

نقش اینترنت به عنوان رسانه‌ای مجازی در مدیریت بحران اجتماعی

دکتر حسن خجسته باقرزاده^۱
وحید آقامحسني^۲

چکیده

بحران‌های گوناگون جزء جدایی‌ناپذیر زندگی بشر امروزه شده است. با توجه به نقش گسترده رسانه‌ها در ابعاد مختلف زندگی بشر و رشد روزافزون 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 صاحب‌نظر 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 (به‌خصوص 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.

واژگان کلیدی: بحران اجتماعی، مدیریت بحران، رسانه مجازی، اینترنت

-
۱. دکتری علوم استراتژیک و استادیار دانشکده صدا و سیما؛ h_khojasteh@irib.ir
۲. کارشناس ارشد مدیریت رسانه؛ دانشکده صدا و سیما؛ vahid.aghamseni@gmail.com
(نویسنده مسئول)

این مقاله برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد با عنوان «استراتژی‌های ارتباطی در مدیریت بحران اجتماعی با استفاده از قابلیت‌های فضای مجازی از دیدگاه متخصصان» دانشکده صدا و سیما است.

مقدمه

در عصر حاضر که با انواع 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. به‌عنوان 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 «آرامش‌بخشی و امیددهی» 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 شده است، ولی اهداف و نظریات و حتی کل موضوع با موضوع این مقاله تفاوت‌هایی دارد و در این خصوص سعی شده است 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 به‌خصوص 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 برنامه‌ریزی 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. مفهوم بحران بدون آن که از آن تعریفی دقیق به عمل آمده باشد بیش از اندازه مورد استفاده قرار گرفته است. (پاوپانت و میتروف، ۱۹۹۲)

صاحب‌نظران بحران را وضعیتی آشفته می‌دانند، نوعی از آشفتگی و پریشانی در عناصر یک ساختار و سیستم که سازوکارهای نظم‌بخشی به آن خارج از عهده خود سیستم باشد. «در این وضعیت، میزان آشفتگی از مسئله، 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 جورکردن 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 اجتناب‌ناپذیر به سوی شرایط و اوضاعی دیگر خبر می‌دهد. هرگاه پدیده‌ها به‌طور منظم جریان نیابند، حالتی نابسامان پدید آید یا نظامی مختل شود، سخن از بحران به میان می‌آید (ص ۷۳).

از منظر ریخت‌شناختی، بحران را می‌توان به اعتبار جنبه‌های گوناگون طبقه‌بندی کرد. برای نمونه، به اعتبار موضوع بحران‌ها را می‌توان به بحران‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، نظامی، قومی و غیره صورت‌بندی 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 تقسیم‌بندی 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 گونه‌شناسی دیگری از بحران‌ها پرداخت. (تاجیک، ۱۳۷۹)

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

۱. بین‌المللی

۲. اجتماعی

۳. طبیعی

۴. سازمانی (ربیعی، ۱۳۸۹)

هر یک از بحران‌های فوق‌زیرمجموعه‌هایی دارند، ما در این پژوهش تنها به

بحران‌های اجتماعی می‌پردازیم.

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

بحران اجتماعی زمانی حادث می‌شود که اختلال‌هایی 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 گسسته‌شدن رفتار و روابط متقابل می‌شود 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 به‌شدت 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

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

نگرش سستی به مدیریت بحران، بر این باور بود که مدیریت بحران یعنی فرونشاندن آتش؛ این معنی که مدیران بحران در انتظار خراب‌شدن 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)

بر اساس 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 پیش‌بینی‌نشده 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 جلوه‌دادن سازمان تلاش می‌کند در حالی که مدیر بحران سعی دارد تا در شرایط دشوار، سازمان را در موقعیت خوب نگه دارد. به طور کلی مدیریت بحران به منزله یک رشته علمی، در حوزه مدیریت راهبردی قرار می‌گیرد و به‌طور خاص به مباحث کنترل راهبردی مرتبط می‌شود. (میتروف، شریواستاوا و اودوادی، 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 به‌عنوان سخنگوی سازمان و ارسال پیام‌ها و گزارش‌ها به صورت حرفه‌ای در رسانه‌ها. بعد از وقوع بحران دو فعالیت اصلی باید صورت گیرد: شناسایی عوامل ایجادکننده بحران برای استفاده‌های آینده و برقراری ارتباط با ذی‌نفعان برای آگاه‌سازی آنان از نتایج و اثرات بحران. (رودولف، ۱۹۸۶: ۵۳)

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 مسائلی 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 سازوکارهای 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 مسأله 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.

موارد زیادی وجود دارد که شرکت‌ها و دولت‌ها برای مدیریت بحران از اینترنت به خوبی سود برده‌اند. شرکت نفتی شل در برخی 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 اطلاع‌رسانی، 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 رسانه‌ها متمایز کرده است و به نوعی آن را خاص کرده است. دیجیتالی بودن، تعاملی بودن، فرامتن (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)

به اشتراک‌گذاری آنلاین اطلاعات در طول بحران در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی (فیس‌بوک^۱، تویتر^۲ و فلیکر^۳) و وبلاگ‌ها و تالارهای گفتگوی آنلاین، بخش فیلم‌های مربوط به تظاهرات در سایت یوتیوب^۴ و ایجاد ارتباطات غیررسمی (پیام‌های ارسال‌شده 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. راه‌اندازی جنگ اطلاعاتی. (کارافانو، ۲۰۰۹)

از این وقایع نتیجه می‌گیریم که باید آماده آینده باشیم و برای مدیریت بحران‌های اجتماعی و ارتباطی به تشکیل کارگروه‌های 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 انعطاف‌پذیری در اینترنت و مقابله با چالش‌های بحران‌ساز آن، از امور ضروری 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.

-
1. facebook
 2. twitter
 3. flicker
 4. youtube

روش

در این تحقیق برای یافتن پاسخ‌ها و نتیجه‌ها از روش‌هایی استفاده شده‌است 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 متخصصان حوزه‌های مدیریت بحران و رسانه، دیدگاه آنان در مورد موضوع پژوهش تبیین می‌شود.

یافته‌ها

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

جدول (۱) نقش رسانه‌ها در بحران

مؤلفه‌ها	فراوانی
اطلاع‌رسانی و آموزش	۹
راهبری جامعه	۹
تأثیر بر جنبه روانی و مدیریت آن	۳

پرسش نخست پژوهش اشاره به تأثیر رسانه‌ها قبل و بعد از بحران دارد و این که برای مدیریت بحران از رسانه‌ها چه استفاده‌ای می‌توان کرد؟

تقریباً کل کارشناسان در حوزه مدیریت و بحران (۹ نفر) در مصاحبه‌ها به نقش اطلاع‌رسانی و آموزش رسانه‌ها در مدیریت بحران اشاره کرده‌اند. این شاخص که به‌طور کلی بر نقش رسانه‌ها برای اطلاع‌رسانی و آموزش اشاره می‌کند و به‌طور ویژه برای مواقع بحران برای شفاف‌سازی و پاسخ‌گویی مسئولان به کار می‌رود، شامل

مواردی چون شفاف‌سازی، اطلاع‌رسانی، 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 رسانه‌ها در راهبری جامعه برای خروج از بحران اشاره می‌کند، اشاره به مواردی چون 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 از سوی رسانه‌ها به اطلاع آنان 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 اطلاع‌رسانی و آموزش است، تکیه می‌کند.

از دیگر نقش‌های رسانه در مواقع بحران به تأثیر 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 تأثیر رسانه‌ها بر جنبه‌های روانی و فشارهای روانی در حین بحران و مدیریت آن را توصیف می‌کند، مواردی چون: 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 پدیده‌ایی 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

فراوانی			مؤلفه‌ها
دوسویه	منفی	مثبت	
۶	۰	۴	کاربرد
۵			توجه (شرایط کارکرد مثبت)
۸			نقص‌ها و کمبودها
۹			امکانات

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 چون: وبسایت‌ها، هم می‌تواند، نقشی مثبت و هم نقشی منفی در مدیریت بحران ایفا کند. این دیدگاه نگاهی ابزاری و نسبی به این فضا دارد که هم می‌تواند بحران را تشدید کند و هم از عواقب و تأثیرات مخرب بحران بکاهد. از هر دو نقش مثبت و منفی آن به مواردی چون: 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 چون: 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 کژکارکردها دلالت دارد. از مصادیق این مؤلفه دشواری در بهره‌برداری، 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 ...
با توجه مطالب پیش گفته، اکثر کارشناسان استفاده از این امکانات و خصیصه‌ها را مشروط کرده‌اند و به نظر آنان 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 اطلاع‌رسانی	۷
سازماندهی	۵
تولید محتوا	۳
ایجاد مرجعیت	۱

پرسش بعدی 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 پیش‌گیری از

بحران در مرحله پیش از بحران در نظر گرفته شده است آموزش و اطلاع‌رسانی است که ۷ نفر از کارشناسان به آن اشاره کرده‌اند. این شکل از آموزش و اطلاع‌رسانی شامل مواردی از قبیل: شفاف‌سازی، مبارزه با مسائل روانی، آمادگی ذهنی و هشدار و ... می‌شود. مسئله سازماندهی از سوی 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 اطلاع‌رسانی	۷
مدیریت محتوا	۵
مشارکت و بسیج عمومی	۳

جدول (۴) پاسخ‌های مربوط به پرسش از راه کارهای 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 مانند رسانه‌های سنتی همین نقش اطلاع‌رسانی بیشترین توجه را به خود اختصاص داده است. در اینجا نیز به نکاتی مانند: هدایت افکار عمومی، آموزش، بالابردن 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 هیچ‌گونه 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 از سوی 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 آنان در فضای مجازی برای مدیریت بحران کمترین توجه را به خود معطوف کرده است.

جدول (۵) نوع مخاطبان اینترنت

مؤلفه ها	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 آنان 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 آنان از سن خاصی و متعلق به طبقه متوسط جامعه هستند. 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 متفاوت 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 رسانه‌ای - محور و همچنین جامعه‌دانیی - 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 اطلاع‌رسانی

جدول (۶) داده‌های مربوط به این پرسش را دسته‌بندی 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 اطلاع‌رسانی و ارائه اخبار و مدیریت وبسایت‌های رسمی و دولتی برای مقابله با بحران را توصیف می‌کند. در این مؤلفه پاسخ‌گویی دولتی از سوی 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 قبول‌تر 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 همسویی

با هم در جهت اطلاع‌رسانی و آموزش شهروندان می‌توانند بسیار مفید واقع شوند و وظیفه و بسایت‌ها توجه به این مؤلفه در مدیریت بحران است.

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 یک 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 چون 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 تأثیر 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 تکرر و رقابتی رسانه‌ای پیشنهاد می‌کنند که ارتش سایبر می‌تواند در کنار سایر مؤسسات و نهادها و افرادی که در فضای مجازی حضور دارند مشارکت داشته باشد و به رقابت با سایرین پردازد.

جدول (۸) شیوه برخورد با مجرمین فضای مجازی

مؤلفه‌ها	فراوانی
تعریف جرائم	۶
برخورد قانونی	۴
اطلاع‌رسانی	۴

پرسش بعدی این مسئله 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 فراقانونی 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 خلاء قانونی وجود ندارد و فقط برخورد با این افراد بر مبنای قانون باشد و نه فراقانونی.

۴ نفر از هم 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 اطلاع‌رسانی 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 غیرقانونی در این فضا نخواهد توانست مفید واقع شود.

جدول (۹) استفاده از فضای مجازی در مرحله پس از بحران

مؤلفه‌ها	فراوانی
بازسازی و بازتوانی	۴
امدادرسانی و جبران خسارت	۲
اطلاع‌رسانی 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 طبقه‌بندی 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 امدادرسانی 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 اطلاع‌رسانی 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 کارشناسان این نقش را مورد توجه قرار داده‌اند. 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).

نتیجه‌گیری

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 مسائل ارتباطی به‌عنوان 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 مسئله تعادل و اختلال به چشم می‌خورد که هم در تعاریف رسمی و هم نظر کارشناسان مورد مصاحبه این پژوهش به آن ذکر شده است و برهم خوردن تعادل جامعه به بحران اجتماعی تعبیر شده است. در مورد تأثیر رسانه‌ها قبل و حین بحران تقریباً کل کارشناسان در حوزه

مدیریت و بحران در مصاحبه‌ها به نقش اطلاع‌رسانی و آموزش رسانه‌ها در مدیریت بحران اشاره کرده‌اند و می‌توان نتیجه گرفت که یکی از کاربردهای اصلی این فضا (اینترنت) در مدیریت بحران‌های اجتماعی اطلاع‌رسانی 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 اطلاع‌رسانی، دلجویی‌ها، عذرخواهی‌ها و ... اشاره کرد.

همچنین با مطالعه ادبیات تحقیق و نظر کارشناسان به این نتیجه می‌رسیم که باید نقشی دوسویه 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 باید به اطلاع‌رسانی و توضیح نکات مبهم و نفوذ در دل‌ها به‌عنوان یک راهبرد پرداخت، همان‌گونه که احراری (۱۳۸۴) در مقاله راهبردهای رسانه‌ای برای پیشگیری از بحران از آن یاد می‌کند و بیشتر کارشناسان مصاحبه‌شده 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 چارچوب قانونی. آنان 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 سوءاستفاده‌های 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 به‌عنوان پیشنهاد متخصصان مطرح می‌شود.

منابع

- 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.
- شایان‌مهر، 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>
- 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