



مقطع تحصیلی: کارشناسی رشته: روابط عمومی الکترونیک	ترم: اول	سال تحصیلی: ۱۳۹۸ - ۱۳۹۹
نام درس: فناوری های نوین ارتباطی	نام و نام خانوادگی مدرس: مزده ماهرخ مقدم	
آدرس email مدرس: <a href="mailto:mahrokhmoghadam57@gmail.com">mahrokhmoghadam57@gmail.com</a>	تلفن همراه مدرس:	
جزوه درس: تکنولوژی نوین ارتباطی	مربوط به هفته : شانزدهم	
text: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/>	voice: دارد <input checked="" type="checkbox"/> ندارد <input type="checkbox"/>	power point: دارد <input type="checkbox"/> ندارد <input checked="" type="checkbox"/>
تلفن همراه مدیر گروه :		
سلام دانشجویان گرامی		
در جلسه گذشته در خصوص تکنولوژی های جمع آوری و پردازش اطلاعات، کاربرد آر. اس. اس در روابط عمومی الکترونیک، کاربرد موتورهای جستجو در روابط عمومی الکترونیک، کاربرد ایمیل در روابط عمومی الکترونیک، کاربرد نشر الکترونیک در روابط عمومی، کاربرد خبرنامه الکترونیک در روابط عمومی مطالبی را خدمت شما عرض کردم. در جلسه شانزدهم فناوری های ارتباطی نوین در ادامه مباحث روابط عمومی الکترونیک در خصوص نشر آنلاین به مطالب زیر اشاره می شود:		
✓ روزنامه نگاری سایبر		
✓ پورتال		
✓ وب سایت های اینترنتی		
✓ وبلاگ ها		
✓ تکنولوژی وب ۲		
✓ تفاوت های وب ۱، وب ۲، وب ۳		
✓ نظرسنجی آنلاین		
✓ نظرسنجی های اینترنتی		
✓ پادکست		

قابل توجه مدرسین محترم : حداقل ۴ صفحه در هر هفته برای ارایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.



نشر آنلاین:

روزنامه نگاری سایبر:

**تعریف سایبر ژورنالیسم:** الفبای روزنامه نگاری سایبر یعنی گزارش‌گری به کمک کامپیوتر و اینترنت.

روزنامه نگاری سایبر ترکیبی از چندین نوع کار رسانه‌ای است. پس دست اندرکاران روزنامه‌نگاری سایبر باید روزنامه نگاری را با دانش فنی و مهارت‌های الکترونیک ادغام کنند. روزنامه نگاری سایبر یک شکل جدید و کانال تازه برای تولید، بسته بندی و توزیع اطلاعات از سوی سازمان‌های خبری است: روزنامه نگاری سایبر محیطی است که در آن ساختن خبرها امکان پذیر است در این محیط انواع محیط رسانه‌ها با یکدیگر ترکیب شده و باعث تعامل استفاده کنندگان از محتوا می‌شوند و این امر به تسهیل توزیع و پس فرست می‌انجامد.

**ویژگی‌های سایبر ژورنالیسم:**

- استفاده از مولتی مدیا (یعنی استفاده از صوت و تصویر و انیمیشن و متن)
- سرعت بروزرسانی (آنلاین بودن و بروز سانی لحظه‌ای در طول شبانه روز و تمام ایام هفته)
- توزیع افقی اطلاعات (ارتباطات جمعی از آغاز حالتی یک طرفه داشته است. از مدل‌های ارتباطی شانون و ویور تا نظریه گلوله‌های جادویی، همه‌وهمه جریان‌هایی یک طرفه بوده‌اند. حال آن که در رسانه‌های سایبر، گیرنده یک مشارکت گر فعال است که مثل فرستنده در توزیع اطلاعات شرکت دارد)
- تمرکززدایی (روزنامه‌نگاری سایبر تمرکزگرایی را از بین برده و در تمام مراحل تولید و انتشار از ویژگی تمرکز زدایی بهره می‌برد)
- قابلیت دسترسی (انواع رسانه‌های سایبر در دسترس همگان قرار داشته و با استفاده از تکنولوژی‌های عمومی اینترنتی و فراگیر تولید و منتشر می‌شوند)
- فقدان محدودیت انتشار (برخلاف روزنامه‌های چاپی، محدودیتی از نظر فضای چاپ و حجم مطلب ندارد)



- فقدان سلسله مراتب (بسیاری از انواع رسانه‌های آنلاین و سایر فاقد سلسله مراتب مرسوم در روزنامه نگاری چاپی بوده و به همین دلیل فرایندهای اداری در آن‌ها بسیار سریع و بدون بروکراسی است)
- عدم سانسور (ممیزی، دروازبانی خبر و فیلترینگ در روزنامه‌نگاری سایبر در کمترین شکل آن وجود دارد)
- داشتن قابلیت تعاملی (با استفاده از امکاناتی نظیر کامنت، سیستم‌های استناد و هایپر لینک شدن، فرامتن)
- تازه بودن دائمی (متن در روزنامه نگاری سایبر هرگز کهنه نمی شود)
- شخصی بودن (روزنامه‌های سایبر حتی می‌توانند برای یک نفر انتشار یابند. به این معنی که شما می‌توانید به سایت مورد استفاده روزنامه اینترنتی خود دستور بدهید که چه نوع اطلاعاتی را در اختیارتان قرار دهند و چه نوع اطلاعاتی را در اختیارتان قرار ندهند).
- نزدیک بودن و بی واسطه‌گی (یکی از ویژگی‌ها و مزایای دیگر روزنامه نگاری الکترونیک این است که بین تولید کننده و مصرف کننده هیچ واسطه‌ای وجود ندارد. چیزی شبیه به ارتباط چهره به چهره. به عبارت بهتر هر دو طرف، همیشه به هم دسترسی دارند و امکان پس فرست هم به طور لحظه به لحظه برای طرفین موجود است)
- آزادی از زمان و مکان (زمان و مکان، هر دو در اینترنت نابود شده‌اند، شما به محض تماس با اینترنت در جهان سایبر قرار می‌گیرید، اختلاف ساعت با کشورها برای دسترسی به اطلاعات و همچنین فاصله مکانی شما با این کشورها هیچ مفهومی ندارد. این امر در مورد روزنامه‌های اینترنتی به این معناست که آن‌ها لحظه به لحظه در معرض دید مخاطب قرار دارند و به عبارت دیگر بهتر ساعت انتشار برای آنها هیچ مفهومی ندارد)

## پورتال:

به زبانی ساده و البته کاربردی، پورتال «درگاهی» است به دنیای مجازی که کاربر می‌تواند از طریق امکانات فراهم شده در آن، تمامی نیازهای خود را برآورده کند. پورتال‌ها می‌خواهند همه چیز را از طریق درگاهی واحد برای کاربران خود آماده و مهیا سازند. در حوزه اطلاع رسانی، پورتال‌ها می‌توانند به عنوان درگاه اطلاعات در نظر گرفته شوند.



درواقع پورتال مانند یک کامپیوتر خانگی، اطلاعات و خدمات گوناگونی را در یک صفحه وب به صورتی سازگار و خوش ترکیب در دسترس می‌گذارد. پورتال می‌تواند نقطه شروع یا صفحه اولیه مشخصی داشته باشد که کاربران در زمان اتصال به وب آن را مشاهده کنند. پورتال می‌تواند از طریق دستگاه‌هایی که قابلیت اتصال به وب در آنها پیش بینی شده مانند تلفن‌های همراه مورد استفاده قرار گیرد. هر چند شباهت ظاهری فراوانی میان یک وب سایت و یک پورتال وجود دارد به گونه‌ای که در نگاه اول تفاوت محسوسی میان آن دو مشاهده نمی‌شود؛ اما این دو کاملاً از یکدیگر متفاوت‌اند.

### تفاوت پورتال و وب سایت:

- نمایش هدف‌دار اطلاعات با استفاده از تجربیات کاربر.
- دسترسی تقسیم بندی شده به انواع داده و اطلاعات گروه بندی شده.
- در اختیار گذاشتن امکان ارتباط و همکاری میان تمامی کاربران و استفاده کنندگان پورتال.
- امکان پیوستن به نرم افزارها و سیستم‌های نرم افزاری که گردش کاری مشخص و تعریف شده ای دارند.

### انواع پورتال:

- (۱) پورتال‌های اطلاعاتی: پورتال‌هایی هستند که بیشتر اطلاعات استاتیک موجود در منابع مختلف را گردآوری کرده و نمایش می‌دهند.
- (۲) پورتال‌های کاربردی: پورتال‌هایی هستند که بیشتر ارایه دهنده سرویس هستند.
- (۳) پورتال افقی: ارایه دهنده اطلاعات و سرویس‌های مختلفی است و افراد مختلف را پاسخ‌گو می‌باشد به عنوان مثال پورتالی که در آن به مخاطبان مختلف روابط عمومی می‌توان پاسخ داد.
- (۴) پورتال عمودی: بر روی عناوین خاص و یا سرویس‌های خاص تمرکز دارد و پاسخ‌گوی گروه خاصی می‌باشد. به عنوان مثال پورتالی که به معرفی یک دانشگاه می‌پردازد و اخبار همان صنعت اختصاص می‌یابد.



## وب سایت‌های اینترنتی:

وب سایت، مجموعه‌ای از صفحات مرتبط به یکدیگر است که انبوهی از اطلاعات را در قالب متن، تصویر، صدا و فیلم در اختیار بیننده قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، وب سایت‌های سازمانی مهمترین ابزار اینترنتی روابط عمومی الکترونیک برای ارتباط موثر با مخاطبان درون و برون سازمانی می‌باشند، امروزه الکترونیکی شدن روابط عمومی را اصولاً با داشتن وب سایت سازمانی یکی می‌انگارند. البته وب سایت پیشرفته می‌تواند به تنهایی بخش‌های زیادی از ماموریت‌های روابط عمومی الکترونیک را به انجام برساند. نکته مهمی که باید به آن توجه کرد، این است که مسئولیت وب سایت سازمانی برعهده روابط عمومی می‌باشد و بخش فناوری اطلاعات تنها عهده‌دار توسعه فنی سایت و پشتیبانی نرم افزاری و سخت افزاری آن باشد.

## وبلاگ‌ها:

بیش از چند سال از پیدایش وبلاگ‌ها نمی‌گذرد. هرچند با رشد شبکه‌های اجتماعی امروزه وبلاگ نویسی کمتر دیده می‌شود اما این شیوه از یادداشت نویسی نه تنها مطرود نشد بلکه در همه سایت‌های اجتماعی و برنامه‌های پیام رسان تحت شبکه به نوعی وبلاگ نویسی در قالب صفحه شخصی یا دیوار نوشته ادامه دارد. وبلاگ weblog که به آن blog نیز گفته می‌شود، ترکیبی است از دو کلمه web به معنای شبکه جهانی و log به معنای گزارش روزانه یا روزنوشت، به یادداشت‌هایی گفته می‌شود که توسط یک یا چند نفر به صورت روزانه، هفتگی یا گاه به گاه نوشته شده و در عرصه اینترنت قرار می‌گیرد. چند معادل فارسی نیز برای آن در نظر گرفته شده است مانند: تارنگار یا تارنگاشت که کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. هر شخصی که به اینترنت دسترسی داشته باشد و مطلبی برای نوشتن داشته باشد می‌تواند به طور رایگان یا در صورت تمایل به صرف هزینه، صاحب یک وبلاگ شود. مطلبی که در وبلاگ نوشته می‌شود ممکن است خاطرات شخصی، خبر، مقالات علمی و هرگونه مطلب قابل نگارش باشند.



رشد خدمات رایگان برای وبلاگ‌نویسان و ارائه رایگان ابزارها و برنامه‌های مورد نیاز وبلاگ‌نویسان توانسته زمینه‌ساز پیشرفت‌های خوبی باشد. از جمله سیستم‌های نظرسنجی، سیستم‌های آرشیو مطالب، سیستم‌های شمارنده تعداد بازدیدکنندگان و همچنین فرم‌های ارسال اطلاعات بازدیدکنندگان برای مدیر وبلاگ و سایر این ابزارها که هر روز بر تعداد و قابلیت‌های آنها افزوده می‌گردد.

## تکنولوژی‌های وب ۲:

وب ۱ سایت‌هایی توسط گروهی اندک برای خوانندگان بسیار است؛ در وب ۲ نوشتن علاوه بر خواندن، تمایل بیشتر برای انتشار محتوا در وب را در بین مخاطبان ایجاد می‌کند. در محافل IT عموماً از این اصطلاح برای بیان نسل دوم سرویس‌هایی از وب استفاده می‌شود که امکان همکاری و مشارکت را برای مردم فراهم ساخته اند. مفاهیم و فناوری‌هایی که ظاهراً بر وب ۲ موثر هستند، وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، پادکست‌ها، و آر.اس.اس‌ها به شمار می‌روند. حرکت از سایت‌های استاتیک به سوی سایت‌های داینامیک به عنوان مثال؛ گوگل‌مپ و سایت اجتماعی فیس‌بوک از این دسته هستند. ذکر این نکته ضروری است که نکته کلیدی در وب ۲ مشارکت‌های کاربر و اعتماد به وی است. سرویس‌هایی که در وب ۲ ارائه می‌شود قابلیت استفاده مجدد از آن را در سایر ابزار و رسانه‌ها فراهم می‌آورد و دسترسی به آن‌ها آسان‌تر می‌شود. وب ۲ بر قابلیت ترکیب مجدد و سازگار سازی بدون مذاکره و حتی اجازه استوار است. وب ۲ یعنی گرفتن اطلاعات و داده‌های یک سایت به کمک آر اس اس، ترکیب آن با داده‌هایی از همان نوع اما دریافت شده از منابع دیگر و تولید چیزی جدید.

## تفاوت های وب ۱، وب ۲، وب ۳:

### وب ۱.۰

از سال ۱۹۸۹ که وب توسط آقای «برنرزی» ابداع شد جنبشی به وجود آمد که بیاید همه چیز را از روی کاغذ به اطلاعات الکترونیکی تبدیل کنیم. افراد و شرکت‌ها تلاش می‌کردند محتوای کاغذی خود را به محتوای



دیجیتالی تبدیل کنند. جنبش پر سرعت دیجیتالی شدن اطلاعات سبب شد که کاربران امکان دسترسی به انبوهی از اطلاعات را داشته باشند. دیجیتالی شدن اطلاعات همچنان با سرعت زیادی ادامه دارد و احتمالاً تا سال های زیادی نیز ادامه خواهد داشت.

### وب ۲,۰

به تدریج کاربران با انبوهی از اطلاعات رو به رو شدند که خود یک مشکل محسوب می شد. باید راه حلی پیدا می کردند. از این جا بود که کم کم «نرم افزارهای مبتنی بر وب» به کمک کاربران آمدند. هر روز انبوهی از مطالب و اخبار در وب سایت ها و وبلاگ های مختلف منتشر می شود.

برخی از سایت ها هم بر اساس تفکر «وب ۲,۰» ساخته شده است. صدها کاربر سایت هنگام وب گردی هر مطلب جالبی که پیدا می کنند را در این سایت قرار می دهند و کاربران دیگر به آن ها رای می دهند. مطالبی که رای بیشتری بگیرند در رتبه بالاتری قرار می گیرد. نتیجه کار این است که هر روز می توان از مطالب پرطرفدار مطلع شد بدون این که مجبور باشید خودتان را در انبوهی از اطلاعات غرق کنید.

«نرم افزارهای مبتنی بر وب» محیط وب را از صفحات ساده تبدیل به دنیایی چند بعدی کرده اند که امکان ارتباطات فردی و کارهای گروهی را فراهم کرده است. شبکه های اجتماعی به سرعت به وجود آمدند و با استقبال گسترده کاربران رو به رو شدند.

نرم افزاری که بر روی اینترنت قرار دارد. یکی از بهترین تعاریف «وب ۲,۰» این است که وب تبدیل به بستری شده که می توان همه جور نرم افزاری را بر پایه آن ساخت تا کاربران فارغ از نیاز به نصب آن بر روی کامپیوتر شخصی خود بتوانند از هر جایی به آن ها دسترسی داشته باشند.

### وب ۳,۰

نسخه سوم وب تازه در حال متولد شدن است. با این که هنوز نمی توانیم در مورد این کودک زیاد حرف بزنیم اما می توان گفت که قرار است که فرزند جدید وب بچه باهوشی باشد. در «وب ۳,۰» بحث اصلی در مورد هوشمند



شدن وب است. پیش بینی می‌شود که در آینده نزدیک کامپیوترها، محتوای وب را می‌فهمند و آن را درک می‌کنند.

اگر در متنی کلمه «تبیان» آمده باشد نرم افزاری که در حال خواندن این متن است می‌داند که سایت تبیان چیست و چه مطالبی در آن نوشته می‌شود. اگر در متنی نوشته شد «اول فروردین» نرم افزار متن را به نوروز ربط می‌دهد.

این درک اطلاعات توسط نرم افزارهای مبتنی بر وب سبب می‌شود که جستجو و حرکت در اطلاعات بسیار سریع تر و بهینه تر از قبل بشود. نرم افزارها قادر به شناسایی افراد، مکان‌ها، رویدادها و ارتباط آن‌ها با یکدیگر خواهند بود. ارتباط متقابل اطلاعات با یکدیگر و قابلیت دسترسی به اطلاعات با هر نوع دستگاه ارتباطی از دیگر مشخصه‌های وب نسخه سوم خواهد بود.

### نظرسنجی آنلاین:

با افزایش تعداد کاربران پایگاه‌های اینترنتی و نیز تعداد افراد قابل دسترسی به وسیله پست الکترونیکی، این وسایل ارتباطی (نظرسنجی الکترونیک و آنلاین) به یکی از ابزارهای رایج در پژوهش‌های اجتماعی تبدیل شده‌اند. نظرسنجی الکترونیک تنها منحصر به نظر سنجی اینترنتی و آنلاین نمی‌شود و نوعی از سیستم‌های نظرسنجی الکترونیک با استفاده از کامپیوترهای دستی و همراه نیز قابل انجام است که در آن کارشناس یا پرسش‌گر دیدگاه‌های افراد یا جامعه نمونه را مورد سنجش قرار داده و نتایج به جای درج در کاغذ بر روی سیستم الکترونیک ثبت شده و نتایج بلافاصله قابل استنتاج به شیوه رایانه‌ای می‌باشد.

اما در نظر سنجی آنلاین، سیستم نرم افزاری این نوع نظرسنجی‌ها به گونه‌ای است که با قراردادن یک تکه کد نرم‌افزاری بر روی سایت، امکان ارسال نظرات بازدیدکنندگان به صورت انتخاب یک گزینه را فراهم می‌آورد. نتایج نظر سنجی بلافاصله بر روی کنترل پنل سایت قابل بازدید بوده و در برخی موارد این نتیجه حتی برای بازدیدکنندگان یا رای دهندگان نیز قابل مشاهده است.





## نظر سنجی های اینترنتی:

جهت فهم بهتر نظرسنجی اینترنتی باید درک پایه‌ای از مفاهیمی همچون **countering** مفهوم **ip** یعنی شماره هویتی هر فرد در اینترنت داشته باشیم. در واقع سیستم کانترنیک در اینترنت و شبکه‌ها از نظر دقت بسیار دقیق‌تر از سیستم‌های دولتی است و حتی ساعت، زمان سیستم عامل و همه جریانات نظر سنجی را ثبت می‌کند. با نصب این سیستم روی یکی از سایت‌ها واقعی‌ترین آمار از رای دهندگان به دست می‌آید و ضریب خطا نیز نزدیک صفر است.

## پادکست:

پادکست (به انگلیسی) **Podcast** یا پادپخش انتشار مجموعه‌ای از پرونده‌های رسانه دیجیتال است که توزیع آن در اینترنت با استفاده از فید صورت می‌گیرد و توسط کاربران معمولاً بر روی یک پخش کننده موسیقی دیجیتال قابل دریافت و پخش است. این روش ارائه محتوا در سال ۲۰۰۴ محبوبیت و گسترش یافت؛ و گاه به آن رادیوی اینترنتی گفته می‌شود.

برای دریافت آن، معمولاً از برنامه‌های خبر خوان که از خدمات وب استفاده می‌کنند استفاده می‌شود و بر روی رایانه‌های خانگی و یا پخش کننده‌های موسیقی دیجیتال قابل پیاده‌سازی است. قابل ذکر است که عمل دریافت پادکست را پادکچ (به انگلیسی) **Pod catch** می‌گویند.

## ویژگی‌ها پادکست:

پادکستینگ نیز مانند روش‌های دیگر ارائه محتویات رسانه‌ای بر روی اینترنت (به عنوان مثال پخش رادیویی) از ارسال پرونده استفاده می‌کند. اما پادکستینگ دارای چند تفاوت عمده با این روش‌هاست.

۱- پادکستینگ بر خلاف سایر روش‌های ارائه محتوای صوتی که به روش **Push Technology** کار می‌کنند، بر اساس روش **Pull Technology** است. یعنی، در این روش، مصرف کننده بر اساس تقاضای مشخص خود،



به محتوای وب دسترسی دارد و مانند رادیو، مطالب به او تحویل داده نمی شود بلکه او آنها را بر اساس نیاز خود تحویل می گیرد.

۲- در این روش، مصرف کننده محتوای مورد نظر را توسط دستگاه های پخش غیر از رایانه نیز استفاده می کند و در زمان استفاده، لزوماً نیازی به دسترسی به کامپیوتر نیست. معمولاً دستگاه هایی که می توان پادپخش ها را روی آن ها شنید، همان دستگاه های پخش موسیقی دیجیتال هستند که عموماً بسیار کوچک و قابل حمل اند. در نتیجه کاربر در هر زمان و مکانی قادر به استفاده از محتوای صوتی خواهد بود.

۳- محتوا پس از دریافت از اینترنت، بدون نیاز به ارتباط با اینترنت، قابل استفاده خواهد بود در حالی که در سایر روشها، نیاز به حفظ ارتباط اینترنتی برای استفاده از محتوا وجود دارد.

۴- در این روش، امکان شنیدن هر بخش از محتوا، جلو و عقب بردن آن، شنیدن محدوده خاص از محتوا و سایر کنترل ها از طرف کاربر ممکن است. کاربر به هر تعداد بار که بخواهد می تواند محتوا را گوش دهد در حالی که در رادیو اینترنتی، چنین امکانی به خودی خود وجود ندارد.

۵- در این روش، نیازی به مراجعه به وب گاه های مختلف برای دسترسی به انواع محتویات نیست و با تنظیم نرم افزار و افزودن نشانی پادپخش موردنظر به فهرست، کپی محتوا به رایانه و در نهایت به دستگاه پخش آن بطور اتوماتیک انجام شده و کاربر همیشه آخرین و جدیدترین اطلاعات را در دستگاه پخش محتوای صوتی خود خواهد داشت.