

نقش اینترنت به عنوان رسانه‌ای مجازی در مدیریت بحران اجتماعی^۱

دکتر حسن خجسته باقرزاده^۲

وحید آقامحسني^۳

چکیده

بحران‌های گوناگون جزء جدایی ناپذیر زندگی بشر امروزه شده است. با توجه به نقش گسترده رسانه‌ها در ابعاد مختلف زندگی بشر و رشد روز افزون استفاده از اینترنت و فضای مجازی، شناسایی نقش این رسانه‌های نوین (رسانه‌های مجازی) در مدیریت بحران‌های اجتماعی ضروری است.

در این پژوهش به منظور رسیدن به اهداف، به بررسی آثار و نظرات افراد صاحب نظر حوزه‌های مدیریت بحران و رسانه از طریق مصاحبه و روش کتابخانه‌ای پرداخته و برای تجزیه و تحلیل نتایج مصاحبه، از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها استفاده شده است. فضای مجازی ابزاری است که می‌تواند در صورت اتخاذ راهبرد مناسب برای کنترل بحران در مراحل مختلف (به خصوص در بحران‌های اجتماعی) به خوبی عمل کند و نقش مؤثری ایفا کند.

راه‌های مختلفی برای کاهش اثرات بحران و مدیریت آن وجود دارد. روش‌هایی مثل تاکتیک‌های رسانه‌ای، از راهبردهای ارتباطی استفاده می‌کنند که در این مقاله بر روی شیوه‌های ارتباطی و رسانه‌ای از طریق فضای مجازی برای مدیریت بحران‌های اجتماعی تمرکز شده است.

کلیدواژه: بحران اجتماعی، مدیریت بحران، رسانه مجازی، اینترنت

۱. عنوان مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان «استراتژی‌های ارتباطی در مدیریت بحران اجتماعی با استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی از دیدگاه متخصصین» است.

۲. دکتری علوم استراتژیک و استادیار دانشکده صدا و سیما؛ h_khojasteh@irib.ir

۳. کارشناس ارشد مدیریت رسانه؛ دانشکده صدا و سیما؛ vahid.aghahmohseni@gmail.com

(نویسنده مسئول)

مقدمه

در عصر حاضر که با انواع و اقسام بحران‌ها مواجه هستیم، مقابله با بحران‌های گوناگون مستلزم درک و شناخت عمیق از بحران و راه‌های مقابله با آن است. در ایران نیز به دلیل داشتن جامعه‌ای جوان و پویا همواره با بحران‌های گوناگون اجتماعی مواجه هستیم.

در ایران چندین پایان‌نامه، مقاله و کتاب به موضوع مدیریت بحران پرداخته‌اند ولی استفاده از فضای مجازی در مدیریت بحران اجتماعی در آنها کمتر به چشم می‌خورد.

فصلنامه پژوهش و سنجش در شماره ۴۲ و ۴۳ که با موضوع رسانه و بحران به چاپ رسیده حاوی مقالات ارزشمندی است. همچنین فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی (همان پژوهش و سنجش) شماره ۵۵ و پژوهشنامه شماره ۳۳ پژوهشکده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام به موضوع رسانه و مدیریت بحران اختصاص یافته‌اند.

به عنوان مثال احراری (۱۳۸۴) در مقاله‌ای در فصلنامه پژوهش و سنجش با عنوان **راهبردهای رسانه‌ای برای پیشگیری از بحران** با بررسی موردی برخی بحران‌ها در ایران، به نقش رسانه‌ها در جلوگیری از بحران می‌پردازد و راهبردهایی برای این کار ارائه می‌دهد که شامل «کنترل شایعه» و «آرامش بخشی و امید دهی» برای پیشگیری از وقوع بحران است.

در منابع خارجی تعداد زیادی کتاب و مقاله در زمینه مدیریت بحران و رسانه وجود دارد. در بخش تحقیقات خارجی سعی شده از جدیدترین و نزدیک‌ترین پژوهش‌ها به موضوع حاضر استفاده شود.

گرچه تمامی این تحقیقات به این پژوهش کمک کرده‌اند و از این تحقیقات استفاده شده‌است، ولی اهداف و نظریات و حتی کل موضوع با موضوع این مقاله تفاوت‌هایی دارد و در این خصوص سعی شده‌است که با استفاده از این پژوهش‌ها در ادبیات موضوع، به تکمیل این پژوهش‌ها و ارائه نتایج تازه دست یابیم.

در این پژوهش سعی ما بر آن است که راه‌های مقابله با بحران‌های اجتماعی را از طریق ارتباطات و به خصوص فضای مجازی (اینترنت) تبیین کنیم.

بدین منظور ابتدا تعریفی از مفهوم بحران ارائه می‌دهیم و انواع بحران‌ها را برمی‌شماریم؛ سپس به تعریف بحران اجتماعی پرداخته و بحران را از منظر علم ارتباطات بررسی می‌کنیم. در قسمت بعد با ارائه تعریف مدیریت بحران و راه‌کارها و راهبردهای مدیریت بحران، بحث را به سمت اهمیت و نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران می‌بریم و راه‌های مدیریت بحران از طریق فضای مجازی و اینترنت را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

اهمیت برنامه ریزی برای بحران آن‌جا مشخص می‌شود که می‌بینیم در جاهایی که برنامه راهبردی برای مقابله با بحران دارند در زمان وقوع بحران کار ساده‌تری در پیش‌رو دارند. ضرورت این کار این است که به ما کمک می‌کند تا زمان بحران را کاهش داده و از تبعات و خسارات مادی و معنوی ناشی از آن بکاهیم.

تعریف بحران

مفهوم بحران، بدون آن‌که از آن تعریفی دقیق به عمل آمده باشد بیش از اندازه مورد استفاده قرار گرفته است. (پاوجانت و میثروف، ۱۹۹۲) صاحب‌نظران بحران را وضعیتی آشفته می‌دانند، نوعی از آشفتگی و پریشانی در عناصر یک ساختار و سیستم که ساز و کارهای نظم بخشی به آن خارج از عهده خود سیستم باشد. «در این وضعیت، میزان آشفتگی از مسأله، مشکل، معضل و آفت فراتر رفته و آن‌چنان فراگیری و عمق پیدا می‌کند که اراده برگشتن به حالت پیشین نیز دچار خدشه می‌شود.» (مطلق، ۱۳۸۴: ۱۷)

فرهنگ علوم اجتماعی بیرو (۱۳۷۰) در تعریف بحران آورده است :

بحران از ریشه یونانی، به معنای جور کردن قضاوت، لحظه حساس و مشاجره گرفته شده است. بحران به معنای تغییر ناگهانی است که در جریان یک بیماری پدید می‌آید و صفت ویژه آن به‌طور معمول بروز حادثه و وخامت است و در معنای مجازی، شرایط و اوضاع یا دورانی خطرناک و فاقد اطمینان را می‌رساند. بحران، حالت و فرایندی است که طی آن، تعادل ناپدید می‌شود و از انتقالی تقریباً اجتناب ناپذیر

به‌سوی شرایط و اوضاعی دیگر خبر می‌دهد. هرگاه پدیده‌ها به طور منظم جریان نیابند، حالتی نابسامان پدید آید یا نظمی مختل شود، سخن از بحران به میان می‌آید (ص ۷۳).

انواع بحران

از منظر ریخت‌شناختی، بحران را می‌توان به اعتبار جنبه‌های گوناگون طبقه بندی کرد. برای نمونه، به اعتبار موضوع، بحران‌ها را می‌توان به بحران‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، نظامی، قومی و غیره صورت بندی کرد. به اعتبار شدت تهدید، تداوم زمانی و درجه آگاهی نیز برخی بحران‌ها را به بحران‌های شدید، نوظهور و بدعتی، کند، موردی، انعکاسی، برنامه‌ای، عادی و اداری تقسیم بندی کرده‌اند.

به اعتبار گستردگی، می‌توان بحران‌ها را به بحران‌های محلی، ملی، فراملی تقسیم کرد. به اعتبارهای دیگر، نظیر علل و عوامل، دامنه و سطح، اهداف مورد هجوم و...، نیز می‌توان به گونه شناسی دیگری از بحران‌ها پرداخت. (تاجیک، ۱۳۷۹)

در یک تقسیم بندی کلی بحران‌ها به چهار گروه عمده تقسیم می‌شوند:

۱ - بین المللی

۲ - اجتماعی

۳ - طبیعی

۴ - سازمانی (ریعی، ۱۳۸۹)

هر یک از بحران‌های فوق زیرمجموعه‌هایی دارند، ما در این پژوهش تنها به بحران‌های اجتماعی می‌پردازیم.

بحران اجتماعی

بحران اجتماعی عبارت است از «اختلالاتی که تعادل عمومی، عملکرد به‌هنگام و معمول حیات اجتماعی را به مخاطره می‌اندازند. گاهی بحران اجتماعی فقط جزیی از اجتماع را فرا می‌گیرد یا با مسایل اجتماعی خاص مرتبط می‌شود و گاهی عمومی هستند. در مجموع ساختها و نهادهای یک جامعه اثر می‌گذارد.» (بیرو، ۱۳۷۰: ۳۴۹)

بحران اجتماعی زمانی حادث می‌شود که اختلالاتی در جامعه پدید آید که تعادل عمومی، عملکرد بهنجار و معمول حیات اجتماعی را به مخاطره افکند. بحران عمومی اجتماعی نشان از آن دارد که جامعه فاقد توانایی سامان‌یابی و تأمین و تحفظ نظم اجتماعی است، و استعداد و قابلیت درونی خود را برای حل مسائل مرتبط با تطور و توسعه جامعه از دست داده است. (تاجیک، ۱۳۷۹: ۳۳)

بحران اجتماعی سطوحی دارد و شامل آشفتگی اجتماعی، بی‌سازمانی اجتماعی و انقلاب اجتماعی می‌شود. تغییر در ساختارها باعث گسسته شدن رفتار و روابط متقابل می‌گردد و در نتیجه فرایند جامعه‌پذیری مختل و غیرمؤثر شده در نتیجه بحران اجتماعی ظاهر می‌شود. همچنین در صورتی که سازگاری سازمان‌های جامعه کاهش یابد جامعه دستخوش بحران و آشفتگی اجتماعی می‌شود. ولی اگر سازگاری سازمان‌های جامعه به شدت رو به زوال رود، در این صورت نظم اجتماعی جای خود را به بی‌نظمی می‌دهد و بی‌سازمانی رخ می‌دهد. اگر بحران در سطح مؤسسات به انهدام ساختار نهادها منجر شود، انقلاب‌های اجتماعی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

بحران اجتماعی گاهی اوقات فقط جزئی از جامعه را فرا می‌گیرد و با مسائل اجتماعی خاصی مرتبط می‌شود (مانند نابسامانی ناشی از کمی دستمزدها)، که در این صورت بحران اجتماعی، جزئی خوانده می‌شود؛ در این صورت کنترل و هدایت آن از سوی نیروی اجتماعی غالب آسان خواهد بود. اما گاهی اوقات بحران اجتماعی عمومی است، که در این صورت بر مجموع ساختارها و نهادهای یک جامعه، به جهت تأخیر و عدم تطابق آنان با انتظارات موجود در باب پیشروی یک جامعه جدید و مترقی، اثر می‌گذارد؛ در نتیجه چنان نابسامانی عمومی و عدم تعادلی فراگیر، در جامعه بروز می‌کند، که گسست نظم موجود و پیدایی دگرگونی‌های اجتماعی بنیادی (انقلابی)، را قابل پیش‌بینی می‌سازد. (شایان‌مهر، ۱۳۷۹)

به صورت کلی می‌توان گفت چون اجتماع یک سیستم باز است و سیستم‌های باز دارای آنتروپی هستند، این سیستم‌ها همواره دستخوش بحران میشوند، از این رو اجتماع بستر بحران‌های اجتماعی است. هر گاه جامعه از نقطه تعادل خود خارج شود می‌تواند به یک بحران اجتماعی منجر شود. (روشندل اربطانی، ۱۳۸۹)

بنابراین بحران اجتماعی در معنای اخص خود بحران نهادهای اجتماعی از خانواده تا دولت و گروه‌های اجتماعی و روابط اجتماعی را دربرمی‌گیرد و در معنای اعم بحران‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و ... را نیز دربرمی‌گیرد تا جایی که حتی بحران‌های طبیعی نیز می‌توانند تبعات اجتماعی داشته باشند. (ربیعی، ۱۳۸۹)

مدیریت بحران

نگرش سنتی به مدیریت بحران، براین باور بود که مدیریت بحران یعنی فرو نشانیدن آتش؛ به این معنی که مدیران بحران در انتظار خراب شدن امور می‌نشینند و پس از بروز ویرانی، سعی می‌کنند تا ضرر ناشی از خرابی‌ها را محدود سازند. ولی به تازگی نگرش به این واژه عوض شده است. (رضوانی، ۱۳۸۵)

براساس معنای اخیر، همواره باید مجموعه‌ای از طرح‌ها و برنامه‌های عملی برای مواجهه با تحولات احتمالی آینده در داخل سازمان‌ها تنظیم شود و مدیران باید درباره اتفاقات احتمالی آینده بیندیشند و آمادگی رویارویی با وقایع پیش‌بینی نشده را کسب کنند؛ بنابراین، مدیریت بحران بر ضرورت پیش‌بینی منظم و کسب آمادگی برای رویارویی با آن دسته از مسائل داخلی و خارجی تأکید دارد که به طور جدی شهرت، سودآوری و یا حیات سازمان را تهدید می‌کنند. باید توجه داشت که مدیریت بحران با مدیریت روابط عمومی متفاوت است. مدیر روابط عمومی برای خوب جلوه دادن سازمان تلاش می‌کند در حالی که مدیر بحران سعی دارد تا در شرایط دشوار، سازمان را در موقعیت خوب نگه دارد. مدیریت بحران به منزله یک رشته علمی، به طور کلی در حوزه مدیریت راهبردی قرار می‌گیرد و به‌طور خاص به مباحث کنترل راهبردی مرتبط می‌شود. (میتروف، شریواستاوا و اودوادیا، ۱۹۷۸: ۶۰)

ویلیامز و اولانیران مدیریت بحران را چنین تعریف می‌کنند: برنامه‌ریزی راهبردی که برای واکنش در برابر بحران و به منظور از بین بردن هرگونه احتمال خطر در آن موقعیت صورت می‌پذیرد (ویلیامز و اولانیران، ۲۰۰۲)

عده‌ای می‌گویند مدیریت بحران از سه مرحله اصلی تشکیل شده است که عبارت

است از مدیریت بحران قبل، حین و بعد از وقوع بحران. قبل از وقوع بحران باید سه فعالیت کلیدی صورت گیرد: تشکیل تیم مدیریت بحران در سازمان، ایجاد یک سناریویی که بدترین حالت ممکن را نشان دهد، و تعریف رویه‌ای اجرایی استاندارد برای انجام فعالیت‌هایی قبل از وقوع بحران. (رضوانی، ۱۳۸۵)

در زمان وقوع بحران سه فعالیت اصلی باید انجام شود: تمرکز بر اشاعه اخبار و اطلاعاتی که مورد تمایل عموم باشد، مشخص کردن یک نفر به عنوان سخنگوی سازمان، و ارسال پیام‌ها و گزارش‌ها به صورت حرفه‌ای در رسانه‌ها. بعد از وقوع بحران دو فعالیت اصلی باید صورت گیرد: شناسایی عوامل ایجاد کننده بحران برای استفاده‌های آینده و برقراری ارتباط با ذی‌نفعان برای آگاه‌سازی آنها از نتایج و اثرات بحران. (رودولف، ۱۹۸۶: ۵۳)

نقش ارتباطات و رسانه‌ها در مدیریت بحران

ارتباطات دقیق و ارائه اطلاعات درست در مورد خطرات احتمالی می‌تواند نقش مهمی در پیشگیری از بحران‌ها، کاهش عوارض ناشی از بحران‌ها و اتخاذ تصمیم مناسب در این مواقع داشته باشد.

شریواستاوا (۱۹۸۷) معتقد است در میان مسایلی که در حین یک بحران باید به آنها توجه کرد، ارتباطات بیش از همه مهم است.

در جهان امروز، ارتباطات و نقش آن در مدیریت بحران اهمیتی مضاعف یافته است. برای مدیریت بحران، تشکیل تیم ارتباطی و ایجاد سازو کارهای متناسب امری الزامی است. هر چند هیچ دو بحرانی دقیقاً مثل هم نیستند اما با توجه به ویژگی‌های مشترک بیشتر بحران‌ها، می‌توان دستورالعملی کلی برای ارتباطات در زمان بحران صادر کرد. با شناخت زمینه‌های فرهنگی و نقاط حساس و بحران‌زا، ایجاد نظام مدیریت ارتباطات بحران، توجه به مساله زمان و اهمیت آن در شرایط بحرانی و داشتن تجربه بحران‌های پیشین، خیلی بهتر می‌توان یک بحران را مدیریت کرد. (ربیعی و شاقاسمی، ۱۳۸۷)

آرپان و پومپر (۲۰۰۲) معتقدند در طول بحران نباید از ارتباطات رسانه‌ای چشم‌پوشی

کرد. هرچند، سه عامل ریسک، زمان و کنترل موجب پیچیدگی فرایند ارتباطات می‌شوند.

استفاده از اینترنت و فضای مجازی

موارد زیادی وجود دارد که شرکت‌ها و دولت‌ها برای مدیریت بحران از اینترنت به خوبی سود برده‌اند. شرکت نفتی شل دربرخی از بحران‌ها از وبسایت‌های خود استفاده کرد و حتی به مخالفان خود اجازه داد که نظرات خود را بر روی وبسایت این شرکت قرار دهند. شرکت هواپیمایی سوئیس ایر هم در حادثه پرواز ۱۱۱ برای اطلاع رسانی، از وبسایت خود به خوبی استفاده کرد. نباید فراموش کنیم با اینکه اینترنت می‌تواند به کمک تیم بحران بیاید، اما این ابزار می‌تواند در تشدید بحران هم دخیل باشد. اینترنت در زمان بحران هم فرصت و هم چالش است. (پری و دیگران، ۲۰۰۳)

در مقایسه با سایر رسانه‌ها فضای مجازی (اینترنت) دارای پنج خصوصیت است که آن را از سایر رسانه متمایز کرده است و به نوعی آن را خاص کرده است. دیجیتالی بودن، تعاملی بودن، هایپر تکست بودن، واقعیت مجازی بودن و مرکزی بودن. (عاملی، ۱۳۸۴)

طبق گزارش اتحادیه بین‌المللی مخابرات^۱ در سال ۲۰۰۸ میلادی تقریباً ۳۱ درصد ایرانی‌ها به اینترنت دسترسی دارند. (اتحادیه بین‌المللی مخابرات، ۲۰۰۹)

استفاده شرکت‌کننده‌گان در تظاهرات پس از انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری ایران از اینترنت بسیار زیاد بود و یکی از دلایل تبدیل شدن این تظاهرات خیابانی به بحرانی ملی، استفاده از اینترنت برای سازماندهی تظاهرات است.

به اشتراک‌گذاری آنلاین اطلاعات در طول بحران در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (فیس‌بوک^۲، تویتر^۳ و فلیکر^۴) و وبلاگ‌ها و تالارهای گفتگوی آنلاین، پخش فیلم‌های مربوط به تظاهرات در سایت یوتیوب^۵ و ایجاد ارتباطات غیر رسمی (پیام‌های

1. International Telecommunications Union (ITU)

2. facebook

3. twitter

4. flicker

5. youtube

ارسال شده به فیس‌بوک و عکس‌های فلیکر) و ایفای نقش «شهروند خبرنگار» از جمله اقدامات کاربران اینترنتی ایران در حوادث پس از انتخابات بود.

مردم از این فناوری‌ها حداقل در ۴ زمینه استفاده کردند:

(۱) خبرنگاری خیابانی، (۲) بسیج کردن ایرانی‌های مقیم خارج، (۳) سازماندهی فعالان سیاسی (۴) راه اندازی جنگ اطلاعاتی. (کارافانو، ۲۰۰۹)

از این وقایع نتیجه می‌گیریم که باید آماده آینده باشیم و برای مدیریت بحران‌های اجتماعی و ارتباطی به تشکیل کارگروه نخبگان جامعه مجازی و ایجاد برنامه‌های هدفمند و منسجم برای فعالیت‌های پژوهشی و تربیت مدیران خبر برای مدیریت بحران و تأسیس رشته‌های گوناگون دانشگاهی در مورد شبکه‌های اجتماعی پردازیم. مشارکت بخش خصوصی و دولتی و تمرکز بر امکانات بازار آزاد برای ایجاد انعطاف پذیری در اینترنت و مقابله با چالش‌های بحران‌ساز آن، از ضروریات است.

بحران انتخابات ایران پیش‌درآمدی برای عمل‌گرایی نوین و تغییرات سیاسی فراگیر در قرن ۲۱ است.

اکنون چالش‌های فعالیت در جهان مجازی روشن شده است. اکنون نیمی از مردم جهان دارای موبایل هستند و احتمالاً در عرض چند دهه همه مردم جهان موبایل خواهند داشت و شبکه‌های اجتماعی با تمرکز بر موبایل در حال رشد هستند (کارافانو، ۲۰۰۹). از این رو توجه به مدیریت بحران‌های اجتماعی در فضای مجازی ضروری است.

روش تحقیق

در این تحقیق برای یافتن پاسخ‌ها و نتیجه‌ها از روش‌هایی استفاده شده است که عبارتند از:

- ۱- مرور ادبیات موضوع و بازبینی تحقیقات تجربی: با بررسی کتب و مقالات مختلف به بررسی مفاهیم مدیریت بحران و ارتباطات در این پژوهش پرداخته می‌شود.
- ۲- مصاحبه: با انجام مصاحبه از متخصصین حوزه‌های مدیریت بحران و رسانه،

دیدگاه آنها در مورد موضوع پژوهش تبیین می‌شود.

یافته‌های پژوهش

به منظور درک نقش اینترنت در مدیریت بحران اجتماعی از ۱۰ نفر از متخصصین حوزه مدیریت بحران و رسانه مصاحبه‌ای به عمل آمد، پس از بررسی متن مصاحبه‌ها سعی شد که موارد ذکر شده از سوی متخصصین و مقصود آنها، در مؤلفه‌هایی دسته‌بندی شود که در این قسمت به آنها اشاره می‌شود.

جدول ۱- نقش رسانه‌ها در بحران

مؤلفه‌ها	فراوانی
اطلاع رسانی و آموزش	۹
راهبری جامعه	۹
تاثیر بر جنبه روانی و مدیریت آن	۳

پرسش نخست پژوهش اشاره به تاثیر رسانه‌ها قبل و بعد از بحران دارد و این‌که برای مدیریت بحران از رسانه‌ها چه استفاده‌ای می‌توان کرد؟

تقریباً کل کارشناسان در حوزه مدیریت و بحران (۹ نفر) در مصاحبه‌ها به نقش اطلاع رسانی و آموزش رسانه‌ها در مدیریت بحران اشاره کرده‌اند. این شاخص که به‌طور کلی بر نقش رسانه‌ها برای اطلاع رسانی و آموزش اشاره می‌کند و به‌طور ویژه برای مواقع بحران برای شفاف سازی و پاسخ‌گویی مسئولان به کار می‌رود، شامل مواردی همچون شفاف سازی، اطلاع رسانی، آموزش، راهنمایی دستورالعمل‌ها و... در مواقع بحران می‌شود. در واقع توجه به این جنبه از نقش رسانه‌ها در بحران، اشاره به نقش کلی رسانه‌ها در جامعه دارد. از این رو مدیران بحران می‌توانند بر اساس اهداف خود از این نقش رسانه‌ها برای مدیریت صحیح بحران استفاده کنند.

از سوی دیگر ۹ نفر از کارشناسان مدیریت بحران به نقش راهبری رسانه برای جامعه اشاره کرده‌اند. این مؤلفه که به نقش رسانه‌های در راهبری جامعه برای خروج از بحران اشاره می‌کند، اشاره به مواردی همچون ایجاد الگوهای اجتماعی، هدایت بحران،

تسهیل کردن، دعوت به آرامش و... دارد. این نقش نیز نوعی راهبرد بالا به پایین است که در آن خواسته‌ها و اوامر مسئولان از مردم توسط رسانه‌ها به اطلاع آنها می‌رسد. به نظر می‌رسد که این نوع نگاه به نقش رسانه‌ها، ویژگی‌های رسانه‌های نوین و به ویژه تعاملی بودن و مشارکتی بودن آن را نادیده گرفته است و بیش از هر چیز بر نقش رسانه‌های سنتی که همان اطلاع رسانی و آموزش است تکیه می‌کند.

از دیگر نقش‌های رسانه در مواقع بحران به تاثیر رسانه‌ها بر جنبه روانی بحران و مدیریت آن توجه شده است، که در سه مورد به آن اشاره شده است. این مؤلفه نیز که نقش و تاثیر رسانه‌ها بر جنبه‌های روانی و فشارهای روانی در حین بحران و مدیریت آن را توصیف می‌کند، مواردی همچون آرام کردن مردم، اثر روی حالت روانی، اعتمادسازی و... را در بر می‌گیرد. به نظر می‌رسد که علت توجه اندک به این نقش رسانه‌ها را می‌توان در این امر جستجو کرد که اکثر کارشناسان این حوزه، بحران را پدیده‌ای عینی می‌دانند و کمتر به مسائل ذهنی این مؤلفه و یا نقش مردم در مشارکت و مدیریت بحران توجه نشان می‌دهند. در این دیدگاه، در بهترین حالت مردم تنها حق این را دارند که از اخبار و تصمیم‌گیری‌ها اطلاع یابند که همان‌طور که مشاهده شد بیشترین توجه را به خود اختصاص داده بود.

جدول ۲- قابلیت‌های استفاده از فضای مجازی

مؤلفه‌ها		فرآوانی	
		مثبت	منفی
کاربرد		۴	۰
توجه (شرایط کارکرد مثبت)		۵	
نقص‌ها و کمبودها		۸	
امکانات		۹	

پرسش بعد به نقش فضای مجازی، قابلیت‌ها و مزیت‌های آن نسبت به رسانه‌های سنتی و کمبودها و کاستی‌های آن پرداخته است مؤلفه اول که به کاربرد فضای مجازی در مدیریت بحران اشاره دارد و استفاده‌ها،

سوء استفاده‌ها و کاربردهای سایت‌ها و فضای مجازی برای مدیریت بحران را تعریف می‌کند، سه کاربرد منفی، مثبت و دوسویه برای آن در نظر گرفته می‌شود. در پاسخ به این پرسش اکثر کارشناسان (۶ نفر) نقشی دو سویه برای این فضا و توانمندی‌های آن برای مدیریت بحران قائل هستند. به زعم این کارشناسان فضای مجازی و امکانات آن همچون وبسایت‌ها، هم می‌تواند نقش مثبتی در مدیریت بحران ایفا کند و هم نقشی منفی. این دیدگاه نگاهی ابزاری و نسبی به این فضا دارد که هم می‌تواند بحران را تشدید کند و هم از عواقب و تاثیرات مخرب بحران بکاهد. از هر دو نقش مثبت و منفی آن به مواردی همچون فقدان کنترل، سرعت بالا، فراگیری، قابلیت مشارکتی بالا و غیره اشاره شده است. به همین منظور است که ۵ نفر از کارشناسان در ادامه صحبت‌های خود درباره نقش فضای مجازی در مدیریت بحران شرایطی را بر می‌شمرند که در صورت احراز این شرایط است که این فضا می‌تواند نقش مثبتی ایفا کند. این شرایط شامل مواردی همچون توجه به محیط و جامعه، مدیریت مناسب محتوا، کم کردن انقطاع بین فضای واقعی و مجازی می‌شود.

در ۸ مورد نیز کارشناسان به نقص‌ها و کمبودهای فضای مجازی برای مدیریت بحران اشاره کرده‌اند. نقص‌ها و کمبودها به محدودیت‌ها و سوء کاربری‌های فضای مجازی اشاره می‌کند و بیشتر بر بعد منفی کاربردها و یا به عبارتی کژ کارکردها دلالت دارد. از مصایق این مؤلفه دشواری در بهره برداری، امکانات زیرساختی بالا، فقدان همه‌گیری، کنترل اندک و... ذکر شده است. به امکانات فضای مجازی بیش از محدودیت‌ها و نقص‌های آن اشاره شده است و کارشناسان این حوزه در ۹ مورد به این مؤلفه توجه نشان داده‌اند. این مؤلفه که امکانات و دسترسی‌ها و فناوری‌هایی را که فضای مجازی در اختیار ما می‌گذارد توصیف می‌کند، در واقع بیشتر بر جنبه‌های مثبت در کاربردهای مؤثر فضای مجازی در مدیریت بحران اشاره می‌کند. فهرست بالایی از این امکانات از سوی کارشناسان ارائه شده است که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

سرعت بالا و فراگیری، فقدان محدودیت فیزیکی، تولید پیام از سوی افراد، ارتباطات چندسویه، شفاف‌سازی، ارتباط آنی همزمان، هزینه کم، ارتباطات همزمان

عمودی و افقی، تخلیه روحی بهتر و ساخت نگرش و ...
وفق مطالب پیش گفته، اکثر کارشناسان استفاده از این امکانات و خصیصه‌ها را
مشروط کرده‌اند و به نظر آنها باید شرایطی فراهم آید تا بتوان از فضای مجازی بهره
وافر و کافی را برد.

جدول ۳- نقش فضای مجازی برای جلوگیری از بحران‌های اجتماعی

مؤلفه‌ها	فراوانی
آموزش و اطلاع رسانی	۷
سازماندهی	۵
تولید محتوا	۳
ایجاد مرجعیت	۱

پرسش بعدی که که کارشناسان به آن پاسخ گفته‌اند مربوط به نقش فضای مجازی
برای جلوگیری از بحران‌های اجتماعی در مرحله پیش از بحران است.
در پاسخ به این پرسش، مهمترین نقشی که برای فضای مجازی برای پیش گیری از
بحران در مرحله پیش از بحران در نظر گرفته شده است آموزش و اطلاع رسانی است که ۷
نفر از کارشناسان به آن اشاره کرده اند. این شکل از آموزش و اطلاع رسانی شامل مواردی
از قبیل شفاف سازی، مبارزه با مسائل روانی، آمادگی ذهنی و هشدار و ... می‌شود.
مساله سازماندهی توسط فضای مجازی و سازماندهی خود فضای مجازی نیز توجه
نیمی از کارشناسان این حوزه را به خود جلب کرده است.

جدول ۴- راه کارهای فضای مجازی در حین بحران

مؤلفه‌ها	فراوانی
آموزش و اطلاع رسانی	۷
مدیریت محتوا	۵
مشارکت و بسیج عمومی	۳

جدول شماره ۴ پاسخ‌های مربوط به پرسش از راه‌کارهای فضای مجازی در حین بحران را به نمایش می‌گذارد.

در اینجا نیز با توجه به نقش رسانه‌ها در آموزش و اطلاع‌رسانی، مهمترین راه کار برای مدیریت و مقابله با بحران آموزش و اطلاع‌رسانی عنوان شده است که در مجموع ۷ نفر از کارشناسان به آن اشاره داشته‌اند. نکته جالب توجه در این است که درباره این فضا نیز به مانند رسانه‌های سنتی همین نقش اطلاع‌رسانی بیشترین توجه را به خود اختصاص داده است. در اینجا نیز به نکاتی مانند هدایت افکار عمومی، آموزش، بالا بردن توان و تحمل عمومی اشاره شده است.

وظیفه و ویژگی دوم فضای مجازی در حین بحران نیز توجه به تولید محتوا عنوان شده است که از مورد اشاره شده می‌توان بحث تغییر نگرش‌ها، تغییر مطالب نسبت به گذشته و .. را نام برد. در اینجا نیز به نقش کاربران در تولید محتوا هیچ گونه اشاره‌ای نشده است و همچون رسانه‌های سنتی باز هم جریانی یک‌طرفه از اطلاعات و بالا به پایین مد نظر قرار گرفته شده است.

بحث مشارکت و بسیج عمومی توسط فضای مجازی و رسانه‌های آن مؤلفه بعدی است که تنها سه نفر از کارشناسان به آن اشاره داشته‌اند. در مورد این مؤلفه واژه‌های بسیج عمومی و مشارکت همه در کنترل بحران استفاده شده است. باز هم در اینجا مشاهده می‌شود که نقش مردم و توجه به نقش آنها در فضای مجازی برای مدیریت بحران کمترین توجه را به خود معطوف کرده است.

جدول ۵- نوع مخاطبان اینترنت

مؤلفه‌ها	فراوانی
خاص بودن	۸
عام بودن	۱
مدیریت ترکیبی و متعادل	۱

پرسش بعدی که مطرح می‌شود این است که آیا مخاطبان اینترنت گروه‌های خاصی در اجتماع هستند و باید با آنها متفاوت برخورد کرد؟ اکثر کارشناسان این حوزه (۸ نفر) اعتقاد به خاص بودن مخاطبان اینترنت داشتند. این ویژگی که تفاوت ویژگی‌های کاربران فضای مجازی با مخاطبان سایر رسانه‌ها را توصیف می‌کند از جنبه‌های گوناگونی مورد توجه بود. برای مثال این امر مورد توجه بود که آنها از سن خاصی هستند و متعلق به طبقه متوسط جامعه می‌باشند. همچنین به نظر می‌رسد که ضریب نفوذ در میان دانشجویان نیز بیش از سایر اقشار و گروه‌های جامعه است. همچنین گروه‌های نوآور و فعال که خودشان در جستجوی اطلاعات هستند و می‌توانند بر سایر گروه‌ها نیز تأثیرگذار باشند بیشتر از این محیط استفاده می‌کنند. بنابراین و با توجه به مخاطبان خاص و ویژه این فضای خاص، این کارشناسان معتقد به برخورد و ارائه متون متفاوتی با رسانه‌های سنتی بودند. به نظر برخی از این کارشناسان خاص بودن مخاطبان به این دلیل است که در کشور ما ضریب نفوذ اینترنت چندان بالا نیست و هنوز هم همگان از آن استفاده نمی‌کنند. همچنین بیشتر نخبگان جامعه آن را مورد استفاده قرار می‌دهند به همین دلیل بایستی از توجیهات سطحی در آن پرهیز کرد. این امر همچنین در قالب بحث سواد رسانه‌ایی محور و همچنین جامعه دانی محور مطرح شده است.

جدول ۶ - چگونگی استفاده از وبسایت‌های رسمی

فرآوانی	مؤلفه‌ها
۵	سخنگوی رسمی و دولتی
۵	همسویی و ترکیب سازمان‌های مختلف
۳	آموزش و اطلاع رسانی

جدول ۶ داده‌های مربوط به این پرسش را دسته بندی می‌کند که استفاده از وبسایت‌های رسمی برای مقابله با بحران اجتماعی چگونه می‌تواند صورت گیرد؟ پاسخ‌های کارشناسان در این زمینه به سه مؤلفه اشاره داشته است. مؤلفه اول اطلاع

رسانی و ارائه اخبار و مدیریت وبسایت‌های رسمی و دولتی برای مقابله با بحران را توصیف می‌کند. در این مؤلفه پاسخ‌گویی دولتی توسط وبسایت‌ها را بهترین راه حل برای کنترل بحران از طریق فضای مجازی عنوان می‌کند. به نظر این دسته از کارشناسان (۵ نفر) وبسایت‌های رسمی به علت اعتبار بالای آن و رسمی بودن می‌توانند قابل قبول تر و مؤثرتر واقع شوند. بنابراین کنترل دولتی و رسمی بر وبسایت‌ها را پیشنهاد می‌کنند.

سایر کارشناسان بر همسویی و ترکیب سازمان‌های مختلف تأکید می‌کنند. به اعتقاد این دسته اگر چه سایت‌های رسمی در این زمینه می‌توانند مؤثر واقع شود اما همسویی و همراهی سایر وبسایت‌ها می‌تواند تأثیرگذارتر باشد و در حل اختلاف‌ها و تضادها کمک کند. این ترکیب را همچنین می‌توان از طریق یک سازمان واحد هماهنگ نمود. بنابراین چند صدایی و تکثر صداها در این محیط مناسبترین راه به نظر این کارشناسان است.

همچنین سه نفر از کارشناسان در ادامه توصیه کرده‌اند که این رسانه‌ها همسوی با هم در جهت اطلاع رسانی و آموزش شهروندان می‌توانند بسیار مفید واقع شوند و وظیفه وبسایت‌ها توجه به این مؤلفه در مدیریت بحران می‌باشد.

جدول ۷- استفاده از ارتش سایبری

مؤلفه‌ها	فراوانی	وظایف	فراوانی
بله	۳	تولید محتوا	۱
خیر	۵	فقدان برخورد امنیتی و فیلترینگ	۶
مشروط	۲	تکثر و رقابت رسانه‌ایی	۲

پرسش بعدی به این موضوع می‌پردازد که آیا استفاده از ارتش سایبری می‌تواند در این رابطه مفید باشد؟ کارها و وظایف آن را بیان کنید؟

در پاسخ به بخش اول این پرسش، سه نفر از کارشناسان استفاده از ارتش سایبری را در مدیریت بحران مفید ارزیابی کرده‌اند و معتقد هستند که نیروهای نظامی و امنیتی

می‌توانند در کنترل این فضا مؤثر باشند.

در حالی که ۵ تن از کارشناسان با حضور نیروهای امنیتی و نهادهایی همچون ارتش سایبر در مقابله و مدیریت فضای مجازی در مواقع بحران مخالف بوده‌اند و برخورد امنیتی را مفید ارزیابی نکرده‌اند.

در مقابل ۲ نفر نیز حضور نیروهای امنیتی را مشروط به نظارت و کنترل قانون دانسته و معتقد هستند که ارتش سایبر در صورت قانون‌مند شدن و قرارگرفتن تحت نظارت قانون می‌تواند مؤثر واقع شود. در کل تمایل چندانی برای وجود نیروهای امنیتی برای کنترل بر فضای مجازی در مواقع بحران در بین کارشناسان حوزه رسانه و مدیریت بحران دیده نمی‌شود مگر این استفاده مشروط باشد.

همچنین حضور ارتش سایبر در این زمینه مشروط به برخی موارد شده است. یک نفر از کارشناسان معتقد است که ارتش سایبر باید در حضور خود در فضای مجازی برای مدیریت بحران به تولید محتوا دست بزند و از راه تولید محتوا بر این فضا تاثیر بگذارد.

اکثر کارشناسان یعنی ۶ نفر از آنها اعتقاد دارند که فیلترینگ و برخورد امنیتی به هیچ وجه نمی‌تواند در مدیریت فضای مجازی در مواقع بحران مؤثر واقع شود و برای مدیریت در این زمینه به راه‌حلهایی غیرامنیتی اندیشید.

دو نفر از کارشناسان نیز با توجه و تأکید بر تکثر و رقابتی رسانه‌ای پیشنهاد می‌کنند که ارتش سایبر می‌تواند در کنار سایر موسسات و نهادها و افرادی که در فضای مجازی حضور دارند مشارکت داشته باشد و به رقابت با سایرین بپردازد.

جدول ۸ - شیوه برخورد با مجرمین فضای مجازی

مؤلفه‌ها	فراوانی
تعریف جرائم	۶
برخورد قانونی	۴
اطلاع رسانی	۴

پرسش بعدی این مساله است که شیوه برخورد مناسب با کسانی که از فضای مجازی برای ایجاد و تشدید بحران استفاده می‌کنند چگونه باید باشد؟ در پاسخ به این پرسش ۶ نفر از کارشناسان عنوان کرده‌اند که ما در کشور درباره برخورد با چنین افرادی نیاز به وضع قانون داریم و در این مورد و برای برخورد با افرادی که از این فضا به شکلی منفی استفاده می‌کنند باید قوانین عادلانه و قابل قبولی وضع کنیم. به عبارتی تعریف جرائم به معنای ارائه قانون و جرائم قانونی برای مقابله با سوء استفاده‌های اینترنتی و مشخص کردن میزان و حدود جرائم به جای برخورد امنیتی است. این کارشناسان به هیچ وجه موافق با برخوردهای فرا قانونی با این افراد نیستند. در ۴ مورد هم به برخورد قانونی با این افراد اشاره شده است. این کارشناسان معتقد هستند که در این زمینه خلا قانونی وجود ندارد و فقط برخورد با این افراد بر مبنای قانون باشد و نه فراقانونی.

۴ نفر هم از کارشناسان معتقد هستند اکثر کسانی که در فضای مجازی مرتکب جرم می‌شوند و باعث تشدید بحران می‌شوند از جرم بودن و آسیب‌هایی که آنان برای تشدید بحران وارد می‌کنند آگاه نیستند، بنابراین اطلاع رسانی در این حوزه و معرفی جرم‌های فضای مجازی به طور قطع از میزان جرم و تشدید بحران در این فضا به شدت خواهد کاست. در کل اجماع کاملی در این زمینه وجود دارد که برخورد بدون قانون و یا به صورت غیر قانونی در این فضا نخواهد توانست مفید واقع شود.

جدول ۹- استفاده از فضای مجازی در مرحله پس از بحران

مؤلفه‌ها/موضوعات	فراوانی
بازسازی و بازتوانی	۴
امداد رسانی و جبران خسارت	۲
اطلاع رسانی و آموزش	۴
تحلیل شرایط بحران	۴
آرام کردن جامعه	۷

پرسش بعدی به این موضوع می‌پردازد که برای بازگرداندن شرایط بحرانی به شرایط عادی و کاهش لطمات بحران‌های اجتماعی در مرحله پس از بحران چه استفاده‌ای می‌توان از فضای مجازی کرد؟

برای پاسخ به این پرسش کارشناسان به موارد بسیار زیادی اشاره کرده‌اند که سعی شده است که پاسخ‌ها در ۵ مؤلفه خلاصه و طبقه بندی شود. همان‌طور که جدول ۹ نشان می‌دهد در ۴ مورد به بازسازی و بازتوانی اشاره شده است. این مقوله به کارها و اقداماتی اطلاق می‌شود که شرایط بحرانی را به شرایط عادی باز می‌گرداند. در واقع این مؤلفه به استفاده‌ها و کاربردها و همچنین امکانات فضای مجازی اشاره می‌کند که می‌تواند در برگرداندن جامعه به حالت عادی و رسیدن به تعادل مجدد مفید واقع شود.

اما در ۲ مورد نیز به نقش فضای مجازی در امداد رسانی و جبران خسارت برای مدیریت بحران اشاره شده است. این مؤلفه که کارها و اقدامات حین و بعد از بحران برای بازگشت به شرایط عادی را وصف می‌کند شامل مواردی از قبیل عذرخواهی به‌خاطر قصورات، دلجویی دادن قربانین، امداد رسانی و ... می‌شود.

به نقش فضای مجازی در بازگشت به شرایط بحرانی به شرایط عادی و کاهش صدمات، در ۴ مورد به نقش اطلاع رسانی و آموزش اشاره شده است. همان‌طور که این نقش برای مراحل پیش از بحران و جلوگیری از بحران و همچنین حین بحران مورد توجه قرار گرفت، در این مرحله هم این نقش توسط کارشناسان مورد توجه قرار گرفته است.

نقش دیگر فضای مجازی در برگرداندن شرایط به حالت عادی تحلیل شرایط بحران برای پیشگیری مجدد از بروز دوباره بحران است. این مؤلفه تحلیل علل و عوامل بحران بعد از بحران را توصیف می‌کند. به واقع به شناسایی و تجزیه و تحلیل علل و عوامل بحران می‌پردازد. همان‌طور که مشاهده می‌شود ۴ نفر از کارشناسان نیز این نقش را برای فضای مجازی نام برده‌اند.

در پایان به نقش فضای مجازی در آرام کردن جامعه اشاره شده است که بیشترین توجه را به خود جلب کرده است (۷ نفر). این مؤلفه به معنای بازگشت جامعه و مردم با استفاده از وبسایت‌ها و فضای مجازی برای بازگشت به شرایط عادی پس از بحران

و جلوگیری از تشدید بحران می‌باشد. از موارد اشاره شده درباره این مؤلفه می‌توان به اطلاع رسانی، دلجویی‌ها، عذرخواهی‌ها و ... اشاره کرد.

نتیجه گیری

در ایران هنوز مدیریت بحران از طریق رسانه‌های نوین و فضای مجازی نهادینه نشده است.

تغییرات فن‌شناختی و سرعت روزافزون جریان اطلاعات و رشد رسانه‌های جمعی مدیران اجرایی را ملزم می‌کند که توجه بیشتری به مسایل ارتباطی به عنوان یک امر حیاتی در امور امروزه داشته باشند. مدیران آینده باید سیاست‌های مدیریتی خود را منطبق با فناوری‌های نوین و ارتباطات قرار دهند.

در مقایسه یافته‌های پژوهش با یافته‌های دیگران در بخش ادبیات تحقیق به این نتیجه می‌رسیم که در مرحله شناخت بحران اجتماعی و چپستی آن مساله تعادل و اختلال به چشم می‌خورد که هم در تعاریف رسمی و هم نظر کارشناسان مورد مصاحبه این پژوهش به آن ذکر شده‌است و بر هم خوردن تعادل جامعه به بحران اجتماعی تعبیر شده‌است. در مورد تأثیر رسانه‌ها قبل و حین بحران تقریباً کل کارشناسان در حوزه مدیریت و بحران در مصاحبه‌ها به نقش اطلاع رسانی و آموزش رسانه‌ها در مدیریت بحران اشاره کرده‌اند و می‌توان نتیجه گرفت که یکی از کاربردهای اصلی این فضا (اینترنت) در مدیریت بحران‌های اجتماعی اطلاع رسانی و آموزش است. اما در مرحله پس از بحران نقش فضای مجازی در آرام کردن جامعه بیشترین توجه را به خود جلب کرده‌است. این مؤلفه به معنای بازگشت جامعه و مردم با استفاده از وبسایت‌ها و فضای مجازی برای بازگشت به شرایط عادی پس از بحران و جلوگیری از تشدید بحران می‌باشد. از موارد اشاره شده درباره این مؤلفه می‌توان به اطلاع رسانی، دلجویی‌ها، عذرخواهی‌ها و ... اشاره کرد.

همچنین با مطالعه ادبیات تحقیق و نظر کارشناسان به این نتیجه می‌رسیم که باید نقشی دو سویه برای فضای مجازی قائل بود و این فضا را در زمان بحران می‌توان هم

فرصت و هم تهدید در نظر گرفت که باید به درستی از آن استفاده شود. با توجه به خاص بودن مخاطبان اینترنت می‌بایست به اطلاع رسانی و توضیح نکات مبهم و نفوذ در دل‌ها به عنوان یکی راهبرد پرداخت، همان‌گونه که احراری (۱۳۸۴) در مقاله راهبردهای رسانه‌ای برای پیشگیری از بحران از آن یاد می‌کند و اکثر کارشناسان مصاحبه شده در این پژوهش نیز به آن اشاره داشتند.

بیشتر کارشناسان با حضور نیروهای امنیتی در مقابله و مدیریت فضای مجازی در مواقع بحران اجتماعی مخالف بوده‌اند و برخورد امنیتی را مفید ارزیابی نکرده‌اند مگر در چهارچوب قانونی. آنها اعتقاد دارند که فیلترینگ و برخورد امنیتی به هیچ وجه نمی‌تواند در مدیریت فضای مجازی در مواقع بحران اجتماعی مؤثر واقع شود و برای مدیریت در این زمینه باید به راه‌حل‌هایی غیر امنیتی اندیشید.

این کارشناسان عنوان کرده‌اند که ما در کشور نیاز به وضع قانون داریم و برای برخورد با افرادی که از فضای مجازی به شکلی منفی استفاده می‌کنند باید قوانین عادلانه و قابل قبولی وضع کنیم. به عبارتی تعریف جرائم به معنای ارائه قانون و جرائم قانونی برای مقابله با سوء استفاده‌های اینترنتی و مشخص کردن میزان و حدود جرائم به جای برخورد امنیتی است.

اکثر کارشناسان معتقد هستند که برنامه‌ای رسمی برای به کارگیری ارتباطات رسانه‌های مجازی برای مدیریت بحران در ایران وجود ندارد، و هر چند که برخی سازمان‌ها، فعالیت‌هایی در این حوزه داشته‌اند اما این فعالیت‌ها به حد کافی و مناسبی نرسیده است از این رو ارائه راهبرد در این زمینه که اشاره به تحلیل و ارزیابی بحران در همه مراحل آن و همچنین ارائه مدل و راهبرد بحران با تکیه بر فضای مجازی دارد به عنوان پیشنهاد متخصصین مطرح می‌شود.

فهرست منابع و مأخذ

- احراری، ابراهیم (۱۳۸۴) راهبردهای رسانه‌ای برای پیشگیری از بحران. پژوهش و سنجش (۱۲)، ۴۲ و ۴۳
- بیرو، آلن (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعی (ترجمه باقر ساروخانی). تهران: کیهان. (نشر اثر اصلی ۱۹۶۶)
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۷۹). مدیریت بحران، نقدی بر شیوه‌های تحلیل و تدبیر بحران در ایران، تهران: فرهنگ گفتمان.
- ربیعی، علی (۱۳۸۹) تقریرات کلاسی و مصاحبه در تاریخ ۱۳۸۹/۲/۱۰
- ربیعی، علی و شاقاسمی، احسان (۱۳۸۷) ارتباطات بحران. فراسو، بازیابی ۲۵ تیر ۱۳۸۸، از <http://farasoomag.blogfa.com/page/c21.aspx>
- رضوانی، حمیدرضا (۱۳۸۵). مدیریت بحران سازمانی. تدبیر، شماره ۱۷۰
- روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۸۹) مصاحبه در تاریخ ۱۳۸۹/۲/۲۰.
- شایان مهر، علیرضا (۱۳۷۹). دایرةالمعارف تطبیقی علوم اجتماعی. تهران: کیهان
- عاملی، سعید رضا، (۱۳۸۴). هویت‌های فرهنگی قدیم و جدید، رمزگشایی تمدنی و معماری سنتی - مدرن و ملی - فراملی. تهران: نشر مهستان.
- مطلق، محمد (۱۳۸۴). بحران چگونه وضعیتی است؟ ماهنامه پیام مدیران، شماره ۴۰، شهریور ۱۳۸۴.
- Arpan, L. M & Pompper, D., (2002), Stormy weather: testing stealing Thunder as a crisis communication strategy to improve communication flow between organization and journalists, *public relation review*, no. 29, pp. 291- 308.
- . Carafano, James Jay (2009) "All a Twitter: How Social Networking Shaped Iran's Election Protests," *Heritage Foundation Web Memo* No. 2300, June 20, 2009, at

<http://www.heritage.org/research/internetandtechnology/bg2300.cfm>

International Telecommunications Union, (2009) "Internet," July 15, 2009, at <http://www.itu.int/ITU->

[D/icteye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?Report](http://www.itu.int/ITU-D/icteye/Reporting/ShowReportFrame.aspx?Report)

Mitroff, Ian I.; Paul Shrivastava; and Ferdaus E. Udwardia ;(1978) "Effective Crisis Management" *Academy of Management Executive Journal*; Vol. 1; P. 60

Pauchant, T., and Mitroff, I. (1992), "*Transforming the Crises Prone Organization*". San Francisco, Gossey-Bass

Perry, Danielle, Maureen Taylor, and Marya Doerfel (2003) "Internet-based Communication in Crisis Management" *Management Communication Quarterly* 17.2

Rudolph, Barbara ;(1986) "Coping with catastrophe"; *Time Journal*; February; P. 53

Shrivastava, Paul, and Ian Mitroff (1987) "Strategic Management of Corporate Crises" *Columbia Journal of World Business* 22.1

Williams, D & Oliniranb A, (2002), Crisis communication in racial issues, *Journal of Applied Communication research*, no. 4, pp. 293 – 313