راهبردهای مدیریت بحران رسانه‌ها در حوادث طبیعی و غیرطبیعی

بهناز رهبر مهرپو
دانشجوی کارشناسی‌ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه علامه طباطبایی
maryammehrpo@gmail.com

چکیده

بحران‌های طبیعی وغیرطبیعی همواره جوامع بشری را تهدید می‌کنند. ایران کشوری است که در آن اغلب بحران‌ها بخصوص بحران‌های طبیعی سابقه دارد. گزارش‌های رسانه‌ای نشان می‌دهد که به‌طور معمول هر ده سال یک‌بار زمین‌لرزه‌هایی بزرگ با بزرگی (شدت ـ قدرت) بیش از هفت درجه در مقیاس امواج درونی زمین (ریشتر) در ایران زمین رخ داده است. بحران‌های ناشی از رفتارهای طبیعت در ایران مانند طوفان، سیل، رانش زمین و.. نیز کم نیست. با توجه به اهمیت رسانه‌ها در پوشش خبری بحران‌ها، سؤال اصلی این تحقیق آن است که هنگام بروز بحران، رسانه‌ها در جامعه چگونه باید بحران را مدیریت کنند؟ تا به جای ایفای نقش منفی و افزایش بحران، نقشی مثبت را بر عهده گیرند؟ روش این تحقیق کتابخانه‌ای بوده است و برای تکمیل پاسخ‌ها به مصاحبه با خبرنگاران با تجربه نیز پرداخته‌ایم.

مهم‌ترین یافته‌های تحقیق راهبردهای رسانه‌ها برای مدیریت بحران و کاهش آن را در رعایت نکات زیر می‌داند: عدم تحریف حقایق و اغراق در گستردگی اثرات حادثه، رساندن هشدارهای مربوط به احتمال وقوع گردبادها، طوفان‌ها، سیل‌ها و آتشفشان‌ها به گوش مردم و کم‌رنگ شدن خصومت با دولت.

کلمات کلیدی

مدیریت بحران،راهبرد رسانه‌ای، بحران طبیعی وغیرطبیعی، تحریف حقایق، هشدارها، خصومت با دولت.

طرح مسئله

ایران کشوری است که در آن اغلب بحران‌ها بخصوص بحران‌های طبیعی سابقه دارد. گزارش‌های رسانه‌ای نشان می‌دهد که به‌طور معمول هر ده سال یک‌بار زمین‌لرزه‌هایی بزرگ با بزرگی (شدت ـ قدرت) بیش از هفت درجه در مقیاس امواج درونی زمین (ریشتر) در ایران زمین رخ داده است. بحران‌های ناشی از رفتارهای طبیعت در ایران مانند طوفان، سیل، رانش زمین و... نیز کم نیست.

دو زمین‌لرزه بزرگ رودبار گیلان در خردادماه سال ۱۳۶۸ و بم در دی‌ماه سال ۱۳۸۲ تجربه‌های ارزشمندی را می‌توانست برای مدیریت کشور از جهت خبری و اطلاع‌رسانی در پی داشته باشد، اما واقعیت این است که گفت‌وگوهای انجام گرفته با سردبیران و مدیران ارشد رسانه‌ای تأیید این مدعاست که متأسفانه در هر دو حادثه آن‌گونه که شایسته و لازم بوده است، امور در عرصه خبری مدیریت نشده و امور همچنان از طریق آزمون و خطا پیش رفته است. شاید عمده دلیل این امر بها ندادن به نیروهای باتجربه‌ای بوده است که در رسانه‌های اصلی مدیریت کار را می‌توانست بر عهده بگیرد و یک دلیل دیگر آن نیز، عدم تربیت نیرو برای رسانه‌ها در دانشکده‌ها و مراکز آموزش‌عالی برای مدیریت امور خبری در بحران‌هاست.

بروز بحران یا همان حادثه ناگهانی که تغییر عظیمی به یکباره در یک وضعیت صورت می‌دهد از نگاه رسانه‌ها دور نخواهد بود. امروزه رسانه‌های جمعی با توجه به نفوذ و گسترش بی‌سابقه خود در جوامع و در تمامی ابعاد حیات بشری، به جزء جدایی‌ناپذیر بحران‌ها تبدیل شده‌اند.

مسئله اساسی این پژوهش بررسی این مهم است که رسانه‌های ایرانی آیا استراتژی‌های لازم مدیریتی را برای برخورد با بحران دارند؟ اگر دارند! چگونه است که در اغلب موارد در رویارویی با بحران‌ها، به موضع پدافندی ـ انفعالی می‌افتند و اگر ندارند مشکل اصلی کجاست و برای حل آن چکار باید کرد و سهم هر مورد در مسئله چقدر است؟

۱. هدف تحقیق

یافتن پیشنهادها و راه‌حل‌هایی برای مدیریت رسانه‌ها در مواجهه با بحران‌های طبیعی و ارائه الگوهای مناسب مدیریت خبر در شرایط بحران.

۲. سؤالات تحقیق

سؤال اصلی: در این موضوع آن است که به هنگام بروز بحران رسانه‌ها در جامعه چگونه باید عمل کنند؟ سؤالات فرعی:

- شرکت‌دادن رسانه‌ها در برنامه‌ریزی‌های مقابله با بحران چه اهمیتی دارد؟
- برای بهبود عملکرد رسانه‌ها در حوادث غیرمترقبه چه باید کرد؟
- رسانه‌های محلی و غیرمحلی چه نقشی در مدیریت بحران‌ها دارند؟
- آیا حضور افراد رسانه‌های جمعی در محل حادثه، باعث تداخل فیزیکی در کار نجات و امدادرسانی می‌شود؟
- کم‌رنگ شدن خصومت رسانه‌ها با دولت چه نقشی در کاهش بحران دارد؟
- نقش منفی رسانه‌ها در حوادث غیرمترقبه چیست ؟
- نقش مثبت رسانه‌ها در حوادث غیرمترقبه چیست ؟

۳. روش تحقیق

در این پژوهش به کمک روش اسنادی، مطالعه در زمینه تاریخ حوادث صورت گرفته است و چون این شیوه به تنهایی پاسخگوی سؤالات پژوهش نبوده است از مصاحبه‌ها و گفت‌وگوهای مقطعی با ۱۲ کارشناس حوزه خبرنگاری بحران در ایران، برای یافتن پاسخ کامل‌تر به سؤالات بهره برده شده است.

۴. جامعه آماری

جامعه آماری در این تحقیق، مطالب خبری سازمان خبرگزاری جمهوری اسلامی «ایرنا»،

اداره کل حوادث غیرمترقبه وزارت کشور، سازمان پدافند غیرعامل، دفتر اطلاعات و اخبار سازمان ملل متحد در تهران و برخی نشریه‌ها و روزنامه‌ها و نیز یافته‌هایی است که در شبکه اینترنت در دسترس قرار داشت. از آن‌جا که در این پژوهش از روش تمام‌شماری استفاده شد، درنهایت ۳۰۰ مطلب خبری انتخاب شدند که دارای ارزش‌های لازم بود.

۵. واحد تحقیق

از آن‌جایی که هدف این تحقیق، بررسی استراتژی‌های مدیریتی در بحران‌ها بخصوص بحران‌های طبیعی است، تمامی مطالب مرتبط با موضوع در منابع پیش گفته مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

۶. روایی (اعتبار)۲ و پایایی تحقیق

ـ روایی (اعتبار) تحقیق: برای تحقیق در این زمینه باید از روش‌هایی مانند اسنادی برای مطالعه در تاریخ حوادث استفاده می‌شد. زیرا «زمانی که موضوع مطالعه با عصر ما فاصله تاریخی داشته باشد، مطالعه از نوع مطالعات تاریخی خواهد بود.» (ساروخانی ۱:۱۳۸۸)
از این حیث پژوهش حاضر یک جنبه تاریخی دارد. به علت تاریخی‌بودن پژوهش، روش‌شناسی آن در حوزه روش‌های اسنادی (کتابخانه‌ای) قرار می‌گیرد. چراکه عمده ابزار در این‌گونه مطالعات، استناد به منابع و اطلاعات است. همان‌گونه که دکتر باقر ساروخانی عضو هیأت علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران نیز ذکر می‌کند، روش اسنادی مهم‌ترین و عمده‌ترین روش تحقیقی در مطالعات تاریخی است. (همان)
در بسیاری از تحقیقات، به همان اندازه که به تهیه داده‌های کاملاً جدید توجه می‌شود، به گردآوری و تحلیل اطلاعات از کارهای دیگران نیز ابراز علاقه می‌شود. «یکی از انواع فرعی پژوهش اسنادی عبارت است از تحلیل مجدد مجموعه‌ای از داده‌ها و نتایج تحقیقات گزارش شده توسط نویسندگان دیگر، حکومت‌ها و سازمان‌های دیگر، به‌طور منظم آمار رسمی درباره انبوهی از پدیده‌های اجتماعی منتشر می‌کنند ... پژوهشگران می‌توانند داده‌های برگرفته از این گونه آمارها را مورد استفاده قرار داده یا دوباره تحلیل کنند و آن اطلاعات را برای کمک به حل مسئله پژوهشی معین به کار برند.» (گیدنز ۷۲۷:۱۳۷۸) در این روش منابع اصلی مورد استفاده، کتاب‌ها و مدارکی است که از دوره‌های گذشته به جای مانده است.
موضوع پژوهش حاضر به جهت اهمیت ابعادی آن بایستی از زمینه‌های دیگر نیز مورد تحقیق و کندوکاو قرار می‌گرفت که اصلی‌ترین آن‌ها مصاحبه‌های عمقی (مطالعه میدانی) است.
در پژوهش حاضر از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی (مصاحبه) استفاده شده است.
تحقیق در موضوع مورد بررسی بدون دریافت نظرهای صاحبنظران و صاحبان تجربه که هر یک حکم سندی دارند، تکمیل نبود، از این‌رو ۱۲ تن از آن‌ها با گرایش‌های فکری مختلف و سابقه کاری متفاوت با حداقل ۱۰ سال کار رسانه‌ای برای گفت‌وگو و دریافت نظرهای انتخاب شدند.

۷. ادبیات نظری تحقیق

در منابع از بحران و شرایط و انواع آن تعریف‌های مختلفی داده شده ولی مخرج مشترک همه آن‌ها قرارگرفتن در شرایط خاص و ویژه و عمدتاً ناگهانی تعریف شده است که برای برون‌رفت از آن باید استراتژی لازم مبتنی بر تاکتیک‌های دقیق و حساب شده داشت. در جمع‌بندی تعریف‌های ارائه شده از بحران و اشکال آن می‌توانیم به یافته‌های زیر برسیم:
الف ـ بحران چیست و چه فرایندی دارد؟
تعریف‌های گوناگون ولی مشابه از نویسندگان مختلف ارائه شده است. یک تعریف ساده برای بحران، کمبود منابع در هنگام نیاز است. اما در یک تعریف جامع و کلی‌تر بحران شرایطی است که در آن حوادث ناگهانی مانند

زلزلـه، سـیل، آتش‌سـوزی ناشـی از رعدوبـرق شـدید یـا دیگر عوامـل، تخریب محیط زیسـت و همچنیـن مشـکلات ناشـی از عملکردهـای انسـانی و سـازمانی ماننـد ورشکسـتگی یـک شـرکت و... بـه صـورت غیرقابـل کنتـرل پیش آمـده و زندگـی بشـر را تهدیـد می‌کننـد. کـه بـرای ایـن بحران‌هـا بایسـتی اقداماتـی فـوری و اضطـراری انجـام داد. بحران‌هـا متنـوع بـوده و اغلب آن‌ها تکرارشـونده هسـتند. و مشـکلات و خسـارات ناشـی از آن‌ها متفاوت‌انـد. تغییری ناگهانـی، شـدیدتر از حالت عـادی و غافلگیری تهدیدآمیـز، ازجملـه معیارهـای تعریـف بحران هستند .

از نظـر عملیاتـی نیـز بحـران را می‌تـوان بـه صـورت یک سیسـتم، تجزیه و تحلیـل کرد که در آن دو سـری عوامـل مختلف یکـی محیط و سـاختار سیسـتم و دیگـری عواملی کـه موجد بحـران هسـتند، وجـود دارد. تعییـن این‌کـه کـدام یـک از عوامـل و عناصـر تشـکیل‌دهنده سیسـتم در مقابـل بحـران آسـیب‌پذیری و تأثیرپذیـری بیشـتری دارد، یکـی از وظایـف اولیـه تحقیـق و پژوهش مدیریت بحران اسـت. تعییـن آسـیب‌پذیرترین بخـش سیسـتم در عمـل بـه بخشـی از سیسـتم برمی‌گـردد کـه بالاتریـن رسـیدگی را نیـاز دارد. (ذوالفقـاری اصلـی، ۱۳۷۳: ۱۲)

در پزشـکی وضعیـت بحران بـه وضعیتی اطلاق می‌شـود کـه ارگانیسـم دچـار بی‌نظمـی شـده و بـه خطـر افتـاده اسـت. بحـران را می‌تـوان شـرایط غیرعـادی دانسـت که در آن مشـکلات ناگهانـی و پیش‌بینی‌ناپذیـر پدیـد می‌آیـد نظیـر آتش‌سـوزی، اغتشـاش، زلزلـه، شـورش، ورشکسـتگی، اعتصـاب... و سـایر مـواردی کـه بـه تصمیم‌گیـری فـوری نیـاز دارد و در چنیـن شـرایطی، ضوابط، هنجارهـا و قوانیـن مرسوم دیگـر کارسـاز نیسـت. (Li,2007: 5)

امـروزه با پیچیده‌شـدن محیط و پویایی سـریع آن، هرلحظـه امـکان بـروز یـک بحـران بـرای سـازمان وجـود دارد. در یـک موقعیـت بحرانی، فرهنـگ سـازمان تغییـر یافته و به سـمت یک فرهنـگ خـلاق و متغیـر گرایش پیـدا می‌کند. ایـن امـر خـود باعـث ایجـاد فرصت‌هایی جهت حفـظ و تـداوم حیات سـازمان می‌شـود.

شـناخت دو رویکـرد سیسـتمی و رویکـرد تصمیم‌گیـری در تعریـف بحـران مقـدم بـر بررسـی تعریف‌هاسـت: بـا شـناخت ایـن دو رویکـرد می‌تـوان هـر تعریـف را در جـای خود قـرار داده و مناسـب‌تر آن را فهمیـد.

نقـاط مشـترک واکنش‌هایـی کـه در ابتدای هر بحـران از طـرف افراد بـروز می‌کند:

۱. نیاز به تصمیم‌گیری بدیع دارند.

۲. عـدم واکنش سـریع معمـولاً پیامد نامطلوب دارد.

۳. راه‌حل‌ها محدود هستند.

۴. زمان به نفع تصمیم‌گیران نیست.

۵. تصمیمات غلط، عواقب وخیم دارند.

۶. شـدت گرفتن غیرمنتظـره رویدادها وضعیت بحرانـی را تشـدید می‌کنـد. (Defleu,1991: 22)

ب ـ انوع بحران

بحران‌هـا انـواع مختلفـی دارند، از نظـر اهمیت بحران‌هایـی هسـتند کـه بـر اثـر عوامـل غیرطبیعـی ایجـاد می‌شـوند کـه خود بـه انواع مختلفـی تقسـیم‌بندی می‌شـوند.

الـف ـ بحران‌هـای اجتماعـی و فرهنگـی مثـل مهاجرت‌هـای بی‌رویـه، آشـوب‌های اجتماعـی، خشـونت در محیـط کار، اعتیـاد و فسـاد مالی؛

ب ـ بحران‌هـای اقتصـادی، مالـی کـه در اثـر اختـلال در نظام‌هـای مالـی، کاهـش ارزش پـول، کاهـش ارزش سـهام در بـورس، اختـلال و ورشکسـتگی، عـدم تحقـق درآمدهـا، افزایش غیرمترقبـه هزینه‌هـا و... به‌وجـود می‌آیـد؛

ج ـ بحران‌هـای امنیتـی مثـل خرابـکاری، بمب‌گـذاری، آدم‌ربایـی، گروگانگیـری، قاچـاق موادمخـدر، جاسوسـی و تروریسـم اسـت؛

د ـ بحران‌هـای اطلاعاتـی: بحران‌هایی هسـتند کـه در اثـر اختـلال در طراحـی، تجهیـزات و کارکـرد نظام‌هـای حفاظتـی، اطلاعاتـی، امنیتـی و رایانـه‌ای در سـازمان‌ها و جوامـع رخ می‌دهـد و موجـب آشـفتگی می‌شـود از قبیـل تقلـب و دسترسـی غیرمجـاز، اسـتراق سـمع در خطـوط مخابراتـی و اطلاعاتـی، افشـای

غیرمجاز اطلاعات، ناکارآمدی سخت‌افزارها و نرم‌افزارها، مفقودشدن داده‌ها و عدم تبادل و انتقال اطلاعات؛

ه ـ بحران‌های زیست محیطی مثل آلودگی هوا، انفجارهای هسته‌ای، از بین رفتن منابع طبیعی، از بین رفتن دریاچه‌ها و آلوده‌سازی منابع حیاتی؛

و ـ بحران‌های انسانی که در اثر اختلال در کارکرد منابع انسانی رخ می‌دهد و موجب آشفتگی اساسی می‌شود. (حسینی، ۱۳۸۵: ۱۲۰)

ج ـ جو حاکم در شرایط بحرانی

بررسی بحران‌های گذشته نشان می‌دهد، افراد در این‌گونه موارد دچار سردرگمی می‌شوند، ساده‌ترین و در عین حال اساسی‌ترین اشتباهات در لحظات بحرانی رخ می‌دهد، معمولاً سخن و عملکرد مسئولان خلاف جهت منافع خود و سازمان آن‌هاست، دستپاچگی و عکس‌العمل‌های غیرمنطقی در چنین شرایطی بسیار دیده می‌شود، جلوگیری از ازدحام خبرنگاران کنجکاو، حفظ اعتبار، کاهش عوارض و بازتاب‌های منفی آن بر آینده و افکار عمومی مسائلی هستند که گاه از کنترل خود بحران برای مسئولان مشکل‌تر می‌شود. تضادی که بین کنترل بحران و تسلط بر شایعات و اعصاب ایجاد می‌شود، دقیقاً نمایانگر عدم آمادگی است. تعجب و غافلگیری اولین عامل مخرب در بحران‌هاست. در حقیقت دوباره به‌دست گرفتن اوضاع یا شکست در همان ساعات اول مشخص می‌شود.

برای نمونه، در بحبوحه بحرانی که سال ۱۹۸۶ هنگام انفجار شاتل فضایی «چلنجر» برای ناسا (سازمان فضانوردی آمریکا) پیش آمد، واکنش اولیه ناسا به‌خوبی نشان داد زمانی که افراد ناگهان با بحران مواجه می‌شوند، چه اشتباهاتی ممکن است از آن‌ها سر بزند. ناباوری مسئولان ناسا که ناشی از عدم پیش‌بینی این سانحه بسیار محتمل بود، مانع از آن شد که مقامات ناسا واکنش بهینه‌ای از خود نشان دهند و در پی آن سوء مدیریت در توضیح دلایل وقوع سانحه و مقصر دانستن افراد و بخش‌های مختلف، اعتبار این سازمان را نزد مردم به‌شدت تحت‌تأثیر قرار داد. (ساندرز، ۱۳۸۰: ۳۳) واضح است که واکنش‌ها و نحوه تصمیم‌گیری افراد به هنگام بحران به چگونگی برداشت آن‌ها از اوضاع وابسته است. طبیعی است که هرچه برداشت از وضع پیش آمده جدی‌تر باشد و خطر بیشتری برای منافع خود و سازمان احساس کنند، به همان میزان وضع را بحرانی می‌کنند.

د ـ مدیریت بحران می‌تواند شامل مراحل زیر شود:

پیشگیری: انجام اقداماتی که از وقوع حوادث جلوگیری کرده یا خطرات ناشی از آن‌ها را کاهش می‌دهد.

برنامه‌ریزی: برای یک برنامه‌ریزی مؤثر در مدیریت بحران باید قبل از وقوع حادثه تمام اطلاعات لازم را جهت شناخت بحران و راه‌های برطرف‌ساختن آن از طریق مطالعه و تحقیق جمع‌آوری کرده و از مشاوران و کارشناسان خبره مدیریت بحران کمک بگیریم. همچنین تدارکات و تسهیلات مالی لازم جهت رفع بحران را پیشاپیش فراهم کنیم .

مقابله: شامل اقداماتی است که بعد از وقوع بحران توسط تیم آموزش دیده سازمان‌ها با هدف نجات جان و مال انسان‌ها و کاهش خسارات وارده به مناطق آسیب‌دیده انجام می‌شود. عملیات مقابله شامل هشدار، جست‌وجو، نجات و امداد، بهداشت و درمان، تأمین امنیت، ارتباطات، ترابری، مهار آتش، کنترل عوامل خطرناک، سوخت‌رسانی و سایر خدمات اضطراری ذی‌ربط است. (Booth,1993: 85)

بازسازی: بعد از مقابله با بحران به بازسازی مناطق آسیب دیده و بازتوانی افراد آسیب دیده می‌رسیم. در مرحله‌ی بازسازی علاوه بر اینکه باید شرایط را از لحاظ فیزیکی به وضعیت نرمال بازگردانیم لازم است ویژگی‌هایی مانند: توسعه‌ی پایدار، ضوابط

ایمنی، مسائل فرهنگی، هنری و تاریخچه‌ی اجتماعی منطقه‌ی آسیب دیده را نیز در نظر داشته باشیم .
علت‌یابی: بعد از برطرف ساختن بحران باید دلیل اصلی و ریشه بحران را یافته و احتمال وقوع دوباره آن را در آینده تخمین بزنیم و همچنین خطمشی‌های جدیدی را جهت مقابله مؤثرتر با بحران و پیشگیری از خسارت‌های جبران‌ناپذیر ناشی از حوادث غیرمترقبه اتخاذ کنیم. (حسین‌پور، ۱۳۸۶: ۲۰)

۸. یافته‌ها

رسانه‌ها به‌طورطبیعی به سوی حوادث غیرمترقبه، چه کوچک و چه بزرگ، کشیده می‌شوند. اهمیت خبری چنین رویدادهایی همه دست‌اندرکاران رسانه‌ها را از رادیو و تلویزیون گرفته تا مطبوعات، از فیلمبردار و گزارشگر گرفته تا عکاسان خبری، به سبقت جستن از یکدیگر می‌کشاند؛ هر کس می‌خواهد پیش از دیگران به محل حادثه برسد.
۴-۱. رسانه‌ها در بحران (بلاهای طبیعی و غیرطبیعی رویدادهای رسانه‌ای هستند):
بنابراین مؤسسات امدادرسان و گروه‌های نجات با علم به این‌که برخی مداخلات رسانه‌ها ممکن است ناخوشایند و دست‌وپاگیر باشد، باید با آن‌ها کار کنند، نه این‌که مقابل آن‌ها بایستند. اکنون در جهانی با اخبار بیست‌وچهار ساعته زندگی می‌کنیم، بنابراین هیچ رویدادی، ماجرای کوچکی به حساب نمی‌آید. دست‌اندرکاران برخورد با حوادث غیرمترقبه باید انتظار داشته باشند که هنگام بروز بلاهای طبیعی و غیرطبیعی بی‌تردید رسانه‌های محلی و ملی برای اقدام به پوشش خبری به محل حادثه سرازیر خواهند شد. کار گزارشگر این است که رک و سمج باشد؛ مدیران بحران و وضعیت‌های اضطراری و دست‌اندرکاران برخورد با حوادث غیرمترقبه، نباید این رفتار را توهینی به شخص خود تلقی کنند». درواقع، بلاهای طبیعی و غیرطبیعی منبع سرشار خبری هستند. طبق مطالعات «گانز»۳ تخمین زده می‌شود که ۲۵ درصد گزارش‌های خبری مربوط به بلاهای طبیعی، حوادث غیرمترقبه ناشی از فناوری، یا ناآرامی‌های مدنی است. چرا چنین است؟ یکی از دلایلی که برای این امر مطرح می‌شود این است که گزارش‌های خبری رسانه‌ها در نفس خودِ یک فعالیت سرگرم‌کننده است. معمولاً، گزارش‌های خبری را «ماجرا»، «حادثه» یا «داستان» می‌نامند و گزارشگران تشویق می‌شوند رویدادهایی را بیابند که دارای همان ویژگی‌هایی باشد که یک داستان یا قصه خوب داراست: درام، درگیری، مشکلات، راه‌حل‌ها، فرازوفرودهای تکان‌دهنده. حوادث طبیعی و غیرطبیعی همه این ویژگی‌ها را فراهم می‌کند؛ بخصوص برای تلویزیون مزیت مضاعفی نیز دارد و آن جلب‌توجه خیره‌کننده مخاطبان است.
«از دیدگاه روزنامه‌نگارانه، بلاهای طبیعی و غیرطبیعی واجد همه اجزا یک رویداد رسانه‌ای کامل هستند (بخصوص برای رسانه‌های الکترونیکی). این رویدادها، کوتاه، چشمگیر، غالباً رازگونه، پرتحرک، و تصویرگر رنج‌ها و شجاعت‌های بشری هستند».
یک دلیل دیگر برای توضیح این‌که چرا حوادث غیرمترقبه تا این اندازه توجه رسانه‌ها را به خود جلب می‌کند این است که این وقایع را معمولاً به راحتی می‌توان پوشش داد.
الف ـ نقش مثبت رسانه‌ها در حوادث غیرمترقبه
مقامات رسمی معمولاً رسانه‌های جمعی را نکوهش می‌کنند. بسیاری از آن‌ها بر این باورند که اگر رسانه‌ها جلوی دست‌وپایشان را نگیرند و «مزاحم نشوند» و از کارهای آن‌ها انتقاد نکنند و تصمیمات‌شان را زیر سؤال نبرند، در فضایی آرام‌تر، وظایف خود را در قبال فاجعه و مصیبتی که رخ داده بهتر انجام می‌دهند. اما برخلاف چنین باوری،

نبود رسانه‌ها به هنگام بروز بلاهای طبیعی و غیرطبیعی می‌تواند دشواری‌های بزرگی به‌وجود آورد.

ب ـ رسانه‌ها؛ منبع اطلاعاتی قابل اعتماد مردم

رسانه‌های جمعی، و بخصوص رسانه‌های الکترونیکی (شبکه‌های خصوصی رادیویی و تلویزیونی) مهم‌ترین منبعی هستند که مردم از طریق آنها اطلاعات مربوط به حوادث غیرمترقبه را به دست می‌آورند. (ونگر،آ، ۶۲: ۱۹۸۵) به‌طور مثال، اهمیت رسانه‌های خبری بخش خصوصی، به عنوان یک سیستم ارتباطات جمعی در ایالات متحده، به خوبی در نقل‌قول زیر نمایان است:

تمام ساختار دولتی ایالات متحده ـ وزارت دفاع، اف‌ای‌ام‌آ، ناسا، همه فرمانداری‌های و دولت‌های فدرال ـ همگی دارای سیستم‌های ارتباطاتی پیچیده هستند که چندین میلیارد دلار خرج برمی‌دارد؛ این سیستم‌ها مایه رشک همه جهانیان است. اما این سیستم جادویی الکترونیکی قادر نیست از آستانه در خانه مردم پا به درون بگذارد، یا وارد محدوده اتومبیل‌های آن‌ها شود و با شهروندان به‌طور مستقیم ارتباط بگیرد. برای برقراری پیوندی عمیق و سریع با عموم مردم، مدیران وضعیت‌های اضطراری کاملا به رسانه‌های خبری بخش خصوصی وابسته هستند.»

ایجاد یک رابطه کاری معقول، کارا و سازنده میان مدیران بحران و رسانه‌های خبری در هنگام بروز حوادث غیرمترقبه باید جزو اولویت‌های اساسی جامعه مدیران وضعیت‌های اضطراری قرار گیرد. مسئولیت بنیادین همه دولت‌ها تضمین امنیت و رفاه شهروندان‌شان است. این وظیفه را در خلأ اطلاعاتی نمی‌توان بجا آورد. شهروندان باید بدانند در چه صورتی و چه موقعی در خطر قرار دارند و در چه صورتی و در چه موقعی خطر از سرشان گذشته است. افزون بر این، شهروندان حق دارند از سرنوشت همسایگان خود با خبر شوند». (هولتون ۱۹۸۵:۶)

ج ـ هشدارهای رسانه‌ها

رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش‌های مهمی ایفا کنند که به کاستن از اثرات حوادث غیرمترقبه کمک می‌کند. (کمیته حوادث غیرمترقبه ۱۹۸۰:۷) این رسانه‌ها هشدارهای مربوط به احتمال وقوع گردبادها، طوفان‌ها، سیل‌ها، و آتشفشان‌ها را می‌توانند به گوش مردم برسانند.

مردم بیش از هر جای دیگری از طریق شبکه‌های خصوصی رادیویی و تلویزیونی هشدارهای اولیه راجع‌به احتمال وقوع یک بلای طبیعی یا غیرطبیعی را دریافت می‌کنند. حتی وقتی که هشدارهای اولیه از منابع دیگری مثلاً از آژیرها اعلام می‌شود، مردم برای اطلاعات بیشتر به سراغ رسانه‌ها می‌روند. درواقع مردم معمولاً در ابتدا به هشدارهای آژیرها با بی‌اعتمادی واکنش نشان می‌دهند تا این‌که تأییدیه‌ای مبنی بر صحت آن به دست بیاورند. وقتی پیام‌های هشدارآمیز رسانه‌ها به‌طور روشن، مداوم و به نقل از منابع معتبر باشد، می‌تواند در برانگیختن فعالیت‌های حفاظتی مقتضی بسیار مؤثر باشد. گاهی، رسانه‌ها بدون آن‌که منتظر درخواست‌های رسمی شوند، خود اقدام به هشداردهی می‌کنند. به عنوان نمونه هنگامی که گردبادی در سال ۱۹۹۶ شهرکی در کانزاس آمریکا را درنوردید، یک شبکه رادیوی محلی همگان را از خطر قریب‌الوقوع آگاه ساخت. این شبکه رادیویی دارای یک برنامه ویژه هشداردهی برای وضعیت‌های جوی خطرناک بود. در این برنامه واحدهای سیار رادیویی، به‌طور مداوم شرایط جوی را زیر نظر داشتند و در صورت مشاهده گردوغبارهای قیفی شکل گزارش‌های زنده از محل حادثه ارسال می‌کردند. سیستم هشداردهنده ایستگاه رادیویی نه تنها پیش از به گوش رسیدن سیستم هشدار دولتی به گوش رسید بلکه

۳۰ دقیقه پیش از هشدارهای تله‌تایپ رسمی هیأت رسمی هواشناسی ارائه گردید.

د ـ نقش منفی رسانه‌ها در حوادث غیر متر قبه

مدیران وضعیت‌های اضطراری گاهی از فعالیت‌های رسانه‌های جمعی در هنگام حوادث غیرمترقبه ابراز نارضایتی و شگفتی می‌کنند آن‌ها احساس می‌کنند که رسانه‌های جمعی کارهایی را که آن‌ها بر عهده دارند پیچیده می‌کنند و تأمین نیازهای این رسانه‌ها باعث می‌شود که توجه مدیران بحران از مسائل مبرم‌تر و اضطراری‌تر نظیر رسیدگی به مجروحان، عملیات جست‌وجو و نجات و تخلیه‌کردن منطقه، منحرف شود. این مسئله بخصوص هنگامی رنجبارتر می‌شود که همه کارها باید زیر نگاه‌های موشکاف مطبوعات بین‌المللی صورت پذیرد. (کیلیجانک ۷۲: ۱۹۸۱)

ه ـ تحریف حقایق

جنبه سرگرم‌کنندگی اخبار، باعث می‌شود که کانون توجه رسانه‌ها روی عناصر دراماتیک و ویژگی‌های منحصربه‌فرد حوادث غیرمترقبه متمرکز شود و در گزارشگری رویدادهای غیرمترقبه، اصول گزارشگری رویدادهای نوعی و نمونه‌ای زیر پا گذاشته شود.

برخی معتقدند که درواقع به همین خاطر است که افسانه‌ها و اسطورهای رایج در مورد حوادث غیرمترقبه، ماندگار شده است. افزون بر این، گرایش به بزرگ‌نمایی مشکلات نیز منجر به ارائه تصاویر اغراق‌آمیزی از بزرگی مصیبت می‌شود.

معمولاً در گزارش‌های رسانه‌ها عبارت‌های ملایم‌کننده‌ای برای اطلاعات نادقیق دیده نمی‌شود... به نظر نمی‌رسد که گزارشگران قصد داشته باشند این واقعیت را بپذیرند که حوادث غیرمترقبه پُر از ابهام است و تا مدت‌ها به دقت معلوم نیست که چه اتفاقی روی داده است. رسانه‌ها اصرار دارند که دقیق باشند، و در این فرایند، کورکورانه به دام عدم‌صحت می‌افتند. (کرپس، ۶۶: ۱۹۸۰)

«مارتا مور»، از اعضای تحریریه روزنامه «یواس‌آ تودی» که تخصص او پوشش‌دادن حوادث غیرمترقبه است، با تأکید بر تفاوت رویکرد جامعه مدیران و پژوهشگران حوادث غیرمترقبه با رویکرد رسانه‌ها می‌گوید:

مدیران وضعیت‌های اضطراری و پژوهشگران مخاطرات طبیعی و غیرطبیعی بیشتر به احتمالات می‌اندیشند و رسانه‌ها بیشتر به دنبال یافتن اطلاعات قطعی و مسلم هستند. گروه اول دنبال داده‌ها و اطلاعات هستند و گروه دوم به دنبال خبر. آن‌ها به بحث پیرامون اعداد و ارقام حادثه علاقه‌مندند و این‌ها به درام انسانی حادثه (بیست‌وهشتمین کارگاه سالانه پژوهش و کاربردها در زمینه مخاطرات طبیعی و غیرطبیعی، ژوئیه ۲۰۰۳).

و ـ اغراق در گستردگی اثرات حادثه

یکی از بحث‌های رایج میان پژوهشگران حوادث غیرمترقبه، شیفتگی رسانه‌ها به برجسته‌کردن‌های دراماتیک و مبالغه کردن در میزان خرابی‌های ناشی از حوادث است. به این حالت «سندروم درسدن» می‌گویند (رسانه‌های جمعی هر جای طوفان‌زده‌ای را به شهر درسدن آلمان که در جنگ جهانی دوم بمباران شد تشبیه می‌کنند). کانون توجه عکس‌ها و فیلم‌های خبری روی ساختمان یا تأسیسات ویران شده است؛ نه روی دیگر ساختمان‌ها و تأسیسات خراب‌نشده اطراف آن. مخاطبان معمولاً به گونه‌ای هدایت می‌شوند که این تصور در ذهن آن‌ها شکل می‌گیرد که کل منطقه، به دلیل شدت و وسعت فاجعه زیر خروارها خاک مدفون شده است؛ حال آن‌که ممکن است تنها چند ساختمان یا مجتمع ساختمانی ویران شده باشد. به عنوان نمونه، در زلزله ۱۹۶۴ آلاسکا، یکی

از عکس‌های خبری زلزله که انتشار وسیعی یافت، عکس خانه ویرانه‌ای بود که تأثیر بسیار تکان‌دهنده‌ای هم داشت، اما واقعیت این بود که ساختمان‌های روبه‌روی همین خانه ویران در آن سوی خیابان، بدون این‌که حتی شیشه‌های قدی پنجره‌های آن‌ها آسیبی ببینند سالم باقی مانده بود. (کورانتلی، ۱۹۷۲، واکر، ۲۴: ۱۹۸۲).

ارائه تصویر اثرگذار از ویرانی گسترده، با گزارش‌کردن ماجرای خانواده‌هایی که به شدت آسیب‌دیده‌اند نیز صورت می‌گیرد. از این گزارش‌ها همیشه هم نمی‌توان میزان گستردگی فاجعه را دریافت. معمولاً این تصور برای خواننده یا بیننده گزارش پدید می‌آید که وضعیت همه ساکنان منطقه مصیبت‌زده، شبیه همین خانواده‌ای است که از آن گزارش تهیه شده است. (ونگر، ب، ۱۳: ۱۹۸۵، کورانتلی، ۱۹۷۲).

البته ناگفته نماند که عدم‌صحت گزارش‌های خبری را نمی‌توان فقط به رسانه‌ها نسبت داد. خیلی هم معلوم نیست که رسانه‌ها تا چه اندازه خود دست به تحریف می‌زنند و تا چه اندازه صرفاً انتشاردهندگان منفعل اطلاعات نادرستی هستند که منابع رسمی در اختیارشان می‌گذارند. (کرپس، ۴۴: ۱۹۸۰؛ هارتسوگ، ۲۸۲: ۱۹۸۵).

ز ـ مداخله در تصمیم‌گیری

رسانه‌ها یکی از منابع مداخله در تصمیم‌گیری‌های محلی تلقی می‌شوند. آن‌ها به مقامات فشار می‌آورند تا روشن سازند چه اقدامی می‌خواهند انجام دهند و گاه این در حالی است که هنوز مقامات آماده تصمیم‌گیری نیستند. گاهی رسانه‌ها حتی از اقداماتی که قرار است انجام گیرد گزارش‌های جزئی‌تر و مفصل‌تر از آنچه درواقع تصمیم‌گیری شده ارائه می‌دهند. این همه باعث زیر سؤال رفتن اعتبار مقامات مسئول رسیدگی به حادثه می‌شود. (کرپس، ۶۸: ۱۹۸۰).

تحلیل اوضاع نیازمند جزءجزء کردن مسائل، مطالعه آن‌ها و بررسی گزینه‌های ممکن است. این کار وقت می‌گیرد. هنگامی که یک وضعیت بحرانی در شرفِ وقوع یا در جریان است، چندان یا اصلاً فرصتی برای تحلیل نیست. اما از سوی دیگر، رسانه‌ها می‌کوشند ضرب‌الاجل‌های کاری خود را رعایت کنند. رادیو و تلویزیون پاسخ‌های فوری می‌خواهد؛ هرچه وضعیت بحرانی‌تر و اضطراری‌تر باشد، فشار رسانه‌ها برای پخش اخبار و گزارش بیشتر است. و احتمال خطا بسیار بیشتر می‌شود...

ح ـ عملیات امداد و نجات

برخی معتقدند حضور افراد رسانه‌های جمعی در محل حادثه، باعث تداخل فیزیکی در کار نجات و امدادرسانی است. در یک مورد، پس از بروز یک زلزله، هنگامی که از مقامات حمل‌ونقل شهری خواسته شد تا به پاکسازی خیابان‌ها از نخاله‌ها و سنگ‌وکلوخ‌های بر جای مانده از زلزله کمک کنند، فعالیت‌شان با مشکلاتی از سوی مردم و خبرنگاران و گزارشگران رسانه‌ها مواجه شد. حضور آن‌ها پاکسازی بی‌خطر را ناممکن ساخت. در نتیجه، مقامات حمل‌ونقل تهدید کردند که اگر به‌طور کامل جلوی رفت‌وآمد مردم گرفته نشود، دستگاه‌های خود را از منطقه خارج خواهند کرد. (اسکول، ۲۸۸: ۱۹۸۴؛ کمیسیون ایمنی زمین‌لرزه، ۷۰: ۱۹۸۳).

در همین زلزله، حضور رسانه‌های جمعی باعث کُندی کارها می‌شد. خبرنگاران و گزارشگران ضمن تلاش‌های خود برای فیلمبرداری یا مصاحبه با مأموران امداد، مقامات شهری، یا دیگر مسئولان امدادرسانی، باعث کُندی عملیات نجات و امداد می‌شدند. (کمیسیون ایمنی زمین‌لرزه، ۷۰: ۱۹۸۳).

در گزارش‌هایی نیز به ترافیک هوایی که دست‌اندرکاران رسانه‌های جمعی در مناطق مصیبت‌زده ایجاد می‌کنند اشاره شده است. (تیرنی، ۳۴: ۱۹۸۵؛ کمیسیون ایمنی

زمین‌لرزه ۱۵: ۱۹۸۳؛ لوئیس ۸۶۳: ۱۹۸۰). در ایالات متحده آمریکا، معضلاتی که ترافیک هوایی هنگام بروز بلاهای طبیعی به‌طور مکرر به‌وجود می‌آورد باعث شد تا سازمان هواپیمایی کشوری سرانجام در ژوئن سال ۱۹۸۵ مقررات جدیدی را تصویب کند که براساس آن پرواز هلیکوپترها بر فراز مناطقی که دچار حادثه می‌شوند ممنوع است؛ مگر برای عملیات نجات یا امدادرسانی. (هولتون، ۱۳: ۱۹۸۵) .

ط ـ تحولات فناوری و تأثیر آن بر حضور رسانه‌ها

اگر حادثه اتمی پنسیلوانیا، امروز رخ می‌داد، شمار گروه‌های رسانه‌ای که در عرض ۲۴ ساعت خود را به منطقه می‌رسانند، سه برابر می‌شد. پیشرفت‌های فناوری نوین، از حجم، وزن و هزینه تجهیزات سیار تصویربرداری کاسته است. این فناوری‌ها همچنین توانایی ارسال مطالب صوتی و تصویری به دوردست‌ها را نیز از طریق ماهواره‌ها بهبود بخشیده است. به همین دلیل، از لحاظ عملی و از لحاظ مالی برای هر ایستگاه محلی امکان‌پذیر است که خود به تهیه گزارش‌های خبری از مناطق دوردست اقدام کند.

گزارشگران تلویزیون‌های محلی، به همراه گروه کامل فیلمبرداری خود، از بیروت، روم، اتیوپی، پکن، هندوستان و ژاپن، می‌آیند تا مطالب زنده و چشمگیری برای شبکه‌های خود تهیه کنند. رقابت شدید شبکه‌های خبری برای جذب مخاطب نیز مزید بر علت شده و باعث گردیده که شمار گروه‌های رسانه‌ای که به سرعت خود را به محل حادثه می‌رسانند چندین برابر شود. (هولتون، ۳: ۱۹۸۵، ۱۱: ۱۹۸۵).

ی ـ کم‌توجهی به صحت و سقم اطلاعات

هنگام حوادث غیرمترقبه، رسانه‌ها مصرف‌کنندگان حریص اطلاعات می‌شوند. شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی ممکن است روال عادی برنامه‌های خود را به خاطرِ پوشش بی‌وقفه حادثه کنار بگذارند. معمولاً وقتی که منابع رسمی اطلاعات برای پُرکردن پوشش خبری وسعت‌یافته کافی نباشند، کمبود خبری ایجاد می‌شود. گاهی اصرار بر پُر نگهداشتن برنامه‌های رادیو یا تلویزیون با اخبار حادثه ممکن است فشاری روی گزارشگران و خبرنگاران و فیلمبرداران حاضر در صحنه ایجاد کند و آن‌ها را دچار استیصال کند. هنگامی‌که چنین وضعیتی پیش می‌آید، شیوه معمول بررسی صحت‌وسقم خبر با مراجعه به منابع رسمی جای خود را به یک شیوه تازه می‌دهد: همه اخبار از همه منابع (چه رسمی و چه غیررسمی) به محض آن‌که به دست می‌آید باید ارسال شود. حتی اطلاعات متناقض هم ممکن است پخش شود. این کار با این فرض توجیه می‌شود که با بازخورد آنی از سوی مقامات رسمی می‌توان همه چیز را بلافاصله تصحیح کرد. (لارسون، ۶۲: ۱۹۸۰؛ هولتون، ۲۰: ۱۹۸۵؛ اسکانلون، ۱۵: ۱۹۸۲؛ اسکانلون ۱۲۸: ۱۹۸۵).

ک ـ کم‌رنگ شدن خصومت با دولت

نقش سنتی مطبوعات به عنوان نگهبان و ناظر بر کارهای دولت، ریشه‌های بسیار عمیقی دارد. اما هنگام بروز حوادث، رسانه‌ها معمولاً حالت دشمنانه خود نسبت به دولت را تعدیل می‌کنند. معمولاً رسانه‌ها با این تمایل به صحنه وارد می‌شوند که موقتاً دشمنی‌ها را که ممکن است در جریان پوشش‌های خبری معمول پدید آمده کنار بگذارند (هولتون، :۱۹۸۵۲۲)

با آن‌که این هنجار هم در مورد بلاهای طبیعی مصداق دارد و هم در مورد بلاهای ناشی از فناوری، اما در مورد دومی کمتر محتمل است؛ بخصوص در مورد حوادث اتمی که معمولاً حالت شکاکانه‌ای به‌وجود می‌آید و همه به دنبال مقصرند.

برخی روزنامه‌نگاران، بجا یا بی‌جا، سخن حامیان فعالیت‌های اتمی درمورد بی‌خطربودن نیروگاه‌های اتمی را چندان

قابل اعتماد نمی‌شمارند. افزون بر این، نهضت بزرگ مخالفت با فعالیت‌های اتمی باعث شده که نسبت به مسئولان پیشگیری و مقابله با حوادث مربوط به مواد رادیواکتیو نوعی حس بدبینی و بی‌اعتمادی ایجاد شود. (روبین، ۱۴: ۱۹۸۷). رسانه‌ها معمولاً به درخواست‌های مقامات برای عدم انتشار اطلاعاتی که ممکن است در جریان حادثه اثر مخربی بر مردم داشته باشد توجه می‌کنند. حتی در مواقعی هم که چنین درخواستی نباشد، اگر خود رسانه‌ها احساس کنند اطلاعاتی که قصد انتشار آن را دارند ممکن است زیانبار باشد، به ابتکار خود از انتشار آن خودداری می‌ورزند.

به عنوان نمونه در حادثه راکتور اتمی پنسیلوانیا در مارس سال ۱۹۷۹، روزنامه «هریس‌بورگ پاتریوت نیوز»، با صلاحدید خود، اظهارنظر یک گزارشگر مبنی بر این را که این حادثه چه بلایی بر سر اسناد بانکی ممکن است آورده باشد حذف کرد زیرا بیم آن می‌رفت که موجب یورش مردم به سوی بانک‌ها شود. (اسکاتلون، ۱۲۴: ۱۹۸۵).

ل ـ تسلط رسانه‌های ملی بر رسانه‌های محلی

به‌طور معمول مقامات دولتی و مدیران وضعیت‌های بحرانی و سازمان‌های امدادرسان ممکن است با دست‌اندرکاران رسانه‌های محلی آشنایی داشته باشند. تا حدی، گزارشگران محلی نقشی در ایجاد و حفظ رابطه خوب با مقامات محلی دارند که منابع خبری مطمئنی برای اخبار روزانه هستند. افزون بر این، گزارشگران محلی برخی حساسیت‌ها راجع‌به نیازهای جامعه محلی دارند. این عوامل ممکن است رابطه کاری خوبی میان رسانه‌های محلی و سازمان‌های امدادرسان ایجاد کند.

برخی مقامات ممکن است بر این باور باشند که این رابطه می‌تواند مبنایی برای تعاملات آن‌ها با رسانه‌ها در حوادث بزرگ باشد. اما هنگامی‌که حادثه‌ای بزرگ رخ می‌دهد با سرازیرشدن رسانه‌های غیرمحلی و بیشترشدن سریع گزارشگران و خبرنگاران غیرمحلی، قواعد عادی تعامل محلی در هم می‌ریزد. بخصوص، شبکه‌های خبری تلویزیونی به سرعت بر صحنه یک حادثه بزرگ حاکم می‌شوند. دلایل فراوانی برای این امر وجود دارد (هولتون، ۲۱: ۱۹۸۵). برخی از آن‌ها عبارت‌اند از:

ـ شبکه‌های خبری تلویزیونی، گروه‌های بزرگی را که دارای تخصص‌های مختلف هستند به منطقه اعزام می‌کنند و این گروه‌ها معمولاً تحت سرپرستی تهیه‌کنندگان و دیگر افراد متخصصی هستند که در این گونه رویدادها تجربه دارند. این گروه‌ها در به دست آوردن جا، فضای اداری، خطوط تلفن و امثال آن بسیار خبره هستند.

ـ شبکه‌های بزرگ خبری عملاً از امتیازهای همکاری با یکدیگر آگاه‌اند و برای کارایی خود ترتیباتی خاص می‌دهند. کارایی این ترتیبات مبنای عملیات کارای جمع‌آوری خبر است.

ـ معمولاً هر شبکه خبری چندین خبرنگار «سرشناس» را به محل حادثه‌های با ابعاد بزرگ اعزام می‌کنند. امکان ظاهرشدن در برنامه‌های معروف خبری باعث می‌شود که رسانه‌های محلی امکان رقابت با این شبکه‌ها را در انجام مصاحبه‌های اختصاصی از دست بدهند.

م ـ رسانه‌های محلی و غیرمحلی

در اخبار محلی همه مراحل حادثه گزارش می‌شود؛ از مرحله اعلام هشدار گرفته تا مراحل وقوع حادثه و عملیات نجات و امدادرسانی و تا بهبود و بازسازی. علاقه‌های رسانه‌های محلی طیف وسیعی از مسائل مربوط به شهرستان محل استقرار رسانه را در برمی‌گیرد. این رسانه‌ها می‌کوشند با ارائه اطلاعات مشخص و دقیق به ساکنان محلی، آن‌ها را در رویارویی با بحران یاری

رسانند؛ اطلاعاتی همچون اعلام هشدار، توصیه به تخلیه محل حادثه، نشانی مکان‌های امدادرسانی موجود، و این که خرابی تسهیلات و امکانات شهری تا چه زمانی ادامه خواهد داشت.

برخلاف رسانه‌های محلی، رسانه‌های ملی کمتر به جزئیاتی همچون نام افراد (مگر نام شخصیت‌های سرشناس ملی) یا مکان‌های خاص علاقه‌مندند. این رسانه‌ها بیشتر به جنبه‌های منحصربه‌فرد یک حادثه خاص یا به ماجراهای انسان‌دوستانه حادثه توجه دارند. این رسانه‌ها بیشتر به تصویر کلی حادثه علاقه‌مندند و روی چیزهایی همچون وسعت اثرگذاری حادثه، شمار کشته‌ها و زخمی‌ها و فعالیت‌های نهادهای مسئول و سازمان‌های امدادرسانی ملی متمرکز می‌شوند. علاقه آن‌ها به حوادث محلی عموماً تا زمانی به قوت خود باقی می‌ماند که حادثه زنده باشد. این رسانه‌ها کمتر به فعالیت‌های بهبودی درازمدت توجه نشان می‌دهند. پرسش‌هایی که از جانب رسانه‌های ملی مطرح می‌شود معمولاً کمتر حساس است و گاهی از حد و مرزهایی که از نظر گزارشگران محلی خط قرمز است عبور می‌کند. (گزارشگران رسانه‌های محلی باید روابط درازمدت خود را با مقامات محلی که منابع مهم گزارش‌های بعدی آن‌هایند، حفظ کنند.) یک حادثه در صورتی توجه رسانه‌های ملی را بیشتر به خود جلب می‌کند که در گزارش تصویری آن بتوان زیرنویس هیجان‌انگیزی برای آن گذاشت. رویدادهایی که در ساعات اولیه روز رخ می‌دهد معمولاً به لحاظ زمان لازم برای تدوین و ویرایش مطالب تصویر، در اولویت پخش قرار می‌گیرند.

کانون توجه مطبوعات بین‌المللی ممکن است متفاوت باشد. به‌طور مثال، در جریان سیلی که در فلورانس ایتالیا آمد، مطبوعات بریتانیایی توجه خود را بیشتر روی خطری که این سیل برای آثار هنری دوران رنسانس داشت متمرکز کردند تا نگرانی محلی نسبت به خسارات و ناراحتی‌های انسانی.

س ـ شبکه‌های تلویزیونی

مسئله‌ای که توجه شبکه‌های تلویزیونی را به خود معطوف می‌کند ارسال فیلم و عکس یا مخابره تصاویر ویدئویی از طریق ماهواره است. تلویزیون درواقع جنبه‌های تصویری، صوتی، پخش زنده و تحرک را در هم تلفیق می‌کند. البته موانعی چون تدوین و ویرایش گزارش‌ها، ساعت پخش و شمار دفعات تکرار یک گزارش، به میزان اثرگذاری تلویزیون لطمه می‌زند. رسانه‌های تلویزیونی خواهان تصویرند؛ مصاحبه تلفنی نیاز آن‌ها را برآورده نمی‌سازد. رسانه‌های تلویزیونی خود را برای یک رویکرد سرخط اخبار آماده می‌کنند که در این رویکرد تأکید بر اظهارنظرهای موجز و جذاب ۲۰ تا ۳۰ ثانیه‌ای است. شتابی که در سرهم‌کردن یک گزارش خبری بزرگ تلویزیونی وجود دارد، به خوبی در این نوشته «ای. وی. وستین»، قائم‌مقام شبکه خبری ای‌بی‌سی، در کتاب «نیوز واچ» تصویر شده است:

«در پوشش زنده و پیوسته از یک ماجرای تکان‌دهنده، بخش‌های مهم آن ماجرا در اخبار تلویزیونی فشرده می‌شود. پوشش خبری حیات خودش را دارد و انگیزه و محرکه خود را ایجاد می‌کند که خبرنگاران را وادار می‌سازد تا به جای آن‌که از یک عنصر گزارش به عنصر دیگر قدم بگذارند، بپرند و بجهند. مجریان در عمل، خود دبیر و گزارشگر می‌شوند. گزارشگران حاضر در صحنه ماجرا ممکن است جزئیات مهمی را به گزارش خود بیفزایند اما باز هم این مجری است که مطالب ارسالی از منطقه را خلاصه می‌کند، تکرار می‌کند، پُررنگ می‌کند و درنهایت ارزیابی می‌کند. تمام این تصمیم‌گیری‌ها تحت فشار زمانی و در بحبوحه آشفتگی‌های صورت می‌گیرد. هر دقیقه ده‌ها آمار، اطلاعات، شایعه، گمانه‌زنی و ایده و نظر، به تحریریه سرازیر می‌شود. سیستم فرصت ندارد مطالب رسیده را دقیق بررسی کند. اکثر آنچه می‌رسد

بـه شـکل داده‌هـای خـام اسـت کـه در کلـه خبرنـگار ویرایش شـده، طـوری که انـگار او از روی یادداشـت‌هایی می‌خوانـد کـه بـا عجله و بدخـط در صحنـه حادثه نوشـته شـده اسـت. مصاحبه‌هـا بـا شـاهدانی انجـام می‌شـود کـه روی موثـق و معتبـر بودن آن‌ها هیچ بررسـی صـورت نگرفتـه اسـت. سیسـتم فقـط دو راه پیـش رو دارد: پذیرفتـن مطلـب یـا ردکـردن آن. (هولتـون، ۱۳: ۱۹۸۵)

ایـن همـه در مـورد یـک حادثه معمولـی بود، بـرای این‌کـه مشـکلات گزارش‌کـردن یـک فاجعـه بـزرگ را دریابیـم، باید آنچـه را که در پاراگـراف بـالا گفتـه شـد پنجـاه برابـر کنیم. (هولتـون، ۱۲: ۱۹۸۵)

ف ـ رسانه‌های مکتوب (روزنامه‌ها و مجلات)

رادیوهـا و رسـانه‌های مکتـوب نگـران در دسـترس بـودن ارتباطـات تلفنـی هسـتند تا اطلاعـات را بـه اداره‌هـای خود مخابـره کنند. از آن‌جایـی کـه روزنامه‌هـا و مجـلات دچـار آن ضیـق وقـت رادیوهـا و تلویزیون نیسـتند، بیشـتر در پـی اطلاعات پیش‌زمینـه و مطالب عجیـب و غیرمعمـول هسـتند. گزارش‌هـای ایـن رسـانه‌ها اغلب تحلیلی و تفسـیری اسـت و موضوع‌هـای گـزارش روزبـه‌روز و همـگام با پیشـرفت فعالیت‌های مربوط به حادثه شـکل می‌گیـرد. ایـن رسـانه‌ها خواهـان مطالـب عمیق‌تـر و نمودارهـا و جداول هسـتند و دچار همـان محدودیت‌هـای زمانـی شـبکه‌های رادیویـی و تلویزیونـی نیسـتند. عکاسـان مطبوعاتـی ممکن اسـت بسـیاری تهاجمی‌تر باشـند، زیـرا مجبورند بـا تأثیرگـذاری عاطفی تلویزیـون رقابـت کننـد و عکس‌هـای آن‌هـا بایـد ویـژه و منحصربه‌فـرد باشـد.

ث ـ گرایش رسانه‌ها به تبادل اطلاعات

یکـی از اصـول مهـم در رسـانه‌ها ایـن اسـت کـه اگرچـه همـه قصـد دارنـد گزارشـی ویژه و انحصـاری داشـته باشـند، امـا موضـوع مهم‌تـر ایـن اسـت کـه از دیگـر رقیب‌هـا خبر نخورنـد. مشـاهده شـده اسـت کـه در یـک حادثـه حقیقتـاً بـزرگ گرایـش تقریبـاً همـه گزارشـگران اعزامـی از سـوی انـواع رسـانه‌ها ایـن اسـت کـه اطلاعاتـی بـه دسـت آورده را با یکدیگـر بـه اشـتراک بگذارنـد. انواع رسـانه‌ها همچنیـن مراقـب یکدیگرنـد تـا اطلاعاتـی را کـه آن‌هـا ممکن اسـت از دسـت داده باشـند به‌دسـت آورنـد. (اسـکانلون، ۱۵: ۱۹۸۲؛ اسـکانلون :۱۹۸۵۱۳۱؛ ونگـر، ب، ۲۰: ۱۹۸۵؛ هولتـون، ۲۱: ۱۹۸۵) .

به‌طـور مثـال سـازمان خبرپراکنـی دولتـی کانـادا (CBC) اطلاعاتـی را از خبرگـزاری اصلـی کانـادا بـه نـام مطبوعـات کانـادا (CP) می‌گیـرد. خـود خبرگـزاری «مطبوعـات کانـادا» بـا خبرگزاری‌هـای ایـالات متحـده، بریتانیـا و فرانسـه در ارتباط اسـت و اطلاعات خـود را بـا یکدیگـر بـه اشـتراک می‌گذارنـد. سـازمان CBC نیـز بـا شـبکه‌های تلویزیونـی آمریکایـی ABC و NBC ارتبـاط دارد. افـزون بـر ایـن، CBC فعالیت‌های رقیـب اصلی خود یعنـی CTV و روزنامـه تورنتویـی «گلـوب اند میـل» را تحت مراقبـت دارد (اسـکانلون، ۱۵: ۱۹۸۲).

ز ـ توصیه‌هایـی بـرای بهبود عملکرد رسـانه‌ها در حوادث غیرمترقبه

بـا توجه بـه تأثیر مثبت و منفی که رسـانه‌ها می‌تواننـد بر مؤسسـات مسـئول رسـیدگی به حـوادث و همچنیـن بر افـکار عمومی داشـته باشـند، حائز کمال اهمیت اسـت کـه مدیران بحـران در ایـن زمینـه از پیـش برنامه‌ریـزی کنند.

۱. برنامه‌ریزی رسانه‌ای

برنامه‌ریـزی و تهیـه جـدول برنامـه خبـری اسـاس کار در رسـانه اسـت. بـه عنـوان نمونه در حادثـه خـروج یـک قطـار بـاری از خـط و نشـت گاز کلوراین، در اونتاریـوی کانـادا در سـال ۱۹۷۹، تخلیـه ۲۲۰هزار تن از سـاکنان منطقـه، سـه بیمارسـتان و ده‌ها مهد کودک مـورد تمجید گسـترده قـرار گرفت. موفقیت ایـن عمـل تـا اندازه‌ای مرهـون ایـن بـود که

پلیس محلی به عملیات رسانه‌ای اولویت خاصی داد. عملیات رسانه‌ای پس از عملیات اصلی کنترل و فرماندهی، در بالاترین اولویت قرار گرفت. (اسکانلون، ۱۲۴: ۱۹۸۵، ۱۲۷: ۱۹۸۵؛ کورانتلی، آ، ۳۶: ۱۹۸۲).

با این حال، طبق مطالعات انجام شده در این زمینه، در آن محل‌هایی هم که از این لحاظ آمادگی ایجاد شده است، این کار بیشتر بعد از واقعه انجام شده است. معمولاً این آمادگی صرفاً به این شکل بوده که به کسی مأموریت داده شده تا بیانیه‌های خبری را بنویسد و توزیع کند و فرض بر این بوده که این کفایت می‌کند. گفته شده است که شماری از مشکلات مدیران مقابله با حوادث غیرمترقبه در مواجهه با رسانه‌ها، ناشی از آن است که آن‌ها درک درست و برنامه‌ای برای رسانه‌ها نداشته‌اند. حتی آن‌هایی که درک می‌کنند که رسانه‌ها به چه اطلاعاتی نیاز دارند و اهمیت تأمین این اطلاعات را نیز در می‌یابند، همیشه منابع لازم را (مانند تجهیزات، افراد، زمان) برای رسیدن رسانه‌ها به نیازهای خود را تأمین نمی‌کنند. (ونگر، ب، ۸: ۱۹۸۵، ۲۵: ۱۹۸۵؛ هولتون، ۱۹۸۵)

۲. حفاظت از رسانه‌ها

اگر قرار است رسانه‌های محلی کارهایی را که هنگام بروز حوادث بزرگ بر عهده‌شان است به خوبی انجام دهند باید پیش از هرچیز بتوانند از خود حادثه جان سالم به‌در ببرند. باید اهمیت فراوانی به این موضوع داده شود که ایستگاه‌های خبرپراکنی و دستگاه‌های مخابراتی در مناطقی استقرار یابد که نسبت به خطرهای طبیعی آسیب‌پذیر نباشد و برای این تجهیزات ژنراتورهای برقی اضطراری تأمین شود.

افزون بر این، بسیار مهم است که خط‌های ارتباطی رسانه‌های محلی با منابع اطلاعاتی رسمی وابسته به خطوط تلفن نباشد. باید تمهیداتی نیز برای ساعت‌های خواب، غذاخوردن، در نظر گرفت و بتوان در ساعات غیراداری نیز به افراد دسترسی داشت و همچنین افرادی را به صورت شیفتی در همه ۲۴ ساعت در دسترس داشت (اسکانلون، ۱۲۴: ۱۹۸۵).

۳. ارتقای دانش فنی رسانه‌ها

پژوهشگران و دست‌اندرکاران برخورد با حوادث غیرمترقبه، باید آموزش رسانه‌ها را مدنظر قرار دهند. به قول «مارتا مور»، از اعضای تحریریه روزنامه «یواس‌آ تودی»، دست‌اندرکاران مقابله با حوادث غیرمترقبه باید در مورد رسانه‌ها تحقیق کنند و ببینند کدام رسانه‌ها به پوشش‌دادن چه نوع ماجراهایی علاقه‌مندند و پیش از وقوع حوادث با رسانه‌ها ارتباط کاری صمیمی ایجاد کنند. در پرورش رسانه‌ها، باید نسبت به زمان حساس بود و جریان آموزش را نباید در حین حادثه یا وقتی که دیگر رویدادهای مهم رسانه‌ای بر رسانه‌ها تسلط دارند انجام داد. (بیست‌وهشتمین کارگاه سالانه پژوهش و کاربردها در زمینه مخاطرات طبیعی و غیرطبیعی، ۲۰۰۳)

رسانه‌ها وقتی می‌توانند بهترین عملکرد را در واکنش به حوادث بزرگ داشته باشند که از یک دانش پایه‌ای کافی در مورد حادثه برخوردار باشند. با آموزش می‌توان از میزان گزارش‌های خبری نادرست کاست. به عنوان مثال، مجریان برنامه‌های اخبار باید تشویق شوند تا اطلاعات خبری و هشدارهای مقامات و دستورالعمل‌های عمومی را از ترس این‌که مبادا باعث هراس عمومی شود، سانسور نکنند. شواهد نشان می‌دهد که افکار عمومی کاملاً توانایی هضم واقعیت‌ها را دارد. رسانه‌ها باید آگاه باشند که اگر پس از پخش هشدار رسمی در مورد امکان بروز یک حادثه، برنامه‌های عادی دوباره از سر گرفته شود، بسیار بعید است که آن هشدار جدی گرفته شود. باید به مجریان برنامه‌های خبری یاد داد که اعلام مناطقی که حادثه به آن‌ها آسیبی نخواهد زد بسیار مهم است و به آن‌ها

آموخـت کـه ایـن اطلاعـات چـه اثـری دارد در کاهـش تماس‌هـای تلفنـی اشـخاصی کـه نگـران عزیزان خـود در منطقه خطر هسـتند. گزارشـگران را نیـز بایـد بـه ایـن موضـوع حسـاس کـرد که درخواسـت اطلاعـات دقیق و ارقـام صحیـح کشـته‌ها و مجروحـان و آمـار مربـوط بـه خسـارت‌ها و اطلاعـات مربـوط به علـل بـروز حادثـه، درسـت در مراحـل اولیـه بـروز حادثه، یک انتظـار غیرواقع‌بینانه اسـت. تحـت فشـارگذاشـتن مقامـات بـرای ارائـه اطلاعـات «دقیق» ممکن اسـت به مشـاجرات لفظـی بینجامـد. (اسـکانلون، ۱۲۹: ۱۹۸۵) رسـانه‌ها معمولاً در بایگانی خـود پرونده‌هایی دارنـد کـه هنـگام بـروز یـک رویـداد خبـری بـزرگ، بـرای اطلاعـات پیش‌زمینـه بـه آن پرونده‌هـا مراجعـه می‌کننـد (اسـکانلون، ۱۴: ۱۹۸۲). ایـن فرصتـی بـرای برنامه‌ریـزان مقابله با حوادث اسـت تا اطلاعات سـودمند و دقیقـی را در مورد شـرایط پیش از بروز حادثه در دسـترس داشـته باشـند. واژه‌نامه‌هـای اصطلاحـات فنـی، نقشـه‌ها، مدل‌هـا و نمودارهـا نیـز ابـزار سـودمندی هسـتند برای اطمینـان یافتـن از ایـن کـه رسـانه‌ها و نهایتاً افـکار عمومـی، پدیـده حادثـه را درک کننـد. (برنشـتاین، ۸۶: ۱۹۸۶).

۴. شـرکت‌دادن رسـانه‌ها در برنامه‌ریزی‌هـای مقابلـه بـا بحـران

شـاید یکـی از بهتریـن راه‌هـای آمـوزش بـه رسـانه‌ها دربـاره حـوادث، ایـن باشـد کـه آن‌هـا در فراینـد برنامه‌ریـزی بـرای مقابلـه با حـوادث مشـارکت داده شـوند. اطلاع‌رسـانی عمومـی مناسـب بـه هنـگام بـروز حـوادث غیرمترقبـه مسـتلزم برنامه‌ریـزی بـا همکاری رسـانه‌هاسـت و نـه برنامه‌ریـزی بـرای آن‌هـا (ونگـر، ب، ۱۹۸۵:۲۵). بـدون مشـارکت فعال رسـانه‌ها، ایـن خطـر وجـود دارد کـه مدیران بحـران به دام برنامـه‌ای «روی کاغذ» بیفتند. یکـی از مهم‌تریـن الزامـات عملیات مؤثـر رسـانه‌ای در هنگام بروز حوادث این اسـت که رسـانه‌ها در تمـام مراحـل فراینـد برنامه‌ریزی مقابله با حادثه مشـارکت داده شـوند. رسـانه‌ها بایـد در نهادهـای برنامه‌ریـزی بـرای مقابله با حـوادث نماینده داشـته باشـند. برخی ممکن اسـت بـا ایـن ایـده مخالـف ورزنـد و بـر ایـن بـاور باشـند کـه ایـن کار ممکـن اسـت منجر بـه این شـود کـه در حضـور مطبوعـات، افراد اکـراه داشـته باشـند کـه راجع بـه ضعف‌های آمادگـی سـخن بگوینـد. در چنیـن مـواردی، ممکن اسـت لازم باشـد برخی جلسـه‌ها بدون حضـور رسـانه‌ها برگزار شـود. از طـرف دیگر، رسـانه‌ها می‌تواننـد متحـد بسـیار نیرومنـدی باشـند هنگامـی کـه بحـث تأمیـن بودجـه عمومـی پیـش می‌آیـد و اگـر نقـاط ضعـف را دریابنـد و احسـاس کننـد که نیاز بـه افزایش بودجـه اسـت، حامیـان خوبی هسـتند.

یـک اسـتراتژی هوشـمندانه در برخـورد بـا رسـانه‌ها ایـن اسـت کـه مسـئولیت مشـارکت‌دادن آن‌هـا بـه عهـده رسـانه‌های محلـی گذاشـته شـود. ایـن شـیوه براسـاس گزارش‌هـای به‌دسـت آمـده در شـماری از گروه‌هـای اجتماعـی کانادایـی بسـیار مؤثـر بـوده اسـت. رسـانه‌ها مسـتقیماً وارد عملیات امدادرسـانی شـده‌اند و بـه عنـوان حلقـه‌ای میـان سـتاد عملیـات مقابلـه بـا حادثـه و رسـانه‌های خارجی قرار گرفته‌اند (اسـکانلون، ۱۲۷: ۱۹۸۵).

۵. برقـراری تمـاس مدیریـت بحران بـا رسـانه‌ها

هنـگام برقـراری تمـاس بـا رسـانه‌ها، احتمالاً بهتریـن نقطـه شـروع ایـن اسـت که نخسـت بـا مدیران یـا صاحبـان شـبکه‌های خصوصی رادیویـی و تلویزیونـی، ناشـران یـا سـردبیران روزنامه‌هـا و مجـلات تمـاس گرفتـه شـود. آن‌هـا می‌تواننـد کسـی را در سـازمان خـود مأمـور کننـد تـا به عنـوان رابط میان رسـانه آن‌هـا بـا تلاش‌هـای محلی باشـد کـه بـرای برنامه‌ریـزی مقابلـه بـا حـوادث غیرمترقبـه صـورت می‌گیـرد. گزینـه دیگـر می‌تواند این باشـد کـه مسـتقیماً بـا آن‌هایـی کـه اخبـار هـر روزه را پوشـش می‌دهنـد تمـاس برقـرار

شود. در مورد رسانه‌های مکتوب این فرد می‌تواند مدیر یا دبیر سرویس شهری باشد. در مورد رسانه‌های الکترونیکی نیز این فرد می‌تواند کارگردان بخش خبر باشد (اسکانلون، ۱۲۶: ۱۹۸۵).

«جو ورنگیا»، از خبرگزاری آسوشیتدپرس، معتقد است که مدیران بحران و مسئولان مقابله با حوادث غیرمترقبه باید در دوره‌هایی که حادثه‌ای رخ نداده با سردبیران روزنامه‌های محلی، کارگردانان اخبار تلویزیون و امثالهم، رابطه کاری صمیمی برقرار کنند. به این ترتیب، هنگامی که حادثه‌ای رخ دهد، این مسئولان و مدیران در دیدرس رسانه‌ها قرار خواهند گرفت و منابع معتبر و موثق اطلاعات شمرده خواهند شد. مدیران بحران و مسئولان برخورد با حوادث غیرمترقبه باید در جریان حادثه و پس از حادثه، با ارائه اطلاعات بهنگام و پایه‌ای، نظیر اسامی و شماره تلفن کسانی که برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توان به آن‌ها مراجعه کرد، به رسانه‌ها «خوراک بدهند». در کنفرانس‌های مطبوعاتی و دیگر مواقع، همواره همانٍ شخصی که با رسانه‌ها تماس داشته مثلاً مدیر اطلاع‌رسانی وزارتخانه یا سازمان، باید اطلاعات بدهد. این باعث برقراری ارتباط و نزدیکی با رسانه‌ها خواهد شد و به سطح اعتماد به اطلاعات دریافتی خواهد افزود. (از گزارش بیست‌وپنجمین کارگاه سالانه پژوهش و کاربردها در زمینه مخاطرات طبیعی و غیر طبیعی ۲۰۰۰)

۶. توصیه‌ها و نکاتی سودمند برای روزنامه‌نگاران

روزنامه‌نگاران هنگام بحران‌های ملی، نقش ویژه‌ای بر عهده دارند که باید ایفا کنند. تردیدی نیست که آن‌ها با اخبار و گزارش‌های خود و با به اشتراک گذاشتن اطلاعات، پیوندی میان شهروندان برقرار می‌کنند.

الف ـ روزنامه‌نگاران و حفظ شیرازه جامعه: در این میان نکته مهم این است که آن‌ها حاملان اصلی ارزش‌ها و رویاهایی مشترکی هستند که می‌تواند شیرازه جامعه را حفظ کند و به کشور توان تاب‌آوردن و ادامه حیات بدهد. (روزنامه‌نگاری بحران، ۱۰: ۲۰۰۱)

روزنامه‌نگاران، بخصوص از دیدگاه روزنامه‌نگاری مدنی، می‌توانند نقش بسزایی در بازسازی و تقویت بافت اجتماعی در هنگام بروز بحران‌ها داشته باشند.

ب ـ از پیش آماده کردن تحریریه

کورت هازلت، مدیر تحریریه سابق نشریه‌های «پورتلند پرس هرالد» و «ماین ساندی تلگرام» که مدت‌ها در نشریه‌های «بوستون گلاب»، «واشنگتن پست»، و نشریه «پرویدنس» گزارشگر و دبیر بوده، معتقد است که برای برنامه‌ریزی جهت پوشش حوادث غیرمترقبه نباید منتظر ماند تا این حوادث رخ دهند، این کار را باید از هم‌اکنون آغاز کرد. (روزنامه‌نگاری بحران، [۲]: ۲۰۰۱)

وقتی زلزله‌ای زمین را می‌لرزاند، بمبی منفجر می‌شود، هواپیمایی سقوط می‌کند یا قطاری از خط خارج می‌شود، شاید دیگر خیلی دیر باشد که برای پوشش خبری و تأمین ملزومات آن، تازه برنامه و نقشه‌ای برای اقدام بریزیم. این کار را باید از همین الان انجام داد.

در بین اعضای تحریریه چه کسی اولین نفر خواهد بود که از یک حادثه بزرگ مطلع می‌شود؟ علی‌القاعده، دبیر اجرایی. اما نفرات بعدی چه کسانی هستند، دبیر تحریریه به سراغ چه کسانی باید برود؟ وظایف همه اعضای تحریریه باید مشخص باشد، حوزه‌های هر گزارشگر و عکاس را تعیین کنید: محل حادثه، بیمارستان‌های منطقه، کلانتری‌ها و هر جای دیگری که به فکرتان می‌رسد می‌توان از آن‌جا خبری به دست آورد و گزارش کرد. نکته مهم این است که برایِ هر حوزه‌ای که قصد پوشش دارید حتماً برنامه و اشخاصی برای اعزام داشته باشید.

برای هر یک از این حوزه‌ها باید یک فهرست تلفنی شاخه‌ای درست کنید: هنگامی که حادثه یا رویداد عظیمی در روزهای تعطیل یا در شب اتفاق می‌افتد، تازه معلوم می‌شود که این فهرست تلفنی شاخه‌ای چه ارزشی دارد. کارکنانی که در رده بالای فهرست قرار دارند ـ مثلاً سردبیر و دبیر سرویس ـ به دو یا سه نفر که در رده زیرین آن‌ها قرار دارند تلفن می‌زنند و آن‌ها نیز به نوبه خود به دوسه نفری که در رتبه زیرتر قرار دارند و به همین ترتیب تا این‌که همه کسانی که در پوشش خبری حادثه نقشی دارند از ماجرا مطلع می‌شوند. در فهرست خود هیچ‌کس را از قلم نیندازید. اگر حادثه‌ای که رخ داده نیازمند ارائه طرح‌های گرافیکی و نمودار و جدول است، باید بتوانید بموقع طراحان خود را در اختیار داشته باشید. حتی اگر ساعت‌ها تا چرخه تولید بعدی زمان باقی مانده باشد، باید مسئول صفحه‌بندی نیز در رده‌های نخست فهرست تلفنی شاخه‌ای قرار داشته باشد. به روشنی پیداست که دبیر عکس باید جزو اولین کسانی باشد که از حادثه مطلع می‌شود. ترتیبی باید داد که با دیگر بخش‌های مرتبط، بخصوص با بخش تولید نیز تماس گرفته شود و آن‌ها نیز در جریان قرار گیرند؛ هشدارهای اولیه می‌تواند جلوی بسیاری از مشکلات بعدی در خط تولید را بگیرد.

فهرست تلفنی فقط وقتی مفید خواهد بود که اطلاعات آن بهنگام باشد. از بین اعضای تحریریه، کسی را مسئول به روز نگهداشتن فهرست تلفنی کنید و اطمینان حاصل نمایید که تمام افراد کلیدی اگر در لحظه وقوع حادثه در خانه هم نباشند به طریقی می‌توان آن‌ها را خبردار کرد. اطلاعات را در یک پوشه رنگی و با جلد شفاف بگذارید که به راحتی قابل رؤیت باشد؛ معمولاً مدارکی که روی کمدها و فایل‌ها گذاشته می‌شود به راحتی با دیگر کاغذها و مدارک قاطی می‌شود. افزون بر این، اطمینان حاصل کنید که خبرکردن اعضای تحریریه از طریق پست‌الکترونیکی نیز صورت بگیرد. نامه‌های الکترونیکی را ذخیره کنید.

جمع‌بندی

بحران براساس فرهنگ و بستر به معنی نقطه عطف است و هنگامی واقع می‌شود که هدف‌های برتر نهاد تصمیم‌گیرنده به خطر افتد و زمان پاسخ‌دهی و اجرای تصمیم‌های اتخاذشده بسیار محدود باشد. وقوع چنین موقعیتی به سردرگمی و غافلگیری اعضای نهاد تصمیم‌گیرنده منتهی می‌شود و با مفاهیمی چون فشار، غافلگیری، اضطراب، سختی و شدت به ذهن متبادر می‌شود. در نگاه سیستمی بحران جزو مسائلی محسوب می‌شود که بر تمامی بخش‌های یک جامعه تأثیر می‌گذارد؛ به همین دلیل در حل آن یا در کاهش اثرات مخرّب آن باید از تمام توان یک جامعه بهره برد. از همین رهگذر است که مدیریت بحران از مهم‌ترین موضوع‌هایی است که جامعه با آن درگیر است.

مدیریت بحران تدبیری است که یک جامعه یا دولت برای استفاده از تمامی منابع موجود یا قابل وصول به‌منظور حفظ ثبات مورد نظر خود اتخاذ می‌کند. یکی از منابعی که در این خصوص مدنظر سیاستگذاران جامعه قرار دارد و برای پیشگیری یا درصورت بروز بحران برای مهار اوضاع، به آن متوسل می‌شوند رسانه‌ها هستند. رسانه‌ها به مثابه ابزار واسط دولت و بدنه جامعه نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کنند. رسانه‌ها به‌دلیل ماهیت و توانمندی بالقوه‌شان از جمله امکاناتی هستند که در خدمت جامعه و اعضای آن برای کنترل بحران‌ها محسوب می‌شوند.

پیشنهادها

در نگاهی اجمالی، می‌توان براساس کارکردها و نیز ویژگی‌های بحران با مشخصه بلاهای طبیعی محورهای زیرا به

صورت پیشنهاد ارائه داد:
ـ در هنگامه بحران، رسانه‌ها می‌توانند از طریق انتشار دستورالعمل‌ها و اطلاعات مرتبط، آمادگی مردم را برای رویارویی با وضعیت پیش‌آمده بالا ببرند و حامل آموزش عمومی برای مقابله با حوادث غیرمترقبه باشند.
ـ رسانه‌ها می‌توانند با انتشار اطلاعات صحیح درباره شدت و میزان رویداد غیرمترقبه، از میزان اضطراب و پرسش‌های مضطربانه مردم در این زمینه بکاهند.
ـ رسانه‌ها می‌توانند در حوادث طبیعی، حمایت عمومی از اقدامات لازم برای تخفیف عواقب حادثه را برانگیزانند و نگذارند خونسردی و بی‌تفاوتی بر افکار عمومی و مقامات دولتی حاکم شود.
ـ رسانه‌ها می‌توانند به تسریع در عملیات نجات و رسیدگی به وضعیت مصیبت‌دیدگان، یاری رسانند.
ـ رسانه‌ها در جریان وقوع رویدادهای غیرمنتظره باید عاقلانه رفتار کرده، از هیجان‌زدگی دوری کنند و مراقب کلمات و واژگانی باشند که برای بیان جزئیات واقعه یا تجزیه و تحلیل آن به‌کار می‌برند (به نحوی که خصومت، بدبینی و تنفر در مردم، اقوام، نژادها و مذاهب نسبت به یکدیگر ایجاد نکنند).
ـ رسانه‌ها در هنگامه بحران برخلاف روال معمول نباید توجه خود را بر جنبه سرگرم‌کنندگی و عناصر دراماتیک حوادث متمرکز کنند. به علاوه آن‌ها باید بدانند که گرایش به بزرگ‌نمایی مشکلات نیز منجر به ارائه تصاویر اغراق‌آمیز از رویداد می‌شود. همچنین در یک حادثه بزرگ، گرایش تقریباً همه گزارشگران اعزامی این است که اطلاعاتی را که به‌دست آورده‌اند با یکدیگر به اشتراک بگذارند.
ـ رسانه‌ها وقتی می‌توانند بهترین عملکرد را در واکنش به حوادث بزرگ داشته باشند که از دانش پایه‌ای کافی در مورد حادثه برخوردار باشند و از ارائه گزارش‌های نادرست خودداری کنند.
ـ و در نهایت مدیران ارشد همیشه باید در نظر داشته باشند: مهم‌ترین ابزار مدیریت بحران در عصر کنونی، وسایل ارتباط جمعی است. امروزه کمتر بحرانی وجود دارد که رسانه‌ها در ایجاد یا کنترل آن نقش نداشته باشند.

پی‌نوشت:
۱. Validity .
۲. ایسنا ۱۱آبان ۱۳۹۰.

منابع و مآخذ

الف ـ کتاب‌ها به زبان فارسی
۱. ئی ین میتراف و گاس انگناس. (۱۳۸۱)، «مدیریت بحران پیش از روی دادن»، ترجمه محمود توتونچیان، تهران: انتشارات موسسه آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
۲. آراسته‌خو، محمد. (۱۳۷۰)، «با نقد و نگرش بر فرهنگ اصطلاحات علمی ـ اجتماعی»، تهران: انتشارات گستره، چاپ دوم.
۳. آرجیمز استونر و همکاران. (۱۳۷۹)، «مدیریت»، ترجمه علی پارساییان، محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۴. آلبرتس، دیویدس. پاپ، دانیل س. (۱۳۸۵)، «گزیده‌ای از عصر اطلاعات: الزامات امنیت ملی در عصر اطلاعات»، ترجمه علی‌آبادی و رضا نخجوانی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۵. ابهری، مریم. (۱۳۸۸)، «مدیریت بحران نظامی»، تهران: انتشارات دانشگاه مالک اشتر، چاپ سوم.
۶. پارسونز، واین. (۱۳۸۵)، «مبانی سیاستگذاری عمومی و تحلیل سیاست‌ها»، ترجمه حمیدرضا ملک محمدی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۷. رضا حسین‌پور. (۱۳۸۶)، «نقش و جایگاه لجستیک در مدیریت بحران»، تهران: مرکز مطالعات و پژوهش‌های لجستیکی دانشگاه امام حسین (ع).

۸. ذوالفقاری اصلی، محمدعلی. (۱۳۷۳). «۲۴ ساعت اول مدیریت بحران»، تهران: نشر حدیث.
۹. رابوی، مارک و داژنه، برنارد. (۱۳۷۷)، «رسانه‌ها، بحران، دموکراسی»، ترجمه داوود حیدری، تهران: انتشارات اداره کل پژوهش معاونت سیاسی سازمان صدا و سیما.
۱۰. رابوی، مارک و داجینز، برنارد. (۱۳۸۱). «رسانه، بحران، دموکراسی»، ترجمه سیّدجلال‌الدین صدرالسادات و نادیا غیوری، تهران: اداره کل پژوهش‌های سیما.
۱۱. ساروخانی، باقر. (۱۳۶۸)، «جامعه‌شناسی ارتباطات» تهران: چاپ اول، موسسه اطلاعات.
۱۲. ساروخانی، باقر. (۱۳۷۸)، «روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی»، جلد دوم، چاپ دوم، تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۳. ساروخانی، باقر. (۱۳۸۳)، «جامعه‌شناسی ارتباطات»، تهران: مؤسسه کیهان.
۱۴. سازگار، ژیلا. «رادیو و تلویزیون ملی ایران». (۱۳۵۶)، تهران: چاپ اول، انتشارات سروش.
۱۵. ساندرز، دیوید. (۱۳۸۰)، «الگوهای بی‌ثباتی»، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۱۶. سبیلان اردستانی، حسن. (۱۳۸۶)، «رادیو و مدیریت بحران»، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های رادیو و انتشارات طرح آینده.
۱۷. مدیریت رسانه در بحران‌های بین‌المللی. (۱۳۸۸)، تهران: مرکز استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.

ب ـ پایان‌نامه‌ها

۱. پیشدار رئوف، (۱۳۸۰)، «وبلاگ نویسی یک فرصت در حوزه امنیت ملی ایران»، تهران: دانشکده خبر.

پ ـ مقالات به زبان فارسی

۱. احراری، ابراهیم. (۱۳۸۴)، «راهبردهای رسانه‌ای برای پیشگیری از بحران»، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دوازدهم، شماره ۴۲ و ۴۳، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
۲. احمدی، مهرداد. (۱۳۸۴)، «ارائه مدل استراتژی ارتباط سازمان با رسانه‌ها در طول بحران»، فصلنامه پژوهش و سنجش، تهران: مرکز تحقیقات صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
۳. بشیر، حسن. (۱۳۸۷)، «رسانه‌ها و معنی‌شناسی بحران»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال پانزدهم، شماره ۵۵، تهران: پاییز.
۴. «روابط عمومی و مدیریت بحران» (۱۳۷۷)، فصلنامه تحقیقات روابط عمومی، شماره اول.
۵. تاجیک، محمدرضا. (۱۳۸۷)، «رسانه و بحران در عصر فرا واقعیت، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال پانزدهم، شماره ۵۶، تهران: زمستان.
۶. حبیبی‌نیا، امید. (۱۳۷۹)«رسانه‌ها و بحران»، همشهری، تهران.
۷. خانیکی، هادی. (۱۳۸۷)، «ارتباطات مخاطره، ارتباطات بحران، زمینه‌ها و نظریه‌ها»، فصلنامه رسانه، سال نوزدهم، شماره ۲، تهران: تابستان ۸۷.
۸. سام‌بند، میثم و قره‌باغ، سیّدمحمد. (۱۳۸۷)، «مدیریت رسانه کلیدی‌ترین ابزار برای مدیریت بحران»، فصلنامه مدیریت بحران(۱)، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، شماره ۳۳، تهران: زمستان ۸۷.
۹. سبیلان اردستانی، حسن. (۱۳۸۷)، «نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران‌های سیاسی»، فصلنامه مدیریت بحران (۱)، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، شماره ۳۳، تهران: زمستان.

منابع لاتین

1. Booth, S. A. "Crises Management Strategy". London, Rout ledge. (1993)
2. Defleur,Melvin L. and Everette

and media frames and functions”: U.S. television coverage of the 911/ incident during the first 24 Hours, Journal of broadcasting & Electronic Media,(2007) Connecticut”30. Lieberman, J., “Remark of Senator Joe Lieberman (2001, October 11)

13. Mautner, Thomas, Adiectitionary of Philosophy (Cambridge: Blackwell). (88). (1996)

14. Morgensen, Kristen, “Television Journalism during terror attack” Media, War & amp, conflict DOI: 1011772008).1750635207087624/)

15. Muschert, G. W., & Carr, d.” Media salience and frame changing across events: Coverage of nine school shooting”, 19972001-. Journalism & Mass Communication Quarterly, 83, 7472006) .766-)

16. Patterson, B.A. Crisis Media relation primer, public Relation Tactics vol 11 no 12 .2004

17. Pearce, David D., Wary Partners, “Diplomata and the Media”, Washington, D.C: Congressional Quarterly.(1995)

E. Dennis, Understanding Mass Communication., (1991)

3. Entman, R. M, Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran air incidents. Journal of communication, 41(3), 61991) .27-)

4. Entman, R. M. , Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), -۵۱ 1993).58)

5. Fahmy, S. and T. J. Johnson, “ Show the Truth and Let AL Jazeera Audience Decide: Support for Use of Graphic Imagery Among Al Jazeera Viewers”, paper presented to the 2005 AEJMC Convention, San Antonio, Texas, 113- August.(2005)

6. Fines, S. Crisis forecasting: What,s the Worst thing that could happen. Management Review,(1985).

7. Fico, F., & Freedman, e., Setting the news story agenda: Candidares and commentators in news coverage of a governor,s race. Journalism and Mass Communication Quarterly, 78, 4372001).449-)

8. Flin, Rhona, “Managing Crises in European”: Scotland, School of Peychology, University of Aberdeen, (2005)

9. Kellner, Douglas, “ Media propaganda and Spectacle in the War On Irag: a critique of U.S. broadcasting network”, Cultural Studies Critical Methodologies, DOL:10.1177.723 1532708603262/ 2004))

10. Lachow, Richardson, “Terrorist use of the internet”, Joint force Quarterly, 2nd quarter: www.au.af.mil/ au/awc,(2007)

11. Lieberman, J. “Remarks of Senator Joe Lieberman Connecticut”(2001, October 11)

12. Li, Xigen , “Stages of a crisis