

برگزاری دوره آموزشی مقابله با بحران

تاریخ برگزاری: ۳ دی ماه ۱۴۰۱

مدرس: آقای مهندس سرگزی (معاون مدیریت بحران استانداری)

محل برگزاری: سالن کنفرانس آب منطقه ای استان سیستان و بلوچستان

مقدمه ای بر مدیریت بحران

بحران، واقعیتی اجتناب ناپذیر در زندگی اجتماعی است. بحران ها در ذات خود بستر شکل گیری تهدیدها و فرصت هایی هستند که بر حسب نوع، شدت و گستره ی محیطی بحران، می تواند نظام سیاسی و مدیران حاکم را در شرایط دشوار و پر مخاطره ای قرار دهند. در شرایط بحران، فعالیتهای خبری و اطلاع رسانی از چنان حساسیتی برخوردار است که همه چیز تعیین کننده می شود: زمان، تصویر، لحن، ادبیات و واژه. بنابراین آنچه که در این شرایط از حساسیت و اهمیت ممتاز برخوردار می شود، مدیریت شرایط بحرانی و مدیریت استراتژیک در مواقع بحرانی است.

مدیریتی که بتوان با هنرمندی و هوشمندی استراتژیک، با بحران های موجود و تبعات ناشی از آن مقابله کرد و رویکرد پیش دستانه را به مرحله اجرا گذاشت. همچنین نوع رویکرد، استراتژی و جهت گیری استراتژیک رسانه نیز بر کار کرد رسانه در بحران ها تأثیر می گذارد. به عبارت دیگر، میزان اعتقاد به هر یک از رویکردها و استراتژی ها، نوع حرکت و جهت گیری رسانه ها در بحران را تعیین می کند و بدون شک، تولید و انتشار اخبار از نوع نگاه دست اندرکاران رسانه ها و راهبرد ها و رویکردشان به آن، تأثیر می پذیرد.

تعریف دقیق بحران

بحران را معادل واژه انگلیسی crisis در نظر می گیرند که ریشه یونانی آن krisis به معنی نقطه عطف در بیماری است. تحلیل معنایی واژه بحران، گستردگی معنای آن را می رساند. فرهنگ پیشرفته آریانپور واژه crisis را به معنای بحران، سرگشتگی، نقطه عطف، سختی و پریشان حالی معنا کرده است.

بحران وضعیتی است که نظم سیستم اصلی یا قسمت هایی از آن سیستم های فرعی را مختل کرده و پایداری آن را بر هم می زند؛ به عبارت دیگر، بحران حادثه ای است که در اثر رخدادها و عملکردهای طبیعی و انسانی به طور ناگهانی به وجود می آید و سختی و خسارت را به یک مجموعه یا جامعه ی انسانی وارد می کند و بر طرف کردن آن نیاز به اقدامات و عملیات اضطراری و فوق العاده دارد.

مشخصات بحران

خصوصیات دوازده گانه ای توسط واینرو کان بیان شده است که به شناخت بهتر بحران کمک می نماید:

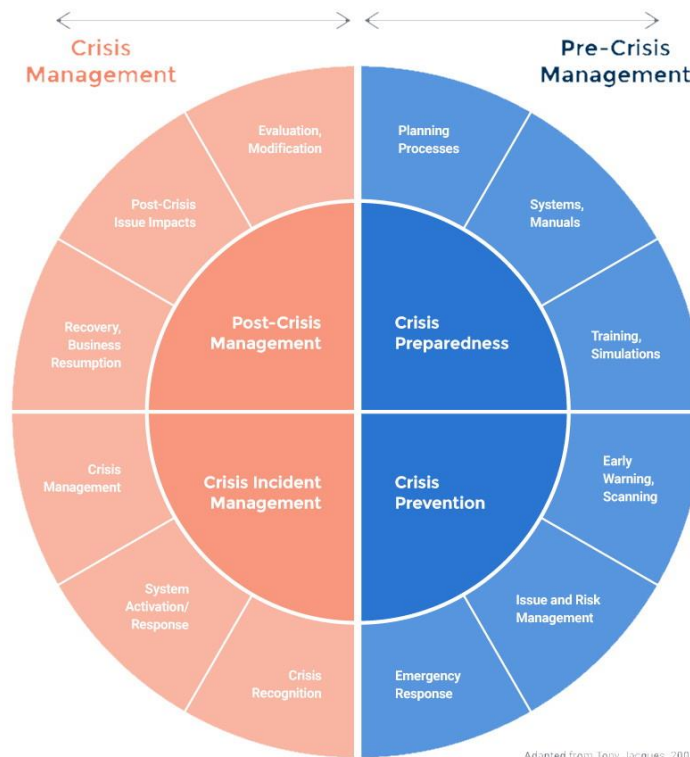
۱. بحران معمولا یک نقطه چرخش در سلسله ای از رویدادها و عملیات هاست؛
۲. وضعیتی که در آن ضرورت تصمیم گیری و عمل در اندیشه طراحان و عوامل درگیر بسیار بالاست؛
۳. بحران یک تهدید واقعی برای هدف ها و مقاصد عوامل درگیر است؛
۴. بحران نتایج مهمی به دنبال دارد که عواقب آن، آینده روابط طرف های درگیر را معین می کند؛
۵. بحران مولود تعاطی تعدادی از وقایعی است که از ترکیب آنها شرایط جدیدی به وجود می آید؛
۶. مرحله ای زمانی که در آن شکی درباره تخمین وضعیت و راهکارهای مهار آن افزایش می یابد؛
۷. بحران یک مرحله زمانی با وضعیتی است که در آن کنترل رخدادها و تأثیر آنها کاهش می یابد؛
۸. بحران یک وضعیت اضطراری است که در آن تشویش و نگرانی عوامل تصمیم گیرنده افزایش می یابد؛
۹. در وضعیت بحرانی معمولا آگاهی و اطلاعات مورد نیاز تصمیم گیرندگان ناقص و ناکافی است؛
۱۰. در وضعیت بحرانی عوامل زمان علیه عوامل درگیر عمل می کنند؛
۱۱. در بحران، روابط بین عوامل دگرگون می شود؛
۱۲. در وضعیت بحرانی تنش بین عوامل افزایش می یابد.

خصوصیات بحرانیها را براساس مطالعات روان شناسی و جامعه شناسی

- یک وضعیت بحرانی، کوتاه مدت و حاد است تا برهه ای طولانی، اگر چه طول مدت آن همواره نامشخص است.
- بحران موجد رفتاری است که غالبا آسیب شناسانه می باشد، نظیر احساس بی کفایتی
- بحران، اهداف طرف ها و سازمانهای درگیر در آن را با تهدید مواجه می سازد.
- بحران، باعث ایجاد تنش فیزیکی و روانی به همراه اضطراب و نگرانی می شود.
- بحران، امری نسبی است، آنچه که برای یک گروه یا یک شخص، بحران به حساب می آید، ممکن است برای طرف دیگر بحران نباشد.

بحران از جنبه های گوناگون دارای تعاریف متعددی است ولی به نظر بسیاری از کارشناسان بحران عبارت است از هر حادثه با وضعیتی که حالتی فوق العاده دارد و در هر کشوری که روی دهد، آن کشور را از حالت تعادل خارج می کند و برای برطرف کردن آن نیاز به اقدامات اضطراری، اساسی و فوق العاده است.

به طور کلی می توان نتیجه گرفت که بحران اختلالی است که از جهت سطح، کل سیستم و از جهت نوع فیزیکی یا نمادی، سیستم را تهدید می کند. بدین ترتیب بحران ممکن است به دو صورت در جامعه به وجود آید؛ یکی بحران در زمانی که کل سیستم از جهت مادی و فیزیکی تحت تأثیر قرار گرفته و حیات آن به مخاطره افتاده است و دوم آنکه سیستم از لحاظ مسائل اعتبار و حیثیت اجتماعی و بطور نمادین دچار بحران گردیده، و به ورطه سقوط کشانیده شده است. بحران، بقای جامعه و مشروعیت آن را متزلزل ساخته و موجب فروپاشی یا تغییرات بنیادی در آن می گردد. در حوزه های مختلف علوم سیاسی، مفهوم بحران با معانی گوناگونی چون پریشانی، وحشت، فاجعه، مصیبت، خشونت بالقوه و بالفعل و یا به عنوان نقطه عطفی در تصمیم گیری استفاده شده است.



چرخه مدیریت بحران

فعالیت های مدیریت بحران در چهار مرحله پیشگیری، آمادگی، مقابله و بازسازی قابل دسته بندی هستند. در واقع چرخه مدیریت بحران شامل مراحل زیر است:

تعریف پیشگیری

پیشگیری: اقدامات با هدف جلوگیری از وقوع مخاطرات یا کاهش آثار زیانبار آن. پیشگیری شامل کلیه اقداماتی است که موجب پیشگیری از بحرانها و جلوگیری از اثرات مخرب آن بر جامعه میشود. لازم به ذکر است بخش پیشگیری از اهم فعالیتهای چرخه مدیریت بحران محسوب میگردد اقداماتی همچون قوانین مربوط به کاربری زمین که نحوه گسترش شهرها را مشخص نموده و باعث عدم گسترش شهرها در مکان های آسیب پذیر می شود از جمله این فعالیت ها می باشد.

تعریف آمادگی

اقداماتی برای افزایش توانایی در انجام مراحل مختلف مدیریت بحران. آمادگی شامل جمع آوری اطلاعات، پژوهش، برنامه ریزی، ایجاد ساختارها، آموزش، تأمین منابع، تمرین و مانور است. شامل کلیه عملیات و اقداماتی است که افراد و یا ارگان ها را قادر به انجام عکس العمل سریع و کار آمد در مواقع بروز بحران ها می نماید. این اقدامات میتوانند تهیه یک برنامه ضد بحران، برآورد دقیق منابع و همچنین آموزش کارکنان باشد نکته اینکه بخش مربوط به آمادگی شامل دوزیر بخش الف) اختطاررسانی و ب) تهدید خطر می باشد که اولی شامل زمانی است که خطر بحران تشخیص داده شده ولی زمان وقوع آن در محل خاص هنوز مشخص نمی باشد ولی در اختطاررسانی علاوه بر اینکه محل وقوع خطر مشخص گردیده مکان آن نیز مشخص است.

تعریف مقابله

ارائه خدمات اضطراری و فوق العاده بدنبال وقوع بحران است با هدف حفاظت از منابع مختلف در جلوگیری از گسترش خسارات، مقابله با حوادث بحرانی شامل شناسایی دامنه بحران، ریشه یابی عوامل ایجاد بحران، استفاده از ابزارهای انسانی، اطلاعاتی و فیزیکی مورد نیاز برای مقابله با بحران است. فعالیتهای مربوط به امدادرسانی که در جهت حفاظت از جان مردم و تاسیسات و دارائی های موجود میباشد را مقابله می گویند. در اجرای عملیات مقابله زمان

تأثیر مستقیمی در کاهش میزان آسیب های وارده بر اثر سوانح رادارد؛ اقداماتی از قبیل فعال نمودن سیستمهای ضد بحران، عملیات جستجو و نجات، تمهیدات اضطراری برای غذا، سرپناه و کمکهای پزشکی، بررسی، ارزیابی و برآورد و اقدامات مربوط به تخلیه جمعیت همگی جزو برنامه ها و فعالیتهای بخش مقابله می باشد.

تعریف بازسازی

بازگرداندن شرایط یک سازمان آسیب دیده پس از بحران به شرایط عادی با در نظر گرفتن ویژگی های سازمان موفق و کلیه ضوابط ایمنی. این بخش از چرخه مدیریت بحران شامل کلیه عملیات و اقداماتی است که به منظور عادی سازی شرایط در زمان پس از بحران صورت می گیرد این بخش از چرخه معمولاً با بهسازی نیز همراه می باشد در این بخش اقداماتی همچون برقراری مجدد سرویس ها و خدمات ضروری، استقرار مجدد خانه های قابل تعمیر و سایر ساختمانها و تاسیسات، تهیه مسکن موقت، اقداماتی که جهت یاری دادن به جسم و روان افراد مصیبت دیده انجام میگیرد و اقدامات بلند مدت شامل جایگزینی تاسیسات زیر بنائی و همچنین ساختمان هایی که در اثر وقوع بحران نابود شده اند صورت میگیرد.

مراحل جامع مدیریت بحران

رسانه ها، در شرایط بحران، نقش بسیار مهمی دارند. در واقع هم بحران های بیرونی باید به وسیله رسانه ها مدیریت شوند و هم اینکه رسانه با عملکرد صحیح، به موقع و پاسخ به نیازهای مخاطبان خود به بحران مبتلا نشود. شناخت مراحل بحران در ترسیم رابطه این پدیده با رسانه ها موثر است. این مراحل با تحلیل وضعیت رسانه ها از منظر بحران زدگی یا بحران زایی، می تواند به تبیین فرایند بحران کمک کند. مراحل سه گانه زیر برای بحران بر پایه "زمان وقوع" می باشد که هر مرحله خود ویژگی های خاصی دارد که در شکل گیری، گستردگی و عمق آن موثر است.

- **مرحله قبل از بحران:** پیش بینی، پیشگیری، آمادگی؛
- **مرحله حین بحران:** امداد و نجات، عملیات ویژه، مهارسازی؛
- **مرحله پس از بحران:** بازسازی، یادگیری

مرحله قبل از وقوع بحران

این مرحله که دوره زمانی پیش از وقوع را شامل می‌شود، براساس نوع بحران ممکن است، قابل پیش بینی یا غیرقابل پیش بینی باشد. مدیران رسانه با توجه به اثرات حیاتی و عمیق بحران بر رسانه و جامعه، در این مرحله باید حتی الامکان، رویدادها و حوادث با ظرفیت بحرانی را زیر نظر داشته باشند و سناریوهای مختلف و محتمل در مورد نوع، چگونگی وقوع، وسعت اثر گذاری و تبعات آن بر جامعه و رسانه را تدوین کنند و برای هر یک از سناریوها برنامه داشته باشند. در صورتی که بحران قابل پیش بینی باشد، رسانه باید خود را با توجه به مختصات قابل پیشبینی از بحران، تطبیق دهد و خود و مخاطبان را برای اقدام (پیشگیری، مواجهه با مقابله و بحران زایی) آماده کند.

در این مرحله برخی از کارشناسان اتخاذ استراتژی p4 را پیشنهاد می‌کنند: پیشگیری (prevent)، برنامه ریزی (plan)، آماده سازی (prepare) و آموزش و تمرین (practice). برخی دیگر از نویسندگان با تاکید بر نقش مخاطبان رسانه، مدل پروانه ای نقش رسانه در مدیریت مرحله پیش از بحران را ارائه می‌نمایند. بر اساس این مدل، مدیریت مرحله ی پیش از بحران شامل سه وظیفه اصلی پیش بینی، پیشگیری و آمادگی میشود. در خصوص وظیفه پیش بینی بحران، مهم ترین کارکرد رسانه رصد و نظارت بر محیط است.

رسانه باید با رصد تیزبینانه و هوشمندانه محیط و تحولاتش، اقدام به شناسایی تهدیدات موجود و به تبع آن پیش بینی بحرانها کند. وظیفه ی بعدی مدیریت بحران در مرحله قبل از بحران، پیشگیری از وقوع بحران است. در این مرحله نیز رسانه ها می توانند با آموزش و هدایت افکار عمومی به مدیریت بحران کمک کنند. پس از پیش بینی بحران و در صورت عدم موفقیت در پیشگیری از وقوع آن، نوبت به وظیفه ی سوم مدیریت بحران در مرحله ی پیش از وقوع یعنی آماده شدن برای مواجهه با بحران می‌رسد. در اینجا، رسانه ها می توانند از طریق اطلاع رسانی و ایجاد همبستگی عمومی به آماده شدن جامعه برای مواجهه با بحران کمک کنند.

در این مرحله همه رسانه ها می توانند به ایفای نقش بپردازند، و در محیط اجتماعی، آمادگی لازم را برای مواجهه با بلایا و حوادث طبیعی و بحران های ناشی از آن به وجود آورند. در این مرحله همه ی رسانه ها به طرق مختلف می توانند به مخاطبان خود اطلاعات کافی درباره بحران هایی بدهند که آن جامعه ممکن است در معرض آن قرار بگیرد تا توانایی و دانش آنها را برای مواجهه در لحظه وقوع حادثه بالا ببرند. این دانش و آگاهی نه تنها باید درباره حفظ جان شخص و دیگران باشد، بلکه لازم است شامل طریقه کمک به آسیب دیدگان و حفظ اموال و دارایی ها نیز باشد. در این مرحله شاید تلویزیون بهترین نقش را بتواند بر عهده بگیرد. آموزش عملی رسانه ها، خصوصا تلویزیون در لحظه بروز واقعه، کمک بزرگی به مردم می‌کند تا با شبیه سازی با آنچه در تلویزیون مشاهده کرده اند، از خطر حادثه

نجات یابند. در این مرحله آموزش پیش از بحران رادیو و رسانه های مکتوب، نقش مکملی برای تلویزیون دارند. آموزش در این مرحله شامل تبیین بحران و وضعیت های آن، ایجاد آمادگی در بخش های سازمانی و مسئولان مواجهه با بحران و چگونگی راه های مقابله با بحران و یا کمک به آسیب دیدگان احتمالی می باشد.

مرحله حین بحران

در این مرحله، رسانه ها به عنوان منبع ارزشمند اطلاعاتی، نقش سرنوشت سازی در **مدیریت بحران** دارند. اطلاع رسانی، وظیفه اصلی و اساسی رسانه ها در این مرحله است. نوع اخبار در این مرحله توصیفی است یعنی توصیف آنچه اتفاق افتاده است. اطلاع رسانی صحیح و به موقع در جلب مشارکت مردم، جلوگیری از شایعات و تمرکز بر موارد مهم نقش مؤثری دارد. در این مرحله، نظریه برجسته سازی مدعی تاثیر رسانه ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. به این معنا که رسانه ها با برجسته ساختن بعضی از موضوعات و وقایع، بر آگاهی و اطلاعات مردم تاثیر می گذارند. اگر چه نمی توانند تعیین کنند که مردم چگونه فکر کنند، اما می توانند تعیین نمایند که درباره چه چیزی فکر کنند.

منظور از برجسته سازی رسانه ها در بحران این است که رسانه ها، به ویژه در اخبار و گزارش های خبری، این قدرت را دارند که توجه عموم مردم را به مجموعه ای از مسائل و موضوعات معین و محدود معطوف سازند و از مسائل و موضوعات دیگر چشم پوشی کنند. حاصل کار این می شود که بعضی از مسائل خاص توسط بسیاری از مردم در جامعه و خارج از قلمرو رسانه ها به بحث گذاشته می شود، در حالی که به مسائل و موضوعات دیگر توجه نمی شود. مفهوم برجسته سازی را نباید صرفاً به مفهوم اولویت گذاری به معنی انتخاب و اولویت بعضی از موضوعها و وقایع در رسانه ها در قالب تیتراژ مطبوعات یا عناوین اول اخبار رادیو و تلویزیون تقلیل داد. برجسته سازی فراتر از اولویت گذاری و دارای شیوه ها و پیچیدگی های خاص خود است.

در حین بحران رسانه ها قویترین و مطمئن ترین وسیله توزیع و پخش به موقع اطلاعات حیاتی در جامعه هستند. طبق تحقیقات انجام شده، از منظر مردم، رسانه ها اصلی ترین منبع کسب اطلاعات در خصوص بحران هستند. بی اطلاعی مردم در خصوص بحران، امکان اینکه آنها نتوانند آمادگی های لازم را کسب کنند و تصمیمات حیاتی بگیرند، را افزایش می دهد. از این جهت رسانه های جمعی در قبال تامین اطلاعات لازم در خصوص بحران برای مردم، مسئولیت دارند. پوشش رسانه ای که در حین بحران ایجاد می شود، باعث جلب مشارکت عمومی در سطح محلی، ملی و منطقه

ای میشود. این جلب مشارکت حتی می تواند در سطح بین المللی نیز کمک های کوتاه مدت کشورهای جهان را به دنبال داشته باشد.

کار کرد اطلاع رسانی و خبری رسانه ها و نیز جلب مشارکت همگانی از اهمیت زیادی برخوردار است؛ زیرا بحرانها همراه با شایعات هستند و به منظور هدایت افکار عمومی باید به شیوه صحیحی اطلاع رسانی شوند. از دیدگاه مارش، کاری که یک رسانه باید در حین بحران انجام دهد، آگاه کردن همه کارکنان است. شایعات ممکن است از درون رسانه آغاز شود؛ از این رو تربیت کادری آگاه و با اطلاعات صحیح و زیاد، از اهمیت بسیار برخوردار است .

مرحله بعد از بحران

نقش رسانه پس از بحران، اگر بیشتر از مراحل قبل نباشد، کمتر نیست. رسانه ها در این مرحله نیز وظایف بسیار مهمی برعهده دارند که غفلت از آن ممکن است درباره عملکرد مراحل قبلی آنها نیز تردید کنند. بنابراین کسب اعتبار و حفظ مخاطب، اقدام تدریجی و مستمر را می طلبد و نحوه عمل رسانه در هر مرحله از بحران در مراحل دیگر اثر گذار است. مراحل بعد از بحران مرحله رسیدن به دستاورد است و باید از این مرحله حداکثر استفاده را کرد.

بر اساس نظریه مسئولیت اجتماعی اصل بر ایجاد پیوند میان استقلال و آزادی رسانه ها و وظایف و مسئولیت های اجتماعی آنهاست که تاکید می کند رسانه ها باید در عین پاسخگویی به نیازهای مخاطبان، در برابر فعالیت های خود مسئولیت نیز داشته باشد و وظایف اجتماعی خود را محدود به مالکان رسانه ها ندانند. مضمون اصلی این نظریه این است که آزادی و مسئولیت، مکمل هم هستند و همان گونه که رسانه ها حق دارند از دولت و سایر نهادها انتقاد کنند، مسئولیتی نیز در قبال مصالح و منافع ملی و پاسخ به نیازهای جامعه دارند.

بر این اساس و با توجه به حساسیت زیاد مرحله بعد از بحران، رسانه ها می توانند وظیفه خود را با توجه به نظریه مسئولیت اجتماعی، در دو سطح بیرونی و درونی انجام دهند. در سطح بیرونی، استمرار تولید و انتشار اخبار مورد لزوم مردم، پیگیری وعده های داده شده و مطالبه آن از مسئولان و ایفای نقش نظارتی بر برنامه های اجرا شده در مناطق بحران زده مهمترین وظایف هستند.





