

یحیی بازیاری زاده ybazeyari@yahoo.com

رئیس جمعیت هلال احمر
و دبیر ستاد حوادث غیرمترقبه شهرستان قشم

آمنه راحتی

کارشناس دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان

روابط عمومی و ماموریت‌های سازمان‌های امدادمحور در شرایط بحرانی

سازمان‌ها در ادبیات مدیریتی معاصر به موجوداتی زنده می‌مانند که پس از تولد، نضج و بلوغ حول هدف تعیینی، برای تداوم حیات، بالندگی و شکوفایی، نیازمند ارتباط متقابل نه تنها با مشتریان و مراجعین خود که با همه شهروندان و ارکان جامعه است. به عبارت دیگر واحد روابط عمومی در یک سازمان، صرفنظر از اندازه، ساختار و ماهیت کاری آن سازمان، به درجه ای حیاتی می‌ماند که امکان رابطه متقابل هم افزای شهروندان و سازمان، بعنوان تنفس ارگانیک سازمان و در نتیجه تداوم رشد، حیات و شکوفایی آن را فراهم می‌آورد. در تاریخ حیات سازمان‌های مختلف بویژه سازمان‌های عملیاتی امداد محور نظیر جمعیت هلال احمر، اورژانس و بیمارستان‌ها، دوره‌های بحرانی منبعت از شرایط بحرانی جامعه حادث گردیده و یا می‌گردند. در این شرایط بحرانی نظیر شرایط آشفته ناشی از وقوع بلایای طبیعی و سوانح غیر مترقبه، حفظ ارتباط حسنه دوسویه و هم افزا با شهروندان و سایر اجزاء و عناصر جامعه، یکی از اصول محوری موفقیت عملیات‌های امدادی این سازمان‌ها به حساب آمده و در این میان، واحد روابط عمومی یکی از کلیدی ترین اجزای سازمان در خلق و حفظ این ارتباط دوسویه هم افزا می‌باشد. در صورت پویایی، استمرار، خلاق و فراگیر بودن فعالیت‌های واحد روابط عمومی سازمان‌های امداد محور در زمان و مرحله قبل از پیدایش شرایط بحرانی، کارآمدی فعالیتها و خدمات و اثربخشی ارتباط دوسویه شهروندان و سازمان در حین وقوع سانحه و شرایط بحرانی، تسهیل گر، روانساز، راهگشا و چاره ساز بوده و موجبات گذار و گذر سریعتر و موثرتر سازمان و خدمات گیرندگان از شرایط بحرانی را فراهم تواند ساخت. از این روی پویایی، استمرار، فراگیری و خلاق بودن فرآیندهای حاکم بر روابط عمومی سازمان‌ها، همسو با اهداف و ماموریت‌های سازمانی، در دوران آرامش و قبل از آغاز شرایط بحرانی، موجب پدید آیی ارتباط دوسویه متقابل و موثر میان اجزا و عناصر مختلف سازمان با یکدیگر و همزمان با جامعه گردیده و سازمان و جامعه را در مواجهه و عبور موثر از شرایط دشوار بحرانی و گذار به شرایط آرامش قبل از وقوع بحران یاری خواهد رساند.

مقدمه

آغاز انجام گروهی فعالیت‌ها در عصر کشاورزی بمنظور افزایش راندمان تولیدات سنتی، زمینه آفرینش سازمان‌ها به معنای ساختارهایی هدفمند برای پیگیری و تحقق هدف و یا اهدافی خاص و معین بدنال وقوع انقلاب صنعتی را موجب گردید. سازمان‌ها از زمان خلق تاکنون تغییرات بسیاری را تجربه نموده و همزمان و به موازات تغییرات اجتماعی و نیازهای جوامع انسانی، تغییرات تکاملی را طی نموده و به بلوغ امروزی رسیده‌اند. طی این مدت اما ارتباط سازمان‌ها با جوامع انسانی موضوعی اساسی و در تاریخ تکامل سازمان‌ها امری مهم و یکی از موارد منجر به بهبود، ارتقاء، تکامل و بلوغ سازمان‌ها به شکل امروزی بوده است.

هر سازمان در پی تحقق هدفی خاص و بمنظور پاسخگویی به یکی از نیازهای متعدد و متنوع انسانها و جوامع انسانی امروزی، متولد گردیده و ضمن داشتن ساختار و اجزاء عمومی، با کسب بخش‌های تخصصی متناسب با آن هدف خاص، با فرآیندهای پویای سازمانی راه بسوی بلوغ می‌پیماید.

سازمان‌ها در ادبیات مدیریتی معاصر به موجوداتی زنده می‌مانند که پس از تولد، نضج و بلوغ حول هدف تعیینی، برای تداوم حیات، بالندگی و شکوفایی، نیازمند ارتباط متقابل نه تنها با مشتریان و مراجعین خود که با همه شهروندان و ارکان جامعه است.

به عبارت دیگر ارتباط با جوامع انسانی بمثابة تنفس برای بقاء، رشد، بالندگی و شکوفایی سازمانها و روابط عمومی‌ها بعنوان راه و دریچه هوایی حیاتی تنفس سازمانها و ارتباط دوسویه آنها با جوامع انسانی و شهروندان می‌باشد.

در عصر حاضر، بدون ارتباط و مکانیسمهای ارتباطی با بخش‌های مختلف جامعه، هیچ سازمانی را نمی‌توان حتی متصور شد و تداوم بقاء، حیات، سلامت و تحقق کارکردها و اهداف سازمان‌ها، در گرو ارتباط متقابل موثر با شهروندان و بخش‌ها و نهادهای مختلف جامعه بوده و واحد روابط عمومی سازمانهای مختلف، صرف‌نظر از ابعاد و اندازه و نوع ماموریت سازمان‌ها، به‌عنوان راه ارتباطی موثر با دنیای پیرامون، از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار گردیده و روز به روز بر اهمیت این بخش حیاتی سازمان افزوده می‌گردد.

با مطالعه و بررسی بیانیه ماموریت عمده شرکتهای بزرگ و کوچک موفق و پیشتاز، در می‌توانیم یافت که واحد و بخش روابط عمومی این سازمانها از جایگاه ویژه‌ای در برقراری ارتباط موثر میان کارکنان بخشهای مختلف سازمان با یکدیگر برای ارتقاء هماهنگی و نیز با جامعه انسانی و شهروندان در محیط بیرون از سازمان برخوردار بوده و با مکانیزم‌های مختلف و

خلاق ارتباطی، تحقق ماموریت‌های سازمان تسهیل و تسریع خواهد گردید.

سازمان‌های امداد محور عملیاتی، نظیر جمعیت‌های هلال‌احمر و مراکز اورژانس و بیمارستانها، از جمله سازمان‌های حساسی بوده که بهنگام پدیدآیی شرایط دشوار بحرانی، نقش بسیار مهمی را در پاسخگویی به پیامدهای ناگوار شرایط بحرانی، نظیر وقوع بلایای متعدد طبیعی و غیر طبیعی دارا است.

با توجه به اهمیت ارتباطات سازمان‌های عملیاتی امداد محور با شهروندان جامعه سانحه دیده بمنظور تسهیل و تسریع نزدیک شدن و بازگشت به شرایط عادی دوران قبل از رخداد سانحه، روابط عمومی این سازمان‌ها به‌عنوان محل تلاقی سازمان با جوامع انسانی، بخشی حساس و سرنوشت ساز در این سازمان‌ها به حساب می‌آید به گونه‌ای که توفیق یا عدم توفیق بسیاری از عملیات‌های امدادی در گرو عملکرد مثبت و موفق و یا ضعیف و ناموفق این بخش از سازمان است.

روابط عمومی در سازمانهای رسمی امداد رسان بعنوان کانالی برای آگاه سازی شهروندان از چگونگی عملکرد و عمل کردن این سازمان‌ها در زمان بس دشوار و بغرنج وقوع بلایا و رخدادن سوانح است. این آگاهی‌ها در بسیاری از موارد التیام بخش دردها و آسیب‌های ناشی از سوانح مختلف و باعث کاستن آشفتگی در حوزه‌های مختلف اجتماعی و فراهم آمدن بستری آرام برای پیشبرد فرآیند مدیریت بحران و پیشرفت و موفقیت و کامیابی عملیات‌های امدادی میباشد.

در مقاطع پدید آمدن شرایط بحرانی و اضطراری، آگاهی موثر شهروندان از بسیاری مسائل مرتبط با بحران و تمهیدات و اقدامات نهادهای رسمی متولی امداد رسانی از طریق پیشگیری از تنش و آشفتگی، موجب تقلیل فشار وارده بر مدیران عالی و میانی عملیاتی تصمیم ساز و تصمیم گیر و به تبع آن موجب بهبود فرآیند مدیریت بحران و روانسازی عملیات‌های امدادی خواهد گردید.

آگاهی یافتن شهروندان از کم و کیف وضعیت و اقدامات انجام شده و در دست اقدام، تاثیرات روانی شگرفی بر شهروندان احاطه شده در شرایط بحرانی و کنترل و مدیریت رفتار و هیجان‌های آنها داشته و آنان را در مدیریت رفتارها و هیجان‌اتشان یاری رسانده و فضای عمومی جامعه سانحه دیده دچار شرایط بحرانی و اضطراری را بسوی آرامش بیشتر رهنمون خواهد گردید.

روابط عمومی سازمان‌های امداد محور نقش اساسی در فرآیند آگاهی بخشی اصولی و موثر به شهروندان داشته و با بهره جستن از مکانیزم‌های خلاق اطلاع‌رسانی موثر، می‌توانند ضمن پیشگیری از بروز و توسعه شایعات مخرب، موجبات

روابط عمومی سازمان‌های امداد محور ضمن برقراری رابطه‌ای پویا، فراگیر و متقابل با همه اجزاء و ارکان و بخش‌های جامعه و سپس عمق بخشیدن به این روابط گسترده دوسویه، زمینه آگاهی‌افزایی شهروندان و جلب مشارکت داوطلبانه خودجوش و موثر آنان را با سازمان‌های امداد محور فراهم آورده و از این رهاورد از آشنفتگی در روابط سازمان با جامعه و شهروندان در زمان وقوع بلایا و سوانح و پس از وقوع، کاسته و سازمان را در تحقق مأموریت‌های سازمانی خویش یاری رسانند.

به عبارت دیگر، تسهیل و تعمیق ارتباط دوسویه متقابل هم‌افزای سازمان‌های رسمی امداد رسان با جامعه و شهروندان در شرایط آرامش و قبل از وقوع بلایا و سوانح، سرمایه‌گذاری ارزشمند و پربازدهی برای روزهای دشوار وقوع بلایا و سوانح ویرانگر بوده که موجب حفظ و اثربخشی این ارتباط موثر دوسویه متقابل در آن لحظات دشوار و توفیق و کامیابی بیشتر عملیات‌های امدادی و کاهش پیامدهای زیانبار سوانح است.

تجربه پژوهی موردی

یافته‌های عملی: تجارب عملیات‌های امدادی زمین لرزه‌های

سالیان اخیر شهرستان قشم

بخشی از موفقیت عملیات‌های امداد و نجات جمعیت هلال احمر در زمین لرزه‌های ششم آذر ۱۳۸۴ و بیستم شهریورماه ۱۳۸۷ شهرستان قشم مدیون تجربه همین کارکرد ارزنده روابط عمومی جمعیت هلال احمر قشم در برقراری ارتباط موثر و پویای متقابل میان این جمعیت و بخش‌های مختلف جامعه روستاهای مناطق زلزله خیز این شهرستان در زمان قبل از وقوع این زمین لرزه‌ها بوده است. این ارتباط پسندیده متقابل پویا و موثر در حکم محور روابط عمومی در جمعیت هلال احمر قشم بعنوان یک سازمان امداد رسان، موجب بروز آثار روانساز، شتاب بخش و کیفیت افزا در این دو عملیات امدادی گردیده که به گواه عمده ناظران و تحلیلگران در زمره عملیات‌های موفق امدادی به لحاظ سرعت عمل، کیفیت و مشارکت جامعه آسیب دیده بوده است.

روابط عمومی جمعیت هلال احمر قشم به واقع در زمان و شرایط آرامش و قبل از وقوع بلایا با برقراری ارتباط پویای متقابل با بخش‌ها و شهروندان ساکن در روستاهای مختلف جزیره قشم و از جمله روستاهایی که بعدا در دو زمین لرزه مورد اشاره دستخوش آسیب گردیدند، موجبات آشنایی عمیق و دقیق آنان را با مأموریت‌های سازمانی این جمعیت، بویژه مأموریت‌های امدادی در زمان وقوع سوانح و چگونگی اجرای این مأموریت‌ها را فراهم آورده و ضمن جلب مشارکت آنان با حوزه‌های سه‌گانه جوانان، امداد و داوطلبان جمعیت هلال احمر، نسبت به برگزاری دوره‌های مختلف آموزش‌های امدادی برای جامعه روستائیان اقدام نمود.

آرامش و آمادگی روحی و روانی شهروندان متاثر از پیامدهای بلایا، سوانح و شرایط اضطراری و بحرانی را فراهم نموده و از این طریق احتمال توفیق و ضریب کامیابی عملیات‌های امدادی و مدیریت بحران را ارتقاء و افزایش دهد.

کارکرد روابط عمومی سازمان‌ها و نهادهای عملیاتی امداد رسان در ارتباط با شرایط بحرانی و اضطراری در سه سطح به قرار زیر قابل بررسی می‌باشد.

مراحل عملکردی روابط عمومی سازمان‌های امداد محور

الف) قبل از بحران

با مطالعه، واکاوی و بررسی چرخه مدیریت بحران که از پنج مرحله شامل پیشگیری، آمادگی، پاسخگویی، بازتوانی و بازسازی تشکیل یافته در می‌یابیم که دو مرحله پیشگیری بمعنای تلاش برای جلوگیری از پدیدآیی و رخ دادن بلایا و آمادگی بمعنای افزایش توانمندی و کاهش آسیب پذیری جامعه در همه ابعاد آن، از جمله مراحل مهم قبل از وقوع بلایا و پدید آمدن شرایط اضطراری و بحرانی می‌باشد.



روابط عمومی سازمان‌های امداد رسان در این مرحله مهمترین و زیربنایی‌ترین کارکردهای خود در ارتباط با شرایط بحرانی را قادر بانجام می‌باشند. درحقیقت آغاز روابط موثر هدفمند و دوسویه سازمان‌های امداد محور با اجزاء و عناصر مختلف جامعه، بویژه با شهروندان در مرحله قبل از وقوع بلایا و پدید آیی سوانح و پیامدهای ناگوار و زیانبخش آن و خلق شرایط بحرانی و اضطراری، در استمرار این روابط دوسویه در دو مرحله بعد و اثربخشی آن تاثیر بسزایی خواهد داشت. زمان آرامش قبل از وقوع بلایا و سوانح و پدید آمدن شرایط اضطراری و بحرانی، فرصت مغتنمی است که

کرده و زمینه‌های همکاری داوطلبانه خودجوش تضعیف گردیده و شهروندان مناطق سانحه دیده، منفعلانه منتظر دریافت کمکها، مساعدت‌ها و امداد نهادهای رسمی‌امدادرسان مانده و با بروز توقعات کاذب در شرایط کمبود منابع، کل فرآیند عملیات امداد رسانی دچار آسیب و اختلال گردیده و با هرز رفتن منابع، احتمال کامیابی عملیات‌های امدادی رو به افول گذاشته و احتمال ناکامی آن قوت می‌گیرد.

ج) پس از وقوع سوانح

مرحله پس از وقوع سوانح که در واقع پس از مرحله پاسخگویی به سوانح آغاز میگردد، شامل دو مرحله با عنوان بازتوانی و بازسازی میباشد. در این دو مرحله، پس از تقلیل و توقف تبعات و پیامدهای ناگوار مستقیم اولیه سوانح، فرآیند بازیابی و تجدید توان و منابع از دست رفته و گذار به وضعیت و شرایط قبل از وقوع بلا و سانحه و پدید آمدن شرایط اضطراری و بحرانی آغاز میگردد.

روابط عمومی سازمانهای امداد رسان در این مرحله نیز همچنان از رویکرد، جهت گیری و عملکرد خویش در مرحله نخست، یعنی شرایط آرامش قبل از وقوع بلا و پدید آمدن



شرایط بحرانی، متاثر خواهند بود. در صورت پویایی در آن مرحله و به تبع آن در مرحله میانی، در این مرحله پایانی نیز میتوانند همچنان با حفظ و توسعه روابط حسنه متقابل با شهروندان جامعه سانحه دیده، مشارکت و انگیزه آنان را برای بازیابی قوای تحلیل رفته خویش، اطرافیان و جامعه آسیب دیده خود شاهد بوده و استمرار این وضعیت در تحمل دشواریهای گذار به مرحله بازسازی و اتمام آن، قابل احساس خواهد بود.

نتیجه گیری

بنابر آنچه گفته شد محور اصلی و اساسی و قلب بخش

بهنگام وقوع زمین لرزه‌های سال ۱۳۸۴ و پس از آن در سال ۸۷، شهروندان مناطق و روستاهای ۲۲ گانه سانحه دیده و متاثر از این زمین لرزه‌ها، بموجب آشنایی قبلی با ماموریت‌های امدادی جمعیت هلال احمر و مراحل و چگونگی اجرای این ماموریتها و نیز دارا بودن حداقل دانش و مهارت‌های پایه امدادی داوطلبانه آموخته شده در دوره‌های آموزشی جمعیت هلال احمر، از سانحه دیدگانی دردمند، منتظر و منفعل به همیارانی همراه تبدیل شده و دوش به دوش عوامل امدادی و امدادگران جمعیت هلال احمر قشم در بخشهای مختلف عملیات‌های امداد و نجات زمین لرزه‌های ششم آذرماه ۱۳۸۴ و بیستم شهریورماه ۱۳۸۷ مشارکت جسته و موجبات توفیق و کامیابی این دو عملیات امدادی را در ابعاد کمی و کیفی تسهیل و تسریع نمودند.

ب) احین وقوع بلا و سوانح

در هنگام وقوع بلا و سوانح و پدید آمدن شرایط اضطراری و بحرانی، روابط عمومی سازمان‌های امداد محور بر بستر مستحکم روابط پویای میان سازمان و بخشهای مختلف جامعه و شهروندان که در مرحله پیش، یعنی در شرایط آرامش قبل از وقوع بلا و پدید آمدن شرایط بحرانی پی ریزی گردیده بود، مبادرت به بهره جستن متقابل از این روابط حسنه بعنوان محور کار روابط عمومیها نموده و آنچه‌انکه در مورد عملیات‌های امداد و نجات جمعیت هلال احمر در زمین لرزه‌های دوگانه سالیان اخیر قشم اشاره گردید از مشارکت خودجوش ساخت یافته و آگاهانه شهروندان بعنوان همیارانی همراه بهره جسته و ضریب کامیابی عملیات‌های امدادی و گذار به شرایط قبل از وقوع بحران را ارتقاء می‌دهند.

آنچه در این میان اهمیت دارد این است که تنها روابط عمومیهای سازمانها بی در زمان وقوع بلا و سوانح و یا شرایط اضطراری و بحرانی عملکرد روان و موثری خواهند داشت که در زمان و شرایط آرامش قبل از وقوع بلا و سوانح با بهره‌گیری از مکانیزم‌های خلاق و برقراری رابطه موثر با بخشهای مختلف جامعه و شهروندان، ضمن جلب اعتماد و شناخت آنان، از سازمان متبوع خود نیز شناخت به دست داده و موجبات آشنایی شهروندان و نهادهای مختلف جامعه با ماموریت‌های سازمانی، مراحل و چگونگی اجرا و عملیاتی سازی آنها فراهم آورده باشند.

بدیهی است که در غیر اینصورت و عدم برقراری هیچگونه رابطه پویای متقابل موثر، روابط عمومی سازمانهای امداد رسان در زمان وقوع سوانح با بی اعتمادی، کم اعتمادی، عدم استقبال شهروندان و نهادهای مختلف جامعه مواجه گردیده و در نظر شهروندان بعنوان توجیه گر کوتاهیها، کم کاریها، کمبودها، نواقص و ناتوانی آن سازمان در ادای ماموریت خویش جلوه

روابط عمومی سازمانها، روابط حسنه پویای متقابل مبتنی بر اعتماد میان سازمان و بخشهای مختلف جامعه و شهروندان و مهمترین کارکرد روابط عمومیها نیز برقراری این ارتباط از طریق جستجو و بکارگیری مکانیزمهای خلاق ارتباط پویای متقابل میباشد

در حقیقت هیچ روابط عمومی بدون ارتباط متقابل و هیچ ارتباط پویای متقابلی بدون اعتماد متقابل متصور نبوده و از این روی یکی از مهمترین صفات و ویژگی مدیران و کارکنان بخش روابط عمومی سازمانها داشتن مهارت پایه ارتباط موثر در کنار دانش پایه و جلب اعتماد و احترام مراجعین و مشتریان کالا و خدمات سازمانها و سایر شهروندان می باشد.

تجربه نگارنده در مدیریت عملیات امداد و نجات زمین لرزه‌های سالیان اخیر جزیره قشم و راهبری روابط عمومی جمعیت هلال احمر قشم طی این سنوات و سایر تجارب ریز و درشت فراوان از این دست در گوشه و کنار کشور، بیانگر ضرورت و اهمیت تغییر، بهبود و ارتقاء نگاه مدیران ارشد و عالی سازمانها



به جایگاه و نقش روابط عمومی در سازمانهای مختلف، بویژه سازمانهای عملیاتی امداد رسانی می باشد.

با توجه به سانح خیزی کشورمان و استعداد وقوع بیش از ۳۰ بلا از ۴۱ بالای متعارف جهانی در پهنه آن و قرار داشتن استان هرمزگان بعنوان استراتژیک و مهمترین دروازه جنوبی کشورمان به جهان خارج و آبهای آزاد در جمع استانهای بالقوه سانح خیز، با توجه به وقوع مکرر زمین لرزه‌های مخرب طی سالیان اخیر در بخش عمده ایی از پهنه این استان، بویژه جزیره قشم و همچنین رسیدن بخشی از طوفان حاره ایی گونو به سواحل جنوب شرقی استان، سیل خیز بودن بخشهای شمالی، شرقی و غربی استان، حجم بالای تردهای دریایی،

ریلی و هوایی و احتمال وقوع سانح دریایی، هوایی و ریلی، پدیده کشند قرمز و سانح تکنولوژیک با توجه به رشد صنعت و خشکسالی مزمن سالیان اخیر و دهها حوزه سانحه خیز دیگر از یکسو و کمبود منابع مالی، انسانی و لجستیکی از دیگر سو، ضرورت جلب مشارکت عمومی در برنامه‌های پیشگیری، کاهش اثرات و پاسخگویی موثر به سانح و شرایط اضطراری را بیش از پیش آشکار می نماید.

جلب مشارکت عمومی در برنامه‌های مدیریت سانح از سوی سازمانهای متولی و پاسخگو به سانح، تنها از طریق خلق و برقراری ارتباط موثر متقابل و استمرار این روابط متقابل استراتژیک برای توفیق عملیات‌های امدادی سازمانهای امدادمحور، عمدتا از کانال حیاتی روابط عمومی این سازمانها مقدور است.

بنابراین، برنامه‌ریزی مدون مبتنی بر بررسی وضعیت و عملکرد موجود و فعلی بخشهای روابط عمومی سازمان‌های امداد محور و آگاهی یافتن و دستیابی به آخرین دستاوردهای دانش بشری در این حوزه برای فعالسازی روابط عمومی‌های این سازمانها و نیز اتخاذ رویکردی خلاق در آفرینش مکانیزم‌ها و ساز و کارهای مورد نیاز برای اعتلای روابط عمومی‌ها و رهنمون شدن آنها به جایگاه واقعی خود، موجبات بالندگی و شکوفایی بیش از پیش سازمانهای حیاتی امداد رسان و تحقق آرمانی ماموریت‌های آنان و تضمین موفقیت و کامیابی عملیات‌های امدادی و کاستن از پیامدهای ناگوار سانح متعدد محتمل الوقوع در پهنه کشور و استان هرمزگان را موجب خواهد گردید.

مطالعه و کوشیدن در این راه، افقهای نوینی را فرا روی اندیشمندان حوزه روابط عمومی ترسیم نموده و زمینه تحقق و شکوفایی بیش از پیش کارکردها و ظرفیتهای مشارکت ساز آنها فراهم نموده و از این رهاورد توسعه سازمانها و بهبود عملکردشان ضمانت نسبی یافته و بستر کاهش آلام انسانها بعنوان یکی از محوری ترین، زیباترین و انسانی ترین اهداف و آرمانهای جمعیت هلال احمر مجال بروز خواهد یافت.

پیشنهادهای کاربردی

برای بهبود عملکرد روابط عمومی‌ها در سازمان‌های امدادمحور و تحقق کارکردهای ارزنده آنها در تسهیل و تسریع و کیفیت افزایی تحقق ماموریت‌های امدادی این سازمان‌های عملیاتی، مجموعه پیشنهاداتی به قرار ذیل ارائه میگردد.

۱- تدوین استراتژی راهبردی

با توجه زیربنایی بودن ارتباطات متقابل و پویای سازمان‌های امداد رسان با بخشهای مختلف جامعه و اقشار مختلف شهروندان در شرایط آرامش و قبل از وقوع بلا یا و رخ دادن سانح، تدوین

واحد روابط عمومی در این فضای مجازی و توسعه ارتباطات مجازی با کاربران، از جمله روشهای موثر در این راه است.

منابع

- ۱- جامعه آماده، دکتر شهرام علمداری، ناشر: موسسه فرهنگی هنری تحقیقاتی نو اندیشان آریاکهن، مهر ۸۴
- ۲- رویکرد جامعه محور به مدیریت بحران، یحیی بازاری زاده، ماهنامه گزیده مدیریت، فروردین ۸۹
- ۳- مدیریت بحران، روابط عمومی پیش از فاجعه، سعید معادی، ناشر: منشور جاوید، ۱۳۸۳
- ۴- مدیریت در روابط عمومی، وی. کی. دابی، رحمان سعیدی (مترجم)، ناشر: دانشگاه علامه طباطبایی، اسفند، ۱۳۸۶
- ۵- روابط عمومی در عصر دیجیتال، جان شنتون، مهدی باقریان (مترجم)، ناشر: کارگزار روابط عمومی - ۱۶ مرداد ۱۳۸۴
- ۶- روابط عمومی الکترونیک در فضای سایبر، محمدسلطانی، فرناز، شرکت روابط عمومی و تبلیغات هفت تبلیغ، فروردین ۱۳۸۹
- ۷- دایره المعارف روابط عمومی، رابرت لارنس هیث، مریم صالحی (مترجم)، ناشر: کارگزار روابط عمومی، آذر ۱۳۸۸
- ۸- راهبردهای عملی روابط عمومی، ناشر: موسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان دی، ۱۳۸۸
- ۹- بزرگان روابط عمومی، مهدی باقریان، ناصر رزاق منش (مترجم)، ناشر: کارگزار روابط، بهمن ۸۶
- ۱۰- استراتژی روابط عمومی، ساندرا اولیور، سیدمحمد اعرابی، مرجان فیاضی (مترجم)، ناشر: دفتر پژوهشهای فرهنگی، اردیبهشت ۸۸
- ۱۱- مدیریت بحران، جک گاتسچاک، علی پارسائیان (مترجم)، ناشر: ترمه ۱۳۸۳
- ۱۲- رادیو و مدیریت بحران، حسن سیلان اردستانی، ناشر: طرح آینده، آبان ۱۳۸۷
- ۱۳- The Essentials of Risk Management-By: Michel Crouhy, Dan Galai, Robert Mark Publisher: McGraw-Hill - ۲۰۰۵
- ۱۴- When All Hell Breaks Loose: Stuff You Need To Survive When Disaster Strikes, By: Cody Lundin, Publisher: Gibbs Smith - ۲۰۰۹-۲۰۰۷
- ۱۵- The Economics of Natural and Unnatural Disasters, By: William Kern, editor, Publisher: W.E. Upjohn Institute - ۲۰۱۰-۲۰۰۵
- ۱۶- Strategic Interventions for People in Crisis, Trauma, and Disaster, By: Dian, Sullivan Everstine, Louis Everstine, Publisher: Routledge - ۲۰۰۶-۰۸-۱۵

استراتژی راهبردی مبتنی بر برنامه ریزی مدون در سطوح کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت با هماهنگی مدیریت ارشد و سایر بخشهای مختلف سازمان و نهادهای مردمی و دولتی برون سازمانی بمنظور فراهم نمودن مقدمات شکل گیری ارتباط دوسویه متقابل با جامعه و شهروندان مفید و راهگشا و در حکم نقشه راه عملکرد واحدهای روابط عمومی بوده و از فرو غلطیدن این بخش مهم و حیاتی هر سازمان به روزمرگی پیشگیری نموده و بستر و فرصت رویش خلاقیت را برای مدیر و کارکنان این بخش فراهم خواهد نمود.

۲- بهره گیری از ظرفیت های متعدد بالقوه و فعلیت یافته نهاد شوراهای اسلامی شهر و روستا
نهاد شورای اسلامی شهر و روستا از ظرفیتهای کم نظیری برای تسهیل ارتباط دوجانبه موثر شهروندان و سازمان های امداد محور برخوردار بوده و بعنوان حلقه اتصال این سازمان ها با بدنه جامعه میباشد. تشکیل «کمیته مشترک اطلاع رسانی و هماهنگی» با همکاری روابط عمومی سازمان های امداد محور و شوراهای اسلامی شهر و روستا و انتخاب توافقی سخنگویی برای این کمیته مشترک، تسهیلگر توسعه ارتباط و همکاریهای مشترک میان سازمان های امداد محور و سایر نهادهای جامعه محلی و شهروندان گردیده و کارایی و کارآمدی این کمیته در صورت تشکیل و فعالیت در شرایط آرامش، در زمان وقوع سوانح احساس خواهد گردید.

۳- آموزش موثر، هدفمند و مستمر مدیران و کارکنان روابط عمومی سازمان های امداد محور
فراهم نمودن و خلق فرصتهای آموزشی ارزنده در موضوعات مرتبط با روابط عمومی و استمرار این آموزشهای هدفمند نظیر کارگاه های آموزشی و شرکت در سمینارهای علمی با حضور کارشناسان صاحب نظر و تامین محتوای مکتوب از جمله کتابهای منتشر شده در این حوزه نیز از جمله راههای ارتقاء توان و توانمندی روابط عمومیهای این سازمانها و تسهیل تحقق کارکردهای ارزنده آنها میباشد.

۴- استفاده از فضاهای و امکانات دنیای مجازی
با توجه به توسعه روزافزون زیرساختهای مجازی، ریزفناوریهای ارتباطی و رشد روز افزون تعداد کاربران اینترنت، جهت گیری به سمت استفاده از فضا و امکانات مجازی برای تسهیل و دائمی تر ساختن ارتباط دوسویه متقابل با شهروندان، باعث عبور از بسیاری محدودیتهای و موانع گردیده و روابط عمومی سازمانها با هزینه های کمتری می توانند کیفیتهایی از کارکردهای ارزنده روابط عمومی را بدست داده که تحت هیچ شرایطی از روش های سنتی حاصل نمی شود. راه اندازی وبسایتها و پورتال های سازمان های امداد محور و فعال سازی