

مدیریت بحران

9

اطلاع رسانی بحران های طبیعی در مکان شهرها

از نظریه تا سنجش

صغری شب افروزان

سرشناسه	: شب افروزان، صغری، ۱۳۳۸ -
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت بحران و اطلاع رسانی بحران های طبیعی در کلان شهرها (از نظریه تا سنجش) / صغری شب افروزان.
مشخصات نشر	: تهران : وائیا، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۰ص.: جدول، نمودار
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۹۶-۵۷-۱
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: مدیریت بحران -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	: Crisis management -- Iran -- Case studies
موضوع	: بلاهای طبیعی -- ایران -- پیش بینی های ایمنی
موضوع	: Natural disasters -- Iran -- Safety measures
موضوع	: شهرهای بزرگ
موضوع	: Metropolitan areas
موضوع	: رسانه های گروهی -- ایران -- تأثیر -- نمونه پژوهی
موضوع	: Mass media -- Iran -- Influence -- Case studies
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۶ ۴م۲۳/HL ۹:
رده بندی دیویی	: ۱۰۹۸/۶۵۸:
شماره کتابشناسی ملی	: ۱۰۰۱۳۲:



نشر وائیا

مدیریت بحران و اطلاع رسانی بحران های طبیعی در کلان شهرها (از نظریه تا سنجش)

نویسنده: صغری شب افروزان

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۹۶-۵۷-۱

فروش اینترنتی WWW.Ketab.IR

۲۰۰۰۰۰ ریال

نشر وائیا: خیابان فخر رازی خیابان شهدای ژاندارمری پلاک ۶۳ طبقه ۳ تلفن: ۰۹۱۲۱۸۶۶۵۵۸-۶۶۹۶۱۱۶۳

"حق چاپ محفوظ و متعلق به مولف می باشد"

پیشگفتار

عصری را که در آن زندگی می‌کنیم «عصر مدیریت و ارتباطات سریع» می‌باشد که در دنیای امروز دهکده جهانی نامیده‌اند. عصری که در آن نقش اطلاعات و منابع اطلاع‌رسانی بسیار مهمتر از استعدادهای درخشان و مغزهای متفکر است. بدیهی است که سرعت انتقال و مبادله اطلاعات به همراه تکنولوژی پیچیده و در حال تغییر، باعث پویایی روزافزون محیط داخل و خارج سازمان می‌گردد. بدین ترتیب شمار فرصت‌ها و تهدیدات محیط در واحد زمان افزایش می‌یابد به طوری که می‌توان شاهد بروز مشکلات و بحران‌های بیشتری بود. مخاطره (risk) و بحران (crisis) دو موضوع مهم و جدی در مطالعات ارتباطی‌اند. در هر یک از موقعیت‌های مخاطره‌آمیز و بحرانی، چه منشأ طبیعی و چه منشأ انسانی و اجتماعی داشته باشند، ارتباطات از سویی اهمیت و اولویت ویژه می‌یابد و از سوی دیگر، همه‌رسان‌ها دچار ناکارکردی یا کژکارکردی می‌شود. بدین ترتیب در این کتاب شکل‌گیری حوزه‌های تخصصی در ارتباطات نظیر «ارتباطات مخاطره»، «ارتباطات بحران»، «روزنامه‌نگاری بحران» و «مدیریت بحران‌های ارتباطی» برآمده از همین ضرورت‌هاست. چگونگی استفاده از اطلاعات و نحوه اطلاع‌رسان در سه مرحله (قبل، حین، و پس از بحران) به تخصص ویژه و کاربست مناسبی نیازمند است. لذا برگزیده اشتباه سهواً و یا عمداً در اطلاع‌رسانی خود سبب تشدید بحران و در مواقعی ایجاد بحران جدید را شال می‌شود.

در این تحقیق با به دست آوردن شاخص‌های اطلاع‌رسان صحیح، الگوی اطلاع‌رسانی بحران در شهر تهران را ترسیم نمودیم.

نتایج نشان می‌دهد مهمترین نیازهای مخاطبان به ترتیب اولویت شامل آگاهی، آمادگی و اطمینان است. از این رو برای به دست آوردن شاخص‌های اطلاع‌رسانی صحیح به مدیریت بحران نیازمندیم بدین منظور در تحقیق انجام شده از روش دلفی استفاده شده. سه حوزه اطلاع‌رسانی بحران، در مناطق ۱۳ و ۱۵ شهرداری تهران، در سه مرحله نظرخواهی شد. سئوالات ابتدا به صورت باز مطرح شد و در مرحله بعدی و با جمع‌بندی دیدگاه‌ها، پرسشنامه ساخته شد. این کتاب نیز که حاصل ساختار اطلاع‌رسانی بحران طبیعی در سه مرحله (قبل، حین، بعد از بحران) می‌باشد همچنین برای پیگیری این سه مرحله به ترتیب اولویت‌های اول تا سوم نیازهای مخاطبان در مرحله بعد از وقوع بحران هستند. شش شیوه تشکیل گروه‌های بادوام در محلات، پاسخگویی به مردم، برگزاری مانورهای مشترک با مردم، پوشش کامل و شفاف، انسجام مدیران در موقع بحران و بهره‌گیری از کارشناسان خبره، به ترتیب اولویت‌های اول تا ششم شیوه‌های اعتمادسازی بین

شهرداری و شهروندان هستند. مهمترین چالش مدیران بحران با رسانه‌ها به ترتیب اولویت شامل عدم توجه به مسئولیت مدیر بحران و تمرکز در اطلاع‌رسانی، عدم توجه به جلسات شورای هماهنگی مدیریت بحران و مصوبات آن، عدم وجود امکانات و تجهیزات لازم برای پوشش خبری مناسب در زمان حادثه، عدم آمادگی خبرنگاران از نظر جسمی و ذهنی برای حضور در مناطق حادثه‌دیده و ناآشنایی اصحاب رسانه با اصول مدیریت بحران است. آموزش امداد و نجات اطلاع-رسانی و ارائه اخبار، اعتمادسازی، ایجاد باور وقوع بحران در مردم و پاسخگویی و جلوگیری از گسترش بحران، به ترتیب اولویت‌های اول تا پنجم رویکردهای سازمان پیشگیری در مدیریت بحران هستند. نهایت یک الگوی سه مرحله‌ای برای اطلاع‌رسانی بحران در مناطق ۱۳ و ۱۵ شهرداری ارائه شده است. این کتاب شامل دو بخش می‌باشد که بخش اول شامل دو فصل می‌باشد، بخش اول دیدگاه‌های مدیریت بحران و مدیریت شهری می‌باشد. و نیز به این موضوع پرداخته که مدیریت بحران از طریق رسانه چگونه است، سپس در بخش دوم به بررسی تجربی تحقیقات در بحران، همچنین نقش رسانه در اطلاع‌رسانی چگونه باشد پرداخته، از این رو تحقیقات انجام شده و مقایسه شهرداری ۱۳ و ۱۵ تهران انجام شده و همچنین در زمینه بعد از بحران و مدیریت آن نقش به سزایی را ایفا می‌کند.

با توجه به اهمیت موضوع می‌شود آمار و ارقام آن صحیح محاسبه شود. از این رو این ویژگی را داراست که به بیان صرف نظریه اکتفا نکرده و به سنجش مقولات مورد بحث مبنی بر یک رویکرد سنجش و به صورت علمی پرداخته شده است. از این جهت می‌تواند الگویی باشد برای دانشجویان رشته‌های بحران و بلاای طبیعی و عارفه دانش به سباحت علمی و کنشگران توسعه که با نحوه عملیاتی شدن نظریه‌ها و مفروضات علمی، آشنا شوند و در پام‌های بعدی ساز و کارهای لازم را برای افزایش در سطح (قبل، حین، بعد از بحران) و همچنین کاهش آسیب‌های بعد از بحران، تدارک بیند این اثر حاصل پژوهش به دست آمده با همکاری آقای دکتر مجید حسینی نثار انجام شده که جای دارد از ایشان قدردانی شود. امید است که این کتاب نام کوچکی در این مسیر برداشته باشد و مورد توجه خوانندگان محترم قرار بگیرد. از همه خوانندگان محترم تقاضا می‌شود نظرات و پیشنهادهای خود را به نشانی الکترونیک ارسال نمایند.

صغری شب افروزان

shadishabafrozan@gmail.com

فهرست مطالب

۷	درباره نویسنده
۹	پیشگفتار
۱۱	فهرست مطالب
۱۹	بخش اول: مبانی نظری و دیدگاه‌ها
	فصل اول: نظریه‌های مدیریت بحران
۲۱	مقدمه
۲۲	اهمیت و ضرورت
۲۳	تعاریف مختلف بحران
۲۴	نظریه‌ها و رویکردهای مدیریت بحران
۲۴	- دیدگاه سنتی
۲۴	- دیدگاه قانون طبیعی
۲۴	- دیدگاه تعاملی
۲۵	الف- رویکرد بحران‌گریزی
۲۵	ب- رویکرد بحران‌سنجی
۲۵	ج- رویکرد بحران‌پذیری
۲۵	مدیریت شهری
۲۵	- تعریف شهر
۲۶	- تعریف مدیریت شهری
۲۸	- تعریف برنامه‌ریزی شهری
۲۸	- رابطه مدیریت شهری و برنامه‌ریزی شهری
۲۹	- مدیریت بحران در شهرها
۳۰	- برنامه‌ریزی شهری مبتنی بر برنامه‌ریزی پیشگیری از خطر
۳۱	- برنامه‌ریزی‌های لازم برای مصون‌سازی شهرها در برابر بلایای طبیعی
	فصل دوم: نظریه‌های رسانه و مدیریت بحران و کارکردهای رسانه
۴۱	رسانه و مدیریت بحران
۴۱	- تعریف رسانه
۴۳	- وظایف و کارکردهای رسانه
۴۵	- رسانه و بحران
۵۱	- کارکردهای رسانه‌ها در مراحل مختلف مدیریت بحران

۵۳	- اطلاعات و پیشگیری از بحران
۵۴	- زیرساخت‌های ارتباطی
۵۵	- مدیریت ارتباطات
۵۵	- آموزش ارتباطات بحران
۵۷	- مدیریت ارتباطات رسانه‌ای
۵۸	- مقابله با شایعه
۵۹	- سخنگوی ستاد بحران
۶۰	- مدیریت پیام
۶۱	- رسانه‌های جدید و مدیریت بحران
۶۲	- مشکلات مدیریت اطلاعات و ارتباطات
۶۴	- نقش رسانه در مدیریت بحران از منظر رئالیسم
۶۵	- نقش رسانه در مدیریت بحران از منظر مارکسیسم
۶۶	- نقش رسانه در مدیریت بحران از منظر سازه‌گرایی
۷۱	- بخش دوم: بررسی تجربی وضعیت مدیریت شهری در ایران
	فصل سوم: بررسی سوابق تحقیقات و ساختار نظام اطلاع‌رسانی بحران‌های طبیعی در شهر تهران
۷۳	- تحقیقات داخل کشور
۷۷	- تحقیقات خارج کشور
۸۱	- روش تحقیق
۸۲	- جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه
۸۲	- نمونه آماری و روش نمونه‌گیری
۸۲	- ابزار گردآوری اطلاعات
۸۳	- روایی و پایایی ابزار گردآوری اطلاعات
۸۳	- روایی پژوهش (روایی محتوا، روایی سازه)
۹۰	- طبقه‌بندی بحران
۱۰۱	- آمار توصیفی
۱۰۱	- جمعیت‌شناسی
۱۰۱	- نیازهای افراد جامعه در مرحله پیش از بحران طبیعی
۱۰۳	- نیازهای افراد جامعه در مرحله حین بحران طبیعی
۱۰۴	- نیازهای افراد جامعه در مرحله پس از بحران طبیعی
۱۰۶	- کارکرد رسانه‌های جمعی در مرحله پیش از بحران طبیعی
۱۰۷	- کارکرد رسانه‌های جمعی در مرحله حین بحران طبیعی
۱۰۹	- کارکرد رسانه‌های جمعی در مرحله پس از بحران طبیعی

۱۱۰	.. شیوه‌های اعتمادسازی و موثق‌سازی کانال‌های ارتباطی بین شهرداری تهران و شهروندان تهرانی
۱۱۵	- موثرترین رسانه برای اطلاع‌رسانی در مرحله بعد از بحران طبیعی (شامل کنترل اوضاع، تسلی بخشی به بازماندگان و بازسازی)
۱۱۷	- موثرترین رسانه برای اطلاع‌رسانی در مرحله حین بحران طبیعی (کمک‌رسانی و غیره)
۱۱۷	- موثرترین رسانه برای اطلاع‌رسانی در مرحله بعد از بحران طبیعی (شامل کنترل اوضاع، تسلی بخشی به بازماندگان و بازسازی)
۱۱۹	- موثرترین رسانه برای اطلاع‌رسانی در مرحله قبل از بحران طبیعی (شامل آموزش و ایجاد آمادگی)
۱۲۱	- موثرترین رسانه برای اطلاع‌رسانی در مرحله حین بحران طبیعی (کمک‌رسانی و غیره)
۱۲۱	- موثرترین رسانه برای اطلاع‌رسانی در مرحله بعد از بحران طبیعی (شامل کنترل اوضاع، تسلی بخشی به بازماندگان و بازسازی)
۱۲۳	- موثرترین رسانه برای اطلاع‌رسانی در مرحله قبل از بحران طبیعی (شامل آموزش و ایجاد آمادگی)
۱۲۳	- موثرترین رسانه برای اطلاع‌رسانی در مرحله حین بحران طبیعی (کمک‌رسانی و غیره)
۱۲۳	- موثرترین رسانه برای اطلاع‌رسانی در مرحله بعد از بحران طبیعی (شامل کنترل اوضاع، تسلی بخشی به بازماندگان و بازسازی)
	فصل چهارم: موثرترین رسانه بر اطلاع‌رسانی در مرحله بعد از بحران طبیعی
۱۲۵	- مهم‌ترین گزینه برای اطلاع‌رسانی در مرحله قبل از بحران طبیعی
۱۲۷	- مهم‌ترین گزینه برای اطلاع‌رسانی در مرحله حین بحران طبیعی
۱۳۰	- مهم‌ترین گزینه برای اطلاع‌رسانی در مرحله پس از بحران طبیعی
۱۳۷	- مهم‌ترین چالش مدیران بحران با رسانه‌ها
۱۴۰	- مهم‌ترین نقش‌های رسانه در حوزه مدیریت بحران
۱۴۳	- ویژگی‌های با اهمیت رسانه در کمک به مدیر بحران
۱۴۵	- مهم‌ترین چالش در ارزیابی الگو برای رسانه‌ها در برنامه‌ریزی و اقدام در حوزه مدیریت بحران
۱۵۹	تحلیل داده‌ها
	فصل پنجم: مقایسه قبل، حین و بعد از بحران بلایای طبیعی
۱۶۵	مقدمه
۱۶۶	تحلیل یافته‌های پژوهش
۱۶۶	- سوال اصلی تحقیق
۱۶۸	- سوالات فرعی تحقیق
۱۷۳	جمع‌بندی و پیشنهاد
۱۷۳	نتیجه‌گیری

- ۱۷۳..... الگوی پیشنهادی
- ۱۷۵..... منابع فارسی
- ۱۷۸..... منابع انگلیسی