



مقدمه‌ای بر شناخت الزامات تاب‌آوری سازمانی خبرگزاری‌ها

سعید قنبری^۱، سیاوش صلواتیان^۲

چکیده:

بحران همواره جوامع مختلف و ساختار آن‌ها را تحت تأثیر خود قرار داده است. سازمان‌های نیز به‌عنوان جزئی از ساختار جوامع تحت تأثیر بحران قرار گرفته‌اند و گاهی روند کار آن‌ها و ارائه محصول و خدماتشان با مشکل دچار شده است. خبرگزاری‌ها نیز به‌عنوان جزئی از سازمان‌های موجود در جوامع امروزی همواره در معرض تبعات ناشی از بروز یک بحران و فاجعه هستند چه اینکه این بحران طبیعی باشد یا آنکه بحرانی انسان‌ساز بنابراین تاب‌آوری چنین سازمان‌های در زمان بحران که مردم نیازمند دریافت اطلاعات بیشتری از آن‌ها هستند، اهمیت زیادی دارد. اینکه این سازمان‌ها چگونه بتوانند در مقابل بحران پایدار باشند، خود را در راستای شرایط به وجود آمده دگرگون سازند و اینکه بازایی مناسبی از خود پس از وقوع یک بحران داشته باشند در معنای و مفهوم تاب‌آوری آن‌ها تلقی می‌گردد بنابراین برای رسیدن به تاب‌آوری رویکردهای سه‌گانه آن باید الزامات تاب‌آوری خبرگزاری‌ها را شناخت. این الزامات شامل تلقی تاب‌آوری به‌عنوان راهبری مدیریتی در خبرگزاری، وجود برنامه‌ریزی مدون در حوزه تاب‌آوری خبرگزاری، سنجش مستمر و مداوم تاب‌آوری سازمانی خبرگزاری می‌شود.

واژگان کلیدی: تاب‌آوری سازمانی، خبرگزاری، بحران، مک مانوس

s.ghanbary@atu.ac.ir

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشگاه علامه طباطبائی

salavatian@gmail.com

^۲ استادیار دانشکده ارتباطات و رسانه دانشگاه صداوسیما