

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۲

بررسی فرآیند ارتباطات شبکه‌های اجتماعی به منظور الگوسازی

برنامه‌ریزی و مدیریت پوشش خبری بحران

محمد امین رضانی اسمعیل آباد^۱، شهناز هاشمی^{۲*}، محمد سلطانی فر^۳

چکیده

برنامه‌ریزی و مدیریت حوزه خبر در تمام رسانه‌های برجسته و حرفه‌ای دنیا در شرایط کلی و کاملاً متفاوت صورت می‌پذیرد: یکی در وضعیت عادی و دیگری در شرایط غیرعادی و بحرانی. بدیهی است در شرایط معمولی و عادی، دست‌اندرکاران و سردبیران خبر که مدیریت فعالیت و تکاپوی رسانه را عهده‌دار هستند، قادرند به‌گونه‌ای جدول خبری خود را طراحی و اجرا کنند که هم اهداف و مأموریت‌های رسانه‌ای ایشان به سرانجام مطلوبی برسد و هم نیازها و تمایلات و سلیقه مخاطبان تأمین گردد. هدف این پژوهش بررسی فرآیند ارتباطات شبکه‌های اجتماعی به‌منظور الگوسازی برنامه‌ریزی و مدیریت پوشش خبری بحران است. نتایج نشان می‌دهند که در شرایط بحران که از یک سو اطلاعات مخدوش می‌شود و از جانب دیگر فناوری‌های معمول قدرت و به‌تبع شیوه‌های تصمیم‌سازی و مدیریت در شرایط عادی سترون نکارا می‌شوند، هرگونه تدبیری مستلزم بهره‌وری مناسب از دانش‌های راهبردی متفاوت و فناوری‌های قدرت ویژه می‌باشد. رسانه‌ها پدیده‌هایی خنثی و صرفاً کاتالیزور نیستند بلکه از میان ابزار و فنون جدید فن‌آوری، بیشترین تأثیر را بر انسان دارند و پدیدآورنده عصر نو هستند و یکی از وظایف یک مدیر موفق رسانه این است که بتواند مسئولیت تعیین و تحقق اهداف، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، به کار گماردن نیروی انسانی، رهبری و نظارت را در دوران بحران بر عهده گیرد. باید برای پیشگیری از بحران و یا به حداقل رساندن اثرات آن به هنگام وقوع بدترین وضعیت‌ها را برنامه‌ریزی و سپس روش‌هایی را برای اداره و حل آن جستجو کند. مفاهیمی چون بحران و مدیریت بحران را به سمت وظایف مدیران و نحوه مقابله آن‌ها با بحران، عوامل تشدیدکننده و یا بازدارنده بحران چون سبک‌های خبرنویسی، نقش تصویر، کانون‌های خبری در شرایط بحرانی، بازار شایعات و مدل‌های بحران در این خصوص بسیار مهم هستند.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، الگوسازی پوشش خبری، برنامه‌ریزی و مدیریت، ارتباطات

^۱ گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ مدرس دانشگاه جامع علمی کاربردی، مرکز آموزش علمی کاربردی فرهنگ و هنر واحد ۴۱، تهران، ایران (مسئول مکاتبات)

Shahnaz_hashemi@yahoo.com

^۳ دانشیار گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

Examining the communication process of social networks in order to model the planning and management of crisis news coverage

The planning and management of the news field in all prominent and professional media of the world takes place in completely different conditions: one in a normal situation and another in abnormal and critical conditions. It is obvious that under normal circumstances, the news editors who are in charge of managing media activities and endeavors are able to design and implement their news schedule in such a way that both their goals and media missions reach a desirable end and The needs, desires and preferences of the audience should be provided. The purpose of this research is to investigate the communication process of social networks in order to model the planning and management of crisis news coverage. The results show that in a crisis situation where information is distorted on the one hand, and on the other hand, usual technologies of power and, accordingly, decision-making and management methods in normal conditions do not work, any plan requires the appropriate productivity of knowledge. It is a different strategy and special power technologies. It should plan to prevent the crisis or minimize its effects when the worst situations occur and then look for ways to manage and solve it. Concepts such as crisis and crisis management towards the duties of managers and how they deal with the crisis, factors that aggravate or prevent the crisis such as news writing styles, the role images, news centers in crisis situations, the rumor market and crisis models are very important in this regard. Are important.

Social networks, modeling of news coverage, planning and management, communication

مقدمه

برنامه‌ریزی و مدیریت حوزه خبر در تمام رسانه‌های برجسته و حرفه‌ای دنیا در شرایط کلی و کاملاً متفاوت صورت می‌پذیرد: یکی در وضعیت عادی و دیگری در شرایط غیرعادی و بحرانی. بدیهی است در شرایط معمولی و عادی، دست‌اندرکاران و سردبیران خبر که مدیریت فعالیت و تکاپوی رسانه را عهده‌دار هستند، قادرند به‌گونه‌ای جدول خبری خود را طراحی و اجرا کنند که هم اهداف و مأموریت‌های رسانه‌ای ایشان به سرانجام مطلوبی برسد و هم نیازها و تمایلات و سلیق مخاطبان تأمین گردد. این وضعیت در شرایط بحرانی، چندان قابل تنظیم و پیش‌بینی نیست که بتوان خوراک رسانه‌ای را آن‌گونه که با ذهنیات مدیران و سیاست‌گذاران رسانه منطبق باشد، در معرض گیرندگان خبر و پیام قرارداد. در شرایط بحران، فعالیت‌های خبری و اطلاع‌رسانی از چنان حساسیتی برخوردار است که همه‌چیز تعیین‌کننده می‌شود و یا ممکن است مخاطره‌آمیز گردند: زمان، تصویر، لحن، ادبیات و واژه خبر چنان مهم هستند که اگر غفلت شود، رقیبان دیگر از همان نقطه ضعف بهره‌گیری خواهند کرد؛ بنابراین آنچه در این شرایط از حساسیت و اهمیت ممتاز برخوردار می‌شود، مدیریت شرایط بحرانی است. مدیریتی که بتوان با هنرمندی و هوشمندی، با بحران‌های پیش‌آمده و تبعات ناشی از آن دست‌وپنجه نرم کرد و رویکرد فعل و پیش‌دستانه را به مرحله اجرا گذاشت. ایران یکی از کشورهای است که همواره در معرض بحران‌های مختلف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی قرار داشته است. هر جا که بحران وجود دارد به ابزار مدیریت آن یعنی رسانه نیز نیاز است. رسانه‌ها به دلیل توانایی در جهت‌دهی به افکار عمومی، در مراحل مختلف بحران نقش اساسی ایفا می‌کنند، نقش دوگانه رسانه‌ها در بحران‌زایی و بحران‌زدایی، برجسته‌سازی و کوچک‌نمایی، امید‌زایی و امید‌زدایی و غیره دست‌کم بر صاحب‌نظران این عرصه، پوشیده نیست؛ اما به نظر می‌رسد در کشور ما، تاکنون از ابزار رسانه و ظرفیت استثنایی آن برای مدیریت آن‌ها به‌خوبی استفاده نشده است. عوامل بسیاری در این ماجرا دخیل‌اند، میزان حرفه‌ای‌گرایی، نوع نظام رسانه‌ای حاکم، پایگاه ایدئولوژیکی، میزان استقلال یا وابستگی به حاکمیت، سابقه بحران، نوع عملکرد رقبا و غیره از جمله عواملی هستند که کارکردهای متفاوت رسانه را در بحران‌ها موجب می‌شوند. این کارکردها می‌توانند از تقویت همبستگی و وفای ملی، جلب کمک‌های مردمی و مشارکت در حل بحران، تقلیل بحران با کارکردهای آموزشی، فرهنگی و سیاسی پیشگیرانه، توجیه و پذیرش بحران، انکار بحران و غیره یا تشدید بحران برای نیل به اهداف سیاسی، اجتماعی و اقتصادی و غیره باشد. همچنین نوع رویکرد، استراتژی و جهت‌گیری رسانه نیز به کارکرد رسانه در بحران‌ها تأثیر می‌گذارند. به‌عبارت‌دیگر میزان اعتقاد و ایمان به هر یک از رویکردها و استراتژی‌ها، تعیین‌کننده نوع حرکت و جهت‌گیری رسانه‌ها در بحران را تعیین می‌کند و

بی‌تردید تولید و انتشار اخبار متأثر از نوع نگاه دست‌اندرکاران رسانه‌ها و راهبردها و رویکردها به آن تأثیر می‌پذیرد.

• بیان مسئله

مدیریت بحران علمی کاربردی است که با تجزیه و تحلیل بحران و جست‌وجوی ابزار مناسب کوشش دارد از بروز بحران پیشگیری کرده و یا در صورت وقوع از اثرات آن بکاهد. امروزه نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران از اهمیت بسزایی برخوردار است و بدون رسانه نمی‌توان بحران‌ها را به‌درستی و سهولت مدیریت کرد. افزایش مراجعه مردم به رسانه‌ها در شرایط بحرانی، اقتضاء می‌کند که نوع عمل رسانه در شرایط بحرانی متفاوت با شرایط عادی باشد و رسانه به‌منظور متواری نکردن مخاطبان خود و سوق دادن آن‌ها به رسانه‌های رقیب به‌سرعت به موضوع و سوژه بپردازد. به همین دلیل است که شناسایی و پرداخت سریع و به‌موقع به سوژه‌های خبری بحرانی، در عصر تعدد و تکثر رسانه‌ها اهمیت بسزایی دارد. به نظر می‌رسد خلأ و مشکلی که در حوزه عمل رسانه‌های رادیو و تلویزیون ایران در خصوص موضوعات خبری بحرانی وجود دارد این است که:

الف بسیاری از مواقع از کنار سوژه‌های ناب و دست‌اول و موردنیاز مردم به‌ویژه موضوعات بحرانی به‌راحتی می‌گذرند و همین امر به بی‌اعتمادی مخاطبان و مراجعه آن‌ها به رسانه‌های رقیب داخلی و خارجی و گسترش ارتباطات میان فردی برای تأمین نیازهای خبری خود منجر می‌شود.

ب برخی از مواقع نیز رسانه‌ها و خبرنگاران به سوژه‌های موردنیاز مردم موضوعات بحرانی با تأخیر می‌پردازند. این مسئله هم خود مشکلاتی را موجب می‌شود. دیر اقدام کردن در برخی مواقع، ضررش از اقدام نکردن بیشتر است.

ج بعضی مواقع رسانه به سوژه موردنیاز مردم موضوعات بحرانی می‌پردازد اما در اولویت‌های پایین و با بسته‌بندی غیرحرفه‌ای و جهت‌دار پخش می‌شود. غیر از مبحث زمان مناسب، اطلاعات درست و نادرست دادن و حتی گاهی اطلاعات درست که شاید منجر به نگرانی‌های عمومی می‌شود یا اطلاعات گاهی متناقض و ضدونقیض از منابع گوناگون خبری، همه می‌تواند از مصداق‌های این موضوع باشد.

وقتی جامعه در شرایط بحرانی قرار می‌گیرد افکار عمومی عطش فراوانی برای دریافت اطلاعات و اخبار پیدا می‌کند. در نبود منابع موثق، اطلاعاتی که به نیاز خبری جامعه پاسخ دهند یا در صورت کندی عملکرد آن‌ها، شبکه‌های اجتماعی قادرند به‌سرعت شایعات یا اطلاعات نادرست را منتشر کنند و افکار عمومی را تحت تأثیر خود قرار دهند.

بررسی فرآیند ارتباطات شبکه‌های اجتماعی به منظور الگوسازی برنامه‌ریزی و مدیریت ... ۶۷ □

شایعات، اطلاعات یا اخباری هستند که صحت آن‌ها تأیید نشده است. به همین دلیل هنگامی که در دسترس مخاطب قرار می‌گیرند، گیرنده پیام نمی‌تواند درستی یا نادرستی آن‌ها را تشخیص دهد. عموم مردم در برخورد با چنین پیام‌هایی کمتر می‌اندیشند و کمتر خود را برای چک کردن درستی محتوا به دردمر می‌اندازند. در شرایط بحران، از یکسو اطلاعات مخدوش می‌شود و از سوی دیگر روش‌ها و فناوری‌های معمول و مورد استفاده در شرایط عادی کارآمدی لازم را ندارند و تصمیم‌گیری و سایر وظایف مدیریت را متأثر می‌کنند. مدیریت اخبار مبتنی بر سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری، هماهنگی و نظارت است. مدیریت سازمان خبری و ایفای این وظایف پنجگان به دلایلی همچون: تنوع و تعدد مخاطبان، تنوع و گوناگونی رویدادها و موضوعات، واکنش‌های غیرمنتظره رسانه‌های رقیب و غیره بسیار بفرنج و دشوار است و در شرایط وقوع بحران‌ها، دشوارتر نیز می‌شود؛ بنابراین رسانه‌ها در شرایط بحران رسانه‌ای، هم باید بحران‌های بیرونی را مدیریت کنند و هم اینکه با عملکرد صحیح، به موقع و پاسخ به نیازهای مخاطبان تلاش کنند خود به بحران مبتلا نشوند. با همه این موارد صاحبان نظر مشکل اساسی بر سر راه را نه سخت‌افزاری بلکه نرم‌افزاری می‌دانند، "یعنی ضعف‌های تخصصی، کمبود نیروهای حرفه‌ای، نوع رویکرد و راهبرد مدیریت رسانه به بحران، تأثیرپذیری افراطی رسانه از عوامل و متغیرهای غیر رسانه‌ای، عدم درک فضای رقابتی جدید و شناخت ناکافی از بازیگران عرصه رسانه است. اگر این مشکلات کاهش یابد مشکلات سخت‌افزاری یا آن‌قدر حاد نیستند و یا اینکه می‌توان امید داشت که مرتفع شوند. تدوین "سناریوهای محتمل" در هر قسمت از بحران و مشخص کردن نوع پاسخگویی به واکنش‌های جامعه "در شرایط اولیه بحران و توجه به ملاحظات "ارتباطات در شرایط بحرانی" از مسائل روبروی مدیریت بحران است. بهره‌گیری از تجارب بحران گذشته یکی دیگر از راهکارهای مدیریت پوشش خبری بحران است اما در این میان آنچه این روزها اهمیت پیدا کرده است مدلی جدید از ارتباطات است که همه جامعه را درگیر کرده است و آن رسانه‌های نوینی به نام نرم‌افزارهای شبکه‌های اجتماعی گوشه همراه است که همیشه در دسترس همه جامعه هستند، سرعت فراگیری بالایی دارند، تعاملی هستند، قابلیت کنترل از بالا و نظارت قانونی آن‌گونه که بر رادیو و تلویزیون وجود دارد بر آن‌ها ممکن نیست، بخشی از ویژگی‌هایی از رسانه‌های جمعی را دارند و بخشی از ویژگی‌های ارتباطات میان فردی را، هم سرعتی بیشتر از رسانه‌های جمعی و پیچیدگی و در هم تنیدگی شبیه شبکه‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی، استان اصفهان یکی از مستعدترین استان‌های ایران برای وقوع بحران‌های سیاسی است و به طور مثال واقعه اسیدپاشی اصفهان یک از واردی است که مدیریت بحران در ایران با شرایطی روبرو شد که برای ساماندهی ارتباطات بحران با نسل نوینی از رسانه‌ها روبرو شد که از آن شناختی

نداشت. استاندار اصفهان به نگارنده این سطور گفت ما در مدت وقایع اسیدپاشی به جای حل موضوع اصلی جنایات درگیر خشونت با موضوع ناشناخته‌ای بنام شبکه‌های اجتماعی موبایل بودیم. ایجاد شایعه و احتمال بروز وقایع سیاسی نامطلوب در کنار مطالبات اجتماعی ناشی از شایعات به علاوه شدت ترس عمومی حاصل از شایعات موجب شد تا مدیریت بحران اسیدپاشی به جای حل واقعه جنایت درگیر داستان تازه‌ای شود و آن نگرانی از بروز بحران‌های اجتماعی و سیاسی بود. برخی عوامل و فرماندهان انتظامی به نگارنده این سطور گفتند اگر درگیر مسائل حاشیه‌ای نشده بودیم و شایعات را کنترل کرده بودیم شاید تاکنون جانی این حوادث دستگیر می‌شد. شایعاتی که به عوامل جنایت هشدار می‌دادند و مردم و مدیران را همراه می‌کردند. فضای رعب وحشتی که تا زندگی عادی را تحت تأثیر قرارداد بود و هر لحظه شایعه‌ای از اسیدپاشی جدید پراکنده می‌شد؛ اما این سؤالات مطرح است: نقش رسانه‌های جمعی همچون روزنامه‌ها، خبرگزاری‌ها و صداوسیما، نحوه و زمان اطلاع‌رسانی مقامات مسئول، محتوای اطلاعاتی که مردم داده شد، خلأهای اطلاعاتی که در این حادثه به وجود آمد و مدیریت اجتماعی حوادث از مواردی است که علامت سؤال در برابرشان وجود دارد که اگر چگونه رفتار کرده بودند مسائل بهتر پیش برده می‌شد؟ آیا مدیریت بحران این واقعه در برابر آنچه شایعه‌سازی پی‌درپی در این حوادث می‌نامد رفتاری فعالانه داشت یا تنها از موضع واکنش منفعلانه به مواضع پاسخ می‌داد؟ آیا مدیریت بحران در این شبکه جدید ارتباطی حضور داشت و از فرصت آن برای رسیدن به اهدافش بهره گرفت یا فقط از بیرون نظاره‌گر بود؟ لذا انجام تحقیق در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد تا در موارد مشابه شناختی همه‌جانبه از نحوه برخورد با موضوع وجود داشته باشد مسئله تحقیق حاضر مطالعه فرآیند ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر گوشی همراه و شیوه‌های مدیریت بحران از طریق رسانه است تا ضمن بررسی این موضوع به الگویی برای مدیریت بحران در این رابطه دست یابیم.

پیشینه تحقیق

عبدی هولایی و همکاران ۲۰۱۹ تحقیقی با عنوان پیش‌بینی بازاریابی کارآفرینان به واسطه برنامه‌ریزی استراتژیک به انضمام مطالعه موردی انجام دادند. یافته‌ها نشان داد رابطه همبستگی معنی‌داری بین برنامه‌ریزی استراتژیک با چهار مؤلفه بازاریابی کارآفرینانه شامل فرصت‌هشیاری، نوآوری معطوف به مصرف‌کننده، ایجاد ارزش و مدیریت ریسک وجود دارد. همچنین عبدی هولایی و همکاران ۲۰۱۸ در تحقیقی دیگر رابطه برنامه‌ریزی استراتژیک با بازاریابی کارآفرینانه در بانک صادرات منطقه تهران شمال را انجام دادند. نتایج نشان داد مدیریت ریسک و فرصت‌هشیاری از

بررسی فرآیند ارتباطات شبکه‌های اجتماعی به منظور الگوسازی برنامه‌ریزی و مدیریت ... ۶۹ □

مؤلفه‌های بازاریابی کارآفرینانه در بانک صادرات منطقه شمال بیشترین تأثیر را از برنامه‌ریزی استراتژیک می‌پذیرد و کمترین تأثیر مربوط به مؤلفه ایجاد ارزش با می‌باشد.

تقی پور و همکاران ۲۰۲۰ در پژوهشی به بررسی رابطه بین استراتژی‌های رقابتی و عملکرد شرکت‌ها پرداختند. جامعه آماری پژوهش کارشناسان و متخصصان فعال در بانک پارسیان تهران بود. نتایج این تحقیق نشان داد که رابطه بین استراتژی‌های رقابتی و عملکرد شرکت‌ها در بین کارشناسان فعال و متخصصان بانک پارسیان مورد تأیید قرار گرفته است و استراتژی‌های رقابتی تأثیر بسزایی در عملکرد شرکت‌ها در جهت بهبود و تعالی مستمر دارد.

تقی پور و همکاران ۲۰۲۰ در پژوهشی به بررسی شناسایی و اولویت‌بندی شاخص‌های مؤثر بر پیاده‌سازی بهینه مدیریت ارتباط با مشتری با به‌کارگیری روش‌های AHP و TOPSIS مورد مطالعه: بانک پاسارگاد پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که عامل سازمانی دارای بیشترین وزن و سپس عوامل فرهنگی و تکنولوژی به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار گرفتند.

قدم زن جلالی و همکاران ۲۰۲۰ در تحقیقی به تبیین رابطه بین سرمایه فکری، یادگیری سازمانی و عملکرد کارکنان شعب بانک پارسیان استان گیلان پرداختند. نتایج حاصله نشان داد که بین سرمایه فکری و یادگیری سازمانی، همچنین بین یادگیری سازمانی و عملکرد کارکنان و همچنین بین سرمایه فکری و یادگیری سازمانی با عملکرد کارکنان نیز ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

محمدمدی و همکاران ۲۰۲۱ در تحقیقی به بررسی نقش و تأثیر به‌کارگیری ابزارهای فناوری ارتباطات و اطلاعات بر ارزیابی عملکرد سازمان‌های خدماتی پرداختند. نتایج نشان داد که همبستگی بین خدمات وب؛ اطلاعات کسب‌وکار هوشمند؛ و فناوری ارتباطات و اطلاعات بر روی مدیریت منابع انسانی سازمان‌های خدماتی وجود دارد.

تقی پور و همکاران ۲۰۲۱ در تحقیق به بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر چابکی با استفاده از روش فازی به انضمام مطالعه موردی پرداختند.

تقی پور و دیگران ۲۰۱۶ به بررسی تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر موانع به اشتراک‌گذاری دانش به انضمام مطالعه موردی پرداختند. نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه‌های مثبت و معنادار میان تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر موانع به اشتراک‌گذاری دانش در مدیریت دانش است.

هاشمی و همکاران ۲۰۲۳ در تحقیقی به تأثیر عوامل مدیریتی بر افزایش بهره‌وری کارکنان کم‌سابقه به انضمام مطالعه موردی پرداختند.

۷۰ □ فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات مدیریت آموزشی - سال چهاردهم، شماره چهارم، تابستان ۱۴۰۲

صفدرپور و همکاران ۲۰۲۳ در تحقیقی به بررسی تأثیر حمایت دولتی بر قابلیت ابتکار پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که حمایت دولتی با قابلیت ابتکار رابطه معنادار دارد.

تقی پور و همکاران ۲۰۱۵ در تحقیقی به تحلیل ریسک در مدیریت پروژه‌های عمرانی شهری از دیدگاه کارفرما و پیمانکار پرداختند.

محبوبی و همکاران ۲۰۲۰ در تحقیقی به ارزیابی عوامل خطر ارگونومیک با استفاده از تجزیه و تحلیل پوششی داده‌های ترکیبی و روش‌های مرسوم برای یک سازنده قطعات خودرو پرداختند.

تقی پور و آذریان ۲۰۲۰ در تحقیقی به بررسی تأثیر اجرای مدیریت کیفیت فراگیر بر روابط انسانی مورد مطالعه: آموزش و پرورش پرداختند. نتایج نشان داد که اختلاف معناداری بین اجرای TQM و روابط انسانی در سازمان آموزش و پرورش وجود دارد.

هدف پژوهش

پژوهش حاضر به منظور بررسی فرآیند ارتباطات شبکه‌های اجتماعی به منظور الگوسازی برنامه‌ریزی و مدیریت پوشش خبری بحران، انجام شد.

جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری، عبارت است از مجموعه‌ای از افراد، اشیاء و... واحد که حداقل در یک صفت مشترک باشند خاکی، ۱۳۸۳ جامعه آماری تحقیق روزنامه‌نگاران اصفهانی، فعالان سیاسی، فعالان شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر گوشی همراه، مسئولان سیاسی وقت اصفهان، مسئولان و مدیران وقت صداوسیما و به‌ویژه اساتید علوم ارتباطات اجتماعی و اساتید فن‌آوری اطلاعات بودند که با روش هدفمند - قضاوتی ۱۵ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. جهت برآزش مدل پژوهشی با توجه به اینکه الگوی موردنظر در رسانه‌ها می‌باشد ۷۰ نفر از کارکنان صداوسیما در رده‌های مدیریتی و سرپرستی به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند.

بررسی فرآیند ارتباطات شبکه‌های اجتماعی به‌منظور الگوسازی برنامه‌ریزی و مدیریت ... ۷۱ □

یافته‌های تحقیق

• یافته‌های توصیفی

جدول ۱- درصد فراوانی متغیرهای مستقل، اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه						
اطلاع‌رسانی	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
سرعت در انتقال اطلاعات صوتی و تصویری توسط اغتشاشگران	۹/۰	۹/۰	۶/۶	۴۰/۶	۵/۹	۴۰/۴
تعیین زمان و مکان تجمع اعتراضی از طریق شبکه‌های اجتماعی	۹/۰	۳/۸	۱۳/۲	۳۶/۸	۴۵/۳	۲۲/۴
فراهم نمودن زمینه تعامل اغتشاشگران با همدیگر	۹/۰	۹/۰	۱۹/۸	۳۶/۸	۴۱/۵	۱۷/۴
انجام تبلیغات سوء به‌منظور زمینه‌سازی برای شروع ناآرامی‌ها	.	۴/۸	۱۷/۹	۴۴/۳	۳۳/۰	۰۶/۴
معرفی کانال‌های ارتباطی جدید برای انتشار اخبار	.	۲/۸	۱۹/۸	۴۷/۲	۳۰/۲	۰۵/۴
اشاعه اطلاعات بحران در فرایندهای اطلاع‌رسانی	.	۱/۹	۳۰/۲	۴۷/۲	۲۰/۸	۸۷/۳
ارائه روش‌های اعتراضی جدید در قالب خبررسانی	۱/۹	۷/۵	۲۲/۶	۴۲/۵	۲۵/۵	۸۲/۳
تعدد و تنوع در اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی	۲/۸	۵/۷	۲۶/۴	۴۵/۳	۱۹/۸	۷/۳

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد مطابق نظر پاسخ‌دهندگان، سرعت در انتقال اطلاعات صوتی و تصویری تعیین زمان و مکان تجمع اعتراضی از طریق شبکه‌های اجتماعی و فراهم نمودن زمینه تعامل اغتشاشگران با همدیگر به ترتیب با میانگین ۴۰/۴، ۲۲/۴ و ۱۷/۴ بیشترین نقش را در اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در بحران‌های اجتماعی دارند و تعدد و تنوع در اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی با میانگین ۷۴/۳ کمترین نقش را به خود اختصاص داده است.

بحران اجتماعی	خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	میانگین
به خطر انداختن ارزش‌ها و هدف‌های نظام	۹/۰	۹/۰	۱۳/۲	۴۷/۲	۳۷/۷	۲۰/۴
ضعف نپرداختن به تعهدهای اجتماعی از سوی نهادها و مدیران	۰	۲/۸	۷/۵	۶۰/۴	۲۹/۲	۱۶/۴
ضعف تصمیم‌گیری مناسب در مقابله با حوادث بحران‌ساز	۰	۰	۱۸/۹	۵۶/۶	۲۴/۵	۰۶/۴
ضعف قابلیت پیشگیری از ایجاد بحران‌های اجتماعی	۹/۱	۹/۱	۱۵/۱	۵۲/۸	۲۸/۳	۰۴/۴
ضعف قابلیت پیش‌بینی فرماندهان	۰	۷/۵	۱۴/۲	۴۸/۱	۳۰/۲	۰۱/۴
ضعف شناخت آسیب‌های زمینه‌ساز ایجاد بحران اجتماعی	۹/۰	۴/۷	۱۵/۱	۵۴/۷	۲۴/۵	۹۷/۳
ضعف شناخت بحران‌های اجتماعی	۹/۰	۹/۱	۳۱/۱	۳۴/۹	۳۱/۱	۹۳/۳

این جدول نشان می‌دهد مطابق نظر پاسخ‌دهندگان، بیشترین تأثیرپذیری بحران‌های اجتماعی از اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه از طریق به خطر انداختن ارزش‌ها و هدف‌های نظام، ضعف نپرداختن به تعهدهای اجتماعی از سوی نهادها و مدیران و ضعف تصمیم‌گیری مناسب در مقابله با حوادث بحران‌ساز به ترتیب با میانگین ۲۰/۴، ۱۶/۴ و ۰۶/۴ بوده است. کمترین تأثیرپذیری بحران‌های اجتماعی مربوط به گویه ضعف شناخت بحران‌های اجتماعی با میانگین ۹۳/۳ است.

یافته‌های تحلیلی

به‌منظور تبیین و نیز بررسی نقش اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه به‌عنوان متغیر پیش‌بین در ایجاد بحران‌های اجتماعی به‌عنوان متغیر ملاک، داده‌های حاصل از تحقیق وارد معادله رگرسیون شد که نتیجه آن به ترتیب در جدول‌های زیر نشان داده می‌شود.

ضریب هم‌بستگی R	مجذور ضریب هم‌بستگی R Square	ضریب تعدیل شده	اشتباه استاندارد برآورد
۰.۴۳۶	۰.۱۹۰	۰.۱۸۳	۰.۴۲۲۳۱

نتیجه نشان می‌دهد که اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه با ایجاد بحران‌های اجتماعی ۶/۴۳ درصد ضریب هم‌بستگی دارد و به میزان ۱۹ درصد از واریانس ایجاد بحران‌های

بررسی فرآیند ارتباطات شبکه‌های اجتماعی به‌منظور الگوسازی برنامه‌ریزی و مدیریت ... ۷۳ □

اجتماعی را تبیین می‌کند. این بدان معناست که شبکه‌های اجتماعی ممکن است دسترسی به دیگران با افکار و دیدگاه‌های مختلف را امکان‌پذیر کند و حتی دیگرانی که شبیه به هم هستند را به هم پیوند دهد؛ اما این شبکه می‌تواند تهدیدی برای ارزش‌های فردی افراد نیز محسوب شود. همچنین بر این نکته تأکید دارد که نقش شبکه‌های اجتماعی را نمی‌توان در شکل‌دهی به افکار عمومی و در نتیجه تحول‌های سیاسی جهان نادیده گرفت.

جدول ۴ - تحلیل رگرسیون					
شاخص منبع	مجموع مجزورها	درجه آزادی	میانگین مجزورها	میزان F	سطح معناداری Sig
اثر رگرسیون	۴.۳۶۳	۱	۴.۳۶۳	۲۴.۴۶۴	۰.۰
اثر باقیمانده	۱۸.۵۴۸	۱۰۴	۰.۱۷۸		
جمع	۲۲.۹۱۱	۱۰۵	.		

در اطلاعات جدول مربوط به تحلیل واریانس مشاهده شده $F= ۲۴.۴۶۴$ و $df=۱$ ، که تأثیر اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در ایجاد بحران‌های اجتماعی معنادار است ($p < ۰/۰۵$).

بحث و نتیجه گیری

یکی از دستاوردهای مهم در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌های اجتماعی مجازی بر بستر تلفن همراه است که با سرعت در حال جایگزینی با شبکه‌های اجتماعی سنتی است و در سال‌های اخیر، با ارائه نسل‌های جدید تلفن‌ها و تبلت‌های هوشمند به بازار، شبکه‌های اجتماعی و نرم‌افزارهای اجتماعی وارد تلفن‌های همراه شدند و توانستند کاربران زیادی را جذب کنند.

این پژوهش باهدف بررسی فرآیند ارتباطات شبکه‌های اجتماعی به‌منظور الگوسازی برنامه‌ریزی و مدیریت پوشش خبری بحران انجام شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد سرعت در انتقال اطلاعات صوتی و تصویری، تعیین زمان و مکان تجمع اعتراضی از طریق شبکه‌های اجتماعی و فراهم نمودن زمینه تعامل با همدیگر بیشترین نقش را در اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه در بحران‌های اجتماعی دارند و بیشترین تأثیرپذیری بحران‌های اجتماعی از اطلاع‌رسانی شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تلفن همراه از طریق به خطر انداختن ارزش‌ها و هدف‌های نظام، ضعف پرداختن به تعهدهای اجتماعی از سوی نهادها و مدیران، ضعف تصمیم‌گیری مناسب در مقابله با حوادث بحران‌ساز است که با یافته‌های ابراهیمی فر و یعقوبی فر ۱۳۹۳ و زیبا صفت ۱۳۹۲ همخوانی و هماهنگی دارد.

منابع

- Abdi Hevelayi A, Safarian Hamedani S, Yusefi Saeed Abadi R, Taghipour M. Predicting entrepreneurial marketing through strategic planning including case study. *Educational Administration Research Quarterly* ۲۰۱۹; ۱۰۲: ۱۲۷-۱۴۲.
- Abdi Hevelayi.A; Safarian Hamedani.S; Yusefi Saeed Abadi.R; Taghipour.M. "the relationship between strategic planning with entrepreneurial marketing in the saderat bank of north tehran". *Journal of Process Engineering*. ۲۰۱۸, ۴۱۰:۳۴-۴۲.
- Taghipour D, Barzegar P, Mahboobi M, Mohammadi S. Investigating the relationship between competitive strategies and corporates performance case study: Parsian Banks of Tehran. *Management, International Technology and Science Publications ITS* ۲۰۲۰; ۳۴: ۱۳-۲۸. doi: ۱۰,۳۱۰۵۸/j.mana.۲۰۲۰,۳۴۰۰۲
- Taghipour D, Ganji F, Zolfagharijoo A, et al. The identification and prioritization of effective indices on optimal implementation of customer relationship management using TOPSIS, AHP methods case study: Pasargad bank. *Management, International Technology and Science Publications ITS* ۲۰۲۰; ۳۴: ۴۳-۶۰. doi: ۱۰,۳۱۰۵۸/j.mana.۲۰۲۰,۳۴۰۰۴
- Ghadamzan Jalali A, Habibi Machiani H, Taghipour M, Moshtaghi S. Explain the relationship between intellectual capital, organizational learning and employee performance of Parsian Bank Branches in Gilan province. *Educational Administration Research Quarterly* ۲۰۲۰; ۱۰۲: ۱۲۷-۱۴۲.
- Mohammadi S, Taghipour M, Mahboobi M. Investigating the role and impact of using ICT tools on evaluating the performance of service organizations. *Iranian Journal of Information Processing and Management* ۲۰۲۱; ۳۷(۱): ۱-۲۶. doi: ۱۰,۵۲۵۴۷/JIPM.۳۷,۱,۱
- Taghipour.M; Ghahari Ahangari.M; Roshanravan.S; Alidoost Salimi.F; Haghghi Azad.S. "studied Investigation of the Effect of Information Technology on Agility Using Fuzzy Method Including Case Study ". *Management, International Technology and Science Publications ITS*, ۲۰۲۱, Volume ۴, Issue ۲, ۴۱-۵۵.
- Taghipour M, Mahboobi M, Gharagozlou H. The impact of ICT on knowledge sharing obstacles in knowledge management process including case-study. *Iranian Journal of Information Processing and Management* ۲۰۱۶; ۳۱(۴): ۱۰۴۹-۱۰۷۴. doi: ۱۰,۳۵۰۵۰/JIPM.۱۰,۲۰۱۶,۰۰۳
- Hashemi N, Ohadi Digesarai D, Taghipour M. The effect of personal factors on increasing the productivity of low-level employees in the General

Welfare Department of Tehran Municipality. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Research* ۲۰۲۳; ۲۶: ۲۳۸-۲۴۱.

• Safdarpour S, Pourkhosravani P, Taghipour M. The effect of government support on innovation ability including a case study. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Research* ۲۰۲۳; ۲۶: ۲۳۳-۲۳۷.

• Taghipour M, Seraj F, Amir Hassani M, Farahani Kheirabad S. Risk analysis in the management of urban construction projects from the perspective of the employer and the contractor. *International Journal of Organization Leadership* ۲۰۱۵; ۴۴: ۳۵۶-۳۷۳. doi: ۱۰.۳۳۸۴۴/ijol.۲۰۱۵.۶۰۲۸۴

• Mahboobi M, Taghipour M, Azadeh MA. Assessing ergonomic risk factors using combined data envelopment analysis and conventional methods for an auto parts manufacturer. *Work* ۲۰۲۰; ۶۷(۱): ۱۱۳-۱۲۸. doi: ۱۰.۳۲۳۳/WOR-۲۰۲۰۵۷

• Azarian R, Taghipour D. The impact of implementing inclusive quality management on organizational trust case study: Educatin. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science Studies JMESS* ۲۰۲۰; ۶۷: ۳۳۷۶-۳۳۸۳.