌ها معرفی کنند. این کتاب می‌تواند برای قشر وسیعی از مخاطبان مفید باشد. از جمله محققان دانشگاهی، فعالان صنایع IT، توسعه‌دهندگان سیاست‌های دولتی و تصمیم‌گیرندگان، کارکنان واحد ارتباطات در بخش‌ها و آژانس‌های دولتی و هرکسی که در بخش دولتی برای تعامل با ذی‌نفعان، علاقه‌مند به استفاده از این رسانه‌ها باشد.

### ۱-۱. درباره نویسندگان

دکتر سوریانپال<sup>۱</sup> یکی از مسئولان پژوهش در گروه دیتا ۶۱ شرکت CSIRO<sup>۳</sup> بوده که سرگروه تیم تحقیقات سیستم‌های توزیع‌شده نیز هست. علاقه اصلی پژوهشی ایشان در حوزه ساخت و اجرای فناوری‌های سیستم‌های توزیع‌شده و شبکه‌های اجتماعی با تمرکز بر امنیت، حریم شخصی و اعتماد است. ایشان مدرک دکتری خود را از دانشگاه RMIT استرالیا دریافت کرده‌اند. در شرکت CSIRO او مسئول انجام پژوهش در حوزه پایگاه‌های داده مولتی‌مدیا، خدمات وب و معماری‌های سرویس‌گرا، امنیت، حریم شخصی و اعتماد در محیط‌های مبتنی بر همکاری در سیستم‌های کلود و بزرگ داده است. از ایشان چیزی بیش از ۱۰۰ اثر داوری‌شده به چاپ رسیده است که بسیاری از آنها در مجله‌ها و همایش‌های بین‌المللی معتبر منتشر شده‌اند. ایشان همچنین، ویرایش دو کتاب و بخش موضوعات خاص<sup>۴</sup> مجله‌های بین‌المللی را برعهده داشته و مسئول برنامه‌ریزی یا یکی از اعضای کمیته برنامه‌ریزی در بسیاری از کارگاه‌های آموزشی و همایش‌های بین‌المللی بوده‌اند. ایشان همین‌طور مذاکرات، سخنرانی و آموزش‌های زیادی را در مجامع ملی و بین‌المللی، در مورد سیستم‌های مورد اعتماد به عمل آورده‌اند.

خانم دکتر سیسایل پاریس<sup>۵</sup> یکی از مسئولان ارشد پژوهش در گروه دیتا ۶۱ شرکت CSIRO بوده و رهبر گروه تحقیقات مدیریت و اکتشاف دانش است. تخصص دکتر پاریس در حوزه زبان‌شناسی رایانه، مدل‌سازی کاربر، گذشته نزدیک و رسانه‌های اجتماعی است و مدرک دکتری تخصصی خود را از دانشگاه کلومبیا نیویورک اخذ کرده است. ایشان پیش از پیوستن به CSIRO، در مؤسسه علوم ارتباطات کالیفرنیا و دانشگاه برایتون<sup>۶</sup> انگلستان مشغول به کار بوده است. وی بیش از ۱۵۰ اثر داوری و چاپ‌شده دارد و در ویرایش کتاب‌ها و بخش موضوعات خاص مجله‌های متعددی همکاری کرده است. او در اتحاد پژوهشی ارائه خدمات انسانی<sup>۷</sup> که یک پیمان چهارساله بین دپارتمان خدمات انسانی استرالیا و CSIRO تلقی

می‌شود، مشارکت داشته و ضمن تعریف پروژه‌های متعدد، مسئول پروژه‌های بهبود ارائه خدمات از طریق رسانه‌های اجتماعی بوده‌است. دکتر پاریس در انجمن‌های پژوهشی استرالیا و همین‌طور سطح بین‌المللی، بسیار فعال است و به کمیته‌های کارگاه‌های آموزشی و همایش‌های متعددی یاری رسانده‌است. ایشان، همچنین رئیس سازمان حرفه‌ای تعامل انسان‌رایانه استرالیا است.

پروفسور دیمیتریوس جرجاکوپولس<sup>۸</sup>، در جولای ۲۰۱۴ از CSIRO به دانشگاه RMIT پیوست. ایشان در CSIRO مدیر پژوهش مرکز ICT، مسئول لابراتوار مهندسی اطلاعات بوده‌اند که بزرگ‌ترین سازمان پژوهشی علوم کامپیوتر در استرالیا محسوب می‌شود. پیش از پیوستن به CSIRO، ایشان در لابراتوارهای صنعتی آمریکا نظیر فناوری‌های تلکوردیا<sup>۹</sup>، شرکت کامپیوتر و میکرو الکترونیک در آستین، تگزاس، لابراتوارهای GTE در بوستون، ماساچوست و پژوهش‌های ارتباطی Bell در پیسکاتاوی<sup>۱۰</sup>، نیوجرسی، سمت‌های مدیریتی و پژوهشی داشته‌است. وی در جذب سرمایه‌گذاری پژوهشی خارجی از صنایع و آژانس‌های سرمایه‌گذار پژوهشی موفق عمل کرده و دو جایزه نیز در رابطه با مقاله‌هایش، به ایشان اهدا شده‌است.

فصلنامه نقدکتاب

اطلاع‌رسانی  
ارتباطات

سال چهارم، شماره ۱۳ و ۱۴  
بهار و تابستان ۱۳۹۶

۱۳۶

## ۲-۱. ساختار و محتوای کتاب

این کتاب در دو بخش سازماندهی شده‌است: بخش اول با نام مقدمه و مطالعه‌های موردی و بخش دوم با عنوان سیستم‌ها و اپلیکیشن‌ها. کتاب از ۱۷ فصل تشکیل شده‌است که در بین آن‌ها ۸ فصل مربوط به بخش اول کتاب و بخش دوم شامل ۹ فصل است. هرکدام از فصل‌ها مرتبط با پژوهش‌هایی است که خود ویراستاران کتاب آن را به‌انجام رسانده‌اند یا مرتبط با پژوهشگران دیگری است که با توجه به مرتبط‌بودن به موضوع کتاب در آن آورده شده‌است.

فصل اول کتاب، با عنوان «رسانه‌های اجتماعی در خدمات دولتی: مقدمه‌ای بر آن»، معرفی مقدماتی را درمورد رسانه‌های اجتماعی برای خواننده فراهم می‌کند؛ از قبیل تعریف، علت نام‌گذاری و انواع رسانه‌های اجتماعی رایج در فضای وب. به‌علاوه این فصل روی پذیرش رسانه‌های اجتماعی برای خدمات دولتی و معرفی شماری از سناریوهای کاربردی محبوب تمرکز دارد. البته این فصل درمورد برخی از مشکلات و مسائلی که باید به آن‌ها پرداخته شود نیز توضیحاتی داده و چارچوبی را جهت تعریف راهنماها و خط‌مشی‌هایی جهت غلبه بر این چالش‌ها ارائه می‌دهد. موضوعات این فصل با ارائه یک مطالعه موردی از اداره خدمات انسانی دولت استرالیا پی گرفته می‌شود.

فصل دوم با عنوان «رسانه‌های اجتماعی برای خدمات دولتی: مطالعه موردی از بخش خدمات اجتماعی» نشان می‌دهد که چگونه اداره مربوطه، از رسانه‌های اجتماعی برای حمایت از مشتریان و بهبود ارائه خدمات استفاده به‌عمل می‌آورد. نمونه‌های روشن‌گر و گویایی از برخی داستان‌های موفق ارائه می‌شود و همین‌طور درمورد چالش‌هایی که در این مسیر وجود داشت و باید با آن‌ها مواجه می‌شد، نیز مطالبی مطرح شده‌است. در این فصل همین‌طور چارچوبی حاکمیتی ارائه شده و

روی یکی از سؤال‌های بسیار مهم که باید پاسخ داده شود دست گذاشته می‌شود: چطور می‌توان موفقیت استفاده از رسانه‌های اجتماعی را اندازه‌گیری کرد؟

عنوان فصل سوم، «استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای ارتباطات داخلی: مطالعه موردی در یک سازمان دولتی» است. در این فصل یک مطالعه موردی درباره استفاده از سرویس یامر برای ارتباطات داخلی به وسیله شرکت ویکروودز ارائه می‌شود. در فصل سوم، فرایندهای پشت‌سرهم استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای استفاده داخلی شامل انتخاب اجزای درست سرویس یامر، کار کردن روی پذیرش کارکنان، توسعه شبکه‌های ارتباطی با راهنمایی یک مدیر آگاه به علوم ارتباطات و ادامه رشد شبکه از طریق به کارگیری استراتژی‌ها توضیح داده می‌شود. این قضیه به وسیله یک مطالعه موردی از بخش دولتی دبی انجام می‌پذیرد.

در فصل چهارم که «نقش رهبری سیاسی در تشویق شهروندان به مشارکت از طریق رسانه‌های اجتماعی: مطالعه موردی بخش دولتی دبی» نام یافته، استفاده از رسانه‌های اجتماعی در دولت دبی از نگاه سیاست‌گذاری عمومی بررسی شده است. این فصل، توضیح می‌دهد که رهبری سیاسی می‌تواند به عنوان یک عامل اصلی در موفقیت استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بخش دولتی نقش ایفا کند.

فصل پنجم، «سیاست رسانه‌های اجتماعی در شهرداری‌های ترکیه: افتراق بین آگاهی و اجرا» نا دارد و هدفش تحلیل حالت فعلی اجرای سیاست‌های رسانه‌های اجتماعی و ارزیابی آن در شهرداری‌های ترکیه در منطقه مرمره است. پیام کلیدی فصل این است که اگرچه نسبت به فواید استفاده از رسانه‌های اجتماعی نرخ رشد فزاینده‌ای وجود دارد، اما نقص روشنی در رابطه با اجرا و ارزیابی سیاست‌های رسانه‌های اجتماعی دیده می‌شود.

موضوع فصل پنجم در فصل ششم با عنوان «از رسانه‌های اجتماعی به سوی هوش ژئو سوشیال: جمع‌سپاری همکاری مدنی در مدیریت، برای واکنش مقابل سیل در جاکارتا، اندونزی» دنبال می‌شود. این فصل یک مورد استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای مدیریت بحران سیل را توضیح می‌دهد. در این بخش مروری بر سایت PetaJakarta.org صورت می‌پذیرد. سیستمی که طراحی شده است تا رسانه‌های اجتماعی را در جاکارتا به جهت تبادل اطلاعات میان شهروندان و بین شهروندان و آژانس‌های مدیریت بحران درمورد سیل به کار گیرد.

فصل هفتم با عنوان «تشخیص موضوعات جنجالی<sup>۱۱</sup> اخبار همبسته و تویتر برای خدمات دولتی» چارچوبی را برای تشخیص موضوعات جنجالی اخبار همبسته و پست‌های تویتر ارائه می‌کند. همچنین نویسندگان در این مقاله به عنوان نمونه توضیح می‌دهند که چگونه این چارچوب پیشنهادی می‌تواند به خدمات دولتی مورد استفاده در المپیک لندن پیوند گیرد و با آن یکپارچه شود. چارچوب ارائه شده در این فصل، برای موقعیت‌های گوناگونی که فرمول‌بندی خط‌مشی‌های دولتی بر خدمات دولتی تأثیرگذار است، کاملاً کاربردی است؛ شامل تعلیم و تربیت، اقتصاد، دیپلماسی، فناوری، رفاه، امور مالی و غیره. از میان مسائل بالا، تمرکز این فصل به روی مسائل مرتبط با خدمات دولتی برای رویدادهای ورزشی قرار دارد. این فصل

مثالی را از گردآوری اخبار و مطالب تویتر که مرتبط با بازی‌های المپیک لندن و به‌کارگیری مدل پیشنهادی ارائه می‌دهد.

معروف است که همه دولت‌ها تحت فشار قرار دارند تا خدمات خود را با هزینه‌های پایین‌تر عرضه کنند. فصل بعدی کتاب با عنوان «وب‌کر<sup>۱۲</sup> در خدمات عمومی: ارائه بهتر با هزینه‌های کمتر؟» درخصوص یک مطالعه موردی در مقوله وب‌کر صحبت می‌کند. وب‌کر شکلی از رسانه‌های اجتماعی است که در کشور هلند از طریق ارتباطات آنلاین با شهروندان، برای رسیدگی به بازخوردهای مشتریان، استفاده می‌شود. در این فصل می‌بینیم که نظارت و رصد رسانه‌های اجتماعی و وب‌کر، به تدریج در سازمان‌های عمومی هلند به امری عادی بدل می‌شود؛ بنابراین تمرکز این فصل بر وب‌کر قرار گرفته است؛ وب‌کر یعنی، عمل ادغام و تعامل با شهروندان در ارتباطی آنلاین به‌منظور بررسی بازخوردهای مشتریان. در این فصل، چهارمورد از وب‌کر که به‌وسیله سازمان‌های عمومی هلندی انجام پذیرفته بررسی شده‌اند. هدف اصلی وب‌کر، درحقیقت به‌دست‌آوردن آگاهی و شناخت بیشتر نسبت به احساسات جاری گروه هدف است. مدیریت شهرت<sup>۱۳</sup> و پیش‌بینی سؤال‌ها و نیازهای مشتریان، هدف عمده چنین تلاش‌هایی است. بهبود در فرایند تدارک و آماده‌سازی اطلاعات، همین‌طور ارائه خدمات براساس بازخوردهای شهروندان، انگیزه مهم دیگری برای این کار است. در برخی از موارد مطرح‌شده در این فصل، نشانه‌هایی از تولید مشارکتی<sup>۱۴</sup> آشکار است. هرچند در هیچ‌کدام از موارد اثرات وب‌کر به‌صورت نظام‌مند بررسی و تحلیل شده است.

۵ فصل بعدی کتاب، از فصل «گام بعدی: یک انجمن آنلاین جهت ارائه خدمات دولتی» تا فصل «بهبود آگاهی از وضعیت و گزارش‌دهی از طریق ابزار قابلیت هوش واکنش اضطراری» با کمک داده‌های CSIRO و فعالیت‌های متنوع آن نوشته شده است.

فصل «گام بعدی: یک انجمن آنلاین برای ارائه خدمات دولتی» یک انجمن آنلاین را که به‌عنوان بخشی از HSDRA<sup>۱۵</sup> فعالیت می‌کند، نشان می‌دهد. هدف این انجمن فراهم‌کردن خدمات و حمایت‌های اطلاعاتی و عاطفی برای گروهی خاص از دریافت‌کنندگان تسهیلات است. مقاله حاضر، مراحل طراحی، توسعه، استقرار، آزمون و نتایج حاصل از این انجمن آنلاین را شرح می‌دهد. موفقیت هر انجمن آنلاینی، به میزان پیوند و تعامل آن با شهروندان بستگی دارد؛ بنابراین، در گام بعدی، تکنیک‌های مختلفی که برای این هدف (پیوند و تعامل با شهروندان) به‌کار رفته، معرفی می‌شود؛ از قبیل استفاده از توصیه‌کنندگان که به‌طور گسترده‌ای جهت افزایش تعامل، در حال استفاده از آن بوده‌اند. رویکرد دیگری که برای تقویت این پیوندها و تعاملات به‌کار می‌رود، گیمیفیکیشن<sup>۱۶</sup> است که موضوع فصل بعدی است؛ «گیمیفیکیشن در وبسایت‌های اجتماعی». در این فصل معرفی مختصری از این دسته اپلیکیشن‌ها صورت می‌پذیرد و این‌که چگونه می‌توان از آن استفاده کرد؛ در این خصوص، ذکر این نکات اهمیت دارد که گیمیفیکیشن یا بازی‌انگاری استفاده از خصوصیت‌ها و تفکرات بازی‌گونه است در زمینه‌هایی که ماهیت

بازی ندارند. انگار کردن کار به بازی یا بازی‌انگاری را می‌توان مفهومی قدیمی دانست که چندسالی است دیدگاهی دانشگاهی و منسجم گرفته‌است. مفهوم اولیه بازی‌انگاری را می‌توان این‌طور بیان کرد: استفاده کردن از انگیزاننده‌های طبیعی برای به حرکت درآوردن مخاطب. از آن‌جا که یکی از انگیزاننده‌های جذاب برای انسان تفریح و بازی است، این نقطه را می‌توان همان نقطه آغازین مفهوم بازی‌انگاری دانست.

مفهوم بازی‌انگاری را هم‌اکنون می‌توان در بسیاری از زمینه‌های تجاری و محصولات، آموزش‌های اجتماعی، پزشکی، درمان اختلالات فکر و ذهنی، درمان فراموشی یا حتی آموزش‌های نظامی مشاهده کرد و چیزی که در همه آن‌ها مشترک است، سعی در بیشینه کردن یادگیری و درگیر ساختن کاربر با محصول (مفهوم مورد نظر) است. درحقیقت، از بازی‌انگاری می‌توان جهت ایجاد جذابیت در یادگیری، انجام فرایندهای تکراری و یا کارهای غیرجذاب برای مقاصد غیر بازی‌گونه استفاده کرد و این خاصیت را می‌توان مهم‌ترین دلیل فراگیری این زمینه جدید در عرصه‌های مختلف دانست.

سپس این فصل در گام بعدی، یک تجربه و مشاهده درمورد نحوه استفاده از تکنیک بازی‌انگاری را نشان می‌دهد.

فصل یازدهم با عنوان «بهبود ارائه خدمات دولتی با استفاده از بازخورد رسانه‌های اجتماعی» به توصیف یک ابزار نظارت رسانه‌های اجتماعی به نام VIZIE می‌پردازد. این ابزار در قالب یکی از پروژه‌های HSDRA طراحی شد. هدف از طراحی این ابزار، کمک به تشخیص این مسئله بود که آیا خدمات فعلی دولت از طریق تفسیر بازخوردهای رسانه‌های اجتماعی مثل توییتر و فیس‌بوک، می‌تواند بهبود یابد؟ درواقع، آن‌چه از این فصل برمی‌آید، VIZIE یک سیستم نظارت رسانه‌های اجتماعی است که به جهت کمک در امر مذکور طراحی شده‌است. این ابزار از سیستم پردازش زبان طبیعی متنوعی به همراه متدهای بازیابی اطلاعات به منظور برجسته‌سازی و تقطیر<sup>۱۷</sup> بهره می‌گیرد و بازخورد عمومی ارائه می‌دهد. در پایان، نتیجه‌ای که به دست آمد سیستمی است که: ۱. توانمندی دیدن یک نمای کلی از داده‌ها و نیز کشف داده‌های بیشتر در جزئیات را فراهم می‌آورد؛ ۲. روی متن‌های بازیابی‌شده از رسانه‌های اجتماعی تحلیل ارائه می‌دهد و ۳. به منظور توانمندسازی کاربران برای تصمیم‌گیری در هنگام حضور در اجتماعات آنلاین، اطلاعات زمینه‌ای فراهم می‌آورد. موضوع این فصل از طریق مطالب فصل بعدی که درخصوص آگاهی از موقعیت اضطراری است، پیگیری می‌شود.

فصل بعدی با عنوان «استفاده از محتوای جمع‌سپاری شده برای کمک به حوادث اضطراری و اورژانسی» یک پلتفرم ESA<sup>۱۸</sup> را نشان می‌دهد که توییتهای را از استرالیا و نیوزلند گردآوری می‌کند تا از این طریق، حوادث غیرمترقبه را تشخیص دهد. پلتفرم ESA به وسیله تعداد زیادی از سازمان‌های فعال در زمینه خدمات غیرمترقبه و اورژانس در سراسر استرالیا آزموده شد. مطالعه‌های موردی مختلفی

در فصل آورده شده است تا نشان دهد که این پلتفرم چگونه به عنوان ابزاری برای نظارت عمومی بر زلزله، حوادث آتش سوزی و هرگونه خطری می تواند استفاده شود. در این فصل، سه مطالعه موردی در خصوص چگونگی استفاده از ESA برای تشخیص زلزله، نظارت بر حوادث آتش سوزی و سایر خطرات در یک مرکز هماهنگی بحران ارائه شده است. علاوه بر آن، نویسندگان این فصل به برخی از مسائلی که در استفاده از ابزارشان با آن‌ها مواجه شده اند، توجه داشته و یک نمای کلی از نقشه راه پژوهش خود را نیز ارائه داده اند.

مطالب این فصل نیز در فصل بعدی با عنوان «بهبود آگاهی از موقعیت و گزارش دهی با استفاده از ابزار قابلیت هوش واکنش اضطراری» دنبال می شود. این فصل در خصوص ابزار قابلیت هوش واکنش اضطراری<sup>۱۹</sup> توضیح می دهد. این ابزار داده های موجود در خصوص حوادث اورژانسی را به طور خودکار از منابع وب معتبر گردآوری و با هم ادغام می کند و روی یک نقشه تعاملی به نمایش می گذارد. تیم مدیریت حوادث غیرمترقبه در طول حوادث اورژانس می توانند از ERIC به عنوان هوش، جهت گردآوری داده ها و گزارش دهی موقعیت استفاده کنند. در این ابزار، اطلاعات حادثه رخ داده شده با داده های دموگرافیک ترکیب شده تا نمایه یا نیم رخ جامعه حادثه دیده به دست آید. شناسایی صفت های مرتبط با جامعه، از قبیل زبانی که صحبت می کنند یا اطلاعات اجتماعی اقتصادی، به دپارتمان استفاده کننده از این ابزار اجازه می دهد تا پاسخ ها و واکنش های متناسب تری را برای حمایت از جامعه مورد نظر فراهم آورد.

فصل چهاردهم با عنوان «منابع لغوی<sup>۲۰</sup> برای تشخیص اسامی خدمات عمومی در وبسایت های اجتماعی» رویکردی را برای ایجاد یک منبع واژگان برای اسامی خدمات عمومی شرح می دهد و این که این منبع چگونه می تواند جهت گردآوری داده های مرتبط با خدمات عمومی به کار گرفته شود. این فصل از وبسایت های بریتانیایی و ایرلندی برای نشان دادن نحوه استفاده از این فناوری توسعه یافته، استفاده به عمل می آورد. این روش از اسامی مشخص برای مسیریابی پیام ها در توییترهای وابسته به دولت استفاده می کند. مرکزیت رویکرد فنی ابزار طراحی شده توسط نگارندگان این فصل، گسترش نوعی الگوریتم نظم بخشی معنایی است که مجموعه ای از اسامی خدمات عمومی را که در یک شبکه معنایی مبتنی بر یک معیار ارتباط معنایی به طور خودکار از وبسایت های دولتی می گیرد، سازماندهی می کند.<sup>۲۱</sup>

این موضوع در فصل بعدی با عنوان «سیاست حمل و نقل: رسانه های اجتماعی و محتوای کاربر ساخته در یک پارادایم اطلاعاتی متغیر» دنبال می شود. این فصل در خصوص تغییرات در استفاده از رسانه های اجتماعی در بخش حمل و نقل توضیح می دهد و نشان می دهد که چگونه رسانه های اجتماعی یک کانال مکمل برای گردآوری داده های حمل و نقل به وجود آورده اند. این فصل، ملزومات و متدولوژی لازم برای بهره گیری از اطلاعات رسانه های اجتماعی در حوزه حمل و نقل را معرفی کرده و کانال های درگیر در این قضیه را برجسته می سازد. در این فصل به سه



پرسش و پاسخ‌گویی به آن‌ها پرداخته می‌شود؛ ۱. راه‌هایی که از آن طریق می‌توان از داده‌های رسانه‌های اجتماعی در کنار داده‌های فعلی حوزه حمل‌ونقل یا به‌جای آن‌ها استفاده نمود؛ ۲. چالش‌های تکنیکی در استخراج متن رسانه‌های اجتماعی که سختی‌هایی را در ایجاد داده‌های با کیفیت بالا برای حوزه حمل‌ونقل ایجاد می‌کند و ۳. آیا در بهره‌برداری از ظرفیت‌های داده‌های رسانه‌های اجتماعی برای بخش حمل‌ونقل، موانع نهادی گسترده‌تری وجود دارد؟

شانزدهمین فصل کتاب با عنوان «زباله‌ها را دور بریزید: ایجاد اسناد قابل ترجمه و قابل فهم دولتی: مطالعه موردی از ژاپن» توضیح می‌دهد که چگونه یک دپارتمان دولتی می‌تواند از تکنیکی استفاده کند که اسنادی را تولید نماید که می‌توانند به‌طور خودکار به یک زبان دیگری برگردانده شوند؛ به‌طوری که متن به‌دست‌آمده کاملاً قابل فهم باشد. این مورد در کشورهایی که جامعه آن‌ها همگن است و افراد اقلیت نمی‌توانند به اطلاعات دولتی در یک شکل قابل فهم دست‌یابند، اهمیت دارد. این فصل، تکنیک پیشنهادی را توضیح می‌دهد و از طریق ارائه یک مطالعه موردی از ژاپن، اثربخشی آن را نشان می‌دهد. کاربرد این ابزار در بیرون ژاپن نیز وجود دارد. بسیاری از کشورها هستند که با توجه به بحث‌های جهانی‌شدن با این مسئله مواجه هستند. درنهایت، فصل آخر کتاب با عنوان «تشخیص چندخطره به‌وسیله یکپارچه‌سازی رسانه‌های اجتماعی و سنسورهای فیزیکی» ابزاری را با نام LITMUS معرفی می‌کند. این ابزار داده‌های رسانه‌های اجتماعی را با سنسورهای فیزیکی چندگانه ترکیب می‌نماید. نتایج نشان می‌دهد که LITMUS، به نسبت ابزار دیگری که از یک منبع معتبر استفاده می‌کند، رانش‌های زمین بیشتری را (به‌عنوان یک خطر) تشخیص می‌دهد.

## ۲. نقد و جمع‌بندی

یک جست‌وجوی ساده درخصوص استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای خدمات‌رسانی توسط دولت‌ها، شما را با این حقیقت مواجه می‌سازد که این موضوع، یک بحث جدید است که هنوز در بسیاری از نقاط جهان، به‌طور جدی وارد عرصه عمل نشده‌است؛ در همایش‌ها به‌عنوان موضوعی که جای کار دارد مطرح‌شده و تجارب برخی کشورها معرفی می‌شود. به‌نظر می‌رسد که فناوری چندگام از دولت‌ها پیش افتاده و همواره چنین بوده‌است. کشورهای معدودی وجود دارند که از Government 2.0 عبور کرده و درحال تجربه Open Government باشند.

با توجه به آمارهای سایت اسپرینگر، از زمان چاپ، به کتاب حاضر ۱۰ مرتبه استناد<sup>۲۲</sup> داده شده‌است. در رسانه‌های اجتماعی ۸ بار به آن اشاره<sup>۲۳</sup> شده‌است؛ ۴۹ نفر به‌طور آنلاین کتاب را مطالعه و حدود ۸۰۰۰ نفر نیز آن را دانلود کرده‌اند؛ این آمار در میان آثار مشابهی که در همین مدت به‌چاپ رسیده‌اند، حد متوسطی را نشان می‌دهد. نویسندگان سعی کرده‌اند تا تجارب استفاده از رسانه‌های اجتماعی در حوزه‌های مختلف دولتی را تا حد امکان در کنار هم گردآوری کنند تا تصویر کاملی از فضای دولت ۲،۰ را به‌نمایش گذارند.

فصلنامه نقدکتاب

اطلاع‌رسانی  
وابستگی‌ها

سال چهارم، شماره ۱۳ و ۱۴  
بهار و تابستان ۱۳۹۶

۱۴۱

کتاب در خصوص چگونگی استفاده از امکانات وب ۲ و رسانه‌های اجتماعی برای محقق‌سازی ایده Government 2.0 ارائه شده‌است. تجربیات کشورهای مختلف به‌صورت مطالعه‌های موردی، در کنار مباحث نظری در همان رابطه، فضای جالب و سرگرم‌کننده‌ای برای خوانندگان فراهم می‌آورد تا هرچه بیشتر به چنین توسعه‌ای فکر کنند. استفاده متعدد از اشکال و نمودارها به‌جهت توضیح نکات کتاب، در کنار این سرگرم‌کنندگی، سهولت فهم را برای مخاطب فراهم می‌آورد. نباید تصور شود که با یک کتاب روایی و داستانی مواجه هستیم؛ بلکه کارها و مقاله‌هایی که برای هر فصل استفاده شده‌است، کاملاً علمی است و در کنار این‌ها، استفاده از مدل‌های متعدد در فصل‌های کتاب، این اثر را برای مخاطب دانشگاهی که به دنبال یافتن چارچوب‌های نظری مختلفی برای پژوهش است، جذاب می‌کند.

کتاب حاضر، آخرین تحقیقات علمی، توسعه‌ها و تلاش‌های انجام‌پذیرفته در خصوص رسانه‌های اجتماعی در عرصه خدمات‌رسانی دولتی را از طریق گردآوری و کنار هم قراردادن نتایج کار محققان و عالمان گوناگون در قالب مطالعه‌های موردی برجسته کرده‌است. مطالب این کتاب، شماری از مهم‌ترین چالش‌های مرتبط با رسانه‌های اجتماعی، خصوصاً به‌جهت ارائه خدمات دولتی را روشن کرد؛ از قبیل مزایا و روش‌های ارزیابی، قابلیت استفاده و تناسب ابزارها، پلتفرم‌ها و فناوری‌ها، چارچوب‌ها و سیاست‌های حاکمیت، فرصت‌هایی برای عرضه خدمات جدید، یکپارچه‌سازی و ادغام رسانه‌های اجتماعی با فرایندهای تجاری سازمانی و مطالعه‌های موردی خاص. این کتاب همین‌طور، محدوده استفاده و کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در قلمرو دولتی را نیز در هر دو سطح فدرال و محلی، برجسته ساخت. کتاب رسانه‌های اجتماعی برای خدمات دولتی، به‌عنوان منبعی ارزشمند به طیف وسیعی از خوانندگان نظیر پژوهشگران دانشگاهی، شاغلان در صنعت فناوری اطلاعات، تصمیم‌گیرندگان و توسعه‌دهندگان سیاست‌های دولتی، پیشنهاد می‌شود.

پی‌نوشت

1. Broadcast
2. Surya Nepal
3. Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation
4. special issues
5. Cécile Paris
6. Brighton
7. Human Services Delivery Research Alliance
8. Dimitrios Georgakopoulos
9. Telcordia
10. Piscataway
11. Bursty Topics
12. Webcare
13. Reputation management
14. co-production

فصلنامه نقدکتاب

اطلاع‌رسانی  
و ارتباطاتسال چهارم، شماره ۱۳ و ۱۴  
بهار و تابستان ۱۳۹۶

۱۴۲

### 15. Human Services Delivery Research Alliance (HSDRA)

HSDRA، پیمانی پژوهشی است که بین شرکت CSIRO و دپارتمان خدمات انسانی دولت استرالیا منعقد شده‌است و پژوهش مذکور، ذیل همین پیمان انجام پذیرفته‌است.

۱۶. در زبان فارسی معادل‌های گوناگونی برای گیمیفیکیشن پیشنهاد شده، اعم از بازی‌انگاری، بازی‌آفرینی، بازی‌گونی، بازی‌پردازی، بازی‌کاری، بازی‌نمایی، بازی‌سازی، بازی‌وارسازی و بسیاری معادل دیگر. اغلب این پیشنهادها هم به‌واسطه برداشت شخصی افراد از این واژه بوده‌است و تقریباً می‌توانیم نام‌های پیشنهادی را تاحدودی متضاد با یکدیگر و بیان‌کننده معانی متفاوتی دید که هیچ‌کدام هنوز فراگیر نشده‌اند.

۱۷. تقطیر در این‌جا به معنی رسیدن به خلوص بهتر است؛ یعنی جوهره مطلب را ارائه‌دادن.

### 18. Emergency Situation Awareness (ESA)

### 19. Emergency Response Intelligence Capability Tool (ERIC)

### 20. lexical resource

۲۱. این روش در کتاب، با نام تکنیک تحلیل معنایی صریح معرفی می‌شود. Explicit Semantice Analysis

### 22. Citation

### 23. Mentions

فصلنامه نقدکتاب

اطلاع‌رسانی  
و ارتباطات

سال چهارم، شماره ۱۳ و ۱۴  
بهار و تابستان ۱۳۹۶

۱۴۳