

جایگاه آینده پژوهی روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی در فضای مجازی



علی اکبر جلالی
استاد دانشگاه علم و صنعت ایران،
معاون پژوهشی دانشکده برق
تهران - 6 دیماه 1394



موسسه کارگزار روابط عمومی
Kargozar PR
Institute



انجمن بین‌المللی
روابط عمومی
International
Muslim
Public Relations
Association



انجمن جهانی کارگزاران
مسلمان روابط عمومی
International Muslim
PR Practitioners
Association



کنفرانس بین‌المللی
روابط عمومی ایران
International Conference
of Public Relations
of Iran



فهرست مطالب

مقدمه: آینده پژوهی روابط عمومی یعنی چه؟

جایگاه آینده پژوهی و روابط عمومی در فضای مجازی

جایگاه مسئولیت اجتماعی روابط عمومی در فضای مجازی

ابزارهای مورد نیاز روابط عمومی در فضای مجازی

چالش‌ها و فرصت‌های روابط عمومی ایران در فضای مجازی

پدیده‌ای جدید: اینترنت اشیاء و روابط عمومی آینده

جمع‌بندی

مقدمه: آینده پژوهی روابط عمومی یعنی چه؟

- آیا می‌توانیم آینده روابط عمومی را در فضای پرشتاب عصر حاضر پیش‌بینی کنیم؟
- احتمالا نمی‌توان بصورت قاطع آینده روابط عمومی را پیش‌بینی کرد، اما می‌توان روابط عمومی‌ها را برای تحولات محتمل آینده آماده کرد!
- در اسلایدهای بعدی، با معرفی برخی از پدیده‌هایی که در فضای مجازی در آینده به وقوع خواهند پیوست، زمینه آماده‌سازی روابط عمومی‌ها برای فردای ممکن یا محتمل مورد توجه قرار گرفته است.



مقدمه: آیا می‌دانید اینترنت اشیاء چیست؟

- اینترنت اشیاء چیست و چه تاثیری در آینده روابط عمومی‌ها دارد؟! اینترنت اشیاء انقلاب بعدی در توسعه کاربردهای اینترنت است و اقتصاد دو هزار میلیارد دلاری را تا سال 2020 میلادی از ارتباط 50 میلیارد اشیاء با هم بوجود خواهد آورد.
- صدها کمپانی جدید و میلیون‌ها اشتغال جدید، حاصل توسعه اینترنت اشیاء خواهد بود. این مثال ساده نشان می‌دهد که پیش بینی آینده آسان نیست، اما برای آن باید آماده بود!

مقدمه: ضرورت آینده پژوهی روابط عمومی

- اطلاعات اغلب برنامه‌ریزان روابط عمومی‌ها، اطلاعات گذشته و حال آنها است، در حالی که آنها همواره برای آینده برنامه‌ریزی می‌کنند و تصمیم می‌گیرند!
- برنامه‌ریزی برای آینده روابط عمومی هر سازمان نیاز به پژوهش دارد، نمی‌توان با تخیل برنامه‌ریزی کرد! باید مدیران روابط عمومی‌ها با آینده اندیشی خود را برای فرصت‌های آینده آماده کنند.

آنچه نمی‌دانیم – 80%

**آنچه می‌دانیم که
نمی‌دانیم
15%**

**آنچه
می‌دانیم
10%**

آینده‌اندیشی (future thinking) - آینده‌پژوهی (Futures studies)

آینده پژوهی و مسئولیت اجتماعی

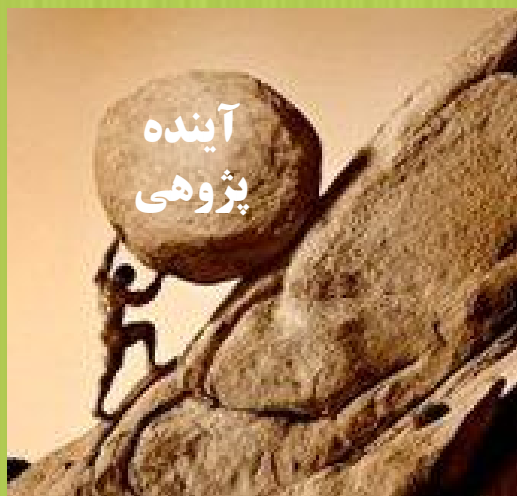
- کشورهایی که فناوری اطلاعات و کاربردهای آن را محور توسعه خود قرار نداده‌اند در آینده دچار خساراتی سنگین خواهند شد که قابل پیش بینی نیز می‌باشد. لذا پرداختن به ابعاد غیر فنی تاثیر فناوری اطلاعات و کاربردهای آن مانند **آینده پژوهی و مسئولیت اجتماعی روابط عمومی‌ها** باید مورد توجه قرار گیرد. در این زمینه سئوالات بسیاری مانند حریم خصوصی شهروندان، مسئولیت اجتماعی کاربران و نقش حاکمیت وجود دارد که هنوز جواب روشنی برای آنها وجود ندارد.

ضرورت آینده پژوهی روابط عمومی

- اگر برای یک سال برنامه ریزی می کنید، به برنامه های رقیب داخلی خود توجه داشته باشید!

- اگر برای ده سال برنامه ریزی می کنید، به برنامه های رقیب داخلی و خارجی بر بستر اینترنت توجه داشته باشید!

- اگر برای بیست سال و بیشتر برنامه ریزی می کنید، توجه جدی به آینده پژوهی و مسئولیت اجتماعی داشته و 90% فکر خود را بسمت فضای مجازی و توانمندی های آن هدایت کنید.



آینده پژوهی

- می‌دانیم مسیر توسعه زندگی بشر همواره پیوسته، خطی، یک سویه و بازگشت ناپذیر بوده است. آینده پژوهی همواره بصورت طبیعی وجود دارد و یک دانش ذاتی در بطن جوامع است. اتفاقات مثبت و منفی در زندگی بشر یکی پس از دیگری روی می‌دهند و تاریخ، گذشته، حال و آینده را رقم می‌زند. آینده می‌تواند ربطی به گذشته و حال نداشته باشد و بسیار متفاوت از چیزی باشد که به آن می‌اندیشیم! هیچکس نمی‌تواند با اطمینان آینده را پیش‌بینی کند!

- آینده را من و شما با آینده پژوهی و آینده اندیشی می‌توانیم بسازیم و آنرا به شکلی دلخواه در آوریم!



آینده پژوهی روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی در فضای مجازی چیست؟

• مطالعه، بررسی و تجزیه و تحلیل فضای آینده روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی آن در فضای مجازی شامل:

- مطالعه آینده‌های ممکن در فضای پرشتاب توسعه فناوری
- بررسی آینده‌های محتمل روابط عمومی در فضای مجازی
- بررسی سناریوهای مختلف تخیلی و مبتنی بر دانش از تصویرهای آینده
- مطالعه‌ی شاخص‌ها و اصول حاکم بر انسان‌شناسی در فضای مجازی آینده
- بررسی جایگاه اخلاقی در آینده‌پژوهی روابط عمومی در فضای مجازی
- تجزیه و تحلیل گذشته و تعیین موقعیت حال و آینده روابط عمومی در فضای مجازی
- طراحی نحوه ورود روابط عمومی در پذیرش و انجام مسئولیت‌های اجتماعی در فضای مجازی
- پیش‌بینی مخاطبان روابط عمومی از سطح محلی، منطقه‌ای و ملی به سطح بین‌المللی در فضای مجازی
- آسیب‌شناسی حضور روابط عمومی در مسئولیت‌های اجتماعی بر بستر فضای مجازی

روابط عمومی و فضای مجازی

- فناوری اطلاعات و کاربردهای آن تغییر اساسی در جنبه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی امور زندگی بشر و به تبع آن در سازمان ها و نهادهایی مانند روابط عمومی ها داشته و پیش بینی می شود تا سال 2030 میلادی بیش از 80 درصد فعالیت های بشر در فضای مجازی انجام شود.

روابط عمومی، فضای مجازی و جهانی شدن

- کشورهای که جهانی شدن را پذیرفته‌اند و اینترنت را یک قاره جدید تحت قاره ششم، با همه واقعیت‌های مثبت و منفی آن، می‌دانند تاثیر پذیری بیشتری از این پدیده داشته‌اند.

جهانی شدن و فضای مجازی

اینترنت قاره ششم

- قاره‌ای با فرهنگ مخصوص به خود
- قاره‌ای با زبانی مشترک (Based on English)
- قاره‌ای با آداب و رسوم مخصوص به خود
- قاره‌ای با ارزش‌های متفاوت
- قاره‌ای بدون مرز با سایر کشور
- قاره‌ای موثر در جهانی شدن!



ضرورت پرداختن به بحث مهم آینده پژوهی روابط عمومی

- در عصر مجازی حضور فیزیکی کارگزار روابط عمومی برای انجام وظایف قانونی لازم نیست، بلکه تصویر سه بعدی او می‌تواند در هر جای ممکن نیز وجود داشته باشد و امور روزمره خود را انجام دهد، شاید پذیرش و باور به رسیدن به عصر مجازی، مانند پذیرش و باور به عصر اطلاعات و اینترنت امروز برای روابط عمومی‌های سنتی سخت باشد، اما شواهد نشان می‌دهد که بسترهای توسعه فضای مجازی در حال شکل‌گیری است و رسیدن به آن در حال پذیرفته شدن است.
- این مثال، ضرورت پرداختن به بحث مهم آینده پژوهی روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی او را مشخص می‌کند. آیا اگر روابط عمومی آینده پژوهی نکند می‌تواند چنین فضایی را بشناسد و قبل از رسیدن به آن زمان برایش برنامه داشته باشد.

مسئولیت اجتماعی در فضایی مجازی

- سؤال اساسی امروز و فردا این است که جایگاه روابط عمومی از بعد آینده پژوهی و **مسئولیت اجتماعی** در فضایی مجازی چگونه خواهد بود، چگونه می توان به عنوان مثال، برای حفظ حریم خصوصی شهروندان و یا مخاطبین روابط عمومی راهکارهای مناسبی را یافت تا ضمن ارتباط مناسب به حریم خصوصی مخاطب تعرض نشود. مسئولیت اجتماعی، از دیدگاه حاکمیت در فضای مجازی چگونه تعبیر می شود؟

مسئولیت اجتماعی در فضایی مجازی

- به عنوان مثالی از یک موضوع مرتبط با مسئولیت اجتماعی، آیا فقط کاربران عادی فضای مجازی هستند که حریم خصوصی یکدیگر را نقض می‌کنند و یا دولت‌ها نیز برای حفظ حاکمیت کشور از تمامی ابزارهای معقول و متعارف بهره می‌گیرند تا حریم خصوصی کاربران فضای مجازی را حفظ کنند و گاهاً حریم خصوصی و حقوق شهروندی را نقض می‌کنند؟ کشورهای نقض کننده حقوق شهروندی فضای مجازی، بنام قانون، نظم عمومی و امنیت ملی حریم خصوصی شهروندان، محدودیت دسترسی بوجود می‌آورند و به محتوای اطلاعات شهروندان سر می‌زنند.

مسئولیت اجتماعی در فضایی مجازی

- آیا روابط عمومی‌ها و یا هر نهاد دیگری در چارچوب مسئولیت‌های اجتماعی حق دارند به هر شکل دلخواه عمل کنند؟
- آیا جامعه نیازمند قوانین و مقرراتی نیست که راه درست انجام مسئولیت‌های اجتماعی را هدایت کند و آن قوانین مورد قبول باشد و همگان آن را بپذیرند؟ طرح چنین مسائلی باعث شده تا موضوع مسئولیت اجتماعی در روابط عمومی‌ها، بویژه در فضای مجازی، به یک موضوع جاذب و قابل مطالعه مورد توجه محققان قرار گیرد.

فناوری اطلاعات محور توسعه کشور

- در ایران هنوز بصورت جدی کاربردهای اساسی فناوری اطلاعات محور توسعه کشور قرار نگرفته و شاید بحث مسئولیت‌های اجتماعی مانند حریم خصوصی شهروندان در دستور کار جدی مسئولین نباشد. به همین دلیل باید با برگزاری همایش‌ها، سمینارها و سخنرانی‌ها از یک سویی و تولید و انتشار کتاب‌ها و مقالات از سویی دیگر فضای لازم را برای توجه مسئولین کشوری و روابط عمومی‌ها به این موضوع مهم در فضای مجازی جلب کرد.

روابط عمومی در فضای مجازی

- روابط عمومی در فضای مجازی همواره در تلاش است تا رابطه نزدیک با اجتماعات برخط برقرار کرده و نسبت به آنچه مخاطبان آنها بصورت برخط ارایه می کنند و یا سئوالی دارند حساسیت نشان می دهد.
- روابط عمومی در فضای مجازی همواره در حال گفتگو و تعامل با مخاطب بوده و خدمات خود را بصورت غیر حضوری در 24 ساعت شبانه روز و در 7 روز هفته ارائه می نماید.
- در چنین فضایی که در آینده بشدت توسعه خواهد یافت، از مشخصه های بارز روابط عمومی خوب در فضای مجازی، توجه به آینده پژوهی و درک مسئولیت اجتماعی خود می باشد تا بتوان مسئولیت خود را بخوبی انجام دهد.

روابط عمومی، جهانی شدن و فضای مجازی

• برای بهره‌مندی روابط عمومی از پدیده جهانی شدن در فضای مجازی اقداماتی باسد انجام داد.

– به فضای مجازی **اعتقاد** داشت و از امکانات آن استفاده نمود

– **مشاغل دانش بنیان** را جایگزین مشاغل سنتی نمود

– به **امنیت** در فضای مجازی توجه جدی و موثر داشت

– **اعتماد** مردم به اقتصاد در فضای مجازی را ارتقاء داد

– درک درست از **مسئولیت اجتماعی در فضای** مجازی داشت!

جایگاه فضای مجازی در برنامه پنج ساله ششم

• در سیاست‌های کلی برنامه پنج ساله ششم توسعه کشور، **نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه فناوری‌های نوین** بسیار محوری دیده شده است.

دیدگاه رهبر معظم انقلاب نسبت به فضای مجازی



- ابزارهای تسهیل کننده، مثل رایانه‌ها و ارتباطات اینترنتی و **فضای مجازی** و سایبری هم که الان در اختیار شماست. اگر بتوانید اینها را یاد بگیرید، میتوانید یک کلمه حرف درست خودتان را به هزاران مستمعی که شما آنها را نمیشناسید، برسانید؛ این فرصت فوق‌العاده‌ای است؛ نبادا این فرصت ضایع شود.

دیدگاه رهبر معظم انقلاب نسبت به فضای مجازی



- برنامه ریزی علمی و منسجم برای مقابله با برخی مشکلات اقتصادی برنامه ریزی برای تبدیل تحریم به فرصت، توجه همزمان به پیشرفت همراه با عدالت، **لزوم حضور**

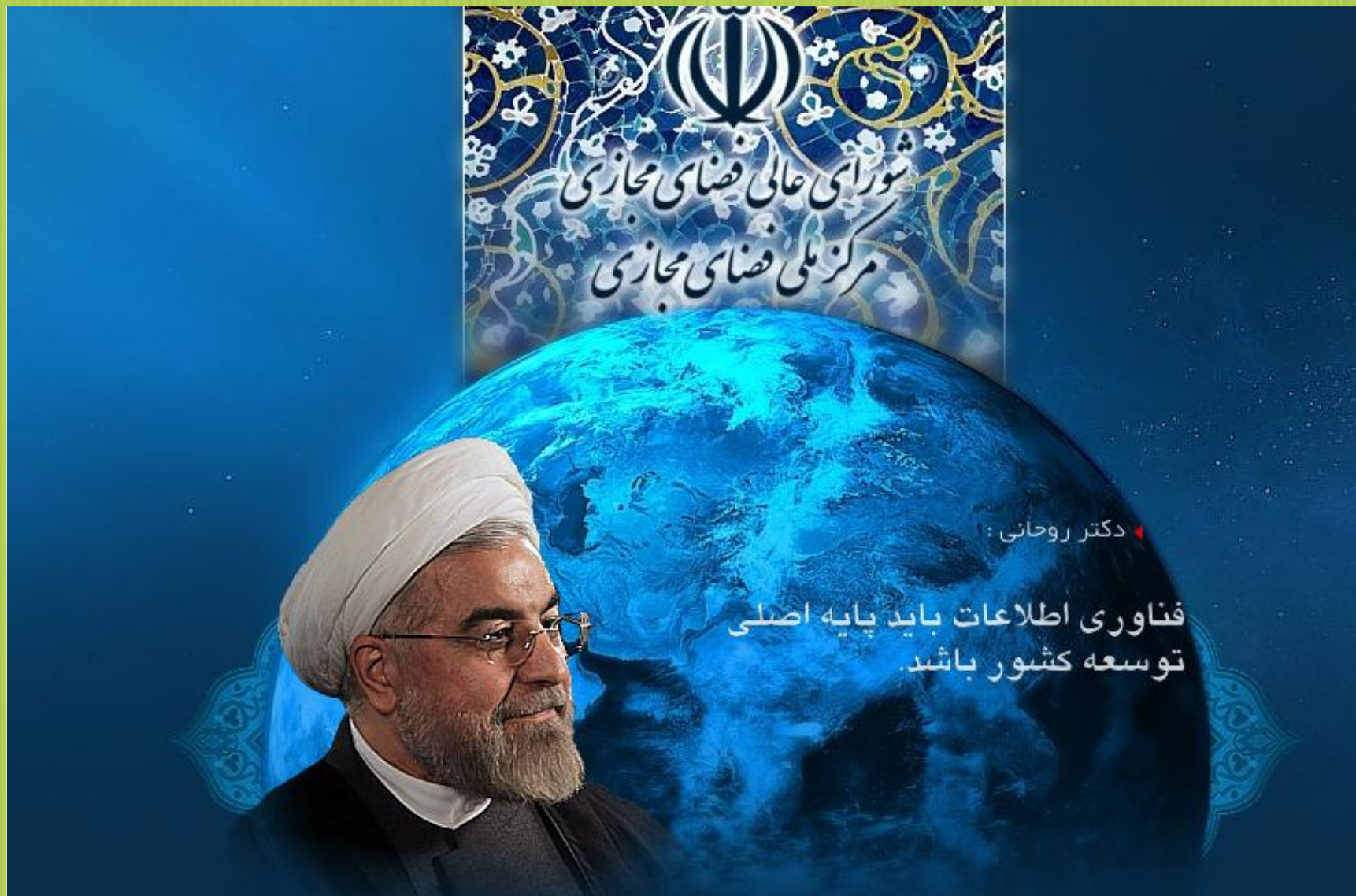
فعال و غیر انفعالی

در فضای مجازی و استفاده از برخی فرصت ها بجای برخورد های محدود کننده و سلبی

دیدگاه مسئولین ارشد نظام به فضای مجازی



دیدگاه مسئولین ارشد نظام به فضای مجازی



دکتر روحانی :

فناوری اطلاعات باید پایه اصلی
توسعه کشور باشد.

سیاست‌های کلی برنامه پنج‌ساله ششم



- اصول پایه‌ای: **علم و فناوری**، نظام

- اداری، اقتصاد مقاومتی و جمعیت

- محورهای سه گانه:

- اقتصاد مقاومتی (جهت‌گیری سازمان‌یادگیرنده اقتصاد دانش بنیان است)

- پیشتازی در عرصه علم و فناوری (سازمان‌یادگیرنده در عرصه علم و فناوری شکل می‌گیرد)

- تعالی و مقاوم سازی فرهنگی (در فضای مجازی این مفاهیم نیازمند تعریف جدید دارند)

سیاست‌های کلی، 80 بند در 8 محور

اقتصادی

فناوری اطلاعات و ارتباطات

اجتماعی

دفاعی و امنیتی

علم و فناوری و نوآوری

سیاست خارجی

حقوقی و قضایی

فرهنگی



امور فناوری اطلاعات و ارتباطات

- 32- کسب جایگاه برتر منطقه در **توسعه دولت الکترونیک** در بستر شبکه ملی اطلاعات.
- 33- توسعه محتوی در فضای مجازی براساس نقشه مهندسی فرهنگی کشور تا حداقل پنج برابر وضعیت کنونی و بومی سازی شبکه های اجتماعی.
- 34- ایجاد، تکمیل و توسعه شبکه ملی اطلاعات و تأمین امنیت آن، تسلط بر دروازه های ورودی و خروجی فضای مجازی و پالایش هوشمند آن و ساماندهی، احراز هویت و تحول در شاخص ترافیکی شبکه به طوری **که 50 درصد آن داخلی** باشد.

امور فناوری اطلاعات و ارتباطات

- 35- بهره‌گیری از موقعیت ممتاز کشور با هدف تبدیل ایران به مرکز تبادلات پستی و

ترافیکی ارتباطات و اطلاعات منطقه و گسترش **حضور در بازارهای**

بین‌المللی.

- 36- حضور مؤثر و هدفمند در تعاملات **بین‌المللی** فضای مجازی.

- 37- افزایش سهم سرمایه‌گذاری زیرساختی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات تا

رسیدن به **سطح کشورهای برتر منطقه.**

- 38- توسعه فناوری فضایی با طراحی، ساخت، آزمون، پرتاب و بهره‌برداری از

سامانه‌های فضایی و حفظ و بهره‌برداری حداکثری از نقاط مداری کشور.

امور علم، فناوری و نوآوری

- 74- دستیابی به **رتبه اول منطقه در علم و فناوری** و تثبیت آن با اهتمام به تحقق سیاست‌های کلی علم و فناوری.
- 75- اجرای سند تحول بنیادین آموزش و پرورش و تأکید بر دوران تحصیلی کودکی و نوجوانی.
- 76- افزایش سهم آموزش‌های مهارتی در نظام آموزشی کشور.
- 77- توسعه علوم پایه و تحقیقات بنیادی، نظریه‌پردازی و نوآوری در چارچوب **سیاست‌های کلی علم و فناوری** و نقشه جامع علمی کشور.
- 1-77- ساماندهی نظام ملی آمار و اطلاعات علمی، پژوهشی و **فناوری** جامع و کارآمد.
- 2-77- تحول و ارتقاء علوم انسانی بویژه تعمیق شناخت معارف دینی و مبانی انقلاب اسلامی.

امور علم، فناوری و نوآوری

- 78- تنظیم رابطه متقابل تحصیل با اشتغال و متناسب سازی سطوح و رشته های تحصیلی با نقشه جامع علمی کشور و نیازهای تولید و اشتغال.
- 79- **گسترش همکاری و تعامل فعال، سازنده و الهام بخش در حوزه علم و فناوری با سایر کشورها و مراکز علمی و فنی معتبر منطقه ای و جهانی بویژه جهان اسلام و توسعه تجارت و صادرات محصولات دانش بنیان.**
- 80- توسعه و ساماندهی نظام ملی نوآوری و حمایت از پژوهش های مسأله محور و تجاری سازی پژوهش و نوآوری، و توسعه نظام جامع تأمین مالی در جهت **پاسخ به نیاز اقتصاد دانش بنیان.**

امور فرهنگی

- 68- تلاش شایسته برای تبیین ارزش‌های انقلاب اسلامی و دفاع مقدس و دستاوردهای جمهوری اسلامی.
- 69- ارائه و ترویج سبک زندگی اسلامی – ایرانی و فرهنگ‌سازی درباره اصلاح الگوی مصرف و سیاست‌های اقتصاد مقاومتی.
- 70- اجرای نقشه مهندسی فرهنگی کشور و تهیه پیوست فرهنگی برای طرح‌های مهم.
- 71- حمایت مادی و معنوی از هنرمندان، نوآوران، محققان و تولیدکنندگان آثار و محصولات فرهنگی و هنری مقوم اخلاق، فرهنگ و هویت اسلامی – ایرانی.
- 72- **حضور مؤثر نهادهای فرهنگی دولتی و مردمی در فضای مجازی**
به منظور توسعه و ترویج فرهنگ، مفاهیم و هویت اسلامی - ایرانی و مقابله با تهدیدات.
- 73- توجه ویژه به توسعه و تجلی مفاهیم، نمادها و شاخص‌های هویت اسلامی – ایرانی در ساختارهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور.

راهکارهای حل مشکلات در آینده چیست؟



یک مثال

- از اینترنت اشیاء چه می‌دانید؟ تاثیر آن بر روابط عمومی نسل آینده چیست؟
- در اسلایدهای بعدی اینترنت اشیاء معرفی شده و نقش روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی آن مورد بررسی قرار گرفته است.



جمع‌بندی

- آینده پژوهی در انجام مسئولیت اجتماعی یک روابط عمومی در فضای مجازی مانند پیشگویی و یا پیش‌بینی، جزء عوامل موثر مدیریت روابط عمومی عصر اطلاعات به شمار می‌روند.
- اغلب مطالعات آینده‌پژوهی در روابط عمومی بر پایه این فرض بنا می‌شوند که روابط عمومی آینده در فضای مجازی شبیه به روابط عمومی سنتی امروز است.
- اگر روزی چالش روابط عمومی‌ها کمبود اطلاعات بود، امروز اطلاعات زیادی در خدمت روابط عمومی قرار دارد که مشکل امروز آن مدیریت اطلاعات است.
- کمبود ظرفیت مناسب برای شناسایی و انتخاب اطلاعات درست از نادرست یک مشکل اساسی آینده پژوهی روابط عمومی با مسئولیت اجتماعی در فضای مجازی است.

جمع‌بندی

- آینده یک روابط عمومی که مسئولیت اجتماعی خود را خوب درک کند، ممکن، محتمل، ترجیحی و ایده‌آل می‌باشد. زمانی روابط عمومی مسئولیت اجتماعی خود را خوب انجام داده است که بتواند آینده خود را در فضای مجازی بسازد و با مخاطبین خود بصورت پویا در تماس دائم باشد.
- نقش فناوری در روابط عمومی، مانند اینترنت اشیاء که زمانی مورد توجه روابط عمومی نیست، کلیدی و با آینده پژوهی در فضای مجازی قابل درک و مرتبط است.
- بنابراین مباحث مرتبط با مسئولیت اجتماعی روابط عمومی را باید در فضای مجازی بهتر تعریف کرد و درک درستی از آن داشت.
- آینده پژوهی در روابط عمومی که مسئولیت اجتماعی را درک می‌کند فقط در فضای مجازی امکان توسعه و شبیه‌سازی اولیه را دارد.



خدا نگهدار