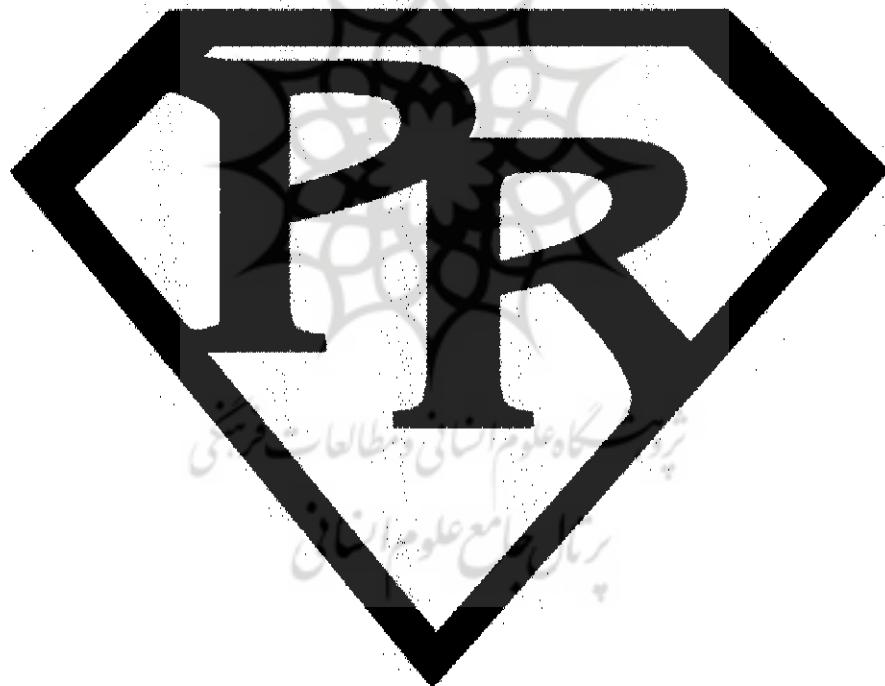


روابط عمومی و روزنامه‌نگاری الکترونیک



مهندس مهدی شایان
دئیس QC.۲ شرکت لوله و پروفیل سپاهان

در این مقاله سعی شده دو مبحث روابط عمومی، الکترونیک و روزنامه نگاری الکترونیک، محاسن، ویژگی و ابعاد انها بحث و بررسی شود.

روابط عمومی الکترونیک

روابط عمومی (Public Relations) نوعی عملکرد مدیریتی خاص است که به ایجاد و حفظ خطوط دو طرفه ارتباطی، درک، پذیرش و همکاری بین یک سازمان و ارباب رجوعان ان کمک می کند و در واقع روابط عمومی عبارت است از دانشی که توسط آن، سازمان ها اگاهانه می کوشند به مستویت اجتماعی خوبیش عمل کنند تا بتوانند تقاضا و حساسیت کسانی را که برای مؤسسه اهمیت دارند بدست آورند.

در تعریف دیگری از روابط عمومی می توان گفت: روابط عمومی عبارت است از برقراری ارتباطی پویا و دو سویه با مخاطب و دادن اطلاعات به مردم و تلاش هایی ترغیبی به منظور تغییر گرایش ها و رفتار مردم و کوشش برای هم بسته ساختن نگرش ها و اقدامات یک مؤسسه با مخاطبین خود و مقابلا نگرش ها و اقدامات مخاطبان با مؤسسه.

حال اگر بخواهیم تعریفی از روابط عمومی الکترونیک ارائه دهیم باید تگوییم که روابط عمومی الکترونیک روش بکار گرفتن فن آوری ICT و سیستم های نوین اطلاع رسانی برای ارائه خدمات منطبق بر خواسته ها و نیازهای مخاطبان به طور لحظه ای (on line) به منظور تحقق بخشیدن به هدف های روابط عمومی است.

راه اندازی روابط عمومی الکترونیک در حال رشد و توسعه است و در زمانی نسبتا کوتاه، پیشرفت های بزرگی در مهار اطلاعات رخ داده و این موضوع باعث تحولات جدیدی در روابط عمومی الکترونیک شده است و کارشناسان بر توسعه سریع آن اتفاق نظر دارند. چرا که پیشرفت و تحولات تازه روابط عمومی الکترونیک که تا حد زیادی ناشی از در دسترس بودن، تتفیق فن آوری های الکترونیک و بکارگیری فزاینده پست الکترونیک و اینترنت از سوی روزنامه نگاران می باشد باعث افزایش بزرگراه اطلاعات شده است و از انواع رسانه های ارتباطی که در اینترنت وجود دارد می توان به گروه های مباحثه، گروه های خبری، پست الکترونیک و ... اشاره کرد.

سرعت اطلاع رسانی اصلی ترین عاملی است که روابط عمومی الکترونیک را به روابط عمومی تحمیل می کند.

از مزایای روابط عمومی های الکترونیک کاهش هزینه های غیر ضروری در انتقال اطلاعات و کمک به ارائه خدمات اصلی است. بزرگان روابط عمومی

فن آوری جدید
ارتباطی ICT
سیستم های نوین
اطلاع رسانی برای
ارائه خدمات منطبق
بر خواسته ها و
نیازهای مخاطبان به
طور لحظه ای (on
line) به منظور
تحقیق بخشیدن به
هدف های روابط
عمومی است

در این باره معتقدند: در فرم سنتی روابط عمومی، انتقال اطلاعات به طور ناقص و با هدر رفتن هزینه ها صورت می گیرد. روزنامه نگاران نیز معتقدند: روابط عمومی ها به صورت مجموعه هایی که گویی به رسمیت شناخته نشده اند با ناچیز شمردن وقت و سرمایه سازمان و مراجعته کنندگان، اداره می شوند. به طور متوسط ۳۴ درصد روزنامه نگاران امریکایی در هر هفته محموله هایی را از روابط عمومی ها دریافت می کنند که بدون باز شدن، آنها را دور می اندارند. بنابر این گزارش، روابط عمومی های ایالات متحده امریکا هر سال معادل دویست هزار اطلاعیه رسمی را به اینجا و آنجا ارسال می کنند که غالبا بدون خوانده شدن از سوی خبرنگاران دور ریخته می شوند. این همه اطلاعیه با صرف ۲۰۴ میلیون دلار هزینه، ارسال می شود. با ذکر این مطلب می توان نقش روابط عمومی های الکترونیک را در حفظ محیط زیست، مهه، و مؤثر دانست. چرا که به مدد این پدیده استفاده از کاغذ تا حد بسیار زیادی کاهش می یابد. طراحی و تهیه بروشورها، گزارش های اماری، نشریات درون سازمانی و یا برآون سازمانی را می توان از طریق نشر الکترونیک و با استفاده از اینترنت منتشر کرد و به هنگام لزوم تغییراتی در آن داد و هر لحظه اطلاعات آن را به روز و جدید کرد که این کار کمترین هزینه و زمان را می طلبد. به عمارت دیگر می توان اطلاع چاپ، طراحی، کاغذ و ... را با الکترونیکی شدن کاهش و حتی معیط زیست را از معرض آلودگی نجات دهیم.

البته روابط عمومی الکترونیک در حال رشد و توسعه است و در زمانی نسبتا کوتاه، پیشرفت های بزرگی در مهار اطلاعات رخ داده و این موضوع باعث تحولات جدیدی در روابط عمومی الکترونیک شده است و کارشناسان بر توسعه سریع آن اتفاق نظر دارند. چرا که پیشرفت و تحولات تازه روابط عمومی الکترونیک که تا حد زیادی ناشی از در دسترس بودن، تتفیق فن آوری های الکترونیک و بکارگیری فزاینده پست الکترونیک و اینترنت از مراتعه و درخواست اطلاعات می کنند می تواند روش مناسبی در اختیار مدیران سازمان و حتی این با تعداد زیادی از مخاطبان که روزانه به آن مراجعه و درخواست اطلاعات می کنند می تواند روش سایت اینترنتی سازمان قرار دهد. همچنین با روابط عمومی الکترونیک مردم می توانند نظر خود را راحت تر و سریع تر به نظر مسئولان سازمان برسانند.

سرعت اطلاع رسانی اصلی ترین عاملی است که روابط عمومی الکترونیک را به روابط عمومی تحمیل می کند. از مزایای روابط عمومی های الکترونیک کاهش هزینه های غیر ضروری در انتقال اطلاعات و کمک به ارائه خدمات اصلی است. بزرگان روابط عمومی

در گذشته یکی از معضلات بزرگ روزنامه نگاری سنتی توزیع و رساندن نشریه به مخاطب بوده است. برف و باران و شرایط جغرافیایی و فاصله تا مرکز از جمله نکاتی بودند که باعث به وجود آمدن مشکلات توزیع می شدند که این مشکل در روزنامه های الکترونیک از بین رفته است. امروزه با حذف عنصر سیستم توزیع سنتی، این پدیده در حد یک انقلاب تغییر کرده است و مهمتر از آن، حذف شدن عنصری به نام کاغذ است که علاوه بر صرفه جویی های اقتصادی به محیط زیست نیز صدمه نمی زند.

۶- حذف واسطه ها: در روزنامه نگاری سنتی بین پیام و مخاطب واسطه های متعدد وجود داشته است اما امروز بین مخاطب و پیام الکترونیکی هیچ واسطه ای وجود ندارد.

۷- تفاوت هایی مهم در آموزش ها بین روزنامه نگاری سنتی و روزنامه نگاری الکترونیک وجود دارد. روزنامه نگاری سنتی صرفا بر مهارت های نوشتاری تکیه می کند اما در روزنامه نگاری الکترونیک آموزش ها بسیار تغییر کرده است. آشنایی روزنامه نگاران نوین با تکنولوژی های نوین از پارامترهای بسیار تعیین کننده است. نقش تحقیقات و پژوهش برای خواننده باعث از بین رفتن اعتبار یک رسانه می شود. آموزش های سنتی، آموزش هایی مقطوعی و موقت است. در صورتی که آموزش های نوین آموزش های پیشرفته است. مصاحبه های اینترنتی، تهیه گزارش های اینترنتی، سوزه‌یابی، کسب اطلاعات و منبع یابی کاملاً دچار تحول شده است و یک گزارشگر اینترنتی باید لحظه به لحظه خود را در بستر تحولات آموزشی جدید قرار دهد در صورتی که در روزنامه نگاری سنتی برای تیتر، لید و یا گزارش نویسی و مصاحبه صرف چند روش وجود دارد.

۸- حذف مجوزهای دولتی: یکی از نکات بر جسته در روزنامه نگاری الکترونیک و روزنامه های الکترونیک حذف مجوزهای دولتی و حکومتی است.

۹- بوجود آمدن رقابت بین رسانه ها: به دلیل تنوع و رقابت بالای رسانه های الکترونیک، مردم قادر خواهند بود به حقایق مطالب بیشتری دسترسی پیدا کنند. از طرف دیگر برای تأثیر گذاری روی مخاطب، شیوه های قدیمی همچون حذف و پنهان کاری، دیگر کارگشا نیست و بیان واقعیت ها برای کسب و جاهت رسانه از جمله ویژگی های رسانه های الکترونیک است.

۱۰- استفاده همزمان از گرافیک، عکس، صدا،

های این رسانه ها به منظور پایان دادن به مخاطب گروهی و طراحی بازاریابی مناسب این عصر خواهد بود.

روزنامه نگاری الکترونیک و جراید الکترونیک

روزنامه نگاری الکترونیک (E-Journalism) با توجه به ماهیت و ویژگی های خود یکی از این این این روابط عمومی الکترونیک مهم در به شمار می رود. برخی از ویژگی های عمدۀ این پدیده عبارتند از:

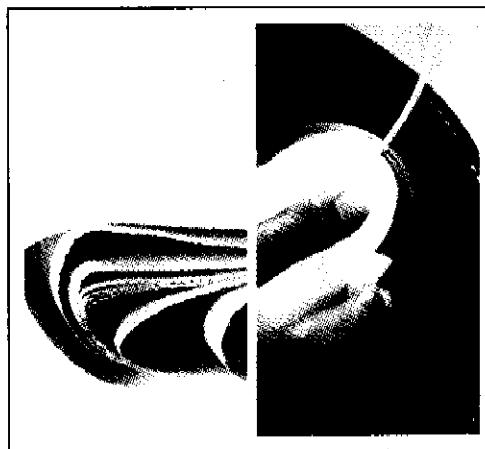
۱- اولین ویژگی و شاید هیجان انگیزترین ویژگی روزنامه نگاری الکترونیک دو طرفه بودن یا تعاملی بودن آن می باشد. در روزنامه های الکترونیک می خواسته به نام «دروازه بانان خبر» به ضعیف، ترین حالت خود تبدیل می شوند و به جای یک منبع خبری متابع متعدد خبری وجود خواهند داشت که می توانند به خواننده و مخاطب قدرت انتخاب بیشتری دهند. در این حالت این مخاطبانند که می توانند بر جریان انتقال اخبار و اطلاعات کنترل بیشتری پیدا کنند.

۲- قابلیت on-line کردن اخبار: این شیوه امکانی را در اختیار مخاطب قرار می دهد تا روزنامه نگار و مخاطب در جریان اخرين اخبار و تحولاتی که لحظه به لحظه اتفاق می افتد قرار گیرد.

۳- قدرت جستجو: در روزنامه نگاری الکترونیک این امکان بوجود آمده است که در حداقل زمان ممکن به نکته دلخواه خود دسترسی پیدا شود.

۴- آزادی از زمان و مکان: در روزنامه نگاری جدید، زمان و مکان در اینترنت نابوده شده است. در هر زمان ممکن، امکان دسترسی به اطلاعات و اخبار وجود دارد و دیگر، عوامل جغرافیایی و زمانی علل بازدارنده نمی باشند.





۱۵- در روزنامه نگاری الکترونیک، مشکل عمده ای که دست روزنامه نگاران سنتی را می بست از بین رفته است و به عبارتی محدودیت حا، مکان و فضا وجود ندارد. در چنین حالتی روزنامه الکترونیکی به دلیل ارتباطات فکری و روش نگارش آن می تواند با دیگر روزنامه های که از جهت خط و مشی و یا ساختار با یکدیگر هم خوانی دارند لینک گردند که این مسئله می تواند به ارائه مطالب دیگران و تبلیغ برای اخذ اطلاعات تکمیلی و اضافی را در اختیار خواهند گذاشت.

در پایان آدرس اینترنتی بعضی از جراید معرفی می شود.
منابع:

- ۱- مهندس مهدی مؤمنی نورآبادی. روابط عمومی الکترونیک. کتاب راهنمای جامع روابط عمومی. (تهران: انجمن روابط عمومی ایران، ۱۳۸۱)
- ۲- دکتر محمد سلطانی فر، مهندس مهدی مؤمنی نورآبادی. مقدمه ای بر روابط عمومی الکترونیک. (تهران: سیماهای شرق، ۱۳۸۲)

تصویر و موسیقی و نیز «مولتی مدیا» درجهت استقال بهتر و کامل تر اخبار و اطلاعات از خصوصیات باز روزنامه های الکترونیک می باشد.

۱۶- تغییر در ارزش های خبری: در روزنامه نگاری الکترونیک ارزش های خبری دچار تحول شده اند. برخی دچار تغییر و برخی دچار تغییرات ماهوی می شوند. به طور نمونه ارزش مجاورت معنوی و مجاورت جغرافیایی دچار تحولات و تغییرات ویژه شده اند. این بدان معناست که رسانه ها می توانند با محلی گرایی، خود را در جهان امروز ارائه کنند. شعار رسانه های الکترونیکی «جهانی فکر کن محلی عمل کن» (Think Global Do Local) می باشد.

۱۷- تحول در مسیر اگهی: از انجایی که یکی از اهداف رسانه ها برای خود کفایی و استقلال، اگهی می باشد بستر اخذ اگهی برای مشتری دچار تحول اساسی شده است. در رسانه های نوین، اگهی همراه با فیلم، صدا، تصویر و موسیقی خواننده را به خود جلب می کند و تنوع در رنگ ها و تصاویر جاذبه بسیاری را در مسیر اگهی ها ایجاد می کنند. تحول در سیستم های گرافیکی از جمله ویژگی های روزنامه نگاری الکترونیکی است.

۱۸- آرشیو: در روزنامه های الکترونیک دستیابی به آرشیو هزاران بار افزایش می یابد. آرشیوهای الکترونیکی حجم سار کم دارند و فضای اشغال شده روزنامه های کاغذی را اشغال نمی کنند.

۱۹- تغییر در روش های پوشش خبری: در روزنامه های کاغذی تنها با یک تاکتیک می توان مخاطبان را مجاب به پذیرش یک خبر کرد. اما در روزنامه های الکترونیکی برای امتناع مخاطبان شیوه های جدیدی از پوشش های خبری به صورت ترکیبی مخاطب را تحت تأثیر قرار می دهد. استفاده از پیش زمینه (Background) به شدت افزایش یافته و ابزارهایی نظیر فیلم، اسناد و عکس همراه با صدا می توانند تأثیرات خاص خود را ایجاد نمایند.

ردیف	نام جردید	پست الکترونیک	نشانی اینترنتی
۱	روزنامه جوان	Info@Javandaily.com	www.Javandaily.com
۲	روزنامه جام جم	Info@Jamejamonline.ir	www.Jamejamonline.ir
۳	روزنامه دنیای اقتصاد	Info@donya-e-eqtesad.com	www.Donya-e-eqtesad.com
۴	هفت نامه صبح صادق	Sobhesadegh@ofogh.net	www.Sobhesadegh.ir
۵	هفت نامه بازار کار	Info@bazarekar.ir	www.bazarekar.ir