



روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی

پیمان عزیزی قمی
کارشناسی روابط عمومی

که با استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات شیوه کار و زندگی انسانها به نحو مطلوبی در حال تغییر است.

در یک جامعه اطلاعاتی:

اطلاعات به سرعت تولید می شود و در اختیار دیگران قرار می گیرد.

محدودیتهای زمانی، مکانی به میزان قابل توجهی از بین می روند.

تمام پردازشها به صورت الکترونیکی خواهد بود. با استفاده از فناوریهای اطلاعات و ارتباطات

شیوه زندگی و کار به شدت تغییر می کند.

- جامعه اطلاعاتی با این ویژگیها ساز و کار، مدیریت و نیروهای علمی اجرایی جدیدی را می طلبد.

چشم انداز جهانی جامعه اطلاعاتی

- آغاز توجه به اطلاعات به عنوان یک عامل اساسی در توسعه کشورها. اواخر دهه ۶۰

تأثیرگذاری ارتباطات و اطلاعات در برنامه ریزیهای کشورهای پیشرفته مثل آمریکا، ژاپن و فرانسه در دهه های ۷۰ و ۸۰

- طرح اصطلاح «بزرگراههای اطلاعاتی» توسط

امریکاییها در سال ۱۹۸۷ توسط «البرت گور» سناتور وقت مجلس آمریکا و معاون بعدی رئیس

جمهوری این کشور

روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی

۱. چشم انداز جهانی جامعه اطلاعاتی

۲. برخورد متفاوت کشورهای توسعه یافته به جامعه اطلاعاتی

۳. ایران و جامعه اطلاعاتی

۴. ویژگیهای جامعه اطلاعاتی

۵. کاربردهای ارتباطات و فناوری اطلاعات و جامعه اطلاعاتی

۶. روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی

مقدمه

جامعه اطلاعاتی، تبلوری مجدد از کلیه فرآیندهای متعارف و سنتی اجتماعی، نظیر کسب و کار، آموزش، ... حتی فعالیت‌هایی نظیر تفریحات و امثالهم در قالبی نوین با استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات (ICT) است. تاکنون، هیچیک از فناوریهای جهان نتوانسته‌اند که با چنین گستردگی و سرعتی کلیه شئون زندگی بشر را دچار تحول نمایند. امروزه طبیعی است که نمی توان زمان را به عقب بازگرداند و نتایج ملموس ناشی از برنامه‌های ملی کشورهای مختلف اعم از پیشرفته و در حال توسعه نظیر هندوستان، مالزی، کره، ایرلند و ... تأثیر طبیعی که این دستاوردها در سطح توقع و انتظار احاد مردم ایجاد نموده است را نادیده گرفت. امروزه همگان مشاهده می نمایند

- طرح اصطلاح مذکور در قانون «پیشبرد استفاده از کامپیوتر» در نوامبر ۱۹۹۱ در کنفرانس آمریکا

هدف:

حفظ و حراست رهبری آمریکا در زمینه فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی از طریق ایجاد یک شبکه ملی بسیار نیرومند مطالعاتی و تحقیقاتی.

یک سال بعد از پیروزی «کلینتون» به رئیس جمهوری آمریکا (۱۹۹۳) و انتخاب «البرت گور» به عنوان معاون وی بزرگراه‌های اطلاعاتی به عنوان محور اصلی برنامه‌های اقتصادی دولت تازه معرفی گردید.

در گذشته قدرت اقتصادی آمریکا با توجه به عمق بندرها و وضعیت راه‌های ما مشخص می‌شد، امروز هم این قدرت، با در نظر گرفتن توانایی ما برای انتقال سریع و مطمئن مقادیر عظیم اطلاعات و کاربرد این اطلاعات و شناخت آن مشخص می‌شود.

- طرح موضوع «جامعه اطلاعاتی» توسط البرت گور در کنفرانس عمومی نمایندگان تام‌الاختیار کشورهای عضو اتحادیه بین‌المللی ارتباطات دور در «نونویس ایرس» پایتخت آرژانتین در ماه مارس ۱۹۹۴.

- پیگیری این سیاست توسط اتحادیه اروپایی، سازمان جهان تجارت، کشورهای عضو اتحادیه بین‌المللی ارتباطات دور و بالاخره تبدیل آن به یک سیاست راهبردی در جهان.

برگزاری اجلاس‌های منطقه‌ای متعدد در کشورهای مختلف

رگزاری ۳ سمینار در تابستان ۸۰، ۸۱ و ۸۲ در ایران

- تدوین برنامه «تگفا» در ایران
رگزاری اجلاس جهانی سران کشورهای درباره جامعه اطلاعاتی در سال ۲۰۰۳، آذرماه ۱۳۸۲ در ژنو

برنامه‌ریزی کشورها و سازمان‌های بین‌المللی برای شرکت فعال در اجلاس جهانی سران کشورها درباره جامعه اطلاعاتی تونس ۲۰۰۵

دفعیه نام وزارت پست و تلگراف و تلنن به وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در ماه پایانی سال ۱۳۸۲

برخورد متفاوت کشورهای توسعه یافته با جامعه اطلاعاتی

- آمریکا

- اصطلاح «بزرگراه‌های اطلاعاتی» نخستین بار در سال ۱۹۸۷ توسط البرت گور مطرح شد.

قرار دادن این اصطلاح در متن قانون جدید راجع به پیشبرد استفاده از کامپیوتر در سال ۱۹۹۱

تصویب برنامه عمل در مورد زیر ساخت اطلاعاتی ملی در سال ۱۹۹۴

ارجاع این سیاست به اتحادیه بین‌المللی ارتباطات دور و پیروی اتحادیه از سیاست‌های آمریکا در سال ۱۹۹۴

حمایت از توسعه بدون مانع «تجارت الکترونی» و مخالفت با محدودسازی فعالیت‌ها از سال ۱۹۹۷

ب - کشورهای اروپایی

رقابت با آمریکا و عقب نماندن از این کشور، کشورهای اروپایی را واداشت تا در زمینه ایجاد جامعه اطلاعاتی بسیار یرتکاپو ظاهر شوند.

اتحادیه اروپایی در سال ۱۹۹۴ با انتشار «کتاب سفید» ضرورت ایجاد و توسعه «بزرگراه‌های اطلاعاتی» در کشورهای عضو آن اتحادیه را، مورد تأکید قرار داد.

در این زمینه، شبکه‌های ارتباطی دور، نه تنها به عنوان یک بخش خاص اقتصادی، بلکه به منزله شاهرگ «بازار واحد اروپا» و خون ضروری رقابت جوی اروپایی معرفی شدند.

- در ماه مه ۱۹۹۴ اتحادیه اروپایی بر لزوم رها کردن سیاست‌های قدیمی کشورهای اروپایی در مورد اداره ارتباطات دور و ضرورت خصوصی سازی و آزاد سازی سریع این بخش تأکید کرد.

دو ماه بعد، اتحادیه اروپایی یک برنامه عمل در مورد «اروپا و جامعه اطلاعاتی» منتشر کرد و ضمن آن، راه اروپایی نیل به چنین جامعه‌ای را مشخص ساخت.

دولت فرانسه در فوریه ۱۹۹۴ بررسی و تصمیم‌گیری درباره «بزرگراه‌های اطلاعاتی» را در دستور کار خود قرار داد.

دولت انگلستان در سال ۱۹۹۴، ۱۹۹۵ و ۱۹۹۶ یک برنامه عمل در مورد بزرگراه‌های اطلاعاتی با عنوان «انکار و اقدام» برای جامعه اطلاعاتی منتشر کرد.

- در آلمان با تهیه گزارشی با عنوان «جامعه اطلاعاتی: اقتضاها و معارضه‌ها، امکان‌ها و پیشنهادها» در دسامبر ۱۹۹۵، یک برنامه ویژه به نام «اطلاعات ۲۰۰۰» تهیه کرد.

ج ژاپن

در ماه مه ۱۹۹۴، وزارت پست و ارتباطات دور و وزارت صنعت و بازرگانی بین‌المللی آن کشور، هر کدام طی گزارش خاص خود، سیاست‌ها و استراتژی‌های مربوط به پیشرفت و گسترش «بزرگراه‌های اطلاعاتی» را معرفی کردند.

برنامه ایجاد یک شبکه ارتباطی سراسری فیبرنوری با سال ۲۰۱۰ به نحوی که تمام خانواده‌های ژاپنی، مؤسسات و ادارات کشور، از امکانات جامعه اطلاعاتی بهره‌مند شوند.

- وزارت صنعت و بازرگانی بین‌المللی ژاپن

مجوز تأسیس ISP و ICPها و ارائه خدمات ارزان و مناسب اینترنتی به کاربران
ویژگی های جامعه اطلاعاتی
فقط برخی ویژگی های کلیدی فهرست وار ارائه می شود:

۱. کاهش سریع اثر فاصله جغرافیایی و زمان در انجام فعالیت

۲. تغییر بنیادین در نحوه تولید ثروت و ارزش در مراحل گوناگون

۳. توسعه و ارائه محصول به بازارها به طور خاص، تبدیل منابع سنتی اقتصاد به هوش و مهارت های انسانی

۴. تغییر و تحول اساسی در مفاهیم و شاخص های اقتصادی، اجتماعی، مدیریت و سازماندهی

۵. تغییر در ساختار و ماهیت اشتغال، تبدیل عملکرد سنتی به کارکرد دانشی مبتنی بر یادگیری مداوم یا کمک ICT

۶. تأکید بر آموزش در محیط های آموزش الکترونیکی و فوری

۷. امکان انتشار بهترین روشها در مناطق کمتر توسعه یافته و حرکت جهشی در توسعه

۸. تقویت مهارت های فناوری ارتباطات و اطلاعات و گسترش مشاغل جدید با ارزش افزایی بالا

۹. تضعیف سریع و زوال عوامل پایداری سیستم های بسته اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و گسترش روزافزون سیستم های باز

۱۰. تغییر اساسی مؤلفه های اقتدار، خصوصاً عوامل مؤثر در قدرت سیاسی حکومتها و توزیع قدرت در جوامع به سمت عدم تمرکز

۱۱. افزایش چشمگیر پیچیدگی در مسائل جهانی و تعاملات بین المللی اقتصادی و اجتماعی

کاربردهای ICT

دولت الکترونیک ارائه کلیه خدمات بدون حضور ارباب رجوع، حذف کاغذ و ...

- اقتصاد الکترونیک

بانکداری الکترونیک

تجارت الکترونیک

کار از راه دور

پزشکی از راه دور

ارتباطات دور و اشتغال

ارتباطات دور و کاهش آلودگی محیط زیست

ارتباطات دور و حمل و نقل

ارتباطات دور و هواشناسی

- آموزش از راه دور

دانشگاه مجازی

رسانه های الکترونیک

امنیت فردی و اضطرابی

ارتباطات دور و حاکمیت ملی

روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی

نیز با ارائه برنامه زیر ساخت اطلاعاتی بیسرفته، همچنین ضرورت تأمین شرایط نهادی و حقوقی مناسب برای کاربرد گسترده تکنولوژی های جدید اطلاعاتی را مورد تأکید قرار داده است.

مؤسسه ارتباطات دور زاین هم، گزارشی تحت عنوان «طرح بنیادی و فعالیت های جاری برای عصر چند رسانه ای آینده» را انتشار داد.

ایران و جامعه اطلاعاتی

تشکیل شورای عالی اطلاع رسانی در سال ۱۳۷۷ با وظایف عمده زیر:

سیاست گذاری، برنامه ریزی، هدایت و حمایت در زمینه تولید، بالابند و مبادله اطلاعات و نظارت بر امر اطلاع رسانی سراسر کشور در چارچوب سیاست های کلی نظام

تدوین و تصویب اصول نظام جامعه اطلاع رسانی کشور

ایجاد شرایط لازم برای تسهیل و تسریع تولید، ذخیره سازی، سازماندهی، توزیع، گسترش و بکارگیری اطلاعات در بخشهای مختلف فرهنگی، علمی، اجتماعی، اقتصادی، فنی، آموزش پژوهشی و ... در چارچوب ضوابط مصوب.

- تدوین و تصویب مفاهیم، تعاریف، مقررات، این نامه ها، قواعد و معیارهای اطلاع رسانی مورد نیاز نظام جامع اطلاع رسانی کشور و ...

- تصویب و اجرای برنامه توسعه و کاربرد فناوری ارتباطات و اطلاعات در ایران (طرح تکفا) در سال ۱۳۸۰

تشکیل شورای راهبری فناوری ارتباطات و اطلاعات وزارتخانه ها و دستگاههای مستقل

- تشکیل شورای راهبردی فناوری ارتباطات و اطلاعات استانها

- توسعه شبکه زیر ساخت «فیبرنوری» در کشور

تشکیل شرکت ارتباطات دیتا و ارتباطات زیرساخت در وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برای توسعه بسترهای لازم و ضروری جامعه اطلاعاتی در سال ۱۳۸۲

انتخاب ایران به عنوان مرکز منطقه ای جامعه اطلاعاتی جهت ارائه پیشنهاد به اجلاس سران برای جامعه اطلاعاتی و تشکیل دو سمینار در همین زمینه

تصویب تشکیل شورای عالی فناوری اطلاعات در قانون جدید وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در مجلس شورای اسلامی

بسیج عمومی وزارتخانه ها، سازمان ها و شرکت های برای استفاده هرچه بیشتر از ICT در توسعه دستگاه متبوع خود

- تصویب قانون تجارت الکترونیک در مجلس شورای اسلامی و تأیید آن توسط شورای نگهبان

سرعت در اطلاع‌رسانی مهم‌ترین ویژگی عصر اطلاعات است روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی باید با بکار گرفتن فن‌آوری‌های جدید ارتباطی و سیستم‌های نوین اطلاع‌رسانی خدمات مورد نیاز مخاطبین را به سرعت ارائه دهد. روابط عمومی با چنین ویژگی زمانی تحقق می‌یابد که بتوان تمام خدمات یک سازمان را تنها با اتصال به پایگاههای اطلاعاتی آن نهاد انجام داد.

چرا به روابط عمومی الکترونیکی نیاز داریم

۱. افزایش حجم اطلاعات مورد تقاضا مردم
۲. افزایش خدمات
۳. تقویت روند شکل‌گیری رسانه‌های تعاملی (دو طرفه)

۴. توسعه روزنامه‌نگاری الکترونیکی

۵. ویژگی‌های جدید بازار - استفاده از مخابرات در تجارت

۶. رشد و شکل‌گیری مؤسسات مشاور

۷. ویژگی‌های جدید مخاطب - مخاطب به دنبال اطلاعات می‌رود. (منتظر می‌ماند)

رسانه‌ها در جامعه اطلاعاتی

الف - رسانه‌های الکترونیک پیوسته:

۱. شبکه جهانی وب
 ۲. پروتکل انتقال پرونده
 ۳. لیست سرو
 ۴. گروههای مباحثه
 ۵. تل نت
 ۶. گروههای خبری
 ۷. پست الکترونیک
- ب - رسانه‌های الکترونیک ناپیوسته
۱. دیسک فشرده
 ۲. نوار مغناطیسی
 ۳. دیسک ویدئویی رقعی
 ۴. دیسکت
 ۵. دیگر پرونده‌های رایانه‌ای

اینترنت: یک رسانه عمومی

در سال ۱۹۹۵ «وارن نیومن» رییس IPR گفته بود: «اینترنت روابط عمومی است در این سال تعداد کاربران خیلی کم بود.

بنابراین در حال حاضر هیچ اپراتوری در صنعت روابط عمومی نمی‌تواند از اینترنت چشم‌پوشی کند.

اینترنت تنها وسیله ارتباط مؤثر با جراید:

۱. تماس با روزنامه‌نگاران به وسیله پست الکترونیک به جای تلفن کردن
۲. ارتباط با روزنامه‌نگاران با استفاده از محل تبادل نظرات روی خط
۳. فرستادن پست‌های الکترونیکی توأمان به چند دریافت‌کننده
۴. ساخت پیام‌ها متناسب با نیاز خاص روزنامه

- نگاران
۵. امکان جستجوی برای روزنامه‌نگاران
 ۶. یک کتابخانه پیشرفته
 ۷. امکان برگزاری سمینارها و کنفرانس‌ها روی خط

جرايد الکترونیکی در روابط عمومی

- ویژگی‌ها
۱. دو طرفه بودن (تعاملی بودن)
 ۲. حذف دروازه‌های خبر
 ۳. کنترل مخاطبان بر جریان انتقال اخبار و اطلاعات
 ۴. قابلیت On-line کردن اخبار
 ۵. قدرت جستجو
 ۶. آزادی از زمان و مکان
 ۷. حل مشکل توزیع
 ۸. حذف واسطه‌ها
 ۹. تفاوت در آموزش
 ۱۰. حذف مجوزهای دولتی
 ۱۱. رقابت بین رسانه‌ها
 ۱۲. استفاده همزمان از گرافیک، عکس، صدا، تصویر و موسیقی
 ۱۳. تغییر در ارزش‌های خبری
 ۱۴. تحول در مسیر آگهی
 ۱۵. ارتشيو
 ۱۶. تغییر در روشهای پوشش خبری
- پایگاه‌های اینترنت چه کارهایی برای روابط عمومی انجام می‌دهد**
۱. دسترسی به مشتریان
 ۲. تهیه اطلاعات برای کارمندان
 ۳. نظرسنجی خدمات
 ۴. اعلام موفقیت و جزئیات تماس
- موانع گسترش بخش فن‌آوری اطلاعات در روابط عمومی**
۱. فقدان و عدم بکارگیری افراد متخصص در روابط عمومی
 ۲. ناکارآمدی نرم‌افزارها و شرکت‌های ارائه‌دهنده این خدمات
 ۳. مشکلات ساختاری روابط عمومی و تعریف نادرست از نقش‌های روابط عمومی
 ۴. کاربران محدود اینترنت
- پیشنهادات (برای توسعه چه باید کرد)**
۱. آموزش کارکنان روابط عمومی
 ۲. تغییر در سرفصل‌های دروس روابط عمومی در دانشگاهها
 ۳. فرهنگ‌سازی
 ۴. ارتباط تنگاتنگ با رسانه‌های IT
 ۵. تقویت و تعامل بیشتر با خبرگزاریها، به ویژه‌هایی که به بخش IT نگاه ویژه دارند.
 ۶. حذف تدریجی روش‌های سنتی اطلاع‌رسانی