

جامعه اطلاعاتی از سه گروه: اطلاع‌سازها، اطلاع‌پردازها، و اطلاع‌خواه‌ها تشکیل شده است. همان‌طور که از اسامی این گروه‌ها برمی‌آید همه فرآیند و اقدامات این گروه‌ها تولید، گزینش و ارائه و در نهایت دریافت و بهره‌گیری از اطلاعات است.

ویژگی‌های اطلاعات:

- ۱- کمیت: تعداد مدارک، مستندات، صفحات، واژه‌ها، تصاویر، نمودارها و ...
- ۲- محتوا: معنی و مفهوم اطلاعات
- ۳- ساختار: شکل ظاهری یا سازمان اطلاعاتی و رابطه منطقی بین عبارات و عناصر
- ۴- زبان: مشتمل بر حروف الفبا و ترکیب‌هایی است که برای ساخت پیام از آن استفاده می‌شود
- ۵- کیفیت: کامل بودن، صحت داشتن، مناسب بودن
- ۶- عمر: عبارت است از مدت زمانی که اطلاعات دارای ارزش هستند

جایگاه روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی:

مهمترین نقش روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی مدیریت اطلاعات است. یکی از پیامدهای انقلاب اطلاعات انفجار اطلاعات است. تولید حجم زیادی از اطلاعات که دست‌مبندی و نحوه استفاده از آن امر بسیار دشواری است. در این حجم سنگین اطلاعاتی روابط عمومی نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند. مدیریت اطلاعاتی نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند. مدیریت اطلاعات در تولید، انعکاس و همچنین گردآوری اطلاعات و بهره‌گیری از آن در اقیانوس اطلاعاتی وظیفه روابط عمومی است. یکی از مهمترین ویژگی‌های جوامع پیشرفته و به اصطلاح شمال، در راستای توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی، توجه روزافزون به مدیریت اطلاعات است.



جایگاه روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی

حقوق وردی - نقل از سایت eprsoft.com

جامعه اطلاعاتی چیست؟ کارگزاران آن چه کسانی هستند؟ کالای با ارزش این جامعه چیست؟ و گروه‌های تشکیل دهنده آن کدامند؟

جامعه اطلاعاتی، یک جامعه پست‌مدرن است که بر تولید اطلاعات متکی است. مشخصه عصر مدرن صنعت و تولیدات صنعتی بود، اما در زمانه پست مدرن این مشخصه، اطلاعات است. گرانبیهاترین کالا در جامعه اطلاعاتی، اطلاعات است. در جامعه اطلاعاتی این، فکر است که دارای ارزش است. در چین جامعه‌ای با فکر سالارها سر و کار داریم. نیروی کار این جامعه، کارگزاران اطلاعاتی هستند.

منابع: روابط عمومی الکترونیک: مهدی مومنی نورآبادی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها ۱۳۸۳
ویسمان، ۱۳۳۳، ص ۴۳
جعفر بگلو، ۱۳۸۱، ص ۳