

توسعه روابط عمومی الکترونیک در سازمان های دولتی و غیر دولتی (NGO) و سمن ها

سید محمد موسوی

دانشجوی دکترای علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد

اصفهان (خوراسگان)

Dr.mousavi2017@gmail.com

چکیده

یکی از مهمترین ملزومات برقراری دولت الکترونیک و بهره گیری فراگیر از اینترنت در نهادهای دولتی و غیر دولتی، وجود شبکه گسترده با سرعت و پایایی مناسب و امنیت قابل قبول است، از آنجایی که شبکه های مخابراتی علی رغم تکمیل شبکه فیبر نوری توانایی سرویس دهی مناسب را اینترنت ندارند. در این مقاله به منظور توسعه روابط عمومی الکترونیک در سازمان های دولتی و خصوصی و ضرورت تأمین و بازآموزی نیروهای شاغل مستعد در سازمان های دولتی و غیر دولتی با توجه به کاهش فاصله دیجیتالی و فراهم شدن امکان برابر استفاده از خدمات فن آوری اطلاعات برای همه ارایه خدمت بیشتر به اقشار جامعه در نگاه روابط عمومی و دریچه های علوم ارتباطات و رسانه های گوناگون پرداخته می شود. بررسی فعالیت های روابط عمومی الکترونیک و پیمودن گام های ایجاد سازمان الکترونیک و درنهایت دولت الکترونیک با ضرورت داشتن روابط عمومی با توجه به ماهیت اطلاعاتی خود، جایگاه مناسبی است برای استفاده از تکنیک ها، ابزارها و روشهای فنآوری اطلاعات و ارتباطات همسو با دانش مدیران و کارمندان سازمان ای دولتی و غیر دولتی فراهم خواهد شد.

کلید واژه: دولت الکترونیک، نهادهای دولتی و غیر دولتی، توسعه، روابط عمومی الکترونیک، سازمان الکترونیک

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۲/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۹

مقدمه

دولت الکترونیک بر خلاف رویکردی که در بسیاری از کشور های در حال توسعه و به ویژه خاورمیانه مشاهده می شود عبارت از دادن رایانه به مقامات و کارمندان دولتی، اتوماتیک کردن رویه های علمی قدیمی یا صرفاً ارائه اطلاعات و نهادها و وزارتخانه های روی وب سایت. به بیان ساده تر "فناوری اطلاعات و ارتباطات" کامپیوتر، اینترنت، سخت افزار، پایگاه داده، ادوات ارتباطی همراه و مانند آن نیست.

اینها همگی از مظاهر و نمود های ظاهری این تکنولوژی هستند. همین درک از "فناوری اطلاعات و ارتباطات" است که در عمل موجب بروز هرج و مرجی شگفت آور در مدیریت و رویکرد نسبت به آن شده است. دولت الکترونیک عبارت است از استفاده از فناوری اطلاعاتی و ارتباطی برای متحول کردن دولت و فرایند حکومت گری از طریق قابل دسترسیتز، کارآمدتر و پاسخگوتر کردن آن است. بر اساس تعریف دیگر دولت الکترونیک به معنای بهره گیری از قدرت اطلاعات و تکنولوژیهای اطلاعاتی برای ایجاد ساخت جدیدی از دولت است که با جامعه اطلاعاتی و شبکه ای همخوان است. از این رو، دولت الکترونیک در برگیرنده توسعه و به کارگیری زیر ساخت اطلاعاتی یا دیجیتالی است. بنابراین، دولت الکترونیک دربرگیرنده موارد زیر است:

- ایجاد شرایط دسترسی بیشتر به اطلاعات دولتی
 - بهبود مشارکت از طریق توانایی بخشیدن به عموم مردم برای تعامل با مقامات دولتی از طریق ارتباطات تعاملی شبکه های.
 - پاسخگو ساختن از طریق شفافتر ساختن فعالیت های آن.
 - ایجاد فرصت های توسعه در مناطق روستایی محروم.
- در واقع دولت الکترونیک از فناوری برای انجام اصلاحات از طریق تقویت و شفافیت، حذف فاصله و دیگر شکاف ها و توانمندسازی افراد برای مشارکت در فرایند سیاسی ای که بر زندگی آنها تأثیر میگذارد استفاده میکند. برای رسیدن به طرح راهبردی دولت الکترونیکی فعالیت های اصلی دیده می شود که هر برنامه اصلی تعدادی برنامه فرعی دارد برای مثال برای برنامه اصلی شبکه مجازی دولت برنامه فرعی: مدیریت شبکه قانون و مقررات، امنیت، محتوا (تولید اطلاعات به هنگام و ارائه به نظام تصمیم سازی و تصمیم گیری مدیریت کلان کشور) لحاظ شده است. برای این که تقسیم کار مؤثری انجام شده باشد برای هر کدام از فعالیت های اصلی و فرعی، یا چند وزارتخانه به عنوان دستگاه مسئول در نظر گرفته شده است و در برنامه شبکه مجازی

دولت به دلیل وسعتش دستگاه مسئول، ریاست جمهوری است و دستگاه همکارش تمام دستگاهها هستند. با این حال دولت الکترونیک فی نفسه یک کلید مشکل گشا نیست. با اینکه دولت الکترونیک می تواند تحول را تسهیل کند و فرایندهای اداری جدید و کارآمدتری را خلق کند، اما تمام مشکلات فساد و ناکارآمدی را حل نخواهد کرد و قادر نخواهد بود بر تمام موانع فراوانی مشارکت مدنی غلبه کند. افزون بر این، دولت الکترونیک در نتیجه خرید رایانه های بیشتر یا ایجاد وب سایت های توسط دولت به وقوع نمی پیوندد. با اینکه ارائه یا انتقال خدمات به صورت روی خط آن لاین می تواند نسبت به کانال های دیگر کارآمدتر و کم هزینهتر باشد، اما سبب صرفه جویی در هزینهها و بهبود خدمات به صورت خودکار نخواهد بود. دولت الکترونیک فرایندی است که نیازمند برنامه ریزی، گشایش پایدار منابع و اداره سیاسی است.

استفاده از تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، استعداد آن را دارد که شیوه تعامل مردم (شهروندان) با دولت و دولتها با همدیگر را متحول سازد. دولت الکترونیک شرایط دسترسی مردم به اطلاعات سودمند در مورد زندگی خود و ارائه خدمات دولتی را بهبود می بخشد و فرصت های جدیدی را برای مشارکت در فرایندهای سیاسی ارائه می دهد. اما این در شرایطی تحقق می یابد که دولت الکترونیک در نهایت به حکومت گری الکترونیک منجر شود، نه استفاده از رایانه ها و خودکارسازی رویه های پیچیده نمی تواند منجر به کارآمدی بیشتر در دولت یا بهبود مشارکت مدنی گردد. بخش دولتی مهم ترین نقش را در از میان بردن شکاف دیجیتال در سطح ملی بر عهده دارد. بنابراین دستگاه های دولتی میتوانند با پیشقدم شدن در به کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات، سایر بخشها را تشویق به حرکت در این جهت راهکارهای توسعه روابط عمومی الکترونیک در سازمانهای رسانهای نماید. باید توجه داشت که مهم ترین بخش در ترکیب "دولت الکترونیک" واژه الکترونیک نیست بلکه در این زمینه "دولت" مهم ترین نقش را بر عهده دارد. بر این اساس دولت الکترونیکی را باید به عنوان جایگزین و مکمل اداره نظام دولتی خدمات دانست. (سرفرازی و معمارزاده، ۱۳۸۴: ۵)

مراحل تعامل استراتژی دولت الکترونیک

در تدوین استراتژی دولت الکترونیک باید سه مرحله را در نظر گرفت:

مرحله اول: استفاده از ICT برای گسترش دسترسی به اطلاعات دولتی

دولتها معمولاً حجم عظیمی از اطلاعات را تولید می کنند که قسمت عمده ای از آن بالقوه برای افراد و حرفهها سودمند است. می توان از ICT برای انتقال سریع و مستقیم این اطلاعات به شهروندان استفاده کرد. دولت جمهوری اسلامی ایران می تواند فرایند دولت الکترونیک را با انتشار اطلاعات دولتی از جمله قوانین و مقررات، اسناد و فرمها به صورت (روی خط) منتشر کند (هوود^۱، ۲۰۰۲: ۵). ایجاد شرایطی که تحت آن شهروندان و صاحبان حرفه های مختلف بتوانند بدون مراجعه به دفاتر دولتی و ایستادن در صف های طولانی و یا پرداخت رشوه، به اطلاعات دست یابند، پیشرفتی انقلابی در اصطلاح بوروکراسی و ریشه کنی فساد خواهد بود. از اینرو سایت های انتشار اطلاعات دولتی از ابزار مهم دولت الکترونیک هستند.

مرحله دوم: گسترش مشارکت عمومی در دولت

دولت الکترونیک این پتانسیل را دارد که از طریق قرار دادن شهروندان در تعامل با سیاستگذاران در سراسر چرخه سیاستگذاری و در تمام سطوح دولت، شهروندان را در فرایندهای حکومت گری مشارکت دهد. تقویت مشارکت مدنی به ایجاد اعتماد عمومی به دولت، کمک مهمی می کند. برای رسیدن به این اهداف، لازم است از ICT برای ایجاد کانال های ارتباطات دوسویه و چند سویه از طریق پست الکترونیکی، فهرست پستی، جوامع مجازی و غیره که به کاربران اجازه می دهد تا نظرات خود را در مورد طرح های قانون گذاری یا سیاست گذاری اعلام کنند، استفاده کرد. بنابراین این مرحله از دولت الکترونیک می تواند دربرگیرنده ایجاد مجامع مشورتی بین شهروندان، دولت باشد. این مجامع، جوامع روی خط^۲ را تشکیل می دهند که در آن افراد ایده های خود را تبادل می کنند و آگاهی عمومی از موضوعات افزایش می یابد (کرنز^۳، ۲۰۰۴: ۵).

مرحله سوم: فراهم نمودن و قابل دسترسی ساختن خدمات دولتی روی شبکه

در مرحله بعد، دولتها باید با ایجاد «وب سایت هایی» این امکان را فراهم سازند که کاربران تبادل های خود را انجام دهند درست همانطوری که بخش خصوصی از

¹ Hood

² Line On

³ Kearns

اینترنت برای خدمات تجارت الکترونیکی استفاده می کند، دولتها نیز باید در زمینه خدمات خود همین کار را انجام دهند. این مسئله می تواند باعث صرفه جویی در هزینهها و بهبود پاسخگویی و بهره وری شود. یکی از مهمترین فواید این مرحله از دوبت الکترونیک، عبارت از اصلاح بوروکراسی های پیچیده و کارگر کنونی است. دولتها می توانند کارمندان و کارگران کمتری استخدام کنند و با اتوماتیک کردن و روان کردن رویهها و فرایندها، به ویژه در زمینه هایی نظیر مالیات بندی و مالیات گیری، اعطای مجوزها و غیره، دولتها می توانند فساد و رشوه گیری را تا حد زیادی ریشه کن کنند، در آمدها را بهبود بخشند و در عین حال اعتماد عمومی را به دولت افزایش دهند (آفیس ۴، ۲۰۰۳: ۶).

مفهوم روابط عمومی و بررسی روابط عمومی الکترونیک

روابط عمومی فعالیتی است ممتد، مداوم و طرح ریزی شده که از طریق آن، افراد و سازمانها می کوشند تا تفاهم و پشتیبانی کسانی را که با آنها سر و کار دارند به دست آورند و در حقیقت بخشی از مدیریت است و در اغلب موارد نقش مغز متفکر، قلب تپنده، دست اجراء، پای پیشرفت، گوش شنوا، چشم بینا و زبان گویای سازمان مدیریت آن را ایفا میکند. فعالیتی که روابط عمومی انجام می دهد در یک کلمه «ارتباط» از دیدگاه نظری «علم» از جنبه عملی و اجرای خود «فن» و از جنبه خلاقانه و زیبایی شناختی «هنر» است و آیینه تمام نمای سازمان و جایگاه دریافت و انتقال اطلاعات است. روابط عمومی در حقیق شبکه هوشیار، بانک اطلاعات، مغز متفکر سازمان و پل ارتباطی آن با افکار عمومی و مخاطبان خاص و عام و با نگرشها و تمایلات و عادات و سلايق متفاوت است و باید خصلتهایی چون قانون مداری، نظم، شجاعت، ابراز عقیده، تحمل شنیدن آرای مخالفان، احترام به حقوق فردی و اجتماعی دیگران و صداقت رشد و توسعه نماید. روابط عمومی اعمال فلسفه، فلسفه اجتماعی، مشاور و کارکرد ارتباطی مدیریت است که، از این جهت یکی از اصلی ترین ارکان برای پایه گذاری یک روابط عمومی کارآمد و مسئولیت پذیر در دستگاه این است که زیر نظر بالاترین مقام دستگاه و سازمان انجام وظیفه نماید. بی تردید، هر نگرشی گویای اهداف و شیوه هایی است که نحوه رسیدن به آنها را مشخص می

کند. بررسی نگرش‌های عمده به روابط عمومی مشخص کرد که شامل مسیر و هدف هستند.

روابط عمومی الکترونیک، روش به کار گرفتن فن آوری جدید ارتباطی و رسانه های نوین اطلاع رسانی برای ارایه خدمات منطقه بر خواسته‌ها و نیازهای مخاطبان به طور لحظه ای به منظور تحقق بخشیدن به هدف های روابط عمومی است. راه اندازی روابط عمومی الکترونیک رسیدن به زمانی است که بتوان تمام خدمات یک سازمان را به طور شبانه روزی و بدون نیاز مراجعه فیزیکی مخاطبان آن سازمان و تنها با اتصال به پایگاه های الکترونیکی آن نهاد انجام داد. روابط عمومی نقش مهم و برجسته ای در برخورد با مخاطبان سازمان دارد و بهلت حجم فراوان و ارتباط آن با تعداد بسیاری از مخاطبان که درخواست اطلاعات می کنند، می توانند روش مناسبی در اختیار مدیران سازمان و حتی وب سایت اینترنتی سازمان قرار دهد. هم چنین از این طریق مردم می توانند، نظر خود را راحت تر و سریع تر به مسئولان سازمان برسانند. سرعت اطلاع رسانی اصلی ترین عاملی است که روابط عمومی الکترونیک را به روابط عمومی سنتی تحمیل می کند. از مزایای روابط عمومی های الکترونیک، کاهش هزینه های غیر ضروری در انتقال اطلاعات و کمک به حذف هزینه های اضافی است. (رنجبری، ۱۳۸۰: ۱۲)

دکتر یورگن مارلو در این باره معتقد است: در فرم سنتی روابط عمومی، انتقال اطلاعات به طور ناقص و با هدر دادن هزینه ها صورت می گیرد... روزنامه نگاران می گویند: روابط عمومی ها به صورت مجموعه هایی که گویی به رسمیت نشاخته نشده اند، با ناچیز شمردن وقت و سرمایه سازمان و مراجعه کنندگان اداره می شوند... به مدد این پدیده، استفاده از کاغذ تا حد بسیار زیادی کاهش می یابد. طراحی و تهیه بروشورها، گزارش های آماری، نشریات درون سازمانی را می توان از طریق نشر الکترونیک و با استفاده از اینترنت منتشر کرده و به هنگام لزوم در آن تغییراتی داد و هر لحظه اطلاعات آن را به روز کرد، که این کار در کوتاه ترین زمان و با کمترین هزینه انجام می شود؛ به عبارت دیگر می توان هزینه چاپ، طراحی کاغذ و... را با الکترونیکی کردن روابط عمومی کاهش و حتی محیط زیست را از معضل آلودگی نجات داد. دکتر مارلو به تفسیر روابط عمومی الکترونیک و تأثیر فن آوری نو در این حرفه پرداخته است که در ادامه به برخی از نظرات وی اشاره می گردد:

- رسانه الکترونیک، مفهوم رایج بازاریابی را منسوخ و نوع جدیدی از ارزیابی را دنبال می کند.
- روابط عمومی به گونه ای فزاینده در حال گسترش است. (بوتان، هزلتون، ۱۳۷۸: ۳۴)
- نیاز به اطلاعیه های مطبوعاتی ویدیویی در آینده فزونی خواهد یافت.
- روند شکل گیری رسانه های تعاملی در آینده تقویت خواهد شد.
- استفاده از کاغذ با دیجیتالی شدن جهان ارتباطات به حداقل خواهد رسید.
- روزنامه ها و مجلات به طور فزاینده ای به شرایط جهان الکترونیک خوی خواهد گرفت.
- به موازات افزایش تعداد روزنامه نگارانی که از سرویس های در دسترس استفاده می کنند، نیاز مستقیم به
- تخصص مدیریت روابط عمومی به عنوان یک ضربه گیر اطلاعاتی بین سازمان و روزنامه نگاران متحول خواهد شد.
- با رشد شکل گیری مؤسسات مشاور روابط عمومی، اهمیت بخش های رسمی روابط عمومی (سازمانی) از میان خواهد رفت.
- کارکنان روابط عمومی آینده با کارکنان روابط عمومی های امروز متفاوت خواهند بود.
- روابط عمومی همواره یک شغل بوده و خواهد بود. (مؤمنی نور آبادی، ۱۳۸۱: ۱۸۳ - ۱۸۴)

روابط عمومی الکترونیک و فرصت های تحقق پذیر

تأکید بر فن آوری اطلاعات، ابزاری برای رفع نیازهای مخاطبان و ارائه خدمات با کیفیت برتر است. لذا فن آوری اطلاعاتی به عنوان ابزار مدیریتی روابط عمومی می تواند مفید واقع شود، بنابراین در صورت تقویت مدیریت اطلاعات، امکان تغییر در نحوه ارائه خدمات از روش های سنی به روش های مدرن جدید مقدور خواهد بود و کانال های ارتباطی جدید جایگزین شکل های سنتی می شود. همچنین زیر ساختارهای فن آوری اطلاعات برای تغییر فرایندهای ارتباطی و اطلاع رسانی و اجرای آنها با استفاده از سیستم های شبکه های دیجیتالی در خدمات رسانی سازمان مفید واقع می شود.

استامولین چهار پیشنهاد ذیل را برای غنی سازی مدیریت اطلاعات برای روابط عمومی و دولت دیجیتالی ارائه میدهد:

- ارائه خدمات به مخاطبان و ذی نفعها از طریق کانل های الکترونیکی و دیجیتالی؛
- مدیریت ذخیره اطلاعات دولتی در راستای حداکثر کردن کیفیت خدمات (ارتباطی، اطلاع رسانی، مشاوره و...) و اثر بخشی منابع.

- حمایت مؤثر از رسالت روابط عمومی در خدمات شهری و مؤثر کردن نقش سازمان با استفاده از سیستم های اطلاعاتی

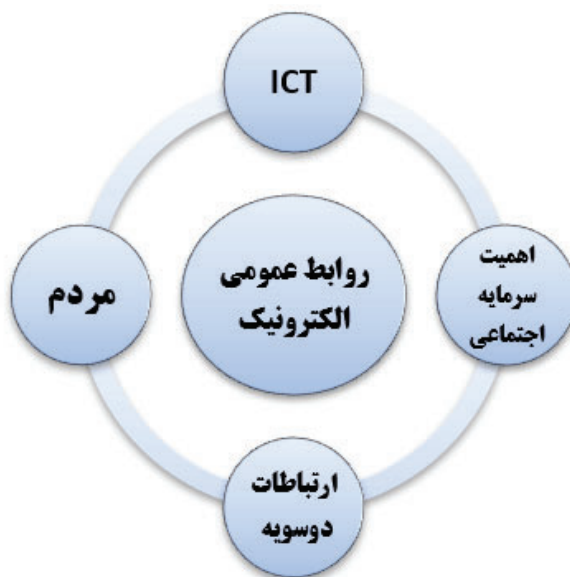
- مدیریت فرایندهای سیستم اطلاعاتی دولتی و خصوصی؛ درخواست مخاطبان برای دریافت اطلاعات و خدمات مناسب و بهتر، زمینه های برای رشد فراهم می نماید، در اینحالت مدیران روابط عمومی استانداردهای جدید ارتباطی را از مراکز مختلف دریافت و با استفاده از فن آوری، آنها را در بخش های مختلف به کار می گیرند.

تحقیقات نشان می دهد که دو عامل: تأکید بر مخاطبان و فن آوری، رابطه سازمان با سازمانها و افراد را در بلندمدت بهبود می بخشد. برای اینکه مخاطبان بتوانند از خدمات بر خط روابط عمومی ها استفاده نمایند پیشنهادهای زیر مفید به نظر می رسد:

- بخش اطلاعات: سازمان و روابط عمومی آنها می باید از فن آوری هایی استفاده نمایند که دسترسی هر چه بیشتر به اطلاعات و فن آوری برای مخاطبان و مشتریان را فراهم نمایند.
- رابطه دو طرفه رسمی: مؤسسات دولتی و روابط عمومی های آنها از فن آوری هایی استفاده کنند که رابطه دوطرفه، مثل امضای الکترونیکی در وب سایت های اختصاصی پاسخگویی امکان پذیر شود. (رنجبری، ۱۳۸۰: ۱۲)
- نمایش چند هدفه: روابط عمومیها صفحات اینترنتی را می باید به گونه ای طراحی کنند که مخاطبان و مشتریان و سازمانها از یک نقطه تماس با سازمان مربوطه ارتباط پیدا نمایند.
- آزاد گذاشتن ورودی اینترنت: وب سایت های اینترنتی روابط عمومی می باید به گونه ای طراحی شوند که مخاطبان و کاربران قادر باشند بر اساس خواست خودشان و مجاری ورودی متعدد استفاده نمایند.
- دسته بندی خدمات عمومی ارتباطی و اطلاع رسانی: اصلاح واقعی ساختار امروزه کار دشواری است، کاربران وقتی که خدمات ارتباطی و اطلاع رسانی خاصی را به

صورت بسته های گوناگون از مجاری مختلف دریافت می نمایند در ذهنشان ابهام ایجاد می شود. بنابراین بهتر است خدمات قابل ارائه از طریق یک کانال خاص با مجاری ورودی خاص با سرعت بیشتر ارائه شود.

- یکپارچگی کامل اصلاح ساختارها: روابط عمومی الکترونیکی می تواند دایره المعارف یکپارچه ای از اطلاعات و داده های سازمان باشد تا هر فرد با سلیقه خودش بتواند از آن استفاده کند. (متفکر، ۱۳۸۲: ۱۹)



شکل ۱: مدل روابط عمومی الکترونیکی

راههای تحقق روابط عمومی الکترونیک

فناوری های نوین ارتباطی زندگی انسانها را دگرگون ساخته است و با فراگیر شدن آنها ابعاد مختلف زندگی جوامع انسانی تغییراتی شگرف خواهد داشت. به تبع این تغییرات صحبت از جامعه اطلاعاتی است، جامعه ای که زندگی در آن مبتنی و وابسته به فناوری های ارتباطی نوین از قبیل اینترنت است. لذا تمامی سازمانها و دولتها در تلاشند تا خود را برای حضور مؤثر در جامعه اطلاعاتی مهیا سازند. از این رو باید شرایطی را فراهم ساخت تا روابط عمومی ها نیز نسبت به ایجاد تغییرات لازم در خود اقدامات لازم را انجام دهند. به منظور پیاده سازی و ایجاد ساختارهای لازم برای تحقق روابط عمومی الکترونیک، باید نکات ذیل را در نظر گرفت.

رهبری سازمان که در رأس هرم سازمانی قرار دارد می تواند با اندیشیدن تدابیر لازم و حمایت از طرح های پیشنهادی، روابط عمومی ها را برای رسیدن به اهداف خود یاری رساند.

- ایجاد بینش سازمانی در بین مدیران در خصوص ضرورت جهت گیری فعالیتها و برنامه های روابط عمومی به این سمت و سوی.

- تعهد به تأمین منابع و امکانات مورد نیاز روابط عمومیها از سوی مسئولان.

- حمایت واقعی از تغییر روابط عمومی از سنتی به الکترونیکی.

- اجرای سریع تغییرات مورد نظر.

- طراحی استراتژیک جهت تحولات آتی.

- آمادگی بافت سازمانی برای این تحولات و ایجاد امید به عدم خطر افتادن آنها، گذر از عصر صنعتی ملی به عصرالکترونیکی جهانی مستلزم این است که غیر از متخصصان فنی، دیگران نیز بتوانند به تحولات مدیریت جدید و مهارت های ارتباطات و رهبری کمک کنند. از این رو مهمترین نقش رهبران و مسئولان روابط عمومی ها، تبیین تأثیر فناوری های جدید بر نهاد و سازمان هاست. رهبران سازمانها نه تنها باید واقعیت فناوری جدید را درک کنند و آگاهی مناسبی از آن داشته باشند، بلکه محدودیت های خود را بشناسند. فناوری های جدید این امکان را فراهم می نماید که کارکنان روابط عمومی در هر جایی که هستند بر اساس زمان خود کار کنند. (باقریان، ۱۳۸۰: ۳۴).

روابط عمومی کارآمد و فن آوری های جدید اطلاعاتی و ارتباطی

توجه و اهتمام یک روابط عمومی کارآمد برای دستیابی به آخرین فناوریها و شیوه های اطلاعاتی و ارتباطی برای افزایش سطح کمی و کیفی فعالیتها یک اقدام اساسی است. روابط عمومی کارآمد برای آنکه بتواند همگام با مخاطبان سازمان حرکت و نوآوری و فعالیت داشته باشد، ملزم به تجهیز شدن به آخرین یافتهها و روش های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و نیز زبان روز مخاطبان است. در این میان تکنولوژی به شدت بر روابط عمومی تأثیر گذارده است. برای مثال، امروزه واژه پردازی رایانه ای، پخش ماهواره ای، گرافیک رایانه ای، پردازش آنی اطلاعات و همایش از راه دور ابعاد تازه ای به فراگرد ارتباطات افزوده اند. اگرچه رایانهها به کنش متقابل ارتباطی کمک می کنند، اما برای این که متخصصان روابط عمومی درباره کمک های بالقوه

این نوآوری الکترونیک به روابط عمومی بصیرت پیدا کنند، جهت یابی تازه ای لازم است. ضرورت دارد که متخصصان روابط عمومی با این تکنولوژی جدید آشنا شوند، آن را به کار گیرند و از قابلیت های آن شناختی به دست آورند تا به مشارکت کنندگان مؤثری در فراگیر تصمیم گیری سازمان های بین المللی تبدیل گردند. امروزه در سایه فناوری های جدید، روابط عمومی، قانونی بین المللی پیدا کرده است. تکنولوژی، امکانات ارتباطی جدیدی را به روی آن گشوده و کارشناس حرفه ای روابط عمومی مدام با تضادهای عمده ای درگیر است که حداقل بخشی از این پیشرفتهای و تحولات در روابط عمومی مرهون نیروهای اجتماعی و پیشرفت تکنولوژیک است. (بوتان، هزلتون، ۱۳۷۸: ۱۲۱).

ضرورت اطلاعات در دنیای امروز به ما کمک می کند که روابط عمومی نوین را به یک روابط عمومی اطلاع مدار مبدل سازیم. روابط عمومی در عصر اطلاعات موظف به همگونی و همسانی با فرایند اطلاعات در جهت نو شدن است، با ایجاد و گسترش زیر ساخت های ارتباطی، ایجاد شبکه های اطلاعاتی و جذب نیروهای متخصص و آموزش نیروها، این امکان فراهم می شود که نظام نوینی پدید آید. روش های گردآوری اطلاعات، چگونگی مبادله اطلاعات، مدیریت اطلاعات، نظام تولید و توزیع اطلاعات، ساماندهی اطلاعات و ایجاد شبکه اطلاع رسانی از ضرورت هایی است که کارشناسان روابط عمومی باید از آن آگاهی یابد. شبکه های اطلاعاتی امروزه آن قدر اهمیت یافته اند که اینترنت را میان بری به جهان اول، از جهان سوم نامیده اند، در چنین دنیایی هیچ سیستمی نمی تواند بدون اطلاعات، مسیر مطلوب خود را طی کند و به هدف برسد (یحیایی ایله ای، ۱۳۷۷: ۶).

بنابراین روابط عمومی امروز در گستره ای از تکنولوژیها و روش های جدید اطلاعاتی و ارتباطی قرار گرفته است که آشنایی با این تکنولوژیها و روش های نوین، افق های جدیدی را برای توسعه فعالیتها و برنامه های اطلاعاتی آن می گشاید تا بتواند با بهره گیری از آنها سریعتر و مؤثرتر با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده و در زمان کمتری اطلاعات و پیامها را به آنان رسانده و در اسرع وقت بازخوردهای آن را از مخاطب دریافت کند و یک فرایند ارتباطی دو سویه اثربخش بین سازمان و مخاطب را در حداقل زمان ممکن مهیا سازد. بدون تردید طراحی و اجرای موفق چنین فرایندی تنها از طریق تکنولوژی های نوین ارتباطی و اطلاعاتی میسر خواهد بود. (سید محسنی، ۱۳۸۰: ۷۱-۷۲).

راهکارهایی جهت بهبود روابط عمومی الکترونیک

اکنون که با مجموعه ای از چالش های زایید فناوری اینترنت در دنیای روابط عمومی آشنا شدیم، فرصت مناسبی است تا از راهکارهایی که می تواند موجب مواجهه بهتر با این چالشها شود، مطلع شویم و این امر خود می تواند موجب افزایش بهره وری و کارایی روابط عمومی سازمان و در نهایت ارتباط ماسبتر بی سازمان و مخاطبان آن گردد.

این راهکارها به شرح زیر می باشند:

- آشنایی با امکانات اینترنت برای اطلاع رسانی و اطلاع یابی در روابط عمومی یک سازمان نیازمند آموزش مداوم کارکنان مجموعه است. لازم است که این افراد حداقل با مفاهیم پایه ویندوز، اینترنت، پست الکترونیک، مرورگر وب، گفتگوی اینترنتی، موتورهای جستجو، فهرست های اینترنتی، وب لاگ و وب لاگ نویسی، گروه های خبری و امنیت اطلاعات در شبکه آشنایی داشته باشند و مهارت بکارگیری از آنها را نیز کسب نمایند.

- اطلاع رسانی به وسیله اینترنت علاوه بر دسترسی به اطلاعات مناسب، نیازمند بهره گیری از فناوریهای نوینی است که بهره گیری از آنها نیازمند طی دوره های تخصصی کامپیوتر است. بالاترین بهره وری زمانی به دست خواهد آمد که بخش تهیه اطلاعات و به روزرسانی آن به کارکنان روابط عمومی واگذار گردد و تیم فنی، عهده دار مسائل کامپیوتری نظیر طراحی وب سایت، نگهداری سرویس دهنده وب، افزایش کیفیت خدمات شبکه و امنیت آن باشد.

- از آنجایی که دسترسی آسان و سریع کاربران به وب سایت سازمان موجب بهبود اطلاع رسانی می شود، بهتر است نام مناسبی برای حوزه سازمان مربوط انتخاب گردد. بسیاری نام حوزه خود را با پسوند (Com) که به معنی شرکت خصوصی ثبت شده در آمریکا است، ثبت کرده اند. این عمل نه تنها موجب کاهش اعتبار اطلاعات وب سایت نزد مخاطب می شود، بلکه نمایانگر وابستگی این سازمانها به مؤسسات آمریکایی نیز می باشد؛ در حالی که روش صحیح آن است که سازمان ها، نهادها و وزارتخانه های وابسته به نظام جمهوری اسلامی ایران نام خود را با پسوند ir.gov یا ir.go، دانشگاه ها با پسوند ir.ac و NGO های ایرانی خود را با پسوند ir.Or یا ir.Org ثبت نمایند (رنجبری، ۱۳۸۰: ۱۲).

- با توجه به گستردگی مکانی اینترنت و تنوع مخاطب از نظر زبانی و نوع نیاز، مسئولان تهیه اطلاعات در روابط عمومیها باید مطالب مفید را به زبان مناسب تهیه کنند. طی بررسی ای که از سایت های دولتی انجام گرفته است، اطلاعات آنها اغلب به صورت ناقص و بدون در نظر گرفتن نیاز مراجعه کنندگان تهیه شده بود، از سوی دیگر در حالتی که بخش قابل ملاحظه ای از مخاطبان این سایتها افراد خارجی بودند محتوای آنها تنها به زبان فارسی ارائه شده و گاه برعکس هیچ گونه اطلاعاتی به زبان فارسی نداشتند.

- چنانچه زبان ارائه اطلاعات به زبان فارسی باشد باید به هنگام طراحی سایت از کد استاندارد فارسی در کامپیوتر استفاده کرد. این امر موجب می شود اولاً کاربران برای مشاهده صفحات، هیچ گونه تنظیم خاصی در کامپیوتر خود انجام ندهند (بویژه آنکه برای مبتدیان کار پیچیده ای است) ثانیاً امکان جستجوی محتویات وب سایت را در موتورها و فهرست های جستجو فراهم سازد.

- از آنجایی که بیشتر کاربران اینترنت برای یافتن وب سایت یک سازمان از موتورهای جستجو، نظیر گوگل بهره میگیرند، روابط عمومی ها باید با انتخاب کلمات توصیفی مناسب نسبت به معرفی وب سایت سازمان خویش به موتورهای جستجو مهم نظیر اسک، گوگل، آلتاویستا⁵ و فهرست های جستجو نظیر یاهو، ابوت و دموز⁶ اقدام کنند. با وجود اینکه این کار بدون هزینه و در زمان کوتاهی انجام پذیر است، بسیاری از وب سایت های ایرانی از این امکان بی بهره مانده اند.

- یکی از ویژگی های رسانه های اینترنتی سرعت دسترسی به اطلاعات است، به همین سبب باید اطلاعات موجود در سایت را به سرعت روزآمد کرد. بدون شک این امر نیازمند همکاری کارآمد میان تیم روابط عمومی برای تهیه اطلاعات جدید و از سوی دیگر تیم فنی برای قراردادن این اطلاعات بر روی وب سایت است.

- کاربران انتظار دارند پس از صرف زمان و یافتن وب سایت سازمان مورد نظر خویش، صفحات وب سایت مزبور را مشاهده کنند، با این وجود سایت اینترنتی بعضی از سازمان هایی که بعضاً از طریق صدا و سیما به معرفی وب سایت خویش می پردازند، در دسترس نمی باشد. چنین امری به مثابه آن است که بعد از معرفی

⁵ Ask، Google، Altavista

⁶ Yahoo، About، Dmoz

تلفن روابط عمومی سازمان خویش از طریق جراید، هیچ یک از کارکنان به تماس های گرفته شده پاسخ ندهند. وب سایت مرده، روابط عمومی اینترنتی مرده است. - و سرانجام باید به خاطر داشت علی رغم اینکه اینترنت افق های جدیدی را در روابط عمومی و تقابل بین سازمان ها و مخاطبان آنها گشوده است، اما هنوز بسیاری از مخاطبان فقط توانایی استفاده از تلفن، نامه و یا مراجعه حضوری را دارند.

و ظایف کلی روابط عمومی در دولت الکترونیک

در سازمان های مختلف روابط عمومی ها وظایف متنوعی را بر عهده دارند که تفاوتی با روابط عمومی در دولت الکترونیک ندارد، لیکن با توجه به امکاناتی که ارتباطات و فناوری اطلاعات در اختیار جامعه، دستگاه های دولتی و ادارات روابط عمومی می گذارد، ساز و کار، اهداف و روش های عملیاتی متفاوت می شود.

به طور کلی می توان ۹ نقش عمده ذیل را برای آنها قایل شد:

۱- اطلاع رسانی عمومی در مورد اهداف، برنامه ها، اقدامات و عملکرد سازمان
الف- جمع آوری و تمرکز اطلاعات و اخبار مربوط به فعالیتها با هدف اطلاع رسانی به شیوه های مختلف از طریق:

- شرکت در جلسات مهم داخلی و خارجی
- ارتباط مستمر با مسئولان
- دریافت گزارش فعالیت ها، طرح ها و برنامه های واحدهای مختلف
- جمع آوری هرگونه اخبار و اطلاعات مورد نیاز به روش های تلفنی، شفاهی، مکاتبه ای
- ارتباط مستقیم با جراید، خبرگزاریها و رسانه ها
- ب- انعکاس فعالیتها، برنامهها و طرح های سازمان به مردم، دولت، نهادها و سازمان های داخل و خارج از کشور از طریق:
- انتشار نشریه های ادواری و غیر ادواری
- تهیه عکس، اسلاید، فیلم، تیزر تبلیغاتی، آگهی های صوتی و تصویری
- ایجاد سایت اینترنتی
- برپایی نمایشگاهها و همایش های اطلاع رسانی
- سخنگویی سازمان

- تهیه بیانیه ها و اطلاعیه های سازمان و هماهنگی انتشار آنها در رسانه ها
- ۲- پل ارتباطی سازمان با جامعه
- بررسی دیدگاهها و سنجش افکار عمومی مردم در قالب طرح های علمی و ارائه نتایج حاصل از آن به مسئولین با هدف اتخاذ تصمیم مناسب
- پیگیری انجام به موقع وعده های مسئولان سازمان به منظور انعکاس نتایج حاصل فراهم آوردن امکان ارتباط متقابل میان مردم و مسئولان سازمان از طریق ملاقات عمومی، مصاحبه با رسانه ها، برپایی سخنرانیها، ترتیب سفرها، بازدیدها و ملاقات ها.
- ۳- توسعه روابط داخلی مدیران و کارکنان
- جلب مشارکت بین کارکنان و مسئولان سازمان در واحدهای تحت پوشش استانها از طریق برقراری جلسات داخلی
- و ایجاد نظام پیشنهادها و انتقادات و انعکاس آن به مسئولان
- اجرا و ارائه خدمات و برنامه های فرهنگی، تبلیغی و هنری در قالب های گوناگون به کارکنان
- انجام فعالیتهای انتشاراتی در داخل سازمان با هدف بسط و گسترش ارتباطات داخلی بین کارکنان و مسئولین
- ۴- خدمات فرهنگی
- تهیه کتب، نشریات، نوارهای صوتی و تصویری، لوح های فشرده و نرم افزارهای رایانه ای و دیگر اطلاعات، اسناد ومدارک مورد نیاز، ایجاد کتابخانه و آرشیوی از منابع اطلاعاتی، مطبوعاتی، سمعی و بصری و رایانه ای مرجع در ارتباط با فعالیت های سازمان و امور تخصصی روابط عمومی به منظور کاربردهای ارتباطی و استفاده کارکنان سازمان
- ۵- سخنگو و نماینده سازمان در مجامع و رسانه ها
- بررسی مطالب منتشره در مطبوعات، رادیو و تلویزیون، ومجامع عمومی در ارتباط با فعالیتهای مستقیم و غیر مستقیم سازمان به منظور اطلاع رسانی، و در صورت لزوم پاسخگویی
- برقراری ارتباط با روابط عمومی سازمان های دیگر و نهادهای دولتی، حسب ضرورت از طریق به کارگیری ابزار ارتباطی مناسب

- حضور در مراکز قانون گذاری و سیاست گذاری در سطوح ملی و ارتباط با نمایندگان مردم و سیاست گذاران پیرامون وظایف و عملکرد سازمان
- ۶- تشریفات
- مشارکت و برنامه ریزی جهت برگزاری سیمینارها، کنفرانسها، نمایشگاه ها و کمیته های بازرگانی، صنعتی، تبلیغاتی، فرهنگی، هنری و فنی سازمان
- ۷- آموزش
- آموزش همگانی، روابط عمومی باید طرحها، برنامهها و دستاورد های جدید خود را به مخاطبان آموزش دهد تا شرایط استفاده عموم از خدمات سازمان فراهم شود
 - آموزش کارکنان، روابط عمومی همچنین می بایست ضمن هماهنگی با مراکز آموزشی داخل و خارج از سازمان نسبت به آموزشهای تخصصی کارکنان خود از جمله آموزش مشتری مداری اقدام نماید
- ۸- تبلیغات
- تغییر نگرشها، فرهنگ سازی و معرفی خدمات، فقط از طریق اجرای طرح های تبلیغاتی موثر امکان پذیر است
- ۹- مدیریت موثر بر روابط عمومی و ایجاد هماهنگی بین واحدهای سازمان مطالعه، بررسی، ارزیابی، برنامه ریزی و تجهیز مستمر روابط عمومی و فعالیتهای آن به منظور ارتقای کیفیت و بهینه سازی فعالیت های روابط عمومی بر اساس روش های پیشرفته و به روز با روش های زیر امکان پذیر است:
- آموزش مستمر کارکنان روابط عمومی.
 - برگزاری دوره ها یا نشست های توجیهی کوتاه مدت برای مدیران و کارکنان سازمان در زمینه روابط عمومی و ارتباطات و ارائه مشاوره و ارشاد واحدهای سازمان در این زمینه .
 - ایجاد وحدت رویه و نظارت بر حسن اجرای امور انتشاراتی ، تحقیقاتی، تبلیغاتی و ارتباطی سازمان(زارعیان، ۱۳۸۶: ۱۱۱).

مشکلات و موانع روابط عمومی الکترونیک

شاید مهمترین مانع بر سر راه تحقق روابط عمومی الکترونیک، عدم دسترسی یکسان همه شه روندان به اینترنت و نداشتن قدرت خرید در کامپیوتر و هزینه های نسبتاً سنگین اینترنت و خط تلفن است. با وجود اینکه ضریب نفوذ اینترنت و رایانه در

جهان با سرعت در حال گسترش است، ولی حتی در کشورهای پیشرفته و صنعتی نیز نمی توان گفت که همه مردم به شبکه جهانی دسترسی دارند یا برای استفاده از آن از مهارت کافی برخوردارند.

در کشورهایی نظیر ایران نیز که تا رسیدن به سطح مطلوب، به منظور دسترسی همگان به اینترنت هنوز راه زیادی در پیش است، بنابراین تا آن موقع باید امکان استفاده از راه های سنتی را برای مردم محفوظ نگه داشت. اگر چه پیش بینی می شود که با گسترش ارائه خدمات تجارت، دولت و بانکداری الکترونیک، مراکز خصوصی جدید برای مشاوره و راهنمایی مراجعه کنندگان ایجاد خواهد شد که عموم مردم بتوانند با مراجعه به این مراکز، از آنجا به پایگاه های اینترنتی دولتی متصل شده و با راهنمایی یک مشاور، امور خود را به انجام برسانند. یکی دیگر از موانع موجود برای تحقق روابط عمومی الکترونیک، مقاومت خود کارگزاران روابط عمومی است. کارکنان روابط عمومی اکنون با نسل دیجیتال مواجه اند و عدم تخصص آنها به فن کار با رایانه، آشنایی نداشتن با اینترنت و مهمتر از همه عدم تسلط به یک زبان خارجی از مهمترین دلایل مقاومت آنها محسوب می شود. همچنین آنها فکر می کنند روزی کار خود را با فراگیر شدن دنیای دیجیتالی در روابط عمومیها از دست خواهند داد. برای حل این مسأله، اکنون در روابط عمومی های دنیا این تصمیم اعمال می شود که هیچ کارمندی حذف نخواهد شد، ولی کارمندان جدیدی نیز به سیستم اضافه نمی شود. بدین ترتیب فرصت کافی برای آموزش و هماهنگ ساختن نیروها با شرایط و امکانات جدید فراهم می شود و هم مقاومت منفی کارکنان از بین می رود و هم با بازنشسته شدن کارمندان قدیمی تر، اندک اندک بدنه ادارات مختلف سازمانها از جمله روابط عمومی کوچکتر و لاغرتر می شود. اما در کشورهایی نظیر ایران، مانع بزرگتری در راه ایجاد و فراگیری خدمات الکترونیکی وجود دارد که بطور خلاصه آن را «زیرساختهای مخابراتی» می توان نامید. ایجاد شبکه های مطمئن و پر ظرفیت ارتباطی و مخابراتی در سراسر کشور، شرط لازم تحقق دولت و تجارت الکترونیکی است؛ ضمن اینکه هزینه های مترتب بر اینترنت باید تا حدی کاهش یابد تا قابلیت استفاده برای اقشار متوسط رو به پایین نیز فراهم شود. (باقریان، ۱۳۸۰: ۵-۶)

گفتنی است نتایج یک پژوهش که در سال ۱۳۸۳ با موضوع بررسی میزان تحقق روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه های دولتی شهر تهران توسط اینجانب انجام گرفته است نشان داد که مهمترین عامل در عدم بهره گیری از اینترنت در دانشگاه های مطالعه

شده، به ترتیب به نوع تخصص مدیران روابط عمومی، فقدان دانش یا سواد رسانه ای و سطح تحصیلات مرتبط می باشد.

عوامل کلیدی موفقیت در دولت الکترونیک

نقش روابط عمومی به منظور تحقق دولت الکترونیک و بهره مندی از منافع آن عوامل کلیدی بر سر راه نیل به این هدف وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرند و برای رفع آنها برنامه ریزیهای لازم صورت گیرد. در ادامه به برخی از مهمترین عوامل کلیدی موفقیت دولت الکترونیک که روابط عمومی در تحقق آن نقش غیر قابل انکاری دارد، اشاره شده است.

۱- آموزش

با توجه به اینکه تمامی شهروندان به عنوان مخاطبین دولت الکترونیک محسوب می شوند، توانایی آنها در استفاده از خدمات الکترونیکی باید مورد ملاحظه قرار گیرد و جهت ارتقا سطح توانایی های افراد به سطح مطلوب، برنامه های آموزشی تدوین و اجرا گردند. این برنامه ها باید شهروندان و همه ی کارمندان دولت را تحت پوشش قرار دهد.

کارمندان به عنوان گردانندگان دولت الکترونیک و شهروندان به عنوان آحاد افراد جامعه باید با سخت افزار و نرم افزار و ابزارهای موجود آشنا شوند، مزایای آن را بدانند و در مقابل تغییر مقاومت نکنند. در غیر این صورت ایجاد دولت الکترونیک بیهوده و تحقق اهداف آن بی تاثیر خواهد بود. با توجه به تعریف و نقش روابط عمومی در جامعه، این امر به عهده روابط عمومی هاست و حجم اطلاعات در گردش ایجاب می کند این واحد با استفاده از ابزارهایی که ارتباطات و فناوری اطلاعات در اختیار او قرار داده است نقش خود را به نحو مطلوب ایفا کند. بدین منظور، راه اندازی وب سایت اطلاع رسانی سازمان، انتشار کارکردها، مزایا و روش های بهره مندی از خدمات دولت الکترونیک از طریق سایت های اطلاع رسانی و تهیه بروشورهای الکترونیکی از جمله اقدامات روابط عمومی الکترونیک در تحقق دولت الکترونیکی است.

۲- دسترسی به اینترنت و شکاف دیجیتالی

با ورود به عصر دیجیتالی، دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) از اواخر قرن بیستم به سرعت گسترش یافت (شورت و کوهن^۷، ۲۰۰۹). این پیشرفت در دسترسی

⁷ Short & Bohn

به فناوریهای دیجیتالی، به ایجاد شکاف در سطوح مختلف فردی، ملی و بین المللی منجر شد و فاصله میان ثروتمندان اطلاعاتی و فقیران اطلاعاتی را در گذر زمان عمیق تر کرد که خود، باعث منتفع نشدن بخشهایی از جهان از مزایای اینگونه فناوریها شده است (اسکندرانی^۸، ۲۰۰۸). به عبارتی، گسترش استفاده از فاوا در جهان فقط پیامدهای مثبت ندارد و نتایج آن در همه کشورها یکسان نبوده است، زیرا رشد و گسترش جهانی فاوا به معنای دسترسی و کاربرد برابر برای عموم افراد نیست. این مشکل، مسئله شکاف دیجیتالی داشت که به دلیل دسترسی نابرابر مردم به فاوا رخ میدهد و به محروم ماندن آنها از فرصت های مختلف اقتصادی و اجتماعی مانند تحصیلات، کسب درآمد و اشتغال منجر میشود (نگوین^۹، ۲۰۱۲؛ سیکیریلو^{۱۰} و همکاران، ۲۰۱۵).

بحث در خصوص نحوه کاهش شکاف دیجیتالی و مدیریت این مسئله، از دهه ۱۹۹۰ با ظهور اینترنت، توجه گستردهای را به خود جلب کرده و سیاستگذاران به عنوان یکی از مسائل مهم فنی و اجتماعی رایج در کشورها به آن توجه کردهاند، زیرا یک جامعه سالم در صورتی میتواند برای مردم رفاه عادلانه فراهم کند که افزون بر منابع اقتصادی، منابع اطلاعاتی را نیز بهطور یکسان در اختیار همگان قرار دهد (شنگلین^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۷).

با توجه به اینکه یکی از شاخص های تحقق دولت الکترونیک دسترسی به اینترنت است و یکی از مهمترین و ابتدایی ترین اقدامات در کنار توسعه زیرساخت، بالا بردن فرهنگ عمومی جامعه در استفاده از اینترنت می باشد که این امر می تواند توسط روابط عمومیها محقق شود. در سال های نخست ورود این و سیله ارتباطی و این شاخص جامعه اطلاعاتی به ایران، متاسفانه با کارکرد ضعیف رسانه ها و روابط عمومیها، تصویری غلط و ضعیف از اینترنت ارائه شد به نحوی که تا مدتها ترس از اینترنت، جامعه ایرانی را از مزایای آن محروم ساخت. اما اکنون که بیش از هر زمان دیگر کارکردهای مثبت ICT و اینترنت به همگان ثابت شده است، وظیفه دشواری بر عهده روابط عمومی هاست که با استفاده از اینترنت به عنوان یک رسانه عمومی، فرهنگ استفاده از آن را نیز عمومیت بخشند.

⁸ Iskandarani

⁹ Nguyen

¹⁰ Cicchirillo

¹¹ Shenglin

۳- امنیت و حریم شخصی

یکی از نگرانی‌های اساسی که در مورد اینترنتو فضای سایبر وجود دارد، امنیت و حفظ حریم شخصی افراد است. همانطور که افراد جامعه در مورد افشای اطلاعات کارت اعتباری خود هنگام معاملات تجاری نگران هستند، از دسترسی دیگران به اطلاعات شخصیشان ضمن فرایندهای دولت الکترونیک نیز هراس دارند. طبق نظرسنجی‌های صورت گرفته دو سوم آمریکا در مورد تجاوز به حریم شخصیشان نگران هستند. بنابراین توسعه دولت الکترونیک بدون پیش بینی ملاحظات ویژه امنیتی با مشکل روبرو خواهد بود. اما مشکلتر از آن جلب اعتماد و اطمینان مردم به شبکه‌های الکترونیکی است. روابط عمومیها وظیفه دشوار اعتماد سازی را به عهده دارند. آنها باید وظیفه پل ارتباطی با جامعه را جدی گرفته و با اطلاع رسانی دقیق از طریق ابزارهای الکترونیکی به مردم اطمینان دهند که توسعه الکترونیک علاوه بر مزایای متعدد آن، مثل سرعت، صرفه جویی و وقت، از امنیت بالایی نیز برخوردار است. (زارعیان، ۱۳۸۶: ۱۱۷).

جمع بندی و نتیجه گیری

یکی از مهمترین ملزومات برقراری دولت الکترونیک و بهره گیری فراگیر از اینترنت در نهادهای دولتی، وجود شبکه گسترده با سرعت و پایایی مناسب و امنیت قابل قبول است، از آنجایی که شبکه‌های مخابراتی علی رغم تکمیل شبکه فیبر نوری توانایی سرویس دهی مناسب را حتی برای کاربران کنونی اینترنت ندارند، انتظار می رود که کارگزاران و برنامه ریزان بلندپایه کشور این مهم را در اولویت برنامه‌های خود قرار دهند. علاوه بر تأمین نرم افزار و سخت افزار مورد نیاز برای اجرای دولت الکترونیک، لازم است که تجهیزات مورد نیاز به منظور تأمین و بازآموزی نیروهای شاغل مستعد در سازمان‌های دولتی اندیشیده شود. به منظور کاهش فاصله دیجیتالی و فراهم شدن امکان برابر استفاده از خدمات فن آوری اطلاعات برای همه اقشار جامعه، می باید برنامه ریزی و بستر سازی مناسب انجام گیرد. یکی از مهمترین اقداماتی که باید برای تحقق دولت الکترونیک و بدنبال آن روابط عمومی الکترونیک صورت گیرد، ایجاد ذهنیت و احساس مسئولیت در میان اندر کاران اصلی کشور و کارگزاران نهادهای دولتی و روابط عمومی هاست که متأسفانه به این مهم، متناسب با روند پرشتاب تحولات ارتباطی توجه شایسته ای ن شده است روابط

عمومی الکترونیک، گام اول است در جهت ایجاد سازمان الکترونیک و درنهایت دولت الکترونیک. روابط عمومی با توجه به ماهیت اطلاعاتی خود، جایگاه مناسبی است برای استفاده از تکنیک ها، ابزارها و روشهای فنآوری اطلاعات و ارتباطات که متأسفانه امروزه کمتر از آن بهره مناسب می برد. دلیل آن به مهجور بودن روابط عمومی در سازمانها (عدم مهم شمردن آن به اندازه کافی)، عدم دانش مدیران و کارمندان روابط عمومیها و یا بخش نامه ای بودن فعالیت هاست .

روابط عمومی دیجیتالی حاصل تغییرات فنی و تکنولوژیک بخصوص فن آوری اطلاعات از یک طرف و انطباق سازمانی دیگر با تغییرات عصر اطلاعات و دیجیتال از یک طرف و پیش بینی آینده محیط مجازی و واقعیت های مجازی از طرف دیگر است. در صورت پذیرش تفکر مدیریت استراتژیک در حوزه روابط عمومی و ارتباطات فلسفه روابط عمومی دیجیتالی و الکترونیکی به راحتی برای مسئولان و کارکنان قابل هضم و ترسیم خواهد شد. بهره گیری از تکنولوژی اطلاعات فرایند پیچیده ای است که بسیاری از عوامل فنی و غیر فنی را که برخی به محیط و برخی دیگر به خود تکنولوژی مربوط می شوند را در بر می گیرد. بنابراین می توان گفت که عامل زیر ساختی متفاوتی نظیر عوامل فنی، مدیریتی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و بالاخره دولتی بطور قطع بهره گیری از تکنولوژی اطلاعات را در سازمانها تحت تأثیر قرار خواهند داد. میزان موفقیت در بهره گیری از تکنولوژی های نوین ارتباطی همچون فناوری اینترنت به میزان توافق بین این متغیرها بستگی دارد، اگر چه هر کدام از این عوامل شش گانه مشخصات خاص خود را دارند، ولی اساساً حلقه ای یک زنجیر هستند و بستر را برای طراحی، نگاه داری و بهره گیری موفقیت آمیز تکنولوژی اطلاعات هموار می کنند. اتصال و بهره گیری روابط عمومیها به عنوان پایگاه های اطلاعاتی و اطلاع رسانی در سازمان ها به امکانات اینترنتی و الکترونیکی یک الزام مأموریتی است که باید در راستای همگامی با تکنولوژی های نوین این همسانی و همراهی صورت پذیرد. در این بین روابط عمومی مؤثر باید با جهش فناوری پیش رود تا جایگاه خود را از دست ندهد و یکی از راه های رسیدن به این امر مجهز شدن روابط عمومی به فناوری الکترونیک است . براین اساس روابط عمومی الکترونیک نه یک انتخاب بلکه یک الزامی است. با توجه به ویژگی های روابط عمومی الکترونیک، توسعه دولت الکترونیک در بخش های مختلف فقط با کمک روابط عمومی

الکترونیک امکان پذیر است زیرا در دولت الکترونیکی رمز و راز زندگی هم برای شهروندان تغییر یافته و رنگ شهروند الکترونیک را به خود گرفته است

منابع

- بوتان، کارل، هزلتون، وینست (۱۳۷۸) نظریه های روابط عمومی، ترجمه علیرضا دهقان، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه، تهران
- سرفرازی مهرزاد؛ معمارزاده، غلامرضا (۱۳۸۸) ارتباط متقابل دولت الکترونیک و روابط عمومی الکترونیک، دومین کنفرانس بین المللی نظام اداری الکترونیک، ۴ و ۵ مردادماه، سالن همایشهای بین المللی رازی، تهران.
- سید محسنی، سیدشهاب (۱۳۸۰) روابط عمومی و ابزارهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی، انجمن متخصصان روابط عمومی، تهران.
- رنجبری، رضا (۱۳۸۰) روابط عمومی، اینترنت، چالشها و راهکارها، اطلاعات (ضمیمه)، تهران.
- زارعیان، داوود (۱۳۸۶) نقش روابط عمومی الکترونیک در توسعه دولت دولت الکترونیک، نخستین همایش روابط عمومی الکترونیک، دانشگاه علامه طباطبائی مؤمنی نورآبادی، مهدی (۱۳۸۱) روابط عمومی الکترونیک، راهنمای جامع روابط عمومی، انجمن روابط عمومی ایران، تهران.
- مومنی نور آبادی، مهدی. سلطانی فر، محمد (۱۳۸۲) مقدمه ای بر روابط عمومی الکترونیک، سیمای شرق، تهران.
- مومنی نور آبادی، مهدی (۱۳۸۳) روابط عمومی الکترونیک، اداره کل تبلیغات دولت، تهران.

Richard heeks & Emmanuel C. Lallana , E-GOVERNMENT JOURNAL, NO 45

McConnell International, "Risk e-Business: Seizing the Opportunity of Global eReadiness", McConnell International, Washington, DC, 2012.

The Center for International Development (CID), "Readiness for the Networked

World: A Guide for Developing Countries", Harvard University, 2011.