

کاربرد اینترنت در روابط عمومی

اشاده:

آنچه می‌خوانید بحثی کاربردی را به زبان ساده و قابل فهم برای کلیه کاربران تحت عنوان «فناوری نوین در روابط عمومی» را ارایه می‌دهد. این مطلب توسط کارشناسان روابط عمومی سازمان آموزش و پرورش استان سمنان تهیه شده است که جای تقدیر و تشکر دارد و از آن‌جا که مباحث تخصصی و حرفه‌ای مورد توجه روابط عمومی‌ها در استان‌ها نیز قرار گرفته است نشان از ارتقا جایگاه تئوریک روابط عمومی در کشور دارد و موجب شادمانی و امید است.

روابط عمومی پدیده‌ای است که به طور همزمان با بهره‌گیری از علوم متفاوت به انجام وظایف روزمره خود می‌پردازد و در این میان علوم ارتباطات عمده‌ترین سهم را به خود اختصاص داده است. بدون شک اکنون بهره‌گیری از علوم ارتباطات و تکنولوژی‌های مدرن ارتباطی برای کارشناسان روابط عمومی یک ضرورت جهت انجام بهینه امور است.

هزاره سوم آغاز شده است، دهکده جهانی اتفاق افتاده است و آدمیان در کلبه‌های الکترونیکی که ابزار آن کامپیوتر و فرآیند آن اینترنت است زندگی خواهند کرد. لازم است از خود پرسیم ما به عنوان روابط عمومی در کجای این جهان ایستاده‌ایم.

اطلاعات فراوان و انبوه، علم زندگی و پدی تکنوپولی «تسلیم فرهنگ به تکنولوژی» را ایجاد کرده است. اکنون انتخاب یک راه از میان چند راه در این بزرگراه اطلاعاتی جهان یعنی اینترنت کمی ما را بایستی بیشتر به فکر وادارد. پیامدهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی این پدیده در ابعاد مثبت و منفی در راه است. آیا «اطلاعات دوست است یا دشمن»؟!

اکنون ما به اطلاعات حداقل به چهار دلیل زیر نیازمندیم:

- الف: شناسایی نقاط قوت سازمان
- ب: شناسایی نقاط ضعف سازمان
- ج: شناسایی فرصت‌های بیرون از سازمان
- د: شناسایی تهدیدهای بیرون از سازمان

از سویی اینترنت به ابزاری تبدیل شده است که دارد خود را جایگزین تمامی رسانه‌های دیگر از جمله سینما، رادیو، تلویزیون، تئاتر، تلفن، مطبوعات، تلگراف، پست و... می‌کند و به ابزار مهمی برای تفریح، آموزش، تحقیق، اطلاع‌رسانی، برقراری ارتباطات، تجارت و... تبدیل شده است.

با این شناخت از اینترنت و با نگاهی به وظایف و ماموریت‌های روابط عمومی به این واقعیت نزدیک می‌شویم که بهره‌مندی و بهره‌گیری از (اینترنت) ضروری است.

حال اگر الف: تبلیغات ب، تحقیقات ج: انتشارات د: ارتباطات را چارچوبی بدانیم که عمده فعالیت روابط عمومی‌ها در این قالب‌ها می‌گنجد اتصال به اینترنت ضروری‌تر به نظر می‌رسد. ما می‌توانیم در اینترنت تبلیغ کنیم «فقط یک آگهی، موجب شهرت موسسه حقوقی لارنس کانتر و همسرش مارتا تاسیگل شد. آن دو در این آگهی، خدماتی را به علاقه‌مندان دریافت (گرت کارت) ارایه می‌کردند. کامپیوتری که این کار را انجام می‌داد یک کامپیوتر معمولی بود. یک (پی.سی نوع آی.بی.ام) (P.C. type) (I.B.M) که در منزل آنان در آریزونا قرار داشت. اما بر روی اینترنت حتی یک کامپیوتر به تنهایی می‌تواند قدرت شگفت‌آوری پیدا کند. اکنون پیامی که به وسیله اینترنت ارسال می‌شود به وسیله میلیون‌ها استفاده‌کننده از اینترنت دریافت می‌شود. نه یک بار بلکه به دفعات زیاد.

ما می‌توانیم تحقیق کنیم. در اینترنت «سازمان‌هایی هستند که کارشان جمع‌آوری،

طبقه بندی و ذخیره کردن اطلاعات درباره مردم است آنها درباره آخرین عادات، علایق، نفرت ها و وابستگی های اجتماعی، نهادی یا سیاسی افراد، بانک های داده درست می کنند و آن ها را به دیگران به ویژه شرکت های بازرگانی که مدام در جستجوی مشتریان تازه برای محصولات خود هستند می فروشند.»

ما می توانیم در اینترنت روزنامه داشته باشیم. اینترنت دروازه بانی اطلاعات است. خبرنگار منتشر کنیم، کتاب به چاپ برسانیم، پوستر، کاتالوگ و کارت دعوت بفرستیم. در حال حاضر اکثر روزنامه ها و مجلات بر روی سایت اینترنتی هستند. شما می توانید با مراجعه به آدرس اینترنتی نشریات از مطالب آنها استفاده کنید.

ما می توانیم ارتباط برقرار کنیم، جلسه بگذاریم، سخنرانی کنیم، بیانیه بفرستیم، آگهی، خبر و گزارش ارسال کنیم. فیلم و عکس بر روی اینترنت داشته باشیم. نمایشگاه برگزار کنیم. شما می توانید وارد سایت رسانه ها شوید و رسانه ها هم می توانند وارد سایت شما شوند.

اینترنت همان جریان آزاد اطلاعات است و پایان سیاست های ملی. مابه سوی جهانی شدن در حرکت هستیم چه در حوزه فرهنگی و چه در حوزه اقتصادی. ممکن است فرهنگ ما تغییر نکند اما نیاز مندیم درباره فرهنگ خود اطلاعات بدهیم و درباره فرهنگ دیگران اطلاعات بگیریم و مجبوریم در این بازی اقتصادی شریک باشیم می توانیم از طریق اینترنت صادر کننده خوبی باشیم یا در جذب توریست موفق شویم. ما می توانیم با هرکس در هر جای دنیا ارتباط برقرار کنیم و فرد به فرد با او مکاتبه کنیم.

اطلاعات بفرستیم. اطلاعات بگیریم و مکاتبه کنیم. در حال حاضر تصور انجام یک کار تحقیقی بدون استفاده از اینترنت تقریباً غیر ممکن است از این روی که با استفاده از اینترنت هم سرعت اخذ اطلاعات بالا می رود و هم آخرین اطلاعات کسب می شود.

در هزاره سوم، روابط عمومی متأثر از ارتباطات الکترونیک است و ارتباطات الکترونیک به سمتی حرکت می کند که ارتباطات مسطح و افقی شکل گرفته و ارتباط فرد با فرد برقرار می شود همان چیزی که روابط عمومی در پی آن است (ارتباطات چهره به چهره) نه از نوع مستقیم بلکه ابزاری و غیر مستقیم.

ما به عنوان کارشناس روابط عمومی اکنون می توانیم هر ثانیه هزاران صفحه اطلاعات از طریق اینترنت ارسال و یادریافت کنیم و در واقع با این تکنولوژی هرگیرنده یک فرستنده است و هر فرستنده یک گیرنده.

به طور کلی اطلاع یابی، اطلاع رسانی، پاسخگویی به مخاطبان، ارتباط با مخاطبان و مشتریان، ارتباط با همکاران و مدیران و شاید بتوان گفت تمامی امور ارتباطی که روابط عمومی به دنبال آن است اکنون از طریق اینترنت امکان پذیر شده است و وظیفه روابط عمومی هاست که آموزش های لازم را در این زمینه کسب کرده و بهره وری از این پدیده بزرگ را آغاز کنند.

اینترنت Internet

اینترنت (Internet or international network) نامی است برای سیستمی گسترده و جهانی، شامل مردم، کامپیوترها و بسیاری از خطوط انتقال باسیم و بی سیم که اطلاعات دایما بر روی آن جریان دارد.

ریشه های آن به پروژه ای به نام (آربانت Arbanet) در آژانس پروژه های تحقیقاتی پیشرفته وزارت دفاع آمریکا برمی گردد. ایده اصلی ساختن شبکه اطلاعاتی بین کامپیوترهای پایگاه های نظامی بود که قادر باشد ارتباط خود را طی حادثه هسته ای حفظ کند. پروژه در سال ۱۹۷۸ آغاز شد و به زودی به سمت سیستم کنونی توسعه یافت.

استفاده از اینترنت به معنای این است که در محل کامپیوتر شخصی خود بنشینید و برای انجام کار یا منظوری در مسیر جریان اطلاعات قرار بگیرید، جلسه ممکن است با بررسی صندوق پستی الکترونیکی آغاز شود، پیام‌های رسیده را بخوانید و به آنها پاسخ دهید. سپس ممکن است بخشی از چند گروه خبری را مطالعه کنید، مجلات و روزنامه‌های الکترونیکی را ورق بزنید یا بروی کامپیوتری در کشوری دیگر به دنبال اطلاعات بگردید. پرونده‌های مطلوب را پیدا کرده و برای کامپیوتر خود ارسال نمایید. برای انجام این کارها و استفاده از اینترنت به سه چیز نیاز دارید:

۱- کامپیوتر

۲- برنامه‌های سرویس گیرنده (client) و نصب آن بروی کامپیوتر خود

۳- راهی برای متصل کردن کامپیوتر خود به اینترنت به طوری که سرویس دهنده‌ها (Server) بتوانند به درخواست‌های شما پاسخ بدهند.

پست الکترونیکی (Electronic Mail) "E.mail"

اطلاع‌رسانی و اطلاع‌گیری از طریق اینترنت امری معمولی و بدیهی است. یکی از روش‌های کسب پیام یا ارسال پیام، پست الکترونیک است که افراد آن را جایگزین ارسال نامه‌ها از طریق پست سنتی کرده‌اند.

با این سرویس می‌توانید برنامه‌های خود را ارسال و یا پیام‌های رسیده را از صندوق پستی خود "E.mail" دریافت کنید. همچنین این امکان وجود دارد که به وسیله این سرویس هر چیزی که در پرونده‌ای ذخیره می‌شود پیوست گردد مثل تصاویر، اعلامیه‌ها و غیره.

این سرویس مهم‌ترین و کارآمدترین موضوع اینترنت است که به دلیل سادگی از پرطرفدارترین سرویس‌های اینترنتی محسوب می‌شود، به طوری که در حدود ۵۰ درصد از کشورهایی که به اینترنت متصل هستند عمده بهره‌وری آنها از همین سرویس است.

امروزه افراد، شرکت‌ها و روابط عمومی‌ها از این سرویس بهره فراوانی می‌برند در واقع این سرویس پیام‌ها را رد و بدل و مشکل اشغال تلفن را رفع می‌کند. پست الکترونیک به طور خلاصه جای تلفن، نامه‌های پستی، فاکس و... را گرفته است.



مجله الکترونیک

پخش مستقیم خبر و قطع واسطه آرزویی است که خوانندگان روزنامه‌ها در پی آن بوده‌اند و امروزه مردم باسواد آخرین خبرها را از شبکه‌هایی می‌گیرند زیرا خبرهای شبکه‌ای همراه صوت و تصویر جذابیت و شفافیت بیشتری دارد و خبر الکترونیک اسیر زمان و مکان نیست.

امروزه در دنیای پیشرفته اکثر روزنامه‌ها بروی اینترنت قرار می‌گیرند و قبل از اینکه مشترک روزنامه از طریق پست روزنامه خود را دریافت کند و یا خواننده روزنامه از کیوسک آن را خریداری کند، فرد باسواد و آشنا به امور شبکه می‌تواند روزنامه را ورق بزند و مطلب مورد علاقه خود را مطالعه کند. خواننده روزنامه در هر جا که باشد اگر کامپیوتر در اختیار داشته باشد به سرعت می‌تواند روزنامه خود را مطالعه کند.

با توجه به مزیت‌های عمده نشریات الکترونیکی و سهولت و ارزانی تدوین و توزیع آن امروزه شرکت‌های بزرگ دنیا جهت تبلیغات خود از این روزنامه‌ها بهره می‌گیرند یا خود



نشریاتی از آخرین تحولات و عملکرد شرکت راحتی در یک برگ اینترنتی منتشر می‌کنند و به خصوص مورد استقبال اهل فن قرار می‌گیرد.
کنفرانس از راه دور (Teleconferencing)

برگزاری جلسات از راه دور میان دو یا چند نفر از نقاط مختلف با پشتیبانی صدا و تصویر از امکانات برجسته دیگری است که در حال حاضر توسط اینترنت ارایه می‌شود و کاربرد وسیعی در محافل علمی و تجاری دارد. افراد علاقه‌مند از سراسر جهان در زمان مشخصی از طریق کامپیوترهایشان به یکدیگر وصل شده و با هم پیرامون موضوعی خاص به بحث و تبادل نظر به صورت نوشتاری می‌پردازند. تله فاکس در شکل پیشرفته خود که امروزه در حال رایج شدن است صدا و تصویر افراد را نیز مستقیماً ارسال می‌نماید و اعضای گروه می‌توانند همزمان با برگزاری کنفرانس با هم به تبادل فایل پرداخته و یا بروی تخته سیاه

کامپیوتری شکل، یا نموداری ترسیم نموده و سایر افراد به صورت زنده آن را مشاهده و در مورد آن بحث نمایند. این روش به خصوص امروزه در انجام عمل جراحی از راه دور نیز با موفقیت مورد استفاده قرار می‌گیرد. افراد و کارشناسان می‌توانند با این روش به تبادل اطلاعات و تجربیات بپردازند بدون آنکه هزینه صرف رفت و آمد و اقامت در جایی دیگر را بپردازند. کارشناسان روابط عمومی بهره‌گیری از این روش را به خصوص جهت تبادل تجربیات می‌توانند آغاز کنند.

برد الکترونیکی

حتماً شما بردهای الکترونیکی را که امروز جای پلاکاردها را گرفته‌اند دیده‌اید مهم‌ترین مزیت‌های بردهای الکترونیکی این است که یک بار نصب می‌شوند. پیام‌های آن به راحتی امکان تعویض دارند و چشم نوازتر هستند. عموماً این بردها برای پیام‌های کوتاه همچون اطلاع تلفن‌های موسسات یا... استفاده می‌شود.

نظرسنجی اینترنتی

تنها می‌توانید با ایجاد یک سایت اینترنتی و تهیه پرسشنامه مورد نظر، پرسشنامه را در سایت اینترنت مخصوص به خود قرار دهید و آدرس را به مخاطبان اعلام کنید. مخاطبان با مراجعه به سایت مربوط به فرم نظرسنجی شما پاسخ خواهند داد. برنامه باید طوری طراحی شود که وقتی پرسشنامه تکمیل می‌شود پرسشنامه بایگانی شود.

نظرسنجی کامپیوتری

با داشتن یک کامپیوتر، یک خط تلفن و طراحی برنامه نظرسنجی می‌توان شماره تلفن نظرسنجی کامپیوتری را به مخاطبان اعلام کرد. مخاطبان با گرفتن شماره تلفن وارد برنامه‌ای می‌شوند که از آنان سوال خواهد شد و آنان می‌توانند با زدن کلیدهای تلفن خود (تلفن دیجیتال) به یکی از گزینه‌ها پاسخ گویند.

Home Page

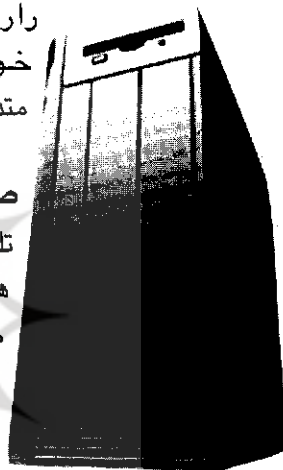
سایت مخصوص یک شرکت Home page است که امروزه همه سازمان‌ها آن را برای برقراری ارتباط با مخاطبان ایجاد می‌کنند. این صفحه می‌تواند حاوی اطلاعاتی در مورد تاریخ تاسیس

شرکت، تعداد کارکنان، عملکرد و وضعیت گذشته، حال و آینده شرکت باشد. این سایت عموماً حاوی تاریخچه و عملکرد و برنامه‌های آتی سازمان‌هاست و باید چنانچه بخشی از آن نیاز به نو شدن دارد اطلاعات آن به روز شود. مخاطبان می‌توانند با مراجعه به این سایت با شرکت و خدمات آن آشنا شوند.

تلفن گویا

امروزه تلفن گویا نیز یکی از رسانه‌های اطلاع‌رسانی شده است که به علت سهولت بسیار معمول شده است. در کشور ما در حال حاضر بسیاری از دارندگان حساب‌های بانکی ضمن تماس با تلفن گویای بانک مورد نظر از وضعیت موجودی خود مطلع می‌شوند.

این روش اطلاع‌رسانی برای اکثریت موسساتی که بخصوص با خدمات همگانی و عمومی سروکار دارند روش مناسبی است. تلفن گویا، برنامه‌ای است که از یک سیستم کامپیوتری و خط تلفن کمک می‌گیرد. برنامه‌ی طراحی شده این رسانه عموماً به شکل شاخه‌ای طراحی می‌شود و مخاطب با گرفتن شماره تلفن گویا وارد سیستم شود. سپس منشی خودکار، مخاطب را راهنمایی می‌کند چنانچه موضوعی خاص را پیگیری می‌کنند، کد موضوع را به تلفن خود وارد کند و سپس اطلاعات لازم را گوش کند. این برنامه در حال حاضر بسیار متداول شده است و سهم عمده‌ای از سوالات مخاطبان را پاسخ می‌دهد.



صندوق صوتی (پست صوتی)

تلفن پیام‌گیر یا صندوق صوتی شماره تلفنی است که به کامپیوتر وصل شده است. هیچ اپراتوری برای جوابگویی به درخواست‌ها وجود ندارد. در این حالت یک پیغام ضبط شده برای تماس گیرندگان پخش می‌شود و پس از آن پیام مشترکین در یک صندوق ناظر ضبط می‌شود (این عملکرد مانند عمل یک Ansewring machine است). سیستم داخلی صندوق صوتی چون یک مرکز تلفن داخلی است. بنابراین امکان تعریف و تخصیص کلاس‌های مختلف به خطوط را داراست که این اعمال از طریق تلفن‌های دیجیتالی امکان‌پذیر است.

سخت‌افزاری این برنامه یک کامپیوتر و یک خط تلفن است و پیام‌ها را در رایانه ضبط و به‌طور مستقیم در اختیار پیام‌گیر قرار می‌دهد. برنامه نرم‌افزاری پیام‌گیر نیز عموماً به شکل شاخه‌ای طراحی می‌شود و پیام‌دهنده می‌تواند پیام مورد نظر را در شاخه‌ای که دقیقاً مرتبط با مفهوم پیام است قرار دهد. شنیدن پیام‌های ضبط شده از طریق تلفن شهری و یا Speaker کامپیوتر امکان‌پذیر است.

اورهد و اسلاید چند رسانه‌ای

پیش از این مدیران برای معرفی و تبلیغ محصولات خود در نمایشگاه‌ها و سمینارها از سیستم‌های دستی اورهد و اسلاید کمک می‌گرفتند. این سیستم عمدتاً بر اساس اورهد و دستگاه‌های پخش اسلاید شکل می‌پذیرفت و معمولاً لازم بود تا یک آرایه‌دهنده در حین نمایش اسلایدها درباره آنها صحبت کند، اما در سیستم‌های کنونی این رایانه است که نحوه نمایش را هدایت و کنترل می‌کند و نیازی به حضور آرایه‌دهنده نیست، چرا که برش‌های صوتی همراه اسلایدها اطلاعات توضیحی لازم را ضمن نمایش به صورت کاملاً زنده و موثر به مخاطبان منتقل می‌سازد.

به‌کارگیری همزمان صوت، تصویر، انیمیشن، متن و نمودارهای آماری در یک سیستم آرایه

الکترونیک اگر درست و سنجیده به کار گرفته شود می‌تواند بیشترین تاثیر را در جلب توجه و رضایت مشتری داشته باشد.

به این ترتیب می‌توان یک سیستم پخش اسلاید رایانه‌ای کاملاً محاوره‌ای داشت که در هنگام پخش اسلاید، موزیک پخش کند، برش‌های ویدیو نشان دهد و تمام هوش و حواس مشتری را به سمت خود جلب کند. استفاده سنجیده از انیمیشن در لابلای صحنه‌ها می‌تواند نکات تئوریک و غیر قابل ارایه را به کمک گرافیک قوی رایانه‌ای به تصویر بکشد و این تصور را در بیننده القا کند که همه چیز را فهمیده و این توانایی را یافته است که با اعتماد به نفس کامل راجع به آن تصمیم بگیرد.

مجله ویدیویی

مجله ویدیویی از فنون جدیدی است که اخیراً استفاده از آن در روابط عمومی‌ها مورد توجه قرار گرفته است. در این فن کاربردهای ویدیو از نمایش فیلم برای کارکنان، ضبط تصویری مراسم و برنامه‌ها، نمایش تصویری فعالیت‌ها آموزش و پخش همزمان برنامه با استفاده از تلویزیون مدار بسته فراتر رفته است و استفاده جدیدی از آن به عمل می‌آید. بر این اساس اهم اخبار و فعالیت‌های تصویری مربوط به سازمان در طول یک زمان معین مثل هفته یا ماه به صورت برنامه تصویری کوتاه همراه با گفتار لازم تهیه می‌شود و در محیط پررفت و آمد سازمان مثل سالن غذاخوری یا طبقه همکف «سالن انتظار» در معرض دید مراجعان یا کارکنان قرار می‌گیرد. برای این برنامه‌های ویدیویی می‌توان سناریوهای متفاوتی تعریف کرد و بر اساس آن برنامه‌های متنوع، کوتاه و مرتبط را تهیه و سپس پخش کرد.

ماهواره

شاید دیدن کلمه ماهواره ما را کمی ادا کند که این تکنولوژی مختص پخش تلویزیونی است اما امروزه شماری دانیس کاربردهای ماهواره از پخش برنامه‌های مستقیم فوتبال فراتر است. ماهواره انواع مختلف و کاربردهای گوناگون دارد. اطلاعات هواشناسی، برنامه ریزی شهری و شهرسازی، برنامه ریزی‌های کشاورزی، اطلاع‌رسانی و... عمدتاً از طریق ماهواره‌ها انجام می‌شود. امروزه ماهواره و اینترنت دو بال تکنولوژی اطلاع‌رسانی هستند که باید از هر کدام درست و بجا استفاده شود و در حال حاضر شرکت‌های هواپیمایی، حمل و نقل دریایی و حمل و نقل زمینی و بسیاری از شرکت‌ها و موسسات دیگر به شکل‌های مختلف از اطلاعات دریافتی ماهواره‌ها کمک گرفته و در برنامه‌ریزی‌های خود از آن بهره می‌گیرند. جدا از ماهواره‌های قرار گرفته در جو که مورد توجه و استفاده عمده سازمان‌هاست، بهره‌گیری از اطلاعات پخش تلویزیونی ماهواره‌ای در بخش‌های امور بین‌الملل سازمان‌ها امری ضروری است که در بعضی روابط عمومی‌ها استفاده می‌شود.

محصولات آینده

- ۱- ویدیو درخواستی «درخواست کامپیوتری فیلم سینماها و ویدیو کلوپ‌ها»
- ۲- پرداخت پول بابت هر تماشا «مخاطب تلویزیون»
- ۳- رسانه‌های چندکاره مستقیم و غیر مستقیم (On-Off Line)
- ۴- فیلم تعاملی «واقعیت مجازی»



- خود را به جای هنرپیشه قرار داده و می توانیم ماجرا را تغییر دهیم.
- ۵- تلویزیون با وضوح بالا «تصویر واقعاً شفاف»
- ۶- دوربین عکاسی «به جای فیلم از CD استفاده می کند».
- ۷- ابر کامپیوترها «پردازش به اندازه ذهن انسان سال ۲۰۱۰»
- ۸- کاست دیجیتالی «کامپیوتر - مودم - تلفن - کارت اعتباری»
- ۱۰- تلفن تصویری واضح
- ۱۱- دستکش داده‌ها «دست دادن از طریق اینترنت»
- ۱۲- رادیوهای دیجیتالی «صدای بسیار واضح و بدون پارازیت»
- ۱۳- Ray tracing morphing در خدمات سینمایی
- ۱۴- ماهواره هابل «پیش بینی وضعیت جهان تا میلیاردها سال آینده»
- ۱۵- دی وی دی «جایگزین سی دی رام».

حرف آخر

در روابط عمومی می گویند «حق همیشه با مشتری است» از این پس باید با جدیت تاکید کرد «پیام رسانی وظیفه روابط عمومی است».

اما شاید عمده ترین سوالات مادر عصر اینترنت این باشد که چگونه می توانیم در جهت اهداف روابط عمومی از سرویس های الکترونیک استفاده کنیم و مهم تر این که چگونه می توانیم توسط این سرویس ها ارتباط مشتری و یا مخاطب را با روابط عمومی برقرار سازیم. اما نکاتی را که نباید فراموش کنیم:

- ۱- نوع جدیدی از مخاطبان با رسانه های الکترونیک در حال شکل گیری است.
- ۲- روابط عمومی به گونه ای فزاینده در حال تغییر و گسترش است.
- ۳- روابط عمومی ها از ارتباط مستقیم به ارتباط از طریق تکنولوژی ارتباطات روی می آورند.
- تکنیک های جدید، مناسبات ارتباطی بین روابط عمومی و مخاطبان آن را تغییر خواهد داد و مسایل جدید و به روز خواهد شد، اما پیام رسانی یک مسوولیت مداوم برای روابط عمومی ها باقی خواهد ماند.
- با ورود به دنیای جدید که در آن اینترنت حرف اصلی را می زند روابط عمومی مسوولیت هایی تازه می یابد که عمده ترین آنها به شرح زیر است:
 - ۱- اطلاع یابی که در این مرحله تهیه و تولید اطلاعات انجام می گیرد.
 - ۲- اطلاع شناسی که مرحله تدوین و تنظیم اطلاعات است.
 - ۳- اطلاع رسانی که مرحله توزیع و تبیین اطلاعات است.
- از طرفی می دانیم با کامپیوتری شدن کارها کارکنان موسسات کاهش و نقش مشاوره ای روابط عمومی توسعه می یابد. در آینده تعداد موسسات روابط عمومی افزایش می یابد. روابط عمومی تخصصی تر می شوند و به کارهای تخصصی روی می آورند. ابعاد و محدوده اختیارات روابط عمومی ها افزایش می یابد. متخصصان روابط عمومی به ارتباطات راه دور روی می آورند. هزینه ها و کارهای عملی و خدماتی در روابط عمومی کاهش یافته و نقش مشاوره ای و اطلاع رسانی روابط عمومی افزایش می یابد.
- به هر حال بسیاری از امور محوری و عمده کارشناسان روابط عمومی «کامپیوتر» خواهد شد.

