

رسانه ها و مدیریت بحران

(پیش بینی، پیشگیری، آمادگی)

سیاوش صلواتیان

با مقدمه

دکتر غلامرضا کوردوزی



رسانه‌ها و مدیریت بحران (پیش‌بینی، پیش‌گیری، آمادگی)

تألیف: سیاوش صلواتیان

ناشر: دانشگاه امام صادق (ع)

طرح جلد: گلناز حسامی

ویرایش و صفحه‌آرا: محمد روشنی

شمارگان: ۱۵۰۰

چاپ اول: ۱۳۸۹

چاپ و صحافی: زلال کوثر

قیمت: ۳۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۵۷۴-۵۳-۱

ISBN: 978-600-5574-53-1

حق چاپ و نشر و نسخه‌برداری دیجیتال محفوظ است.

تهران، بزرگراه شهید چمران، پل مدیریت، دانشگاه امام صادق (ع)، ص.ب. ۱۵۹-۱۴۶۵۵ تلفن: ۸۸۳۷۰۱۴۲

سرشناسه : صلواتیان، سیاوش، ۱۳۶۱-

عنوان و نام پدیدآور : رسانه‌ها و مدیریت بحران : (پیش‌بینی، پیش‌گیری و آمادگی) / سیاوش صلواتیان.

مشخصات نشر : تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، ۱۳۸۹.

مشخصات ظاهری : ۱۵۲ ص.: جدول، نمودار.

شابک : 978-600-5574-53-1

وضعیت فهرست‌نویسی : فیا

یادداشت : کتابخانه: ص. ۱۵۱-۱۴۵.

موضوع : مدیریت بحران

موضوع : رسانه‌های گروهی -- مدیریت

موضوع : رسانه‌های گروهی و افکار عمومی

شماره افزوده : دانشگاه امام صادق (ع)

رده بندی کنگره : ۱۳۸۹ ص. ۴/۵ HD

رده بندی دیویی : ۶۵۸/۴۰۵۶

شماره کتابشناسی ملی : ۴۰۱۷۵۰۲

فهرست مطالب

۱۳.....	سخن ناشر.....
۱۷.....	پیش گفتار.....
۱۹.....	مقدمه.....
۲۳.....	فصل اول: بحران و مدیریت بحران.....
۲۵.....	کلیات.....
۲۶.....	۱. بحران.....
۳۰.....	۲. نوع شناسی بحران.....
۳۵.....	۳. حجم بحران.....
۳۶.....	۴. فرآیند شکل گیری بحران.....
۴۰.....	۵. رویکردها به بحران.....
۴۲.....	۶. مدیریت بحران.....
۴۵.....	۷. فرآیند مدیریت بحران.....
۴۵.....	۷-۱. مدل لچات.....
۴۶.....	۷-۲. مدل میتراف و پیرسون.....
۴۷.....	۷-۳. مدل مک کانکی.....
۴۷.....	۷-۴. مدل لیتل جان.....

۴۸.....	۷-۵. مدل جامع مدیریت بحران
۴۹.....	۷-۵-۱. مرحله قبل از بحران
۵۰.....	۷-۵-۲. مرحله شروع بحران
۵۱.....	۷-۵-۳. مرحله حین بحران
۵۲.....	۷-۵-۴. مرحله پس از بحران
۵۳.....	۸. اقدامات جهت آمادگی
۵۸.....	جمع‌بندی

فصل دوم: رسانه و بحران ۵۹

۶۱.....	کلیات
۶۲.....	۱. ارتباط جمعی
۶۴.....	۲. ویژگی اساسی رسانه‌ها
۶۶.....	۳. ساخت رسانه‌ها
۶۷.....	۴. اثرات رسانه‌ها
۷۱.....	۵. نقش و کارکرد رسانه‌ها
۷۴.....	۶. رسانه و بحران
۷۶.....	۷. تیغ دولبه؛ بحران‌زایی یا بحران‌زدایی
۷۷.....	۸. رابطه بحران و پیام
۷۹.....	۹. نقش رسانه در مدیریت بحران از دیدگاه نظری
۷۹.....	۹-۱. نقش رسانه در مدیریت بحران از منظر رئالیسم
۸۰.....	۹-۲. نقش رسانه در مدیریت بحران از منظر مارکسیسم
۸۱.....	۹-۳. تحلیل سازه‌انگازانه از نقش رسانه در مدیریت بحران
۸۲.....	۱۰. انواع راهبردهای رسانه‌ای در مواجهه با بحران
۸۵.....	۱۱. مراحل مدیریت بحران و نقش رسانه‌ها

۸۶.....	۱-۱۱. مرحله آموزش (پیش از بحران)
۸۷.....	۲-۱۱. مرحله مواجهه (حین بحران)
۸۸.....	۳-۱۱. مرحله پشتیبانی و اصلاح (پس از بحران)
۸۹.....	۱۲. اعتماد عمومی به رسانه
۹۰.....	جمع‌بندی
۹۳.....	فصل سوم: مدل پروانه‌ای نقش رسانه‌ها در مدیریت پیش از بحران
۹۵.....	کلیات
۹۶.....	۱. جهت‌گیری پژوهش
۹۶.....	۲. انجام پژوهش به روش کیفی
۹۹.....	۳. استراتژی پژوهش
۹۹.....	۴. تشریح روش تئوری‌سازی داده‌بنیاد
۱۰۵.....	۵. روش جمع‌آوری داده‌ها
۱۰۷.....	۶. تشریح مراحل پژوهش
۱۲۷.....	۶. مدل پروانه‌ای نقش رسانه‌ها در مدیریت پیش از بحران
۱۳۰.....	۷. اعتبار، قابلیت اعتماد و قابلیت انتقال مدل
۱۳۱.....	جمع‌بندی
۱۳۳.....	نتیجه‌گیری: الزامات رسانه‌ای مدیریت بحران
۱۳۵.....	۱. مروری بر کتاب
۱۳۷.....	۲. الزامات رسانه‌ای مدیریت بحران
۱۳۷.....	۱-۲. کارکرد اطلاع‌رسانی رسانه
۱۳۸.....	۲-۲. کارکرد آموزشی رسانه
۱۳۹.....	۳-۲. کارکرد پایش و رصد محیطی

- ۴-۲. کارکرد ایجاد همبستگی عمومی ۱۴۰
- ۵-۲. کارکرد هدایت افکار عمومی ۱۴۰
- ۶-۲. الزامات مدیریتی رسانه ۱۴۱
- ۷-۲. الزامات نیروهای رسانه ۱۴۱
- ۸-۲. الزامات ساختاری رسانه ۱۴۲
- ۹-۲. ویژگی مخاطب‌محور بودن رسانه ۱۴۳
- منابع و مأخذ ۱۴۵
- منابع فارسی ۱۴۵
- منابع لاتین ۱۵۱

فهرست نمودارها

- نگاره شماره ۱: نمودار ابعاد بحران ۳۰
- نگاره شماره ۲: طبقه‌بندی انواع بحران پور عزت ۳۳
- نگاره شماره ۳: طبقه‌بندی انواع بحران قلی پور ۳۴
- نگاره شماره ۴: فزاینده شکل‌گیری بحران ۳۸
- نگاره شماره ۵: چرخه عمر بحران ۳۹
- نگاره شماره ۶: مدل لجات ۴۶
- نگاره شماره ۷: مدل میتراف و پیرسون ۴۷
- نگاره شماره ۸: مدل مک‌کانکی ۴۷
- نگاره شماره ۹: مدل لیتل جان ۴۸
- نگاره شماره ۱۰: مدل چرخه مدیریت بحران ۴۹
- نگاره شماره ۱۱: برنامه‌ریزی سلولی چند لایه ۵۵
- نگاره شماره ۱۲: تعامل «بحران - رسانه - جامعه» ۷۶

- نگاره شماره ۱۳: انواع راهبردهای رسانه‌ای در مواجهه با بحران..... ۸۵
- نگاره شماره ۱۴: مرحله قبل از بحران مدل چرخشی مدیریت بحران..... ۹۱
- جدول شماره ۲: مقایسه روش‌های کیفی و کمی..... ۹۸
- نگاره شماره ۱۵: گام‌های اجرای روش تنوری‌سازی داده‌بنیاد..... ۱۰۱
- نگاره شماره ۱۶: نمودار درختی روش انجام پژوهش و استخراج مدل..... ۱۰۷
- نگاره شماره ۱۷: خصوصیات رسانه برای مدیریت اثربخش بحران..... ۱۲۵
- نگاره شماره ۱۸: کارکردهای رسانه در مدیریت بحران..... ۱۲۶
- نگاره شماره ۱۹: مرحله قبل از بحران مدل چرخشی مدیریت بحران..... ۱۲۷
- نگاره شماره ۲۰: مدل پروانه‌ای نقش رسانه‌ها در مدیریت پیش از بحران..... ۱۲۹

فهرست جداول

جدول شماره ۱: طبقه‌بندی انواع بحران هرمان.....	۳۲
جدول شماره ۳: کدهای استخراجی از مصاحبه اول.....	۱۰۹
جدول شماره ۴: کدهای استخراجی از مصاحبه دوم.....	۱۱۰
جدول شماره ۵: کدهای استخراجی از مصاحبه سوم.....	۱۱۱
جدول شماره ۶: کدهای استخراجی از مصاحبه چهارم.....	۱۱۲
جدول شماره ۷: کدهای استخراجی از مصاحبه پنجم.....	۱۱۳
جدول شماره ۸: کدهای استخراجی از مصاحبه ششم.....	۱۱۴
جدول شماره ۹: کدهای استخراجی از مصاحبه هفتم.....	۱۱۶
جدول شماره ۱۰: کدهای استخراجی از مصاحبه هشتم.....	۱۱۷
جدول شماره ۱۱: کدهای استخراجی از مصاحبه نهم.....	۱۱۸
جدول شماره ۱۲: کدهای استخراجی از مصاحبه دهم.....	۱۱۹
جدول شماره ۱۳: کدهای استخراجی از مصاحبه یازدهم.....	۱۱۹
جدول شماره ۱۴: گروه‌بندی کدهای محوری استخراجی.....	۱۲۲
جدول شماره ۱۵: فراوانی کدهای محوری.....	۱۲۴

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَلَقَدْ ءَاتَيْنَا دَاوُدَ وَسُلَيْمَانَ عِلْمًا وَقَالَا الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي فَضَّلَنَا

عَلَى كَثِيرٍ مِّنْ عِبَادِهِ الْمُؤْمِنِينَ

(قرآن سوره مبارکه النمل آیه شریفه ۱۵)

سخن ناشر

تربیت اسلامی، مرجعیت علمی

«کاری کنید که دانشگاه امام صادق علیه السلام ... مرجع تحقیقات مراکز

علمی و دانشگاه‌های دنیا بشود» مقام معظم رهبری^۱

فلسفه وجودی دانشگاه امام صادق علیه السلام که از سوی ریاست دانشگاه به کرات مورد توجه قرار گرفته، تربیت نیروی انسانی‌ای متعهد، باتقوا و کارآمد در عرصه عمل و نظر است تا از این طریق دانشگاه بتواند نقش اساسی خود را در سطح راهبردی به انجام رساند.

از این حیث «تربیت» را می‌توان مقوله‌ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه‌های دانشگاه، در چارچوب آن معنا می‌یابد؛ زیرا که «علم» بدون

۱. از بیانات مقام معظم رهبری در ملاقات اساتید و دانشجویان دانشگاه امام صادق (ع) مورخ

«تزکیه» بیش از آنکه ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متاثر و دگرگون می‌سازد.

از سوی دیگر «سیاست‌ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی‌توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست‌ها در گرو انجام پژوهش‌های علمی و به‌رمندی از نتایج آنهاست. ازاین منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران اصلی جریان‌های فکری و اجرایی به‌حساب می‌آیند و نمی‌توان آینده درخشانی را بدون توانایی‌های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ‌گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق علیه السلام درواقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که بیش از «ربع قرن» تجربه دارد و هم اکنون ثمرات نیکوی این شجره طیبه در فضای ملی و بین‌المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول نیت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیانگذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است که امید می‌رود در طلوعه دور جدید فعالیتش بتواند به توسعه و تقویت آنها در پرنو عنایات حضرت حق تعالی، اهتمام ورزد.

معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام باتوجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آنها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش‌ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه‌مندان می‌گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه‌ای بزرگ و ادعایی اندک در

این راه گام نهادند- درک کاستی‌ها و اصلاح آنها است تا از این طریق زمینه پرورش نسل جوان و علاقه‌مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق علیه السلام را در گستره بین‌المللی به همراه خواهد داشت. (انشاءالله)

ولله الحمد

معاونت پژوهشی دانشگاه

پیش‌گفتار

بحران یکی از معدود واژگانی است که بطور روزمره در ادبیات علمی، اجرایی، سیاسی، اقتصادی و حتی گفتاری مردم عادی نیز به‌کار می‌رود. کمتر کسی است که از واژه بحران و مدیریت بحران تصویری در ذهن خود نداشته باشد. فارغ از صحت و سقم این نظرات و کمبودها یا هم‌پوشانی‌های این تصورات ذهنی بایستی در نظر داشت که ریشه اصلی تمامی آنها «دشواری، پیچیدگی و حاد بودن شرایط برای ادامه زندگی و یا زیست مسالمت‌آمیز» است. با عنایت به کاربرد وسیع مفهوم بحران در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی، از مناظر مختلف بدان نگریسته شده و کتب متعددی نیز پیرامون آن نگاشته شده است. هر کدام از این کتب، مقالات و یا نگاه‌ها می‌تواند مکمل دیگری باشد و یا مفسری باشد بر نکات مجملی که در دیگری مطرح شده است. لذا تدوین کتاب و نظریه در عرصه مدیریت بحران معمولاً توأم با نوآوری است.

از دیگر سو رسانه‌ها نیز در زندگی امروز انسان نقشی تاثیرگذار و غیرقابل انکار دارند. نقشی که کمتر فرد منتصفی می‌تواند آن را منکر شود.

رسانه‌ها در فضا سازی، آگاهی‌بخشی، اطلاع‌رسانی، آموزش، توانمندسازی و در یک کلام ارتقاء و رشد جامعه و حتی فرد تاثیر خواهند داشت. بخصوص رسانه‌های دیداری و شنیداری به دلیل بهره‌گیری از عنصر فیلم، خبر، عکس و پیام‌رسانی سریعتر، تاثیر مضاعفی بر اذهان افراد خواهند داشت. بدین دلیل مطالعه تاثیر رسانه‌ها بر ابعاد مختلف زندگی انسان از جمله بحران می‌تواند جذاب، بدیع و اثرگذار باشد.

کتاب حاضر که برپایه پژوهشی موثر و مفید نگاشته شده است، ماحصل مطالعات علمی و عملی محقق و نویسنده ارجمند آن آقای سیاوش صلواتیان بوده و کوششی است در زمینه پیوند دادن عرصه رسانه و قابلیت‌های آن با بحث بحران و نحوه مدیریت آن. البته این کار چه در قالب پژوهش و چه در قالب کتاب منظری جدیدتر به بحث بحران و رسانه داشته و می‌تواند خود ضمن بهره‌مندسازی افراد از نگاهی بدیع و کاربردی، انگیزه‌ای برای مطالعات بیشتر، دقیق‌تر و کاربردی‌تر در عرصه رسانه‌ها و مدیریت بحران گردد. در هر حال لازم می‌دانم از زحمات ایشان، جناب آقای دکتر روشندل اربطانی و همچنین معاونت محترم پژوهشی دانشگاه امام صادق(ع) در کار اجرا، بررسی و چاپ کتاب مذکور به سهم خود قدردانی نمایم.

دکتر غلامرضا گودرزی

بهار ۱۳۸۹

مقدمه

بحران از ابتدا یکی از واقعیت‌های اجتناب‌ناپذیر زندگی بشر بوده و بشریت همیشه با انواع مختلفی از بحران‌ها به ویژه بحران‌های طبیعی مواجه بوده است؛ از بحران‌هایی چون قحطی، خشکسالی، سیل، زلزله، شیوع بیماری‌های واگیر گرفته تا بحران‌هایی چون جنگ‌ها و آلودگی‌های زیست محیطی و ... همه این بحران‌ها بسته به حجم‌شان آسیب‌ها و لطمات متفاوتی به محیطی که در آن رخ می‌دهند، وارد می‌کنند. حجم بحران که به وسیله سه عامل دامنه فراگیری، شدت وقوع و مدت دوام بحران مشخص می‌گردد، می‌تواند درحدی وسیع و گسترده باشد که کل بشریت را مورد تهدید قرار دهد، همچون فراگیری آنفلوآنزای نوع یک (H1N1) در سال ۲۰۰۹.

به طور کلی، بحران با ایجاد اختلال در نظم سیستم اصلی یا قسمت‌هایی از آن، موقعیت‌هایی را که مستلزم پاسخ‌دهی آنی و اختصاص منابع فوق‌العاده است به وجود آورده، موجب سردرگمی و غافل‌گیری افراد و نهادهای تصمیم‌گیرنده می‌شود. به بیان خیلی ساده، این پاسخ‌دهی آنی و اختصاص منابع فوق‌العاده و دیگر فعالیت‌های لازم در مقابله با بحران را «مدیریت بحران» می‌نامند. محققان و صاحب‌نظران خارجی و داخلی زیادی با تامل و تحقیق در زمینه بحران، مدل‌های مختلفی را درخصوص مدیریت بحران

طراحی کرده‌اند که هر کدام ویژگی‌های خاص خود را دارد. بررسی این مدل‌ها نشان می‌دهد که در آنها اغلب به مرحله پیش از بحران توجه اندکی شده و بیشتر درخصوص شیوه مدیریت بحران هنگام وقوع، یعنی مقابله با بحران بحث شده است. اما با اتخاذ رویکردی فعال در مقابل بحران، به جای فرار و انکار آن به دنبال پذیرش آن است، اهمیت فراوان مرحله پیش از وقوع بحران در پیش‌بینی بحران، پیشگیری و آمادگی برای به حداقل رساندن آسیب‌ها نمایان می‌شود.

از سویی دیگر در عصری که آن را عصر اطلاعات می‌دانند و در جهانی که آن را دهکده جهانی می‌نامند، رشد فزاینده فناوری‌های ارتباطی سبب شده رسانه‌ها به ابزارهایی قدرتمند در جوامع بدل گردند که مدیریت جریان اطلاعات، تفکرات، احساسات و هیجانات را بر عهده دارند و این قدرت بلامنازع رسانه‌های جمعی باعث شده آنها مهمترین ابزار مدیریت بحران در جوامع گردند که می‌توانند از طریق ایجاد آمادگی هرچه بیشتر در جوامع هشداردهی سریع و گسترده در هنگام بحران، از صدمات بحران‌ها بکاهند. (Ferrier & Emdad Haque 2003) البته رسانه‌ها هم‌زمان می‌توانند چون باروت، آتش بحران را برافروزند یا چون آب، آتش افروخته شده را خاموش سازند. این نقش دوگانه رسانه را به تیغ تیزی بدل کرده که می‌تواند در دست زنگی‌ای مست باشد یا در دست جراحی حاذق. از این رو طراحی مدلی که بتواند راهنمایی برای عمل صحیح رسانه‌ها در شرایط بحران باشد، ضروری می‌نماید. همین مسئله باعث شکل‌گیری دغدغه‌ای در ذهن نگارنده پیرامون نقش و کارکرد رسانه‌های جمعی در مدیریت بحران گردید.

علی‌رغم اهمیت موضوع مدیریت بحران متأسفانه این حوزه در کشور ما از ادبیات غنی‌ای برخوردار نیست و متناسب با اهمیتش به آن پرداخته نشده است. به تبع آن بررسی کارکردهای رسانه‌ها در مدیریت بحران نیز به صورت

بسیار محدودی در داخل صورت گرفته است و اغلب مطالعات مربوط به مدیریت بحران در کشور به مدیریت بحران‌ها و حوادث پیش‌بینی نشده طبیعی و برخی بحران‌های سیاسی بین‌المللی اختصاص دارد و کمتر در خصوص نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران‌ها در دیگر حوزه‌ها، مطالعاتی انجام شده است.

در این کتاب ضمن بررسی ادبیات موجود در حوزه نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران و تبیین کارکردهای مختلف آنها، «مدل نقش رسانه‌ها در مدیریت مرحله پیش از بحران» را با هدف استفاده از آن در مدیریت بهینه بحران‌ها توسط رسانه‌های جمعی، طراحی کردیم. در فصل اول کتاب پیرامون «بحران و مدیریت بحران» سخن گفته و سپس در فصل دوم به سراغ موضوع «رسانه‌ها و مدیریت بحران» می‌رویم. فصل سوم به موضوع طراحی مدل نقش رسانه‌ها در مدیریت مرحله پیش از بحران، اختصاص دارد و در آن کلیه مراحل تحقیق انجام شده برای طراحی این مدل کاملاً تشریح می‌شوند. در انتهای کتاب نیز ضمن نتیجه‌گیری کلی، الزامات رسانه‌ای مدیریت بحران براساس مدل مطرح شده در فصل سوم بیان می‌گردد.

در پایان ضمن سپاسگزاری از کلیه عزیزانی که در تحقیق و نگارش این اثر بنده را یاری نمودند، تشکر ویژه و صمیمانه‌ای می‌کنم از جناب آقای دکتر گودرزی، جناب آقای دکتر روشندل اربطانی، جناب آقای دکتر بنی‌هاشمی و جناب آقای دکتر بیچرانلو که در تمامی مراحل از نظرات بسیار راه‌گشای ایشان بهره‌مند می‌شدم.

و اما این اثر پدید نمی‌آمد اگر همراهی و همدلی همسفر صبور زندگیم

نبود.

سیاوش صلواتیان

بهار ۱۳۸۹