

۱۴۲۱۷۰۲



مدیریت بحران در فضای رسانه‌ای

دکتر مصطفی ساوه درودی

حجت ساوه درودی

تابستان ۱۳۹۵

www.ketab.ir

سازمان اسناد و کتابخانه ملی	سازمان اسناد و کتابخانه ملی
عنوان و نام پدیدآور	ساوه درودی، مصطفی، ۱۳۴۴ -
مشخصات نشر	مدیریت بحران در فضای رسانه‌ای/ مصطفی ساوه درودی، حجت ساوه درودی.
مشخصات ظاهری	تهران: دانشکده علوم و فنون فارابی، ۱۳۹۵.
شابک	۲۰۰ ص.
موضوع	۲۰۰۰۰۰ ریال ۲-۳۶-۷۳۷۶-۶۰۰-۹۷۸:
موضوع	مدیریت بحران
موضوع	Crisis management
موضوع	رسانه‌های گروهی -- مدیریت
موضوع	Mass media -- Management
شماره افزوده	ساوه درودی، حجت، ۱۳۴۵ -
شماره افزوده	درفشان، مجتبی، ۱۳۴۸ -، ویراستار
شماره افزوده	دانشکده علوم و فنون فارابی
رده بندی کهره	HD ۱۳۹۵۴۹ ۳۶ م ۲/س
رده بندی دیسی	۴۰۵۶/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	۴۲۷۲۱۸۵



انسانیت دانشکده علوم و فارابی

نام کتاب: مدیریت بحران در فضای رسانه‌ای

تألیف: دکتر مصطفی ساوه درودی

ویراستار علمی: مجتبی درفشان

مدیر اجرایی: مهدی مهری

ویراستار ادبی: جواد یعقوبی

صفحه آرا: جواد یعقوبی

طرح جلد: حسین باقری

تاریخ انتشار: تابستان ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول

تمامی حقوق اعم از چاپ، تکثیر و نسخه برداری برای ناشر محفوظ است. (نقل مطالب با ذکر ماخذ بلامانع است).



تلفن ناشر: ۲۹۹۴۲۶۵۸ صندوق پستی: ۱۹۳۹۵-۴۵۷۳

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
پیشگفتار	۵
مقدمه	ز
فصل اول: چهار چوب مفهومی رسانه	۱
رسانه و انواع آن	۳
رسانه‌ها و نظریه‌های علمی	۸
رسانه‌ها و ارتباطات	۱۵
رسانه‌ها و اطلاعاتی	۱۹
فصل دوم: چهار چوب مفهومی بحران	۲۳
مفهوم بحران و انواع آن	۲۴
معرفت‌شناسی بحران	۲۸
تقسیم‌بندی و گونه‌شناسی بحران	۲۹
عوامل اثرگذار در بحران	۳۰
نگرش‌های ذهنی جامعه	۳۸
فصل سوم: بحران‌های اجتماعی-سیاسی	۴۹
بحران اجتماعی	۵۶
چگونگی ایجاد فاصله بین طبقات جامعه	۶۴
بحران سیاسی	۶۵
توسعه و بحران اجتماعی-سیاسی	۶۸
نظریه شرا در مورد اجزاء فرهنگ	۷۰
راهکار مقابله با بحران سیاسی-اجتماعی	۸۱
چرخه حیات بحران	۸۷
فصل چهارم: نقش رسانه در تحولات سیاسی-اجتماعی	۹۶
رسانه و سیاست	۹۷
رسانه‌ها و افکار عمومی	۱۰۴
رسانه و مدیریت افکار عمومی	۱۰۹

فصل پنجم: رسانه و بحران اجتماعی - سیاسی ۱۲۶

انتشار اطلاعات در زمان بحران ۱۲۷

نقش رسانه به عنوان قدرت نرم ۱۳۸

فن‌های رسانه‌ای در بحران ۱۴۹

نقش رسانه در مراحل سه‌گانه بحران ۱۵۵

اقدامات محوری رسانه‌ها در کنترل بحران ۱۷۱

نتیجه‌گیری ۱۸۳

منابع و مأخذ ۱۹۲

منابع فارسی ۱۹۲

منابع لاتین ۱۹۶

سایت‌های اینترنتی ۱۹۶

پیش گفتار

یکی از مهم‌ترین ابزارهای تأثیرگذار در بروز تحول در عصر اطلاعات، قدرت رسانه‌ای است. رسانه به‌عنوان عامل تحول بخش در تفکر انسانی با پیشرفت فناوری به‌سرعت جایگاه خود را در جامعه بشری تثبیت و به لحاظ برخوردار بودن از ویژگی‌هایی چون سرعت در اطلاع‌رسانی اخبار و اطلاعات و اثرگذاری در باورهای فکری افراد جامعه و جهت‌دهی در سمت‌وسوی نگرش توده موردتوجه جدی دولت-ملت را گرفت. رسانه‌ها به‌واسطه تأثیر بر ذهن و نگرش افکار عمومی می‌توانند در جهت‌دهی تحولات جامعه نقش‌آفرین باشند. این نقش می‌تواند نقشی دوسویه داشته باشد. از یک طرف به‌عنوان عامل مقاوم بخش تشدید بحران در جامعه و از طرف دیگر به‌عنوان عامل تأثیرگذار در کنترل بحران تلقی شود. از این‌رو نمی‌توان با نگاهی یک‌سویه به کارکرد رسانه در جامعه بشری پرداخت. با این وجود رسانه در زمان بحران مانند هر زمان دیگری نیاز به سازوکاری متناسب با حوزه مأموریت خود دارد که می‌توان از آن به‌عنوان نشر رسانه در مدیریت بحران نام برد. نکته کلیدی در این خصوص آن است که قدرت مهار و تدبیر هر بحرانی در جهت اهداف رسانه مستلزم شناخت از تحولات جامعه، نقش‌آفرینان در ایجاد و یا کنترل بحران و همچنین طبقات حامی و یا مخالف بحران است.

این کتاب در پنج فصل تهیه شده و تلاش می‌شود تا با شناخت از مبانی نظری بحران و چگونگی مدیریت آن، به کارکرد رسانه به‌عنوان مهم‌ترین ابزار تأثیرگذار در تغییر نگرش افکار عمومی به سمت‌وسوی بحران پرداخته و آسیب‌ها و مزایای آن را مورد بررسی قرار دهد.

جهان امروز در اثر تحولات ناشی از افزایش جمعیت، وابستگی به فناوری، تحولات فرامرزی سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، به یک محیط بحران‌زا و بحران‌زده تبدیل شده است. وابستگی جوامع به گونه‌ای است که بحران در بخشی از آن می‌تواند سایر بخش‌ها را نیز تحت تأثیر قرار دهد و با توجه به نوع بحران و اینکه در کدام یک از حوزه‌های سیاسی و یا اقتصادی و اجتماعی رخ داده است می‌تواند نهادهای اجتماعی را دچار تحول ساخته و حتی به ورطه نابودی بکشانند. در چنین حالتی امنیت جوامع با چالش جدی مواجه شده و با توجه به روند گسترش رسانه‌های جمعی و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، مشارکت مردمی در شکل‌گیری بحران‌های نوین امنیت را فراهم سازد. به همین دلیل هیچ حکومتی از کنار این مسائل به راحتی عبور نکرده و تلاش دارد تا به هر نحو ممکن آن را مدیریت کند. نگاه سنتی در مقابله با بحران بیشتر به استفاده از قدرت سخت‌افزاری معطوف بوده و از این منظر دولت‌ها و یا هیئت حاکمه استفاده از زور را مدنظر قرار می‌دادند. اما با گذشت زمان این نگاه تغییر یافت و در مواجهه با بحران به‌خصوص در حوزه اجتماعی نگاه‌ها بیشتر به سمت حل بحران از طریق استفاده از قدرت نرم‌افزاری متمرکز شده است.

یکی از ابزارهای اثرگذار در بحران رسانه‌ها هستند. رسانه بحران یکی از مهم‌ترین قدرت‌های نرم‌افزاری دو طرف بحران به‌طور ویژه مورد توجه قرار داشته و سعی ایجادکنندگان بحران و کنترل‌کنندگان بحران به استفاده بهتر و بیشتر از آن است. کارکرد رسانه در اطلاع‌رسانی، شناخت آسیب‌ها و تهدیدات و همچنین اثرگذاری در همبستگی اجتماعی محقق را بر آن داشت تا با توجه به این سه مؤلفه

اثرگذار در بحران به نقش رسانه‌ها در ارتباط با این سه موضوع پرداخته و آن را مورد واکاوی قرار دهد.

استفاده از قدرت نرم و یا سخت در کنترل بحران، بستگی به سمت‌وسوی بحران، شدت آن، حامیان و ایجادکنندگان بحران و مواردی مانند آن دارد. از این‌رو نسخه یکسان در مواجهه با بحران کارآمد نیست. این مهم به‌خصوص در مواجهه با بحران‌هایی که زیرساخت آن‌ها را موضوعات امنیتی تشکیل می‌دهد بیشتر نمود داشته و تکیه یک‌جانبه بر یکی از دو قدرت سخت و یا نرم ممکن است پاسخ‌گویی نداشته باشد. ضمن اینکه شرایط حاکم بر جامعه نیز در به‌کارگیری این دو قدرت تأثیرگذار است.

این کتاب به پی‌گیری تأثیرگذاری رسانه در چرخش فکری مخاطبین و حل بحران یا تشدید بحران سیاسی می‌پردازد. به نظر می‌رسد عملکرد رسانه در استفاده از اطلاعات و نیز چگونگی ایفای نقش رسانه در شناخت از آسیب‌ها و تهدیدات دغدغه تصمیم‌گیران و مدیران باشد. این مهم به‌لحاظ تأثیرگذاری مضاعف در زمان وقوع بحران سیاسی و آثار آن در همبستگی ملی از اهمیت بالایی برخوردار بوده و شایسته توجه است.