**معرفی کتاب:** مدیریت پوشش خبری بحران در رسانه­های حرفه‌ای

**پدید‌آورنده:** اکبر نصرالهی

**ناشر:** تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه­ها، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

**تعداد صفحات:** 447ص

**سال انتشار:** 1389

کتاب مدیریت پوشش خبری بحران در رسانه‌های حرفه‌ای شامل برنامه ریزی و مدیریت حوزه خبر در شرایط غیر‌عادی و کاملاً بحرانی است. این کتاب شامل چهار فصل است که به اختصار به شرح زیر می‌باشند:

- فصل اول: در خصوص چیستی مدیریت بحران شامل: ریشه شناسی لغوی بحران، بررسی مفهومی بحران، تعاریف مدیریت بحران، اهداف مدیریت بحران، ویژگی های مدیریت بحران، انواع بحران ها، و علل و فرایندهای شکل‌گیری بحران.

- فصل دوم: در خصوص مدیریت رسانه ای بحران شامل: چگونگی اداره رادیو و تلویزیون در ایران، چگونگی مدیریت بخش خبر در سازمان صدا و سیما، نقش رسانه در بحران، وظایف رسانه در بحران، تئوری های پشتیبان تحقیق، رویکردها و راهبردهای رسانه ای در بحران، تأثیر نوع رویکرد و راهبرد رسانه ای بر روند بحران، تاکتیک های خبری مدیریت بحران، و مدیریت رسانه و مراحل مختلف بحران.

- فصل سوم: به بررسی عملکرد رسانه‌ها در بحران های مختلف می پردازد، شامل: پوشش اخبار حوادث 11 سپتامبر در شبکه های تلویزیونی امریکا، پوشش تلویزیونی اخبار رویدادهای تروریستی، مدیریت نشر تصاویر و توجیه سانسور مطبوعات در مدت بحران، مدل تقابل سیاست - رسانه در هنگام بروز بحران انسانی، مطالعات رسانه های امریکا در بحران بوسنی، رسانه های انگلستان و مدیریت آنها در حمله به عراق 2003، تبلیغات سیاسی و تولیدات تماشایی رسانه ها در جنگ عراق، تلویزیون ماهواره ای عربی و گزارش بحران ها و پوشش آن در سقوط بغداد، اخبار تلویزیون و سیاست خارجی امریکا (محدودیت پوشش فوری)، و وابستگی های رسانه ای در تغییر محیط رسانه.

- فصل چهارم: این فصل به ارائه مدل مطلوب اداره بحران و پیشنهادهای اجرایی می پردازد، شامل: چیستی مدل، متغیرهای اثرگذار بر مدل اجرایی، مدل پیشنهادی، و پیشنهادهای اجرایی.

**فصل اول: چیستی مدیریت بحران**

نویسنده در این فصل ضمن بررسی ریشه‌شناسی و تعاریف بحران، ویژگی‌ها، مراحل، علل و پیامدهای آن را تشریح می‌کند.

1. ریشه شناسی بحران: خاستگاه واژه بحران در ریشه یونانی به معنای جدا کردن و زیر و رو کردن است krinein یا krisis، واژه بحران در زبان عربی معادل "الازمه" آمده است در اصطلاح به معنای شدت و سختی است.

2. بررسی مفهومی بحران و مدیریت آن: تعاریف بحران

ب: تعاریف مدیریت بحران: مدیریت بحران، علم و هنر برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت و رهبری به صورت یکپارچه، جامع و هماهنگ است که با بهره‌گیری از ابزارهای موجود تلاش می کند؛ خطرهای ناشی از بحران های گوناگون را بر اساس مراحل بحران کنترل کند.

مدیریت بحران فعالیت‌های گسترده و متنوعی را از مجموعه تدابیر پیش از بحران گرفته تا راه‌های پایان دادن و مهار کردن آن در حین بحران و حتی اقدامات پس از بحران را شامل می‌شود.

اهداف مدیریت بحران: جلوگیری از وقوع بحران، کنترل بحران، کاهش خسارت‌ها و تلفات، تأمین ارزش ها و منافع اساسی در اوضاع بحرانی، بازگرداندن امور به اوضاع پیش از بحران. در مجموع از آنجا که اهداف بحران تابعی از راهبردهای بحران است در نتیجه بحران‌زایی یا بحران‌زدایی،کوچک‌نمایی یا بزرگ‌نمایی، سکوت و بی‌اعتنایی به بحران یا برجسته‌سازی آن و غیره متأثر از نوع راهبرد اتخاذ شده در بحران می‌توانند از جمله اهداف مدیریت بحران باشند.

ویژگی‌های مشترک بحران ها: محدود بودن به یک دوره زمانی خاص، ناکارآمدی قوانین و هنجارهای معمول برای مدیریت بحران، افزایش توجه مردم به آن، افزایش نیاز به اطلاعات و اخبار، ضرورت تصمیم گیری فوری، تهدید، زمان، غفلت، افزایش اصطکاک، ممکن نبودن پیش‌بینی دقیق پیامدها.

**فصل دوم: مدیریت رسانه ای بحران**

در این فصل نویسنده به مدیریت سازمان رسانه از جمله چگونگی اداره آن در پیش و پس از انقلاب و گردش کار در سازمان خبری صدا و سیما، نقش رسانه در بحران، رویکردها، راهبردها و تاکتیک های رسانه در مدیریت بحران، وظایف و نقش های رسانه ها در بحران پرداخته است.

الف: چگونگی اداره رادیو و تلویزیون در ایران: پیش و پس از انقلاب.

ب: چگونگی مدیریت خبر در سازمان صدا و سیما: تحریریه های تولید و پخش اخبار، شورای سردبیری، شورای مدیران کل.

نقش رسانه در بحران: اداره بحران از طریق رسانه، بحران در سازمان غیررسانه، بحران در داخل سازمان رسانه.

گروه فشار، اعمال محدودیت‌ها: بی نظمی، ناکارآمدی ساختار تشکیلاتی، نیروی ناکارآمد، مدیریت غلط نیروها، قوانین دست و پا گیر و متناقض، تمرکز شدید، نگاه اداری، غیرحرفه ای بودن.

عوامل مؤثر بر کارکرد رسانه در بحران: ایدئولوژی و خط مشی سیاسی، پیش زمینه بحران و رسالت رسانه، عملکرد رقبا، مالکیت رسانه، نوع رسانه، نوع بحران.

تئوری‌های پشتیبان تحقیق: 1- نظریه سیستم ها و بحران؛ 2- نظریه اقتضایی و بحران؛ 3- نظریه تأثیرات رسانه ها و بحران؛ 4- نظریه‌های رئالیستی و بحران؛ 5- نظریه های مارکسیستی و بحران؛ 6- تحلیل سازه‌انگارانه از نقش رسانه ها در مدیریت بحران.

**وظایف مدیریت رسانه در بحران**

1. برنامه‌ریزی(چیستی برنامه‌ریزی، انواع برنامه‌ریزی)

2. تصمیم‌گیری(چیستی تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیری در بحران، تصمیم‌گیری در سازمان خبری)

3. سازمان‌دهی(چیستی سازمان‌دهی، سازمان‌دهی در سازمان رسانه‌های خبری، سازماندهی و هماهنگی در بحران)

4. نظارت و کنترل(چیستی نظارت، نظارت در سازمان خبری، نظارت بر اخبار، گزارش‌ها و برنامه‌های سیاسی رادیو و تلویزیون ایران، نظارت در اوضاع بحرانی، رهبری)

**رویکردها و راهبردهای رسانه ای در بحران**

1. رویکردهای رسانه به بحران: 1-1. سنتی: نگاه منفی به بحران و انکار آن، سکوت، غفلت، بی‌برنامگی، فرصت‌سوزی. 1-2. دیدگاه قانون طبیعی: نگاه منفی به بحران و پذیرش آن، واکنش و مقابله. 3-1. دیدگاه تعاملی: نگاه مثبت و استنباطی، فرصت‌سازی، پیش‌بینی و استقبال.

2. رویکردها و راهبردهای رسانه‌ای در بحران: 2-1. راهبرد دوگانه: موافقت با بحران، مخالفت با بحران. 2-2. راهبرد چهارگانه: انفعالی، واکنشی، فعال، فوق فعال.

تاکتیک‌های خبری مدیریت بحران: برای رسیدن به اهداف کوتاه‌مدت مجموعه فعالیت‌هایی بر روی خبر صورت می گیرد تا جایگاه یک خبر از وضع واقعی‌اش بالاتر یا پایین تر رود. این تاکتیک ها عبارتند از: سابقه‌نویسی، اطلاعات سری، نشت هدایت‌شونده، ماساژ پیام، حذف، کلی‌بافی، موجی، تبخیر، بازگشت، دشمن‌تراشی، مبالغه، جنجال‌آفرینی، تظاهر به بی‌طرفی، تکرار و تأکید، پیش‌دستی.

**فصل سوم: بررسی عملکرد رسانه‌ها در بحران‌های مختلف**

هرچند عملکرد رسانه‌ها در بحران‌های مختلف مشابه نیست و از عوامل مختلفی اثر می‌پذیرد؛ با وجود این، بررسی عملکرد رسانه‌ها در بحران‌ها بسیار قابل استفاده و آموزنده است و قدرت ذهنی مدیریت بحران را در تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری‌ها افزایش می‌دهد. در این فصل، ده تحقیق از عملکرد رسانه‌ها در بحران‌های مختلف مورد واکاوی قرار گرفته است که عبارتند از: الف: پوشش اخبار 11 سپتامبر در شبکه‌های تلویزیونی امریکا؛ ب: پوشش تلویزیونی اخبار رویدادهای تروریستی؛ ج: مدیریت نشر تصاویر سانسور در مطبوعات در مدت بحران؛ د: نمونه تقابل سیاست و رسانه هنگام بروز بحران؛ و: مطالعات رسانه‌ای در مطبوعات بین‌الملل- امریکا و بحران بوسنی؛ ه: رسانه های انگلیس و مدیریت رسانه در حمله به عراق؛ م: تبلیغات سیاسی و تولیدات تماشایی رسانه ها در جنگ عراق؛ ک: تلویزیون ماهواره ای عربی و گزارش بحران سقوط بغداد؛ ی: اخبار تلویزیون و سیاست خارجی امریکا؛ ن: نقش رسانه های جمعیِ چین در بحران سارس.

فصل چهارم: مدل مطلوب اداره بحران و پیشنهاد‌های اجرایی

در این فصل با بهره‌گیری از نتایج یک تحقیق پیمایشی و تحلیل محتوا در خصوص سه بحران اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، مدل و الگوی اجرایی و شماتیکِ مدیریت بحران ارائه شده است. در پایان نیز با بهره‌گیری از همین مدل پیشنهاد‌های نظری و اجرایی آمده است.

مدل مطلوب اداره بحران و پیشنهاد‌های اجرایی، پیشنهادهای نظری و اجرایی: رویکرد تعاملی مدیریت اخبار، جهت‌گیری مستقل و انتقادی مدیریت اخبار، استراتژی فعال و فوق فعال مدیریت اخبار، کارکرد اطلاع‌رسانی مدیریت اخبار، سرعت عمل در تصمیم‌گیری و کسب اطلاعات دقیق، تشکیل ستاد بحران، تدوین سناریوهای محتمل، ارتباطات در شرایط بحرانی شرط موفقیت، شیوه و نحوه برخورد با بحران ها، توجه به مراحل بحران، استفاده از آرشیو و بازتولید اطلاعات، توجه به منابع و امنیت ملی و احترام به ارزش های اساسی.