

امکان سنجی پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه

آزاد اسلامی (مورد مطالعه: واحد تهران شرق-قیام دشت)

دکتر سید علی رحمانزاده، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق (نویسنده و مسئول مکاتبات)

سید محمود هاشمی، کارشناس ارشد مدیریت و مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق

چکیده

امروزه در جوامع پیشرفته سازمان ها با استراتژی استفاده از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی در قلمرو اهداف خود در حرکت هستند. در این میان روابط عمومی در هر سازمان یکی از اساسی ترین و مهم ترین واحد سازمانی به منظور اطلاع رسانی و پل ارتباطی قوی مابین کارکنان سازمان و محیط بیرونی سازمان نقش ایفا می کنند. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی (پیمایشی) بوده و در آن از طریق پرسشنامه های محقق ساخته که نخست روایی و پایایی آن تعیین گردیده، اطلاعات لازم از اعضای جامعه آماری گردآوری گردیده و با توجه به توصیفی بودن تحقیق، با استفاده از نرم افزار آماری (SPSS) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و اطلاعات در دو بخش ارایه گردیده اند. بخش نخست این اطلاعات مربوط به آمار توصیفی می باشد که در آن فراوانی و درصد جنسیت، وضعیت تاهل، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، پست سازمانی، میزان آموزش ها و... مربوط به افراد مورد مطالعه در قالب جداول و اشکال به تصویر کشیده شده و در بخش دوم دیدگاه های اعضای نمونه آماری در قالب جداول آماری ارایه شده است. در خاتمه به جمع بندی اطلاعات حاصله از انجام تحقیق پرداخته و فرضیات هفتگانه تحقیق مطرح و نتایج نهایی راجع به آزمون هر یک از آن فرضیات مطرح شده است. با توجه به نتایج تحقیق، فن آوری اطلاعات (اینترنت) نقش اساسی در توسعه سازمانی در حوزه ارتباطات درون سازمانی و حوزه ارتباطات برون سازمانی، داشته و این سازمان ها به دلایل مختلف مدیریتی و سیاستگذاری از ظرفیت های کامل خود برای بهره برداری از فن آوری اطلاعات بهره نمی برند. از طرفی نتایج حاصله از تحقیق نشان دهنده ی این مطلب می باشد که آموزش افراد در دانشگاه آزاد اسلامی ناکافی بوده و چنانچه این آموزش ها با شیوه های مناسب تری ارایه گردند نقش بیشتری در توسعه سازمانی خواهند داشت. از سویی استفاده از فن آوری اطلاعات (اینترنت) موجب بالا رفتن بهره وری در دانشگاه آزاد اسلامی شده و هر چه میزان آموزش از نظر کمی و کیفی بیشتر باشد مقاومت در برابر رشد و توسعه در کارکنان نیز به همان نسبت کاهش خواهد یافت.

واژگان کلیدی: روابط عمومی، روابط عمومی الکترونیکی، فناوری اطلاعات، جامعه اطلاعاتی، چالشها و موانع روابط عمومی الکترونیکی.

مقدمه

امروزه بشر پا به دورانی نهاده است که از آن به عنوان عصر اطلاعات یاد می‌شود. عصری که از تعامل حوزه های مختلف زندگی بشری متأثر بوده و بر اساس شرایط جدید زندگی بشری تعریف شده است. با رشد و توسعه تکنولوژی که خود از نیازهای بشری و در پاسخ به آن ها به وجود آمده، شرایط تازه ای در زندگی انسان ها رقم خورده و فن آوری اطلاعات شرایط جدیدی را برای زندگی بشری به وجود آورده است. بر اثر رشد و توسعه فن آوری اطلاعات، بخش مهمی از زندگی بشری نیز دستخوش تغییر شده، به گونه ای که مبحث توسعه بدون توجه به رشد و گسترش این فن آوری قابل بحث نیست.

گرچه نمی‌توان تنها عامل تغییرات در زندگی بشر امروزی را رشد تکنولوژی اطلاعات و رایانه و شبکه های مربوطه دانست، بلکه باید به عوامل اجتماعی، اقتصادی و سیاسی آن نیز توجه نمود، با این حال نمی‌توان منکر شد که این تکنولوژی ها باعث شده اند تا بشر به الزامات زندگی جدید تن دهد و سعی نماید برای رشد خود از این امکانات بهره بگیرد. به عبارت بهتر، علیرغم آن که تکنولوژی خود زاینده تفکر بشر و متأثر از نیازهای آن است، گاه خود را به حوزه های مختلف زندگی وی نیز تحمیل می‌کند. رابطه دیالکتیک و تعاملی بین نیازهای بشری و رشد اجتماعی با فن آوری در این خصوص نیز همچنان صادق است.

همان گونه که تجربه تاریخ بشری در عرصه های گوناگون نشان داده است، به دلایل مختلف اقتصادی و اجتماعی، تکنولوژی ها هیچ گاه به طور یکسان در جوامع مختلف رشد نکرده و معمولاً به همین دلیل فضای طبقاتی را گسترش داده و شکاف بین داراها و ندارها را افزایش می‌دهند. به عبارت دیگر، بیشتر فن آوری ها، به طور معمول در خدمت صاحبان قدرت و ثروت بوده و یا حداقل توسط آنان به کار گرفته شده و بقا و رشد متقابل همدیگر را تضمین کرده اند. با این حال یکی از وجوه تمایز تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات، فراگیری آن بوده و به دلیل ماهیت فن آورانه آن و اشکال مختلف استفاده از آن، می‌توان آن را در زمره تکنولوژی هایی قرار داد که نمی‌توان به قطعیت رای پیشین در خصوص کل فن آوری ها را برای آن صادر نمود (گرچه این موضوع همواره از نگرانی هایی عمومی اندیشمندان علوم اجتماعی و اقتصادی بوده و هشدارهایی به ویژه در خصوص گسترش شکاف های طبقاتی و افزایش فاصله داراها و ندارهای این فن آوری داده شده است). این موضوع در بحث این تحقیق از آن جهت حایز اهمیت است که فضای گسترده فراگیری این فن آوری و همچنین فرصت های مهمی را که در عرصه های اجتماعی، فرهنگی، مدیریتی، اقتصادی و سیاسی به همراه دارد، به ما یاد آور می‌شود. این فراگیری در عین خلق فرصت های مهم، همواره می‌تواند منشا تاثیراتی باشد که با نگرش های موجود در جامعه سازگار نباشد. از همین رو در بسیاری از موارد، شاهد مقاومت های مختلف از سوی صاحبان اندیشه و یا قدرت هستیم که به دلایل مختلف نگرانی هایی از رشد و توسعه فن آوری های جدید دارند. این نوع مقاومت ها گاه در قالب تفکرات سازمان یافته اداری و سیاسی، گاه در قالب نگرش های اقتصادی و گاه در قالب نقد های آکادمیک مطرح می‌شود. در مواقع زیادی نیز این مقاومت ها به شکل فردی و بر اثر آموزه ها و انگیزه های فرهنگی زمینه بروز می‌یابند.

در کشور ما هم به فراخور حال و با توجه به تلاش دولتمردان، استفاده از فن آوری اطلاعات به سرعت رشد می‌یابد. توسعه سریع پایگاه های اینترنتی سازمان ها و نهادهای عمومی و دولتی و استفاده از این ابزارها برای واگذاری بخشی از امور به حوزه مجازی و حرکت به سوی ایجاد دولت الکترونیک، و افزایش سریع ضریب نفوذ اینترنت و سایر فن آوری ها مرتبط (مانند تلفن همراه) گویای حرکت سریع (گرچه ممکن است در مقایسه با برخی کشورها آنقدرها هم سریع نباشد) به این سمت است. سازمان ها و نهادهای دولتی و ملی به همراه بسیاری از نهادهای خصوصی به سرعت در پی ایجاد وفق دادن خود با شرایط جدید هستند و تلاش می‌کنند تا فاصله خود را با کشورهای توسعه یافته در این زمینه کمتر نمایند.

همان گونه که قبلاً نیز اشاره شد، در گسترش استفاده از فن آوری ها - به طور عام، معمولاً مشکلاتی وجود دارد که بخشی از آن ها به دولت ها (مشکلات مدیریتی، سیاستگذاری و...)، بخشی به بحث زیر ساخت ها و بخشی به مقاومت های اجتماعی و اقتصادی مربوط می‌شوند. حتی در بسیاری از مواقع برخی از مقاومت ها و موانع، نه به سازمان ها و نهادها که در سطح فردی و مرتبط با امری فرهنگی و یا برداشت های فردی مرتبط با نگرش ها و باورها ارزیابی می‌شود. به طور مثال در بسیاری از کشورها، تجربه مقاومت در استفاده از برخی تکنولوژی ها در عرصه تولید به دلیل

نگرانی کارگران از بیکاری وجود داشته است. موانع فرهنگی نیز در کنار موانع دیگر از جمله شاخص هایی است که باید در استفاده سازمان ها از یک تکنولوژی به آن ها توجه کرد. علیرغم همه این مقاومت ها، به دلیل شرایط خاصی که این نوع تکنولوژی در توسعه ایفا می کند، ناگزیر از بکارگیری آن هستیم و هر گونه تردیدی، فاصله را با دیگران تا حد زیادی افزایش می دهد. لذا باید به سرعت موانع رشد ضریب نفوذ بکارگیری این ابزار مهم توسعه اجتماعی و اقتصادی را شناسایی و در رفع آن ها اقدام نمود.

آموزش همواره نقش تعیین کننده ای در وضعیت استفاده از فن آوری ها دارد. در واقع به جرات می توان آموزش را مهم ترین بعد رشد و توسعه یک فن آوری دانست. به ویژه به دلیل ماهیت فراگیر فن آوری اطلاعات، آموزش افراد، نقش مهمی را در گسترش و بکارگیری آن ایفا می نماید. بررسی تجربه ژاپن و برخی کشورهای آسیای جنوب شرقی در رشد و گسترش فن آوری اطلاعات نشان می دهد که بیش از هر چیز، نظام های آموزشی این کشورها در بهره برداری بهتر و آموزش بیشتر و موثر تر این فن آوری در شکل عمومی پرداخته اند.

مساله تحقیق

روند تحولات در قرن بیستم در دهه ۱۹۷۰ میلادی وارد مرحله جدیدی شد و در اواسط دهه ۱۹۸۰ تقریباً در تمامی زمینه ها آثار خود را بر جای گذاشت. در دهه ۱۹۸۰ برای اشاره به این دگرگونی ها مفاهیمی چون جامعه صنعتی و فرامدرن (پست مدرن) به کار می رفت، اما در دهه ۱۹۹۰ میلادی مفهوم جهانی شدن رایج گردید و به مفهوم مسلط در دوران معاصر تبدیل شد. به گونه ای که امروزه همه چیز با رجوع به این مفهوم مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار می گیرد. در ظاهر امر، جهانی شدن یعنی ره سپردن تمامی جوامع به سوی جهانی وحدت یافته که در آن همه چیز در سطح جهانی مطرح و نگریده می شود. اما در واقع، جهانی شدن به معنای آزادی مطلق کسب و کار، برداشته شدن تمامی موانع برای جریان یافتن سهل و آسان سرمایه و نفوذ آن در تمامی عرصه ها و حرکت روان اطلاعات، امور مالی، خدمات و بالاخره تداخل فرهنگ ها آنهم به سوی یکسان شدگی و یکدستی است که تمامی این امور در مقیاسی جهانی رخ می دهد. (ایران زاده، ۱۳۸۰: ۱۶)

روابط عمومی دیجیتال عبارت است از استفاده از فناوری دیجیتالی، خصوصاً کاربردهای مبتنی بر وب سایت های اینترنتی برای افزایش دسترسی و ارائه خدمات و اطلاعات ارتباطی به کاربران، سازمان ها و نهادها و دریافت اطلاعات از طریق آن. بنابراین وظیفه روابط عمومی الکترونیکی و دیجیتال، کسب نظرات مخاطبان در کوتاه ترین زمان، ارتباط دو طرفه با مخاطب و دریافت نظرات و انتقادات آنها در کمترین زمان ممکن است، چرا که تعامل با مخاطب بیشتر می شود و در بسیاری از سایت های موجود بلافاصله می توان نظرات مخاطبان را جویا شد. در حالی که در رسانه های سنتی، معمولاً مخاطبان به سرعت و به درستی نسبت به پیام واکنش نشان نمی دهند و در صورت تحقق مخاطب شناسی، به درستی می توان میزان رضایتمندی مخاطبان را دریافت و با تجزیه و تحلیل پیام های ارتباطی، مطابق با نیازهای مخاطب برنامه ریزی کرد. وقتی پیام در رسانه های مکتب، نوشته شد دیگر در اختیار منبع نیست، اما در سایت سازمان، امکان اصلاح و تغییر اخبار وجود دارد. (جبرائیلی، ۱۳۸۵: ۴) در چنین شبکه ای می توان قوانین و مقررات آیین نامه و ضوابطی که سازمان بر اساس آنها عمل می کند را در معرض افکار عمومی قرار داد و شهروندان می توانند برای انجام امور خود در ارتباط با سازمان مربوطه، اطلاعات خود را به بهترین شکل دریافت کنند. به این ترتیب روابط عمومی در جامعه اطلاعاتی نه تنها زمینه شفاف سازی و امکان دسترسی همگان به اطلاعات مربوطه را مهیا می کند، بلکه امکان نقد و ارزیابی برنامه ها و در نتیجه نظارت عمومی را نیز به قصد بهسازی فرآیندهای جاری و کمک به تصمیم گیری فراهم می سازد. این روش زمینه بالقوه ای برای کمک به ایجاد رابطه ای ساده، روان و مؤثر بین سازمان ها و مؤسسات با سازمان ها و مؤسسات دیگر و نهادهای اجتماعی و مدنی در راستای ارائه خدمات اطلاعات و خدمات ارزان قیمت، فوری و فراگیر به کلیه گروه های کاربر فراهم خواهد کرد. (مومنی نورآبادی، سلطانی فر، ۱۳۸۲: ۱)

از وظایف مهم روابط عمومی ها، اطلاع رسانی دقیق و به موقع به سازمان و مخاطبان عام و خاص و ایجاد همنوایی در ابعاد درون و بیرون سازمان است، که با ساختن تصویر ذهنی مناسب از سازمان و برخورداری از ابزارهای دقیق ارتباطی، مخاطبان را به استقبال از فعالیت ها و برنامه ها ترغیب و به توسعه روابط عمومی کمک می کند. بدیهی است که امروزه، روابط عمومی ها باید همگام با تحولات و پیشرفت های روز دنیا

حرکت کنند تا از هیچ نوع نوآوری و تکنولوژی ارتباطی و اطلاعاتی دور نمانند. روابط عمومی قرن بیست و یکم را باید جلوه‌ای از روابط عمومی الکترونیک دانست و در تعریف روابط عمومی الکترونیک می‌توان گفت روابط عمومی الکترونیک روش بکارگیری فناوری جدید ارتباطی و سیستم‌های نوین اطلاع‌رسانی در جهت ارائه خدماتی است که با خواسته‌ها و نیازهای لحظه‌ای مخاطبان و نیز با هدف تحقق بخشیدن به هدف‌های روابط عمومی منطبق باشد. (آقاداوود، ۱۳۸۲، ص ۱) هدف راه‌اندازی روابط عمومی الکترونیک، رسیدن به روزی است که بتوان تمام خدمات یک سازمان را به‌طور شبانه‌روزی، بدون مراجعه فیزیکی مخاطبان آن سازمان و تنها از طریق اتصال به پایگاه‌های آن نهاد انجام داد. روابط عمومی نقش مهم و برجسته‌ای در برخورد با مخاطبان دارد و علت ارتباط گسترده با تعداد زیادی از مخاطبان که روزانه به آن مراجعه و درخواست اطلاعات می‌کنند، می‌تواند روش مناسبی در اختیار مدیران سازمان‌ها و مؤسسات قرار دهد. همچنین به کمک روابط عمومی الکترونیک مردم می‌توانند نظرات خود را آسان‌تر و سریع‌تر به گوش مسئولان سازمان برسانند، این کار از نظر سنجی‌هایی که انجام آن مستلزم صرف وقت و هزینه بسیار است جلوگیری می‌کند. (آذری، ۱۳۷۹، ۵۶)

هدف راه‌اندازی روابط عمومی الکترونیک، رسیدن به روزی است که بتوان تمام خدمات یک سازمان را به‌طور شبانه‌روزی، بدون مراجعه فیزیکی مخاطبان آن سازمان و تنها از طریق اتصال به پایگاه‌های آن نهاد انجام داد. روابط عمومی نقش مهم و برجسته‌ای در برخورد با مخاطبان دارد و علت ارتباط گسترده با تعداد زیادی از مخاطبان که روزانه به آن مراجعه و درخواست اطلاعات می‌کنند، می‌تواند روش مناسبی در اختیار مدیران سازمان‌ها و مؤسسات قرار دهد. همچنین به کمک روابط عمومی الکترونیک مردم می‌توانند نظرات خود را آسان‌تر و سریع‌تر به گوش مسئولان سازمان برسانند، این کار از نظر سنجی‌هایی که انجام آن مستلزم صرف وقت و هزینه بسیار است جلوگیری می‌کند. «سرعت اطلاع‌رسانی، اصلی‌ترین عاملی است که روابط عمومی الکترونیک را بر روابط عمومی سنتی تحمیل می‌کند.» روابط عمومی الکترونیک، کاهش هزینه‌های غیر ضروری در انتقال اطلاعات و کمک به هزینه‌های خدمات اضافی است. یورگن مارلو بر این امر تأکید می‌کند: فرم سنتی روابط عمومی انتقال اطلاعات به‌طور ناقص و با هزینه گزاف صورت می‌گیرد. (آذری، ۱۳۷۹، ۵۶)

تأثیر فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در سیستم‌های دولتی و مؤسسات و نهادها تفاوت چندانی ندارد. پارادایم‌های جدید مدیریت ارتباطات در بخش‌های دولتی چالش‌ها و نوآوری‌هایی است که در زمینه تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی عرضه شده است.

همکاری گسترده بین سازمانها و مشتریان و مخاطبان نه تنها یک مرآه الکترونیکی و دیجیتالی است بلکه هدف از آن کیفیت بیشتر و قابل اعتماد بودن خدمات ارتباطی است، تمام سازمانها و دولت‌ها در تلاشند که خود را برای اقتصاد دیجیتالی و جامعه اطلاعاتی آماده کنند. برای تحقق روابط عمومی دیجیتالی و الکترونیکی اقدامات زیر ضروری است:

- ۱- رهبری سازمان از بالای هرم آن.
- ۲- ایجاد بینش سازمانی.
- ۳- تعهد به تأمین منابع.
- ۴- حمایت واقعی از تغییر روابط عمومی از سنتی به الکترونیکی و دیجیتالی.
- ۵- اجرای با سرعت تغییرات.
- ۶- طراحی استراتژیک آن برای تحولات آتی.
- ۷- آمادگی بافت سازمانی برای این تحولات و ایجاد امید به عدم خطر افتادن آنها. (متفکر، ۱۳۸۲، ۴۳)

شاید مهمترین مانع بر سر راه تحقق روابط عمومی الکترونیک، عدم دسترسی یکسان همه شهروندان به اینترنت و نداشتن قدرت خرید در کامپیوتر و هزینه‌های 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 نمی‌توان 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 راه‌های 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 عمومی ها 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 پرضرفیت 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 پائین نیز فراهم شود. (باقریان، مهدی، ۱۳۸۰، ۶۵)

محقق در این تحقیق در پی پاسخگویی به این سؤال اساسی است که تا چه میزان کارکنان دانشگاه در آمادگی پذیرش و بکارگیری خدمات الکترونیکی قابلیت ارائه از طریق اینترنت را دارا می باشند.

مفهوم روابط عمومی الکترونیک

روابط عمومی الکترونیک به لحاظ مفهومی فرقی با روابط عمومی سنتی ندارد. در روابط عمومی الکترونیک ما از کاغذ استفاده نمی کنیم و شاید وجه تمایز اصلی روابط عمومی الکترونیک و روابط عمومی سنتی به لحاظ شکلی در همین نکته نهفته باشد؛ چون همه ابزارند و معمولاً از ابزار برای رسیدن به اهداف که در فلسفه وجودی هنر هشتم نهفته شده استفاده می شود. به طور کلی، اینترنت کار کارشناسان روابط عمومی را آسان تر کرده است. کارگزاران روابط عمومی به واسطه استفاده از پایگاه ها و سایت ها و پست الکترونیک و بوزنت با سرعت بیشتر به مخاطبانی بیشتر دسترسی پیدا می کنند. یکی از مزیت های اصلی روابط عمومی الکترونیک، تعاملی بودن آن است. کارگزاران روابط عمومی می توانند از طریق تریبون های آزاد فهرست پستی با همکاران خود در سراسر جهان تعامل داشته باشند و اینترنت این تعامل را آسان تر کرده است. در فرم سنتی روابط عمومی، انتقال اطلاعات به طور ناقص صورت می گیرد و هزینه های زیادی صرف اشتباهات می شود. به اعتقاد دکتر مارلو، این اشتباهات و افزایش هزینه ها سبب شده تا کارگزاران روابط عمومی به استفاده از خدمات فناوری اطلاعات به ویژه روابط عمومی الکترونیک گرایش بیشتری پیدا کنند. همچنین از روابط عمومی الکترونیک می توان برای توسعه طرح های موجود روابط عمومی استفاده کرد که باعث توسعه فعالیت های سنتی آن نیز می شود. به علاوه روابط عمومی الکترونیک، رابطه موجود بین متخصصان روابط عمومی و روزنامه نگاران را تغییر داده و این امر نشانگر این است که روابط عمومی از پوسته یک شغل رابطه یی صرف خارج خواهد شد و به جایگاه شایسته و بایسته خود دست می یابد. در واقع روابط عمومی الکترونیکی محدودیتهای موجود را از بین برده است. ما در روابط عمومی الکترونیک با تک تک مخاطبان در ارتباط هستیم.

اگر سیستم روابط عمومی الکترونیک به صورت صحیح شناخته شود و بر اساس نیاز سازمان پیاده سازی گردد می تواند بهترین ابزار در جهت بالا بردن اعتبار بیرونی و ابهت درونی سازمان شود. روابط عمومی الکترونیکی بهترین ابزار در جهت کاهش هزینه های جاری و سرمایه گذاری شرکت است. حوزه کاری روابط عمومی الکترونیک بسیار گسترده است و اصولاً شامل روابط مطبوعاتی و انتشاراتی آن لاین و آف لاین، تبلیغات الکترونیکی و معمولی، بازاریابی الکترونیکی، نمایشگاه های الکترونیکی، اطلاع رسانی الکترونیکی در حوزه مخاطبان درون سازمان و برون سازمان و... می باشد. بنابراین توضیحات می توان چهار جهت کاری عمده برای بخش روابط عمومی الکترونیک در سازمان تعریف کرد. (۱) تهیه و توزیع هدف دار پیام های سازمان با استفاده از ابزارهای تکنولوژیک همچون تلفن گویا، سایت های

اینترنتی، پست الکترونیک، سرویس های پیام کوتاه و غیره، برنامه ریزی برای اتخاذ روش های مقرون به صرفه در حوزه اطلاع رسانی سازمان، تبدیل شدن به برگ برنده مدیران سازمان برای پیشبرد اهداف و رسالت ها، بالا بردن تعامل کاری و ارتباطی بین نیروهای سازمان و مشتریان با سازمان. (مومنی نور آبادی، ۱۳۸۳، ۳۴)

روابط عمومی الکترونیک فن تلفیق فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی با سیستم ها و روش های کلاسیک روابط عمومی برای بهینه سازی فرایندهای کاری موجود و خلق ایده ها و راهکارهای تازه در جهت توسعه اطلاع رسانی داخلی و خارجی سازمان است.

افراد زیادی در برخورد با عبارت روابط عمومی الکترونیک حیطه کاری آن را در حوزه تبلیغات اینترنتی یا سایت های اطلاع رسانی می دانند. این در حالی است که تنها بخشی از خدمات روابط عمومی الکترونیک در حوزه های یاد شده ارائه می شوند. رسالت های روابط عمومی الکترونیک یابش، گزینش، پردازش و توزیع پیام های سازمان با سرعت و دقت بالا به مخاطبان اصلی است.

اگر سیستم روابط عمومی الکترونیک به صورت صحیح شناخته شود و بر اساس نیاز سازمان پیاده سازی گردد می تواند بهترین ابزار در جهت بالا بردن اعتبار بیرونی و ابهت درونی سازمان شود. روابط عمومی الکترونیکی بهترین ابزار در جهت کاهش هزینه های جاری و سرمایه گذاری شرکت است. حوزه کاری روابط عمومی الکترونیک بسیار گسترده است و اصولاً شامل روابط مطبوعاتی و انتشاراتی آن لاین و آف لاین، تبلیغات الکترونیکی و معمولی، بازاریابی الکترونیکی، نمایشگاه های الکترونیکی، اطلاع رسانی الکترونیکی در حوزه مخاطبان درون سازمان و برون سازمان و... می باشد.

روابط عمومی کارآمد و فن آوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی

توجه و اهتمام یک روابط عمومی کارآمد برای دستیابی به آخرین فناوری ها و شیوه های اطلاعاتی و ارتباطی برای افزایش سطح کمی و کیفی فعالیت ها 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 یافته ها و روش های نوین ارتباطی و اطلاعاتی و نیز زبان روز مخاطبان است. در این میان تکنولوژی به شدت بر روابط عمومی تأثیر گذاشته 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 رایانه ها 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، کانونی 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 پیشرفت ها و تحولات در روابط عمومی مرهون نیروهای اجتماعی و پیشرفت تکنولوژیک است. (بوتان، هزلتون، ۱۳۷۸) 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. بنابراین روابط عمومی امروز در گستره ای از تکنولوژی ها و روش های جدید اطلاعاتی و ارتباطی قرار گرفته است که آشنایی با این تکنولوژی ها و روش های نوین، افق های جدیدی را برای توسعه فعالیت ها و برنامه های اطلاعاتی آن می گشاید تا بتواند با بهره گیری از آن ها سریع تر و مؤثرتر با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده و در زمان کمتری اطلاعات و پیام ها 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)

وظایف روابط عمومی الکترونیک

از وظایف مهم روابط عمومی ها، اطلاع رسانی دقیق و به موقع به سازمان و مخاطبان عام و خاص و ایجاد همنوایی در ابعاد درون و بیرون سازمان است، که با ساختن تصویر ذهنی مناسب از سازمان و برخورداری از ابزارهای دقیق ارتباطی، مخاطبان را به استقبال از فعالیت ها و برنامه ها ترغیب و به توسعه روابط عمومی کمک می کند. بدیهی است که امروزه، روابط عمومی ها باید همگام با تحولات و پیشرفت های روز دنیا حرکت کنند تا از هیچ نوع نوآوری و تکنولوژی ارتباطی و اطلاعاتی دور نمانند. روابط عمومی قرن بیست و یکم را باید جلوه ای از روابط عمومی الکترونیک دانست و در تعریف روابط عمومی الکترونیک می توان گفت روابط عمومی الکترونیک روش بکارگیری فناوری جدید ارتباطی و سیستم های نوین اطلاع رسانی در جهت ارائه خدماتی است که با خواسته ها و نیازهای لحظه ای مخاطبان و نیز با هدف تحقق بخشیدن به هدف های روابط عمومی منطبق باشد. مهمترین وظیفه روابط عمومی الکترونیک در جامعه اطلاعاتی آینده، برقراری ارتباط دوسویه و متعامل بین سازمان ها و مردم، ارائه خدمات مورد نیاز شهروندان به طور مداوم و شبانه روزی است. روابط عمومی الکترونیک این وظایف را با بهره گیری از فناوری های نوین اطلاعاتی و از جمله اینترنت انجام خواهد داد. اهم وظایفی که روابط عمومی الکترونیک در یک جامعه اطلاعاتی انجام خواهد داد عبارتند از:

- هدف روابط عمومی الکترونیک ساده سازی نحوه ارائه خدمات به شهروندان و سازمان ها و نهادها و تسهیل دسترسی آنان به این خدمات است.
- روابط عمومی الکترونیک نقش مهمی در بهبود کارایی و اثر بخشی نهادها و سازمان ها و مؤسسات از طریق حذف لایه های ساختاری ایفا خواهد کرد.
- روابط عمومی الکترونیک سعی در تسهیل دسترسی شهروندان و مخاطبان سازمان ها به اطلاعات مورد نیاز از طریق جایگزینی شهروند مداری و اجتماع مداری به جای بوروکراسی مداری دارد.
- بهبود پاسخگویی و اطلاع رسانی به مخاطبان و تضمین پاسخگویی و اطلاع دهی در خصوص نیازهای شهروندان و سازمان دهی از دیگر وظایف روابط عمومی الکترونیک است. در یک جامعه اطلاعاتی روابط عمومی موظف به پاسخگویی به شهروندان و رفع نیازهای آنان و ارائه خدمات مربوط به آنان است.
- افزایش خلاقیت از طریق به کارگیری مکانیسم های ارتباطی و اطلاع گیری و اطلاع رسانی در امور دولتی و غیر دولتی از دیگر وظایف روابط عمومی الکترونیک است. این مسئله منجر به افزایش بهره وری و کارایی نهادها و سازمان ها و بهبود امور جاری خواهد شد.
- ساده سازی فرآیندهای ارتباطات و اطلاع رسانی و کاهش هزینه ها از طریق یکپارچه سازی و حذف موانع و سیستم های زاید وظیفه دیگر روابط عمومی الکترونیک است. (سید محسنی، ۱۳۸۴، ۶۴)

مشکلات و موانع ایجاد روابط عمومی الکترونیک

اطلاع رسانی به عنوان رسالت اولیه ی روابط عمومی و به وسیله اینترنت علاوه بر دسترسی به اطلاعات مناسب، نیازمند بهره گیری از دانش های نوینی است که آموزش و بهره گیری از آنها نیازمند طی دوره های تخصصی کامپیوتر است. در سازمان ها و دستگاه ها، واحد روابط عمومی که به عنوان مرکز اطلاعات و انتقال و ارتباط با مخاطب در درون و برون سازمان تلقی می شود باید در اولویت اتصال به اینترنت و قابلیت ها و توانمندی های اطلاعاتی و ارتباطی آن قرار گیرد. روابط عمومی با متصل شدن به شبکه اطلاعاتی اینترنت قادر خواهد بود از قابلیت های بیشمار ارتباطات این شبکه جهانی استفاده کند. روابط عمومی در این راستا می تواند اطلاعات ارزشمندی پیرامون برنامه ها، فعالیت ها و مأموریت هایی که سازمان در آن ارتباط است، دست یابد و از سوی انتقال دهنده بسیاری از پیام های سازمان خود برای انبوهی از مخاطبان سازمان متبوعش باشد که مشترک اینترنت هستند. در واقع بهره گیری چند منظوره ارتباطات

برای روابط عمومی از طریق اینترنت با سهولت و سرعت و کیفیت بالاتری امکان پذیر خواهد شد. آیا به راستی چه تعداد از واحدهای روابط عمومی در ایران به این پدیده جدید و نوین متصل شده اند و از آن بهره برداری می کنند؟ آیا چه تعداد از کارشناسان روابط عمومی با نحوه استفاده و کار با این تکنولوژی آشنا هستند و برای این منظور آموزش های کافی را دیده اند؟ و آیا چه میزان حمایت و اعتبار از سوی سازمان ها برای توسعه و تجهیز روابط عمومی ها برای این نوع تکنولوژی ها صورت می گیرد. بدون تردید با قاطعیت می توان گفت روابط عمومی ها با این تکنولوژی نوین آشنایی بسیار اندک و ابتدایی داشته و با قابلیت ها، ظرفیت ها و توانمندی های آن آشنایی کافی ندارند و آن حمایت شایسته و بایسته از طرف مدیریت ها برای تجهیز روابط عمومی ها صورت نمی گیرد. لذا ضروری است برای توسعه و تحول در برنامه های ارتباطی، روابط عمومی ها از این تکنولوژی بهره مند شده و توانایی های خود را افزایش دهند. در حال حاضر روابط عمومی ها در ایران این امکان را خواهند داشت که از طریق اینترنت به شبکه اطلاعاتی انجمن های بین المللی روابط عمومی در دنیا نیز متصل شده و به آخرین یافته ها و دستاوردهای علمی روابط عمومی در دنیا دسترسی پیدا کنند. روابط عمومی ها در سازمان ها باید پیشگام دستیابی به تحولات و تکنولوژی IT باشند چرا که اساس کارشان ارتباط با مخاطبان سازمان و انتقال و دریافت اطلاعات از آنان است. سازمان ها باید واحدهای روابط عمومی را به امکانات و تجهیزات شبکه های اطلاعات جهانی نظیر اینترنت پیوند دهند تا آنان بتوانند جوابگوی نیازهای بی شمار سازمان، مخاطبان و مراجعان با بالاترین کیفیت و در اسرع وقت باشند. از سوی دیگر روابط عمومی با بهره گیری از اینترنت و الکترونیکی شدن فرصت ها را فراهم می سازد تا کیفیت ارائه خدمات به کاربران بهبود یافته و آنان در هر ثانیه و دقیقه به حجم وسیعی از خدمات و اطلاعات دسترسی پیدا نمایند. این نوع جدید روابط عمومی ها، اطلاعات و داده های فناوری های ارتباطی را برای ارائه خدمات بهتر به کار می گیرند. ویژگی خاص روابط عمومی الکترونیک تسهیل دسترسی شهروندان و مخاطبان به اطلاعات و خدمات مورد نیاز، بهبود پاسخگویی و اطلاع رسانی به مخاطبان و ساده سازی فرایندهای ارتباطات و منجر به کاهش هزینه ها خواهد شد. به بیان دیگر اتصال و بهره گیری روابط عمومی ها 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. (آقا داوود، ۱۳۸۱، ص ۳)

روابط عمومی الکترونیکی نقش مهمی در جهت ارائه اطلاعات و خدمات کیفی در یک جامعه اطلاعاتی به مخاطبان دارد، لکن تحقق این نوع از روابط عمومی با مشکلات چندی روبه رو است که برخی مشکلات و محدودیت های فراروی روابط عمومی ها جهت تحقق روابط عمومی دیجیتال عبارتند از:

۱. شاید مهمترین مانع بر سر راه تحقق روابط عمومی الکترونیک، عدم دسترسی یکسان همه شهروندان 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.
۲. 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 عمومی ها 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 کارمند 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.
۳. یکی دیگر از چالش های اساسی مدیران و سازمان در پیاده سازی موفقیت آمیز روابط عمومی الکترونیک چالش هایی است که آنها در مواجه با کارمندان پیش رو دارند. کارمندانی که به شیوه های سنتی عادت کرده اند و اکنون باید خود را با روش ها و ابزارهای جدیدی هماهنگ سازند. همانطور که می دانید هر روش و ابزار جدیدی با خود فرهنگ و

نیازهای جدیدی به همراه دارد و برای مثمر ثمر واقع شدن در جریان اهداف و برنامه های سازمان ضروری است که فرهنگ برخورد و استفاده مناسب از تکنولوژی های جدید در میان کارمندان گسترش یابد این کار از طریق آموزش های متنوبی صورت می گیرد که فراخور زمان به کارمندان ارائه می شود. تمام این کارها به دلیل نقش جدیدی است که انسان و تکنولوژی به عنوان مکمل یکدیگر پیدا کرده اند. گسترش فرهنگ تکنولوژی پذیری در میان کارمندان روابط عمومی باعث تعالی جایگاه سازمان در میان مردم شده و ذهنیت مثبتی از سازمان در آنها بر جای می گذارد. کارمندان روابط عمومی الکترونیک در پاسخگویی به نامه های الکترونیکی، نمابر ها، تلفن ها، اطلاع رسانی از طریق سایت سازمان... نهادهاست سرعت و دقت را به خرج خواهند داد تا مراجعه کننده تمامی اطلاعات مورد نظرش را به دست آورد. در اختیار داشتن کارمندان علاقه مند و حرفه ای می تواند شما را در بهره برداری از قوه خلاقیت آنها یاری دهد.

شاید بکارگیری تکنولوژی در امور جاری روابط عمومی را بتوان شروع مناسبی برای این بحث دانست. ولی کلمات کلیدی در این نوع روابط عمومی ها مخاطب، سرعت در اطلاع رسانی، بینش و سواد و رقابت است. (فرقی، ۱۳۸۶، ص ۱۵)

- عدم اطلاع کافی مدیران سازمان ها از مفاهیم مربوط به جامعه اطلاعاتی و روابط عمومی دیجیتال، ضرورت حرکت به این سمت و سو، کارکردهای آن و نیز امکانات و ابزار مورد نیاز یکی از مشکلات فراروی تحقق روابط عمومی دیجیتال است.

- فرهنگ و ذهنیت مردم سنتی است که می بایست این فرهنگ و ذهنیت متناسب با شرایط جامعه اطلاعاتی تغییر یابد که البته تغییر آن هزینه زیادی را در پی خواهد داشت.

- عدم وجود زیرساخت های مورد نیاز در زمینه فناوری های اطلاعاتی از قبیل گسترش اینترنت و عدم آموزش کافی عموم جهت استفاده از این فناوری ها نیز از جمله مشکلات موجود است که می بایست جهت حل آن تدابیر لازم اندیشیده شود. چرا که شرط نخست برای تحقق جامعه اطلاعاتی وجود زیرساخت های لازم و مورد نیاز آن است.

- امنیت در روابط عمومی دیجیتال دچار مشکل است و از آنجا که عمده فعالیت های روابط عمومی دیجیتال ارائه اطلاعات و خدمات مورد نیاز از طریق فناوری های نوین ارتباطی همانند اینترنت است می بایست جهت جلوگیری از مخدوش شدن و سوءاستفاده از اطلاعات تدابیر لازم اندیشیده شود.

در چنین وضعیتی عبور از روابط عمومی سنتی به الکترونیک احتمالاً با موانعی به شرح زیر رو به رو خواهد شد: (۱) مقاومت احتمالی کارگزاران و مدیران در برابر تغییر (۲) ناآگاهی نسبت به کاربرد روابط عمومی الکترونیک (۳) عدم دسترسی یکسان مخاطبان سازمان به اینترنت (نداشتن قدرت خرید کامپیوتر و تجهیزات جانبی آن) (۴) ضعف زیر ساخت های مخابراتی کشور (۵) عدم تسلط به زبان خارجی (۶) عدم فرهنگ سازی در زمینه (ICT) موارد فوق را می توان از موانع تحقق روابط عمومی الکترونیک و دولت الکترونیک دانست.

مشکل بعدی آن در روش و طراحی آن نیست بلکه روش ارائه خدمات و اطلاع رسانی و ارتباطات مناسب معضل اصلی است. روابط عمومی ها به عنوان یک مجموعه کل و حلقه واسط بین سازمان و جامعه و سازمانها باید قادر باشند اطلاعات دیجیتالی را به خوبی دریافت کنند و زمینه های فنی لازم برای ارتباطات واحدهای مختلف سازمانی با همدیگر و با دیگر واحدهای روابط عمومی همکاری اثربخشی داشته باشند. مشکل دیگر این است که رهبران سازمانها از این امکانات اطلاع کافی ندارند و به دنبال آن نیز نمی روند. مشکل بعدی که وجود دارد فرهنگ و ذهنیت مردم است، تغییر ذهنیت و فرهنگ سنتی استفاده از خدمات هزینه زیادی خواهد داشت. فراهم کردن فضای مناسب، حفظ استفاده های نامناسب و فقدان تخصص لازم در انجام تغییرات سریع در روشها و فن آوری اطلاعات از مشکلات دیگر به حساب می آید. مشکل دیگر. نبود روشهای قانونی مناسب برای تجارت دیجیتالی و الکترونیکی سخت افزار و نرم افزار است. آخرین مشکل امنیت روابط عمومی دیجیتالی می باشد و آن عبارت است از عدم استفاده دموکراتیک از سیستم های روابط عمومی دیجیتالی. (متفکر، ۱۳۸۲)

راهکارهایی جهت بهبود روابط عمومی الکترونیک

اکنون که با مجموعه‌ای از چالش‌های زاید فناوری اینترنت در دنیای روابط عمومی آشنا شدیم، فرصت مناسبی است تا از راهکارهایی که می‌تواند موجب مواجهه بهتر با این چالش‌ها شود، مطلع شویم و این امر خود می‌تواند موجب افزایش بهره‌وری و کارایی روابط عمومی سازمان و در نهایت ارتباط مناسب‌تر بین سازمان و مخاطبان آن گردد. این راهکارها به شرح زیر می‌باشند:

* آشنایی با امکانات اینترنت برای اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی 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، فهرست‌های اینترنتی، وبلاگ و وبلاگ‌نویسی، گروه‌های خبری و امنیت اطلاعات در شبکه آشنایی داشته باشند و مهارت بکارگیری از آنها را نیز کسب نمایند.

* اطلاع‌رسانی به وسیله اینترنت علاوه بر دسترسی به اطلاعات مناسب، نیازمند بهره‌گیری از فناوریهای نوینی است که بهره‌گیری از آنها نیازمند طی دوره‌های تخصصی کامپیوتر است. بالاترین بهره‌وری زمانی به دست خواهد آمد که بخش تهیه اطلاعات و به‌روزرسانی آن به کارکنان روابط عمومی واگذار گردد و تیم فنی، عهده‌دار مسائل کامپیوتری نظیر طراحی وب‌سایت، نگهداری سرور، دهنده وب، افزایش کیفیت خدمات شبکه و امنیت آن باشد.

* از آنجایی که دسترسی آسان و سریع کاربران به وب‌سایت سازمان موجب بهبود اطلاع‌رسانی می‌شود، 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 کرده‌اند. این عمل نه تنها موجب کاهش اعتبار اطلاعات وب‌سایت نزد مخاطب می‌شود، بلکه نمایانگر وابستگی این سازمان‌ها به مؤسسات آمریکایی نیز می‌باشد؛ در حالی که روش صحیح آن است که سازمان‌ها، نهادها و وزارتخانه‌های وابسته به نظام جمهوری اسلامی ایران نام خود را با پسوند gov.ir یا go.ir، دانشگاه‌ها با پسوند ac.ir و NGOهای ایرانی خود را با پسوند Or.ir یا Org.ir ثبت نمایند. (رنجبری، ۱۳۸۰، ص 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 بررسی‌هایی که از سایت‌های دولتی انجام گرفته است، اطلاعات آنها اغلب به صورت ناقص و بدون در نظر گرفتن نیاز مراجع کنندگان تهیه شده بود، از سوی دیگر در حالتی که بخش قابل ملاحظه‌ای از مخاطبان این سایت‌ها افراد خارجی بودند محتوای آنها تنها به زبان فارسی ارائه شده و گاه برعکس هیچ‌گونه 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 می‌شود اولاً کاربران برای مشاهده صفحات، هیچ‌گونه تنظیم خاصی در کامپیوتر خود انجام ندهند (بویژه آنکه برای مبتدیان کار پیچیده‌ای است) ثانیاً امکان جستجوی محتویات وب‌سایت را در موتورها و فهرست‌های جستجو فراهم سازد.

* از آنجایی که بیشتر کاربران اینترنت برای یافتن وب‌سایت یک سازمان از موتورهای جستجو، نظیر Google بهره می‌گیرند، روابط عمومی‌ها باید با انتخاب کلمات توصیفی مناسب نسبت به معرفی وب‌سایت سازمان خویش به موتورهای جستجو مهم نظیر Ask، Google، Altavista و فهرست‌های جستجو نظیر About، Yahoo، Dmoz اقدام کنند. با وجود اینکه این کار بدون هزینه و در زمان کوتاهی انجام پذیر است، بسیاری از وب‌سایت‌های ایرانی از این امکان بی‌بهره مانده‌اند.

* یکی از ویژگی‌های رسانه‌های 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 وب‌سایت است.

* کاربران انتظار دارند پس از صرف زمان و یافتن وب‌سایت سازمان مورد نظر خویش، صفحات وب‌سایت مزبور را مشاهده کنند، با این وجود سایت اینترنتی بعضی از سازمان‌هایی که بعضاً از طریق صدا و سیما به معرفی وب‌سایت خویش می‌پردازند، در دسترس نمی‌باشد. چنین امری به مثابه آن است که بعد از معرفی 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 تنها حدود ۶/۵ میلیون کاربرد اینترنتی در ایران توان دسترسی به صفحات وب را دارند و هنوز بسیاری از مخاطبان فقط توانایی استفاده از تلفن، نامه و یا مراجعه حضوری را دارند. اگر چه روابط عمومی یعنی اطلاع رسانی درست در هر زمان و در هر کجا و با هر ابزار مناسب. (رنجبری، ۱۳۸۲، ص ۱۴)

اهداف تحقیق

هدف اصلی تحقیق

شناسائی آمادگی الکترونیکی کارکنان جهت پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت

اهداف فرعی تحقیق

- ۱- شناسائی رابطه بین توانایی استفاده و بکارگیری رایانه از سوی کارکنان و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت
- ۲- شناسائی رابطه بین میزان دسترسی آسان کارکنان به اینترنت و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت
- ۳- شناخت و آگاهی از تلاش دانشگاه برای فراهم آوردن زیر ساختهای ارائه خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت
- ۴- تعیین میزان اعتماد کارکنان به خدمات الکترونیکی دانشگاه و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت
- ۵- شناخت و آگاهی از تعداد افرادی که آموزش های لازم را برای کار با رایانه فرا گرفته اند و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت
- ۶- شناسائی رابطه زیر ساختهای فرهنگی و اجتماعی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت
- ۷- شناسائی رابطه بین کاربری فردی، تجاری و دولتی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت

فرضیه های تحقیق

فرضیه اصلی تحقیق

بین آمادگی الکترونیکی کارکنان دانشگاه و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه های فرعی پژوهش

- ۱- بین توانایی استفاده و بکارگیری رایانه از سوی کارکنان دانشگاه و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۲- بین میزان دسترسی آسان کارکنان دانشگاه به اینترنت و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۳- بین شناخت و آگاهی از تلاش دانشگاه برای فراهم آوردن زیر ساختهای ارائه خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد.
- ۴- بین تعیین میزان اعتماد کارکنان دانشگاه به خدمات الکترونیکی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد.

- ۵- بین‌شناخت و آگاهی از تعداد افرادی که آموزش‌های لازم را برای کار با رایانه فرا گرفته‌اند و پیاده‌سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۶- بین زیرساخت‌های فرهنگی و اجتماعی و پیاده‌سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی‌داری وجود دارد.
- ۷- بین کاربری فردی، تجاری و دولتی و پیاده‌سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جامعه و نمونه آماری

در این تحقیق با توجه به سؤال اصلی، جامعه و نمونه آماری، کلیه اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تهران شرق-قیام دشت) که تعداد آنها ۱۳۶ نفر می‌باشند و به دلیل موجود بودن اطلاعات، کل جامعه آماری بدون انجام نمونه‌گیری مورد بررسی قرار گرفته است.

روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه اجرا پیمایشی است. برای جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مربوط به متغیرهای این تحقیق از پرسشنامه استفاده شده است. اکثر سؤالات طرح شده در پرسشنامه از نوع سؤالات بسته می‌باشد. که در بین اعضای هیئت علمی و کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی (واحد تهران شرق-قیام دشت) توزیع شده و با نظارت محقق توسط آنها تکمیل شده است.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

با توجه به این مطلب که روش تحقیق (پیمایشی) می‌باشد پس از گردآوری اطلاعات حاصله از پرسشنامه با استفاده از نرم افزار SPSS نسبت به طبقه‌بندی و تجزیه و تحلیل داده‌ها اقدام و نتایج در قالب نمودارها، اشکال و... به تصویر کشیده شده است.

آزمون فرضیه‌های تحقیق:

آزمون فرضیه فرعی اول: بین توانایی استفاده و بکارگیری رایانه از سوی کارکنان دانشگاه و پیاده‌سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی‌داری وجود دارد.

باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۱) کای-اسکوئر از دیدگاه جامعه مورد مطالعه بین توانایی استفاده و بکارگیری رایانه از سوی کارکنان دانشگاه و پیاده‌سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی‌داری وجود دارد. حصول اطمینان از وجود چنین رابطه‌ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف و قوی) یعنی کای-اسکوئر را اجرا می‌کنیم.

جدول شماره (۱)

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر
*	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)
کاملاً مخالف	*	*	*	
مخالف	۳۲	۱۱.۳	-۳.۳	آزادی (d)
موافق	۸۰	۱۱.۳	۸.۷	
کاملاً موافق	۲۴	۱۱.۳	-۵.۳	میزان احتمال خطا (asyp. sig)
جمع	۱۳۶		مقدار کای-اسکوئر $\chi^2 = x$	
اندازه شدت نقش فن آوری اطلاعات			$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + df + n}}$	۰.۴۹

چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از ۰.۰۵ می باشد در نتیجه فرض H_0 رد شده است پس با ۰.۹۵ درصد اطمینان می توان گفت از دیدگاه جمعیت نمونه بین توانایی استفاده و بکارگیری رایانه از سوی کارکنان دانشگاه و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد باتوجه به اندازه ضریب توافقی ($0 < C = 0.49 < 1$) بین صفر و پنجاه درصد و خیلی نزدیک ۵۰ درصد می باشد بنا بر این می توان این گونه استنباط نمود که بین توانایی استفاده و بکارگیری رایانه از سوی کارکنان دانشگاه و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه نسبتاً مطلوبی وجود دارد.

آزمون فرضیه فرعی دوم: بین میزان دسترسی آسان کارکنان دانشگاه به اینترنت و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۲) کای-اسکوئرز دیدگاه جامعه مورد مطالعه بین میزان دسترسی آسان کارکنان دانشگاه به اینترنت و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف و قوی) یعنی کای-اسکوئرا اجرا می کنیم.

جدول شماره (۲)

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر
*	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)
کاملاً مخالف	*	*	*	۱۵
مخالف	۲۸	۱۱.۳	۰.۴۳	آزادی (d)
موافق	۸۸	۱۱.۳	۱۰.۷	۲
کاملاً موافق	۲۰	۱۱.۳	۰.۶۳	میزان احتمال خطا (asyp. sing)
جمع	۱۳۶			مقدار کای-اسکوئر $= x^2 / df, \alpha$
اندازه شدت نقش فن آوری اطلاعات				$C = (x^2 / df) / (x^2 / df + n) \wedge (1/2)$
				۰.۵۶

چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از ۰.۰۵ می باشد در نتیجه فرض H_0 رد شده است پس با ۰.۹۵ درصد اطمینان می توان گفت از دیدگاه جمعیت نمونه بین میزان دسترسی آسان کارکنان دانشگاه به اینترنت و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. باتوجه به اندازه ضریب توافقی ($0 < C = 0.56 < 1$) بین پنجاه درصد و صد درصد و نزدیک ۶۰ درصد می باشد بنا بر این می توان این گونه استنباط نمود که بین میزان دسترسی آسان کارکنان دانشگاه به اینترنت و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه نسبتاً مطلوبی وجود دارد.

آزمون فرضیه فرعی سوم: بین شناخت و آگاهی از تلاش دانشگاه برای فراهم آوردن زیر ساختهای ارائه خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد.

باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۳) کای-اسکوئرز دیدگاه جامعه مورد مطالعه بین شناخت و آگاهی از تلاش دانشگاه برای فراهم آوردن زیر ساختهای ارائه خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف و قوی) یعنی کای-اسکوئرا اجرا می کنیم.

جدول شماره (۳)

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر
*	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)
کاملاً مخالف	۳۲	۱۱.۳	-۳.۳	۱۰
مخالف	۲۴	۱۱.۳	-۵.۳	۲
موافق	۸۰	۱۱.۳	۸.۷	آزادی (d)
کاملاً موافق	*	*	*	میزان احتمال خطا (asyp. sing)
جمع	۱۳۶	مقدار کای-اسکوئر = x^2 / df		
اندازه شدت نقش فن آوری اطلاعات		$C = (x^2 / df) / (x^2 / df + n)^{(1/2)}$		
۰.۴۹				

چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از ۰.۰۵ می‌باشد در نتیجه فرض H_0 رد شده است پس با ۰.۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت از دیدگاه جمعیت نمونه بین بین شناخت و آگاهی از تلاش دانشگاه برای فراهم آوردن زیر ساختهای ارائه خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به اندازه ضریب توافقی ($0 < C = 0.49 < 1$) بین صفر و پنجاه درصد و خیلی نزدیک ۵۰ درصد می‌باشد بنا بر این می‌توان این گونه استنباط نمود که بین شناخت و آگاهی از تلاش دانشگاه برای فراهم آوردن زیر ساختهای ارائه خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه نسبتاً مطلوبی وجود دارد.

آزمون فرضیه فرعی چهارم: بین تعیین میزان اعتماد کارکنان دانشگاه به خدمات الکترونیکی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۴) کای-اسکوئر از دیدگاه جامعه مورد مطالعه بین تعیین میزان اعتماد کارکنان دانشگاه به خدمات الکترونیکی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف و قوی) یعنی کای-اسکوئر را اجرا می‌کنیم.

جدول شماره (۴)

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر
*	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)
کاملاً مخالف	*	*	*	۱۵
مخالف	۲۴	۱۱.۳	-۵.۲	۲
موافق	۸۸	۱۱.۳	۱۰.۷	آزادی (d)
کاملاً موافق	۲۴	۱۱.۳	-۵.۲	میزان احتمال خطا (asyp. sing)
جمع	۱۳۶	مقدار کای-اسکوئر = x^2 / df		
اندازه شدت نقش فن آوری اطلاعات		$C = (x^2 / df) / (x^2 / df + n)^{(1/2)}$		
۰.۵۶				

چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از ۰.۰۵ می‌باشد در نتیجه فرض H_0 رد شده است پس با ۰.۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت از دیدگاه جمعیت نمونه بین تعیین میزان اعتماد کارکنان دانشگاه به خدمات الکترونیکی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. با توجه به اندازه ضریب توافقی ($0 < C = 0.56 < 1$) بین پنجاه درصد و صد درصد و نزدیک ۶۰ درصد می‌باشد بنا بر

این می توان این گونه استنباط نمود که بین تعیین میزان اعتماد کارکنان دانشگاه به خدمات الکترونیکی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه مطلوبی وجود دارد

آزمون فرضیه فرعی پنجم: بین شناخت و آگاهی از تعداد افرادی که آموزش های لازم را برای کار با رایانه فرا گرفته اند و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد.

باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۵) کای-اسکوئرز دیدگاه جامعه مورد مطالعه بین شناخت و آگاهی از تعداد افرادی که آموزش های لازم را برای کار با رایانه فرا گرفته اند و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف وقوی) یعنی کای-اسکوئرز اجرا می کنیم.

جدول شماره (۵)

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر
*	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)
کاملاً مخالف	*	*	*	آزادی (d)
مخالف	*	*	*	میزان احتمال خطا (asyp. sing)
موافق	۴۸	۱۷.۰	۷.۰	جمع
کاملاً موافق	۲۰	۱۷.۰	-۷.۰	اندازه شدت نقش فن آوری اطلاعات
	۶۸			$C = (x \chi^2_{\alpha, df} / x \chi^2_{\alpha, df} + n) \cdot (1/\chi^2)$
				۰.۴۰

چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از ۰.۰۵ می باشد در نتیجه فرض H_0 رد شده است پس با ۰.۹۵ درصد اطمینان می توان گفت از دیدگاه جمعیت نمونه بین شناخت و آگاهی از تعداد افرادی که آموزش های لازم را برای کار با رایانه فرا گرفته اند و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. باتوجه به اندازه ضریب توافقی ($0 < C = 0.40 < 1$) بین صفر و پنجاه درصد و با ۵۰ درصد فاصله محسوسی دارد بنا بر این می توان این گونه استنباط نمود که بین شناخت و آگاهی از تعداد افرادی که آموزش های لازم را برای کار با رایانه فرا گرفته اند و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه ضعیفی وجود دارد.

آزمون فرضیه فرعی ششم: بین زیر ساختهای فرهنگی و اجتماعی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد.

باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۶) کای-اسکوئرز دیدگاه جامعه مورد مطالعه بین زیر ساختهای فرهنگی و اجتماعی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف وقوی) یعنی کای-اسکوئرز اجرا می کنیم.

جدول شماره (۶)

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر	
*	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)	
کاملاً مخالف	*	*	*		
مخالف	۹۲	۱۷۰	۶۰	آزادی (d)	
موافق	۴۴	۱۷۰	-۶۰		
کاملاً موافق	*	*	*	میزان احتمال خطا (asyp. sing)	
جمع	۱۳۶	مقدار کای-اسکوئر $= x^2 / df$			
اندازه شدت نقش فن آوری اطلاعات				$C = (x^2 / df) / (x^2 / df + n) \wedge (1/2)$	۰.۳۳

چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از ۰.۰۵ می‌باشد در نتیجه فرض H_0 رد شده است پس با ۰.۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت از دیدگاه جمعیت نمونه بین زیر ساختهای فرهنگی و اجتماعی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. باتوجه به اندازه ضریب توافقی ($0.33 < C < 1$) بین صفر و پنجاه درصد و با ۵۰ درصد فاصله نسبتاً زیادی دارد بنا بر این می‌توان این گونه استنباط نمود که بین زیر ساختهای فرهنگی و اجتماعی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه نسبتاً ضعیفی وجود دارد.

آزمون فرضیه فرعی هفتم: بین کاربری فردی، تجاری و دولتی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد.

باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۷) کای-اسکوئر از دیدگاه جامعه مورد مطالعه بین کاربری فردی، تجاری و دولتی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه‌ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف و قوی) یعنی کای-اسکوئر را اجرا می‌کنیم.

جدول شماره (۷)

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر	
*	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)	
کاملاً مخالف	۲۴	۸۵	-۲.۵		
مخالف	۲۸	۸۵	-۱.۵	آزادی (d)	
موافق	۶۴	۸۵	۷.۵		
کاملاً موافق	۲۰	۸۵	-۳.۵	میزان احتمال خطا (asyp. sing)	
جمع	۱۳۶	مقدار کای-اسکوئر $= x^2 / df$			
اندازه شدت نقش فن آوری اطلاعات				$C = (x^2 / df) / (x^2 / df + n) \wedge (1/2)$	۰.۴۷

چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از ۰.۰۵ می‌باشد در نتیجه فرض H_0 رد شده است پس با ۰.۹۵ درصد اطمینان می‌توان گفت از دیدگاه جمعیت نمونه بین کاربری فردی، تجاری و دولتی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد باتوجه به اندازه ضریب توافقی ($0.47 < C < 1$) بین صفر و پنجاه درصد و خیلی نزدیک ۵۰ درصد می‌باشد بنا بر این می‌توان این گونه

استنباط نمود که بین کاربری فردی، تجاری و دولتی و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه مطلوبی وجود دارد.

آزمون فرضیه اصلی

بین آمادگی الکترونیکی کارکنان دانشگاه و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد.

باتوجه به فراوانی مورد مشاهده در جدول شماره (۸) کای-اسکوئرز دیدگاه جامعه مورد مطالعه بین آمادگی الکترونیکی کارکنان دانشگاه و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. برای حصول اطمینان از وجود چنین رابطه ای آزمون وجود استقلال بین دو گروه (ضعیف و قوی) یعنی کای-اسکوئرها اجرا می کنیم.

جدول شماره (۸)

گزینه	مورد مشاهده	مورد انتظار	میزان انحراف	نتیجه کای-اسکوئر
*	*	*	*	مقدار کای-اسکوئر (chi-square)
کاملاً مخالف	*	*	*	
مخالف	۳۳	۱۱.۳	-۳.۳	آزادی (d)
موافق	۸۰	۱۱.۳	۸.۷	
کاملاً موافق	۲۴	۱۱.۳	-۵.۳	میزان احتمال خطا (asyp. sing)
جمع	۱۳۶		مقدار کای-اسکوئر = x^2	
اندازه شدت نقش فن آوری اطلاعات		$C = (x^2 / (x^2 + df + n))^{(1/3)}$		
		۰.۴۹		

چون درصد خطای محاسبه شده کمتر از ۰.۰۵ می باشد در نتیجه فرض H_0 رد شده است پس با ۰.۹۵ درصد اطمینان می توان گفت از دیدگاه جمعیت نمونه بین آمادگی الکترونیکی کارکنان دانشگاه و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه معنی داری وجود دارد. باتوجه به اندازه ضریب توافقی ($0 < C = 0.49 < 1$) بین صفر و پنجاه درصد و خیلی نزدیک ۵۰ درصد می باشد بنا بر این می توان این گونه استنباط نمود که بین آمادگی الکترونیکی کارکنان دانشگاه و پیاده سازی روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق-قیام دشت رابطه نسبتاً مطلوبی وجود دارد جمع بندی و نتیجه گیری

به طور کلی در بررسی هایی که از روابط عمومی الکترونیک در این تحقیق به دست آمد به این نتیجه می رسیم که: اولاً روابط عمومی الکترونیکی حاصل تغییرات فنی و تکنولوژیک بخصوص فناوری 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. ثانیاً 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. به هر حال جوامع امروزی اینک در حال گذار به جامعه اطلاعاتی آینده هستند، جامعه ای که فناوری های اطلاعات و ارتباطات تمامی ابعاد زندگی انسان ها را تحت تاثیر قرار خواهد داد. جامعه ما نیز ناگزیر از این روند خواهد بود و خواه ناخواه به این سمت و سو کشیده خواهد شد. در همین راستا دولت و مسئولان نظام در سخنان خود بارها به اهمیت این مسئله پرداخته اند و لزوم اندیشیدن تدابیر لازم در این زمینه را یادآور شده اند که از جمله مصادیق آن می توان به تدوین طرح تکفا، اجرای طرح تحول نظام اداری کشور و برگزاری چندین همایش اشاره کرد. لذا همسو با این اقدامات و تلاش ها و تغییرات به وجود آمده در سازمان ها و نهادها در سال های آتی، روابط عمومی ها نیز می بایست با اندیشیدن تدابیر لازم و با ایجاد تغییرات مورد نظر زمینه های لازم را جهت تحقق روابط عمومی دیجیتال آماده سازند. روابط

عمومی الکترونیک، گام اول است در جهت ایجاد سازمان الکترونیک و در نهایت دولت الکترونیک. روابط عمومی با توجه به ماهیت اطلاعاتی خود، جایگاه مناسبی است برای استفاده از تکنیک‌ها، ابزارها و روشهای فناوری اطلاعات و ارتباطات که متأسفانه امروزه کمتر از آن بهره مناسب می‌برد. 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 نامه‌ای بودن فعالیت هاست. در صورت پذیرش تفکر مدیریت استراتژیک در حوزه روابط عمومی و ارتباطات فلسفه روابط عمومی دیجیتال و الکترونیکی به راحتی برای مسئولان و کارکنان قابل هضم و ترسیم خواهد شد. میزان موفقیت در بهره‌گیری از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی همچون فناوری اینترنت به میزان توافق بین این متغییرها بستگی دارد، اگرچه هر کدام از این عوامل شش‌گانه مشخصات خاص خود را دارند، ولی اساساً حلقه‌ای یک‌زنجیر هستند و بستر را برای طراحی، نگاه داری و بهره‌گیری موفقیت‌آمیز تکنولوژی اطلاعات هموار می‌کنند.

و باید توجه داشت برای رسیدن به رشد و توسعه همه‌جانبه همان‌طور که در سطور پیشین اشاره شد فراگیر شدن روابط عمومی‌ها باید مورد توجه جدی قرار گیرد، چرا که توسعه و پیشرفت یک جامعه بدون در نظر گرفتن نیازهای افراد آن جامعه امکان‌پذیر نخواهد بود، بنابراین می‌طلبد نه صرفاً در تئوری بلکه در عمل به این نکات توجه بیشتری نماییم:

- یکی از مهمترین اقداماتی که باید برای تحقق روابط عمومی الکترونیک صورت گیرد، ایجاد ذهنیت و احساس مسئولیت در میان دست‌اندرکاران اصلی کشور و کارگزاران نهادهای دولتی و روابط عمومی هاست که متأسفانه به این مهم، متناسب با روند پرشتاب تحولات ارتباطی توجه شایسته‌ای نشده است.
- لازم است که زیربنای بهره‌گیری از فن‌آوری اطلاعات با تکیه بر قدرت، رفع ضعف‌ها، استفاده از فرصت‌ها و مقابله با تهدیدها در قالب برنامه‌های کوتاه مدت و بلند مدت فراهم شود.
- با توجه به نقش روابط عمومی الکترونیک در فرایند تحقق دموکراسی، از کارگزاران و متولیان حرفه‌ای روابط عمومی انتظار می‌رود که با غنیمت شمردن فرصت پیش‌رو، امکان تبادل نظر و اظهار نظر مخاطبین و عموم را با مسئولان عالی‌یک‌نهاد یا یک سازمان فراهم و در این مسیر از هیچ کوششی دریغ نکنند.
- قابلیت پردازش و انتقال سریع اطلاعات، ضمن کاهش تأخیر در برنامه‌ریزی، زمینه کاهش فساد و تخلفات اداری و دولتی را موجب می‌گردد، لذا با بهره‌گیری از فن‌آوری ارتباطات می‌توان ضمن شفاف‌سازی و اطلاع‌رسانی صحیح، به منظور مقابله با بوروکراسی و کاغذ‌بازی اداری و اتلاف وقت و هزینه، به منزله نوعی مبارزه با فساد اداری نیز از آن بهره‌جست.

ارایه پیشنهادات

در این بخش با توجه به ادبیات (فصل دوم) و نیز باتوجه به تجزیه و تحلیل‌های به عمل آمده از سوالات و فرضیه‌های تحقیق پیشنهادات ذیل در راستای موضوع تحقیق مطرح و ارایه می‌شوند:

با توجه به این مطلب که فن‌آوری اطلاعات (اینترنت) نقش به‌سزایی در توسعه سازمانی دارد پیشنهاد می‌شود دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام دشت نسبت به کاربرد این فناوری در کلیه سطوح اقدام عاجل به عمل آورد تا موجبات شکوفایی هرچه بیشتر را در این سازمان مهیا نماید.

پیشنهاد می‌شود دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام دشت در زمینه ارتباطات درون سازمانی و همچنین ارتباطات برون سازمانی از فناوری اطلاعات (اینترنت) بهره‌کافی و وافی را ببرد.

با توجه به اینکه در تحقیق حاضر مشخص گردید که سازمان‌ها به دلایل مختلف از ظرفیت‌های کامل خود برای بهره‌برداری از فن‌آوری اطلاعات (اینترنت) اقدام نمی‌کنند. پیشنهاد می‌شود دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام دشت با انجام مطالعاتی شرایطی را فراهم نماید که امکان استفاده از این فناوری‌ها مهیا گردد.

پیشنهاد می‌شود دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام دشت اقدامات اجرایی و مالی مناسبی جهت برگزاری دوره‌های آموزشی جهت پرسنل و مدیران این سازمان را فراهم نماید و پر واضح است تا زمانی که افراد آموزش لازم را نبینند نمی‌توانند نقش موثر در ایجاد توسعه در سازمان را ایفا نمایند.

فناوری های اطلاعات (اینترنت) می تواند نقش بسیار مهمی را در پیشبرد امور سازمان ها ایفا نماید. عبارتی چنانچه فناوری های نوین ارتباطی به طور گسترده در دانشگاه هابه کار گرفته شود. بهره وری این سازمان ها افزایش پیدا خواهد نمود. دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام دشت نیز بایستی در این راستا دست به اقدامات مناسبی زده تا اینکه با بکارگیری اینترنت توسعه را در سازمان ایجاد نماید.

پیشنهاد می شود دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام دشت با توجه به این که عصر حاضر عصر ارتباطات می باشد با بکارگیری شیوه های جدید و مبتنی بر بکارگیری فناوری های نوین اطلاعاتی از روش های روزآمد و بهینه استفاده نماید تا اینکه در سایه آن بر اثر بخشی خود بیفزاید.

عصر حاضر، عصر کوچک سازی نهادهای دولتی است. دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام دشت نیز بایستی از بکارگیری حجم انبوه نیروی انسانی پرهیز کرده و به جای آن و برای ی پر کردن خلاء نیروی انسانی از تکنولوژی های نوین استفاده و بهره برداری نماید.

پیشنهاد می شود دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام دشت از طریق برقراری شبکه اینترنت با تمامی شبکه های شهرستانی ارتباط برقرار نموده تا اینکه ضمن گسترش و توسعه ارتباطات درون سازمانی موجبات مدیریت بهینه را در مراکز شهرستانی فراهم آورد.

دانشگاه آزاد اسلامی واحد قیام دشت بایستی از طریق اینترنت شرح کلیه عملکردهای خود را به اطلاع مردم برساند تا اینکه مردم که ولی نعمتان مملکت هستند نسبت به عملکرد آنها آشنا شوند.

منابع

- آقا داوود، سید رسول (۱۳۷۲) وظایف روابط عمومی در درون سازمان، ماهنامه پیام روابط عمومی، ارگان وزارت جهاد سازندگی شماره ۱۳.
- آقا داوود، رسول (۱۳۸۱) روابط عمومی الکترونیک و چالشهای آینده ایران، نشریه خبری دانشگاه صنعتی اصفهان، شماره ۳، اصفهان
- امامی رود سری، حسین (۱۳۸۱) کاربرد اینترنت در روابط عمومی کارگزار روابط عمومی.
- امامی رود سری، حسین (۱۳۸۰) نشر روابط عمومی در توسعه بانکداری الکترونیک، فصلنامه کارگزار روابط عمومی، شماره اول.
- اکرمی، حمید رضا (۱۳۸۰) روزنامه نگاری الکترونیک چیست؟، فصلنامه پژوهشی و سنجش، شماره ۲۱ و ۲۲.
- بوتان، کارل، هزلتون، وینست (۱۳۷۸) نظریه های روابط عمومی، ترجمه علیرضا دهقان، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه، تهران
- باقریان، مهدی (۱۳۸۰) روابط عمومی الکترونیک، مؤسسه کارگزار روابط عمومی، تهران
- جبرائیلی، مهدی (۱۳۸۵) روابط عمومی الکترونیک، ماهنامه آموزشی، پژوهشی و اطلاع رسانی، سال هفتم، شماره ۷۸، تهران.
- ذوالنور، آیتا (۱۳۸۰) آموزش آن لاین یا درس روابط عمومی، ماهنامه علم الکترونیک و کامپیوتر، دوره ۲۴، شماره ۲۹۴، تهران
- رنجبری، رضا (۱۳۸۲) روابط عمومی، اینترنت، چالش ها و راهکارها، اطلاعات (ضمیمه)، تهران.
- سید محسنی، سیدشهاب (۱۳۸۰) روابط عمومی و ابزارهای نوین اطلاعاتی و ارتباطی، انجمن متخصصان روابط عمومی، تهران.
- سلطانی فر، محمد، مؤمنی نورآبادی، مهدی (۱۳۸۲) مقدمه ای بر روابط عمومی الکترونیک، نظر سیمای شرق، تهران.
- فریزر پی، سیتل (۱۳۸۳) روابط عمومی الکترونیک، ترجمه محمد مهدی فتوره چی، نشریه تحقیقات روابط عمومی، شماره ۲۱ و ۲۲، مؤسسه تحقیقات روابط عمومی، تهران.
- فتوره چی، محمد مهدی (۱۳۸۴) بررسی وضعیت و میزان تحقق روابط عمومی الکترونیک در دانشگاه های دولتی شهر تهران، رسانه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران.
- فرنقی، محمد رضا (۱۳۸۶) در باره روابط عمومی الکترونیک، دنیای کامپیوتر و ارتباطات، دوره ۶ شماره ۶۰
- مؤمنی نورآبادی، مهدی (۱۳۸۱) روابط عمومی الکترونیک، راهنمای جامع روابط عمومی، انجمن روابط عمومی ایران، تهران.
- متفکر، حسین، (۱۳۸۲) روابط عمومی دیجیتال، نشریه همشهری، 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.

Archives