

خلاصه کتاب رسانه‌ها و مدیریت بحران دکتر صلواتیان

نام استاد: آقای دکتر رضی

نام دانشجو: مسعود رستمی

تعریف بحران

بحران را معادل واژه انگلیسی crisis میدانند که ریشه یونانی ان krisis به معنی نقطه عطف در بیماری است.

اگرچه از جنبه زبانشناسی واژه بحران کم و بیش معنی واضح و مشخصی دارد اما تاکنون گفتمان واحد و شفافی پیرامون ان شکل نگرفته و ارائه تعریفی مشخص و قابل اجماع از مفهوم بحران غیرممکن مینماید.

اندیشمندانی همچون کارپمن و ویل کاکس و اسمیت در این باره معتقدند که((از منظری بحرانها نزد نظاره کنندگان انها میباشند .یعنی انچه در نزد یک فرد یا گروه بحران تعریف میشود ممکن است در نزد دیگری بحران نباشد)) بنابراین مشکل اساسی در ارئه تعریف غیر مشخص سویه و سطح دید هر ناظر و تحلیل کننده ای است که تاثیری عمیق بر درک بحران و تعریف ان دارد.

هر یک از اندیشمندان به فراخور نوع نگاهی که به موضوع بحران داشته اند تعاریف متفاوتی از ان ارائه کرده اند که بطور خلاصه به برخی از انها اشاره میشود:

رابینسون بحران را (( یک مقطع زمانی برای تصمیم گیری میداند که میتواند به دلیل حجم تهدیدهای ناشی از نوع تصمیم,مخاطرات بسیاری را متوجه منافع بازیگران سازد))

از نظر هرمان((بحرا حادثه ای است که موجب سردرگمی و حیرت افراد میشود و قدرت واکنش منطفی را از انان سلب میکندو تحقق اهدافشان را به خطر می اندازد))

3سه عامل مشترک و مهم در تمامی تعاریفی که از بحران ارائه میشود وجود دارد

* تهدید
* زمان
* غافلگیری

روشندل اربطانی(145:1387) بحران را وضعیتی میداند که دارای 5 بعد اساسی زیر باشد

نوع شناسی بحران(

نوع شناسی بحران (Crisis Typology)

با توجه به اینکه بحران ها طیف بسیار وسیعی چون جنگ , کودتا,سقوط یک دولت,تظاهرات خشونت امیز ,بحران اقتصادی و....... را شامل میشوند , کارشناسان مدیریت بحران هر کدام از منظری خاص به طبقه بندی انها پرداخته اند.

این طبقه بندیها در 2 دسته کلی جای میگیرند:

1. تک شاخصه
2. چند شاخصه

طبقه بندی های تک شاخصه طبقه بندی هایی است که بحرانه را بر اساس یک شاخص طبقه بندی میکنند.

مثلا عده ای به اعتبار موضوع بحرانها را در اشکال سیاسی ,یا اجتماعی ,یا اقتصادی,........... طبقه بندی کرده اند.

عده ای بحرانها را از نظر شاخص گستردگی (فراگیری)به بحرانهای محلی,ملی,فراملی) منطقه ای و بین المللی)تقسیم کرده اند.

عده دیگری بحران را بر طبق شاخص فرایند بروز طبقه بندی کرده اند.که تقسیم بندی بحرانها به ناگهانی (abrupt)و تدریجی(cumulative) توسط کونکی(conkey) یا ناگهانی ,تدریجی و ادامه دار توسط پارسونز (parsons) ازین نوع هستند.

دسته دیگری از طبقه بندیها از ترکیب دو یا چند شاخص بوجود امده اند که به انها طبقه بندی چند شاخصه اطلاق میگردد.

میتراف(Mitroff )از دو طیف استفاده میکند ,یکی داخلی و خارجی بودن و دیگری فنی یا اجتماعی بودن بحران را نشان میدهد .پس ازین طریق میتوان 4نوع بحران فنی داخلی,فنی خارجی,اجتماعی داخلی و اجتماعی خارجی را از هم جدا کرد.

هرمان با قرار دادن 3 شاخص میزان تهدید,زمان تصمیم گیری و درجه اگاهی بر روی محورهایX,Y,Z مدلی مکعبی ساخت که به مکعب بحران معروف شده است.او بر اساس این 3 شاخص هشت نوع بحران را معرفی میکند که در جدول ذیل آمده است.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| نوع بحران | میزان تهدید | زمان تصمیم گیری | درجه آگاهی |
| بحرانهای شدید | شدید | کم | غافلگیری |
| بحرانهای نوظهور | شدید | طولانی | غافلگیری |
| بهرانهای کند | ضعیف | طولانی | غافلگیری |
| بحرانهای ویژه | ضعیف | کم | غافلگیری |
| بحرانهای انعکاسی | شدید | کم | پیش بینی شده |
| بحرانهای عمدی | شدید  | طولانی | پیش بینی شده |
| بحرانهای عادی | ضعیف | طولانی | پیش بینی شده |
| بحرانهای اداری | ضعیف | کم | پیش بینی شده |

حجم بحران:

حجم یک بحران با مشخص شدن سه عامل دامنه ,شدت و دوام بحران مشخص میگردد به طوریکه این سه عامل از یکدیگر تفکیک ناپذیرند و اندازه هر کدام بر 2 شاخص دیگر نیز تاثیر دارد.دامنه بحران به تعداد مسائل و زیرسیستم های درگیر در بحران گفته میشود در حالی که شدت بحران وسعت و محدوده فضایی برخورد عوامل درگیر در بحران را تعریف میکندو دوام بحران شاخص سومی است که عامل زمان در ان نقش اساسی دارد بطوریکه هر قدر زمان برگشت به شرایط عادی کوتاهتر باشد دوام بحران نیز کمتر خواهد بود.

شدت بحران با 6 شاخص :

* تعداد بازیگران اصلی و تنوع بازیگران
* تعداد عوامل مداخله گر خارج از بحران
* میزان خشونت به کار رفته در بحران
* محدوده فضای برخورد و تعامل
* فاصله از مراکز اصلی قدرت
* میزان تهدید ارزشهای اساسی

دامنه بحران با 2 شاخص:

* تعداد زیرسیستم های درگیر
* تعداد مسائل بوجود امده

اندازه گیری میشوند

دوام بحران نیز از لحظه ورود تا اخرین لحظه خروج بازیگران در صحنه بحران اندازه گیری میشود.(لوسین پای و همکاران 1380)

فرایند شکل گیری بحران:

به طور معمول یک بحران با پیدایش عمدی یا غیر عمدی یک محرک اغاز میشود و این محرک باید یک محرک(( موضوع قوی)) باشد یعنی بتواند توجه عمومی را به خود جلب کند.

رضائییان(1382)مراحلی را که موضوعات ممکن است از منظر افکار عمومی طی کنند شامل 4 مرحله میداند:

1. جلب علاقه: موضوع علاقه افراد را جلب میکند

2. اهمیت یافتن موضوع:موضوع مورد منازعه قرار میگیرد یا در مورد ان اقامه دعوی میشود

3. بحرانی شدن:وضعیت بی ثبات میگردد به گونه ای که تغییر قطعی ان نامعلوم و زمان ان نامشخص و پیامد ان تفاوت فاحشی ایجاد خواهد کرد

4. رسوایی به بار اوردن:موضوع عامه مردمرا به خشم میاورد و ازرده میسازد.

پس از بوجود امدن محرک های لازم برای بحران فرایند شکل گیری بحران اغاز میشود.

حسن بشیر فراین شکل گیری بحرا را شامل 4 مرحله میداند

الف: شروع بحران با بوجود امدن یک اشوب,سرگشتگی,اشفتگی,سردرگمی یا اضطراب

ب: آ شوب ایجاد شده وضعیت موجود را وارد موقعیت سخت میکند

ج: موقعیت سخت وضعیت موجود را به نقطه خظر نزدیک میکند

د: مرحله از دست رفتن امکان تصمیم گیری

نقطه خطر

موقعیت سخت

نننلاkkنننننننن

آشوب

نبود امکان تصمیم گیری

مدل نردبان تشدید وضعیت

بر اساس این مدل فرایند شکل گیری بحران 4 مرحله ای است

الف:مرحله انباشت بحران: در این مرحله نشانه های بحران به مرور خود را نشان میدهند

ب:مرحله بروز و ظهور بحران:در این مرحله حوادث تحریک کننده موجب بروز بحران شده و انرا به شکل واقعیت ملموس و تهدید کننده در میاورد

ج:مرحله فروکش کردن بحران:در این مرحله که به مرحله مزمن نیز معروف است دامنه و شدت بحران به طور چشمگیری کاهش میابدو ممکن است از چند روز تا چند سال ب همین حالت نهفته باقی بمانند و در واکنش به محرکهای بحران زا مجددا در شکل و شمایل جدید به مرحله دوم باز گردند.

د: مرحله پایانی بحران: در این مرحله بحران خاتمه یافته تلقی میشود.در واقع پایان بحران زمانی است که تحدید متصور,فشار زمان و احتمال خظر برای نصمیم گیران تا سطح قبل از بحران کاهش یافته باشد.

رویکردها به بحران

در رابطه با مقوله بحران 3دیدگاه متمایز مطرح است

1.دیدگاه سنتی

2.دیدگاه قانون طبیعی

3.دیدگاه تعاملی

دیدگاه سنتی بحران را یک پدیده و وضح نامطلوب تلقی میکند که به هر نحوی باید از ان پرهیز کرد و بحرانها دارای ماهیتی مخرب و بازدارنده هستند.

دیدگاه قانون طبیعی بحران را جزیی از پدیده های زندگی بشر میداند که خواه ناخواه رخ خواهد داد.این دیدگاه نیز همانند دیدگاه اول نگرشی منفی نسبت به بحران دارند با این تفاوت که سعی در انکار و اجتناب از بحران را نداشته بلکه باید با بحران مقابله کرد و موضعی کاملا منطقی اتخاذ کرد.

دیدگاه تعاملی برخلاف دیدگاه های قبلی به بحران به دید مثبت مینگرد که حتی در مواقعی هم باید به استقبال ان رفت .

برخلاف دیدگاه اول که دیدگاه سکون و ثبات است ,دیدگاه دوم دیدگاه مقابله و دیدگاه سوم دیدگاه پویایی و تحرک و تغییر اجتماعی بوده و بحرانها را برای توسعه جامعه لازم و ضروری میداند.

بر اساس این 3 دیدگاه 3نوع رویکرد در مدیریت بحران شناسایی میشود

الف:رویکرد بحران گریزی(CRISIS flight approach)

مدیرانی که چنین رویکردی دارند در مواجهه با بحران به صورت انفعالی (inactive) و واکنشی(reactive) عمل میکنند.

یعنی در مواجهه با بحران:

* فاقد امادگی قبلی و برنامه مشخص
* فاقد دیدگاههای برنامه ریزی بلند مدت
* ایجاد واکنش در صورت احساس فشار افکار عمومی یا ایجاد نهدید در رابطه با خود یا سازمان خود

ب:رویکرد بحران ستیزی:crisis fight approach))

در این رویکرد با پذیرش بحران به عنوان قانونی طبیعی با نوعی راهبرد فعال به مواجهه و مقابله با بحران پرداخته میشود.مدیرانی که دارای چنین گرایشی نسبت به بحران هستند از تمام توان و ظرفیت خود برای پیشبینی بحران قبل از وقوع و مقابله موثر ان درصورت وقوع بهره میگیرند.

ج:رویکرد بحران پذیری(crisis acceptance approach)

در این رویکرد با ارائه یک راهبرد فوق فعال(proactive)بر کشف فرصت های جدید و چشم اندازهای نو برای رشد و پویایی تاکید میشود. مدیران و سازمانها برطبق این رویکرد دارای ویژگیهای خلاقیت و انعطاف و حرفه ای گری و ... هستند و اعتقاد دارند باید پیشبینیهای و امادگی های لازم را برای مواجهه با بحرانها داشته باشیم تا بتوان در جهت فرصت افرینی از انها بهره برداری کرد.

مدیریت بحران:crisis management))

مدیریت بحران همانند بحران دارای تعاریف گوناگونی است.

در ذیل به تعریف پیرسون اکتفا میشود

پیرسون و کلایر با تمرکز بر بحرانهای سازمانی ,مدیریت بحران را ((تلاش نظام یافته توسط اعضای سازمان همراه با ذینفعان خارج از سازمان در جهت پیشگیری از بحرانها و یا مدیریت اثر بخش لتها در زمان وقوع )) دانسته اند.

هدف اصلی مدیریت بحران:

مک کارتی(Mc Carty). ((هدف اصلی مدیریت بحران را دستیابی به راه حلی معقول برای برطرف کردن شرایط غیر عادی به گونه ای است که منافع و ارزش های اساسی حفظ و تامین گردند)) میداند.

 فرایند مدیریت بحران:

بحرانها دارای مراحل مختلفی هستند .انها دارای ریشه های موجد , نقطه آغاز , رشد , بلوغ , ودر نهایت نقطه فروکش موقت یا دائمی هستند.پس شناخت این فرایند برای کنترل بحران و پیشبینی و پیشگیری آن برای هر مدیری ضروری است.مدلهای مدیریت بحران در 3 دسته بندی کلی جای میگیرند که شامل :

* اقدامات پیش از بحران
* اقدامات حین بحران
* اقدامات پس از بحران است.

برخی مدلهای فرایند مدیریت بحران:

1.مدل لچات(Lechat):چرخه مدیریت بحران لچات دارای 5مرحله انتظار,اعلام خطر,نجات,عادی سازی و توان بخشی میباشد.طبق این مدل بحران با انتظار(Anticipating) یا به عبارتی پیشبینی بحران شروع و با توان بخشی ((Rehabilitation) سیستم اسیب دیده و بحران زده خاتمه میابد.

 انتظار توانبخشی

اعلام خطر عادی سازی

 نجات

2. مدل میتراف و پیرسون

شامل 5 مرحله تشخیص ,آمادگی,فرونشاندن,بازیابی,یادگیری است.اهمیت این مدل توجه به دو مرحله تشخیص و یادگیری است که در اغلب مدلهای مدیریت بحران از ان غفلت شده است.

 تشخیص یادگیری

آمادگی بازیابی

 فرونشاندن

مدل میتراف و پیرسون

3.مدل مک کانکی:

مک کانکی در یک مدل ساده از مدیریت بحران انرا شامل 4مرحله پیش بینی,تدوین برنامه,تامین نیروی انسانی و اجرای برنامه میداند.

4.مدل لیتل جان(Little John)

این مدل 6 مرحله ای چارچوبی است که رهنمودهای اساسی مدیریت بحران را ارائه میدهد.

به عقیده لیتل جان اولین گام مدیریت بحران طراحی ساختار سازمانی مدیریت بحران است و سپس به ترتیب انتخاب تیم مناسب— سازماندهی تیم و ارائه اموزشهای اولیه--- طراحی سناریوی پاسخ به موقعیت بحرانی--- نهیه و تدوین برنامه اقتضایی ودر نهایت به کار گیری محتوای برنامه اقتضایی باید مورد توجه قرار بگیرد.

سازماندهی تیم و ارائه آموزشهای اولیه

انتخاب تیم

طراحی ساختار سازمانی مدیریت بحران

طراحی سناریوی پاسخ به موقعیت بحرانی

تهیه و تدوین برنامه اقتضایی

به کارگیری محتوای برنامه اقتضایی

مدل چرخی جامع مدیریت بحران توسط روشندل اربطانی و همکاران

روشندل و اربطاني و همكاران بر مبناي چرخه حيات بحران مدلي طراحي كرده اند كه از 4 مرحله شروع, حين و پس از بحران است كه هر كدام ازين مراحل در اين مدل مديريت خاص خود را ميطلبند و بر اداره مرحله بعد خود تاثير دارند.



4خصوصیت مدل جامع مدیریت بحران که آنرا از سایر مدلها متمایز کرده است.

1.جامعیت

2. مبتنی بودن بر راهبرد فعال و فوق فعال

3.توجه خاص به مراحل قبل و ابتدای بحران

4.قابلیت استفاده در انواع بحرانها

مراحل مدل جامع مديريت بحران

1.مرحله قبل از بحران

الف: مرحله پيشبيني\_ ب:پيشگيري\_ ج:آمادگي

الف : پيشبيني :اولين گام در مديريت جامع بحران است كه طبق ان بايد با پيشبيني بحرانها قبل از وقوع قافلگيرانه , خود به استقبال انها برويم كه تحقق اي امر مستلزم سيستم هاي اطلاعاتي و پايش محيط قوي است.

ب: پيشگيري:اين مرحله بعد از مرحله پيشبيني مطرح ميشود و با كمك ان ميتوان از بروز بسياري از بحرانها جلو گيري كرد.

ج:آمادگي:بحرانها خواه نا خواه رخ خواهند داد و ما بايد آمادگي مقابله با آنها را داشته باشيم.

2.مرحله شروع بحران:

الف:مرحله هشدار و مصونيت\_ ب: مرحله ارزيابي مقدماتي و بسيج منابع\_ ج: پاسخگويي سريع

الف:مرحله هشدار و مصونيت : در اين مرحله كه شبيه مرحله اعلام خبر لچات است بايد با كمك سيستم هاي هشدار دهنده و و كمك مراكز اطلاع رساني جاعه را از خطرات احتمالي آگاه سازيم.

ب: مرحله ارزيابي مقدماتي و بسيج منابع: در همان مراحل اوليه يا همان 24 ساعت آغازين بحران است كه بايد با برآورد اوليه به ارزيابي مقدماتي و بسيج منابع بپردازيم.

ج: مرحله پاسخگويي سريع: عده اي اين مرحله را يكي از گامهاي مرحله حين بحران ميدانند در حالي كه يكسري اقدامات عاجل و اضطراري تحت عنوان پاسخگويي سريع بايد در همين مرحله صورت بگيرد مثل مثل شايعاتي كه در همان مرحله شكل گيري بحرات دامنگير ميشوند و بايد به سرعت كنترل شوند.

3.مرحله حین بحران:

الف: **مرحله امدادو نجات:** در این مرحله که بسیار مهم است باید به یاری بحران زدگان برسیم

ب: **مرحله عملیات ویژه:**به کار گیری نیروهای ویژه هنگامی که حل بحران از عهده افراد معمولی بر نمی آید

ج: **طرح مهار سازی:** مهار و فرونشاندن بحران پس از بکار گیری نیرو های ویژه

4.مرحله پس از بحران:

الف: **مرحله بازیابی:** اقدام در جهت عادی سازی شرایط و آرام کردن اوضاع پس از پیان بحران

ب:**مرحله بازسازی:** ترمیم و بهبود و توانبخشی و توسعه مجدد و پاکسازی محیط بحران از هرگونه علائم و شواهد موجود در بحران

ج: **مرحله یادگیری:** یادگیری و تجربه از بحران برای جلوگیری از بوجود آمدن بحران در شکل و قالبی جدید

 فصل دوم كتاب:رسانه و بحران

تعريف ارتباط:

ارسطو اولين دانشمندي بود كه 2300 سال پيش در كتاب مطالعه معاني بيان(ريطوريقا Rhetoric, ) در باره ارتباطات سخن گفته است.

((ارتباط (Communication) عبارت است از جستجو براي دست يافتن به كليه وسايل و امكانات موجود براي ترغيب و اقناع(Persuasion) ديگران))

وي‍گي هاي ارتباط جمعي در تعريف رايت:

1.ارتباط جمعي به سمت پيامگيران نسبتا نامتجانس و ناشناخته هدايت ميشود

2.پيامها براي عموم ارسال ميشوند به طوري كه پيامگيران همزمان به آنها دسترسي پيدا ميكنند و خصلتي گذرا و ناپايدار دارند.

3.ارتباط گر يا سازمان پيچيده يا عاملي است كه در محدوده ان سازمان (كه متحمل هزينه هاي گزافي نيز ميباشد) به كار ميپردازد

رسانه و بحران:

نگرش سيستماتيك به بحرانها نشان ميدهد در پشت پرده هر بحراني بازيگرن مختلفي كم و بيش نقش ايفا ميكنند . اين بازيگران اعم از مردم , گروههاي مختلف اجتماعي , نهاد هاي دولتي و عناصر بين المللي و رسانه ها هستند.

دنيس مك كويل (Mc Quail,2000) در باره قدرت ذاتي اي كه رسانه ها دارند ميگويد((رسانه ها

ميتوانند تغييرات پيش بيني شده يا تغييرات ناخواسته اي را موجب شوند , تغييرات محدودي ايجاد كنند, تغييرات را سهولت بخشند, وضع موجود را تقويت كنند يا از تغيير در وضع موجود جلوگيري نمايند. همه اين تغييرات در سطح افراد, نهادهاي جامعه و فرهنگ رخ ميدهد))

در ارتباط با اهميت رسانه در بحرانها يك مدل وجود دارد كه به مدل تعاملي ((بحران \_رسانه \_جامعه)) موسوم است

طبق اين مدل بحرانها و رسانه ها و زندگي اجتماعي(جوامع) جزء جدايي ناپذير يكديگر هستند و بر يكديگر اثر متقابل ميگذارند.

 بحران

 رسانه جامعه

 مدل تعاملی بحران , رسانه و جامعه

تيغ دولبه بحران زايي يا بحران زدايي:

امروزه در عصر ارتباطات و اطلاعات انچه به ذهن ميرسد اين است كه آيا رسانه ها ابزاري در خدمت بحران زدايي و كاهش اثرات آن هستند يا ابزاري درخدمت بحران سازي و تشديد بحران به شمار ميروند.؟

رسانه ها با به كار گيري 4 شيوه روي هم انباشتگي تاثيرات جزيي(نظريه كاشت) , تصوير سازي جنبه هاي گوناگون واقعيت در اذهان( انگاره سازي), تبديل گفتمان هاي رسانه اي به حالت هاي قضاوت مدارانه(اسطوره سازي) و خلق معنا در توالي حوادث(وقايع رسانه اي) ميتوانند به شكل جدي در توليد , انتشار , كنترل و پايان دادن به بحرانها تاثير بگذارند.

رابطه بحران و پيام

پيام داراي 3 سازه مهم در است كه در بحث مديريت بحران داراي اهميت است كه عبارتند از

1. **رمزها و كدهاي پيام 2.** **محتواي پيام** 3.**نحوه ارائه پيام**

رسانه ها نقش اساسي در انتخاب محتواي پيام با رمز ها و كدهاي مختلف دارند كه رمزگشايي آنها از سوي مخاطبان صورت ميگيرد.بي دقتي در انتخاب رمزگان مناسب پيام ممكن است نه تنها مخاطب را دچار انحراف معنايي كند بلكه اورا به بحران معنايي هم سوق دهد.

انواع راهبردهاي رسانه اي در مواجهه با بحران

الف: **راهبرد انفعالي:** براساس اين راهبرد رسانه ها هنگام مواجهه با بحران سكوت اختيار يا واكنشي از روي انكار و بي توجهي ارائه ميدهدچرا كه معتقد است پرداختن رسانه به بحران انرا داراي اهميت ميسازد و به گسترش آن كمك ميكند

ب: **راهبرد واكنشي:** اين راهبرد با تاكيد بر ضرورت پاسخگويي به فشارهاي افكار عمومي و تحركات محيطي تهديد كننده , سازمان رسانه اي را به واكنش براي حفظ حيات خود ترغيب ميكند.

بر اساس چنين شرايطي در ارائه اخبار و اطلاعات بحران بايد به صورت گزينشي عمل شود.

ج: **راهبرد فعال:** اين رسانه ها به محض وقوع بحران وارد عمل ميشوند و فعالانه در جهت كنترل و مهار بحران برمي ايند.اين رسانه ها به صورت گسترده به بررسي و تحليل اوضاع پديد آمده ميپردازند و در ارائه اخبار و اطلاعات به صورت گزينشي عمل نميكنند.

**د:راهبرد فوق فعال :**نوع نگرش اين رسانه ها كه تعداد انها هم اندك است نسبت يه بحران كاملا مثبت و فرصت افرين است. ساختار اين رسانه ها داراي وي‍زگيهاي خلاقيت ,نواوري, فقدان تمركز و انعطاف است .اين رسانه ها نه تنها پيرو شرايط بحراني نيستند بلكه در صدد انطباق با ان هم بر نمي آيند بلكه به تطبيق شرايط با اهداف خود ميپردازند و به صورت پيشرو عمل ميكنند و در مرحله پس از بحران هم فعال هستند و به تجربه اندوزي و كابست اين تجربيات در اوضاع مشابه ميپردازند.

* **راهبرد انفعالی**

 **بحران به مثابه فرصت**

* **راهبرد فعال**
* **راهبرد واکنشی**
* **راهبرد انفعالی**

 **بحران به مثابه تهدید**

**پیشرو بون پیرو بودن**

مراحل مديريت بحران و نقش رسانه ها‍‍‍‍‍‍‍‍

حسن خجسته نقش رسانه ها در مديريت بحران به خصوص بلاياي طبيعي را شامل 3مرحله دانسته

**1.مرحله اموزش(پيش از بحران)**

**2.مرحله مواجهه(حين بحران)**

**3.مرحله پشتيباني و اصلاح(پس از بحران)**

**1. مرحله آموزش:**رسانه ها در این مرحله دارای قدرت دوگانه ارائه آموزشهای لازم برای جلوگیری از بحران و یا بالعکس گسترش اثرات نامطلوب بحران با ارائه اطلاعات نادرست , پخش شایعات و یا ورود به مرحله عملیات منفی علیه جامعه هستند. بهترین نقش را در مرحله آموزش, تلویزیون برعهده دارد و رادیو و رسانه های مکتوب نقش مکمل دارند.

آموزش شامل مراحل زیر است

الف:شناساندن بحران و وضعیت آن

ب:ایجاد آمادگی در سازمانهای مسئول مواجهه با بحران از طریق یاد اوری نقش سازمانها و ایجاد حساسیت در انها

ج:آموزش شیوه های مقابله با بحران

**2.مرحله مواجهه (حین بحران):**

مختص ذوران ظهور عملی بحران است . در این مرحله به منظور جلوگیری از ترویج شایعه کارکرد اطلاع رسانی و خبری رسانه ها بسیار مهم است.

رسانه رادیو در این مرحله از اهمیت بیشتری برخوردار است

خجسته دلیل این امر را در :

کوچک بودن و قابل حمل بودن رادیو\_قابلیت استفاده از باطری \_ ارائه اطلاعات جزیی و محلی برای رفع نیازهای فوری مردم درگیر در بحران میداند.

**3.مرحله پشتیبانی و اصلاح(پس از بحران):**شیوه های به کار رفته در این مرحله شامل تقویت روحی و اجتماعی مردم , برخورداری از تجربیات بدست امده در قالب های مختلف خبری , گزارشی و تحلیلی و حضور فعال در صحنه شکل گیری افکار عمومی به نفع مردم میباشد

خجسته 3نقش برای رسانه ها در مرحله مواجهه (حین بحران) در نظر میگیرد

الف: اطلاع رسانی برای تقویت همبستگی با اسیب دیدگان

2:بررسی چگونگی و نحوه مواجهه سازمانهای مسئول با بحران

3.اطلاع رسانی و آموزش برای کاهش آلام بازماندگان

فصل سوم:

مدل پروانه ای نقش رسانه ها در مدیریت پیش از بحران

پس از بررسی ادبیات موجود در خصوص مدیریت بحران و مدیریت بحران به این نتیجه رسیدیم که ادبیات نقش رسانه ها در مدیریت بحران بسیار بسیار پراکنده است .ازین رو با دریافت دیدگاه های یازده نفر از متخصصان حوزه رسانه و مدیریت بحران , مدل پروانه ای نقش رسانه ها در مدیریت مرحله پیش از بحران را به کمک **روش تئوری داده بنیاد** استخراج کردیم.

این مدل میتواند :

* **وظایف سه گانه رسانه** را در مدیریت مرحله پیش از بحران که شامل پیشبینی , پیشگیری , آمادگی((شکل شماره 4))
* **کارکردهای 5گانه رسانه** در مرحله پیش از بحران شامل رصد و پایش محیط, آموزش, هدایت افکار عمومی, اطلاع رسانی, ایجاد همبستگی عمومی
* **و الزامات (ویژگی ها یا خصوصیات) 4 گانه** رسانه در مدیریت پیش از بحران شامل الزامات مدیریتی, ساختاری, نیروها, مخاطب محور بودن

را تببین کند.

آشنایی با 5 کارکرد رسانه در مرحله پیش از بحران:((شکل شماره 3))

**1.کارکرد اطلاع رسانی:**

* **اطلاع رسانی برنامه ریزی شده**:پیشنهاد میشود رسانه ها به صوت برنامه ریزی ساختاری و محتوایی اقدام کرده و طرح جامع اطلاع رسانی پیش از بحران را تهیه کنند.
* **اطلاع رسانی دقیق و بهنگام**: توجه به اطلاع رسانی دقیق و سریع و شفاف جهت اثر بخشی مدیریت قبل از بحران باید مدنظر قرار بگیرد
* **اطلاع رسانی فعال:** داشتن رویکردی فعال و منتقدانه برای اداره مطلوب بحران پیشنهاد میشود.
* **اطلاع رسانی کامل:** اطلاع رسانی کامل و اشباع شده جهت جلوگیری و خنثی سازی شایعات در بحران پیشنهاد میشود
* **دروازبانی هوشمند اطلاع رسانی**: ایجاد نظارت دقیق و هوشمندانه بر خروجی اخبار و توجه به هماهنگی پیامهای ارائه شده برای رسانه ها پیشنهاد میشود

**2.کارکرد آموزشی:**

* **آموزش فرهنگ ساز:** برنامه ریزی برای ایجاد فرهنگ تعادل و ظرفیت سازی در جامعه و آموزش مشارکت های عمومی و .... ... توسط رسانه ها پیشنهاد میشود.
* **آموزش پیشگیرانه:** ارائه آموزشهای همگانی در برابر عوامل بحران ساز پیش از بحران جهت پیشگیری توسط رسانه ها پیشنهاد میشود
* **اثر بخشی آموزش:**افزایش غنا و تنوع آموزشی و به کار گیری همزمان آموزشهای مستقیم و غیر مستقیم جهت اثر بخشی آموزشها پیشنهاد میشود

**3. کارکرد پایش و رصد محیطی:**

* **رصد تیزبینانه تحولات:** رصد هوشمندانه محیط توسط رسانه ها به منظور شناسایی و پیشبینی بحرانها پیشنهاد میشود.
* **رصد مستمر افکار عمومی:** تعامل مستمر با مردم و نظر سنجی و نظر خواهی از آنها برای پیشبینی بحرانهای جامعه پیشنهاد میشود
* **رصد هوشمندانه بازیگران بحران ساز:** نظارت دقیق هوشمندانه رسانه های دشمن و دیگر بازیگران عرصه بحران سازی توسط رسانه های خودی پیشنهاد میشود

**4. کارکرد ایجاد همبستگی عمومی**

* **ایجاد همبستگی عمومی از طریق انسجام عمومی**: ارسال پیامهای انسجام بخش و وحدت بخش توسط رسانه ها پیشنهاد میشود
* **ایجاد همبستگی عمومی از طریق بسیج عمومی**: تقویت بسیج عمومی از طریق تقویت روحیه همکاری پیشنهاد میشود

**5.کارکرد هدایت افکار عمومی**

* **هدایت افکار عمومی برای ایجاد فضای آرام در جامعه**: ایجاد فضای ارام از طریق بهره گیری از زبان آرامش بخش توسط رسنه ها پیشنهاد میشود.
* **هدایت افکار عمومی با رعایت اصول علمی پیام رسانی**: استفاده مناسب از عناصر و ارزش های خبری توصیه میشود.

آشنایی با الزامات (خصوصیات) رسانه ها((شکل شماره 2))

**1.الزامات مدیریتی رسانه**

* **برنامه ریزی جامع مدیریت بحران:** تدوین برنامه جامع مواجهه با بحران در حوزه های مختلف مالی, لجستیکی و.... توسط رسانه ها
* **هماهنگی با مدیریت بحران:** تعامل تنگاتنگ با مراکز مدیریت بحران از طریق تشکیل تیم کارشناسی مشترک
* **مدیریت اثر بخش:** اجرای برنامه های استراتژیک و سازماندهی نیروها جهت بهبود مدیریت اثربخش
* شایسته سالاری:اتخاب مدیران و مشورین خبره در سازمانهای رسانه ای

**2.الزامات نیرو های رسانه**

* **متخصص و ماهر بودن نیروها:** به کار گیری نیرو های خبره رسانه ای جهت افزایش اثربخشی
* **آموزش های مستمر حین خدمت:**آموزش علمی نیروهای رسانه از طریق برگزاری دوره های آموزشی
* **شناخت علمی رسانه توسط نیروها:** شناخت علمی نیروهای رسانه ای از رسانه باید وجود داشته باشد

**3. الزامات ساختاری**

* **ساختار چابک رسانه:** انعطاف و چابک بودن رسانه جهت امادگی پیش از بحران
* **استقلال عمل رسانه:**رسانه ها نباید فرودست کسی باشند چون مخاطبان و اثربخشی خود را از دست میدهند
* **یادگیری سازمانی:**دارا بودن ویژگی های سازمانهای یادگیرنده برای رسانه ها جهت کسب تجربیات جدید و تکرار نکردن اشتباهات گذشته

**4. ویژگی های مخاطب محور بودن رسانه**

* **مخاطب شناسی:** جلب رضایت اکثر مخاطبان از طریق به کار گیری روشهای علمی مخاطب شناسی و توجه به نیاز های آنان
* **گسترش مخاطبان رسانه:** گسترش مخاطبان رسانه از طریق بهبود برد و مسافت پیام از حیث سخت افزاری جهت پوشش همه مخاطبان باید صورت گیرد
* **جلب اعتماد مخاطبان:** پذیرش محتوای پیامها توسط مخاطبان نیازمند رعایت اخلاق حرفه ای و ارزش قائل شدن برای مخاطبان و تجزیه تحلیل بازخوردهای پیام از سوی رسانه ها میباشد.

مدل موسوم به پروانه ای بر اساس روش کیفی تئوری داده بنیاد که مبتنی بر مصاحبه و پژوهش اس حاصل شد.با استفاده از این روش با استفاده از فن مصاحبه از متخصصان حوزه ، کارکردهای 5 گانه و الزامات 4 گانه رسانه بدست آمد . همچنین وظایف مدیریت در مرحله پیش از بحران (پیشبینی ،پیشگیری و آمادگی ) هم که توسط روشندل اربطانی در مدل چرخی جامع طراحی شده بود به آن اضافه شد



شکل 1:مدل پروانه ای حاصل شده از روش تئوری داده بنیاد

* جلب اعتماد مخاطبان
* گسترش مخاطبان رسانه
* مخاطب شناسی
* هماهنگی با مدیریت بحران
* برنامه ریزی جامع
* شایسته سالاری

خصوصیات و الزامات رسانه

* مدیریت اثربخش
* متخصص بودن
* شناخت علمی رسانه
* آموزش
* چابک بودن
* یادگیری سازمانی
* استقلال عمل رسانه

شکل شماره 2 :خصوصیات رسانه برای مدیریت اثربخش حاصل شده از نتایج مصاحبه ها و پژوهش ها با متخصصان امر

* رصد مستمر افکار عمومی
* رصد تیزبینانه تحولات
* رصد هوشمندانه بازیگران بحران ساز
* آموزش پیشگیرانه(مصون ساز)
* آموزش فرهنگ ساز
* آموزش اثربخش

کارکردهای رسانه

* هدایت افکار عمومی برای ایجاد فضای امن
* هدایت افکار عمومی با رعایت اصول علمی پیام رسانی
* اطلاع رسانی برنامه ریزی شده
* اطلاع رسانی دقیق و بهنگام
* ااطلاع رسانی فعال
* اطلاع رسانی کامل
* دروازبانی هوشمند اطلاع رسانی
* ایجاد همبستگی از طریق بسیج عمومی
* ایجاد همبستگی از طریق انسجام عمومی

شکل شماره 3: کارکردهای رسانه که از نتایج مصاحبه با متخصصان و نتایج پژوهش ها حاصل شده

 پیشبینی

 پیشگیری

 آمادگی قبل از بحران

 مدیریت بحران

شکل شماره 4: مرحله قبل از بحران مدل چرخی(جامع) مدیریت بحران

ما بر اساس نتایج پژوهش اقدام به استخراج و طراحی مدل مدیریت پیش از بحران کردیم که به مدل پروانه ای موسوم است .لذا

بعد از بررسی 3 قسمت

الف :وظایف مدیران و مدیریت در مرحله پیش از بحران (پیشبینی ،پیشگیری ،آمادگی) ((شکل شماره 4)) که توسط مدل چرخی جامع مدیرت بحران بدست امد

ب: کارکردهای رسانه( رصد و پایش،آموزشی،هدایت افکار عمومی،اطلاع رسانی،ایجاد همبستگی عمومی) (( شکل شماره3)) که طبق پژوهش های انجام شده و مصاحبه با نخبگان و متخصصان حاصل شد

ج:الزامات یا خصوصیات رسانه (الزامات ساختاری،الزامات نیروها،الزامات مدیریتی، ویژگی های مخاطب محوری) ((شکل شماره 2)) که از طریق مصاحبه با نخبگان و متخصصان حوزه رسانه و مدیریت رسانه و بحران بئست آمد

نوبت به کاربست این سه قسمت در طراحی مدل پروانه ای میرسد

ما در طراحی این مدل **رسانه** را در مرکز مدل و **وظایف مدیریت بحران** در مرحله پیش از بحران را در طرف راست و **کارکردهای رسانه ها** را در طرف چپ آن قرا میدهیم.و 4نوع الزامات یا خصوصیات رسانه را نیز به طریقی اضافه میکنیم که **مخاطب محوری** بدلیل اهمیت ویژه ای که در رسانه دارد به بالای مدل و 3 الزام دیگر شامل خصوصیات **ساختاری،مدیریتی ، نیروها** در پایین مدل قرار میگیرد

 