

## سیاست‌های اصلی رسانه‌ها در هنگامه بحران‌های ناشی از حوادث طبیعی

حسن خجسته باقرزاده\*

### چکیده

ایران کشوری است که همواره در معرض حوادث و بلایای طبیعی و بحران ناشی از آن است. در هنگامه بحران، رسانه نقش تعیین کننده ای دارند. روشن بودن سیاست‌های اصلی فعالیت رسانه‌ها در این شرایط می‌تواند موجبات هرچه بهتر کنترل و مدیریت بحران شود. فقد سیاست‌های رسانه‌ای هنگامه بحران موجب ایجاد هزینه بیشتر و تأخیر کنترل بحران می‌شود. تجربه سیل نوروز ۹۸ ضرورت تعیین سیاست‌های مزبور را بیش از پیش نمود. این پژوهش با روش تحلیل محتوای کیفی، صورتجلسات کمیته هماهنگی اطلاع‌رسانی سیل مستقر در وزارت کشور مورد بررسی قرار داده است. نتایج حاصل به صورت شش سیاست اصلی استخراج شده که با قضاوت کارشناسان به تأیید رسیده است علاوه بر آن دو سیاست اولیه نیز وجود دارد که آن‌ها باید قبل از هر اقدامی مورد توجه قرارگیرد. لذا رسانه‌ها در هنگامه بحران دارای شش + دو سیاست اصلی هستند.

**کلیدواژه‌ها:** سیاست ارتباطی (communication policy)، سیاست رسانه‌ای (media policy)، خطر (risk)، بحران (crisis)، بلایای طبیعی (disaster)، فاجعه طبیعی (catastrophe)

\* دانشیار گروه رادیو، دانشکده تولید دانشگاه صدا و سیما، khojastehhasan@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۰۶، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۴/۰۴

## ۱. مقدمه

حوادث طبیعی و بحران های ناشی از آن از امور پذیرفته شده اکثر جوامع است. نه می توان از بروز حادثه طبیعی چون زلزله و سیل یا طوفان های مهیب جلوگیری کرد و نمی توان از بحران پس از آن چشم پوشی نمود، اما راه هایی برای کاهش و کنترل بلایای طبیعی و مدیریت بحران پس از آن وجود دارد، اگر به درستی شناخته و اعمال شود، اثر وضعی حادثه و بلیه طبیعی را کاهش خواهد داد و رنج های ناشی از آن را زودتر التیام می بخشد. برخی از اقدامات رسانه ها که مدیریت بحران سیل فروردین ۹۸ را با مشکل مواجه می ساخت، هم موجب افزایش هزینه ها می شد و هم توقعات و انتظارات مردم و بحران زده ها را بیش از امکانات و شرایط موجود بالا می برد، سبب شد در وزارت کشور ستادی با عنوان "ستاد هماهنگی اطلاع رسانی سیل" با حضور نمایندگان رسانه ها و خبرگزاری ها تشکیل شود. مصوبات این جلسات برای ایجاد هماهنگی در اجرای سیاست های کشوری مدیریت بحران ناشی از سیل است. هرچند برخی از مصوبات مربوط به سایر دستگاه های اجرایی می شد، اما رسانه ها نیز ملزم به پیگیری آن بودند. این مقاله درصدد است با استفاده از دانش نظری موجود و تجربه های عملی مدیریت و کنترل بحران های ناشی از حوادث طبیعی، سیاست های اصلی که رسانه ها در مرحله حین بحران باید مد نظر قرار داده تا به مسولان امر در کنترل و مهار آن کمک کنند را معلوم نماید. برای این کار مصوبات صورتجلسات ستاد اطلاع رسانی مدیریت بحران سیل فروردین ۹۸ وزارت کشور با روش تحلیل محتوا مورد بررسی قرار می گیرد و سیاست های عمده و اصلی که مورد نظر اعضا شرکت کننده است، استخراج شده و از طریق کارشناسان اعتبار سنجی می شود.

## ۲. تعاریف

### ۱.۲ سیاست (policy) چیست؟

در معنای عام هرگونه راهبرد و روش و مشی برای اداره یا بهترکردن هر امری از امور، (چه شخصی چه اجتماعی) است؛ و در اصطلاح اموری است که مربوط به دولت و مدیریت و تعیین شکل و مقاصد و چگونگی فعالیت دولت باشد.

(<http://www.siyasateroz.com/politics>)

## ۲.۲ سیاست رسانه در بحران

سیاست‌گذاری رسانه‌ای در اصل یک فرایند است و بر روابط میان مردم و مسائل جامعه در طول زمان ناظر است، این فرایند تکامل پذیر بوده و عوامل و شاخص‌های آن در زمینه‌های مختلف تغییر می‌کنند ( Hancock, 1992 به نقل از روش‌نندل، 1394). اهمیت سیاست‌های رسانه‌ای برای شرکت‌ها و سازمان‌ها برای رهایی از بحران‌ها بسیار مورد توجه است، زیرا سیاست رسانه در بحران امر ضروری برای کمک به آمادگی و اجرای راهبردهای ارتباطات بحران است که از شرکت و اعتبار آن حمایت می‌کند.

<https://nmcdn.io/1398/>

## ۳.۲ بحران چیست؟

هنوز تعریف جامع مورد قبول همه پژوهشگران وجود ندارد اما بطور عموم بحران: پیشامدی است که به صورت ناگهانی و گاهی فزاینده رخ می‌دهد و به وضعیتی خطرناک و ناپایدار برای فرد، گروه یا جامعه می‌انجامد. بحران باعث به وجود آمدن شرایطی می‌شود که برای برطرف کردن آن نیاز به اقدامات اساسی و فوق‌العاده است. بحران‌ها بر حسب نوع و شدت متفاوتند. بحران یک فشارزایی بزرگ و ویژه است که باعث در هم شکسته شدن انگاره‌های متعارف و واکنش‌های گسترده می‌شود و آسیب‌ها، تهدیدها، خطرها و نیازهای تازه‌ای به وجود می‌آورد (https://fa.wikipedia.org/1398/04/16).

سطوح سه گانه خطر و بحران

انواع بحران‌های ناشی از مخاطرات و حوادث طبیعی را می‌توان به طرق گوناگون و بر اساس مقسم خاصی دسته بندی کرد یکی از رایج ترین گروه بندی ها که مبتنی بر ظرفیت های مدیریت و کنترل محیط بلا دیده و بحران زده سطح بندی سه گانه است:

## ۱.۳.۲ وضعیت اضطراری (Emergency)

عبارت از واقعه‌ای است که ممکن است در یک محل یا یک منطقه بدون نیاز به اقدامات دیگر و یا تغییر رویه‌ها، کنترل شود. یعنی با امکانات محلی بحران ناشی از حادثه قابل مدیریت و کنترل است.

### ۲.۳.۲ بلایای طبیعی (Disaster)

حادثه و رویدادی است که دیگر گروه‌ها را که در وضعیت اضطراری، مداخله آن‌ها لازم نیست، درگیر می‌کند و رویه اقدامات معمولی را تغییر می‌دهد و برای اقدامات، نزدیکی بیشتری میان سازمان‌های دولتی و غیردولتی به وجود می‌آورد. به سخن دیگر امکانات محلی کفاف مدیریت و کنترل بحران را ندارد و نیاز به حمایت از بیرون است، مانند سیل فروردین ۹۸ در استان‌های مختلف کشور. در ایران اصطلاح استان‌های معین در کمک به بحران‌های ناشی از سیل و زلزله را می‌توان در این چارچوب ارزیابی کرد.

### ۳.۳.۲ فاجعه طبیعی (Catastrophe)

واقعه و رویدادی است که بخش مهمی از یک جامعه و یا یک اجتماع را از بین می‌برد و مسئولان و سازمان‌های محلی قادر به انجام وظایفشان در مقابل آن نیستند؛ زیرا این واقعه تقریباً موجب از دست رفتن فعالیت کامل جامعه می‌شود، حتی گاهی هیچ امکانی در محل برای استفاده در کنترل و مدیریت بحران وجود ندارد یا به سختی قابل استفاده است مانند زلزله سال ۸۲ بم که تقریباً همه امکانات و زیرساخت‌هایی که برای ابتدایی‌ترین خدمات لازم است از بین رفت ضمن این که بسیاری از کارگزاران و مسئولانی که انجام این خدمات را برعهده داشتند نیز زیر آوار ماندند یا صدمات شدید جسمی و روحی مانع فعالیت آن‌ها شده بود. در نتیجه مدیریت و کنترل بحران ناشی از فاجعه طبیعی برعهده دولت و سازمان‌های خارج از محیط واقعه است (خجسته، ۱۳۹۲، ۳۷).

### ۴.۲ ارتباطات و مدیریت بحران

ارتباطات بحران عبارت است از توسعه، جمع‌آوری، پردازش و انتشار اطلاعات لازم برای مقابله با موقعیت بحرانی. مدیریت آن به مجموعه عواملی اطلاق می‌شود که برای مقابله با بحران و کاهش صدمات ایجاد شده طراحی شده است (دبلیو. تیموتی کومبز، ۱۳۹۲، ۵۳).

سه رویکرد مدیریت خطر و بحران

تلاش‌های بشری برای مقابله با حوادث و بلایای طبیعی در عصر جدید دارای سه مرحله و رویکرد می‌باشد. مرحله و رویکرد اول مبتنی بر ارایه کمک‌های اضطراری و امداد و نجات همزمان با تاسیس سازمان‌های بین‌المللی مانند فدراسیون بین‌المللی جمعیت‌های صلیب سرخ و هلال احمر در اوایل قرن بیستم شکل گرفت. این مرحله تا

زمان جنگ جهانی دوم استمرار یافت و از طریق آن کمک‌های امدادی و بشردوستانه به آسیب‌دیدگان ارایه می‌گردید. مرحله و رویکرد دوم پس از جنگ جهانی دوم و در فضای غلبه گفتمان‌های علمی و فنی و مکاتب رشد و توسعه و رفتارگرایی پس از جنگ در آمریکا، اروپا و سپس سراسر جهان گسترش یافت. بر پایه این رویکرد برای گریز از آثار مخرب حوادث و بلایا پیشگیری از بروز چنین فجایی از طریق کاربرد دستاوردهای علمی و مهندسی در ساخت و توسعه محیط مصنوع انسان مانند ابنیه، راه و شهرسازی در اولویت قرار گرفت. رویکرد علمی و مهندسی در مدیریت بحران تا دهه هشتاد میلادی رویکرد غالب و اساسی به شمار می‌رفت و سازمان‌های مسوول بین‌المللی مانند سازمان ملل متحد آن را به عنوان یک اصل در برنامه‌های خود قرار دادند. از اوایل دهه هشتاد میلادی با تشدید مشکلات در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و توسعه نیافته ناشی از شکست برنامه‌های توسعه نامتوازن و غیر منطبق با ساختارهای محلی مانند مهاجرت روستائیان، حاشیه‌نشینی شهرها، تراکم جمعیت، ساخت و ساز غیر قانونی و ... و نیز تخریب محیط زیست بر خسارات و تلفات ناشی از حوادث و بلایای طبیعی افزوده شد. این حوادث نشان داد که رویکرد علمی و مهندسی برای مقابله با حوادث و بلایا کافی نبوده و به عوامل و متغیرهای انسانی در پیشگیری و مقابله با حوادث توجه کافی نشده است. در نتیجه مرحله و رویکرد سوم به نام رویکرد اجتماعی شکل گرفت که تأکید اصلی اش بر کاهش خطرپذیری محیط فردی و اجتماعی انسان در برابر حوادث و بلایای طبیعی است (محقق، مصطفی، ۱۳۹۳، ۱۰۷). امروزه به دلیل توسعه ارتباطات و ظرفیت‌های جدید برای ایجاد رابطه با سایر ملل در جهت اهداف راهبردی یک کشور، حوادث و بلایای طبیعی کارکردهای جدیدی نیز در دیپلماسی پیدا کرده و بر صلح یا تعارض‌های میان کشورها تأثیر دارد (Ilan Kelman, 2012, 37).

نقش و کارکرد رسانه‌ها در مدیریت بحران هر چند برای نقش مؤثر رسانه‌ها در مدیریت بحران انواع الگوها و مدل‌ها وجود دارد که در واقع می‌توان آن‌ها را چگونگی اجرای سیاست‌های عمده و اصلی رسانه‌ها در مدیریت بحران تعریف کرد. لذا اگر سیاست‌های مدیریت بحران برای کارگزاران رسانه‌ها معلوم باشد، چگونگی اجرا به اقتضای شرایط و نوع بحران و گستره آن برمی‌گردد. در دوره بحران‌های مختلف رسانه‌ها عموماً سعی دارند در حل بحران نقش آفرینی کنند، البته برخی از آن‌ها نیز موجب تشدید و ماندگاری بیشتر بحران می‌شوند، با این وجود درباره

حل بحران و خصوصاً بحران ناشی از حوادث طبیعی که در کشور ما مکرر اتفاق می افتد هنوز سیاست رسانه ای مشخصی وجود ندارد. البته مجمع تشخیص مصلحت نظام سیاست هایی را اعلام کرده که بیشتر معطوف به "پیشگیری و کاهش خطرات ناشی از سوانح طبیعی و حوادث غیرمترقبه" است، که شامل مرحله اول یا پیش از وقوع بحران است ولی سیاست مدون و روشنی درباره رسانه ها و نوع فعالیت آن ها برای مرحله دوم یا حین بحران های ناشی از حوادث طبیعی وجود ندارد.

## ۵.۲. فوری ترین سیاست مدیریت بحران های ناشی از حوادث

شرکت ها و مؤسسات اقتصادی نیز ممکن است درگیر بحران ها و خطرات گوناگونی شوند که نه تنها سود بلکه بقا و ماندگاری آن ها را می تواند در خطر جدی قرار دهد. برای مدیریت این گونه بحران ها ضمن رعایت صداقت و بیان حقیقت و مراعات عدالت، دو سیاست عمده وجود دارد:

۱. دفع ضرر و خطر از افراد در مرتبه اول قرارداد.

۲. دفع خطر و ضرر به اموال و فعالیت جاری تجاری در مرحله دوم اهمیت است (www.businessgrouphealth.org/pub/۱۲/۰۳/۱۳۹۸).

این دو را باید سیاست فوری و ضروری در مرحله اول وقوع بحران دانست که قابل تعمیم است به انواع بحران هایی که ممکن است منجر به آسیب و صدمه و حتی مرگ افراد و از بین رفتن امکانات کار و زندگی شود. غالباً بعد از وقوع حوادث و بلایای طبیعی سیاست های اجرایی تغییر می کند (Tomas A. Brikland, 2007, 21). علت تغییر در سیاست های اجرایی برمی گردد به: بازیگران اصلی، تصمیم گیران در منطقه و کشور، شرایط بهداشتی، وضع آب و برق، شهروندان و نیروهای نظامی و اولین پاسخگویان به شرایط موجود (Richard T. Silves, 2019, introduction). این تغییرات که ناشی از شرایط محیطی است غالباً موجب توسعه الگوها و مدل های کنترل و مدیریت بحران های ناشی از حوادث و بلایای طبیعی می شود (Kristen Mitchell-Wallce, 2017, 64). البته درک کارشناسان از میزان خطر و عامه مردم و گاهی تفاوت میان آن دو نیز موجب تغییر در سیاست ها می شود (Tadeusz Tyszka, Piotr Zielonka, 8).

### ۳. مراحل مدیریت و کنترل بلایای طبیعی و نقش رسانه‌ها

برای مدیریت یک بحران در هر سطحی، وظایف خاصی وجود دارد. این وظایف از سطح ملی تا محلی و از سطح سازمانی تا فردی قابل بررسی است. سازمان‌های رسانه‌ای نیز در کنار سایر سازمان‌ها و مسئولان دارای نقش خاصی هستند. البته نوع فعالیت رسانه‌ها چندان روشن نیست؛ زیرا توقعات و انتظارات مردم از رسانه‌ها، گاهی بیشتر از ظرفیت‌های ذاتی آن رسانه‌ها و شرایط و امکانات موجود در محیط است. به هر صورت، مجموع رسانه‌های مکتوب و صوتی و تصویری هر کدام به فراخور امکانات و محدودیت‌های خود می‌توانند نقش مهم و موفقی ایفا کنند، اما هر یک از آنها در هر مرحله از مدیریت بحران نقش آفرینی ویژه و مؤثرتری دارند. توجه اساسی به این موضوع موجب خواهد شد، بحران با سرعت بیشتری مهارشده و تلفات نیروی انسانی به حداقل برسد و سرمایه و منابع مادی کمتر دچار آسیب شود.

سیاست‌های اجرایی رسانه‌ها را از چند منظر می‌توان تقسیم کرد از این جهت، نقش رسانه‌ها در مدیریت و کنترل هر بحران، خصوصاً بلایای طبیعی شامل سه مرحله اساسی است:

الف: قبل از وقوع بحران، که مرحله آموزش و اطلاع‌رسانی برای پیشگیری از خطر و بحران است.

ب: در هنگام بحران، یا مرحله مواجهه بحران. در این مرحله انواع اقدامات رسانه‌ای برای کمک به کنترل و مدیریت بحران است تا آثار زیانبار صدمات ناشی از بحران بلایای طبیعی به حداقل برسد.

ج: پس از بحران یا مرحله پشتیبانی و اصلاح و دلجویی از آسیب‌دیدگان (خجسته، حسن، ۱۳۸۹، ۳۲).

این‌گونه تقسیم‌بندی معطوف به زمان رویدادی است که منجر به بحران می‌شود. لذا رسانه‌ها دارای نقش‌های تاحدی متفاوت در این سه دوره زمانی دارند. سیاست‌های کلی نه‌گانه مصوب مقام رهبری در خصوص "پیشگیری و کاهش خطرات ناشی از سوانح طبیعی و حوادث غیرمترقبه" را می‌توان از جمله سیاست‌های مدیریت پیش از بحران دانست هرچند برخی از آن‌ها ممکن است در همه مراحل مورد توجه قرارگیرد اما

اساس این سیاست‌ها مربوط به کنترل و پیشگیری از وقوع بحران است  
(<http://farsi.khamenei.ir/news>).

این سیاست‌ها شامل تمام دستگاه‌های مسئول می‌شود. رسانه‌ها در اجرای این سیاست‌ها نقش خاصی دارند. گاهی لازم است مردم در معرض خطر را مطلع کند و گاهی دیگران را به کمک بطلبند و گاهی به تنظیم و ساماندهی کمک‌ها پردازند و زمانی بحران زده‌ها را در نظر بگیرند.

مطالعات پیشین متأسفانه کار پژوهشی چندانی بر روی سیاست‌گذاری و سیاست‌های مدیریت بحران صورت نگرفته است. در اسناد بالادستی سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران در مورد "پیشگیری و کاهش خطرات ناشی از سوانح طبیعی و حوادث غیرمترقبه" مصوب مجمع تشخیص مصلحت نظام وجود دارد که آن هم از جهات گوناگون کمتر مورد بررسی واقع شده است. بیشتر مقالات درباره مدیریت انواع بحران‌ها است که سیاست‌گذاری قبل از آن قرار می‌گیرد. در مجموع مقالات پژوهشی چندی به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفته است: عنوان مقاله: "مقایسه ساختار مدیریت بحران در ایران، ژاپن، هند و ترکیه"، نوشته یحیی کمالی و کمال میرزایی، زمستان ۹۶، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی. به تفاوت ساختار مدیریت بحران بین سه کشور پرداخته است. مدیریت بحران در این سه کشور زیر نظر عالی‌ترین مقام اجرایی قرار دارد. شیوه‌های علمی و عملی و نقش خدمات اجتماعی در شرایط بحران مدیریت، مجتبی افشاریان، مطالعات علوم انسانی، در این مقاله سعی شده نقش خدمات اجتماعی در مدیریت بحران را بررسی و نشان می‌دهد. مقاله مدیریت بحران سیل شهری، اولین کنگره مدیریت شهری، تهران، ۱۳۹۳، چارچوب استراتژیک مدیریت سه مرحله آمادگی قبل، حین و بعد از وقوع سیل را بررسی کرده است. مقاله دیگر با عنوان: مدیریت بحران شهرها با تأکید بر سیل، مسعود تقوایی و سمیه سلیمانی، شماره ۷۹ پائیز ۱۳۹۰ فصلنامه اطلاعات جغرافیایی، در این مقاله با مطالعه اسنادی به شناسایی تأثیر عوامل طبیعی بارش و ایجاد بحران ناشی از سیل پرداخته و توجه به مدیریت بحران در برنامه ریزی شهری پرداخته شده است. مقاله تأثیر سیاست‌گذاری و سرمایه‌گذاری دولت در کاهش اثرات بحران کم‌آبی در مناطق خشک و نیمه خشک، حسین کفاش و دیگران، بهار ۱۳۹۷ شماره ۱ فصلنامه مرتع و آبخیزداری. نتایج حاکی از آن است که اقدامات محدود دولت نتیجه چندانی نداشته و



شرایط ناپایدار سکونتگاه‌های روستایی همچنان ادامه دارد. در برخی مقالات خارجی یا توصیه‌های سازمانی به سیاست و سیاستگذاری بحران توجه شده است از جمله: Management Policy and Guideline مربوط به شهرداری‌ها است و برای چهار هدف نوشته شده است تعیین و استقرار تیم مدیریت بحران، ارائه راهنما به رهبران تیم‌ها، به مناطق اجازه دهد که همگی محکم یک سخن بگویند و چهارم این که بتوانند هر بیانیه و عبارات رسانه‌ای را مدیریت کنند. در مقاله Crisis Management Policy، از دانشگاه Monash University Policy، پائیز ۲۰۱۷، هدف مقاله نشان دادن تعهد و وظیفه دانشگاه نسبت به برنامه ریزی برای بحران‌ها است.

#### ۴. روش پژوهش

در این پژوهش از نظریه مبنایی و تحلیل محتوای کیفی استفاده شده است. نظریه مبنایی عبارت است از آن چه به صورت استقرایی از مطالعه پدیده بدست می‌آید و باید کشف شود (آنسلم استراس، ۱۳۸۵، ۲۲). واحد تحلیل این پژوهش عبارت است از هر بند مصوبه صورتجلسات شورای هماهنگی اطلاع‌رسانی سیل ۹۸ مستقر در وزارت کشور. جامعه آماری تمام مصوبات فروردین تا پایان خردادماه جلسه شورای هماهنگی مزبور. در نهایت بعد از تعیین مقولات، مفهوم سازی که امری نسبتاً انتزاعی است (مونیکه هینگ و دیگران، ۱۳۹۴، ۳۸۵) صورت گرفت که شش مفهوم استخراج شده است. این مفاهیم با عنوان سیاست‌های اصلی رسانه‌ها در مدیریت بحران ناشی از سیل و دیگر حوادث طبیعی، نامگذاری شده است و برای تعدادی از کارشناسان و مدیران رسانه برای اعتبار سنجی ارسال شده است. نتایج اولیه و نهایی در بخش بعد توضیح داده شده است.

جدول نتایج تحلیل محتوای مصوبات

مقولات (سیاست‌ها)	زیر مقوله	محتوای مصوبات
اطلاع‌رسانی برای مدیریت و کنترل بحران	اطلاع‌رسانی بعد از بحران از روند بازسازی اطلاع‌رسانی از پیامدهای سیل	فعال شدن شبکه‌های استانی سیما در مناطق سیل زده برای مستندسازی حادثه سیل، پیامدهای آن و روند بازسازی با مشارکت استانداری‌ها

<p>تولید و پخش جلوه های ویژه از حضور اقشار مختلف مردم از جمله جوانان، روحانیت، بانوان، بسیجیان، گروه های جهادی، موکب و نظائر آن در جریان مقابله با سیلاب و روند بازسازی از شبکه های مختلف صدا و سیما.</p>	<p>اطلاع رسانی از مشارکت اقشار مردم</p>	<p>مشارکت مردم</p>
<p>مقرر گردید باشگاه خبرنگاران جوان در قالب یک ماموریت ویژه برای پوشش مستمر نقش آفرینی های مردمی در مناطق سیل زده و برجسته سازی خدمات آنان به منظور نهادسازی اجتماعی اقدام کند.</p>	<p>اطلاع رسانی از مشارکت اقشار مردم نهادسازی مشارکت مردم</p>	<p>مشارکت مردم</p>
<p>مقرر گردید؛ شبکه آموزش سیما برنامه های ویژه ای را در ارتباط با ارتقای آگاهی های عمومی برای مواجهه با حوادث طبیعی از قبیل سیل و زلزله با مشارکت سازمان مدیریت بحران کشور تولید و پخش نماید</p>	<p>ارتقای آگاهی عمومی از خطرات حوادث طبیعی اطلاع رسانی خطر، پیشگیری بحران</p>	<p>پیشگیری از خطر</p>
<p>مقرر گردید، صدا و سیما ضمن رعایت چارچوب های ابلاغی مصوب در خصوص تحریم ها، نسبت به بهره برداری رسانه ای از اثر تحریم های ظالمانه امریکا در حادثه سیل اخیر و همچنین نمایش جلوه های ویژه حضور اقشار مختلف مردم در مناطق سیل زده از طریق برنامه سازی های متنوع اقدام کند و زمینه جلب مشارکت های مردمی را با تولید تیزر و کلیپ های اثرگذار تسهیل نماید</p>	<p>اطلاع رسانی از مشارکت عامه مردم</p>	<p>مشارکت مردم</p>
<p>مقرر گردید؛ با مشارکت رسانه های برخوردار از منابع عمومی، جریان گردآوری و ارسال کمک های مردمی در رسانه های مختلف برجسته سازی شود</p>	<p>اطلاع رسانی از مشارکت عامه مردم و ارسال کمک های مردم</p>	<p>مشارکت مردم</p>
<p>مقرر گردید؛ رسانه های مختلف، ضمن پیگیری رسالت خود در عرصه نظارت عمومی، ارتقای کیفیت و سرعت بازسازی و نوسازی مناطق سیل زده را تعقیب کنند و همچنین؛ با انعکاس صحنه های یکدلی اقشار مختلف مردم و مسؤولین در خدمات رسانی به سیل زدگان و موفقیت های نظام مدیریت کشور در روند مقابله با سیل و بازسازی، به منظور افزایش سرمایه اجتماعی اقدام کنند</p>	<p>اطلاع رسانی مشارکت مردم پیگیری بازسازی موفقیت مدیریت کشوری علیرغم بحران محاصره اقتصادی</p>	<p>مشارکت مردم موفقیت مدیریت (مسئول پاسخگو)</p>

<p>بمنظور هماهنگی محتوایی و ارتقای سرعت و کیفیت پاسخگویی به ابهامات و سؤالات، سخنگوی واحد و مستقل قرارگاه بازسازی و نوسازی، تعیین شود و همچنین هر یک از استان‌های سیل زده، نسبت به تعیین و معرفی سخنگوی واحد و مستقل اقدام کنند و این موضوع در مکاتبه‌ای از سوی کمیته، از استانداری‌ها پیگیری شود</p>	<p>اطلاع رسانی سریع و کیفی با تعیین سخنگو هم در قرارگاه و هم در هر استان</p>	<p>سخنگو برای اطلاع رسانی مسئول پاسخگو</p>
<p>کلیه دستگاه‌های عمل‌کننده موظفند از آغاز تا پایان بازسازی، مستندسازی مناسب از عملکرد خود را به صورت تولیدات رسانه‌ای و اسنادی به عمل آورند</p>	<p>دستگاه‌ها موظف به مستندسازی فعالیتها هستند وظیفه اطلاع رسانی از فعالیت دستگاه‌های مسئول</p>	<p>اطلاع رسانی از فعالیت‌ها مسئول پاسخگو</p>
<p>مقرر شد، شبیهات رسانه‌ای مطروحه از سوی تلویزیون‌های معاند به سرعت از طریق سازمان صدا و سیما به دستگاه ذیربط منعکس و پاسخ ارائه شده از سوی دستگاه منتشر شود</p>	<p>اطلاع رسانی برای رفع شبیهات شبکه‌های معاند</p>	<p>رفع شبیهه موفقیت مسئولان در کنترل بحران - مسئول پاسخگو</p>
<p>مقرر شد شبیهات رسانه‌ای مطروحه از سوی رسانه‌های مکتوب و فضای مجازی به سرعت از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و مرکز ملی فضای مجازی، رصد و به دستگاه ذیربط منعکس و پاسخ ارائه شده منتشر شود</p>	<p>اطلاع رسانی وزارت ارشاد برای رفع شبیهات</p>	<p>رفع شبیهه موفقیت مسئولان در کنترل بحران - مسئول پاسخگو</p>
<p>سازمان صداوسیما نسبت به مانیتورینگ صوتی و تصویری (تلویزیونی)، مرکز ملی فضای مجازی نسبت به مانیتورینگ فضای مجازی و وزارت ارشاد نسبت به مانیتورینگ رسانه‌های مکتوب اقدام و مصادیق شبیهه و تخریب و ابهامات در روند بازسازی را جهت اقدام و پاسخگویی، در قالب گزارش‌های آنی به دستگاه‌های مرتبط و کمیته ارسال نمایند</p>	<p>گردآوری اطلاعات برای پاسخ به شبیهات و اطلاع رسانی خدمات</p>	<p>۱- جمع‌آوری اطلاعات برای پاسخگویی - مسئول پاسخگو ۲- اطلاع رسانی</p>
<p>برنامه ریزی حضور خبرنگاران خارجی در مناطق سیل زده</p>	<p>اطلاع رسانی به خبرنگاران خارجی از روند بازسازی مناطق سیل زده</p>	<p>۱- اطلاع رسانی ۲- پاسخگویی مسئول</p>
<p>وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی جهت زمینه‌سازی نقش‌آفرینی چهره‌های فرهنگی و هنری و استفاده از ظرفیت این چهره‌ها در روند بازسازی و نوسازی مناطق، برنامه ریزی، و در اولین گام، در اسرع وقت نسبت به برگزاری نشست با حضور چهره‌های یاد شده بمنظور توجیه آنان نسبت به واقعیت‌های سیل اخیر و مدیریت اعمال شده در روند مقابله و بازسازی اقدام نماید</p>	<p>دعوت از چهره فرهنگی و هنری برای کمک به مشارکت مردم در بازسازی</p>	<p>مشارکت مردم</p>

<p>وزارت ورزش و جوانان، جهت زمینه‌سازی نقش آفرینی موثر چهره های قهرمانی، ورزشی و جوانان، و استفاده از ظرفیت این گروه در روند بازسازی و نوسازی مناطق سیل‌زده، برنامه پیشنهادی خود را به کمیته ارائه نماید</p>	<p>تشویق مردم برای کمک به بازسازی با حمایت چهره های فرهنگی هنری</p>	<p>مشارکت مردم</p>
<p>با توجه به عملکرد متفاوت کشور در مدیریت شایسته حادثه سیل اخیر نسبت به نمونه های مشابه در دیگر کشورها، سازمان مدیریت بحران نسبت به تدوین و ارائه گزارشهای مستند اطلاعاتی در این زمینه به رسانه ها اقدام نماید</p>	<p>اطلاع رسانی درباره موفقیت کشور در مدیریت بحران</p>	<p>مسئول پاسخگو</p>
<p>رسانه ملی و دیگر رسانه های برخوردار از منابع عمومی، حضور میدانی مسئولان ذیربط در مناطق سیل زده را به صورت کیفی در دو سطح مخاطب عمومی و مخاطب ساکن در استان های آسیب دیده به صورت متناسب اطلاع رسانی نماید</p>	<p>نمایش حضور مسئولان در حوزه بحران زده</p>	<p>مسئولان پاسخگو</p>
<p>شورای سیاستگذاری ائمه جمعه درخصوص ارتقای روند تبلیغات چهره به چهره از سوی ائمه جمعه و جماعات، به منظور امیدآفرینی، جلب مشارکت حداکثری و آگاهی‌بخشی در حوزه مخاطبان و همچنین برنامه ریزی حضور علمای برجسته بین مردم در مناطق سیل زده اقدام کند</p>	<p>جلب مشارکت و امید آفرینی از طریق ائمه جمعه</p>	<p>مشارکت مردم</p>
<p>دبیرخانه کمیته در مکاتبه با مراکز روابط عمومی و اطلاع رسانی دستگاه‌های ذیربط، بر ارتقاء سطح پاسخگویی و همکاری با رسانه ها، علی‌الخصوص از سوی این دستگاه ها در روند بازسازی و نوسازی مناطق تأکید کند.</p>	<p>افزایش سطح پاسخگویی مسئولان</p>	<p>پاسخگویی مسئولان</p>

<p>ضمن تاکید بر بند ۱۴ مصوبات در خصوص انعکاس شبهات رسانه ای مطروحه از سوی تلویزیون های معاند، مقرر گردید گروه رصد تشکیل شده در معاونت سیاسی سازمان صدا و سیما نسبت به انعکاس شبهات مرتبط با عملکرد دستگاه ها در روند باز سازی و نوسازی مناطق سیلزده به کمیته اطلاع رسانی و تبلیغات قرار گاه، بر بستر فضای مجازی اقدام کند</p>	<p>اطلاع رسانی پاسخ به شبهات</p>	<p>۱- رفع شبهه موفقیت ۲- مسئول پاسخگو</p>
<p>با عنایت به توجه رسانه های معاند به موضوع هجوم ملخ ها و حواشی آن و با عنایت به اینکه جریان سازی رسانه ای در این عرصه به ضمیمه موضوعات سیل مطرح شود، مقرر گردید سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران با هماهنگی محتوایی وزارت جهاد کشاورزی نسبت به پیش بینی و اجرای سناریو و برنامه سازی خبری رسانه ای به منظور صیانت از افکار عمومی در این عرصه اقدام کند</p>	<p>اطلاع رسانی مدیریت اطلاعات مربوط به هجوم ملخ ها</p>	<p>اطلاع رسانی برای پیشگیری</p>
<p>با توجه به شرایط اقتصادی تحمیلی بر کشور و محدودیت های موجود در منابع، لازم است توجه پیوسته به رویکرد اصولی ایجاد تعادل بین مطالبات مردمی و منابع در دسترس و اقدامات ممکن از سوی دستگاه ها، مستمراً مورد توجه همه رسانه ها علی الخصوص صدا و سیما و سایر رسانه های بر خوردار از منابع عمومی قرار گیرد. همچنین به منظور افزایش سرمایه اجتماعی در این روند، برقراری تعادل یاد شده معطوف به امید آفرینی و سازندگی گردد</p>	<p>ایجاد تعادل در مطالبات سیل زدگان حسب امکانات کشور</p>	<p>سیاست توجیه سیلزده</p>

<p>به منظور ارتقای اثر گذاری برنامه های گفتگو محور تلویزیونی در روند بازسازی و نوسازی، اعضای کمیته نسبت به افزایش محتوای مربوط به روند سازندگی در بازسازی و همچنین افزایش استفاده از تصاویر موثر پلی بک در حین اجرای برنامه های زنده یا ضبطی گفتگو محور از سوی شبکه های مختلف سیما تاکید کردند</p>	<p>افزایش محتوای روند بازسازی</p>	<p>رفع شبهه موفقیت مسئولان در کنترل بحران مسئول پاسخگو</p>
<p>ضرورت باز تعریف مدل نگارش پیوست های مرتبط با روند باز سازی و نوسازی، مقرر گردید، مرکز تحقیقات سازمان صدا و سیما، نسبت به بررسی و تدوین پیوست نگاری رسانه ای مرتبط با روند باز سازی و نو سازی مناطق سیلزده اقدام و مدل های مطلوب و موثر برای استفاده از سوی شبکه های رادیو تلویزیونی، خبر گزاری ها و کانال های فعال در فضای مجازی رابه کمیته ارائه نماید</p>	<p>ضرورت باز تعریف مدل ارائه روند بازسازی</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی</p>
<p>به منظور زمینه سازی پیگیری موثر رسانه ها در روند بازسازی، مقرر گردید، جدول مقامات و مدیران پاسخگو به رسانه ها در هر یک از حوزه های تخصصی و همچنین هر یک از استان های در گیر در روند بازسازی، مقرر گردید سازمان مدیریت بحران کشور بر اساس سوابق همکاری های قبلی با دستگاه ها و کار گروه های تخصصی مدیریت بحران کشور جدول مناسبی را شامل تلفن های ثابت و همراه مدیران ستادی و استان مرتبط به مرکز اطلاع رسانی وزارت کشور ارسال تا در اختیار اصحاب رسانه قرار گیرد</p>	<p>پیگیری مشارکت هر چه بیشتر مسئولان در پاسخگویی به رسانه ها در امر بازسازی</p>	<p>پاسخگویی مسئولان</p>

<p>به منظور پیشگیری از بروز تناقض در اطلاعات و اخبار ارائه شده از سوی مسئولان مختلف در روند بازسازی و نوسازی مناطق سیلزده، کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی، بر نظارت پیوسته مقامات ارشد دستگاه‌های عضو نسبت به رواداری این مهم و اهتمام دستگاه‌ها به تقویت اشراف رده‌های صافی و ستادی خود برای مواجهه رسانه‌ای تأکید می‌کند. همچنین به منظور اعمال نظارت بر این روند، مقرر گردید خبرگزاری جمهوری اسلامی مصادیق ارائه اخبار و اطلاعات متناقض در خروجی رسانه‌های مکتوب را جهت پیگیری‌های آتی به دبیرخانه کمیته منعکس نماید</p>	<p>جلوگیری از ارائه اخبار متناقض و متضاد</p>	<p>رفع شبهه موفقیت مسئولان در کنترل بحران- مسئول پاسخگو</p>
<p>به منظور حصول اشراف نسبت به ارزیابی افکار عمومی از مجموعه اقدامات دستگاه‌ها از آغاز وقوع بحران سیل تا کنون، مقرر گردید مرکز پژوهش و سنجش افکار صدا و سیما و همچنین مرکز افکار سنجی جهاد دانشگاهی (ایسپا) نسبت به تهیه دو طرح نظر سنجی برای رفع خلا فوق‌الذکر اقدام و پس از نهایی شدن طرح‌های نظر سنجی یاد شده، نسبت به اجرای پروژه پیمایش افکار و ارائه نتایج به کمیته جهت بهره‌برداری قرارگاه اقدام نماید</p>	<p>بررسی افکار عمومی از جهت روند بازسازی</p>	<p>اطلاع رسانی بازسازی پاسخگویی</p>
<p>با توجه به ضرورت پرداخت رسانه‌ای به آثار و پیامدهای مثبت سیل اخیر برای کشور، رسانه‌ها ضمن پررنگ‌سازی مولفه تقویت وحدت ملی در جریان مقابله سیل و در مراحل پیش‌رو، از اعمال سلیقه سیاسی فرهنگی در این عرصه</p>	<p>پوشش متعادل شرکت اقشار مردم در روند بازسازی و اخیرتقویت وحدت ملی بیان آثار مثبت سیل</p>	<p>مشارکت مردم</p>

<p>اجتناب کنند و پوشش حضور اقصاف مختلف در روند مقابله و مراحل بازسازی و بازتوانی را به صورت متوازن دنبال کنند. به منظور امکان اعمال نظارت بر این روند، خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) مکلف است مصادیق عدم توجه به این مهم را در خروجی رسانه ها ی بر خوردار از منابع عمومی، به دبیر خانه کمیته تبلیغات اطلاع رسانی منعکس نماید</p>		
<p>به منظور پیشگیری از تحریک مطالبات مردم در مناطق سیلزده و سایر مخاطبان، همه رسانه ها علی الخصوص صدا و سیما و رسانه های بر خوردار از منابع عمومی مکلفند در خصوص چارچوب گذاری و هدفمند سازی ارسال گزارش ها ی تولیدی، زنده و مکتوب خبرنگاران اعزامی خود به مناطق سیلزده، اقدام کنند و با در نظر گرفتن شرایط وامکانات و منابع در اختیار، سقف انتظارات را به صورت واقع بینانه و مسئولانه شکل دهی کنند. به منظور امکان نظارت بر این روند، خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران و همچنین معاونت ذیربط در وزارت اطلاعات، نسبت به انعکاس مصادیق عدول از این رویکرد مهم در خروجی رسانه ها ی بر خوردار از منابع عمومی، به دبیر خانه کمیته اطلاع رسانی و تبلیغات اقدام می کنند.</p>	<p>پیشگیری از تحریک مطالبات مردم</p>	<p>سیاست کنترل مطالبات سیلزده</p>
<p>برای اعمال حاکمیت بر فضای مجازی در مناطق سیلزده و پاسخگویی موثر و بهنگام به شبهات، تشکیل فوری کارگروه عملیاتی برای اجرای سه مرحله رصد شبهات، پیگیری پاسخ و انتشار پست</p>	<p>تشکیل کارگروه برای پاسخ به شبهات فضای مجازی</p>	<p>اطلاع رسانی برای مدیریت بحران</p>



<p>های موثر در ذیل قرارگاه، از سوی معاونت امور محتوایی مرکز ملی فضای مجازی ارائه شود این طرح با پیش بینی حداقلی جنبه های لجستیکی مورد نیاز</p>		
<p>به منظور تامین اشراف مقامات ارشد قرارگاه و اعضای کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی گزارش های تحلیلی فضای مجازی ناظر به پیام های منتشر شده در موضوع سیل، حداقل به صورت ماهانه و در صورت امکان به صورت دو هفته یک بار از سوی معاونت امور محتوایی مرکز ملی فضای مجازی تدوین و در اختیار دبیر خانه کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی جهت انعکاس به رئیس قرارگاه و سایر بهره برداری ها قرار خواهد گرفت</p>	<p>تهیه گزارش ماهانه از محتوای فضای مجازی در موضوع سیل برای آمادگی رسانه به پاسخگویی</p>	<p>۱-اطلاع رسانی در فضای مجازی از موفقیت ۲-پاسخگویی</p>
<p>به منظور همگرایی ذهنی بین مسئولان قرارگاه و فعالان و سر شاخه های مطرح در فضای مجازی، برگزاری نشست با حضور رئیس قرارگاه بازسازی و نوسازی مناطق سیلزده و فعالان فضای مجازی، از سوی معاونت تولید محتوای مرکز ملی فضای مجازی، برنامه ریزی و دنبال می شود. این نشست حداکثر تا پایان اردیبهشت ماه در محل سالن پیامبر اعظم (ص) وزارت کشور برگزار می شود</p>	<p>دعوت از فعالان فضای مجازی برای کمک و همراهی در مدیریت پس از بحران سیل</p>	<p>مشارکت مردم در مدیریت پس از بحران</p>
<p>با توجه به اهمیت زائدالوصف فضای مجازی به منظور ارتقای رندبرنامه ریزی کار قرارگاه با فضای مجازی و دیگر اهداف مدنظر کار گروه فضای مجازی قرارگاه در ذیل کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی به مسئولیت آقای امیر خوراکیان و با حکم رئیس محترم قرارگاه تشکیل می شود.</p>	<p>تشکیل کارگروه فضای مجازی برای گردآوری اطلاعات و تهیه پاسخ</p>	<p>۱-اطلاع رسانی ۲-پاسخگویی</p>

<p>چارچوب ماموریت ها این کار گروه از سوی معاونت تولید محتوای مرکز ملی فضای مجازی پیشنهاد و به تأیید کمیته و قرارگاه خواهد رسید</p>		
<p>نظر به تصویر سازی موجود از کمک های بین المللی در خصوص حوادث و بلایای طبیعی که ناظر بر اهمیت نفس ابراز همدردی و وحدت معنوی بین ملت ها و فارغ و منصرف از کم و کیف آن است، لازم است رسانه های مختلف علی الخصوص رسانه ملی و دیگر رسانه های برخوردار از منابع عمومی، از کوچک شماری و تخفیف کمک های بین المللی اجتناب کنند</p>	<p>نشان دادن کمک های بین المللی، از کوچک سازی آن پرهیز شود</p>	<p>کمک های بین المللی</p>
<p>رسانه ها در بحران ها و روند پیش روی بازسازی و نوسازی، پاسخگویی و مسؤولیت را به طور همزمان و توأمان از ۴ گروه حاکمیت (دولت)، عموم شهروندان، همه دولت های خارجی و نهایتاً جامعه دچار بحران، مطالبه کنند. دولت مسؤول رسیدگی به حادثه است دولت های خارجی مسؤول کمک به کشور حادثه دیده اند و جامعه بحران زده مدارا و سازگاری باشد</p>	<p>توجه به چهار سیاست در مدیریت بحران</p>	<p>چهار سیاست</p>
<p>مقرر گردید به موافقت رئیس محترم قرارگاه جناب آقای سعیدی، معاون سازمان مدیریت بحران به عنوان پاسخگوی قرارگاه بازسازی و نوسازی مناطق سیلزده تعیین و معرفی می شود. دبیرخانه کمیته نسبت به معرفی سخنگو به رسانه ها اقدام مؤثر خواهد داشت</p>	<p>تعیین سخنگو برای پاسخگویی</p>	<p>۱-اطلاع رسانی ۲-پاسخگویی مسئولان</p>

<p>مقرر گردید به منظور تمرکز رسانه ای بر توان مندیه‌ها عموم رسانه ها از جمله رسانه ملی و سایر رسانه های برخوردار از منابع عمومی، توفیقات حاصل شده در روند بازسازی و نوسازی زلزله کرمانشاه را به نحو کیفی منعکس نمایند</p>	<p>اطلاع رسانی درباره پیشرفت های بازسازی و بازسازی مربوط به زلزله کرمانشاه</p>	<p>۱-اطلاع رسانی ۲-پاسخگویی</p>
<p>مقرر گردید به منظور تعادل بخشی به فضای رسانه ای و بعلاوه فرصت سازی های اقتصادی برای استانهای درگیر سیل عظمت ها و مؤلفه های گردشگری استانهای یاد شده، به صورت فوق العاده از سوی رسانه های برخوردار از منابع عمومی از جمله صدا و سیما و ایرنا منعکس</p>	<p>معرفی امکانات گردشگری استان های سیل زده برای استفاده از فرصت اقتصادی معرفی شود</p>	<p>سرمایه گذاری اقتصادی اطلاع رسانی</p>
<p>مقرر گردید به منظور بهره برداری سازنده رسانه ای از موضوع کمک های خارجی در روند سیل، یک بسته تصویری با اعمال ملاحظات و سیاست های مصوب کمیته از سوی معاونت برون مرزی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران تهیه و برای مخاطبان شبکه های برون مرزی پخش شود</p>	<p>طرح کمک های خارجی از شبکه های برونمرزی</p>	<p>طرح کمک های خارجی</p>
<p>توجه کافی در تدوین این بسته به ملاحظات و همچنین دو جلسه برگزار شده از سوی دبیرخانه کمیته در خصوص همکاری ها با سازمان ملل متحد در این خصوص ضرورت است</p>	<p>همکاری با سازمان های بین المللی</p>	<p>کمک های خارجی</p>
<p>با توجه به اهمیت بهره برداری سازنده رسانه ای از حضور مشارکت اقشار و اصناف گوناگون از جمله سازمانهای مردم نهاد و مجموعه های تولیدی کشور در روند بازسازی و نوسازی و با عنایت به اهمیت پرهیز از موازی کاری، مقرر گردید اقدامات اجرا شده در این عرصه از سوی</p>	<p>استفاده سازنده از مشارکت مردمی در رمندهای بازسازی و نوسازی و پرهیز از کارهای موازی</p>	<p>ساماندهی مشارکت مردمی</p>

<p>کمیته اجتماعی قرارگاه، استعلام شده و در تعامل با کمیته یادشده برنامه ریزی لازم برای بهره برداری سازنده رسانه ای فوق الذکر از طریق یکی از کارگروههای کمیته دنبال شود.</p>		
<p>مقرر گردید سازمان صدا و سیما به نحوی تدبیر نماید که برش سیل و بازسازی از مجموعه رصد های رسانه ای صورت گرفته در حوزه های مختلف این سازمان را در اختیار کمیته قرار دهد</p>	<p>اطلاع رسانی درباره سیل و بازسازی</p>	<p>۱-اطلاع رسانی از موفقیت ۲-پاسخگویی</p>
<p>مقرر گردید، در مکاتبه با کمیته اجتماعی و هماهنگی با رئیس محترم قرارگاه، موضوعات فرهنگی در کمیته اجتماعی متمرکز شود و کمیته اطلاع رسانی و تبلیغات در عرصه اطلاع و تبلیغات تمحّض یابد. همچنین به منظور ایجاد اشراف مشترک، با پیگیری دبیرخانه؛ مصوبات کمیته اجتماعی تاکنون، در اختیار اعضای کمیته اطلاع رسانی قرار گیرد</p>	<p>ایجاد تمرکز برای اطلاع رسانی بهتر</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی</p>
<p>با توجه به ضرورت استمرار مطالبه گری رسانه ای البته با رویکرد معتدلانه و غیر تحریک کننده، مقرر گردید در اجرای دستور رئیس محترم قرارگاه مبنی بر ارائه بر نامه های زمان بندی دستگاه های مختلف عمل کننده در روند بازسازی و نو سازی، دبیرخانه از طریق کمیته های قرارگاه، جدول زمان بندی برنامه های دستگاه های دخیل در روند باز سازی را اخذ و ضمن انتشار در اختیار رسانه ها قرار گیرد</p>	<p>مطالبه گری از دستگاه های مسئول بازسازی بطور متعادل</p>	<p>مسئولان پاسخگو</p>

<p>به منظور پیشگیری از بروز تناقضات در اطلاعات و اخبار منتشر شده در روند بازسازی، تمرکز اصلی رسانه‌ها در خصوص اخبار بازسازی، بر مقامات و مسئولان محلی و منطقه‌ای جلب شود و مدیران ستادی در سطوح ملی، منصرف از جزئیات مورد سوال و مطالبه رسانه‌ها قرار گیرند</p>	<p>برای جلوگیری از تناقض در اطلاع رسانی از مسئولان محلی استفاده شود</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی</p>
<p>به منظور پیشگیری از اثر گذاری سوء مستند های تولیدی دستگاه های دخیل در روند بازسازی و نوسازی مناطق سیلزده، دستگاه های عمل کننده، با اعمال نظارت و دقت کافی شرایطی را فراهم می کنند که در تولید مستندهای هر دستگاه علاوه بر رعایت اصول حرفه ای و سیاست های کلی رسانه ای قرار گاه، عزت نفس و کرامت انسانی دریافت کنندگان خدمات حفظ شده و اصول اخلاقی تحت الشعاع رویکرد های تبلیغاتی قرار نگیرد</p>	<p>مراعات کرامت انسانی سیل زدگان در تولیدات رسانه ای</p>	<p>کرامت سیلزدگان</p>
<p>به منظور انعکاس شرایط واقعی در مناطق سیلزده از سوی فعالان جهادی حاضر در مناطق، ایجاد یک بستر ارتباطی در فضای مجازی با عضویت همزمان سر شاخه های نیرو های داوطلب فعال در مناطق و اعضای کمیته اطلاع رسانی و تبلیغات از طریق همکاری سازمان تبلیغات اسلامی و دبیر خانه کمیته ایجاد می شود. مسئولان ارشد قرارگاه نیز تا سرحد امکان از سوی دبیر خانه کمیته در این بستر ارتباطی عضویت خواهند داشت</p>	<p>راه های انعکاس شرایط واقعی مناطق سیلزده</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی در فضای مجازی</p>

<p>با توجه به ارائه گزارش نماینده قرارگاه حضرت بقیه...الا عظم ارواحنا فداه در جلسه مبنی بر شرایط اضطراری انجیرستان ها در بخشهایی از مناطق سیلزده استان لرستان، پیگیری رسانه ای موضوع به نحو متعادل به گونه ای که ضمن زمینه سازی تسریع در رفع نیاز لجستیکی موجود در این باره منجر به تحریک مطالبات نشود در دستور کار رسانه ملی قرار گیرد</p>	<p>پیگیری رفع نیاز ضروری منطقه سیل زده</p>	<p>۱-نیاز ضروری سیل زده ۲-وظیفه مسئولان</p>
<p>سازمان تبلیغات اسلامی، به منظور تلاش در جهت تقویت همگرایی ذهنی مسئولان قرارگاه و عناصر جهادی و تشکلی فعال در مناطق سیلزده، نشست مشترکی را با حضور سرشاخه و هدرهای فعالین حضور یافته در مناطق سیلزده و مسئولان قرارگاه بازسازی و نوسازی مناطق سیلزده تشکیل می دهد. این نشست به میزبانی وزارت کشور و با جلب هماهنگی کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی در برنامه ریزی شکلی و محتوایی برنامه برگزار می شود.</p>	<p>استفاده از سرشاخه های فعال فضای مجازی برای تقویت همکاری و همگرایی</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی</p>
<p>صدا و سیما؛ به منظور تقویت امید آفرینی و با رویکرد احیای زندگی و تولید در مناطق سیلزده، در خصوص واحد های تولید این مناطق اعم از صنعتی، کشاورزی یا دامپرووری که به چرخه تولید بازگشته اند (از جمله واحد های نیشکر در خوزستان)، و همچنین واحد های تولیدی این مناطق که اساساً در جریان سیل آسیبی ندیده اند، نسبت به تولید گزارش های مستند و پخش در آیتم های مختلف خبری اقدام می کند</p>	<p>تولید گزارش برای امید آفرینی از فعالیت های اقتصادی دوباره راه اندازی شده</p>	<p>۱-امید آفرینی با اطلاع رسانی از فعالیت های اقتصادی ۳-پاسخگویی</p>

<p>به منظور اطمینان افکار عمومی در مناطق سیل زده از استمرار توجهات رسانه ای به مردم سیل زده و همچنین اطمینان افکار عمومی در کل کشور از کفایت تشکیلات اجرایی در رسیدگی به شرایط مناطق سیلزده، رسانه ملی و دیگر رسانه های برخوردار از منابع عمومی، رویکرد متعادل و متوازن برجسته سازی خدمات ارائه شده و در جریان ارائه و همزمان پیگیری و انعکاس مدیریت شده و مدبرانه و غیرتحریک کننده نیازها و کمبود ها در مناطق سیلزده را دنبال می کنند. مسئولیت رصد و گزارش مصادیق تخلف یا عدول از این رویکرد بر عهده خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا) و در مورد ایرنا بر عهده واجا است</p>	<p>برجسته سازی خدمات ارائه شده کفایت سازمان ها و نیروهای موجود در رفع معضلات مدیریت غیرتحریک کننده نیازها و کمبودهای سیل زدگان</p>	<p>۱-اطلاع رسانی خدمات و عدم نیاز به نیرو ۲-مشارکت مردم</p>
<p>کلیه اعضاء کمیته؛ مصادیق تعارض یا تناقض در اطلاع رسانی در خصوص خسارات، ارزیابی خسارات، جبران خسارات و سایر اجزای روند بازسازی و نوسازی را رسماً به دبیر خانه کمیته منعکس نمایند تا از طریق سازمان مدیریت بحران کشور نسبت به پیگیری رفع اختلاف و اطلاع رسانی متناسب اقدام شود</p>	<p>تناقض در اطلاع رسانی خسارات را اعضاء اطلاع دهند</p>	<p>اطلاع رسانی (رفع تناقض)</p>
<p>سازمان مدیریت بحران؛ به منظور تحقق اشراف حداکثری و زمینه سازی برای ارتقای کیفی برنامه ریزی رسانه ای و تعمیق برنامه ریزی اطلاع رسانی، سازمان مدیریت بحران کشور، سفر هیات نمایندگی ۷ نفره کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی به ۳ استان گلستان، لرستان و خوزستان را در قالب ۳ سفر دو روزه تنظیم، ارائه و با هماهنگی دبیر خانه کمیته اجرا می کند</p>	<p>بازدید از منطقه و برنامه ریزی برای اطلاع رسانی</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی از منطقه</p>

<p>صدا و سیما و ایرنا، پس از مشورت با وزارت جهاد کشاورزی و سازمان دامپزشکی کشور نسبت به انعکاس همراه با پاسخگویی مقامات ذیربط از دو سازمان یاد شده و احياناً ديگر دستگاه های مسئول در خصوص احتمال شیوع تب برفکی در دام های برخی مناطق سیلزده و همچنین موضوع کمبود علوفه مورد نیاز دام در مناطق سیلزده اقدام کند</p>	<p>ایجاد هماهنگی در پاسخگویی سازمان های مسئول بوسیله رسانه ها</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی</p>
<p>با توجه به سفر اخیر رئیس محترم جمهور به کرمانشاه به ویژه طرح های توسعه مورد افتتاح، رسانه ملی با رعایت ملاحظات رسانه ای و محتوایی ابلاغ شده در مورد طرح های توسعه آب و خاک در این استان و دیگر استان ها در خصوص تولیدگزارش های روندی از نتایج و آثار عملی بهره برداری از این طرح ها، با رعایت کامل ملاحظات یاد شده، اقدام کند</p>	<p>سفر رئیس جمهور به منطقه سیلزده</p>	<p>مسئول پاسخگو</p>
<p>ناجا و واجا؛ در چارچوب مقررات و مصالح قضائی، نسبت به اطلاع رسانی برخورد با عناصر شایعه ساز در فضای مجازی در خصوص ابعاد خسارت ها و روند رسیدگی دستگاه ها اقدام و گزارش موارد اطلاع رسانی شده را به قرارگاه منعکس سازند</p>	<p>اطلاع رسانی درباره برخورد با شایعه سازان</p>	<p>اطلاع رسانی</p>
<p>در اخبار صدا و سیما، حوادث طبیعی مختلف واقع شده در سراسر جهان، ( و نه صرفاً نقاط خاصی مثل آمریکا) به صورت منطقی و متناسب پوشش داده شود تا امکان مقایسه وضعیت عملکرد کشورهای مختلف در روند مدیریت</p>	<p>مقایسه با حوادث مشابه در دیگر کشورها</p>	<p>کمک به حل بحران موفقیت- پاسخگویی</p>



بحران‌ها برای مخاطب ایجاد شود		
سازمان مدیریت بحران؛ فهرست شماره‌های تماس اعضای شورای هماهنگی مدیریت بحران ۳ استان گلستان، لرستان و خوزستان و شهرستان پلدختر و دشت آزادگان را جهت ارائه به اعضای کمیته، در اختیار دبیرخانه کمیته قرار دهد	اعلام شماره تلفن اعضای شورای هماهنگی مدیریت بحران به کمیته اطلاع‌رسانی	هماهنگی اعضا
از ظرفیت برنامه‌های سحرگاهی صدا و سیما، برای جلب مشارکت‌های مردمی در روند بازسازی و نوسازی مناطق سیل‌زده استفاده شود	جلب مشارکت مردمی	مشارکت مردم
به منظور هنجارمندی حضور عوامل رسانه‌ای در صحنه حوادث و بحران‌های طبیعی، پیش‌نویس دستورالعمل کم و کیف و نحوه حضور عناصر رسانه‌ای (خبرنگاران، عکاسان، روزنامه‌نگاران، تیم‌های مستندساز، فعالین فضای مجازی و ...) از سوی معاونت مطبوعاتی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تدوین و جهت سیر مراحل تصویب در اختیار دبیرخانه کمیته قرار گیرد	تهیه دستورالعمل حضور عوامل رسانه در صحنه بحران	چگونگی حضور عوامل رسانه در صحنه
صدا و سیما به منظور ترویج فرهنگ صیانت از حریم رودخانه‌ها و عدم ساختمان‌سازی در بستر و حریم آنها، کانال‌ها و رودخانه‌ها، برنامه ریزی مؤثری را برای برنامه‌سازی در این عرصه دنبال و نتایج را به کمیته تبلیغات و اطلاع‌رسانی قرارگاه بازسازی و نوسازی مناطق سیل‌زده منعکس نماید	ترویج فرهنگ صیانت از حریم رودخانه‌ها برای جلوگیری از خطر	

<p>دستگاههای اجرایی دخیل در روند بازسازی در سطح استانها، به صورت مستمر نسبت به تشکیل جلسات توجیهی برای خبرنگاران و اصحاب رسانه برای ایجاد اشراف نسبت به روند بازسازی و چالش ها اقدام کنند</p>	<p>توجه خبرنگاران نسبت به روند بازسازی</p>	<p>اطلاع رسانی روند بازسازی موفقیت- پاسخگویی</p>
<p>با توجه به ارائه برخی گزارش های غیر مستند در خصوص شرایط بهداشتی در مناطق سیلزده، موضوع از طریق سازمان مدیریت بحران مستنداً بررسی و نتیجه در جلسه بعدی کمیته گزارش شود</p>	<p>پیگیری گزارش های نادرست درباره وضع بهداشتی</p>	<p>برخورد با گزارش های نادرست</p>
<p>در شهرستان پلدختر حضور یافته و ضمن بررسی شرایط و تلاش میدانی برای اصلاح آن، گزارش شرایط را به کمیته ارائه کنند</p>	<p>گزارش مسئول ان از وضعیت منطقه</p>	<p>مسئولان پاسخگو</p>
<p>به منظور توسعه استفاده از صنعت بیمه برای جبران خسارت های وارده در جریان حوادث طبیعی، فرهنگ سازی برای ترویج بیمه محصولات کشاورزی و بیمه ساختمان ها در برابر حوادث، از سوی رسانه ملی و رسانه های برخوردار از منابع عمومی به طور ویژه دنبال شود</p>	<p>ترویج بیمه در میان کشاورزان برای جلوگیری از خسارت</p>	<p>اطلاع رسانی برای جلوگیری از ضرر ملی آینده و بیمه</p>
<p>به منظور امکان سازی برای تنظیم روند نظارت رسانه ای و برنامه ریزی مؤثر اطلاع رسانی روند بازسازی و نوسازی، سازمان مدیریت بحران نسبت به ایجاد اتاق وضعیت (به صورت مجازی) اقدام می کند. اتاق وضعیت به صورت توأمان برنامه زمان بندی اجزای مختلف بازسازی و نوسازی و درصد پیشرفت هر یک از این برنامه ها و اقدامات ذیل آن را در اختیار کمیته قرار می</p>	<p>نظارت رسانه ها بر وضعیت روند بازسازی و نوسازی</p>	<p>نظارت رسانه و پاسخگویی مسئولان بازسازی</p>

دهد		
<p>رسانه ملی و رسانه های برخوردار از منابع عمومی، در خروجی های مختلف خود از برنامه سازی های منجر به تضعیف مدیران مرتبط با روند بازسازی و نوسازی مناطق سیل زده اجتناب می کنند. مسئولیت رصد و گزارش اجرای این بند برعهده معاونت مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است</p>	<p>خودداری از تضعیف مدیران مسئول بازسازی</p>	<p>عدم تضعیف مدیران مسئول بازسازی</p>
<p>به منظور استفاده از ظرفیت ائمه محترم جمعه مناطق سیل زده به عنوان منبع در برنامه های رادیو تلویزیونی، مقرر گردید اطلاعات تماس شخصیت های یادشده از سوی معاونت ارتباطات و رسانه شورای سیاستگذاری ائمه جمعه در اختیار صدا و سیما قرار گیرد</p>	<p>استفاده از ائمه جمعه</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی</p>
<p>امید آفرینی هرچه بیشتر، انعکاس خدمات کمیته امداد در مناطق سیل زده با رعایت اصول و قواعد اخلاقی و حفظ کرامت انسانی از سوی رسانه های برخوردار از منابع عمومی در دستور کار قرار گیرد. گزارش اقدامات صدا و سیما، رأساً و گزارش اقدامات سایر رسانه های از سوی معاونت مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ارائه خواهد شد.</p>	<p>امیدآفرینی با انعکاس خدمات کمیته امداد</p>	<p>اطلاع رسانی برای امیدآفرینی</p>
<p>به منظور تقویت ظرفیت تبادل اطلاعات در کمیته بین رسانه ها و سایر دستگاههای عضو قرارگاه، مقرر گردید نماینده وزارت راه و شهرسازی از جلسه آتی به کمیته دعوت شود.</p>	<p>تقویت ظرفیت اطلاع رسانی</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی</p>

<p>با توجه به انعکاس برشی از نیازهای مردم و مشکلات موجود در مناطق سیلزده در فضای مجازی، مرکز ملی فضای مجازی و کارگروه فضای مجازی کمیته، هر هفته گزارشی از نمود این نیازها و مشکلات در فضای مجازی را در قالب های کمی و کیفی برای دبیرخانه کمیته ارسال و در جلسات کمیته ارائه نماید.</p>	<p>تهیه گزارشی از چگونگی طرح مشکلات موجود در فضای مجازی</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی در فضای مجازی</p>
<p>به منظور امکان هم افزایی در جذب و استمرار نهادینه کمک های مردمی، اطلاعات پویش ها و کمپین های ایجاد شده در عرصه بازسازی و نوسازی مناطق سیلزده، از سوی کمیته بازسازی و نوسازی قرارگاه گردآوری و برای هماهنگی با رسانه ها، به کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی قرارگاه، ارسال می شود.</p>	<p>ایجاد امکان هم افزایی و استمرار کمک های مردمی</p>	<p>استمرار کمک های مردمی</p>
<p>به منظور امکان برنامه ریزی رسانه ای و با عنایت به برخی نگرانی های مطرح شده در خصوص باغات مناطق سیلزده مازندران، گزارش آخرین شرایط این عرصه از طریق کمیته بازسازی و نوسازی قرارگاه از استانداری مربوطه اخذ و به کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی قرارگاه، ارسال شود.</p>	<p>گزارش آخرین شرایط باغات منطقه</p>	<p>اطلاع وضعیت رسانی درباره باغ ها</p>
<p>به منظور بررسی دقیق آثار و نتایج سفر کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی به استان لرستان، گزارش جمع بندی سفر از سوی سازمان مدیریت بحران تدوین و به کمیته ارائه شود.</p>	<p>جمع بندی نتایج سفر کمیته تبلیغات به مناطق سیل زده</p>	<p>نتایج کمیته برای اطلاع رسانی</p>

<p>به منظور اعمال نظارت کیفی بر تولید مستندهای تلویزیونی سطوح استانی قرارگاه، شبکه مستند سیما، پیش نویس شاخص های شکلی و محتوایی برای تولید این مستندها را با لحاظ نکات ابلاغ شده از سوی دبیر کمیته به استانها، تدوین و به دبیرخانه کمیته ارائه می نماید.</p>	<p>تهیه پیش نویس شاخص های شکلی و محتوایی تولید برنامه های مستند</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی</p>
<p>با توجه به گزارش وزارت راه و شهرسازی مبنی بر پایان لایروبی گرگان رود، به منظور انعکاس کیفی این اقدام برنامه سازی تلویزیونی از سوی معاونت سیما ( سازمان صدا و سیما) و تولید گزارش های مؤثر از سوی سایر رسانه ها دنبال شود</p> <p>بمنظور بررسی ابعاد مختلف فرصت ها و چالش ها و احیاناً موانع حضور گروه های جهادی در مناطق سیلزده و همچنین کیفی سازی و هدفمندسازی حضور این گروه ها در مناطق سیلزده، جلسه ای از سوی سخنگوی سازمان مدیریت بحران و با دعوت از قرارگاه بقیه ... الاعظم، سازمان تبلیغات اسلامی، کمیته بازسازی و نوسازی مناطق سیلزده، بنیاد مسکن انقلاب اسلامی و بسیج سازندگی، برگزار و نتایج آن به کمیته ارائه می شود</p>	<p>تهیه گزارش از پایان لایروبی گرگان رود</p> <p>کیفی سازی و هدفمندسازی حضور گروه ها در مناطق سیلزده</p>	<p>اطلاع رسانی پایان لایروبی مسئولان پاسخگو کیفیت مشارکت مردم</p>
<p>به منظور تامین اشراف در روند برنامه ریزی رسانه ای، گزارش کمیته بازسازی و نوسازی قرارگاه از سوی نماینده این کمیته در جلسه آتی کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی ارائه می شود.</p>	<p>تهیه گزارش برای اشراف بر روند برنامه ریزی رسانه درباره بحران سیل</p>	<p>نحوه اطلاع رسانی رسانه ها</p>

<p>به منظور تسریع در بازسازی و نوسازی مناطق سیلزده و استفاده از ظرفیت های استانهای سیلزده و فراهم کردن تسهیلات در این مناطق، برگزاری نشست چهارجانبه با حضور کمیته های تخصصی قرارگاه شامل ؛ کمیته بازسازی و نوسازی، کمیته برآورد خسارت و کمیته تبلیغات و اطلاع رسانی با حضور مشترک سرمایه گذاران و چهره های فرهنگی رسانه ای (سلبریتی ها) در دستور کار کمیته قرار گیرد.</p>	<p>برای تسریع بازسازی تشکیل کمیته مشترک</p>	<p>تسریع بازسازی</p>
<p>به منظور استمرار توجه افکار عمومی به مسائل مناطق سیلزده، تولید تیزر و کلیپ با موضوع کلان سیل در دستور کار جمعیت هلال احمر قرار گرفته و سازمان صدا و سیما نیز عهده دار پخش آن به صورت آبتم های کوتاه قبل از پخش برنامه های پربیننده شود.</p>	<p>جلب توجه افکار عمومی به مناطق سیل زده</p>	<p>جلب مشارکت مردم</p>
<p>به منظور تامین و تجهیز هرچه بیشتر امکانات و تسهیلات در مناطق سیلزده امکان برگزاری برنامه های تفریحی مثل برگزاری مسابقات فوتبال یا کنسرت به نفع مردم سیلزده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت ورزش و جوانان بررسی شده و و نتیجه به کمیته اعلام و دنبال شود.</p>	<p>تامین و تجهیز هرچه بیشتر امکانات و تسهیلات در مناطق سیلزده امکان برگزاری برنامه های تفریحی</p>	<p>برگزاری برنامه های تفریحی</p>
<p>باتوجه به شرایط استان خوزستان، سفر به استان در دو هفته پیش رو و با دعوت از نماینده کمیته های منتخب قرارگاه برای همراهی در این سفر، برنامه ریزی و سازمان مدیریت بحران نسبت به هماهنگی های سفر اقدام کند.</p>	<p>دعوت از نمایندگان کمیته های منتخب برای سفر به خوزستان</p>	<p>چگونگی اطلاع رسانی</p>

<p>به منظور امیدآفرینی و با توجه به در پیش بودن تعطیلات تابستانی تولید برنامه های مناسب رده های سنی کودکان و نوجوانان در قالب اعزام گروه های تولیدی کودک از شبکه های مختلف به مناطق سیلزده از طریق رسانه ملی و یا تولیدات استانی سیما دنبال شود.</p>	<p>اعزام گروه های تولید برنامه های کودک برای امیدآفرینی</p>	<p>اجرای برنامه های کودک در محل بعد از بحران</p>
<p>اعضای کمیته بر هماهنگی بیشتر دستگاههای عضو قرارگاه در انجام بموقع مصوبات و عملیات اجرایی در مناطق سیلزده تاکید کردند.</p>	<p>انجام به موقع مصوبات کمیته</p>	<p>پاسخگویی مسئولان</p>
<p>معاونت سیما و معاونت صدا، تولید برنامه و کلیپهایی با موضوع تبیین مزایای استفاده از بیمه ساخت و ساز را دنبال کنند.</p>	<p>تبیین مزایای بیمه در صدا و سیما</p>	<p>پیشگیری از ضرر مالی در آینده</p>
<p>به منظور توجه بیشتر افکار عمومی و رسانه ها به مساله سیل و مناطق سیلزده، تدابیر لازم برای حضور مسئولین در این مناطق دنبال شود.</p>	<p>برای توجه بیشتر به افکار عمومی حضور مسئولین در منطقه پیگیری شود</p>	<p>مسئولان پاسخگو</p>
<p>با توجه به شروع فصل تابستان و آغاز تعطیلات دانشگاهی و حوزوی، اعزام نیروهای جهادی به این مناطق توسط قرارگاه فرهنگی اجتماعی حضرت بقیه ... الاعظم و سازمان تبلیغات اسلامی دنبال شود. سازمان مدیریت بحران، ضمن ادامه تلاش برای هماهنگی ها در این زمینه، در جلسات آتی کمیته از مسئولان ذیربط برای هماهنگی های بیشتر دعوت بعمل آورد.</p>	<p>اعزام نیروهای جهادی به مناطق با توجه به شروع تابستان و تعطیلات</p>	<p>استفاده از نیروهای مشارکت مردمی</p>

#### ۱.۴ نتایج مأخوذ از تحلیل محتوا

بررسی‌ها نشان می‌دهد حدود ۲۹٪ مصوبات معطوف به چگونگی و کیفیت اطلاع‌رسانی به مردم و سیل زدگان است. ۴٪ نیز معطوف به پیشگیری قبل از بحران است. اما دیگر موضوعاتی که می‌تواند سیاست‌های اصلی اطلاع‌رسانی در حین بحران باشد چهار سیاست اصلی دیگر است. اولین سیاست مورد نظر با ۴۰٪ مصوبات کمیته شامل سیاست پاسخگو بودن مسئولان در سطوح گوناگون است. دومین سیاست مسئولیت‌مشارکت‌عامه مردم در مدیریت و کنترل بحران است که ۱۹٪ از مصوبات را به خود اختصاص داده است، سیاست سوم هرچند بسیار مهم است اما تا حدودی مورد غفلت واقع شده اما در مصوبات جلسات وجود دارد، "سیاست افراد و خانواده‌های بحران زده سازگار و قانع" است. این سیاست فقط دارای ۴٪ مصوبات است و تقریباً از جلسات میانی این موضوع مورد توجه قرار گرفته است. از خلال گفتگوهای اعضای جلسه این امر از آن‌جا مورد توجه قرار گرفت که بعضی رسانه‌ها به شدت مطالبات سیل زده‌ها را از مسئولان بالا می‌بردند در حالی که امکانات اجازه پاسخگویی به این همه مطالبات را نمی‌دهد. چهارمین سیاست نیز که مستقلاً مورد بحث قرار گرفت و به تصویب رسید سیاست مطالبه از سازمان‌های بین‌المللی و دیگر کشورها در کمک به رفع بحران، نه از آن جهت که کشور از حل آن ناتوان است بلکه از آن جهت که کمک به رفع بحران وظیفه سازمان‌های بین‌المللی است، همچنین کشورها نسبت به یکدیگر دارای مسئولیت‌هایی در هنگام رویدادها و حوادث طبیعی هستند که نباید فراموش شود. این سیاست نیز از اواسط جلسات یعنی از اردیبهشت ماه ۹۸ مورد توجه اعضا شرکت‌کننده قرار گرفت.

با استفاده از مقولات استخراج شده می‌توان سیاست‌های مورد نظر اعلامی یا اعمالی را استخراج کرد. توجه به این امر لازم است که فعالیت‌های رسانه‌ها علی‌الاصول باید کمک به حل و رفع بحران‌ها خصوصاً بحران‌های ناشی از حوادث و بلایای طبیعی باشد. بررسی تحلیل محتوای مصوبات صورت‌جلسات کمیته اطلاع‌رسانی سیل نوروز ۹۸ مستقر در وزارت کشور با رعایت موضوع بندی و مقوله‌سازی شش سیاست می‌توان استخراج کرد که دوتا درباره چگونگی اطلاع‌رسانی و تقویت و تأکید بر کمک به مدیریت بحران است. این دو سیاست شامل هرگونه اطلاع‌رسانی می‌شود که می‌تواند موجب آرامش مردم و هماهنگی آن‌ها با اقدامات و توصیه‌های مسئولان امر می‌شود:

۱. اطلاع‌رسانی برای کمک به کنترل و مدیریت بحران



۲. ارتقاء و بهبود کیفیت اطلاع رسانی و استفاده به موقع از انواع ظرفیت های تولید و پخش یا توزیع رسانه ای

چهار مورد دیگر از سیاست های اصلی رسانه ها در خلال بحران برای کمک مؤثر به حل و یا کنترل آن است. این چهار سیاست مستخرج از نتایج تحلیل محتوای صورتجلسات مذکور عبارتند:

۳. پاسخگو کردن مسئولان در سطوح گوناگون

۴. باید عامه مردم خود را مسئول در مشارکت برای کمک به حل بحران بدانند

۵. باتوجه به وضعیت بحرانی و امکانات موجود، افراد و خانواده های بحران زده قانع و سازگار باشند.

۶. سازمان های بین المللی و سایر دولتها مسئول مشارکت در کمک به حل بحران ملی ناشی از حوادث طبیعی.

شش سیاست استخراجی برای ۱۵ نفر کارشناسان ارتباطات و رسانه از طریق ایمیل ارسال شده است. تعداد ۱۳ نفر از آن ها پاسخ های خود را به شرح زیر ارسال نمودند. کارشناسان محترم گاهی ضمن موافقت نظر تکمیلی و اصلاحی نیز داشته اند از این جهت این نظرات نیز مورد استفاده قرار گرفته است. مجموعه نظرات کارشناسان در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول کلی نتایج اظهار نظر کارشناسان درباره سیاست های رسانه ای در هنگام بحران ناشی از بلایای طبیعی

شماره	سیاست رسانه	موافق	مخالف	میزان درصد
۱	اطلاع رسانی برای کمک به کنترل و مدیریت بحران	۱۳	---	۱۰۰٪
۲	ارتقاء و بهبود کیفیت اطلاع رسانی و استفاده به موقع از انواع ظرفیت های تولید، پخش یا توزیع رسانه ای	۱۰	۳	۷۷٪

۳	پاسخگو کردن مسئولان در سطوح گوناگون	۱۳	-----	۱۰۰٪
۴	عامه مردم مسئول در مشارکت برای کمک به کنترل و حل بحران	۱۱	۲	۸۴٪
۵	قانع و سازگار کردن افراد و خانواده های بحران زده (سیلزده)	۸	۵	۶۱٪
۶	سازمان های بین المللی و سایر دول مسئول مشارکت در کمک به حل بحران	۷	۶	۵۳٪

از مجموعه سی و دو توضیح تکمیلی و اصلاحی کارشناسان، تعداد هفده توصیه مربوط به مراحل قبل و بعد از بحران است، هرچند مراحل مهمی است اما این مقاله صرفاً مرحله دوم یا حین بحران را مد نظر قرار داده است. از سایر توصیه ها، تعداد پنج توصیه مربوط دو سیاست اول است و تأکید بر استفاده های گوناگون از ظرفیت های متنوع رسانه های اجتماعی است. یک توصیه این بود که مدیریت مستقیم باید با رئیس جمهور باشد. بیشترین با هفت توصیه، استفاده بیشتر از شهروند خبرنگاران به جای خبرنگاران رسمی است. دو توصیه استفاده از رادیو به جهت سهولت و امکان دسترسی حتی در صورت قطع برق و توصیه دیگر درباره رعایت صداقت و اطلاع رسانی کامل به مردم بود.

براین شش سیاست اصلی رسانه ها در هنگامه بحران های ناشی از حوادث طبیعی لازم است دو سیاست اولیه را هم که در صفحات قبل توضیح داده شده است، اضافه کرد:

۱. دفع ضرر و خطر از افراد در مرتبه اول قرارداد.
۲. دفع خطر و ضرر به اموال و فعالیت جاری تجاری در مرحله دوم

## ۵. جمع بندی و نتیجه گیری

مدیریت بحران از حادثه ای به حادثه ای از کشوری به کشوری و از زمانی به زمانی همواره متفاوت است لذا نمی توان یک الگو برای کنترل و حل یک بحران را برای همه جا، در هر

زمان و یا در هر کشور و منطقه ای توصیه کرد، اما تکیه به سیاست های اصلی، مدیریت و کنترل بحران را تسریع و تاحدی ساده می کند. مشکل بزرگ بحران ها ورود به شرایطی است که هر لحظه آن می تواند پیش بینی ها را ناکارآمد کند و نتایج مدیریت را از بین ببرد. از این جهت در طول مدیریت بحران همواره جلسات فوری و فشرده ای برای ایجاد هماهنگی در اقدامات صورت می گیرد. اگر سیاست های اصلی برای همه دست اندرکاران مخصوصاً اهالی رسانه روشن باشد، جلسات هماهنگی منجر به سیاستگذاری چگونگی اجرای سیاست های اصلی و اولویت بندی آن ها از نظر زمانی یا منطقه ای، می شود، در غیر این صورت وقت زیادی صرف تعیین سیاست اصلی و توجیه آن خواهد شد. این امر در آن شرایط که همه چیز از چگالی و فشردگی بسیار بالایی برخوردار است موجب عقب ماندگی و سوء عمل و گسترش و ماندگاری بحران خواهد شد که ممکن است اتلاف جان و مال بیشتری را سبب شود.

شش + دو سیاست های رسانه ها در مرحله حین بحران، همچنین ضرورت فلسفه وجودی آن ها را باید همه کارکنان و فعالان رسانه های رسمی اعم از رادیو، تلویزیون و خبرگزاری ها و حتی فعالان مؤثر مستقل در فضای مجازی در وقت مقتضی و در شرایط معمول فراگیرند تا در لحظه بحران فقط چگونگی اجرای آن ها مورد بحث قرارگیرد.

## کتابنامه

- آنسلم استراس، جولیت کوربین، اصول روش تحقیق کیفی، نظریه مبنایی، روش ها و شیوه ها، ۱۳۸۵، ترجمه محمدی بیوک، نشر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- خجسته حسن، ۱۳۹۴، ارتباطات خطر، نظریه ها و مدیریت آن، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، شابک، ۹۷۸-۶۰-۷۶۸۷-۲۴-۶
- خجسته، حسن، ۱۳۸۴، بحران بلایای طبیعی و نقش رادیو در مدیریت آن، پژوهش و سنجش، سال دوازدهم، شماره ۴۲ و ۴۳ تابستان و پاییز ۸۴
- خجسته، حسن، ۱۳۸۷، اصول اخلاق حرفه ای خبرنگاران و رسانه های جمعی در مدیریت بحران (زلزله)، پژوهش های ارتباطی، سال پانزدهم، شماره ۵۶، زمستان ۸۷
- دبلیو. تیموتی کومبز، ۱۳۹۲، ارتباطات بحران، ترجمه معاونت آموزش و پژوهش خبرگزاری فارس، نشر خبرگزاری فارس، شابک، دوره: ۱-۷-۹۳۷۶۰-۹۷۸-۶۰-۱؛ جلد اول،
- روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۴). پژوهشی بنیادین در حوزه مفاهیم نظری سیاستگذاری رسانه ای، فصلنامه مدیریت دولتی، مقاله ۴، دوره ۷، شماره ۳، پاییز ۱۳۹۴

کمالی، یحیی و جمال میرزایی، ۱۳۹۶، مقایسه ساختار مدیریت بحران در ایران، ژاپن، هند و ترکیه، مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی، دوره ۷ شماره ۲۵، زمستان ۹۶  
محقق، مصطفی، ۱۳۹۱، رویکردهای نوین در مدیریت بحران و کاهش خطرپذیری بلایا، امداد و نجات  
: 1391 دوره 4 شماره 3 ; ص ۱۰۷-۱۱۰.  
مونیکه هنینک، اینگه هاتر واجی بیلی، ۱۳۹۴، روش های تحقیق کیفی، ترجمه، صادقی، ابراهیمی، نشر  
مرکز پژوهش و سنجش افکار صدا و سیما، شابک، ۹۶۴-۷۳۷۸-۴۵-۱

Caroline Brassard, 2015, Natural Disaster Management in the Asia-Pacific: Policy and Government, National University of Singapore

<http://farsi.khamenei.ir/news-content?id=3789/1398/03/1>

<http://www.siyasateroz.com/politics>

<https://fa.wikipedia.org/1398/04/16>

<https://nmcndn.io/...management...management...media...crisis-communications-policy/M...>, 1398, 04, 12.

<https://rasekhoon.net>

<https://www.businessgrouphealth.org/pub/?id=F2FEC8EF2354-D714-A7-3F152B79D4A3->

Ilan Kelman, Disaster Diplomacy: How Disasters Affect Peace and Conflict, Routledge

Richrd T. Svlves - 2019 – Disaster Policy and Politics: Emergency Management and Homeland Security, Indie Bound

Tadeusz Tyszka, Piotr Zielonka, 2017, Large Risks with Low Probabilities: Perception and Willingness to take, IWA PUBLISHING

Thomas A. Birkland, 2007, Lesson of Disaster: Policy Change after Catastrophic Events, Georgetown University Press