

نقش روابط عمومی در فضای مجازی

طاهره خسروی

دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی - بازرگانی الکترونیک،

واحد دهقان، دانشگاه آزاد اسلامی، دهقان، ایران

taherehkhosravi@gmail.com

چکیده

روابط عمومی‌ها قلب تپنده هر دستگاه و سازمانی بوده و وظایف سنگین و رسالت‌های خطیری را در بخش‌های مختلف از ارتباط با رسانه‌ها تا پاسخگویی به شبهات و انتقادات و تکریم مراجعه‌کنندگان برعهده دارند. به گفته کارشناسان، آگاه کردن و خبر دادن، ترغیب، تشویق، ترویج و تبلیغ، انجام تحقیقات اجتماعی و افکارسنجی و پیوند آن به منابع سازمان و عموم مردم از مهمترین وظایف روابط عمومی‌ها است. روابط عمومی یک شغل نیست بلکه عشق است و به عنوان پل ارتباطی و آئینه تمام نمای هر دستگاه، نقش مهمی در ارتباط مؤثر و هدفمند مردم با مسوولان برعهده دارد. این شغل نه زمان می‌شناسد و نه مکان و یک مسئول روابط عمومی باید در هر شرایطی، پاسخگوی مسئول و سازمان و مهمتر از همه مردم باشد. در سال‌های اخیر با گسترش فضای مجازی به یکباره تغییرات زیادی در حوزه اطلاع رسانی و وظایف روابط عمومی‌ها به وجود آمده و در این فضا گاهی برخی از فعالان این حوزه در قامت یک خبرنگار حاضر شده و جلوتر از خبرنگاران خبر تولید می‌کنند، عکس می‌گیرند و منتشر می‌کنند. امروزه شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل بستری است که هم ابزار اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی محسوب شده و می‌توانند برآورنده بخشی از نیازهای ارتباطی روابط عمومی‌ها باشند. این یک فرصت طلایی برای روابط عمومی است تا ارتباطات و بسیاری از امور خود را مدیریت کنند. اکثر افرادی که از موبایل استفاده می‌کنند از گوشی‌های هوشمند بهره می‌برند و بسیاری هم شبکه‌های اجتماعی موبایل را جزء تفکیک‌ناپذیر ارتباطات زندگی روزمره خود می‌دانند، در این صورت آیا می‌توان از این درگاه اطلاع‌رسانی بی‌قید و شرط چشم‌پوشی کرد و آن را نادیده گرفت؟

کلمات کلیدی: روابط عمومی، اطلاع رسانی، فضای مجازی، آموزش

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۱۰

امروزه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، زندگی را در بسیاری از ابعاد آن دگرگون ساخته‌اند. از جمله‌ی این دگرگونی‌ها تغییر در شیوه‌های سنتی آموزش است، به گونه‌ای که نیاز به حضور فیزیکی در کلاس درس کاهش یافته است. در حال حاضر وجود ابزارها، روش‌ها و محیط‌های جدید آموزشی، شیوه‌های جدیدی را به وجود آورده است از جمله این شیوه‌ها آموزش الکترونیکی است. یادگیری الکترونیکی بسیاری از آرمان‌های آموزشی را تحقق بخشیده است؛ مانند یادگیری در هر مکان و زمان، یادگیری مشارکتی، خودارزیابی و خودراهبری. یادگیری الکترونیکی یکی از روش‌های جدید آموزش مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات است که با محور قرار دادن انسان به عنوان یادگیرنده فعال، می‌تواند تمامی اشکال آموزش و پرورش و یادگیری در قرن بیست و یکم را متحول سازد (اناری نژاد، ساکتی و صفوی، ۱۳۸۸). امروزه با وضعیتی که بر اثر حرکت به سوی دهکده جهانی به وجود آمده است، دیگر رویه‌های سنتی انتقال دانش از طریق متن، ورقه، تمرین و مانند آن‌ها نمی‌توانند توجه جوانانی را که در جهان اشباع شده از رسانه‌ها به سر می‌برند، به خود معطوف کنند و آموزش‌های کلاسیک، پاسخگوی نیازهای آموزشی دانش‌آموزان در موقعیت‌های متفاوت زمانی و مکانی نیستند (ملکیان، نریمانی و صاحب جمعی، ۱۳۸۹).

مبانی نظری پژوهش

دولت الکترونیک بر خلاف رویکردی که در بسیاری از کشور‌های در حال توسعه و به ویژه خاورمیانه مشاهده می‌شود عبارت از دادن رایانه به مقامات و کارمندان دولتی، اتوماتیک کردن رویه‌های علمی قدیمی یا صرفاً ارائه اطلاعات و نهادهای وزارتخانه‌های روی وب سایت. به بیان ساده‌تر «فناوری اطلاعات و ارتباطات» کامپیوتر، اینترنت، سخت افزار، پایگاه داده، ادوات ارتباطی همراه و مانند آن نیست. این هماهنگی از مظاهر و نمودهای ظاهری این تکنولوژی هستند.

همین درک از «فناوری اطلاعات و ارتباطات» است که در عمل موجب بروز هرج و مرجی شگفت آور در مدیریت و رویکرد نسبت به آن شده است. دولت الکترونیک عبارت است از استفاده از فناوری اطلاعاتی و ارتباطی برای متحول کردن دولت و فرایند حکومت‌گری از طریق قابل دسترسی‌تر، کارآمدتر و پاسخگوتر کردن آن است. بر اساس تعریف دیگر دولت الکترونیک به معنای بهره‌گیری از قدرت اطلاعات و تکنولوژی‌های اطلاعاتی برای ایجاد ساخت جدیدی از دولت است که با جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای همخوان است. از این رو،

دولت الکترونیک در برگیرنده توسعه و به کارگیری زیر ساخت اطلاعاتی یا دیجیتالی است. بنابراین، دولت الکترونیک دربرگیرنده موارد زیر است:

- ۱- ایجاد شرایط دسترسی بیشتر به اطلاعات دولتی
- ۲- بهبود مشارکت از طریق توانایی بخشیدن به عموم مردم برای تعامل با مقامات دولتی از طریق ارتباطات تعاملی شبکه ای.
- ۳- پاسخگو ساختن از طریق شفافتر ساختن فعالیت‌های آن.
- ۴- ایجاد فرصت‌های توسعه در مناطق روستایی محروم.

در واقع دولت الکترونیک از فناوری برای انجام اصلاحات از طریق تقویت و شفافیت، حذف فاصله و دیگر شکاف‌ها و توانمندسازی افراد برای مشارکت در فرایند سیاسی ای که بر زندگی آن‌ها تأثیر می‌گذارد استفاده می‌کند. برای رسیدن به طرح راهبردی دولت الکترونیکی فعالیت‌های اصلی دیده می‌شود که هر برنامه اصلی تعدادی برنامه فرعی دارد برای مثال برای برنامه اصلی شبکه مجازی دولت برنامه فرعی: مدیریت شبکه قانون و مقررات، امنیت، محتوا (تولید اطلاعات بهنگام و ارائه به نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری مدیریت کلان کشور) لحاظ شده است. برای این که تقسیم کار مؤثری انجام شده باشد برای هر کدام از فعالیت‌های اصلی و فرعی، یا چند وزارتخانه به عنوان دستگاه مسئول در نظر گرفته شده است و در برنامه شبکه مجازی دولت به دلیل وسعتش دستگاه مسئول، ریاست جمهوری است و دستگاه همکارش تمام دستگاه‌ها هستند. با این حال دولت الکترونیک فی‌نفسه یک کلید مشکل‌گشا نیست. با اینکه دولت الکترونیک می‌تواند تحول را تسهیل کند و فرایند های اداری جدید و کارآمدتری را خلق کند، اما تمام مشکلات فساد و ناکارآمدی را حل نخواهد کرد و قادر نخواهد بود بر تمام موانع فراوانی مشکلات مدنی غلبه کند. افزون بر این، دولت الکترونیک در نتیجه خرید رایانه‌های بیشتر یا ایجاد وب سایت‌های توسط دولت به وقوع نمی‌پیوندد. با اینکه ارائه یا انتقال خدمات به صورت روی خط آن لاین می‌تواند نسبت به کانال‌های دیگر کارآمدتر و کم هزینه‌تر باشد، اما سبب صرفه جویی در هزینه‌ها و بهبود خدمات به صورت خودکار نخواهد بود. دولت الکترونیک فرایندی است که نیازمند برنامه ریزی، گشایش پایدار منابع و اداره سیاسی است ابزارهای ارتباطی مسلط در هر دوره بنا شده است.

مفهوم روابط عمومی و بررسی روابط عمومی الکترونیک

روابط عمومی فعالیتی است ممتد، مداوم و طرح ریزی شده که از طریق آن، افراد و سازمان‌ها می‌کوشند تا تفاهم و پشتیبانی کسانی را که با آنها سر و کار دارند به دست آورند و در حقیقت بخشی از مدیریت است و در اغلب موارد نقش مغز متفکر، قلب تپنده، دست‌انجام‌دهنده، پای پیشرفت، گوش شنوا، چشم بینا و زبان‌گوی سازمان مدیریت آن را ایفا می‌کند.

فعالیتی که روابط عمومی انجام می دهد در یک کلمه «ارتباط» از دیدگاه نظری «علم» از جنبه عملی و اجرای خود «فن» و از جمله خلاقانه و زیبایی شناختی «هنر» است و آیین تمام نمای سازمان و جایگاه دریافت و انتقال اطلاعات است. روابط عمومی در حقیقت شبکه هوشیار، بانک اطلاعات، مغز متفکر سازمان و پل ارتباطی آن با افکار عمومی و مخاطبان خاص و عام و با نگرش ها و تمایلات و عادات و سلايق متفاوت است و باید خصلت هایی چون قانون مداری، نظم، شجاعت، ابراز عقیده، تحمل شنیدن آرای مخالفان، احترام به حقوق فردی و اجتماعی دیگران و صداقت رشد و توسعه نماید. روابط عمومی اعمال فلسفه، فلسفه اجتماعی، مشاور و کارکرد ارتباطی مدیریت است که، از این جهت یکی از اصلی ترین ارکان برای پایه گذاری یک روابط عمومی کارآمد و مسئولیت پذیر در دستگاه این است که زیر نظر بالاترین مقام دستگاه و سازمان انجام وظیفه نماید. بی تردید، هر نگرشی گویای اهداف و شیوه هایی است که نحوه رسیدن به آنها را مشخص می کند. بررسی نگرش های عمده به روابط عمومی مشخص کرد که شامل مسیر و هدف هستند. روابط عمومی الکترونیک، روش به کار گرفتن فن آوری جدید ارتباطی و رسانه های نوین اطلاع رسانی بر ارایه خدمات منطقه بر خواسته ها و نیازهای مخاطبان به طور لحظه ای به منظور تحقق بخشیدن به هدف های روابط عمومی است. راه اندازی روابط عمومی الکترونیک رسیدن به زمانی است که بتوان تمام خدمات یک سازمان را به طور شبانه روزی و بدون نیاز مراجعه فیزیکی مخاطبان آن سازمان و تنها با اتصال به پایگاه های الکترونیکی آن نهاد انجام داد. روابط عمومی نقش مهم و برجسته ای در برخورد با مخاطبان سازمان دارد و به علت حجم فراوان و ارتباط آن با تعداد بسیاری از مخاطبان که درخواست اطلاعات می کنند، می تواند روش مناسبی در اختیار مدیران سازمان و حتی وب سایت اینترنتی سازمان قرار دهد. همچنین از این طریق مردم می توانند، نظر خود را راحت تر و سریع تر به مسئولان سازمان برسانند. سرعت اطلاع رسانی اصلی ترین عاملی است که روابط عمومی الکترونیک را به روابط عمومی سنتی تحمیل می کند. از مزایای روابط عمومی های الکترونیک، کاهش هزینه های غیر ضروری در انتقال اطلاعات و کمک به حذف هزینه های اضافی است (رنجبری، ۱۳۸۰: ۱۲).

راه های تحقق روابط عمومی الکترونیک

فناوری های نوین ارتباطی زندگی انسان ها را دگرگون ساخته است و با فراگیر شدن آنها ابعاد مختلف زندگی جوامع انسانی تغییراتی شگرف خواهد داشت. به تبع این تغییرات صحبت از جامعه اطلاعاتی است، جامعه ای که زندگی در آن مبتنی و وابسته به فناوری های ارتباطی نوین از قبیل اینترنت است. لذا تمامی سازمان ها و دولت ها در تلاشند تا خود را برای حضور مؤثر در جامعه اطلاعاتی مهیا سازند. از این رو باید شرایطی را فراهم ساخت تا روابط عمومی ها

نیز نسبت به ایجاد تغییرات لازم در خود اقدامات لازم را انجام دهند. به منظور پیاده سازی و ایجاد ساختارهای لازم برای تحقق روابط عمومی الکترونیک، باید نکات ذیل را در نظر گرفت.

- رهبری سازمان که در رأس هرم سازمانی قرار دارد می تواند با اندیشیدن تدابیر لازم و حمایت از طرح های پیشنهادی، روابط عمومی ها را برای رسیدن به اهداف خود یاری رساند.

- ایجاد بینش سازمانی در بین مدیران در خصوص ضرورت جهت گیری فعالیت ها و برنامه های روابط عمومی به این سمت و سوی.

- تعهد به تأمین منابع و امکانات مورد نیاز روابط عمومی ها از سوی مسئولان.

- حمایت واقعی از تغییر روابط عمومی از سنتی به الکترونیکی.

- اجرای سریع تغییرات مورد نظر.

- طراحی استراتژیک جهت تحولات آتی.

- آمادگی بافت سازمانی برای این تحولات و ایجاد امید به عدم خطر افتادن آنها، گذر از عصر صنعتی ملی به عصر الکترونیکی جهانی مستلزم این است که غیر از متخصصان فنی، دیگران نیز بتوانند به تحولات مدیریت جدید و مهارت های ارتباطات و رهبری کمک کنند. از این رو مهمترین نقش رهبران و مسئولان روابط عمومی ها، تبیین تأثیر فناوری های جدید بر نهاد و سازمان هاست. رهبران سازمان ها نه تنها باید واقعیت فناوری جدید را درک کنند و آگاهی های مناسبی از آن داشته باشند، بلکه محدودیت های خود را بشناسند. فناوری های جدید این امکان را فراهم می نماید که کارکنان روابط عمومی در هر جایی که هستند بر اساس زمان خود کار کنند (باقریان، ۱۳۸۰: ۳۴).

مشکلات و موانع روابط عمومی الکترونیک

شاید مهمترین مانع بر سر راه تحقق روابط عمومی الکترونیک، عدم دسترسی همه شهروندان به اینترنت و نداشتن قدرت خرید کامپیوتر و هزینه های نسبتاً سنگین اینترنت و خط تلفن است. با وجود اینکه ضریب نفوذ اینترنت و رایانه در جهان با سرعت در حال گسترش است، ولی حتی در کشور های پیشرفته و صنعتی نیز نمی توان گفت که همه مردم به شبکه جهانی دسترسی دارند یا برای استفاده از آن از مهارت کافی برخوردارند.

در کشور هایی نظیر ایران نیز که تا رسیدن به سطح مطلوب، به منظور دسترسی همگان به اینترنت هنوز راه زیادی در پیش است، بنابراین تا آن موقع باید امکان استفاده از راه های سنتی را برای مردم محفوظ نگه داشت. اگرچه پیش بینی می شود که با گسترش ارائه خدمات تجارت، دولت و بانکداری الکترونیک، مراکز خصوصی جدید برای مشاوره و راهنمایی

مراجعه کنندگان ایجاد خواهد شد که عموم مردم بتوانند با مراجعه به این مراکز، از آنجا به پایگاه های اینترنتی دولتی متصل شده و با راهنمایی یک مشاور، امور خود را به انجام برسانند. یکی دیگر از موانع موجود برای تحقق روابط عمومی الکترونیک، مقاومت خود کارگزاران روابط عمومی است. کارکنان روابط عمومی اکنون با نسل دیجیتال مواجه اند و عدم تخصص آنها به فن کار با رایانه، آشنایی نداشتن با اینترنت و مهمتر از همه عدم تسلط به یک زبان خارجی از مهمترین دلایل مقاومت آنها محسوب می شود. همچنین آنها فکر می کنند روزی کار خود را با فراگیر شدن دنیای دیجیتال در روابط عمومی ها از دست خواهند داد. برای حل این مسأله، اکنون در روابط عمومی های دنیا این تصمیم اعمال می شود که هیچ کارمندی حذف نخواهد شد، ولی کارمند جدیدی نیز به سیستم اضافه نمی شود. بدین ترتیب فرصت کافی برای آموزش و هماهنگ ساختن نیروها با شرایط و امکانات جدید فراهم می شود و هم مقاومت منفی کارکنان از بین می رود و هم با بازنشسته شدن کارمندان قدیمی تر، اندک اندک بدنه ادارات مختلف سازمانها از جمله روابط عمومی کوچیکتر و لاغرتر می شود. اما در کشورهایی نظیر ایران، مانع بزرگ تری در راه ایجاد و فراگیری خدمات الکترونیکی وجود دارد که بطور خلاصه آن را «زیرساخت های مخابراتی» می توان نامید. ایجاد شبکه های مطمئن و پر ظرفیت ارتباطی و مخابراتی در سراسر کشور، شرط لازم تحقق دولت و تجارت الکترونیکی است؛

ضمن اینکه هزینه های مترتب بر اینترنت باید تا حدی کاهش یابد تا قابلیت استفاده برای اقشار متوسط رو به پایین نیز فراهم شود (باقریان، ۱۳۸۰: ۵-۶).

گفتنی است نتایج یک پژوهش که در سال ۱۳۸۳ با موضوع بررسی میزان تحقق روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه های دولتی شهر تهران توسط نگارنده انجام گرفته است نشان داد که مهمترین عامل در عدم بهره گیری از اینترنت در دانشگاه ها مطالعه شده، به ترتیب به نوع تخصص مدیران روابط عمومی، فقدان دانش یا سواد رسانه ای و سطح تحصیلات مرتبط می باشد.

نتیجه گیری

یکی از مهمترین ملزومات برقراری دولت الکترونیک و بهره گیری فراگیر از اینترنت در نهادهای دولتی، وجود شبکه گسترده با سرعت و پایداری مناسب و امنیت قابل قبول است، از آنجایی که شبکه های مخابراتی علی رغم تکمیل شبکه فیبر نوری توانایی سرویس دهی مناسب را حتی برای کاربران کنونی اینترنت ندارند، انتظار می رود که کارگزاران و برنامه ریزان بلندپایه کشور این مهم را در اولویت برنامه های خود قرار دهند. علاوه بر تأمین نرم افزار و سخت افزار مورد نیاز برای اجرای دولت الکترونیک، لازم است که تجهیزات

مورد نیاز به منظور تأمین و بازآموزی نیروهای شاغل مستعد در سازمان‌های دولتی اندیشیده شود. به منظور کاهش فاصله دیجیتالی و فراهم شدن امکان برابر استفاده از خدمات فن‌آوری اطلاعات برای همه اقشار جامعه، می‌باید برنامه ریزی و بستر سازی مناسب انجام گیرد. یکی از مهمترین اقداماتی که باید برای تحقق دولت الکترونیک و بدنبال آن روابط عمومی الکترونیک صورت گیرد، ایجاد ذهنیت و احساس مسئولیت در میان دست اندر کاران اصلی کشور و کارگزاران نهادهای دولتی و روابط عمومی هاست که متأسفانه به این مهم، متناسب با روند پرشتاب تحولات طی نیک و درنهایت دولت الکترونیک. روابط عمومی با توجه به ماهیت اطلاعاتی خود، جایگاه مناسبی است برای استفاده از تکنیک‌ها، ابزارها و روش‌های فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات که امروزه کمتر از آن بهره مناسب می‌برد. دلیل آن به مهجور بودن روابط عمومی در سازمان‌ها (عدم مهم شمردن آن به اندازه کافی)، عدم دانش مدیران و کارمندان روابط عمومی‌ها و یا بخش نامه ای بودن فعالیت‌هاست. روابط عمومی دیجیتالی حاصل تغییرات فنی و تکنولوژیک بخصوص فن‌آوری اطلاعات از یک طرف و انطباق سازمانی دیگر با تغییرات عصر اطلاعات و دیجیتال از یک طرف و پیش‌بینی آینده محیط مجازی و واقعیت‌های مجازی از طرف دیگر است. در صورت پذیرش تفکر مدیریت استراتژیک در حوزه روابط عمومی و ارتباطات فلسفه روابط عمومی دیجیتالی و الکترونیکی به راحتی برای مسئولان و کارکنان قابل هضم و ترسیم خواهد شد. بهره‌گیری از تکنولوژی اطلاعات فرایند پیچیده‌ای است که بسیاری از عوامل فنی و غیر فنی را که برخی به محیط و برخی دیگر به خود تکنولوژی مربوط می‌شوند را در بر می‌گیرد. بنابراین می‌توان گفت که عامل زیر ساختی متفاوتی نظیر عوامل فنی، مدیریتی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و بالاخره دولتی بطور قطع بهره‌گیری از تکنولوژی اطلاعات را در سازمان‌ها تحت تأثیر قرار خواهند داد. میزان موفقیت در بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی همچنین فناوری اینترنت به میزان توافق بین این متغیرها بستگی دارد، اگرچه هر کدام از این عوامل شش‌گانه مشخصات خاص خود را دارند، ولی اساساً حلقه‌ای یک‌زنجیر هستند و بستر را برای طراحی، نگهداری و بهره‌گیری موفقیت‌آمیز تکنولوژی اطلاعات هموار می‌کنند.

منابع

- باقریان، مهدی. (۱۳۸۰). روابط عمومی الکترونیکی. تهران: مؤسسه کارگزار روابط عمومی.
- رنجبری، رضا. (۱۳۸۰). روابط عمومی، اینترنت، چالش‌ها و راهکارها. تهران: انتشارات.
- زارعیان، داوود. (۱۳۸۶). نقش روابط عمومی الکترونیک در توسعه دولت الکترونیک. نخستین همایش روابط عمومی الکترونیک دانشگاه علامه طباطبائی: ۱۲۳-۱۳۴.
- Mastorocco, N., & Minale, L. (2018). News media and crime perceptions: Evidence from a natural experiment. *Journal of Public Economics*, 165, 230-255.
- Wang, Z., & Li, Y. (2022). Could social media reflect acquisitive crime patterns in London?. *Journal of Safety Science and Resilience*, 3(2), 115-127.



The Role of Public Relations in Cyberspace

Tahereh Khosravi

PhD student in Business Management-Electronic Marketing,
Dehagan Branch, Islamic Azad University, Dehagan, Iran
taherehkhosravi@gmail.com

Abstract

Public relations are the beating heart of every institution and organization and they carry heavy duties and serious missions in different parts from communication with the media to responding to doubts and criticisms and honoring the clients. According to experts, informing and informing, persuading, encouraging, promoting and promoting, conducting social research and opinion polling and linking it to the resources of the organization and the general public are among the most important tasks of public relations. Public relations are not a job, but love, and as a communication bridge and a mirror of the whole view of any organization, it plays an important role in effective and purposeful communication between people and officials. This job knows neither time nor place, and a public relations officer must be accountable to the person in charge and the organization and most importantly to the people in any situation. In recent years, with the expansion of the Cyberspace, there have been many changes in the field of information and the duties of public relations, and in this space, sometimes some activists in this field appear as a reporter and produce news ahead of the reporters, take pictures and They. Today, mobile-based social networks are a platform that is both a tool for informing and finding information and can fulfill part of the communication needs of public relations. This is a golden opportunity for public relations to manage their communications and many affairs. Most of the people who use mobile phones use smartphones, and many consider mobile social networks to be an inseparable part of their daily life communications, in this case, is it possible to ignore and ignore this unconditional information portal.

Keywords: Public Relations, Information, Cyberspace, Education