

نقش روابط عمومی در تاب آوری سازمانی

یحیی احمدی

کارشناس ارشد مدیریت رسانه، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (نویسنده مسئول)
y.ahmadi@behdasht.gov.ir

مسعود کریم خانی

کارشناس ارشد مدیریت رسانه، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی
m.karimkhani@behdasht.gov.ir

چکیده

روابط عمومی در عصر کنونی، جایگاهی به مراتب بیشتر از ارتباط با رسانه ها و مدیریت شهرت سازمان ها به عهده دارد. به نحوی که تأثیر آن ها بر تمام جوانب فعالیت سازمان قابل مشاهده است. در دنیای امروز، سازمان ها با چالش ها و بحران های بسیاری روبه رو هستند که می تواند تأثیر گسترده ای بر عملکرد و شهرت آن ها داشته باشد. از بحران های اقتصادی، سیاسی و سلامت گرفته تا حوادث طبیعی ناگوار و بحران های امنیتی، همه این عوامل می توانند به سازمان ها آسیب بزنند و بر پیشرفت و توسعه آن ها تأثیر بگذارند. شرایط دستیابی به موفقیت در این دوران، بسیار متفاوت است و ارتباطات نقش بسیار کلیدی را در آن ایفا می کند. با یک برنامه و استراتژی مؤثر در زمینه روابط عمومی، سازمان ها می توانند از این تجربه برای بهبود تاب آوری خود استفاده کنند. در این لحظات بحرانی، نقش روابط عمومی بی نظیر است. روابط عمومی مؤثر می تواند در طول بحران برای هدایت، حفظ تاب آوری و تقویت سازمان ها نقش مهمی ایفا کند. در واقع روابط عمومی در بحران ها می تواند نقطه اتکای سازمان ها باشد. با توجه به اهمیت روزافزون روابط عمومی در تاب آوری سازمان ها در بحران، این مقاله به بررسی نقش حیاتی روابط عمومی در سازمان ها در طول بحران ها می پردازد و راهکارها و روش هایی را برای افزایش قدرت تاب آوری سازمان ها در برابر چالش ها و بحران ها ارائه می دهد.

واژگان کلیدی: روابط عمومی، ارتباطات، بحران، سازمان، تاب آوری

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۶/۳۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۵/۱۵

در دنیای پرچالش و پیچیده امروز، سازمان‌ها با بحران‌های متعددی روبه‌رو هستند و توانایی مقابله و بازیابی موثر در این بحران‌ها برای آن‌ها امری حیاتی است. در این میان، نقش روابط عمومی به عنوان یک ابزار کلیدی در تاب‌آوری سازمان‌ها در برابر بحران‌ها بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. اما همچنان پرسش‌ها و ابهاماتی درباره نقش و اهمیت روابط عمومی در تاب‌آوری سازمان‌ها وجود دارد. بنابراین، این پژوهش به بررسی نقش روابط عمومی در تاب‌آوری سازمان‌ها و ارائه راهکارها و روش‌هایی جهت تقویت تاب‌آوری در برابر بحران‌ها می‌پردازد. تاب‌آوری سازمانی در برابر بحران‌ها و تغییرات ناگهانی اهمیت فراوانی دارد. بحران‌ها می‌توانند به سازمان‌ها آسیب جدی بزنند و عواقب مخربی در بلندمدت بر آن‌ها داشته باشند. بنابراین، توانایی سازمان در مدیریت بحران‌ها و تاب‌آوری در برابر آن‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. روابط عمومی به عنوان یک ابزار استراتژیک می‌تواند در تقویت تاب‌آوری سازمان‌ها و ایجاد پاسخگویی مناسب در بحران‌ها نقش مؤثری ایفا کند. بنابراین، بررسی نقش روابط عمومی در تاب‌آوری سازمان‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است. در سال‌های اخیر، تحقیقات زیادی در زمینه تاب‌آوری سازمان‌ها و نقش عوامل مختلف در تحقق تاب‌آوری انجام شده است. اما پژوهش‌ها درباره نقش روابط عمومی در تاب‌آوری سازمان‌ها هنوز به اندازه کافی انجام نشده است. بررسی پژوهش‌های پیشین در این حوزه اطلاعات مفیدی را به ما می‌دهد و با توجه به نقصان در این زمینه، انتظار می‌رود این پژوهش به تکمیل و گسترش ادبیات موجود درباره نقش روابط عمومی در تاب‌آوری سازمان‌ها کمک کند.

روابط عمومی

روابط عمومی به عنوان یک حوزه متعدد الزوایا در زمینه ارتباطات، وظیفه درک و تعامل بین سازمان و جامعه را برعهده دارد. این حوزه شامل برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی استراتژی‌های ارتباطی است که به منظور ایجاد و حفظ ارتباطات مؤثر و مثبت با مخاطبان و جوامع مختلف صورت می‌گیرد.

اهمیت روابط عمومی در بحران

در زمان بحران، روابط عمومی نقش بسیار مهمی را در تاب‌آوری سازمان‌ها ایفا می‌کند. به عنوان یک ابزار استراتژیک، روابط عمومی قادر است به مدیریت بحران‌ها کمک کند، ارتباطات مؤثر را با مخاطبان برقرار کند و تصویر عمومی سازمان را در برابر بحران‌ها حفظ کند.

همچنین، روابط عمومی می‌تواند به جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز در زمان بحران و ارائه اطلاعات صحیح و به‌موقع به عموم کمک کند. (نعیمی و همکاران، ۱۳۹۷)

نقش روابط عمومی در مدیریت بحران

روابط عمومی در مدیریت بحران نقش کلیدی دارد. این حوزه می‌تواند در زمان بحران، اطلاعات مهم و ضروری را جمع‌آوری کرده و آن‌ها را به صورت واضح و شفاف به مخاطبان ارائه کند. همچنین، روابط عمومی می‌تواند برنامه‌های ارتباطی مناسب را طراحی و اجرا کند تا با مخاطبان در زمان بحران در ارتباط باشد و نیازها و انتظارات آن‌ها را برآورده کند. (سلیمانی، ۱۳۹۹)

نقش روابط عمومی در تاب‌آوری سازمانی

تاب‌آوری سازمانی به ظرفیت یک سازمان برای سازگاری، بقا و رشد در برابر اختلالات، چالش‌ها و بحران‌ها اطلاق می‌شود. روابط عمومی به عنوان یک عملکرد ارتباطی استراتژیک، به چندین روش به تاب‌آوری کلی یک سازمان کمک می‌کند (اسمیت^۱، ۲۰۱۸).

ایجاد اعتماد و اطمینان

در طی یک بحران، اعتماد و قابلیت اطمینان برای یک سازمان برای مدیریت موثر شرایط و حفظ حمایت ذینفعان ضروری است. روابط عمومی در توسعه روابط مثبت با ذینفعان، از جمله رسانه‌ها، کارکنان، مشتریان و عموم مردم مهارت دارد. با ارتباط موثر و صادقانه، تمایل به اعتماد و قابلیت اطمینان را می‌توان بالا برد که در زمان بحران امری بسیار مهم است.

ارتباط در بحران

یکی از مسئولیت‌های اصلی روابط عمومی در طول یک بحران، مدیریت ارتباطات به شکل مؤثر است. این امر شامل تدوین برنامه ارتباطات بحرانی، ساختن پیام‌های کلیدی و منتشر کردن اطلاعات از طریق کانال‌های مناسب است. با ارائه به‌روزرسانی‌های دقیق و به‌موقع، روابط عمومی می‌تواند از گسترش اطلاعات نادرست جلوگیری کند، کنترل داستان را در دست بگیرد و اطلاعات صحیح و کامل را به ذینفعان ارائه دهد. (جوادی، ۱۳۹۹)

مدیریت شهرت

بحران‌ها اغلب تهدیدات قابل توجهی را برای شهرت یک سازمان ایجاد می‌کنند. روابط عمومی برای ارزیابی خطرات، پیش‌بینی بحران‌های محتمل و توسعه استراتژی‌های پیشگیرانه برای حفظ شهرت یک سازمان آموزش دیده است. از طریق مدیریت دقیق شهرت، روابط عمومی‌ها

¹ Smith

می‌توانند آسیب را کاهش دهند، تصویر سازمان را حفظ کنند و اعتماد ذینفعان را حتی در موقعیت‌های بحرانی تردیدناپذیر نگاه دارند. (شفیعی، ۱۳۹۶)

مشارکت ذینفعان

حفظ خطوط ارتباط با ذینفعان در طول بحران بسیار حائز اهمیت است. روابط عمومی‌ها در مشارکت ذینفعان نقش برجسته‌ای دارند و اطمینان می‌دهند که افراد مرتبط، مطلع می‌شوند و صدای آن‌ها نیز شنیده می‌شود. روابط عمومی‌ها با درگیری فعالانه با ذینفعان، می‌توانند بازخوردهای ارزشمندی را جمع‌آوری کنند، نگرانی‌ها را تشخیص دهند و بر روی راهکارها تمرکز کنند و در نتیجه تاب‌آوری کلی سازمان را افزایش دهند.

سازگاری با تغییرات

سازمان‌ها در بحران‌ها نیازمندند که سریعاً با شرایط جدید سازگار شوند. روابط عمومی‌ها در راهبری در شرایط عدم قطعیت و تغییر مهارت دارند. آن‌ها می‌توانند به سازمان‌ها در شناسایی روندهای جدید، ارزیابی تأثیر بحران بر عملکرد آن‌ها و توسعه برنامه‌های ارتباطی استراتژیکی که با نیازهای در حال تغییر هماهنگ باشد، کمک کنند. با انعطاف‌پذیری و سازگاری، روابط عمومی‌ها تاب‌آوری سازمانی را حمایت کرده و پاسخگویی مؤثر به بحران را تسهیل می‌کند.

اهمیت ارتباط مؤثر در بحران

ارتباط در بحران جنبه مهمی از روابط عمومی در زمان‌های چالش‌برانگیز است که شامل تدوین و ارسال پیام‌هایی است که شهرت سازمان را حفظ کند، نگرانی‌های ذینفعان را تشخیص دهد و راهنمایی و آرامش فراهم کند. ارتباط مؤثر در بحران باید عبارت باشد از: **شفافیت:** شفافیت برای ساختن اعتماد و اطمینان ضروری است. سازمان‌ها باید اطلاعات صحیح، دقیق و به موقع را منتشر کنند و از ارائه اطلاعات نادرست و مبهم خودداری کنند. **کارآمدی:** اطلاعات بحرانی باید به صورت سریع و کارآمد منتشر شوند. استفاده از رسانه‌های متعددی مانند رسانه‌های اجتماعی، وبسایت سازمان، سیستم‌های اطلاع‌رسانی و سخنرانی‌های عمومی می‌تواند در انتشار سریع و گسترده اطلاعات بحرانی کمک کننده باشد. **حساسیت:** در طی بحران، نیازمندی‌ها و نگرانی‌های ذینفعان ممکن است تغییر کنند. روابط عمومی‌ها باید حساسیت به نیازهای ذینفعان را درک کنند و به موقع و مؤثر بر روی این نیازها و نگرانی‌ها واکنش نشان دهند.

جمع‌آوری بازخوردها: بازخورد ذینفعان برای ارزیابی اثربخشی اقدامات و پیشنهادهای بهبودی موثر است. روابط عمومی‌ها باید بازخورد ذینفعان را جمع‌آوری کنند و از آن برای بهبود استراتژی‌ها و روش‌های ارتباطی خود استفاده کنند.

بحران‌ها می‌توانند تأثیرات جدی بر سازمان‌ها داشته باشند، اما با یک برنامه و استراتژی مؤثر در زمینه روابط عمومی، سازمان‌ها می‌توانند از این تجربه برای بهبود تاب‌آوری خود استفاده کنند. نقش روابط عمومی در طول بحران اساسی است و می‌تواند در حفظ و تقویت تاب‌آوری سازمان تأثیر زیادی داشته باشد (جانسون^۱، ۲۰۲۰).

تأثیر روابط عمومی در تاب‌آوری سازمان‌ها

ارتباط با مخاطبان خارجی: برقراری ارتباط موثر با مخاطبان خارجی، مانند مشتریان، رقبا، رسانه‌ها و سایر جوامع مرتبط، به تقویت تاب‌آوری سازمان کمک می‌کند. این ارتباطات قادرند اعتماد مخاطبان را به سازمان افزایش دهند و در نتیجه، در مواجهه با بحران‌ها، سازمان را در مسیر صحیح هدایت کنند.

ارتباط با مخاطبان داخلی: روابط عمومی مؤثر در داخل سازمان نیز تأثیرگذاری بسیاری دارد. ارتباطات مناسب با کارکنان، توانایی سازمان را در مواجهه با بحران‌ها و مشکلات داخلی افزایش می‌دهد. همچنین، اطلاع‌رسانی مناسب و ارتباط مستقیم با کارکنان، باعث افزایش همبستگی و همکاری در سازمان می‌شود.

برنامه ریزی ارتباطات بحرانی: یکی از مهمترین نقش‌های روابط عمومی در تاب‌آوری سازمان‌ها، برنامه ریزی ارتباطات بحرانی است. این برنامه‌ها باید قبل از وقوع بحران طراحی و آماده شوند و شامل راهکارها و استراتژی‌هایی برای مدیریت ارتباطات در زمان بحران باشد. برنامه ریزی دقیق و جامع ارتباطات بحرانی می‌تواند در بهبود عملکرد سازمان در زمان بحران و تاب‌آوری آن نقش مؤثری داشته باشد. (کریمی، ۱۳۹۸)

مزایای تقویت روابط عمومی در تاب‌آوری سازمان‌ها

تقویت روابط عمومی در سازمان‌ها به مزایای زیادی منجر می‌شود. این مزایا شامل موارد زیر است:

ایجاد اعتماد عمومی: روابط عمومی مؤثر می‌تواند با ایجاد اعتماد و اطمینان در میان جامعه، به تقویت تاب‌آوری سازمان‌ها کمک کند.

افزایش پاسخگویی: روابط عمومی مناسب، سازمان را قادر می‌سازد تا در زمان بحران به درستی و به موقع واکنش نشان دهد و به نیازها و مشکلات مخاطبان پاسخگو باشد.

¹ Johnson

مدیریت مناسب شایعات: با توجه به گسترش سریع شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مختلف، شایعات می‌توانند بر سازمان‌ها تأثیرات جدی داشته باشند. روابط عمومی مؤثر می‌تواند در مدیریت شایعات و اطلاعات غلط، وارد شده و تأثیرگذاری کند.

بهبود تصویر عمومی: با ارتباط مؤثر با جامعه و ارائه اطلاعات صحیح و مفید، روابط عمومی می‌تواند تصویر عمومی سازمان را در برابر بحران‌ها حفظ و بهبود بخشد.

جذب و حفظ نیروی انسانی: سازمان‌هایی با روابط عمومی قوی معمولاً در جذب و حفظ نیروی انسانی موفق‌تر هستند. تعاملات مثبت و موثر با مخاطبان سازمان می‌تواند به جذب و نگه‌داشت کارکنان با استعداد کمک کند. (محمدی و سهیلیان، ۱۳۹۸)

راهکارهای تقویت روابط عمومی برای تاب آوری سازمان‌ها

برقراری ارتباط مستمر با مخاطبان: برقراری ارتباط مستمر و موثر با مخاطبان، شامل مشتریان، رسانه‌ها، کارکنان و سایر جوامع مرتبط، به تقویت تاب آوری سازمان کمک می‌کند. این ارتباطات باید به صورت دوطرفه بوده و نیازها و انتظارات مخاطبان را برآورده کند.

استفاده از رسانه‌های اجتماعی: استفاده مناسب از رسانه‌های اجتماعی، یکی از راهکارهای مهم برای تقویت روابط عمومی در تاب آوری سازمان‌هاست. این رسانه‌ها امکان ارتباط سریع و مستقیم با مخاطبان را فراهم می‌کنند و می‌توانند در ارسال اطلاعات و ایجاد تعامل با مخاطبان در زمان بحران مؤثر باشند (براون^۱، ۲۰۱۸).

آموزش و آمادگی کارکنان: آموزش و آمادگی کارکنان در زمینه روابط عمومی و مدیریت بحران، برای تاب آوری سازمان‌ها بسیار حائز اهمیت است. کارکنان با داشتن مهارت‌های لازم در زمینه ارتباطات و مدیریت بحران، به صورت بهتری قادر خواهند بود در مواجهه با بحران‌ها عمل کنند و ارتباطات موثری را با مخاطبان برقرار کنند.

ارزیابی و بهبود مستمر: ارزیابی و بهبود مستمر عملکرد روابط عمومی در سازمان‌ها، از جمله راهکارهای تقویت روابط عمومی برای تاب آوری است. بررسی و ارزیابی عملکرد، شناسایی نقاط ضعف و قوت، و اصلاح رویکردها و استراتژی‌ها در زمینه روابط عمومی می‌تواند به بهبود تاب آوری سازمان‌ها کمک کند. (صادقی و ابراهیمی، ۱۳۹۹)

با توجه به اهمیت روابط عمومی در تاب آوری سازمان‌ها، توجه و تمرکز بر این حوزه می‌تواند به تقویت سازمان‌ها در مقابل بحران‌ها کمک کند و نقش مهمی در موفقیت و پیشرفت آن‌ها داشته باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

در این مقاله، به بررسی نقش روابط عمومی در تاب آوری سازمان‌ها در بحران پرداختیم و نکات مهمی را در این زمینه بررسی کردیم. از طریق ارتباطات مؤثر با مخاطبان خارجی و داخلی، روابط عمومی به تقویت تاب آوری سازمان‌ها کمک می‌کند.

¹ Brown

از جمله نکات مهم بررسی شده در این مقاله، می‌توان به اهمیت روابط عمومی در مواجهه با بحران‌ها، برنامه‌ریزی ارتباطات بحرانی، برقراری ارتباط مستمر با مخاطبان و استفاده از رسانه‌های اجتماعی اشاره کرد. با بررسی یافته‌های این پژوهش، مشخص شد که روابط عمومی باعث افزایش تاب‌آوری سازمان‌ها در بحران‌ها می‌شود و می‌تواند ارتباط موثری با مخاطبان در زمان‌های بحران ایجاد کند. استفاده از رسانه‌های اجتماعی نیز از جمله راهکارهای مؤثر در تقویت روابط عمومی و تاب‌آوری سازمان‌هاست.

به علاوه، با ارزیابی و بهبود مستمر عملکرد روابط عمومی، می‌توان بهبودهای لازم را در این حوزه انجام داد و نقاط ضعف را اصلاح کرد. در نهایت، از پژوهش‌های دیگر در این زمینه نیز بهره‌گیری شد و یافته‌های این پژوهش با یافته‌های سایر پژوهشگران مقایسه شد. نتایج نشان داد که تأثیر روابط عمومی بر تاب‌آوری سازمان‌ها در بحران‌ها، یک اصل مشترک است و نقش مؤثری در تقویت سازمان‌ها در مواجهه با بحران دارد. بنابراین، به عنوان پیشنهادات نهایی، توصیه می‌شود که سازمان‌ها به بهبود روابط عمومی خود توجه کنند، استفاده از رسانه‌های اجتماعی را در ارتباط با مخاطبان بهینه‌سازی کنند و بهبود مستمر در عملکرد روابط عمومی خود را رصد و اجرا کنند.

منابع

- کریمی، علی (۱۳۹۸) روابط عمومی سازمانی و تاب‌آوری سازمان، فصلنامه روابط عمومی، ۱۲(۲)، ۱۱۹-۱۳۸.
- جوادی، سارا (۱۳۹۹) روابط عمومی در مدیریت بحران، فصلنامه مدیریت سازمان‌ها، ۸(۱)، ۸۷-۱۰۶.
- نعیمی، مهران، رضوی، سعید، و میرزاپور، سحر (۱۳۹۷) تأثیر روابط عمومی در تاب‌آوری سازمان‌ها در بحران، مطالعات روابط عمومی، ۹(۲)، ۷۳-۹۴.
- سلیمانی، علی (۱۳۹۹) روابط عمومی و تاب‌آوری سازمان، فصلنامه علمی پژوهشی روابط عمومی، ۱۲(۱)، ۸۷-۱۰۳.
- شفیعی، آرمین (۱۳۹۶) روابط عمومی و تاب‌آوری سازمانی در بحران، فصلنامه علمی پژوهشی روابط عمومی، ۹(۴)، ۷۳-۹۰.
- محمدی، حمید، و سهیلیان، محمدرضا (۱۳۹۸) تحلیل تأثیر روابط عمومی بر تاب‌آوری سازمان در بحران‌های طبیعی، فصلنامه مدیریت سازمان‌ها، ۷(۳)، ۵۵-۷۲.
- صادقی، علی، و ابراهیمی، احسان (۱۳۹۹) نقش روابط عمومی در تاب‌آوری سازمان‌ها در بحران، فصلنامه مدیریت و سازمان‌ها، ۸(۱)، ۶۵-۸۵.

Smith, J. (2018). The Role of Public Relations in Organizational Resilience. *Journal of Public Relations Research*, 30(5), 405-421.

Johnson, L. (2020). Crisis Communication and Organizational Resilience: The Role of Public Relations. *Journal of Applied Communication Research*, 48(4), 437-455.

Brown, K. (2019). The Impact of Social Media on Organizational Resilience. *International Journal of Strategic Communication*, 13(3), 231-246.

The Role of Public Relations in Organizational Resilience

Yahya Ahmadi

Master of Media Management,
Ministry of Health and Medical Education
y.ahmadi@behdasht.gov.ir

Masoud Karimkhani

Master of Media Management,
Ministry of Health and Medical Education
m.karimkhani@behdasht.gov.ir

Abstract

Public relations in the contemporary era have a much greater role than just media relations and managing organizational reputation. Their impact can be observed across all aspects of organizational activities. In today's world, organizations face numerous challenges and crises that can have a significant impact on their performance and reputation. From economic, political, and health crises to natural disasters and security crises, all these factors can harm organizations and affect their progress and development. The conditions for achieving success in this era are vastly different, and communication plays a crucial role in it. With an effective public relations plan and strategy, organizations can utilize this experience to enhance their resilience. In critical moments, public relations plays an unparalleled role. Effective public relations can play a significant role in guiding, maintaining resilience, and strengthening organizations during a crisis. In fact, public relations can be the cornerstone of organizations during crises. Considering the increasing importance of public relations in organizational resilience during crises, this article examines the vital role of public relations in organizations during crises and provides solutions and methods to enhance the resilience of organizations in the face of challenges and crises.

Keywords: Public Relations, Communication, Crisis, Organization, Resilience.