



موسسه فرهنگی، هنری کوکب شب
گروه مطالعات ارتباطی

طرح سایت جامع روابط عمومی در یک سازمان

امروزه بزرگترین معضلی که کشور ما با آن دست به گریبان است مشکل اطلاعات است. اطلاعات امروزه به عنوان کلید طلایی غرب در جذب سرمایه به شمار می رود اما متأسفانه در کشور ما به آن بدرستی پرداخته نشده است. در سال ۱۳۸۰ شورای عالی اطلاع رسانی زیر نظر وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات (پست و تلگراف و تلفن) کار خود را شروع کرده و تا کنون در مراحل مطالعاتی گام های بسیار مفیدی از جمله تدوین طرح تکفا انجام داده اند. در طرح تکفا ایجاد بانکهای اطلاعاتی و ایجاد شاه راه های اطلاعاتی به منظور دستیابی به کلیه اطلاعات با محدودیت و بدون محدودیت پیش بینی شده بود که در سال های اخیر متوقف و شکل دیگری یافته است. دبیر خانه شورای اطلاع رسانی دولت از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی جدا و در نهاد سخنگوی دولت فعال شده است و سخنگو هم از فعالیت منسجم در قالب یک نهاد خارج و به افراد سپرده شده است و امر مهم اطلاع شناسی، اطلاع یابی و اطلاع رسانی در بخش دولتی از سیاست راهبردی مشخص تبعیت نمی کند و در بخش خصوصی هم به تبلیغات و بازار یابی تقلیل یافته است. سایت های اطلاع رسانی فقط کار توزیع اطلاعات را بر عهده گرفته اند، در حالی که اطلاع رسانی به معنای توزیع و تبیین اطلاعات است. به همین علت سایت های اطلاع رسانی در روابط عمومی ها در شرایط امروز که سایت ها به عنوان یکی از مهمترین فضاها در تیپ شناسی روابط عمومی الکترونیک محسوب می شوند، با مشکل جدی مواجه اند. موسسه فرهنگی، هنری کوکب شب با چند تجربه موفق در زمینه اطلاع رسانی مثل تدوین طرح های ارتقاء نظام اطلاع رسانی در شرکت ملی نفت، ستاد بازسازی زلزله بم در بنیاد مسکن و اکنون بیش از پیش با مشکلات عدم اطلاع رسانی و کمبود اطلاعات در کشور آشنا است به همین منظور پیشنهاد طراحی وب سایت و بانک اطلاعاتی زیر را جهت همراهی با روابط عمومی ها تقدیم می دارد.

مقدمه

به نظر میرسد که دیگر زمان آن فرا رسیده که تعارف را کنار بگذاریم و به این موضوع اعتراف کنیم، که سایت های ایرانی اغلب نه از نظر ظاهری، مناسب و عامه پسند هستند و نه محتوای قابل قبولی را در اختیار مخاطب قرار می دهند. این سازمان ها یا شرکت ها به جای آنکه در سایت خود اطلاعاتی را به مخاطب خود ارائه دهند یا خدماتی و یا تسهیلاتی را به وی بدهند صرفاً به تبلیغات فانتزی محصولات خود پرداخته اند و بدون در نظر گرفتن مخاطبین سایت و نوع علائق و سلیق آنها اطلاعاتی که بعضاً تکراری یا فاقد ارزش خاص است را در اختیار مخاطب قرار می دهند. در این پروژه هم طرف کار فرما و هم طرف مجری مقصر هستند، طرف کارفرما مقصر است از این جهت که با وب سایت

های کارآمد دنیا آشنا نمی باشد و دقیقاً هدف از ایجاد یک وب سایت را نمی داند و طرف مجری هم مقصر است زیرا بدون اینکه دانش کافی این کار را داشته باشد اقدام به ساخت سایت می نماید و یا اگر اطلاعاتی نیز داشته در اختیار کارفرمای خود قرار نداده است. مشکل دیگری که به ویژه وب سایت های ایرانی دچار آن شده اند، این است که در موتورهای جستجوگر (search engines) اینترنتی معرفی نمی شوند، و بهتر است بدانیم که اگر سایتی در موتورهای جستجوگر معرفی نشود، برای مخاطبان جهانی غیر قابل

استفاده می باشد، زیرا پیدا کردن یک شرکت و یک وب سایت جز از طریق این موتورهای جستجوگر امکان پذیر نمی باشد. این تنها گوشه ای از ایرادات وب سایت های ایرانی بوده که به دلیل عدم آشنایی با فنون اطلاع رسانی یا اینترنت پدیده آمده است.

در مورد ویژگی های وب سایت پیشنهادی موارد زیر را تقدیم می نمایم:

مشخصات یک وب سایت مطلوب

۱. طراحی زیبا و جذاب، متناسب با سلیقه مخاطبین هر سایت
۲. دسترسی آسان به اطلاعات موجود در سایت
۳. طبقه بندی دقیق با متد علمی اطلاعات
۴. حجم کم برنامه نویسی گرافیکی، که سرعت load را

افزایش دهد

۵. پرهیز کردن از هرگونه اطلاعات تکراری و زائد
 ۶. امکان search در داخل سایت
 ۷. در search engine های مهم اینترنتی معرفی گردد
 ۸. امکان به روز کردن اطلاعات ساده باشد
 ۹. پشتیبانی سایت پس از پایان طراحی و راه اندازی
 ۱۰. امنیت اطلاعات تضمین شده باشد
 ۱۱. دیدسازنده و صاحب سایت به سایت دیدی کارکرد گرایانه باشد.
- حال به بررسی انواع صفحات در اینترنت می پردازیم هر چند که توضیح و تشریح تمام صفحات اینترنتی در این مجال نمی گنجد اما ذکر و توصیف صفحاتی که رواج بیشتری دارند ما را به فهم و درک بهتر موضوع برای رسیدن به هدفمان کمک می نماید.

صفحات ساده

این صفحات در واقع ساده ترین صفحات وب می باشند که شامل عکس و متن و یک سری طرح های گرافیکی در صورت نیاز می باشند. زبان برنامه نویسی این صفحات HTML می باشد.

صفحات متحرک

زبان اصلی این صفحات HTML است و در این صفحات از کدهای Java Script یا VB Script استفاده می شود. فرمت این صفحات بدین صورت است که می تواند به user یا client یک سری پاسخ ها و واکنش های آنی و بدون ارسال به server بدهد. این صفحات برای برنامه هایی که نیازمند ارسال به server نیست و می خواهند واکنش را در همانجا به کاربر یا همان user نشان دهند استفاده می شود.

صفحات انیمیشن

این صفحات با نرم افزا flash و امثال آن طراحی می شود و هدف آن زیبا کردن وب می باشد، ساخت انواع بنرها و آگهی ها با این نرم افزار امکان پذیر است، صفحاتی که نیازمند انیمیشن می باشند نیز با این نرم افزار ساخته می شوند. این نوع صفحات، صفحات بسیار پویا و زیبایی هستند اما در کارها و صفحات جدی و کاری کاربرد چندانی ندارند و بیشتر

سازمان ها یا شرکت ها به جای آنکه در سایت خود اطلاعاتی را به مخاطب خود ارائه دهند یا خدماتی و یا تسهیلاتی را به وی بدهند صرفاً به تبلیغات فانتزی محصولات خود پرداخته اند و بدون در نظر گرفتن مخاطبین سایت و نوع علائق و سلیق آنها اطلاعاتی که بعضاً تکراری یا فاقد ارزش خاص است را در اختیار مخاطب قرار می دهند.



فعالیت آن را قرار می دهیم. همچنین در این بخش امکان جستجو در لابه لای اخبار وجود دارد و اخبار به ترتیب تاریخ آرشیو شده اند.

۵. آخرین تکنولوژی

۶. سازمان مربوطه در مطبوعات

در این بخش کلیه گزارشها، مقاله ها و خبرهایی که درباره سازمان شما در خبرگزاری ها و روزنامه های دیگر به چاپ رسیده اند درج می گردد

۷. دایره المعارف

در این بخش یک دایره المعارف داریم و می توانیم در این دایره المعارف انواع جستجوها را در خصوص فعالیت تخصصی انجام دهیم. این بخش از جمله مهمترین بخش های سایت این بخش می باشد چرا که متخصصان به راحتی می توانند کلمات و اصطلاحات مورد نیاز خود را پیدا نمایند.

۸. شرکت ها

این بخش شامل چندین قسمت و زیرمجموعه می باشد که با تقسیم بندهای ریزتر می توان شرکت ها و واحدهای وابسته را در این بخشها جای داد.

در این بخش امکان جستجو به صورت موضوعی، آدرسی، نام شرکت و گروهی وجود دارد که کاربر می تواند اطلاعات مورد نظر خود را در خصوص یک شرکت یا یک واحد در این بخش پیدا نماید.

چارت سایت

در این مورد، ما به عنوان پیشنهاد لینک های زیر را پیشنهاد می کنیم:

۱. چارت سازمانی

یکی از بزرگترین مشکلات که موجب عدم برقراری ارتباط دارندگان کالا و مصرف کنندگان می شود عبارت است از عدم آگاهی آنها با چارت سازمان کشور جدید، آنها که ساختار را در کشور خود دیده اند به هیچ عنوان نمی توانند یک تطبیق بین کشور خود و کشور مقصد برقرار نمایند از این رو این بخش در این سایت گنجانده شده است که باعث می شود تا مخاطب بدون هیچ مشکلی اطلاعات مورد نظر خود را پیدا نمایند.

۲. اطلاعات در رابطه با صادرات

در این بخش چگونگی صادرات خدمات یا محصولات توضیح داده می شود.

همچنین در این بخش قوانین صادرات، سهم ایران در صادرات محصول یا خدماتی خاص، قوانین تاسیس یک شرکت بازرگانی در زمینه مربوطه، خدمات بانکی، خدمات بیمه ای و گمرکی آورده می شود.

۳. اطلاعات تخصصی مورد علاقه سازمان

۴. آخرین اخبار

در این بخش ما آخرین اخبار در رابطه با سازمان و موضع



www.pr.com
www.pr.com
www.pr.com
www.pr.com
www.pr.com
www.pr.com

www
www.pr.com



۹. تالار گفتمان

این بخش به عنوان بخش تبادل نظر در سایت مورد استفاده قرار می گیرد، بدین صورت که به چندین اتاق تقسیم شده و هر اتاق مخصوص گفتگو راجع به یک موضوع خاص می باشد. در این بخش می توان، سمینار، کنفرانس های مختلف نیز در موضوعات مختلف برگزار نمود.

۱۰. زیرمجموعه ها

این بخش مختص زیر مجموعه های سازمان می باشند. می بایست اطلاعات کامل راجع به زیرمجموعه ها جمع آوری و در این بخش قرار گیرد.

۱۱. موسسه های پژوهشی

در این قسمت اطلاعات کلیه موسسات تحقیقاتی به همراه پژوهش ها و نتایج پژوهش های آنها آورده می شود که می توان اطلاعات موسسات خارجی را هم در این بخش درج نمود

۱۲. نمایشگاه ها و سمینارها

در این بخش لیست کامل سمینارها و نمایشگاه هایی که در زمینه فعالیت سازمان انجام می پذیرد را می آوریم و می توانیم در بعضی از آنها مشارکت کننده بپذیریم.

۱۳. نشریات

در این قسمت کلیه نشریات منتشره در سازمان را می آوریم و امکان جستجو در نشریه نیز وجود دارد.

۱۴. انجمن های تخصصی

در این قسمت انجمن های تخصصی در زمینه فعالیت های وابسته می آیند که در هر انجمن اطلاعات خاص آن انجمن قرار می گیرد. نوع کار، ترکیب، هیئت مدیره، رئیس، دبیر، اعضا و ...

۱۵. سایتهای مفید

در این بخش سایتهای مفید در زمینه موضوع سازمان با امکان جستجو و توضیح راجع به محتوی سایت می آیند

۱۶. صندوق دریافت نامه الکترونیک Mailbox

این بخش ویژه ی اعضای بانک است و اعضا می توانند از این بخش به عنوان پست الکترونیکی خود استفاده نمایند.

۱۷. مناقصه ها و مزایده ها

در این بخش کلیه اسناد مناقصه سازمان قرار داده می شود که علاقه مندان می توانند از این قسمت استفاده نمایند.

۱۸. مقاله ها

در این بخش مقاله هایی راجع به فعالیت های سازمان قرار دارد که مراجعین می توانند از آنها استفاده نمایند.

۱۹. تاریخچه

این بخش توسط یک گروه تحقیقاتی انجام می گیرد و اطلاعات و تاریخچه سازمان در آن قرار می گیرد که مورد استفاده پژوهش گران می باشد.



انواع اطلاعات

۶. اصلاح ساختار اداری
۷. توسعه و گسترش حوزه خدمات اطلاعات و ارتباطات و کاهش هزینه ها
۸. دسترسی آسان و سریع مردم به اطلاعات
۹. تامین شرایط آسان برای تعادل اقتصادی، تجاری و فنی و آموزشی با سایر کشورهای جهان و فراهم آوردن زمینه حضور شرکت ها و مراکز علمی و فنی پیشرفته فن آوریهای ارتباطی و اطلاعاتی در بازار
۱۰. شناسایی تمامی واحدهای فعال در زمینه فعالیت سازمان و صنایع وابسته با یک کد واحد و اختصاصی برای انواع مکاتبات و مراسلات
۱۱. کاهش زمان و هزینه برای ارائه خدمات در فعالیت

مشتریان

۱۲. کمک به ایجاد فرصتهای شغلی ارزش افزا
۱۳. حال با توصیف فوق می توان این نتیجه را گرفت که سایت های موجود جوابگوی نیازهای این سازمان با توجه به گستردگی آن نیستند.
۱۴. برای اجرایی شدن طرح و شروع آن توسط مجری و طرف قرار داد و یا کارشناس مربوطه لازم است موارد زیر اجرا شود:
 ۱. تنظیم، توافق و عقد قرارداد
 ۲. در اختیار قراردادن معرفی نامه به عنوان تنها نماینده آن سازمان
 ۳. در اختیار قرار دادن منابع اطلاعاتی
 ۴. پشتیبانی های سازمان جهت همکاری وزارت خانه ها و سازمان هایی که جهت تکمیل اطلاعات به آنها نیازمند باشیم
 ۵. اعمال حاکمیت در تولید و نشر اطلاعات و جلوگیری از انتشار اطلاعات ناصحیح در این زمینه و آگاهی دادن به جامعه در عدم استفاده از اطلاعات تأیید نشده توسط سازماناین بانک اطلاعاتی به زبان فارسی، انگلیسی، عربی و روسی می تواند عرضه گردد و کلیه فنون جدید در طراحی این بانک اطلاعاتی مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

اجرای این طرح را می توان در ۴ مرحله زیر به صورت خلاصه بیان کرد:

- مرحله اول:** شناسایی واحدهای فعال و جمع آوری اطلاعات
 - مرحله دوم:** برقراری ارتباط
۱. روش های مورد استفاده برای برقراری ارتباط
 ۱. مکاتبات و ارسال کاتالوگ و بروشورهای لازم
 ۲. ارسال فاکس
 ۳. تماس تلفنی



۲۰. ارتباطات گروهی

در این قسمت می توانند به گروه های مختلف شرکت ها میل ارسال نمود و با آنها تماس گرفت.

۲۱. جستجوی شغل

در این بخش یک بانک از شاغلین و سوابق افراد فعال در این فعالین تشکیل می شود تا افرادی که جویای کار و یا موسساتی که متقاضی استخدام نیروی انسانی می باشند بتوانند پاسخی برای نیاز خود یابند.

۲۲. تقویم سازمانی

در این تقویم کلیه مناسبت هایی که در تقویم جهانی در موضوع فعالیت سازمان وجود دارد آورده خواهند شد.

۲۳. سایر بخش ها جهت درخواست مانند:

- نظرسنجی
- پیام دهی
- بریده جراید
- گفتگو Chat
- آزمون
- دیدگاه مدیریت

کلیاتی درباره ی اجرای طرح

- در اجرای این طرح اهداف زیر در نظر می باشد:
۱. اجرای طرح در راستا و با رعایت استانداردهای طرح تکفا و وزارت ICT
 ۲. اتصال به صنعت IT کشور
 ۳. حذف تدریجی رفت و آمدهای فیزیکی
 ۴. بالا بردن سطح فرهنگ و اجبار به استفاده از سایت ها و بانک های اطلاعاتی
 ۵. برقراری یک شبکه سراسری بزرگ به منظور تبادل

۲. فرار ملاقات حضوری
مرحله سوم: طبقه بندی

۱. طبقه بندی اطلاعات جمع آوری شده بر اساس نوع فعالیت
۲. به روز کردن اطلاعات جمع آوری شده
۳. ارائه آنالیز و تحلیل در پایان هر طبقه از اطلاعات
مرحله چهارم: ارائه اطلاعات:

۳. شاخص دامنه پوشش: شناخت مخاطب
سئوالات مربوطه
- آیا تمام موضوعات سایت به دقت بررسی شده اند؟
(شناخت نیازمخاطب و اهداف سایت مشخص می شود)
- آیا تمام لینک های مرتبط فراگیر و کارآمد هستند؟
- آیا نیاز کاربران را تامین می کند؟

الف) ابزارهای مورد مطالعه:
۱. سایت اینترنتی
۲. بانک اطلاعاتی تحت اینترنت و اینترنت
ب) موارد فنی:

۴. شاخص به روز بودن
سئوالات مربوطه
- سایت آخرین بار کی به روز شده است؟
- آیا مطالب، زمان به روز رسانی دارد؟
- آیا لینک ها درست کار می کنند؟

۱. زبان مورد استفاده در این بانک اطلاعاتی بر حسب مخاطبین و درخواست سازمان شامل روسی، انگلیسی، عربی و فارسی می تواند باشد و در زمینه ترجمه انگلیسی و عربی روش ترجمه به قرار زیر می باشد:

۵. شاخص تراکم و فشردگی
سئوالات مربوطه
- غلبه با متن است یا تصویر؟ (در سایت های دولتی متن باید کوتاه تر باشد)

مدیر گروه ترجمه زبان انگلیسی، مدیر گروه ترجمه زبان عربی، مدیر گروه ترجمه زبان روسی و هر گروه متشکل از ۳ کارمند می باشد که هر سه در اندازه کارمندان دارالترجمه های رسمی باشند.

- آیا متون و تصاویر به اندازه کافی هستند؟
- آیا متون و تصاویر مفید و مرتبط با هم هستند؟
- از مولتی مدیا چقدر استفاده شده است؟

۲. برنامه نویسی سایت
برنامه نویسی بانک با MY SQL و زبان برنامه نویسی صفحات وب PHP بسته نرم افزاری مانند تالار گفتمان JAVA و طراحی صفحات بصورت DYNAMIC و توسط FLASH انجام پذیرد.

۶. شاخص دوسویه گی
سئوالات مربوطه
- آیا ایمیل ذکر شده است؟
- آیا ایمیل ها فعال هستند؟
- امکان کامنت گذاری وجود دارد؟

۳. برنامه نویسی سایت

۷. شاخص عینی (واقع بینی در برابر خیال گرایی)
منظور تطابق اهداف از پیش تعیین شده با روند اجرایی

شاخص های ارزیابی یک سایت
معیارهای ارزیابی وب که توسط در اگالنسکو در سال ۲۰۰۲ تعیین شده است برای مقایسه وب سایت ها می تواند استفاده شود.

سایت است
سئوالات مربوطه
- آیا تناسبی بین اهداف سایت و مطالب آن وجود دارد؟
- هدف واقعی سایت چیست؟
- آیا واقعا می شود سایت را به عنوان یک منبع واقع گرا معرفی کرد؟

۸ شاخص برای ارزیابی سایت ها معرفی کرده و در هر شاخص چند سؤال را مطرح می کند که با پاسخ گفتن به سئوالات وضعیت سایت در هر شاخص مشخص می شود و می شود سایت های مختلف را بدین وسیله مقایسه کرد. این شاخص ها و سئوالات به شرح زیر است:

۸. شاخص سرعت دسترسی
- سرعت به منزله هوا در فضای مجازی است. کاربر نباید احساس تنگی نفس کند.

۱. شاخص صحت و دقت اعتماد و صحت اطلاعات
سئوالات مربوطه:

سئوالات مربوطه
- آیا منابع اطلاعات مشخص است؟
- آیا امکان چک کردن لینک منابع فراهم است؟
- آیا نویسنده سایت در حوزه مربوطه متخصص است؟

۲. شاخص اعتبار پدیدآور یا نویسنده
سئوالات مربوطه
- آیا نویسنده شناخته شده است