

۱۰۷۰۷۹۱

به نام آگاهان و اکثرت آموخت

چراغ دل به نور دانش افروخت

نقش رسانه ها در مدیریت سیل

(مجموعه ابزارهای یکپارچه مدیریت سیل)

تهیه کنندگان
سازمان جهانی هواشناسی
شرکت جهانی آب



کتابخانه و بایگ عمومی

عنوان و نام پدیدآور: نقش رسانه ها در مدیریت سیل: مجموعه ابزارهای یکپارچه مدیریت سیل / تهیه کنندگان سازمان جهانی هواشناسی، شرکت جهانی آب؛ ترجمه گروه ترجمه انتشارات کارگزار روابط عمومی؛ ویرایش زهرا بابازاده گان.
 مشخصات نشر: تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی، ۱۳۹۸.
 مشخصات ظاهری: ۱۲۶ص: مصور، جدول، نمودار.
 شابک: 978-600-5374-82-7
 وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: عنوان اصلی: The role of the media in flood management (integrated flood management tools series)
 عنوان دیگر: مجموعه ابزارهای یکپارچه مدیریت سیل.

موضوع: سیل — مدیریت	موضوع: Floodplain Management
موضوع: مدیریت بحران	موضوع: Crisis Management
موضوع: رسانه های گروهی — مدیریت	موضوع: Mass media – Management
موضوع: رسانه های گروهی — جنبه های اجتماعی	موضوع: Mass media – Social aspects
موضوع: رسانه های گروهی و افکار عمومی	موضوع: Mass media and public opinion
شناسه افزوده: بابازاده گان، زهرا، ۱۳۵۲- ویراستار	شناسه افزوده: سازمان هواشناسی جهانی
شناسه افزوده: World Meteorological Organization	شناسه افزوده: شرکت جهانی آب (GWP)
شناسه افزوده: مؤلف: کارگزار روابط عمومی	رده بندی کنگره: TC۵۳۰
رده بندی دیو: ۶۲۷/۲	شماره کتابشناسی ملی: ۵۹۴۳۲۸۱

عنوان کتاب: نقش رسانه ها در مدیریت سیل تهیه کنندگان: سازمان جهانی هواشناسی - شرکت جهانی آب ویرایش: زهرا بابازاده گان

انتشارات: کارگزار روابط عمومی

حروفچین و صفحه آرا: غلامحسین بابازاده گان

لیتوگرافی: تارنگ

چاپ و صحافی: احمدی

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۸

ISBN: 978-600-5374-82-7

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۳۷۴-۸۲-۷

تعداد صفحات: ۱۳۶

قیمت: ۳۵ هزار تومان

تلفن پخش: ۰۹۱۲۱۹۳۸۴۱۹

شماره پیامک: ۳۰۰۰۷۱۵۳

وب سایت: www.iran CPR.ir - www.shara.ir

پست الکترونیک: info@IranCPR.ir- info@IranPR.ir- karGozar80@Yahoo.com

تمامی حقوق محفوظ است. هیچ بخشی از این کتاب، بدون آن که قبلاً اجازه کتبی
 «کارگزار روابط عمومی» اخذ شده باشد نباید تکثیر، ضبط و یا به هر شکلی اعم از الکترونیک،
 مکانیکی، فتوکپی، ضبط صوتی یا غیر آن انتقال داده شود.

«طرح مشترک مدیریت سیل (APFM)» یک برنامه مشترک سازمان جهانی هواشناسی (WMO) و شرکت جهانی آب (GWP) است. در آن مفهوم مدیریت یکپارچه سیل (IFM) به عنوان یک رویکرد جدید برای مدیریت سیل ترویج می‌شود. این طرح تحت حمایت ملی دفتر محیط زیست دولت سوئیس (FOEN)، وزارت امور خارجه و توسعه بین‌الملل فرانسه، کمیسیون ملی آب مکزیکی (CONAGUA) و آژانس توسعه بین‌الملل آمریکا (USAID) قرار دارد.

www.floodmanagement.info

سازمان جهانی هواشناسی (WMO) یک سازمان بین‌المللی است که در سال ۱۹۵۰ ایجاد گردید. چند سند تأسیس آن در ۱۹۴۷ امضا شده بود. این سازمان در واقع جانشین «سازمان جهانی هواشناسی» که در سال ۱۸۷۳ ایجاد شده بود، گردید. این سازمان در ۱۹۵۱ در رده سازمان‌های تخصصی وابسته به سازمان ملل متحد در زمینه آب و هوا، هیدرولوژی (اقلیم‌شناسی کاربردی) و علوم ژئوفیزیک درآمد. تعداد اعضای این سازمان تا ۳۰ شهریورماه ۱۳۹۸، ۱۹۳ عضو سرزمین تحت قلمرو است و مقر آن در ژنو، سوئیس قرار دارد.

www.wmo.int

شرکت جهانی آب، یک شبکه بین‌المللی است که دورنمای آن، یک دنیای ایمن از نظر آب است. مأموریت GWP، پیشبرد کنترل و مدیریت منابع آب برای توسعه برابر و پایدار است. شبکه GWP به صورت آزاد در اختیار تمامی سازمان‌هایی قرار دارد که اصول تایید شده این شبکه برای مدیریت یکپارچه منابع آب را درک می‌کنند.

www.gwp.org

فهرست مطالب

۷	گفتار اول: کلیات
۷	۱. مقدمه
۷	۱-۱ ارتباطات، انتشار اخبار و رسانه‌های جمعی
۷	۱-۱-۱ ارتباطات و انتشار اخبار: تعاریف
۹	۱-۱-۲ رسانه‌های جمعی: تعریف و تحول
۱۰	۲-۱ رسانه‌های جمعی می‌توانند چه نقشی را در مدیریت سیل ایفا کنند؟
۱۳	گفتار دوم: ریسک
۱۳	۲- ریسک
۱۳	۱-۲ درک ریسک
۱۳	۱-۲-۱ تعریف درک ریسک
۱۷	۱-۲-۲ درک ریسک و «تقویت اجتماعی چرخه خطر»
۲۰	۳-۱-۲ نقش رسانه‌ها در این چارچوب عمومی
۲۱	۲-۲ درک ریسک سیل
۲۲	۱-۲-۲ عواملی که بر درک ریسک سیل تاثیر می‌گذارند
۲۴	۲-۲-۲ پاسخ انسانی به هشدارهای طغیان
۲۵	۳-۲-۲ مشترکات
۲۵	۴-۲-۲ عوامل تاثیرگذار بر هشدارهای طغیان
۲۸	۵-۲-۲ دلایل واکنش‌های نامتناسب
۲۹	گفتار سوم: رسانه‌ها
۲۹	۳- رسانه‌ها و طغیان‌ها
۲۹	۱-۳ رابطه کنونی میان رسانه‌ها و طغیان‌ها
۲۹	۱-۱-۳ اطلاعات بحران
۳۳	۲-۱-۳ رابطه میان مدیران سیل و رسانه‌ها
۳۷	۳-۱-۳ مواجهه با موقعیت‌های بحرانی
۴۱	۲-۳ مسئولیت بالقوه رسانه‌ها در مدیریت یکپارچه طغیان

۴۲	۱-۲-۳ پیش از سیل
۴۵	۲-۲-۳ حین سیل
۴۷	۳-۲-۳ پس از سیل

گفتار چهارم: ارتباطات ۵۱

۵۱	۴- استراتژی ارتباطات
۵۱	۱-۴ ارتباطات موثر در مدیریت سیل
۵۳	۱-۱-۴ اشتراک‌گذاری ابهامات
۵۵	۲-۱-۴ همکاری با متخصصین حوزه‌های اجتماعی و رفتاری
۵۵	۳-۱-۴ همکاری میان مدیران سیل و رسانه‌ها
۵۶	۴-۱-۴ ارتباطات مربوط به مدیریت سیل در آبگیر رودخانه‌های فرامرزی
۵۷	۵-۱-۴ اجتناب از اطلاعات نادرست
۵۹	۲-۴ تصویب برنامه ارتباطات
۶۰	۱-۲-۴ تشخیص ارتباطات
۶۱	۲-۲-۴ تعریف اهداف
۶۲	۳-۲-۴ تعریف مخاطب هدف
۶۳	۴-۲-۴ تعریف برنامه‌های کوتاه‌مدت میان مدت
۶۳	۵-۲-۴ شناسایی جناح‌ها و منابع مسئول
۶۴	۶-۲-۴ برنامه‌ریزی فرآیند پیگیری و ارزیابی
۶۴	۳-۴ تصویب برنامه انتشار
۶۵	۱-۳-۴ انتخاب رسانه‌ها و فناوری
۶۹	۲-۳-۴ خلق پیام
۷۲	۴-۴ ارزیابی
۷۳	۱-۴-۴ ارزیابی تصمیم‌گیری
۷۳	۲-۴-۴ ارزیابی اجرایی
۷۵	۳-۴-۴ ارزیابی تأثیر
۷۶	۴-۴-۴ انتظاراتی که می‌توان از ارزیابی داشت؟

گفتار پنجم: نمونه‌هایی از رویکرد خوب ۷۷

۷۷	۵- نمونه‌هایی از رویکرد خوب
۷۷	۱-۵ یک راهنمای خانوادگی از جانب وزارت کشور صربستان
۷۷	۱-۱-۵ طرح
۷۸	۲-۱-۵ جنبه‌های مثبت
۷۹	۲-۵ راهنمای وبسایت وزارت محیط زیست، توسعه پایدار و انرژی فرانسه در زمینه سیل

۷۹	۱-۲-۵ بررسی اجمالی
۷۹	۲-۲-۵ وبسایت
۸۱	۳-۵ پروژه نینجای سبز: بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی برای آموزش و تعامل عمومی
۸۱	۱-۳-۵ مقدمه
۸۲	۲-۳-۵ چالش
۸۲	۳-۳-۵ معرفی پروژه نینجای سبز
۸۴	۴-۳-۵ بهترین رویه‌ها
۸۸	۵-۳-۵ نتیجه‌گیری
۸۹	۴-۵ نگاشت بحران
۸۹	۱-۴-۵ مقدمه
۹۱	۲-۴-۵ فرآیند برارها
۹۳	۳-۴-۵ مشورت
۹۴	۴-۴-۵ اخبار طغیان در سطح جهان
۹۵	۵-۴-۵ اپ سیل صلیب سرخ در آلمان
۹۵	۱-۵-۵ بررسی اجمالی
۹۶	۲-۵-۵ ویژگی‌های اپ
۹۷	۳-۵-۵ پیش‌زمینه
۲۲	۶-۵ فارماگدون: یک خشکسالی مجازی برای افزایش آگاهی میان کشاورزان آنلاین درباره روز جهانی آب
۹۸	مارس ۲۰۱۳
۹۸	۱-۶-۵ بررسی اجمالی
۹۸	۲-۶-۵ طرح
۱۰۰	۳-۶-۵ تلاش‌های توسعه
۱۰۱	۴-۶-۵ نتایج
۱۰۲	۵-۶-۵ پیش‌زمینه
۱۰۳	۷-۵ امرجنزا آلوویونه: یک آگهی آموزشی توسط سازمان پشتیبانی مدنی ایتالیا
۱۰۳	۱-۷-۵ بررسی اجمالی
۱۰۳	۲-۷-۵ طرح
۱۰۴	۳-۷-۵ جنبه‌های مثبت

۱۰۵ پیوست یک: دستورالعمل نحوه برقراری ارتباط در مواقع بحرانی

۱۲۰ پیوست دو: ساز و کار مدیریت طغیان در ایرلند