

روابط عمومی الکترونیک

مقدمه

تجارت الکترونیک، بانکداری الکترونیک، شهر الکترونیک، پرسشنامه الکترونیک، مجله الکترونیک، بانکداری الکترونیک، پست الکترونیک، موسیقی الکترونیک، دفتر الکترونیک، نشر الکترونیک، اعتبار مالی الکترونیک و... نهایتاً روابط عمومی الکترونیک و دولت الکترونیک از پدیده هایی است که بحث روز خدمات نوین ارتباطی در جهان است. اکنون مراجعه به پایگاههای اینترنتی در کشورهای صنعتی و پیشرفته، جای مراجعه به تمام سازمانها و ادارات دولتی را تا حد قابل توجهی گرفته است و همه خدمات دولتی از صدور شناسنامه و گذرنامه تا ثبت شرکتها، اخذ مجوزهای شغلی یا اخذ مدارک قضایی و... همگی توسط این پایگاهها انجام خواهد شد.

تحولات ناشی از پیشرفت فن آوری اطلاعات و ارتباطات، مفهوم بسیاری از پدیده ها از جمله روابط عمومی را دستخوش دگرگونی ساخته و تاثیر پذیری از فن آوری های نوین ارتباطی، عصر جدیدی را در تاریخ روابط عمومی ایجاد کرده و بستر شکل گیری روابط عمومی الکترونیک را فراهم ساخته است. بر این اساس باید پذیرفت که در شرایط کنونی جامعه، توسعه روابط عمومی الکترونیک نه تنها یک ضرورت، بلکه یک الزام غیر قابل انکار است که خواسته یا ناخواسته باید به سوی آن برویم.

تعریف

در روابط عمومی الکترونیک ما 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. روابط عمومی دیجیتال تنها به معنای استفاده از وسایل و ابزار تکنولوژیک نیست و تنها داشتن ابزار کافی نیست بلکه نکته ای را که باید به آن توجه کرد تغییرگسترده مخاطبان است که متأسفانه روابط عمومی های سنتی متوجه این تغییرماهیت مخاطبان خود نیستند. روابط عمومی های دیجیتال باید به فکر پاسخ گویی به مخاطبان خود باشند امروزه آنها خود "معماران روابط عمومی" هستند و به انواع سایت ها دسترسی دارند و می توانند در مورد سازمانها قضاوت کنند.

روابط عمومی واحد اصلی ارتباط سازمان ها با مخاطبین است و در عصر انفجار اطلاعات، باید اولین واحد در دسترسی به شبکه های ارتباطی محلی، ملی و جهانی باشد. در بستر توسعه فن آوری اطلاعات و ارتباطات در کل، دولت الکترونیکی به صورت خاص، باید جایگاه روابط عمومی ها به صورت ویژه ای دیده شود تا بستر رشد و توسعه در سایر عرصه ها فراهم گردد. از نظر «ادوارد برنیز» روابط عمومی عبارت است از:

۱- اطلاعاتی که به مردم داده می شود.

۲- تلاشهایی ترغیبی به منظور تغییر گرایشها و رفتار مردم.

۳- کوشش در همبسته ساختن نگرشها و اقدامات یک موسسه با مخاطبان خود و متقابلاً نگرشها و اقدامات مخاطبان با موسسه.

روابط عمومی الکترونیک شیوه ای برای سازمان ها به منظور استفاده از فن آوری اطلاعات است که به افراد تسهیلات لازم جهت دسترسی مناسب به اطلاعات و خدمات دولتی به اصلاح کیفیت آن و ارائه فرصت های گسترده برای مشارکت در فرآیندها و نمادهای مردم سالاری می دهد

اگر بخواهیم تعریفی از روابط عمومی الکترونیک داشته باشیم باید بگوئیم که روابط عمومی الکترونیک نحوه بکارگیری فن آوریهای جدید ارتباطی و شیوه های نوین اطلاع رسانی در جهت ارائه خدمات منطبق بر خواسته های مخاطبان بطور لحظه ای به منظور تحقق اهداف روابط عمومی است .

شاید بتوان گفت روابط عمومی الکترونیک لازمه و پیش فرض تحقق دولت الکترونیک است. دولت الکترونیک اصطلاحی است که به ارائه خدمات دولتی از طریق اینترنت و با استفاده از ابزارهای رایانه ای اطلاق می شود.

غایت بحث راه اندازی روابط عمومی الکترونیک در ایران، رسیدن به روزی است که بتوان تمام خدمات دولتی و حتی خصوصی را به راحتی و حتی بدون نیاز به مراجعه به پایگاههای مختلف، تنها با اتصال به یک پایگاه واحد انجام داد .

مزایا و ویژگی های روابط عمومی الکترونیک

یکی از مزیت های اصلی روابط عمومی الکترونیک، تعاملی بودن آن است. کارگزاران روابط عمومی می توانند از طریق تریبون های آزاد فهرست پستی با همکاران خود در سراسر جهان تعامل داشته باشند و اینترنت این تعامل را آسان تر کرده است.

پیشتر به تعریف روابط عمومی الکترونیک پرداختیم و گفتیم که روابط عمومی ها نقش مهم و کلیدی در برخورد با مخاطبان یک سازمان دارند و به دلیل حجم بالای ارتباطات آن با قشر زیادی از مخاطبانی که روزانه به آنها مراجعه میکنند و درخواست اطلاعات میکنند، میتوانند راه حلهای مطلوبی را در اختیار

مدیران سازمان و حتی وب مسترهای سایتهای اینترنتی سازمان بدهند. با وجود چنین ابزاری است که مردم میتوانند نظرات خود را بسیار راحتتر و بدون گذراندن فیلترها و سدهای مستحکم به سمع و نظر مسئولین سازمان برسانند. بی اغراق سرعت در اطلاع رسانی اصلی ترین عنصری است که روابط عمومی الکترونیک را به روابط عمومی سنتی تحمیل کرده است. کارگزاران روابط عمومی برای بهره برداری از این سرعت و دقت طلایی لازم است تکنیکهای نوین رقابت را بیاموزند. اگر آنها نتوانند از ابزارهای جدید دیجیتال استفاده کنند در این کشاکش بازنده خواهند بود. از این رو روابط عمومی الکترونیک یک الزام است و انتخاب نیست .

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.

روابط عمومی با توجه به خدماتی که ارائه میدهد و نیازهایی که مخاطبان با آن روبرو هستند، میتواند جهت گسترش فعالیتهای خود و کاهش ترافیک کاری به کاربران که از طریق اینترنت به آنها متصل میشوند، پیشنهاد استفاده از اطلاعات درج شده در سایت را بدهد. یا در جاهایی که دسترسی به اینترنت ممکن نمی باشد از طریق برنامه نویسی و تهیه لوح فشرده عمل نماید.

درج کامل قوانین و مقررات، مدارک مورد نیاز، آشنا کردن کاربرها با بخشهای مختلف سازمان، ارائه اخبار داخلی و مجلات و ... میتواند از موارد و اطلاعاتی باشد که روابط عمومی ها در اختیار مخاطبانشان قرار دهند. از همه مهمتر امکان دسترسی یکسان مردم به بالاترین مقام آن سازمان نیز در ارتباط مستقیم شان از طریق پست الکترونیک مهیا شده است. (مانند تبلیغات اخیر صدا و سیما بصورت زیرنویس و به منظور ارتباط مستقیم عموم مردم با مدیریت سازمان به نشانی پست الکترونیکی و ارائه نظراتشان) نکته ای که نباید آنرا فراموش کنید این است که شاید مخاطبین شما زبانی غیر از زبان فارسی داشته باشند و زبان اصلی آنها انگلیسی، فرانسه یا عربی باشد. از این رو لازم است نسخه ای از سایت شما به زبان یا زبانهایی باشد که آمار مخاطبان بالایی در تماس با روابط عمومی یا سایر بخشها (امور بین الملل و...) دارند . کارگزاران روابط عمومی، باید اطلاعاتی را که مورد نیاز کاربران است بر اساس دسته بندیهایی که انجام میدهند با توجه به اهمیت موضوع در صفحات سایت تقسیم بندی کنند و از طراح سایت بخواهند که کدام بخش اطلاعات در صفحه اول وب قرار بگیرد و مابقی در دیگر صفحات. به عبارتی دیگر انتقال تجارب روابط عمومی با مدیران سایت در ارائه سایت بهینه و کارا بر اساس پیشنهادهای کارگزاران این بخش میتواند کارگشا و مثمر ثمر واقع شود.

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.

اکنون کشورهای پیشرفته دنیا به روابط عمومی ها نگاه مثبتی دارند و مبالغ زیادی را در امر روابط عمومی و تبلیغات، هزینه می کنند. طی سالهای اخیر استفاده از بخش خصوصی در انجام امور روابط عمومی پرطرفدار شده است و مردم نیز نسبت به موسساتی که بدین سمت رفته اند، اعتماد بیشتری پیدا کرده اند.

بعضی از مزایای روابط عمومی الکترونیک :

۱- کار از راه دور: این شیوه باعث صرفه جویی و کاهش هزینه های زیر بنایی واز همه مهمتر افزایش نرخ بهره وری می شود. همچنین کارمندان نیز بهتری می توانند ارائه خدمت کنند.

۲- کاهش فساد اداری: استفاده از این فن آوری می تواند در پایین آوردن فساد اداری که منشا آن ارائه اطلاعات به شهروندان است، نقش به سزایی داشته باشد و با شفاف کردن فعالیت سازمان ها، گامی موثر در جلب اعتماد عمومی محسوب می شود.

۳- دوسویه بودن ارتباطات: مسئولین و مخاطبان می توانند یک ارتباط دوسویه با یکدیگر داشته باشند و سازمانها و مسئولین از نظرات مخاطبان استفاده کنند که این گام مهمی در جهت دولت الکترونیک و دموکراسی مشارکتی است.

روابط عمومی در جوامع اطلاعات آینده نقش مهمی در امر اطلاع رسانی بهینه، ارائه سرویس ها و خدمات به تک تک افراد جامعه خواهد داشت. ویژگی های خاص روابط عمومی دیجیتال سبب تسهیل دسترسی شهروندان و مخاطبان به اطلاعات و خدمات مورد نیاز و کاهش هزینه ها خواهد شد.

- در روابط عمومی الکترونیک بهره گیری از فن آوری های نوین هدف نیست بلکه وسیله است، وسیله ای در جهت ارائه خدمات و سرویس های مورد نیاز به مخاطبان.

- روابط عمومی دیجیتالی در قید زمان و مکان نیست. خدمات و اطلاعات در تمامی روزها و ساعات در دسترس شهروندان و مخاطبان قرار می گیرد.

- روابط عمومی دیجیتالی ارتباطی دو سویه بین سازمان ها و مردم حاکم می کند.

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

ضرورت روابط عمومی الکترونیک :

با توجه به این موضوع که فن آوری های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی تمامی عرصه ها را تحت تاثیر قرار داده است بنابراین روابط عمومی از این قضیه نمی تواند مستثنی باشد و برای پیشبرد بهتر اهدافش می تواند از آن استفاده کند. روابط عمومی الکترونیک باعث می شود تا روابط عمومی ها از قید و بند محدودیت های زمانی و مکانی رها شوند که این مساله به توسعه جامعه و دولت الکترونیک کمک خواهد کرد. همچنین مخاطبان در دنیای امروز دریایی از اطلاعات هستند و روابط عمومی ها باید به شیوه های جدید سعی کنند با سرعت زیاد اطلاعات را به آنها انتقال دهند تا نیاز آنان را رفع کنند.

در مجموع عوامل مختلفی این ضرورت را عینی ساخته که برخی از آنها عبارتند از:

- ۱- افزایش حجم اطلاعات مورد تقاضای مردم.
- ۲- افزایش خدمات قابل ارائه به مردم.
- ۳- تقویت روند شکل گیری رسانه های تعاملی.
- ۴- توسعه روزنامه نگاری الکترونیکی.
- ۵- ویژگیهای جدید بازار، استفاده از مخابرات و الکترونیک در تجارت.
- ۶- رشد و شکل گیری موسسات مشاور.
- ۷- گسترش و ارتقاء نیازها، خواسته ها و انتظارات مخاطبان متناسب با شرایط روز.
- ۸- افزایش سرعت اطلاع رسانی.

مهمترین عوامل کلیدی در توسعه روابط عمومی الکترونیک:

۱- آموزش و فرهنگ سازی در سطح جامعه: با توجه به اینکه تمامی شهروندان مخاطبین دولت الکترونیک محسوب می شوند باید آنها توانایی بهره گیری از خدمات الکترونیکی را داشته باشند و برنامه های آموزشی مناسب برای آنها طراحی شود. بدون شک فرهنگ پذیری و جامعه پذیر نمودن شهروندان در حوزه فن آوری اطلاعات و ارتباطات و آرایه تصویری از جامعه مطلوب که در آن جریان آزاد اطلاعات، زمینه ایجاد دموکراسی - دیجیتال مبتنی بر آزادی بیان و اندیشه، می تواند زیرساختی موثر در فرهنگ سازی دولت الکترونیک باشد. در واقع هر چه قدر سرمایه گذاری بر روی فن آوری اطلاعات بیشتر صورت گیرد مردم بیشتر با حقوق و جایگاه خود در دنیای مجازی آشنا شوند، نیازهای خویش را بیش از پیش خواهند شناخت. مفاهیمی مانند دموکراسی دیجیتال، رای گیری الکترونیکی، شهروند الکترونیکی، شهر و دولت الکترونیکی و ... از جمله مفاهیم و پدیده های هستند که زمینه را برای رغبت شهروندان به آموزش و فرهنگ پذیری آماده می نماید. نکته قابل ذکر این که روابط عمومی ها خود به تنهایی نقش عمده ای در گسترش نهادینه کردن مفاهیم و پدیده های الکترونیکی دارند.

۲- دسترسی فراگیر به اینترنت و ترمیم شکاف دیجیتالی در جامعه: بر اساس آمارهای موجود تعداد کاربران اینترنت در ایران حدود ۷ میلیون نفر می باشد، به عبارت دیگر از هر ۱۰۰ ایرانی تنها ۱۰ نفر به اینترنت دسترسی دارند. بر این اساس ارائه خدمات گسترده و حتی آموزش عمومی و رایگان تکنولوژی های ارتباطی به اقشار مختلف می تواند باعث ارتقاء فرهنگ عمومی جامعه در استفاده از اینترنت باشد. متأسفانه در سالهای اولیه ورود اینترنت به جامعه ایران، بدلیل ضعف کارکردی و اطلاع رسانی نامناسب روابط عمومی ها، تصور غلط و منفی از این تکنولوژی در جامعه شکل گرفت، اما در حال حاضر این رسالت بر عهده روابط عمومی هاست که خود با بهره گیری از تکنولوژی های ارتباطی ذهنیت و باور جامعه را در جهت مثبت و سازنده تغییر دهند و این امر مهم، امکان پذیر است.

۳- تلاش در جهت کاهش آهنگ مقاومت در برابر تغییر در روابط عمومی ها: یکی از مشکلات جدی کارکنان سازمانهای اداری ایران، مقاومت در برابر هر گونه تغییر است. عدم امنیت شغلی، کم توجهی به مشارکت کارکنان در مدیریت سازمانها، ترس در مقابل از دست دادن موقعیت شغلی، عادت به رفتارهای سنتی و ... از جمله دلایل این تفاوت است. آگاه کردن کارکنان روابط عمومی در خصوص آنکه روابط عمومی الکترونیک به منزله استفاده صرف از ابزارهای الکترونیکی برای انتقال اطلاعات نیست، بلکه روابط عمومی الکترونیک با بهره گیری مناسب از فن آوری اطلاعات و ارتباطات می تواند طبقه بندی مناسبی از اطلاعات ایجاد کند و نظام جمع آوری گردش و پردازش، ارائه و در نهایت دریافت بازخورد را به بهترین شکل ممکن انجام دهد. بر این اساس روابط عمومی ها وظیفه دارند با پیشقدم شدن در استفاده از امکانات تکنولوژی های ارتباطی در کارشان و توسعه روابط عمومی الکترونیک، سازمانهای کنونی را به سازمانهای «یاد گیرنده» تبدیل کنند که در آن افراد رفتارها و پندارهایشان تغییر یافته است.

پدرام صادق زاده

کارشناس روابط عمومی و بین الملل

بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران