

روابط عمومی دیجیتال طیف متنوعی از فناوری‌های ارتباطی را جهت اطلاع‌رسانی به کار می‌گیرد. زیرساخت روابط عمومی دیجیتال را فناوری‌های نوین ارتباطی تشکیل می‌دهند که عمدتاً مبتنی بر شبکه جهانی وب است.

امروزه تکنولوژی‌ها و فناوری‌های جدید زندگی و تمامی ابعاد وجودی انسان‌ها را تحت تاثیر قرار داده و بشر امروزی بدون این فناوری‌ها امکان ادامه حیات ندارد. شتاب انتشار داده‌ها و اطلاعات ناشی از عصر دیجیتال به حدی است که از آن به عنوان انفجار اطلاعات یاد می‌شود. امروزه شاهد انقلاب در زمینه اطلاع‌رسانی، اطلاع‌یابی و ارتباطات در فضای واقعیت مجازی هستیم و دهکده جهانی مک‌لوهان به ذهنیت جهانی تغییر هویت داده است. پیشرفت انفورماتیک به حدی است که مجازی‌سازی امری اجتناب ناپذیر و بلکه ضروری به نظر می‌رسد. در چنین محیط مجازی روابط عمومی‌ها به عنوان حلقه‌های اتصال مردم و سازمان‌های می‌بایست نقش حیاتی خود را در ایجاد ارتباط بیشتر و پیشرفته‌تر ایفا کنند. روابط عمومی‌های دیجیتال فرصت‌هایی را فراهم می‌سازند تا خدمات عمومی شهروندان بهبود یافته و با بهره‌گیری از فناوری‌های ارتباطی در هر ثانیه حجم عظیمی از اطلاعات را در دسترس مخاطبان قرار می‌دهند.

روابط عمومی دیجیتال و نقش آن در اطلاع‌رسانی

محمّد افروغ

مفهوم روابط عمومی دیجیتال:

روابط عمومی دیجیتال، روابط عمومی سایر، روابط عمومی الکترونیک و روابط عمومی آنلاین از جمله واژه‌هایی هستند که بر یک نکته مشترک اشاره دارند و آن کاربرد و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در امور مربوط به روابط عمومی است. در واقع چهره جدید روابط عمومی‌ها را کاربردهای فناوری اطلاعات در اطلاع‌رسانی و خدمات‌دهی به شهروندان تشکیل می‌دهد.

به این ترتیب می‌توان گفت: روابط عمومی دیجیتال عبارتست از «استفاده از تکنولوژی‌های ارقامی خصوصاً کاربردهای مبتنی بر وب‌سایت‌های اینترنتی برای افزایش دسترسی و ارائه خدمات و اطلاعات ارتباطی به کاربران و سازمان‌ها و نهادها و دریافت اطلاعات از طریق آن».

بدین ترتیب روابط عمومی قادر خواهد بود تا با استفاده از فناوری‌های نوین، اطلاع‌رسانی و خدمات‌دهی خود را در ابعاد زمان و مکان گسترش داده و همواره پاسخگوی نیازهای مخاطبان باشد.



ویژگی‌های روابط عمومی دیجیتال:

روابط عمومی دیجیتال طیف متنوعی از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نوین را جهت اطلاع‌رسانی و خدمات‌دهی مطلوب و فراگیر به مخاطبان به کار می‌گیرد. براین اساس زیرساخت روابط عمومی دیجیتالی را فناوری‌های نوین ارتباطی تشکیل می‌دهند که عمدتاً مبتنی بر شبکه جهانی وب است. فناوری‌های نوین با قابلیت‌های گسترده خود قادرند اطلاعات و خدمات مورد نیاز را به بهترین نحو و راحت‌ترین شکل ممکن در اختیار آنان قرار دهند و علی‌رغم کاربرد گسترده فناوری‌های ICT در روابط عمومی دیجیتال باید دانست که همه چیز به اینجا ختم نمی‌شود. در روابط عمومی دیجیتالی مجهز شدن به فناوری روز هدف اصلی نیست. بلکه این فناوری‌ها صرفاً وسیله‌ای هستند جهت ارائه خدمات و اطلاعات به مخاطبان. آنچه در این زمینه مهم است وجود بینش و تفکر دیجیتالی در میان کارگزاران روابط عمومی است. در واقع مجهز شدن به فناوری‌های نوین شرط لازم بوده اما کافی نیست. این کارگزاران روابط عمومی هستند که می‌بایست با خلاقیت و ابتکار خود از فناوری‌های روز به بهترین شکل در جهت خدمات‌رسانی و اطلاع‌دهی بهره‌گیرند. یک روابط عمومی دیجیتال از سرعت و انعطاف‌پذیری بالایی در کار خود برخوردار است. چرا که با پیشرفت سریع فناوری‌ها و افزایش مداوم قابلیت‌های آنها در عرصه‌های اطلاع‌رسانی و خدمات‌دهی انتظارات مردم بالاتر رفته و تقاضای عمومی جهت دریافت خدمات نوین‌تر افزایش می‌یابد. لذا روابط عمومی جامعه اطلاعاتی می‌بایست از تحرک و سرعت فوق‌العاده‌ای برخوردار بوده و همپای نیازهای رو به افزایش مخاطبان حرکت کند.

از جمله ویژگی‌های روابط عمومی مدرن تغییر در نوع رابطه بین مردم و سازمان‌هاست. به گونه‌ای که گاه تزریقی و رابطه یکسویه و از بالا به پایین حاکم بر سازمان‌ها و ادارات که در روابط عمومی سنتی حاکم بود امروزه تبدیل به رابطه‌ای دوسویه و متعادل شده است. البته این تغییر در نحوه ارتباط ناشی از ذات فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی است چرا که این فناوری‌ها فی‌نفسه امکان ایجاد روابط دوسویه و متعادل را فراهم می‌کنند. این ویژگی روابط عمومی دیجیتال از این جهت مهم است که موجبات بهبود روند خدمات‌دهی و پاسخگویی سازمان‌ها را فراهم می‌آورد. زیرا افراد قادر خواهند بود تا مشکلات و مسائل خود را به راحتی و در کمترین زمان به سازمان اعلام نمایند و

روابط عمومی دیجیتال وظیفه خواهد داشت تا نسبت به پیگیری مشکلات آنان و تا حصول به نتیجه لازم پیگیری‌های خود را انجام دهد. همچنین شهروندان قادر خواهند بود تا پیشنهادات، نقطه‌نظرات و دیدگاه‌های خود را در خصوص فعالیت‌ها و اقدامات سازمان‌ها و ادارات ارائه نموده و در این زمینه با مسئولان همفکری کنند. در این خصوص باید گفت واحد اندازه‌گیری روابط عمومی دیجیتال میزان تعامل آن با مشتریان یا همان مخاطبان است. ویژگی‌های منحصر به فرد فناوری‌های نوین ارتباطی امکانات خاصی را به روابط عمومی‌های دیجیتالی ارائه می‌دهند. ارائه اطلاعات و خدمات به صورت شبانه‌روزی و فارغ از محدودیت‌های زمانی و مکانی است. به این ترتیب شهروندان قادر خواهند بود در هر ساعت از شبانه‌روز و از هر جایی که باشند بتوانند به خدمات و اطلاعات مورد نیاز خود دسترسی داشته باشند به قولی در دوران معاصر روابط عمومی‌ها، سازمان‌های ۲۴×۲۴ نامیده می‌شوند که به معنی ۲۴ ساعت کار در هفت روز هفته است. که البته این به معنی الزام به حضور فیزیکی در محل کار نیست. بلکه ارائه خدمات روابط عمومی‌ها با استفاده از تکنولوژی‌های مدرن ارتباطی در اینترنت صورت می‌گیرد. امروز روابط عمومی‌های مدرن همانند گذشته استراتژی‌ها و برنامه‌ریزی‌های طولانی‌مدت ندارند چرا که سرعت تحولات تکنولوژیک و افزایش نیازهای مخاطبان و تنوع آنها روابط عمومی‌ها را ملزم می‌سازد به استراتژی‌ها و برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت روی آوردن تا بتوانند پاسخگوی نیازهای مخاطبان باشند. از جمله ویژگی‌های روابط عمومی‌های مدرن مخاطب محور بودن



وظایف روابط عمومی دیجیتال:

روابط عمومی‌های مدرن به مدد فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، خدمات و اطلاعات را به شیوه‌های نوین و با سرعت و دقت بسیار به افراد ارائه می‌کنند. سه وظیفه کمی که برای روابط عمومی‌های دیجیتالی مشخص شده شامل برنامه‌ریزی، هدایت و گزارش کردن است که می‌تواند نقش تعیین کننده‌ای در پیشبرد اهداف سازمانی ایفا کند. روابط عمومی دیجیتالی وظیفه دارد تا دسترسی مردم و شهروندان را به اطلاعات و خدمات تسهیل نماید به طوری که همه افراد با دارا بودن هر سطحی از معلومات بتوانند به طور مستقیم و به نحو مطلوب خدمات مورد نیاز خود را دریافت کنند. همچنین وظیفه دارد تا رابطه با مخاطب را از نظر اشکالاتی که با تکنولوژی‌های ارتباطی پیدا می‌کند تعقیب و حمل کند. روابط عمومی در جامعه مدرن باید به گونه‌ای برنامه‌ریزی کند که تک‌تک شهروندان را مخاطب قرار داده و پاسخگوی نیاز طیف‌های متنوع مردم باشد. در این راستا روابط عمومی دیجیتالی مخاطبان خود را به عنوان یک توده نمی‌نگرد بلکه تک‌تک افراد به عنوان مخاطبان سازمان و دریافت‌کنندگان اطلاعات و خدمات محسوب می‌شوند نتیجه این امر شهروندمداری و تکریم ارباب رجوع به بهترین شکل آن است. چرا که فرد فرد جامعه به نیازهای خود دست خواهند یافت و به مشکلات آنان رسیدگی لازم صورت خواهد گرفت.

آنچه روابط عمومی دیجیتالی را از روابط عمومی سنتی متمایز می‌کند لزوم پاسخگویی درخصوص نیازها، ابهامات، شکایات و مشکلات مردم به صورت دقیق است. به دلیل شفافیت اطلاعات در سیستم روابط و ضمن آگاهی به حقوق خود در صورت مشاهده تضییع حق خود به سرعت در پی استیفای حق خود برمی‌آیند. روابط عمومی‌ها نیز گریزی جز پاسخگویی ندارند.

روابط عمومی دیجیتالی علاوه بر وظایف برون‌سازمانی از بُعد درون سازمانی نیز وظایفی دارد که از جمله آنها می‌توان به انعکاس سریع و مداوم انتظارات، دیدگاه‌ها و مشکلات مخاطبان به مدیریت نام برد. در این خصوص روابط عمومی دیجیتالی می‌بایست به عنوان پل ارتباطی بین مردم و مسئولان عمل کرده و نقاط قوت و ضعف و مشکلات موجود را منتقل نماید تا چاره‌اندیشی در جهت حل آنان صورت گیرد. "استامولین" مدیریت اطلاعات را از جمله وظایف روابط عمومی‌های مدرن دانسته و وظایف چندی را برای آن قائل شده است:

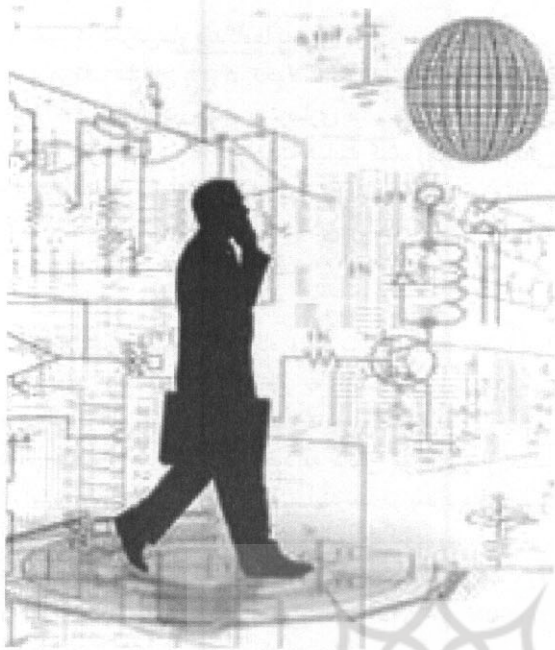
- ۱- ارائه خدمات به مخاطبان و ذی نفع‌ها از طریق کانال‌های الکترونیکی و دیجیتالی
- ۲- مدیریت ذخیره اطلاعات دولتی در راستای مذاکره کردن کیفیت خدمات (ارتباطی، اطلاع‌رسانی و ...) و اثربخشی منابع

آن‌هاست. لذا روابط عمومی دیجیتالی بیشتر مخاطب محور و مشتری‌گراست تا مسئول‌گرا، روابط عمومی‌ها موظفند به خواست و نیاز مخاطب اهمیت دهند و در جهت برآوردن این نیازها برنامه‌ریزی نمایند.

دقت در کار روابط عمومی‌های دیجیتالی بسیار مهم و حائز اهمیت است. چرا که به مدد فناوری‌های نوین، نظارت مخاطبان و افکار عمومی بر عملکرد روابط عمومی‌ها تاثیرگذار است. مخاطبان ناراضی قادر خواهند بود به راحتی و به سرعت از طریق اینترنت تصویر یک سازمان را خراب کنند و در کسری از ثانیه، ۴۰۰ میلیون کاربر اینترنت را از خطای شما آگاه کنند. روابط عمومی سنتی با مشکلاتی در خصوص ارتباط با رسانه‌ها، نظرسنجی مطلوب و ارتباطات مردمی مواجه است که نتیجه آنها عدم بهره‌مندی از کیفیت مطلوب است. در حالی که روابط عمومی دیجیتالی با افزایش قابلیت‌های ارتباطی خود این مشکلات را از میان برداشته و تحوّل چشمگیری در امر برقراری ارتباط با رسانه و با مردم ایجاد نموده است. امروزه خبرنگاران رسانه‌های جمعی به راحتی از طریق پست الکترونیکی و بانک اطلاعات روابط عمومی می‌توانند از آخرین اخبار و اطلاعیه‌ها مطلع شده و به حجم عظیمی از داده‌ها و اطلاعات و آمار سازمانی دست یابند. نتیجه این امر افزایش سطح کیفی اطلاع‌رسانی خواهد بود.

لذا امروزه کاغذبازی و نامه‌نگاری در پیگیری‌ها حذف شده و این امور از طریق فناوری‌های ارتباطی انجام می‌گیرد. به این ترتیب در بخشی از هزینه‌ها نیز صرفه‌جویی خواهد شد. روابط عمومی دیجیتالی از جمله زیرساخت‌های مهم جامعه اطلاعاتی است و خود نیز ساختارهایی دارد که کاربرد صحیح ابزارهای الکترونیکی، آموزش نیروی انسانی متخصص، زیرساخت‌های فنی و محتوایی، به روزرسانی اطلاعات و دانش و بهره‌گیری از تکنیک‌های نوین از جمله آنهاست (ضرورت‌های تحقق روابط عمومی الکترونیک: بررسی سه دیدگاه روزنامه هموطن سلام).

شتاب انتشار داده‌ها و اطلاعات ناشی از عصر دیجیتال به حدی است که از آن به عنوان انفجار اطلاعات یاد می‌شود



۳- حمایت موثر از رسالت روابط عمومی در خدمات شهری و موثر کردن نقش سازمان‌ها با استفاده از سیستم‌های اطلاعاتی

۴- مدیریت فرآیندهای سیستم اطلاعاتی دولتی و خصوصی

کارگزاران روابط عمومی دیجیتال وظیفه دارند تا با به کارگیری قوه خلاقیت و ابتکار خود شیوه‌ها و طرق جدیدی جهت ارائه خدمات بهتر و مطلوب‌تر به مخاطبان طراحی کنند. در واقع روابط عمومی دیجیتال می‌بایست از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی کاربردهای عملی در جهت ارائه اطلاعات و خدمات به شهروندان استفاده نماید. در این راستا روابط عمومی وظیفه دارد تا مخاطبان خود را دسته‌بندی کرده و برای هر دسته اطلاعات و خدمات را به شکل خاص ارائه کند. به طوری که مخاطبان در سطوح مختلف بتوانند از خدمات بهره‌مند شوند. به عنوان مثال روابط عمومی می‌تواند اطلاعات مورد نیاز را برای یک نفر در قالب بروشور، برای یک نفر دیگر به صورت برنامه تحت فلش و برای دیگری همراه با نمودار و غیره ... ارائه نماید.

در میان مخاطبان روابط عمومی دیجیتال، رسانه‌های جمعی از جایگاه مهمی برخوردارند و می‌بایست اقدامات مناسبی را جهت ارائه اطلاعات کامل، جامع و به روز به آنان اندیشید. به طور مثال با تشکیل بانک اطلاعاتی می‌توان نیازهای رسانه‌ها را جهت اطلاع‌رسانی کامل و جامع برآورده ساخت. امروزه دیگر ارسال پیام‌های مکتوب و شخصیت‌زده برای رسانه‌ها پاسخگو نیست و باید مطالب با مضامین گوناگون ارسال شود و یک پیام با چند شکل تنظیم شود.

به این ترتیب روابط عمومی یک واسطه ساده و ایستا نیست. فقط وظیفه ارائه اطلاعات را ندارد. بلکه روابط عمومی به عنوان یک واسطه پویا تشخیص می‌دهد که اطلاعات را چگونه و برای چه کسی و از چه طریقی ارائه کند، فرهنگ‌سازی کند و براساس سیاست‌های تعیین شده جلب مخاطب کرده و یا رضایتمندی مخاطبین را بالا برد و از طریق دریافت نظرات و جمع‌آوری اطلاعات از داخل و خارج سازمان تاثیر فعالیت‌های سازمان متبوعش را در محیط اندازه‌گیری و جهت حرکت خود را بهبود بخشد. البته لازم است گفته شود که روابط عمومی دیجیتال در ارائه خدمات خود می‌بایست مخاطبانی را که امکان بهره‌گیری از فناوری‌های نوین را ندارند نیز مدنظر قرار دهد و خدمات خود را طوری ارائه کند که این بخش از مخاطبان را نیز شامل شود.

روابط عمومی‌های مدرن به مدد فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی خدمات و اطلاعات را به شیوه‌های نوین و با سرعت و دقت بسیار به افراد ارائه می‌کنند

زمینه‌های تحقق روابط عمومی دیجیتالی:

سازمان‌ها و موسسات در جامعه اطلاعاتی گریزی جز استفاده از فناوری ICT جهت ارائه خدمات به شهروندان ندارد و در این راستا روابط عمومی‌ها نیز به منظور اطلاع‌رسانی، تبلیغ و اقناع و خدمات‌دهی به مخاطبان نیازمند استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی هستند. از این رو روابط عمومی‌ها می‌بایست با تغییر در ساختار، نگرش‌ها و فعالیت‌های خود زمینه‌های تحقق روابط عمومی دیجیتالی را فراهم سازند. در این خصوص طیف وسیعی از تغییرات لازم‌الاجرا است. از جمله مهمترین تغییرات،

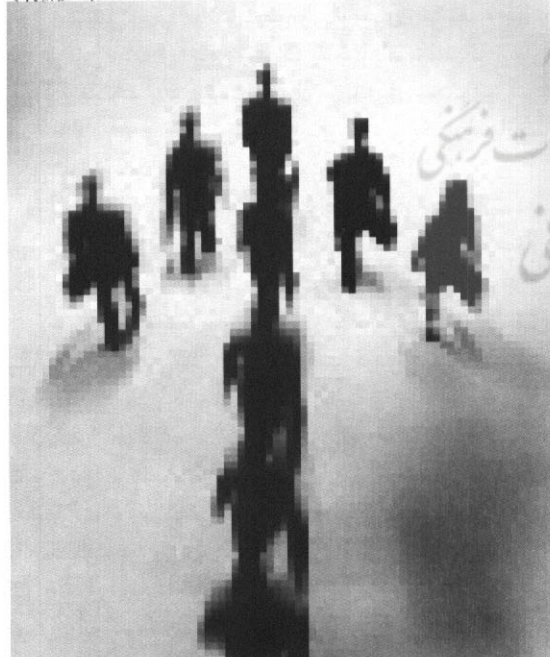
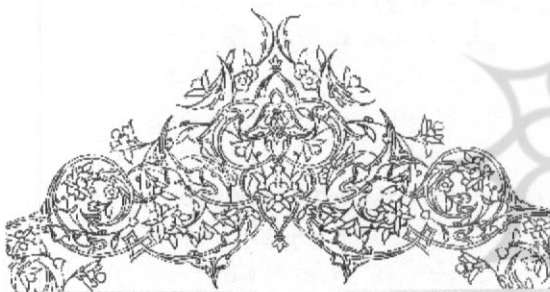
رهبری سازمانی که در راس هرم سازمانی قرار دارد، می‌تواند با اندیشیدن تدابیر لازم و حمایت از طرح‌های پیشنهادی روابط عمومی‌ها را برای رسیدن به اهداف خود یاری رساند

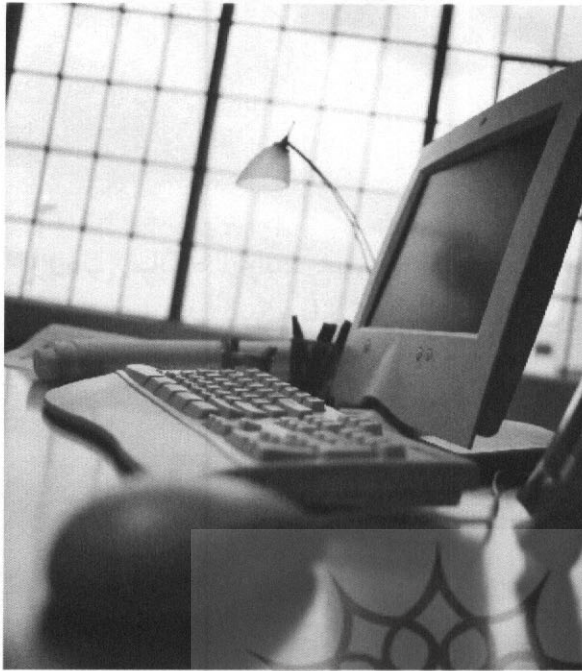
تغییر در نگرش‌ها و دیدگاه‌ها به ویژه در سطح مدیریت‌هاست. مدیران یک سازمان با درک تحولات یک جامعه و پیشرفت‌های فناورانه می‌توانند در جهت بسترسازی مناسب برنامه‌ریزی‌های لازم را صورت داده و به این جهت هدایت کنند. رهبری سازمانی که در راس هرم سازمانی قرار دارد، می‌تواند با اندیشیدن تدابیر لازم و حمایت از طرح‌های پیشنهادی روابط عمومی‌ها را برای رسیدن به اهداف خود یاری رساند.

سطح دیگر تغییر در دیدگاه و نگرش‌ها و سمت‌دهی آنها به حیطه روابط عمومی دیجیتال به کارشناسان روابط عمومی برمی‌گردد. آنان می‌بایست با تحولات حوزه فناوری‌های ارتباطی آشنا شده و با مجهز کردن خود به دانش مورد نیاز از جمله افزایش مهارت‌های کار با رایانه و اینترنت در بعد نرم‌افزاری و امکانات سخت‌افزاری لازم، حرکت به سمت و سوی روابط عمومی دیجیتالی را آغاز کنند تا زمانی که روابط عمومی‌ها تغییرات لازم را در خود ایجاد نکنند و متوجه تغییرات مخاطبان خود نشوند، به روابط عمومی دیجیتال تبدیل نخواهند شد.

علاوه بر بحث نرم‌افزاری و تغییرات لازم فرهنگی و نگرشی در مدیریت‌ها و نیروی انسانی، فراهم ساختن زیرساخت‌های فنی و الکترونیکی لازم از قبیل رایانه، خطوط مخابراتی، خطوط اینترنت و ... بعد دیگر تحقق روابط عمومی دیجیتال را تشکیل می‌دهد. در این خصوص مدیریت‌ها می‌بایست نسبت به تامین منابع و امکانات مورد نیاز روابط عمومی‌ها خود را متعهد بدانند. سخت‌افزارهای اصلی مورد نیاز در جهت استقرار روابط عمومی دیجیتالی مربوط به فناوری‌های ارتباطی از قبیل گسترش خطوط مخابراتی نظیر تلفن، رایانه‌ها، دسترسی به شبکه جهانی وب است.

در این زمینه بایستی دقت لازم صورت گیرد تا فناوری‌های انتخاب شده قابلیت به روز شدن و ارتقاء داشته باشند و بتوانند نیازهای آتی و پیش‌بینی نشده را نیز برآورده سازند. یکی دیگر از زمینه‌های تحقق روابط عمومی دیجیتالی همانند هر پدیده دیگر، داشتن برنامه‌های منسجم و هدفمند است که در آن اهداف، مسیر رسیدن به آنها و ابزارها و امکانات مورد نیاز به دقت و به طور کامل پیش‌بینی شده باشد. در این برنامه‌ریزی، ضمن بررسی وضعیت موجود روابط عمومی، وضعیت ایده‌آل آن نیز به تصویر درآمده و برنامه‌های مناسب جهت حرکت از وضعیت موجود و رسیدن به نقطه مطلوب تدارک دیده شود. نکته مهم دیگری که در این زمینه می‌بایست مورد توجه قرار گیرد، طراحی استراتژیک این برنامه‌ریزی برای تحولات آتی است.





تغییر در نگرش‌ها و دیدگاه‌ها به ویژه در سطح مدیریت‌هاست، مدیران یک سازمان با درک تحولات یک جامعه و پیشرفت‌های فناورانه می‌توانند در جهت بسترسازی مناسب برنامه‌ریزی‌های لازم را صورت داده و به این جهت هدایت کنند

سیستم‌های ارتباطی باید طوری طراحی شوند که هم اطلاع‌رسانی و هم ایجاد مشاوره مطلوب برای مدیریت سازمان و نهاد با توجه به حوزه‌های وظیفه‌ای متفاوت، هماهنگی لازم به عمل آید که بتواند با انسجام، بانک‌های اطلاعاتی نامتجانس را فراهم آورد.

پس از تدارک زیرساخت‌های لازم نوبت به اصلاح سیستم، شبکه و روش‌های ارتباطی و اطلاع‌رسانی می‌رسد. زیرا بعد از راه‌اندازی شبکه ارتباطی دیجیتالی انتظارات مخاطبان، دیگر سازمان‌ها و ساختارها افزایش می‌یابد.

یک نکته مهم دیگر توجه به سرعت روند پیاده‌سازی سیستم‌های دیجیتالی روابط عمومی است. از آنجا که روند تغییرات و تحولات در عرصه فناوری ICT از رشد چشمگیری برخوردار می‌باشد، لذا می‌بایست در استقرار نظام روابط عمومی دیجیتالی نیز سرعت لازم را داشت و در مراحل بعدی نیز جهت بهسازی سیستم متناسب با پیشرفت‌های تکنولوژیک روز تلاش کرد.

به طور کلی طرح موضوع جهانی شدن و قرار گرفتن در ساختار الکترونیکی ارائه خدمات باعث سازمان‌دهی حرکت‌ها در جهت تحقق روابط عمومی دیجیتالی شده و اگر در کوتاه‌مدت به موفقیت نرسد، از مسیر اصلی بیرون نرفته و در راستای آرمان مورد نظر حرکت خواهد کرد.