مقالات: روابط عمومی با رویکرد الکترونیک (روابط عمومی الکترونیک، موانع و راهکارها)

قاسمی، جواد

در شرایطی که در عصر اطلاعات و توسعه ارتباطات،شبکه‏های اطلاع‏رسانی هر روز بر افکار عمومی‏ تأثیرات پی‏درپی می‏گذراند و تولید اطلاعات به صورت روز افزون در سرتاسر جهان در حال گسترش است و اهمیت و ضرورت دسترسی‏ به اطلاعات جدید هر روز بیشتر احساس می‏شود،فرآیندهای کلیدی‏ اطلاع‏رسانی و ارتباطات برای پایداری،رشد و توسعه سازمان‏ها و همچنین تقلیل شکاف بین مردم و دولت‏ها ابزاری مهم و استراتژیک‏ محسوب می‏شود.

امروزه به مدد فن‏آوری نوین اطلاعاتی و ارتباطی،امکان پیام‏ رسانی در لحظه،روی خطوط الکترونیکی و دیجیتالی،قابل تبادل و تعامل شده است.نظام‏های پیشرفته ارتباطی و اطلاعاتی به صورت‏ کانال‏های پیام‏رسانی در جایگاه هوش مصنوعی از طریق ابر رایانه‏ها برای اولین بار در طول خلقت،کار مدیریتی می‏کنند و به منزله‏ انسان مجازی،عامل تبادل اطلاعات و تجزیه و تحلیل آن‏ها،بین‏ فرستندگان و گیرندگان نقش آفرینی می‏نمایند.

در شرایط کنونی،چنین نظام‏هایی مبنایی برای استفاده‏ از رویکرد مهندسی مجدد و سازمان‏های یاد گیرنده شده‏اند و این امر مستلزم تغییر در سبک،نگرش و تغییر در نحوه اداره‏ جوامع و سازمان‏ها خواهد بود.

در دنیای پر تغییر و رقابتی امروز،صرفا جوامع و سازمان‏هایی بقاء دارند و در فعالیت‏های خود موفقیت‏ خواهند داشت که نسبت به انتشار همگانی دانش و تبدیل آن به ارزش‏ افزوده در قالب نظام‏های اطلاع‏رسانی زنده مثل اینترنت و اینترانت‏ اقدام نمایند و با سازمان‏های همگن و شبکه‏های تولید و توزیع‏ اطلاعات،روابط فعالی برقرار نمایند.طبیعی است که در این ارتباط، نهاد مسؤول و متولی تخصصی ساماندهی این امر در سازمان‏ها، روابط عمومی است که باید به سمت روابط عمومی اطلاع‏مدار و دانایی محور،سوق داده شود.

به‏هرحال،موانع و محدودیت‏هایی در مقابل حرکت نظام‏مند روابط عمومی‏ها وجود دارد که برای حل آنان،باید چاره اندیشی کرد. از جمله این موانع و محدودیت‏ها عبارتند از:

-عدم وجود نظام ارتباطی مناسب و نهادینه شده در سازمان‏ها،

-عدم وجود تفکر سیستمی در مدیریت اغلب واحدهای روابط عمومی، در دنیای پر تغییر و رقابتی امروز،صرفا جوامع و سازمان‏هایی بقاء دارند و در فعالیت‏های خود موفقیت خواهند داشت که‏ نسبت به انتشار همگانی دانش و تبدیل آن به‏ ارزش افزوده در قالب نظام‏های‏ اطلاع‏رسانی زنده مثل اینترنت و اینترانت‏ اقدام نمایند و با سازمان‏های همگن و شبکه‏های تولید و توزیع اطلاعات،روابط فعالی برقرار نمایند.طبیعی است که در این‏ ارتباط،نهاد مسؤول و متولی تخصصی‏ ساماندهی این امر در سازمان‏ها،روابط عمومی است که باید به سمت روابط عمومی‏ اطلاع‏مدار و دانایی محور،سوق داده شود

-وجود سلسله مراتب،ضوابط و مقررات پیچیده و دست‏وپاگیر در سازمان‏های بزرگ،به ویژه مؤسسات دولتی،

-عدم تمایل افراد خبره،صاحب‏نظر و خلاق برای همکاری در زمینه‏های ارتباطی و فرهنگی،به صورت استخدام رسمی در مؤسسات و سازمان‏ها.

به منظور حل بخش اعظمی از مشکلات موجود در حوزه‏ ارتباطات سازمان‏ها و رفع موانعی که به اختصار به آن اشاره شد، شکل‏گیری روابط عمومی‏های الکترونیک که به صورت هدفمند مسؤولیت اطلاع‏رسانی زنده و بر خط را،به عهده می‏گیرند و در جلب‏ مشارکت مخاطبین و مشتریان نقش‏آفرینی خواهند کرد،حائز اهمیت روزافزون گردیده است.

یکی دیگر از مشکلات موجود در راه توسعه نظام‏مند روابط عمومی،نداشتن امکان استفاده از خدمات فن‏آوری اطلاعاتی برای‏ همگان است.چنین فاصله‏ای،نه تنها در بین کشورهای جهان وجود دارد،بلکه در بین سازمان‏ها و حتی شهروندان یک کشور هم‏چنین‏ کمبودی قابل مشاهده است.

در مجموع و با همه مشکلات و کاستی‏ها،باید اذعان داشت که‏ سرعت تحولات،جای هیچ‏گونه درنگی برای بهره‏گیری از ابزارها و فناوری‏های نوین در توسعه ارتباطات اجتماعی و انسانی،باقی‏ نمی‏گذارد و تغییر سازمان‏های موجود به سازمان‏های دیجیتالی در طول روزها و ماه‏ها،به سرعت در حال انجام است.آنچه باقی می‏ماند، یافتن راه‏های همسویی،هماهنگی و پویایی با تحولات روز دنیا است. بی‏شک،محافل علمی و صنفی به ویژه انجمن‏ها و کانون‏های‏ تخصصی روابط عمومی،نقش مؤثری در معرفی و شناخت‏ راهکارهای آن،بر عهده دارند.

در چنین نگاهی به موقعیت روابط عمومی،مشترکان در جامعه‏ اطلاعاتی،برای دریافت اطلاعات نمی‏توانند صرفا منتظر نوشتن‏ اعلامیه یا گزارش رسمی روابط عمومی‏ها بمانند.روابط عمومی در دنیای مجازی،به تعریفی جدید نیاز دارد.در غیر این صورت،روابط عمومی‏ها به دستگاه‏های صرفا اداری یا دبیرخانه‏ای برای ثبت‏ مراجعات و انتظارات مخاطبان تبدیل می‏شوند.

امروزه فن‏آوری اطلاعات به عنوان ابزاری توانمندساز برای‏ مدیران و کارکنان سازمان‏ها،مطرح است.در این میان روابط عمومی‏های الکترونیک،به عنوان واحدهای ارتباطی-اطلاعاتی‏ سازمان،می‏توانند نقش مهمی در بهینه‏سازی فرآیند معماری‏ اطلاعات در سازمان‏ها داشته باشند.چرا که در سازمان‏هایی که‏ جایگاه روابط عمومی به صورتی مناسب شناخته و تعیین شده است، روابط عمومی به عنوان سلولی تراوا در بدنه سازمان کار ورود اطلاعات‏ به سازمان،پردازش اطلاعات و همچنین خروج اطلاعات از سازمان‏ را انجام می‏دهد.سرعت اطلاع‏رسانی،اصلی‏ترین عاملی است که‏ روابط عمومی الکترونیک را نسبت به روابط عمومی سنتی،متمایز می‏کند:روابط عمومی الکترونیک،عامل کاهش هزینه‏های غیر ضروری در انتقال اطلاعات است.«یورگن مارلو»به این امر تأکید می‏کند:«در فرم سنتی روابط عمومی،انتقال اطلاعات به‏طور ناقص و با هزینه گزاف صورت می‏گیرد.»

امروزه،روابط عمومی‏ها تنها با کارکنان،سازمان،مشتریان و روزنامه‏نگاران مواجه نیستند،بلکه با افرادی که ممکن است از سراسر دنیا وارد سایت آن‏ها بشوند و درخواست اطلاعات،خدمات و یا تسهیلات نمایند،روبه‏رو خواهند بود.

مزایای دیگر روابط عمومی الکترونیک به شرح زیر است:

1-دو سویه بودن ارتباطات.

2-کاهش هزینه‏ها و افزایش نرخ بهره‏وری کارکنان.

3-الزام به پاسخگویی به صورت ONLINE

4-دسترسی سریع به اطلاعات.

5-کاهش حجم نامه‏های اداری و بایگانی.

6-فراگیری و فرامرزی بودن.

7-پیش‏بینی نیازهای تعریف نشده مخاطب.

در حال حاضر،سازمان‏های پیشرفته جهان با استفاده از قابلیت‏های روابط عمومی الکترونیک،دایره مخاطبان خود را وسیع‏تر کرده‏اند.اما به نظر می‏رسد که ایران،در زمینه روابط عمومی‏ الکترونیک،رشد چندانی نکرده است.تغییر نظام روابط عمومی‏ها در ایران،از شکل کنونی به شکل مدرن و الکترونیک،کاری است بس‏ دشوار که مستلزم بازنگری در گذشته و تحول جدی برای آینده‏ می‏باشد.

کارکنان روابط عمومی‏ها اکنون،با نسل دیجیتالی مواجه‏اند و وجود سلسله مراتب پیچیده و مقررات و ضوابط دست‏وپاگیر،باعث می‏شود تا راهبردها و اهداف ارتباطی سازمان‏ها،در پیچ‏ و خم بوروکراسی نفسگیر،عقیم بماند. تصمیم‏گیری‏ها به موقع،صورت نپذیرد. فرصت‏ها از دست برود و بودجه‏ها و اعتبارات‏ روابط عمومی در مسیر صحیح و مؤثر مورد استفاده قرار نگیرند

عدم استفاده مناسب از رایانه،مهم‏تر از همه،عدم تسلط به یک زبان‏ خارجی،هراس از فراگیر شدن دنیای دیجیتالی در روابط عمومی‏ها و از دست دادن امنیت شغلی،از مهم‏ترین دلایل مقاومت بخشی از کارکنان محسوب می‏شود.

فرهنگ رایج در روابط عمومی،اغلب،در داشتن روحیه دفاع و توجیه عملکرد سازمان است.گذشت زمان،تحمل وضع موجود را برای روابط عمومی‏ها آسان و عادت را جایگزین تلاش برای تغییر، نوآوری و اصلاح امور می‏سازد.سنت‏ها به تدریج مستحکم می‏شوند و ساختار مدیریت سنتی قوام می‏گیرد.در مقابل،طرفداران تغییر و اصلاح امور در این عرصه،بسیار اندک و انگشت شمارند.

وجود سلسله مراتب پیچیده و مقررات و ضوابط دست‏وپاگیر، باعث می‏شود تا راهبردها و اهداف ارتباطی سازمان‏ها،در پیچ‏وخم‏ بوروکراسی نفسگیر،عقیم بماند.تصمیم‏گیری‏ها به موقع،صورت‏ نپذیرد.فرصت‏ها از دست برود و بودجه‏ها و اعتبارات روابط عمومی‏ در مسیر صحیح و مؤثر مورد استفاده قرار نگیرند.

با وجود اینکه ضریب نفوذ اینترنت و رایانه در جهان،با سرعت، در حال افزایش است،حتی در کشورهای پیشرفته و صنعتی نیز نمی‏توان گفت که همه مردم،به شبکه جهانی دسترس دارند یا برای استفاده از آن،مهارت کافی را به دست آورده‏اند.بدیهی است‏ این وضعیت،در کشورهای رو به توسعه تشدید می‏شود.

راهکارها

1-فرهنگ‏سازی در سطح جامعه و سازمان‏ها:

بی‏تردید ایجاد باورها و فرهنگ خلق شده از بطن جامعه،پایاتر و مؤثرتر از اصول و قواعد تزریقی می‏باشد.معرفی و ارائه تصویری‏ از جامعه مطلوب که در آن،جریان آزاد اطلاعات،زمینه ایجاد دموکراسی اطلاعاتی-دیجیتالی است و بر بستر آزادی بیان و اندیشه بنا شده،می‏تواند زیرساختی مؤثر،در فرهنگ‏سازی دولت‏ الکترونیک باشد.به‏طور قطع،هرچه سرمایه‏گذاری بر روی‏ فن‏آوری اطلاعات،گسترش یابد و مردم بیشتر با حقوق و جایگاه‏ خود در دنیای مجازی آشنا شوند،نیازهای خویش را بیش از پیش‏ خواهند شناخت و به طبع،امکانات بهتری را نیز از دولت‏ها،طلب‏ خواهند کرد.به روز رسانی مفاهیم جدیدی همچون دموکراسی‏ دیجیتالی،رأی‏گیری الکترونیکی،شهروند الکترونیکی،شهر الکترونیکی،دولت الکترونیکی و...نتیجه ظهور و توسعه‏ استانداردهای جامعه اطلاعاتی هستند.

2-تدوین برنامه در جهت معماری اطلاعات در روابط عمومی‏ الکترونیک:

الف-تدوین گزارش و شناخت از وضعیت موجود.(از نظر استفاده از فن‏آوری جدید،در روابط عمومی.)

ب-تدوین معماری مطلوب.(وضعیت مطلوب روابط عمومی‏ سازمان،از نظر فن‏آوری اطلاعات،اولویت‏های اطلاع‏رسانی و ارتباطی براساس کارکردها و نیازها در سازمان شناسایی می‏شوند.)

ج-تدوین برنامه‏گذار از وضع موجود،به وضع مطلوب.(با توجه‏ به امکانات،منابع و محدودیت‏ها.)

3-ارایه خدمات گسترده:

ارایه خدمات گسترده و حتی رایگان،آموزش عمومی ICT به‏ اقشار مختلف جامعه،می‏تواند یکی دیگر از راهکارهای مؤثر در این‏ زمینه باشد.میزان استقبال عمومی به استفاده از رایانه در کارهای‏ شخصی و افزایش آن در تمام سطوح،می‏تواند به عنوان یکی از شاخص‏های کاربردی شدن ICT مورد توجه قرار گیرد.افزایش‏ تعداد رایانه‏های شخصی،هرچند که در آغاز برای استفاده‏های‏ معمولی و غیر حرفه‏ای باشد،ولی در نهایت نتیجه ارزشمندی برای‏ مصرف‏کنندگان خواهد داشت که در واقع باعث ارتقای سطح دانش‏ الکترونیک در جامعه خواهد شد و این در افزایش درجه پذیرش و کاربری اطلاعات و فن‏آوری اطلاعات،مؤثر خواهد بود.

در مجموع،با همه مشکلاتی که به اختصار به آن اشاره شد،باید اذعان داشت که سرعت تحولات جای هیچ گونه درنگی برای‏ بهره‏گیری از ابزارها و فن‏آوری‏های نوین در توسعه ارتباطات‏ اجتماعی و انسانی باقی نمی‏گذارد و تغییر سازمان‏های موجود به‏ سازمان‏های دیجیتالی،به سرعت در حال انجام است.آن‏چه که‏ باقی می‏ماند،یافتن راه‏های همسویی،هماهنگی و پویایی با تحولات روز دنیا است.بی‏شک،محافل علمی و صنفی به ویژه‏ انجمن‏ها و کانون‏های تخصصی روابط عمومی،نقش مؤثری در معرفی و شناخت راه‏کارهای توسعه روابط عمومی الکترونیک آن، بر عهده دارند.