خصوصیات روابط عمومی الکترونیک

ذکایی، سهیلا

از وظایف مهم روابط عمومی‏ها،اطلاع رسانی دقیق و به‏ موقع به سازمان و مخاطبان عام و خاص و ایجاد همنوایی در ابعاد درون و بیرون سازمان است،ه با ساختن تصویر ذهنی مناسب‏ از سازمان و برخورداری از ابزارهای دقیق ارتباطی،مخاطبان را به‏ استقبال از فعالیت‏ها و برنامه‏ها ترغیب و به توسعه روابط عمومی‏ کمک می‏کند.

بدیهی است که امروزه،روابط عمومی‏ها باید همگام با تحولات و پیشرفت‏های روز دنیا حرکت کنند تا از هیچ نوع نوآوری‏ و تکنولوژی ارتباطی وا طلاعاتی دور نمانند.

روابط عمومی قرن بیست و یکم را باید جلوه‏ای از روابط عمومی الکترونیک دانست و در تعریف روابط عمومی الکترونیک‏ می‏توان گفت روابط عمومی الکترونیک روش بکارگیری فناوری‏ جدید ارتباطی و سیستم‏های نوین اطلاع رسانی در جهت ارایه‏ خدماتی است که با خواسته‏ها و نیازهای لحظه‏ای مخاطبان و نیز با هدف تحقق بخشیدن به هدف‏های روابط عمومی منطبق‏ باشد.

هدف راه‏اندازی روابط عمومی الکترونیک،رسیدن به روزی‏ است که بتوان تمام خدمات یک سازمان را به طور شبانه‏روزی، بدون مراجعه فیزیکی مخاطبان آن سازمان و تنها از طریق اتصال‏ به پایگاه‏های آن نهاد انجام داد.

روابط عمومی نقش مهم و برجسته‏ای در برخورد با مخاطبان دارد و علت ارتباط گسترده با تعداد زیادی از مخاطبان‏ که روزانه به آن مراجعه و درخواست اطلاعات می‏کنند،می‏تواند روش مناسبی در اختیار مدیران سازمان‏ها و مؤسسات قرار دهد.

همچنین به کمک روابط عمومی الکترونیک مردم می‏توانند نظرات خود را آسان‏تر و سریع‏تر به گوش مسئولان سازمان تغییر نظام روابط عمومی‏ها در ایران از شکل کنونی به شکل جدید و الکترونیک، کاری است بس دشوار که مستلزم‏ بازنگری در گذشته و تحول جدی برای‏ آینده می‏باشد.

برسانند که این کار از نظرسنجی‏هایی که انجام آن مستلزم‏ صرف وقت و هزینه بسیار است جلوگیری می‏کند.

«سرعت اطلاع رسانی،اصلی‏ترین عاملی است که روابط عمومی الکترونیک را بر روابط عمومی سنتی تحمیل می‏کند.» روابط عمومی الکترنیک،کاهش هزینه‏های غیرضروری در انتقال‏ اطلاعات و کمک به هزینه‏های خدمات اضافی است.یورگن مارلو بر این امر تأکید می‏کند:در فرم سنتی روابط عمومی انتقال‏ اطلاعات به طور ناقص و با هزینه گزاف صورت می‏گیرد.(آذری، 1379 ص 65)

امروز روابط عمومی‏ها تنها با کارکنان،سازمان،مشتریان‏ و روزنامه نگاران مواجه نیستند،بلکه با کسانی که ممکن است از سراسر دنیا وارد سایت آن‏ها بشوند و درخواست اطلاعات،خدمات‏ و یا تسهیلات نمایند،روبه‏رو می‏باشند.

مزایای دیگر روابط عمومی الکترونیک به شرح زیر است:

1-اطلاع رسانی لحظه‏ای

2-دسترسی سریع به اطلاعات

3-کاهش حجم نامه‏های اداری و بایگانی

4-پایین آوردن هزینه‏های تبلیغاتی

5-فراگیری و فرامرزی بودن

امروز سازمان‏های پیشرفته جهان با استفاده از قابلیت‏های‏ روابط عمومی الکترونیک دایره مخاطبان خود را وسیع‏تر کرده‏اند ولی به نظر می‏رسد که ایران در زمینه روابط عمومی الکترنیک‏ رشد چندانی نداشته است.

تغییر نظام روابط عمومی‏ها در ایران از شکل کنونی‏ به شکل جدید و الکترونیک،کاری است بس دشوار که مستلزم‏ بازنگری در گذشته و تحول جدی برای آینده می‏باشد.

در چنین وضعیتی عبور از روابط عمومی سنتی به الکترونیک‏ احتمالا با موانعی به شرح زیر روبه‏رو خواهد شد:

1-مقاومت احتمالی کارگزاران و مدیران در برابر تغییر

2-ناآگاهی نسبت به کاربرد روابط عمومی‏ الکترونیک

3-عدم دسترسی یکسان مخاطبان سازمان‏ به اینترنت(نداشتن قدرت خرید کامپیوتر و تجهیزات‏ جانبی آن)

4-ضعف زیر ساخت‏های مخابراتی کشور

5-عدم تسلط به زبان خارجی

6-عدم فرهنگ سازی در زمینه (ICT)

موارد فوق را می‏توان از موانع روابط عمومی‏ الکترونیک و دولت الکترونیک دانست.

روابط عمومی نقش مهم و برجسته‏ای در برخورد با مخاطبان یک سازمان یا یک مؤسسه دارد و به علت ارتباط گسترده و ازدیاد مخاطبان،روابط عمومی می‏تواند روش خوبی را در اختیار مدیران سازمان‏ها و مؤسسات قرار دهد تا با مخاطبان و تشکیلات خود ارتباطی دو سویه و گسترده برقرار کند و به سرعت‏ از نظرات آنها مطلع شوند.

همچنین از عوامل مهم دیگر در روابط عمومی الکترونیک‏ مشتری مداری یا همان مخاطب مداری و شفاف سازی سازمان یا مؤسسه است.که در عامل اول به دنبال افزایش خدمات ارزنده و بهتری است که با افزایش این خدمات مخاطب یا مشتری با خود، افراد دیگری را به همراه می‏آورد.ولی هدفش ازدیاد مخاطب‏ نیست،بلکه درصدد است که تعداد مخاطبانی که وجود دارند،با افزایش خدمات ارزنده و برآوردن خواسته‏های آنها را راضی نگه‏ دارد به طوری که در این چرخه مخاطبان زیادی به همراه خواهند آمد.

عامل دوم شفاف‏سازی سازمان یا مؤسسه است که‏ از کنترل پذیری اندکی برخوردار است و به این لحاظ به معنی‏ پاسخگویی به مخاطبان پر هیاهو است.

امروزه هر کاربر دارای یک کامپیوتر متصل به اینترنت‏ می‏تواند به سرویس‏های خبری و اطلاعاتی متصل شود و اطلاعات‏ کسب کند که کنترل آن دشوار به نظر می‏رسد.توزیع اطلاعات‏ از نظر حجم و سرعت بدون مکانیسم فیلترسازی،همچنین‏ پاسخگویی مؤثر شبکه‏ای،مدیریت مخاطب،پاسخگویی سریع‏ می‏تواند به افزایش کارایی و شهرت سازمان کمک کند که در مورد روزنامه نگاران و رسانه‏های گروهی هم صدق می‏کند که با پوشش رسانه‏ای مناسب و ارسال اطلاعات توسط اینترنت عملا به‏ شفاف سازی اطلاعات و سازمان کمک می‏کند.

به بیان دیگر از طریق روابط عمومی‏ها می‏توانند یک‏ فرایند ارتباطی و اطلاعاتی دوسویه و اثر بخش را بین سازمان و مخاطبانش فراهم سازد.بر این اساس روابط عمومی الکترونیک به‏ یک انتخاب بلکه یک الزام است.