

## مدیریت نوین در روابط عمومی الکترونیک

امیره مولائی اول

مقدمه:

روابط عمومی، نهادی است که به جوامع نوین تعلق دارد و در روند پیدایش و رشد سازمان های نوین ، برای تسهیل ارتباط میان سازمانها با محیط درونی و بیرونی، مخاطبان ، گروه های تاثیرگذار و تاثیرپذیر از سازمان، افکار عمومی ، رسانه ها و سازمانهای دیگر ایجاد شده است.

روابط عمومی با ایفای کارکردهای اطلاع رسانی و اطلاع یابی، ایجاد و حفظ ارتباطات دو سویه و تفاهم متقابل بین سازمان و مخاطبان و جلب اعتماد و مشارکت مخاطبان به سازمان ، کمک به مدیریت برای همگام شدن با تغییرات محیطی، ایجاد همبستگی در نگرش های مخاطبان با سازمان و متقابلاً " ایجاد همبستگی در اقدامات و نگرش های سازمان با مخاطبان، به پویایی و رشد و توسعه سازمان در محیط و در راه رسیدن به اهداف و استراتژی های آن کمک می کند.

- با شروع هزاره سوم، سازمانها و جامعه ایران در آستانه ورود به جامعه اطلاعاتی هستند؛ جامعه ای که در آن بر اثر تغییرات و نوآوری های تکنولوژیکی، ارتباطات و اطلاع رسانی و ارائه خدمات سرعت بالایی پیدا کرده و این نوآوری ها باعث ایجاد چالش ها و فرصت هایی برای سازمانها و بویژه روابط عمومی ها در خصوص چگونگی ارتباط با محیط و ایفای نقش های موثر در درون و برون سازمان و ضرورت هماهنگ ساختن سازمان با تغییرات محیطی شده است. روابط عمومی به دلیل ارتباط مستمر با محیط خارج و داخل سازمان و نیز به علت این که فصل مشترک بین سازمان و مخاطبان می باشد، ذاتاً همیشه با یک محیط متغیرو پویا سروکار دارد. در روابط عمومی سنتی اهداف و استراتژی های اینترنتی، بر اساس ساختار موجود تعیین می شود، در حالی که در دیدگاه نوین و جدید، ابتدا اهداف کسب و کار تعیین شده و سپس بر اساس آن استراتژی های اینترنتی معین می گردد و در نهایت ساختار موجود تعدیل شده و یا ساختار جدید کسب و کار اتخاذ می شود.

ضرورت و اهمیت اطلاعات در دنیای امروز به ما کمک می کند که روابط عمومی نوین را یک " روابط عمومی اطلاع مدار" بنامیم. در دنیایی که همه ابعاد آن به سرعت رنگ کهنگی به خود می گیرد و با اطلاعات تازه تر همه چیز ، هر لحظه نو می شود، روابط عمومی بایستی از عملکرد و شکل اولیه و سنتی خارج شده و ضرورت های زمانه ای را که در آن زندگی می کند ، درک کند.

در جامعه اطلاعاتی ، روابط عمومی ها به عنوان تولید کننده و ارائه کننده خدمات و اطلاعات به مخاطبان و مشتریان خود، مسئولیت سنگینی در "شفاف سازی ارتباطی و اطلاعاتی" ، " به رسمیت شناختن حق دسترسی مخاطبان به اطلاعات" ، "احساس مسئولیت و پاسخگویی در برابر مخاطبان" ، " ایجاد ارتباطات دو سویه و تعامل با مخاطبان و ضرورت به کارگیری فن آوری های نوین ارتباطات و اطلاعات و روابط عمومی الکترونیک" بر عهده دارند.

بر همین اساس روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی باید در سازمان حضوری قدرتمند و مؤثر داشته باشد تا بتواند مدیریت را در تصمیم گیری ها و استراتژی های سازمان در قبال محیط و مخاطبان یاری رساند و وی را از اهمیت ارتباط دوسویه با محیط، ارزیابی سازمان از نظر مخاطبان ، ضرورت مخاطب محوری در سازمان، تطبیق برنامه ها و سیاست های سازمان با گرایش ها و خواسته ها و نیازهای مخاطبان، آگاه کند.

تحولات ناشی از پیشرفت فنآوری اطلاعات و ارتباطات، مفهوم بسیاری از پدیده ها از جمله " روابط عمومی" را دستخوش دگرگونی ساخته و تاثیرپذیری از فنآوری های نوین ارتباطی عصر جدیدی را در تاریخ روابط عمومی ایجاد کرده و بستر شکل گیری " روابط عمومی الکترونیک" را فراهم ساخته است.

باید پذیرفت که در شرایط کنونی جامعه، توسعه‌ی روابط عمومی الکترونیک نه تنها یک ضرورت، بلکه یک الزام غیر قابل انکار است که خواسته یا ناخواسته باید به سوی آن برویم.

روابط عمومی‌ها به دلایل مختلف باید بتوانند گام به گام و در عین حال با سرعتی قابل قبول، روش‌های سنتی را کنار گذاشته و با استفاده از ابزار روابط عمومی الکترونیک، وظایف خود را انجام دهند و یا تلفیقی از روابط عمومی سنتی و الکترونیک را بکار گیرند؛ چرا که مخاطب امروز با مخاطب دیروز متفاوت است. مخاطبان امروزی، خود به دنبال اطلاعات رفته و منتظر دریافت اطلاعات از دیگران نیستند، بنابراین روابط عمومی‌ها باید بتوانند با استفاده از شیوه‌های نوین، اطلاعات لازم مخاطب را در سریع‌ترین زمان ممکن در اختیار وی قرار دهند.

حجم وسیع اطلاعات و داده‌های گسترده که هر روزه نیز بر میزان آن افزوده می‌شود، یکی دیگر از الزامات حرکت به سمت روابط عمومی الکترونیک محسوب می‌شود، چرا که روش‌های سنتی قادر به دسته‌بندی و ایجاد امکان دسترسی به حجم بالای داده‌های سازمان‌های اجتماعی، اقتصادی فرهنگی و خدماتی نیستند و تنها روابط عمومی الکترونیک می‌تواند با استفاده از فناوری‌های نوین این علم، این مشکل را مرتفع کند.

عصر ارتباطات و اطلاعات، شرایط بین‌المللی و بهره‌گیری از رایانه و اینترنت در معادلات بین‌المللی، دیگر ضرورت اجتناب‌ناپذیر پرداختن به روابط عمومی الکترونیک است، به گونه‌ای که دیگر نمی‌توان اطلاعات دنیا را از طریق اینترنت دریافت کرد و با روش‌های سنتی و معمول به آن‌ها پاسخ داد. در چنین شرایطی تنها از طریق روابط عمومی الکترونیک، تعامل با کشورهای دنیا قابل توسعه بوده و می‌توان به آن عمق بخشید.

در این جا باید یادآور شد، حرکت آزاد اطلاعات، آگاهی‌رسانی همگانی و توسعه انسانی، قدرت‌بخشی مردم و مشارکت بیشتر آن‌ها در فرایند تصمیم‌سازی، کاستن از تنش‌ها و خصامه‌های قومی، منطقه‌ای و بین‌المللی، ارتقای سطح سواد عمومی و ... نتیجه بهره‌گیری صحیح از فناوری‌های نوین اطلاعاتی (IT) است.

اما شاید عمده‌ترین سؤالات ما در عصر اینترنت این باشد که چگونه می‌توانیم در جهت اهداف روابط عمومی از سرویس‌های الکترونیک استفاده کنیم و مهم‌تر این که چگونه می‌توان توسط این سرویس‌ها ارتباط مشتری و یا مخاطب را با روابط عمومی برقرار کرد.

#### تعریف روابط عمومی الکترونیک

روابط عمومی الکترونیک به کار گرفتن فن آوری‌های جدید ارتباطی و سیستم‌های نوین اطلاع‌رسانی برای ارائه خدمات منطبق بر خواسته‌ها و نیازهای مخاطبان به طور لحظه‌ای (online) و به منظور تحقق بخشیدن به هدف‌های روابط عمومی است. هدف راه‌اندازی روابط عمومی الکترونیک، رسیدن به روزی است که بتوان خدمات یک سازمان را به طور شبانه‌روزی و بدون مراجعه فیزیکی مخاطبان آن سازمان و تنها با اتصال به پایگاه‌های آن نهاد انجام داد. (سلطانی فر و نور آبادی ۱۳۸۲) در جامعه اطلاعاتی، سرعت اطلاع‌رسانی، اساسی‌ترین عاملی است که روابط عمومی الکترونیک را به روابط عمومی سنتی تحمیل می‌کند.

در این راستا باید نکات زیر را مد نظر قرار دهیم؛

- ۱- نوع جدیدی از مخاطبان با رسانه‌های الکترونیک در حال شکل‌گیری هستند.
  - ۲- روابط عمومی به‌گونه‌ای فزاینده در حال تغییر و گسترش است.
  - ۳- روابط عمومی‌ها از ارتباط مستقیم به ارتباط از طریق تکنولوژی ارتباطات روی می‌آورند.
  - ۴- تکنیک‌های جدید، مناسبات ارتباطی میان روابط عمومی‌ها و مخاطبان آن‌ها را تغییر خواهد داد، اما پیام‌رسانی یک مسوولیت مداوم برای روابط عمومی‌ها باقی خواهد ماند.
- با ورود به دنیای جدید که در آن اینترنت حرف اصلی را می‌زند، روابط عمومی مسوولیت‌هایی تازه می‌یابد که عمده‌ترین آن‌ها به شرح زیر است؛
- ۱- اطلاع‌یابی که در این مرحله تهیه و تولید اطلاعات انجام می‌گیرد.
  - ۲- اطلاع‌شناسی که مرحله تدوین و تنظیم اطلاعات است.

۳- اطلاع رسانی که مرحله توزیع و تبیین اطلاعات است.

یکی دیگر از دلایلی که باعث پرداختن به این بحث می شود، آن است که روابط عمومی الکترونیک، سازمان ها را از قید و بند محدودیت های زمانی و مکانی رها ساخته و به توسعه ی روابط عمومی و در نهایت به توسعه ی کشور کمک خواهد کرد.

البته نباید از نظر دور داشت که بحث آموزش در روابط عمومی آن هم در چنین شرایطی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. برگزاری دوره های آموزشی کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت و همایش های علمی منطقه ای، ملی و بین المللی با استفاده از حضور اساتید مجرب و موفق در این عرصه می تواند شرایط مساعدتری را برای پذیرش این تغییر و ایجاد انگیزه های بیشتر در مدیران، دست اندکاران و متولیان روابط عمومی در کشور مهیا نماید.

البته در این حوزه نیز مانند سایر حوزه ها در بهره گیری از تکنولوژی های روز دنیا با تأخیری قابل تأمل نسبت به کشورهای توسعه یافته مواجه هستیم و باید در این مسیر با سرعت بیشتری گام برداریم. هر چند که اقدامات صورت گرفته در این عرصه مانند برگزاری همایش های بین المللی، وبلاگ ها و پایگاه های تخصصی روابط عمومی را می توان برای شروع حرکت به سمت روابط عمومی الکترونیک، مناسب و مفید ارزیابی کرد.

تفاوت روابط عمومی سنتی و الکترونیک

روابط عمومی سنتی به لحاظ مفهومی فرقی با روابط عمومی الکترونیک ندارد. در روابط عمومی الکترونیک ما تنها از کاغذ استفاده نمی کنیم و شاید وجه تمایز اصلی روابط عمومی الکترونیک و روابط عمومی سنتی به لحاظ شکلی در همین نکته نهفته باشد؛ چون همه ابزارند و معمولاً از ابزار برای رسیدن به اهداف که در فلسفه وجودی هنر هشتم نهفته شده استفاده می شود.

به طور کلی، اینترنت کار کارشناسان روابط عمومی را آسان تر کرده است. کارگزاران روابط عمومی به واسطه استفاده از پایگاه ها و سایت ها و پست الکترونیک با سرعت بیشتر به مخاطبان بیشتری دسترسی پیدا می کنند. یکی از مزیت های اصلی روابط عمومی الکترونیک، تعاملی بودن آن است. کارگزاران روابط عمومی می توانند از طریق تربیون های آزاد فهرست پستی با همکاران خود در سراسر جهان تعامل داشته باشند و اینترنت این تعامل را آسان تر کرده است.

در فرم سنتی روابط عمومی، انتقال اطلاعات به طور ناقص صورت می گیرد و هزینه های زیادی صرف اشتباهات می شود. به اعتقاد دکتر یورگن مارلو (نویسنده کتاب روابط عمومی الکترونیک)، این اشتباهات و افزایش هزینه ها سبب شده تا کارگزاران روابط عمومی به استفاده از خدمات فناوری اطلاعات به ویژه روابط عمومی الکترونیک گرایش بیشتری پیدا کنند.

همچنین از روابط عمومی الکترونیک می توان برای توسعه طرح های موجود روابط عمومی استفاده کرد که باعث توسعه فعالیت های سنتی آن نیز می شود. به علاوه روابط عمومی الکترونیک، رابطه موجود بین متخصصان روابط عمومی و روزنامه نگاران را تغییر داده و این امر نشانگر این است که روابط عمومی از پوسته یک شغل رابطه یی صرف خارج خواهد شد و به جایگاه شایسته و بایسته خود دست می یابد.

مساله دیگر که در این زمینه می توان به آن اشاره کرد این است که روابط عمومی الکترونیک یک چرخه خبری ۲۴ ساعته به وجود آورده است، یعنی مخاطبان سازمان شما در هر زمان و مکان که اراده کنند می توانند به مطالب مورد دلخواه خود دست پیدا کنند. در واقع، روابط عمومی الکترونیک محدودیت های موجود را از بین برده است. شما در روابط عمومی الکترونیک با تک تک مخاطبان در ارتباط هستید.

ویژگی های روابط عمومی الکترونیک

روابط عمومی در جوامع اطلاعات آینده نقش مهمی در امر اطلاع رسانی بهینه، ارائه سرویس‌ها و خدمات به تک تک افراد جامعه خواهد داشت. ویژگی‌های خاص روابط عمومی الکترونیک سبب تسهیل دسترسی شهروندان و مخاطبان به اطلاعات و خدمات مورد نیاز و کاهش هزینه‌ها خواهد شد.

- در روابط عمومی الکترونیکی بهره‌گیری از فناوری‌های نوین هدف نیست بلکه وسیله است، وسیله‌ای در جهت ارائه خدمات و سرویس‌های مورد نیاز به مخاطبان.

- روابط عمومی الکترونیک در قید زمان و مکان نیست. خدمات و اطلاعات در تمامی روزها و ساعات در دسترس شهروندان و مخاطبان قرار می‌گیرد.

- روابط عمومی الکترونیک، ارتباطی دو سویه بین سازمان‌ها و مردم حاکم می‌کند.

- مخاطب در روابط عمومی الکترونیکی جمع نیست بلکه فردی است. در روابط عمومی الکترونیکی باید پاسخگوی تک تک اعضای جامعه اطلاعات بود.

#### نتیجه گیری

به طور کلی جایگاه روابط عمومی در ایران در مقایسه با کشور های توسعه یافته امیدوار کننده و نوید بخش است. یکی از مسؤلیت های متعدد روابط عمومی، بهینه کردن فرصت های موجود و سعی برای ارتقاء تصویر عمومی سازمانها گروه های دولتی و غیر دولتی و به طور کلی کشور است. بنا بر این کار گزاران باید از این فرصت استفاده کنند و بنیانی بر مبنای دانش، اعتماد، درک و برنامه ریزی دقیق ایجاد کنند.

همچنین با توجه به مطالب ارائه شده، چنین به نظر می‌رسد که روابط عمومی الکترونیک، از ضرورت‌های اجتناب‌ناپذیر جامعه امروزی بوده و روابط عمومی است که می‌تواند و باید زمینه‌های لازم و بسترسازی مناسب برای تحقق اهداف و استراتژی‌ها را فراهم نماید با این همه، روشن است که نیاز به توسعه آموزش و تربیت شهروند الکترونیکی، به اندازه ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی برای توسعه IT در کشور از اهمیت برخوردار است و اهمیت‌بخشی به روابط عمومی الکترونیک از سوی دولت‌مردان و سیاست‌گزاران عرصه روابط عمومی، می‌تواند این شرایط را تسهیل نماید.