

ارائه راهکارهای بهبود عملکرد رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی (مورد مطالعه: بحران ریزگردهای استان خوزستان)

محسن علیخانی^۱، علی‌اکبر رزمجو^{۲*}، سیاوش صلواتیان^۳

۱. کارشناس ارشد مدیریت رسانه، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران

۲. استادیار دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران

۳. استادیار دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران

(دریافت: ۱۴۰۰/۰۳/۲۱ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۰/۲۱)

How to Improve the Performance of Local Media in Environmental Crisis (Case Study: the Dust Crisis in Khuzestan Province)

Mohsen Alikhani¹, Aliakbar Razmjoo^{2*}, Siavash Salavatian³

1. M.A. of Media Management, Faculty of Communication and Media, IRIB University, Tehran

2. Assistant Professor, Faculty of Communication and Media, IRIB University, Tehran

3. Assistant Professor, Faculty of Communication and Media, IRIB University, Tehran

(Received: 2021.06.11)

Accepted: 2022.01.11)

Abstract:

Local media play an indispensable role in crisis management, including environmental crises. In our country, Khuzestan province has been facing a dust crisis for many years, but the local media have not performed well in this crisis. In this regard, this study was conducted with the aim of improving the performance of local media in the province in the face of a dust environmental crisis. Thus, the study was designed to achieve these solutions, and a semi-structured interview method was conducted to collect information. The statistical population of this study included experts in the field of media, crisis, and environment, and through targeted sampling, finally, 12 experts were selected and interviewed. By analyzing data through thematic analysis research method, 36 solutions in eight general categories including (human resources), (informing) & (policy-making), (educating) and (improving public participation), (demanding), (warning), (co-working and coordinating with authorities of crisis) were presented. By applying these strategies in local media planning, local media can improve their performance in environmental crises.

Keywords: Environmental Crisis, Local Media, Crisis Management, Performance Improvements.

چکیده:

رسانه‌های محلی، نقش بی‌بدیلی در مدیریت بحران‌ها از جمله بحران‌های محیط‌زیستی دارند. در کشور ما، استان خوزستان سال‌هاست که با بحران ریزگردها روبروست ولی رسانه‌های محلی در این بحران عملکرد مناسبی نداشته‌اند. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف بهبود عملکرد رسانه‌های محلی استان در قبال بحران محیط‌زیستی ریزگردها انجام شده است. بدین ترتیب پژوهش حاضر جهت دستیابی به این راهکارها طراحی شد و برای جمع‌آوری اطلاعات روش مصاحبه نیمه ساختاریافته انتخاب گردید. جامعه آماری این پژوهش شامل متخصصین حوزه رسانه، بحران و محیط‌زیست بود که از طریق نمونه‌گیری هدفمند، ۱۲ نفر انتخاب و با آن‌ها مصاحبه انجام گرفت. با تحلیل داده‌ها از طریق روش تحلیل مضمون، ۳۶ راهکار در قالب هشت دسته کلی شامل اطلاع‌رسانی، نیروی انسانی، سیاست‌گذاری، آموزش و فرهنگ‌سازی، تقویت مشارکت عمومی، مطالبه‌گری و پاسخ‌گویی، آگاه‌سازی و هشداردهی و تعامل با سازمان‌های متولی مدیریت بحران ارائه شد. رسانه‌های محلی با استفاده از این راهکارها، می‌توانند عملکرد خود در بحران‌های محیط‌زیستی را بهبود بخشند.

واژه‌های کلیدی: بحران محیط‌زیستی، رسانه‌های محلی، مدیریت بحران، بهبود عملکرد.

مقدمه

رسانه‌ها دارای اهمیت و نقش ویژه‌ای در جامعه بشری هستند و این ناشی از قدرت رسانه‌ها در جمع‌کردن روابط انسان‌ها، واسطه‌گری بین افکار عمومی و حاکمیت آن‌هاست (Ghanbari & Azaddoost, 2017). همین قدرت رسانه‌ها از یک‌سو و دو نقش مهم نظارتی و کنترلی که برای آن‌ها قائل هستند از سوی دیگر، موقعیت منحصربه‌فردی را در مدیریت بحران‌ها برای آن‌ها به وجود آورده است (Eftekhari, 2008). از دیگر کارکردهای رسانه‌های جمعی در بحران، می‌توان به اطلاع‌رسانی، آموزش و مهم‌تر از همه فرهنگ‌سازی اشاره کرد. (Roshandel Arbatani, 2008). یکی از مهم‌ترین بحران‌هایی که امروزه بشر با آن مواجه است، بحران‌های محیط‌زیستی است که مرزها را درمی‌نوردد و تمامی ملت‌ها را تهدید می‌کند. از جمله بحران‌های محیط‌زیستی می‌توان به آلودگی هوا، تغییرات آب‌وهوا و طی سال‌های اخیر، طوفان‌های جوی- اقلیمی گردوغبار اشاره کرد که به دلیل اثرات منفی آن در فضای جغرافیایی چه به لحاظ طبیعی و چه به لحاظ انسانی، به یکی از چالش‌برانگیزترین موضوعات تبدیل شده است (Abbasi, 2021).

همان‌طور که گفته شد، رسانه‌های جمعی در ساخت و برساخت آگاهی جامعه از مسائل محیط‌زیستی و میزان حساسیت نسبت به بحران‌ها نقشی محوری دارند و نحوه واکنش جامعه و سازمان‌ها نسبت به این مسائل و شیوه‌های حل آن را مشخص می‌سازند (Montazer qaem & Erfani hoseinpour, 2017). رسانه‌های جمعی با دادن اطلاعات محیط‌زیستی، موجب تغییر رفتار و گسترش فرهنگ محیط‌زیستی جامعه می‌شوند (Abdi, 2015). بحران‌های رخ داده در جوامع محلی، بحران خود این رسانه‌هاست و نسبت به رسانه‌های ملی، منابع شهروندی بیشتری در اختیار دارند (Salavatian, 2016) و می‌توانند نقش پررنگ‌تری در مدیریت رسانه‌های بحران‌های محلی ایفا کنند (Goudarzi & Eshraghi, 2016).

کشور ما در سال‌های اخیر با بحران‌های محیط‌زیستی زیادی مواجه شده است. یکی از این بحران‌های قابل توجه، بحران ریزگردهای جنوب غرب کشور است که ایران به دلیل هم‌جواری با سه منبع عمده تولید گردوغبار شامل بیابان‌های عراق، سوریه و عربستان، خشک‌سالی و بهره‌وری نامناسب از زمین در داخل کشور و کشورهای مجاور و نیز قرار گرفتن در

منطقه خشک و نیمه‌خشک جهان، همواره با مشکل ریزگرد و گردوغبار مواجه است. در سال‌های اخیر افزایش چشمگیر تعداد وقوع گردوغبار و بالا رفتن غلظت آن در هوا به‌ویژه در غرب و جنوب غرب ایران بر زندگی مردم این ناحیه تأثیر گذاشته است و همچنین، هزینه‌های زیاد اقتصادی، اجتماعی و سیاسی را بر کشور تحمیل کرده است. با توجه به نقش کلیدی ذکر شده برای رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی، عملکرد رسانه‌های محلی در بحران ریزگردها انتقاداتی را به دنبال داشته است؛ در این باره زینب شریفی^۱ دکترای ارتباطات، غیرفعال بودن رسانه‌های محلی را یکی از دلایل تبدیل نشدن ریزگردها به مسئله ملی می‌داند و عدم انعکاس این موضوع در رسانه‌های محلی را دلیل عدم درک کشور از این بحران خوزستان می‌داند. (Shafaqna, 2017). هم‌چنین اکبر نصراللهی^۲، بی‌توجهی رسانه‌های محلی و عدم ارائه گزارش‌های تحقیقی، افشاگریانه، هشداردهنده، پیشگیرانه و آموزشی در سطح ملی و محلی را دلیل تبدیل شدن ریزگردها به یک بحران جدی می‌داند؛ از نظر ایشان، عملکرد رسانه‌های محلی بیشتر انعکاس رویدادی بوده و تریبون مسئولان بودند (Fars Agency, 2016).

بر این اساس، عملکرد رسانه‌های محلی در شرایط موجود راضی‌کننده نبوده و جهت ایفای نقشی مؤثرتر نیاز به مطالعه وضعیت مطلوب و دستیابی به راهکارهایی است تا رسانه‌های محلی با اعمال آن‌ها در راهبرد و برنامه‌ریزی کلان، عملکرد خود را بهبود بخشید و نقش فعالانه‌ای داشته باشند؛ پژوهش حاضر نیز در راستای احصاء جواب به سؤال، راهکارهای بهبود عملکرد رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی چیست؟ طراحی شده است.

گودرزی و اشراقی^۳ (۲۰۱۵) در پژوهش خود به آسیب-شناسی نقش محیط‌زیستی رسانه‌های پرداخته است به این نتیجه دست یافتند که نبود رسانه مستقل در حوزه محیط‌زیست، فقدان نگاه کلان و نظام‌مند در میان کنشگران رسانه‌ای، تأکید بر برنامه‌های مقطعی و غفلت از نگاه راهبردی در برنامه‌سازی، از جمله آسیب‌های رسانه‌ها در ایفای نقش محیط‌زیستی آن‌هاست.

1. Zeinab Shrif

2. Akbar Nasrollahi

3. Goudarzi & Eshraghi

ژاپن از طریق مصاحبه با روزنامه‌نگاران ارشد دو روزنامه محلی شهر ایشی‌نوماکی به نام‌های /ایشی‌نوماکی‌هییبی شیمبان^۵ و /ایشی‌نوماکی‌کاهوکو^۶ عملکرد روزنامه‌های محلی شهر ایشی-نوماکی ژاپن را پس از فاجعه سونامی سال ۲۰۱۱ بررسی کرده است. نتایج نشان داده است که این روزنامه‌های محلی به دلیل نزدیکی به محل فاجعه، بسیار سریع به اطلاع‌رسانی فاجعه پرداختند و اطلاعات حیاتی و لازم را منتشر کردند. همچنین روزنامه‌هایشان تلاش کرده‌اند که پیام‌های امیدآفرین را به مخاطبان ارائه کنند و نسبت به رسانه‌های ملی که گاهی تصورات نادرست خود نسبت به بازسازی و بهبود شرایط را به مخاطبان القا می‌کردند، چشم‌انداز امیدآفرین‌تری را ارائه دهند. محیط‌زیست به همه محیط‌هایی که در آن‌ها زندگی جریان دارد گفته می‌شود. مجموعه‌ای از عوامل فیزیکی خارجی و موجودات زنده که با هم در کنش هستند محیط‌زیست را تشکیل می‌دهند و بر رشد و نمو و رفتار موجودات تأثیر می‌گذارند. امروزه این تعریف غالباً به انسان و فعالیت‌های او مرتبط می‌شود و می‌توان محیط‌زیست را مجموعه‌ای از عوامل طبیعی کره زمین، همچون هوا، آب، اتمسفر، صخره، گیاهان و غیره که انسان را احاطه می‌کنند خلاصه کرد (Ali Asgari, 2012).

برخی رسانه‌ها و خبرگزاران، فاجعه را موضوع کسب‌وکار رسانه‌ها می‌دانند. چون در فاجعه بحران است که تنور کار روزنامه‌نگاری گرم می‌شود و در این ایام است که روزنامه‌نگاران کمتر می‌خوابند، بیشتر کار می‌کنند و به مناطق بحران زده و حادثه زده سفر می‌کنند. البته گاه زندگی و سرنوشت رسانه‌ها، خواه‌ناخواه به بحران‌ها و فجایع گره می‌خورد. رسانه‌ها در هنگام بحران می‌توانند با زنده کردن بخشی از گذشته، افرادی را که تحت تأثیر بحران قرار گرفته‌اند، در جهت حفظ و احیای این هویت که ممکن است از دست‌رفته باشد به صحنه بکشاند و با حفظ ارتباط گذشته، علاوه بر حفظ حیات اجتماعی، امید به زندگی را در افراد بحران‌زده تقویت کنند (Nejatbakhsh & Isfahani & Bagheri, 2008)؛ اما نقش دوگانه رسانه‌ها در بحران‌سازی و بحران‌زدایی، دست‌کم بر صاحب‌نظران عرصه بحران واقعیتی آشکار است. امروزه در عصر ارتباطات و اطلاعات، هرگاه بحرانی رخ می‌دهد آنچه ذهن را به خود مشغول می‌کند، این است که آیا رسانه‌ها با محرک بحران

بینایی باشی^۱ (۲۰۱۲) در پایان‌نامه خود با عنوان نقش برنامه‌های محیط‌زیستی تلویزیون در آگاه‌سازی و مشارکت دهی شهروندان تهرانی در حفظ محیط‌زیست، با بهره‌گیری از روش پیمایشی و توزیع پرسش‌نامه در بین جامعه نمونه که ۳۸۸ نفر از شهروندان تهرانی مناطق ۵ و ۱۹ تهران بوده است این چنین نتیجه‌گیری کرده است که با وجود تأثیرگذار بودن رسانه قدرتمندی چون تلویزیون، اما به دلیل پایین بودن میزان برنامه‌های محیط‌زیستی تلویزیون و یا بهتر است بگوییم نپرداختن به مسئله محیط‌زیست در برنامه‌های سیما، این تأثیرگذاری در مورد محیط‌زیست نبوده و یا بسیار کم‌رنگ بوده است و تلویزیون ایران در آگاه‌سازی و مشارکت دهی شهروندان تهرانی در حفظ محیط‌زیست بسیار ضعیف عمل کرده است.

صلواتیان^۲ (۲۰۱۶) در تحقیق ارائه الگوی نقش رسانه‌های محلی و ملی در مدیریت بلایای طبیعی ایران، دستیابی به الگویی بومی در خصوص نقش رادیو و تلویزیون‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی ایران را هدف خود قرار داده است. بر اساس مدل طراحی‌شده در هنگام وقوع مخاطرات طبیعی، رسانه‌های محلی و ملی نقش‌های چهارگانه آموزش و فرهنگ‌سازی، اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط، نظارت و مطالبه‌گری و جلب مشارکت عمومی و ایجاد همبستگی ملی را بر عهده دارند.

یافته‌های تحقیق گودرزی و اشراقی (۲۰۱۵) نشان داد که نبود رسانه مستقل در حوزه محیط‌زیست، فقدان نگاه کلان و نظام‌مند در میان کنشگران رسانه‌ای، تأکید بر برنامه‌های مقطعی و غفلت از نگاه راهبردی در برنامه‌سازی، از جمله آسیب‌های رسانه‌ها در ایفای نقش محیط‌زیستی آن‌هاست. بهره‌گیری از اصول بلاغت رسانه‌ای، تقویت ژورنالیسم محیط‌زیستی، اتخاذ رویکردهای حمایتی رسانه‌ها از کنشگران عرصه محیط‌زیست و راه‌اندازی گروه ارتباطات محیط‌زیستی در سازمان حفاظت محیط‌زیست از جمله راهکارهای رسانه‌ای ارائه شده است.

جیمی متیو^۳ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان نقش یک روزنامه محلی پس از فاجعه: مطالعه موردی ایشی‌نوماکی^۴

1. Binaei Bashi
2. Salavatian
3. Jamie Matthews
4. Ishinomaki

5. Ishinomaki Hibi Shimbun
6. Ishinomaki Kahoku

وابستگی‌های سیاسی، قومی، مذهبی و منطقه‌ای ژورنالیست‌ها؛

– تنش‌های سازمانی: نظیر فشارهای ضرب‌الاجلی که اغلب اجازه نمی‌دهد گزارش‌های عمیق و متعادل ارائه شود، گزارشگری ۶۰ یا ۹۰ ثانیه‌ای، محدودیت و یا یک‌جانبه‌نگری فنون جمع‌آوری خبر؛

– تنش‌های سیاسی: نظیر سانسور، خیانت کار شمرده شدن، ارباب از سوی منابع و یا نهادهای سیاسی، اعمال نفوذ کردن، تنظیم، منافع درهم‌تنیده رسانه‌ها، سیاست‌مداران و بخش‌های اقتصادی؛

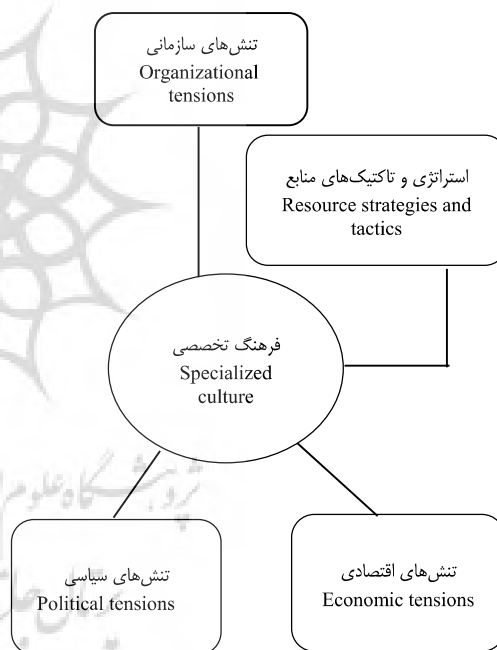
– فشارهای اقتصادی: نظیر وضعیت بازار، خصوصی-سازی مهارگسیختگی، فقدان جمع‌گرایی فشارهای بازار که ژورنالیسم جنجالی را تقویت می‌کند؛

– استراتژی و تاکتیک منبع: نظیر ارباب از سوی منابع حکومتی؛ مدیریت روابط عمومی توسط سیاست-مداران معروف؛ دست‌کاری اطلاعات دفاع تدارکاتی، سوءاستفاده از برخی اطلاعات برای اهداف روان-شناختی، دفاع ملی ارتش؛

تخریب محیط‌زیست به‌طور فزاینده‌ای زندگی ما را تهدید می‌کند. نگرش و رفتار موجود در جامعه در خصوص محیط-زیست، تأثیرات مخربی بر طبیعت دارد؛ بنابراین یکی از راه‌های جلوگیری از تخریب محیط‌زیست، تغییر رفتار انسان به‌سوی ابعاد طبیعت‌گرایانه است (Hess-Quimbata & Pavel, 1996). لازمه تغییر رفتار در زمینه مسائل محیط‌زیستی، گسترش آگاهی در خصوص مسائل آن است که این امر با آموزش بسیار مرتبط است (Saikia, 2017). آموزش محیط-زیست، بنیادی‌ترین شیوه در حفاظت محیط‌زیست بوده که هدف از آن، یافتن مناسب‌ترین و بهترین نظام و شیوه ارائه مطالب و نحوه فعالیت‌ها و اجرای ساختاری است که زمینه‌ساز ارتقاء آگاهی‌های محیط‌زیستی در سطح جامعه است تا از این طریق هر فرد جامعه، خود را از طریق احترام گذاشتن به طبیعت، مسئول در حفظ و حمایت از محیط‌زیست بداند (Qahramani-Fard et al., 2014). یکی از عوامل مهم در آموزش‌های محیط‌زیستی آموزش توسط رسانه‌های جمعی است (Baldauf, 2011).

کارکردگرایی، به‌منزله‌ی رویکردی نظری، در مطالعه‌ی جامعه در دهه‌های بعد از جنگ جهانی دوم تثبیت شد. ریشه-

همراه خواهند شد یا در مهار و برون‌رفت از آن گام بر خواهند داشت. به عبارتی، در همان حال که رسانه‌ها می‌توانند ابزاری در خدمت بحران‌زدایی و یا کاهش اثرات آن باشند، می‌توانند ابزاری در خدمت بحران‌سازی و تشدید بحران به شمار روند. رسانه‌های جمعی به‌طور بالقوه، از این قابلیت برخوردارند که بحران را شدت بخشند و حتی گاه بحران‌آفرینی کنند (Roshandel Arbatani, 2008). لازمه درک بهتر نقش رسانه در دوران بحران این است که آن را تجلی نمودی از شرایط کلی سیاسی - اجتماعی بدانیم، به‌عبارت‌دیگر جنبه‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی محیط رسانه‌ای، یعنی تعیین‌کننده‌های اساسی ژورنالیسم) را کشف کرده و مورد تحلیل قرار دهیم (Therese, 2004). شکل زیر تعیین‌کننده‌های اساسی ژورنالیسم را به‌طور اجمالی نشان می‌دهد.



شکل ۱. تعیین‌کننده‌های اساسی ژورنالیسم

Figure 1. Basic Determinants of Journalism (Therese, 2004)

بخش‌های مختلف شکل بالا را می‌توان چنین توضیح داد:

– فرهنگ تخصصی: نظیر نبود هنجارهای اخلاق ژورنالیستی، ایدئولوژی تخصصی که به ژورنالیسم همچون ابزاری ضروری برای دفاع از منافع ملی نگاه می‌کند، انزوای ژورنالیست‌ها از مجامع بین‌المللی

محلی در بحران‌های محیط‌زیستی است، مصاحبه نیمه-ساختاریافته برای جمع‌آوری داده‌ها انتخاب و منطبق بر مرور ادبیات نظری پژوهش و آسیب‌شناسی نقش محیط‌زیستی رسانه‌ها، سوالات مورد نظر برای طرح در جلسه مصاحبه تهیه گردید. جامعه مورد بررسی این پژوهش شامل ۱۲ نفر از کارشناسان، اساتید و فعالین حوزه‌ی رسانه، ارتباطات، مدیریت، مدیریت بحران و محیط‌زیست بود که حداقل دارای یکی از دو شرط زیر بودند: ۱. در حوزه بحران‌های محیط‌زیستی صاحب اثر علمی باشند. ۲. از تجربه مدیریتی و کاری مرتبط با این حوزه برخوردار باشند. برای انتخاب کارشناسان از نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد و جهت تعیین حجم نمونه از قاعده اشباع نظری پیروی شد و پژوهشگر جهت حصول اطمینان، فرایند جمع‌آوری اطلاعات را تا مصاحبه دوازدهم ادامه داد و با کسب اطمینان از اشباع نظری، فرایند را متوقف نمود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شد. داده‌ها طی سه مرحله و در نرم‌افزار مکس کیودا ۲۰۱۸ کدگذاری شدند. بدین شکل که پس از انجام مصاحبه، فایل صوتی مصاحبه‌ها به صورت متن پیاده‌سازی شد و پژوهشگر به طور دقیق متن مصاحبه‌ها را مورد مطالعه و بررسی قرار داد تا بتواند مضامین پایه را استخراج کند. بعد از اینکه مضامین پایه شناسایی گردید تلاش شد تا با توجه به هدف پژوهش در این مرحله که ارائه راهکارهای بهبود عملکرد رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی است مضمون‌های پایه در قالب راهکار کدگذاری و نام‌گذاری شدند. راهکارها با توجه به ماهیت، رویکرد و شباهت‌هایشان در دسته‌های جامع‌تری قرار گرفتند و مضامین فراگیر را شکل دادند. سپس جدول مضامین، شامل مضامین پایه، مضامین سازمان‌دهنده و مضامین فراگیر طراحی شد و راهکارهای ارائه شده در دسته‌های مختلف به عنوان یافته‌های پژوهش قرار گرفت. در نهایت جهت بررسی اعتبار از چند سویه سازی نظری با استفاده از منابع مختلف داده‌ای بهره گرفته شد. بدین ترتیب که برای تفسیر نتایج و یافته‌های پژوهش از دیدگاه‌های مختلف نظری استفاده گردید. برای بررسی پایایی پژوهش نیز از مرور هم‌تا استفاده شد. با توجه به این راهبرد، پس از انجام پژوهش، متن پیاده‌سازی شده مصاحبه‌ها به یک محقق دیگر سپرده شد و پس از کدگذاری و تحلیل داده‌ها صحت نتایج و روند انجام مراحل پژوهش مورد تأیید قرار گرفت.

های این رویکرد را می‌توان در آرای امیل دورکهایم^۱ پیدا کرد. دورکهایم رسانه‌ها و نیز دیگر نهادهای اجتماعی را در عملکرد طبیعی با جامعه واجد نقش اصلی و اساسی می‌داند. از نظر او هر جامعه، همانند بدن انسان، برای اینکه بتواند کارکردی داشته باشد، نیازهای مشخصی دارد که باید برآورده شود و تحلیل عملکردگرایانه شامل تشخیص و تعیین راه‌های برآوردن این نیازها است. تجزیه و تحلیل کارکردی رسانه‌های ارتباط-جمعی بر نقش رسانه‌ها در حفظ نظم اجتماعی و ساختار اجتماعی تمرکز دارد و به بررسی این امر می‌پردازد که رسانه‌ها چگونه برای حفظ تعادل در جامعه کارهای مشخص و لازمی را انجام می‌دهند یا نمی‌دهند. رهیافت دیگری که در این زمینه مطرح شده، مربوط به رهیافت کارکردگرایی ساختاری است. بر اساس این رهیافت سازوکارهایی که نقش رسانه‌ها را در جامعه معین می‌کنند، در درجه اول، نیازها و تقاضاهای اعضای جامعه هستند (Rashidi et al., 2015). رسانه‌ها کارکردها و نقش-های متعددی را در جامعه به عهده دارند. رسانه‌های جمعی در معنای عام کلمه شامل: تلویزیون، رادیو، مطبوعات و غیره، وظایف و کارکردهای خاصی دارد. نظارت بر محیط، پرورش روحیه انتقادی، بالا بردن نگرش و بینش آحاد جامعه، آموزش-های اجتماعی، وظیفه نظارت بر دستگاه‌ها به طور منصفانه و رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای جزء کارکردهای رسانه‌ها محسوب می‌شود (Koohi-Aqdam, 2013). برای رسانه‌ها در بحران‌ها نیز کارکردهایی ذکر کرده‌اند. در جمع‌بندی کارکردهای رسانه‌ها در بحران‌ها می‌توان به این موارد اشاره کرد: آموزش و فرهنگ‌سازی (Izadi Yazdan et al., 2015)؛ اطلاع‌رسانی، بسیج امکانات، تسکین آلام مصیبت-دیدگان و حفظ سلامتی بازماندگان، تقویت همبستگی با آسیب‌دیدگان (Khojasteh, 2005)؛ نظارت بر روندترمیم و بهبود مجدد اوضاع، جلب مشارکت همگانی (Ghanbari & Azaddoost, 2017)؛ دروازه‌بانی خبر، آرام‌سازی و عادی-سازی، پیگیری وعده‌های داده شده و مطالبه آن از مسئولان (Rashidi et al., 2015).

روش‌شناسی پژوهش

رویکرد این پژوهش کیفی و از نوع اکتشافی است با توجه به هدف پژوهش که ارائه راهکارهای بهبود عملکرد رسانه‌های

جدول ۱. تخصص و فعالیت‌های مرتبط متخصصین شرکت‌کننده در مصاحبه

Table 1. Expertise and Related Activities of the Experts Participating in the Interview

ردیف No	تخصص Expertise	فعالیت‌های مرتبط Related activities
1	دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه آلبرتا کانادا Ph.D. student in Sociology, University of Alberta, Canada	-
2	عضو هیئت‌علمی گروه بیابان‌زدایی دانشکده کویرشناسی Faculty member of the Desertification Department of the Faculty of Desert Studies	-
3	دکتری مدیریت محیط‌زیست و مدرس دانشگاه Ph.D. in Environmental Management and University Lecturer	فعال محیط‌زیست خوزستان در فضای مجازی Khuzestan environmental activist
4	مدرس دانشگاه و روزنامه‌نگار و مدیرمسئول روزنامه University lecturer and journalist and managing director of the newspaper	-
5	عضو هیئت‌علمی گروه علوم سیاسی دانشگاه شهید چمران اهواز Faculty member of the Department of Political Science, Shahid Chamran University of Ahvaz	-
6	کارشناسی ارشد طبیعت‌گردی Master of Nature Tourism	فعال محیط‌زیست، کارشناس طبیعت‌گردی و تورگردی خوزستان Environmental activist, expert in nature tourism and touring in Khuzestan
7	فعال محیط‌زیست خوزستان Khuzestan environmental activist	مدیرعامل انجمن حامیان محیط‌زیست Managing Director of the Association of Environmental Supporters
8	فعال محیط‌زیست خوزستان Khuzestan environmental activist	رئیس هیئت‌مدیره انجمن حفاظت از محیط‌زیست Chairman of the Board of the Environmental Protection Association
9	دکتری علوم ارتباطات اجتماعی و مدرس دانشگاه Ph.D. in Social Communication Sciences and University Lecturer	فعال محیط‌زیست خوزستان Khuzestan environmental activist
10	پژوهشگر فعال در حوزه رسانه و بحران Media and Crisis Researcher	-
11	کارشناس ارشد مدیریت رسانه Master of Media Management	-
12	دکترای مدیریت رسانه و عضو هیئت‌علمی ایران‌داک Ph.D. in Media Management and IranDoc Faculty Member	-

یافته‌های پژوهش

پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و کدگذاری اولیه، ۱۰۲ مضمون پایه استخراج گردید که در مرحله دوم کدگذاری در ۳۷ مضمون سازمان‌دهنده جای گرفتند. در مرحله سوم کدگذاری، مضامین سازمان‌دهنده در ۸ دسته کلی اطلاع‌رسانی، نیروی انسانی،

سیاست‌گذاری، آموزش و فرهنگ‌سازی، تقویت مشارکت عمومی، مطالبه‌گری و پاسخ‌طلبی، آگاه‌سازی و هشداردهی و - تعامل با سازمان‌های متولی مدیریت بحران قرار گرفتند و مضامین فراگیر را شکل دادند. در ادامه جدول مضامین ارائه می‌گردد.

جدول ۲. مراحل کدگذاری در قالب مضامین فراگیر، سازمان‌دهنده و پایه‌ای

Table 2. Coding Steps in the Form of Comprehensive, Organizing and Basic Themes

مضامین سازمان‌دهنده Organizing themes	مضامین فراگیر Comprehensive themes
اختصاص بخش خبری مستقل محیط‌زیست; Allocate an independent environmental news section;	اطلاع‌رسانی Information
راه‌اندازی تحریریه تخصصی روزنامه‌نگاری محیط‌زیست؛ و یا استفاده از خبرنگاران تخصصی؛ Launching a specialized editorial in environmental journalism; Or use of specialized reporters;	
تشکیل گروه خبرنگاری متشکل از فعالین سمن‌ها؛ Forming a journalistic team consisting of NGO activists;	
استفاده از شهروند خبرنگار؛ Using of citizen reporter;	
گردآوری اخبار از سایر منابع خبری؛ Gathering news from other news sources;	
به‌کارگیری نیروهای بومی برای تولیدات؛ Employing local forces for production;	نیروی انسانی Human resources
تقویت بودجه حوزه منابع انسانی؛ Strengthening human resources budget;	
جذب نیروهای متخصص؛ Attracting specialized forces;	
آموزش‌های ضمن خدمت؛ In-service training;	
طراحی نظام انگیزشی مناسب؛ Designing an appropriate motivational system;	سیاست‌گذاری Policy
تهیه راهبرد مناسب با تشکیل گروه خبرگان از حوزه‌های مختلف؛ Preparing an appropriate strategy by forming a team of experts from different fields;	
کاهش بروکراسی تولید محتوا؛ Reducing content production bureaucracy;	
رویکرد اجتماع‌محوری به‌جای سیاست‌محوری؛ A community-oriented approach instead of a policy-oriented;	
ارزیابی تأثیر برنامه‌ها به‌صورت دوره‌ای و منظم؛ Evaluating the impact of programs periodically and regularly;	
تشکیل اتاق فکر بحران و طراحی سناریوی بحران؛ Forming a crisis thinking room and designing a crisis scenario;	آموزش Education
هم‌پوشانی پیام برنامه‌های آموزشی؛ Overlapping the message of educational programs;	
فرآیندمداری و استمرار در آموزش؛ Process-oriented and continuous in education;	
به‌کارگیری کارشناسان در امر آموزش؛ Employing experts in education;	
پخش برنامه‌های آموزشی در ساعات پربیننده؛ Broadcasting educational programs during popular hours;	
به‌کارگیری شیوه‌های نوین در امر آموزش؛ Applying new methods in education;	
برون‌سپاری برنامه‌های آموزش‌محور؛ Outsourcing training-oriented programs;	تقویت مشارکت
استفاده از خرده‌فرهنگ‌ها و آداب‌ورسوم بومی؛ Using of subcultures and indigenous customs;	

استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی؛ Using the capacities of cyberspace;	عمومی Strengthen public participation
انعکاس مطلوب فعالیت‌های سمن‌های محیط‌زیستی؛ Optimal reflection of the activities of environmental NGOs;	
استفاده از شهرتمندان و ظرفیت‌های آنان؛ Using celebrities and their capacities;	
تهیه برنامه زمانی برای پاسخ‌گویی مسئولان؛ Preparing a schedule for accountability of officials;	مطالبه‌گری و پاسخ-طلبی Demand and accountability
ایجاد حس مسئولیت‌پذیری مدیران با یادآوری وظایف؛ Creating a sense of responsibility of managers by reminding them of tasks;	
توسعه آشنایی مخاطب با حقوق محیط‌زیست؛ Developing the audience's familiarity with environmental law;	
پرهیز از یک‌جانبه‌نگری در نمایش کاستی‌ها؛ Avoiding unilateralism in showing shortcomings;	
عدم وابستگی جناحی مدیران و برنامه‌سازان؛ Non-partisanship of managers and programmers;	
تهیه برنامه زمانی برای پاسخ‌گویی مسئولان؛ Preparing a schedule for accountability of officials;	آگاه‌سازی و هشداردهی Awareness and warning
نمایش مناسب تجربیات سایر کشورها؛ Displaying the experiences of other countries;	
تناسب نمایش بحران ریزگردها و جاذبه‌های طبیعی؛ Proportionality of the display of particulate matter crisis and natural attractions;	
مبارزه با شایعات؛ Fighting rumors;	تعامل با سازمان‌های متولی مدیریت بحران Interacting with organizations in charge of crisis management
تشکیل گروه هماهنگی رسانه‌ای با کمک روابط عمومی سازمان‌ها؛ Forming a media coordination team with the help of public relations of organizations;	
شرکت مرتب مدیرکل صداوسیما استان در جلسات مدیریت بحران؛ Regular participation of the director general of the province's radio and television in crisis management meetings;	
توازن نمایش کاستی‌ها و اقدامات انجام‌شده؛ Balanced show of the shortcomings and actions taken;	

راهکارهای بهبود عملکرد رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی

الف) اطلاع‌رسانی

اطلاع‌رسانی یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه‌ها در بحران‌های محیط‌زیستی است؛ اما نقش محیط‌زیستی رسانه‌های محلی خوزستان بسیار محدود است و حتی دارای بخش خبری مستقل برای مباحث محیط‌زیستی نیستند. رسانه‌های محلی خوزستان فاقد تحریریه تخصصی برای اطلاع‌رسانی در خصوص مسائل تخصصی محیط‌زیست هستند و اغلب دو تا سه خبرنگار در هیئت تحریریه رسانه‌های محلی قصد دارند تمامی خبرهای استان را در همه حوزه‌ها پوشش دهند.

۱. اختصاص بخش خبری مستقل محیط‌زیست

در نظر گرفتن یک بخش خبری مستقل برای اخبار محیط-

زیست، دست رسانه‌های محلی را جهت پوشش تعداد گزارش‌ها و اخبار زیادتری از سرتاسر استان باز می‌گذارد. این کار باعث می‌شود که محتوای مرتبط با بحران محیط‌زیست در طول سال تقسیم شود و بیننده مدام با روند پدیده‌های محیط‌زیستی آشنا شود و تکرار اخبار مربوط به محیط‌زیست اجازه ندهد که این موضوع فراموش و یا کمرنگ شود. با توجه به محدودیت‌های بودجه‌ای و ساختاری شبکه استانی خوزستان، یک بخش خبری مستقل در نظر گرفت و بخشی از خبر سراسری استان را به اخبار محیط‌زیست اختصاص داد.

۲. راه‌اندازی تحریریه تخصصی روزنامه‌نگاری محیط‌زیست
وقتی تحریریه تخصصی در رسانه‌ها برای اطلاع‌رسانی در خصوص بحران‌های محیط‌زیست وجود داشته باشد، اطلاع-رسانی از سطح به عمق می‌رود و اخبار از شکل سطحی خود به شکل تحلیلی تغییر شکل می‌دهد و باعث می‌شود تا اطلاع-

در کنار گزارش‌ها و اخباری که خود تولید می‌کنند از گزارش‌ها و خبرهای سایر رسانه‌ها نیز استفاده کنند و با جمع‌بندی آن‌ها محتوای جدید و اثربخشی تولید کنند. البته این راهکار زمانی مثمر ثمر خواهد بود که خبرنگاران تخصصی محیط‌زیست در این بخش به کار گرفته شوند.

ب) نیروی انسانی

یکی از آسیب‌های مهم عملکرد رسانه‌های محلی خوزستان در بحران‌های محیط‌زیستی، عدم توانمندی کارکنان رسانه است. تا زمانی که کارکنان رسانه در خصوص مسائل محیط‌زیستی آگاهی و اطلاعات نداشته باشند به این موضوعات علاقه‌مند نمی‌شوند و این عدم علاقه‌مندی در نهایت باعث بی‌توجهی به این حوزه می‌شود. یکی از کارشناسان با اشاره به عدم توانمندی کارکنان شبکه خوزستان برای ایفای نقش در بحران ریزگردها، تأکید می‌کند: "اهمیت موضوع ریزگردها در رسانه، تابعی از آگاهی کارکنان رسانه نسبت به موضوع ریزگردهاست. اگر نباشد که در رسانه در خصوص مسئله ریزگردها تولید محتوا صورت گیرد و برنامه‌های مؤثر ساخته شود لازم است تا اطلاعات و آگاهی کارکنان رسانه در این خصوص بالا رود".

۱. به‌کارگیری نیروهای بومی

بسیاری از کارکنان رسانه‌های محلی بومی نیستند و همین نکته باعث می‌شود که با منطقه و بحران‌های محیط‌زیستی آن آشنایی نداشته باشند و در نهایت علاقه خاصی نیز به آن نداشته باشند. نیروهای بومی علاقه خاصی به منطقه بحران‌زده دارند. با زبان، رسومات و زیست‌بوم منطقه آشنایی دارند و خود و خانواده‌هایشان را نیز درگیر بحران می‌بینند. یکی از کارشناسان در توضیح این مسئله می‌گوید: "ارتباط‌گری که بومی همان منطقه بحران‌زده است، از ظرافت‌های سیاسی، اجتماعی، مذهبی و زبانی منطقه آگاهی دارد، به شهرش عشق و احساس دارد ... او کجا و یک ارتباط‌گر محیط‌زیستی آموزش‌دیده در دولت مرکزی کجا که نه به زبان محلی تسلط و تعلق خاطر دارد و نه حتی علاقه‌ای دارد که آخر هفته را با مردم محلی بگذراند".

۲. تقویت بودجه حوزه منابع انسانی

اغلب کارشناسان به کمبود بودجه حوزه منابع انسانی رسانه‌های محلی به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین مشکلات و موانع توانمندسازی نیروی انسانی اشاره کردند. تقویت بودجه حوزه منابع انسانی شاه‌کلید توانمندسازی نیروی انسانی رسانه‌های محلی است که بدون تأمین آن راهکارهای دیگر این حوزه

رسانی تنها جنبه گزارشی نداشته باشد و همراه آن تحلیل و راهکار نیز ارائه گردد. یکی از کارشناسان این چنین توضیح می‌دهد: "البته شاید اینکه از رسانه محلی انتظار وجود تحریریه‌های تخصصی را داشت انتظار بی‌جایی باشد". اما وجود خبرنگاران تخصصی برای شبکه‌های استانی امکان‌پذیر است. بنابراین، با توجه به محدودیت‌های موجود برای رسانه‌های محلی راهکار جایگزین استفاده از خبرنگاران تخصصی است. یکی دیگر از کارشناسان نیز در تبیین این حوزه می‌گوید: خبرنگاران جوان و تازه‌نفس، معمولاً در سال‌های اولیه فعالیت، به خبرنگاری در حوزه‌های مختلف یا به تعبیری خبرنگاری عمومی مشغول می‌شوند، اما پس از یکی دو سال، باید حوزه تخصصی موردعلاقه خود را انتخاب نمایند و به سمت ارتقای دانش و سواد خود در این حوزه انتخاب‌شده پیش بروند. خبرنگاری که فقط در حوزه محیط‌زیست فعال است و بدان علاقه‌مند نیز هست، تمام اوقات خود را صرف افزایش دانش و آگاهی در این حوزه می‌کند.

۳. تشکیل گروه خبرنگاری متشکل از فعالین سمن‌ها

این افراد وقت و انرژی خود را صرف حفاظت از محیط‌زیست می‌کنند و بسیار علاقه‌مندند تا صدای بحران محیط‌زیست را به گوش مسئولین و مردم برسانند و به آن‌ها هشدار دهند که در آینده چه آسیب‌هایی به دلیل بحران به وجود آمده در انتظار مردم منطقه است. یکی از کارشناسان می‌گوید: "چرا شبکه محلی خوزستان یک گروه خبرنگاری متشکل از نمایندگان سمن‌ها نداشته باشد که آن‌ها هم در تولید محتوا مشارکت کنند؟ سمن‌ها باید احساس هویت کنند تا هم شکوفاتر عمل کنند و هم به شکوفایی اجتماعی و در این مورد محیط‌زیستی کمک کنند".

۴. استفاده از شهروند خبرنگار

شهروندان منبع خبری مهمی در بحران‌های محیط‌زیستی محسوب می‌شوند. لازمه استفاده از شهروندان خبرنگار این است که تا حدودی آموزش‌های لازم را ببینند. برای این کار رسانه‌های محلی از جمله شبکه خوزستان می‌توانند در میان برنامه‌هایی کوتاه، آموزش‌های ابتدایی و کلیدی را به مخاطبین خود ارائه دهد. مثلاً تأکید کند که تصاویر افقی ضبط شوند و در حین فیلم گرفتن زمان و مکان وقوع اتفاق را ذکر کنند و در صورت تمایل خود را معرفی کنند.

۵. گردآوری اخبار از سایر منابع خبری

پیشنهاد می‌شود خبرنگاران تخصصی رسانه‌های محلی استان

امکان عملیاتی شدن را از دست خواهند داد.

۳. جذب نیروهای متخصص

نیروهای تازه‌نفسی که در زمینه محیط‌زیست تحصیلات مرتبط دارند و یا در حوزه خبرنگاری تخصصی محیط‌زیست دارای سوابق کاری هستند می‌توانند موتور متحرک برنامه‌سازی در حوزه بحران‌های محیط‌زیستی باشند. ولی نکته مهمی که باید برای این راهکار در نظر گرفت انتخاب گزینش‌گران مناسب برای جذب نیروهای جدید است. گزینش‌گری که علی‌رغم داشتن سابقه طولانی کار در رسانه و خبر، آشنایی اصولی با مبانی کار در رسانه در حوزه بحران و محیط‌زیست ندارد گزینه مناسبی برای گزینش افراد جدید نیست.

۴. آموزش‌های ضمن خدمت

نیروهای قدیمی که در رسانه‌های محلی مشغول به فعالیت هستند را می‌توان با برگزاری کارگاه‌های آموزشی ضمن خدمت توانمند کرد. این کارگاه‌های آموزشی می‌تواند به صورت دوره‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت و با همکاری سمن‌ها و دانشکده‌های ارتباطات و محیط‌زیست برگزار شود. این آموزش‌ها فقط در حوزه آموزش‌های تخصصی محیط‌زیست نباید خلاصه شود و باید به آموزش روزنامه‌نگاری بحران نیز پرداخت.

۵. طراحی نظام انگیزشی مناسب

نیرویی که هیچ‌گونه پاداشی برای او در نظر گرفته نشده است انگیزه مناسبی برای فعالیت در این حوزه و توانمندسازی خود ندارد. یکی از اساتید در تبیین و اهمیت نظام انگیزشی می‌گوید: "آموزش مهم‌ترین عامل در توانمندسازی است، اما برای آموزش نیروها ابتدا باید انگیزه‌های لازم را فراهم کرد که این انگیزه می‌تواند از پرداخت پاداش گرفته تا ارتقای نیرو با ابعاد مختلفی که در نظام و ساختارهای سازمانی وجود دارد را شامل شود".

ج) سیاست‌گذاری

کارشناسان معتقد بودند که رسانه‌های محلی استان غالباً فاقد راهبرد و سیاست‌گذاری مناسب برای فعالیت در بحران‌های محیط‌زیستی هستند. با توجه به این آسیب، در این حوزه نیز کارشناسان راهکارهایی را برای بهبود عملکرد ذکر کردند.

۱. تهیه راهبرد مناسب با تشکیل گروه خبرگان

پدیده ریزگردهای خوزستان که امروزه تبدیل به یک بحران شده است، همانند سایر بحران‌های محیط‌زیستی، تک‌بعدی نیست و متغیرهای زیادی را شامل می‌شود. لذا راهبردی که برای فعالیت رسانه‌ها در این حوزه تهیه و طراحی می‌شود باید

همه ابعاد مسئله را پوشش دهد و فقط به بعد رسانه‌ای آن پرداخته نشود. برای این کار لازم است تا یک گروه، متشکل از خبرگان، کارشناسان و اساتید حوزه‌های مختلف از جمله، رسانه، بحران، محیط‌زیست، اقلیم‌شناسی، گردشگری و غیره، ایجاد شود تا راهبردی مناسب و همه‌جانبه‌نگر را برای فعالیت رسانه‌ها در بحران‌های محیط‌زیستی طراحی کنند.

۲. کاهش بروکراسی تولید محتوا

برای اینکه رسانه‌های محلی خوزستان در بحران‌های محیط‌زیستی فعالیتی مطلوب‌تر داشته باشند لازم است تا برخی اختیارات به آن‌ها تفویض شود و استقلال نسبی آن‌ها حفظ شود. وقتی برنامه‌سازان و مدیران رسانه‌های محلی به‌طور کامل وابسته به رسانه‌های مرکزی هستند و برای تصمیم‌گیری‌های خود حتی در حد تصمیمات خرد، باید از رسانه‌های مرکزی کسب تکلیف کنند، نمی‌توانند در تصمیمات و عملکرد خود چابک باشند و معمولاً انگیزه‌ی آن‌ها نیز سلب می‌شود. در بحران‌ها لحظه‌ها تعیین‌کننده هستند و از دست دادن زمان به سود رسانه‌ها نیست. مدیران رسانه‌های استانی یا محلی برای عملکرد بهتر نیازمند استقلال هستند.

۳. رویکرد اجتماع‌محوری به جای سیاست‌محوری

یکی از آسیب‌هایی که فعالیت رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، نگاه سیاسی به یک پدیده محیط‌زیستی است. این نگاه اغلب برون‌سازمانی است و گاهی نیز درون‌سازمانی. یکی از کارشناسان به این مسئله اشاره می‌کند: در خصوص محتوای برنامه‌های رسانه ملی درباره چالش ریزگردها در مواقعی نگاه یک طیف سیاسی غلبه داشته است که این می‌تواند موجب بی‌اعتمادی مردم نسبت به عملکرد مسئولان شود. این در حالی است که برخورد رسانه باید اجتماع‌محور باشد. با توجه به این مسئله لازم است تا در سیاست‌گذاری رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی، نگاه اجتماع‌محوری در مقابل نگاه سیاست‌محوری پررنگ شود. یکی از کارشناسان رسالت شبکه خوزستان در مقابله با نگاه سیاسی را این‌گونه شرح می‌دهد: "شبکه استانی خوزستان در مواجهه با بحران ریزگردها باید به پیروی از الگوی اجتماع‌محوری در مقابل سیاست‌محوری، ضمن آگاهی‌بخشی به افکار عمومی نسبت به واقعیت‌های این چالش محیط‌زیستی و ارائه مستندات دقیق علمی و محیطی، به دور از هرگونه برخورد جناحی، تحلیل قرار دهد".

نگاه اجتماع‌محور، به رسالت خود فکر می‌کند که این

را متوجه می‌شود و به آن بی‌اعتنایی می‌کند. نمی‌توان در برنامه کودک از اهمیت نشکستن شاخه درختان سخن گفت و بعد، در آگهی میان برنامه تبلیغ سیرک حیوانات پخش کرد. مخاطب ما، در هر سنی که باشد، پیام‌های همسو را دریافت می‌کند؛ پردازش می‌کند و آنچه به رفتار و الگوی ذهنی‌اش نزدیک‌تر باشد را انتخاب می‌کند. برای اینکه پیام‌های آموزشی رسانه‌های محلی در خصوص بحران‌های محیط‌زیستی مؤثر واقع شود لازم است تا وحدت پیام داشته باشند و نکات آموزشی خود را تکمیل کنند.

۲. فرآیندمداری و استمرار در آموزش

در امر آموزش محیط‌زیستی باید به پیوسته بودن آموزش توجه کرد. آموزش امری دفعی نیست که در زمان مشخصی اجرا شود و بلافاصله تأثیر خود را بگذارد. به عبارت بهتر، آموزش یک کُنش دفعی و یک‌باره نیست که یک‌بار انجام شود و به پایان برسد. کارشناسی در این زمینه می‌گوید: بازهم تأکید می‌کنم، آموزش امری مقطعی نیست بلکه باید غیرمستقیم و مادام‌العمر باشد و در آن از زبان ساده برای فهم مخاطب استفاده شود؛ بنابراین، آموزش یک جریان است که باید در قالب مجموعه‌ای از رفتارها به مخاطب عرضه شود، روی آن تأکید شود تا با تکرار در ذهن مخاطب نهادینه شود. در هنگام بحران‌های محیط‌زیستی مثل ریزگردها، رسانه‌های محلی به‌طور مقطعی به آن توجه می‌کنند و پس از مدتی نیز آن را فراموش می‌کنند.

۳. به‌کارگیری کارشناسان در امر آموزش

کارشناسان سلامت می‌توانند با ارائه راهکارهایی، از شیوع بیماری‌های تنفسی جلوگیری کنند و درنهایت مراجعات شهروندان در هنگام بحران ریزگردها به بیمارستان‌ها را کمتر کنند. حضور کارشناسان در برنامه‌های آموزشی کمک مؤثری در موفقیت برنامه‌های آموزشی محیط‌زیست است. چراکه مخاطب، نکات آموزشی را از کسی که نسبت به موضوع تخصص و دانش کافی دارد راحت‌تر می‌پذیرد. متأسفانه رسانه‌های محلی استان خوزستان نسبت به آن بی‌توجه هستند. نکته‌ی مهمی که در این زمینه باید بدان توجه کرد گرفتاری در خطای ملامت قربانی^۱ است. بدین معنا که نباید علت شکل‌گیری پدیده‌های محیط‌زیستی را فقط مرتبط با مردم بدانیم که با آموزش بتوانیم آن را برطرف کنیم. بلکه لازم است تا بخشی از آموزش رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی، به

رسالت، آگاهی‌بخشی به مخاطب و درنهایت حفظ منافع عموم جامعه است. رسانه‌های محلی با پیروی از الگوی اجتماع-محوری در مقابل سیاست‌محوری، ضمن آگاهی‌بخشی به افکار عمومی نسبت به واقعیت‌های چالش‌های محیط‌زیستی و ارائه مستندات دقیق علمی و محیطی، به دور از هرگونه برخورد جناحی، این چالش‌ها را به‌عنوان یک مسئله ملی برای مردم شفاف‌سازی می‌کنند.

۴. ارزیابی تأثیر برنامه‌ها به‌صورت دوره‌ای و منظم

هدف از برنامه‌هایی که در حوزه محیط‌زیست در رسانه‌های محلی تولید می‌شود تأثیر بر مخاطبان و دستگاه‌های مسئول و متولی مدیریت بحران است؛ اما تأثیر این برنامه‌ها بر مخاطبان نامشخص است و برنامه‌سازان و مدیران رسانه نمی‌دانند که برنامه تولیدشده، مؤثر بوده است یا خیر. لازم است که رسانه‌های محلی استان به شکل دوره‌ای و منظم، منطبق بر زمان-بندی، تأثیر برنامه‌های حوزه بحران محیط‌زیستی را مورد ارزیابی قرار دهند و با جمع‌بندی نتایج این ارزیابی‌ها، نسبت به تغییر و یا اصلاحات لازم جهت بهبود تأثیرات برنامه‌ها اقدام کنند.

۵. تشکیل اتاق فکر بحران و طراحی سناریوی بحران

اگر تیمی از کارشناسان، خبرنگاران، مشاوران و مدیران در رسانه‌های محلی، تحت عنوان اتاق فکر بحران دوره‌هم جمع شوند و نظرات مختلف خود را نسبت به عملکرد رسانه در بحران‌های محیط‌زیستی ارائه دهند با جمع‌بندی آن می‌توان سناریو و دستورالعملی را برای فعالیت در هنگام بحران طراحی کرد. این سناریو کمک می‌کند که مدیران و برنامه‌سازان رسانه در زمان وقوع بحران‌ها غافلگیر نشوند و همیشه آمادگی لازم برای مقابله با بحران را داشته باشند و بدانند که در زمان وقوع بحران چه باید بکنند، وظیفه هر کس چیست و درنهایت سردرگم نیستند.

د) آموزش

یافته‌های پژوهش نشان از عملکرد ضعیف آموزشی رسانه‌های محلی استان در بحران دارد و پیام‌های برنامه‌های آموزشی محیط‌زیستی رسانه‌های محلی هم‌پوشانی ندارند و اغلب همدیگر را نقض می‌کنند.

۱. هم‌پوشانی پیام برنامه‌های آموزشی

برنامه‌های آموزشی زمانی تأثیرگذار و مفید هستند که پیام مشترک و واحدی را منتشر کنند. اگر تناقضی در پیام‌های منتشرشده در خصوص محیط‌زیست وجود داشته باشد بیننده آن

آموزش دستگاه‌ها و مسئولین اختصاص یابد.

۴. پخش برنامه‌های آموزشی در ساعات پربیننده

پخش برنامه‌های آموزشی محیط‌زیستی در ساعاتی که رسانه‌های محلی کمترین بیننده را دارند، نشان‌دهنده کم‌اهمیت بودن این موضوع برای مدیران و برنامه‌ریزان این رسانه‌هاست. برای مثال یکی از کارشناسان با تأکید بر عدم اهمیت به موضوع ریزگردها در رسانه محلی توضیح می‌دهد که: برنامه‌های محیط‌زیستی که در تلویزیون پخش می‌شود معمولاً در ساعاتی است که کسی تلویزیون نمی‌بیند.

۵. به‌کارگیری شیوه‌های نوین در امر آموزش

شیوه‌های نوینی جهت آموزش در رسانه‌ها استفاده می‌شود که علاوه بر جذب مخاطب، به شکل خلاصه و کوتاه، پیام‌های آموزشی را در قالب‌های گرافیکی به مخاطبان ارائه می‌دهد. رسانه‌ها برای آموزش محیط‌زیستی، می‌توانند از قالب‌های موشن گرافیک، اینفوگرافیک، انیمیشن و غیره استفاده کنند. این قالب‌ها، امروزه بسیار مورد توجه مخاطبان قرار گرفته است و به دلیل کوتاه بودن، می‌تواند به‌صورت میان برنامه نیز در ساعات مختلف شبانه‌روز، در بین برنامه‌ها پخش شود.

۶. برون‌سپاری برنامه‌های آموزش‌محور

مدیران و برنامه‌ریزان رسانه‌های خوزستان می‌توانند با شرکت‌ها و سمن‌های استانی قراردادهایی را امضا کنند و تولید برنامه‌های خود را که نیاز به پرداخت عمیق و مسئله‌مند و همچنین خلاقیت‌های زیبایی‌شناختی دارد به آن‌ها بسپارند. باید توجه شود که این برون‌سپاری اگر بلندمدت ادامه یابد ممکن است باعث سرخوردگی نیروهای رسانه‌های محلی باشد، اما می‌تواند در کوتاه‌مدت تا زمانی که توانمندی کارکنان خود رسانه به حد مطلوبی برسد مورد استفاده قرار گیرد.

ه) تقویت مشارکت عمومی

رسانه‌های محلی می‌توانند با ایجاد وحدت منطقه‌ای، مشارکت مردم در امر مدیریت بحران و کاهش زبان‌های محیط‌زیستی را بهبود بخشند. رسانه‌های محلی نسبت به خرده‌فرهنگ‌ها و مناسک بومی بی‌توجه هستند و از آن‌ها به شکل مطلوب برای تقویت مشارکت عمومی برای حفظ محیط‌زیست استفاده نمی‌کنند. مردم و شهروندان بخش مهمی از فرایند مدیریت بحران‌های محیط‌زیستی هستند که بدون ورود آن‌ها مدیریت بحران‌های محیط‌زیستی امکان‌پذیر نیست. با توجه به آسیب‌های ذکر شده برای ایفای نقش تقویت مشارکت عمومی، کارشناسان راهکارهایی را در این حوزه ارائه کردند.

۱. استفاده از خرده‌فرهنگ‌ها و آداب‌ورسوم بومی

استان خوزستان، با توجه به تاریخ، اقلیم و سبک زندگی خود مناسک و آداب‌ورسومی دارد که باید مورد توجه رسانه‌های محلی قرار گیرد. برخی از این آداب‌ورسوم که ترکیبی از مناسک مذهبی و سبک زندگی ایرانی-اسلامی است، می‌تواند در تقویت مشارکت مردم برای حفظ محیط‌زیست مؤثر باشد.

۲. استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی

فضای مجازی امروزه به شکل گسترده مورد استفاده شهروندان قرار می‌گیرد. این گستردگی و فراگیری، ظرفیت‌هایی را برای فضای مجازی ایجاد می‌کند که می‌توان از آن‌ها به‌عنوان ابزاری جهت تقویت مشارکت عمومی در بحران‌های محیط‌زیستی استفاده کرد. رسانه‌های محلی خوزستان اغلب دارای صفحات و کانال‌های مجازی پرمخاطب هستند. می‌توان ضمن به اشتراک‌گذاری محتوای محیط‌زیستی بین صفحات مجازی رسانه‌های محلی و سمن‌های محیط‌زیستی، با برگزاری مسابقات عکس و فیلم محیط‌زیستی، معرفی سبزبانان نمونه توسط مردم، معرفی درختکاران نمونه و غیره به تقویت مشارکت عمومی مردم استان در حفظ محیط‌زیست کمک کرد.

۳. انعکاس مطلوب فعالیت‌های سمن‌های محیط‌زیستی

سمن‌های محیط‌زیستی زیادی در استان خوزستان فعال هستند. ارتباط‌گر محیط‌زیستی می‌تواند به شکل مطلوب از این پتانسیل استفاده کند، سمن‌ها را در برنامه‌های زنده دعوت کند و از آن‌ها بخواهد درباره بحران اظهارنظر کنند. یکی از کارشناسان با تأکید بر استفاده از ظرفیت سمن‌های محیط‌زیستی در تقویت مشارکت عمومی، این چنین توضیح می‌دهد: ”به نظر من مهم‌ترین مسئله در این زمینه استفاده از پتانسیل سازمان‌های مردم‌نهاد است...“ بی‌تردید اطلاعات آن‌ها دست اول‌تر از کسانی است که در مرکز استان مشغول سیاست‌گذاری هستند.

۴. استفاده از شهرت‌مندان و ظرفیت‌های آنان

منظور از شهرت‌مندان، افرادی است که در زمینه‌های ورزشی، هنری، علمی و ... فعال هستند و برای مردم شناخته شده هستند. در بین مردم محبوبیت دارند و فعالیت‌ها و اقدامات آن‌ها مورد توجه است. می‌توانند از این افراد در برنامه‌های زنده دعوت کنند و آن‌ها را به‌عنوان سفیران محیط‌زیست معرفی کنند، فعالیت‌های محیط‌زیستی آنان را پوشش رسانه‌ای دهند و از آنان حمایت کنند.

و) مطالبه‌گری و پاسخ‌طلبی

یکی از آسیب‌های مهم در عملکرد رسانه‌های محلی استان،

دولتی، روی عملکرد آن‌ها مؤثر است.

ز) آگاه‌سازی و هشداردهی

آسیبی که به عملکرد رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی وارد است اخباری است که از طریق افراد بعضاً غیرمتخصص و فاقد صلاحیت در فضای مجازی منتشر می‌شود و باعث تشویش اذهان عموم و زیر سؤال رفتن اخبار رسمی رسانه‌های محلی می‌شود. برای ایفای مطلوب‌تر نقش آگاه‌سازی نیز راهکارهایی از جانب خبرگان و کارشناسان حوزه رسانه بحران و محیط‌زیست احصا شد. در این حوزه سه راهکار ارائه شده است:

۱. نمایش مناسب تجربیات سایر کشورها

بحران‌های محیط‌زیستی فقط مخصوص کشور ما نیستند و همه کشورها به تناسب اقلیم خود با بحران‌های محیط‌زیستی روبه‌رو هستند. مطالعه تجربه این کشورها در حل و یا مواجهه با این بحران‌ها می‌تواند در مدیریت بحران‌های محیط‌زیستی کشور ما کمک‌کننده باشند.

۲. مبارزه با شایعات

در زمان وقوع بحران بازار شایعات داغ می‌شود و با توجه به فراگیری فضای مجازی، هرکسی فرصت اظهارنظر درباره بحران دارد. این اظهارنظرها و ارائه اطلاعات و آمار، اغلب از صحت و سلامت کافی برخوردار نیست و صلاحیت منابع این‌گونه اطلاعات نیز نامشخص است. مخاطبان به صحت و سقم اطلاعات و اخبار ارائه‌شده توسط رسانه‌های رسمی محلی اعتماد دارند.

۳. تناسب نمایش بحران ریزگردها و جاذبه‌های طبیعی

پوشش گسترده بحران محیط‌زیستی ریزگردها توسط رسانه‌های محلی، باعث می‌شود که گردشگران برای سفر به آن منطقه تمایلی نداشته و در نتیجه صنعت گردشگری خوزستان دچار مشکل شود. از سوی دیگر رسانه‌ها نمی‌توانند به بهانه کمک به صنعت گردشگری، از سایر وظایف خود در قبال بحران‌ها چشم‌پوشی کنند؛ بنابراین لازم است تا رسانه‌های محلی تولید هوشمندانه و توزیع هدفمندانه پیام در خصوص بحران‌های محیط‌زیستی را مدنظر قرار دهند و هم‌چنین سعی کند با نمایش جاذبه‌های گردشگری در مناطقی که کمتر درگیر بحران ریزگردها هستند مسیر گردشگری را تغییر دهند.

ح) تعامل با سازمان‌های متولی مدیریت بحران

رسانه‌های محلی تعامل مناسبی با روابط عمومی دستگاه‌های

عدم وجود برنامه زمان‌بندی برای پاسخ‌گویی مسئولان است و به دلیل همین موضوع، ارزیابی عملکرد دستگاه‌های مسئول در بازه‌های زمانی مشخص امکان‌پذیر نیست.

۱. تهیه برنامه زمانی برای پاسخ‌گویی مسئولان

ستاد مدیریت بحران استانداری، مسئول اصلی مدیریت بحران است که وظیفه هماهنگی و برنامه‌ریزی برای دستگاه‌های متولی مدیریت بحران را بر عهده دارد. رسانه‌های استانی و محلی می‌توانند با هماهنگی استانداری، برنامه زمانی را برای پاسخ‌گویی مسئولین در خصوص بحران‌های محیط‌زیستی تهیه کنند و به دستگاه‌های مختلف اعلام کنند. این برنامه زمانی، از طفره رفتن مسئولین جهت پاسخ‌گویی به افکار عمومی استان جلوگیری می‌کند.

۲. ایجاد حس مسئولیت‌پذیری مدیران با یادآوری وظایف

اگر وظایف دستگاه‌های متولی مدیریت بحران تشریح و به آن‌ها یادآوری شود، می‌تواند حس مسئولیت‌پذیری مسئولان و مدیران دستگاه‌ها را افزایش دهد اغلب مدیران از خلأ اطلاعاتی مخاطبین استفاده می‌کنند و با محول کردن وظایف و کاستی‌های موجود، از پاسخ‌گویی فرار می‌کنند.

۳. توسعه آشنایی مخاطب با حقوق محیط‌زیست

در قوانین مربوط به محیط‌زیست و حقوق شهروندی مطرح‌شده، حقوق محیط‌زیستی شهروندان به چشم می‌خورد. اگر جامعه نسبت به حقوق محیط‌زیستی و شهروندی خودآگاه باشد می‌تواند آسوده‌تر و دقیق‌تر به مطالبه‌گری بپردازد. بخشی از این حقوق مربوط به مجازات متخلفین است. اینکه تخریب‌کنندگان محیط‌زیستی بدانند تخلف و جرم محیط‌زیستی چیست و چه مجازاتی دارد می‌تواند در کاهش فعالیت‌های مجرمانه در این زمینه مؤثر باشد.

۴. پرهیز از یک‌جانبه‌نگری در نمایش کاستی‌ها

گاهی رسانه‌های محلی درگیر یک‌جانبه‌نگری در نمایش کاستی‌ها می‌شوند و به مسئله جامع نگاه نمی‌کنند. یک‌سو-نگری باعث می‌شود تا کاستی‌های یک سازمان و گاهی یک شخص که مدیر است به صورت اغراق‌شده نمایش داده شود و این‌گونه برداشت شود که مقصر اصلی بحران ایجادشده یک سازمان و یا یک شخص خاص است.

۵. عدم وابستگی جناحی و سیاسی مدیران و برنامه‌سازان

رسانه‌های محلی برای شفاف‌سازی و اطلاع‌رسانی دقیق در حوزه بحران‌های محیط‌زیستی بپردازند نیاز به استقلال کاری و دوری از تعصب دارند. حتی وابستگی رسانه‌های محلی و شبکه‌های استانی به رسانه‌های مرکزی و به تبع آن به بودجه

مسئول ندارند و سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای به شکل جزیره‌ای انجام می‌شود. این موضوع، موجبات بی‌نظمی و چندصدایی در امر مدیریت رسانه‌های بحران را به وجود می‌آورد. برای بهبود این وظیفه در بحران‌های محیط‌زیستی، راهکارهای زیر توسط کارشناسان ارائه شده است.

۱. تشکیل گروه هماهنگی رسانه‌ای با کمک روابط عمومی

سازمان‌ها

برای اینکه اطلاع‌رسانی در خصوص بحران خوزستان، به صورت جزیره‌ای اتفاق نیفتد لازم است تا هماهنگی مناسبی بین روابط عمومی سازمان‌های متولی مدیریت بحران مثل سازمان حفاظت از محیط‌زیست، استانداری، اداره منابع طبیعی و هواشناسی استان با رسانه‌های محلی مثل صداوسیما خوزستان شکل بگیرد. شبکه‌های استانی صداوسیما به عنوان پررنگ‌ترین رسانه استان‌ها، می‌توانند پیش‌تاز این کار باشند و با برگزاری جلساتی با مسئولین روابط عمومی سازمان‌ها، هماهنگی و برنامه‌ریزی مناسبی برای بازتاب رسانه‌ای بحران انجام دهند.

۲. شرکت منظم مدیرکل صداوسیما استان در جلسات

مدیریت بحران

مدیرکل صداوسیما استان و یا یکی از معاونان، می‌تواند به عنوان نماینده سازمان صداوسیما استان در جلسات ستاد مدیریت بحران استانداری به شکل مرتب حضور یابد. این حضور مرتب، علاوه بر هویت‌بخشی و اعتباردهی به صداوسیما استان، می‌تواند همراه با ارائه گزارش‌هایی باشد که خبرنگار تخصصی شبکه استانی تهیه کرده است. شرکت در این جلسات و ارائه گزارش‌ها، می‌تواند باعث صمیمیت بیشتر مدیران مسئول مدیریت بحران استان با رسانه محلی شود.

۳. توازن نمایش کاستی‌ها و اقدامات انجام‌شده

همان‌طور که رسانه‌های محلی خوزستان وظیفه دارند تا با نظارت بر کار مدیریت بحران، کاستی‌ها را نمایش دهند، لازم است تا با نمایش روند پیشرفت‌ها، جامعه را نسبت به حل بحران امیدوار کنند و از احساس ناراضی در جامعه جلوگیری کنند. رعایت توازن در نمایش کاستی‌ها و اقدامات انجام‌شده توسط رسانه‌های محلی، می‌تواند به آرامش‌بخشی و حفظ امید در جامعه کمک کند.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه تصور کنترل و مدیریت بحران‌ها از جمله بحران‌های محیط‌زیستی بدون حضور رسانه‌ها غیرممکن است. رسانه‌های

جمعی به واسطه کارکردهای خود می‌توانند با حضور جدی در بحران‌های زیست‌محیطی جهت کنترل و مدیریت این بحران‌ها که در اشکال گوناگون کشور ما را درگیر و هزینه‌های اقتصادی و اجتماعی زیادی را بر آن تحمیل کرده است، نقش مهمی ایفا نمایند. رسانه‌های محلی به دلیل نزدیکی به بحران و حس تعلق به منطقه بحران‌زده، نقش پررنگ‌تری در مدیریت رسانه‌ای بحران دارند. این رسانه‌ها جهت ایفای مطلوب‌تر این نقش نیازمند راهکارهایی هستند تا با اعمال آن در برنامه‌ریزی خود عملکرد خویش را بهبود بخشند. بحران محیط‌زیستی ریزگردها در استان خوزستان پدیده‌ای است که مدیریت آن نیازمند ورود همه عناصر تأثیرگذار از جمله رسانه‌ها است. این پژوهش جهت دستیابی به این هدف طراحی شد و راهکارهایی در هشت حوزه اطلاع‌رسانی، نیروی انسانی، سیاست‌گذاری، آموزش و فرهنگ‌سازی، تقویت مشارکت عمومی، مطالبه‌گری و پاسخ‌طلبی، آگاه‌سازی و هشداردهی و تعامل با سازمان‌های متولی مدیریت بحران برای بهبود عملکرد رسانه‌های محلی خوزستان ارائه گردید.

از نظر دادگران (۲۰۱۵) مهم‌ترین نقش و کارکرد وسایل ارتباط جمعی از جمله رادیو و تلویزیون، پی‌جویی و گردآوری اطلاعات در مورد حوادث و رویدادهای منطقه‌ای، ملی و فراملی و انتقال آن‌ها به عموم مردم بدون در نظر گرفتن سلسله‌مراتب گروهی است. پژوهش حاضر نشان داد که رسانه‌های محلی خوزستان، دارای بخش خبری مستقل برای مباحث محیط‌زیستی نبوده و همچنین نقش محیط‌زیستی رسانه‌های محلی بسیار محدود است. گودرزی و اشراقی (۲۰۱۵) نیز استدلال می‌کنند که نقش محیط‌زیستی رسانه‌های کشور بسیار محدود است. بسیاری از رسانه‌های چاپی، دیداری - شنیداری و خبرگزاری‌های مطرح کشور فاقد بخش‌ها و گروه‌های تخصصی قوی و فعال در زمینه محیط‌زیست هستند. ضمن اینکه نقش محیط‌زیستی رسانه‌های بومی و محلی نیز از نظر دور مانده است. با توجه به اینکه امروزه رسانه‌ها به سمت اطلاع‌رسانی تخصصی پیش می‌روند، نیازمند تحریریه تخصصی برای اطلاع‌رسانی در خصوص مسائل تخصصی محیط‌زیست هستند.

در پژوهش حاضر مشخص شد که اغلب دو تا سه خبرنگار در هیئت تحریریه رسانه‌های محلی، تمامی خبرهای استان را در همه حوزه‌ها پوشش دهند و اگر خبرنگارانی در حوزه‌های تخصصی مثل محیط‌زیست و بحران‌های مرتبط با آن به کار

آینده محیط‌زیست یک منطقه نقش مهمی را ایفا نماید، داشتن افراد توانمند در حیطه آگاهی‌رسانی، پیشگیری و بهینه‌سازی محیط‌زیست حائز اهمیت است. آموزش‌های ضمن خدمت می‌تواند در توانمندی نیروی انسانی مؤثر باشد. برگزاری کارگاه‌های آموزشی ضمن خدمت به صورت دوره‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت و با همکاری سمن‌ها و دانشکده‌های ارتباطات و محیط‌زیست از الزامات این راهکار است. در کنار این، طراحی نظام انگیزشی مناسب پیشنهاد می‌شود؛ چراکه توانمندسازی کارکنان، نیازمند یک نظام انگیزشی متناسب نیز است. تحقیق حاضر نشان داد که نیروهای فعال موجود در حوزه محیط‌زیست، از انگیزه کافی برخوردار نیستند.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که رسانه‌های محلی غالباً فاقد راهبرد و سیاست‌گذاری مناسب برای فعالیت در بحران‌های محیط‌زیستی هستند. این گزاره با نتایج پژوهش گودرزی و اشراقی (۲۰۱۵) مطابقت دارد. آن‌ها در پژوهش استدلال کرده‌اند که مطبوعات، خبرگزاری‌ها و صداوسیما فاقد راهبردهای مشخص در زمینه تولید پیام درباره مسائل محیط‌زیستی هستند. بسیاری از تولیدات رسانه‌ای نیز صرفاً به طور سطحی به موضوع محیط‌زیست پرداخته‌اند؛ بنابراین، ضروری است که رسانه‌های محلی استان خوزستان با تشکیل تیمی شامل کارشناسان، خبرنگاران و اساتید حوزه‌های مختلف از جمله، رسانه، بحران، محیط‌زیست، اقلیم‌شناسی، گردشگری و ... راهبردی مناسب و همه‌جانبه‌نگر را برای فعالیت رسانه‌های محلی استان خوزستان در بحران‌های محیط‌زیستی منطقه طراحی کنند.

از دیگر آسیب‌های مطرح شده در تحقیق حاضر برای نقش رسانه‌های محلی استان خوزستان در بحران‌های محیط‌زیستی نگاه سیاسی به پدیده‌های محیط‌زیستی از داخل و خارج سازمان است که بر تولید برنامه‌ها اثرگذار است. همین‌طور تریز (۲۰۰۴) استدلال می‌کند که یکی از تعیین‌کننده‌های اساسی پوشش رسانه‌ای بحران، تنش‌های سیاسی، ارباب از سوی منابع و یا نهادهای سیاسی، اعمال نفوذ کردن، منافع درهم‌تنیده رسانه‌ها و سیاستمداران است. گودرزی و اشراقی (۲۰۱۵) نیز اشاره کردند، بسیاری از مسائل و مشکلات محیط‌زیست به دلیل ملاحظات سیاسی یا مطرح نمی‌شود یا به‌طور ناقص به آن پرداخته می‌شود.

آسیب دیگری که توسط خبرگان مطرح شد مشخص نبودن تأثیر برنامه‌های محیط‌زیستی رسانه‌های محلی استان و

مشغول‌اند به دلیل علاقه شخصی خود آن‌هاست. در این راستا، سایکیا (۲۰۱۷) در پژوهش خود نیز نشان داد که فعالیت روزنامه‌نگاران و خبرنگاران در خصوص مسائل محیط‌زیستی به تعهد و علاقه شخصی آن‌ها بستگی دارد. پیشنهاد شد با توجه به محدودیت‌های شبکه خوزستان و سایر رسانه‌های محلی و استانی پیشنهاد خبرنگاری تخصصی در رسانه‌های محلی را ارائه کردند. خبرنگاری که فقط در حوزه محیط‌زیست فعال است و بدان علاقه‌مند نیز هست، تمام اوقات خود را صرف افزایش دانش و آگاهی در این حوزه می‌کند و پس از مدتی به دلیل اشراف و محاط شدن، توانایی پاسخ‌طلبی و نظارت او افزایش می‌یابد و می‌تواند مسئولین مربوطه را به چالش بکشد. از نظر شریفی و همکاران (۲۰۱۸) نیز روزنامه‌نگاری محیط‌زیست با ارتقای سطح سواد محیط‌زیستی شهروندان، کنش آنان را در حل و فصل مسائل و پیشبرد اهداف توسعه پایدار برمی‌انگیزاند. رسانه‌های محلی از جمله شبکه خوزستان می‌توانند با آموزش فعالان، یک گروه خبرنگاری ایجاد کنند. یکی از الزامات این طرح آن است که شبکه‌های استانی از افراد مستعد سمن‌ها دعوت کنند، دوره‌های آموزشی را به شکل رایگان برای آن‌ها برگزار کنند.

تحقیق حاضر نشان داد که یکی از آسیب‌های مهم نقش رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی عدم توانمندی کارکنان رسانه است که مورد توجه کارشناسان بود. درحالی‌که از نظر عالم‌تبریزی و همکاران^۱ (۲۰۱۷) و رحیمی^۲ (۲۰۱۴) توانمندسازی یعنی اینکه کارکنان بتوانند به‌خوبی وظایفشان را درک کنند، پیش از اینکه به آنان بگویند چه کار کنند و نقش فعال‌تری در کار خود ایفا نموده و تا آنجا پیش روند که مسئولیت بهبود فعالیت خود را به عهده بگیرند. همچنین از نظر جیانگ و همکاران^۳ (۲۰۱۶) هدف از توانمندسازی نیروی انسانی، افزایش شایستگی به‌منظور خلق ایده‌های جدید و حل مشکلات از طریق تعامل و هم‌افزایی اعضای گروه است. همچنین پاک‌طینت و فتحی‌زاده^۴ (۲۰۰۸) استدلال می‌کنند که تقویت عنصر توانمندسازی کارکنان بخش رسانه می‌تواند سبب ارتقای کیفی فعالیت‌های این گروه گردد. به‌ویژه زمانی که مسئله بحران‌های محیط‌زیستی مطرح باشد که می‌تواند بر

1. Alamtabriz
2. Rahimi
3. Jiang
4. Pakintin

در کشور با هدف احیای محیط‌زیست و حفظ آن شکل می‌گیرد. کمپین‌های فصلی پاک‌سازی محیط‌زیست، جنبش صرفه‌جویی در مصرف آب، جریان‌های حمایتی محلی در خصوص خشک‌سالی رودخانه‌ها و دریاچه‌ها؛ نظیر آنچه در اصفهان برای زاینده‌رود و در ارومیه برای دریاچه این شهر رخ داده است از جمله این جریان‌ها هستند که جایگاه مناسبی در رسانه‌های کشور ندارند. در این پژوهش نیز کارشناسان به اهمیت نقش سمن‌های محیط‌زیستی و استفاده درست از ظرفیت‌های آنان اشاره کردند. به نظر می‌رسد پوشش رسانه‌ای فعالیت‌های سمن‌های محیط‌زیستی که جهت جلب مشارکت عمومی مردم در حفظ محیط‌زیست انجام می‌شود، می‌تواند در تقویت مشارکت عمومی مردم منطقه در مقابله با بحران‌های محیط‌زیستی مؤثر باشد.

یکی از مشکلاتی که رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی با آن مواجه هستند جهت‌گیری سیاسی و وابستگی جناحی خبرنگاران و برنامه‌سازان است. اگر قرار است که رسانه‌های محلی به شفاف‌سازی و اطلاع‌رسانی دقیق در حوزه بحران‌های محیط‌زیستی بپردازند نباید هیچ‌گونه وابستگی جناحی و سیاسی داشته باشند؛ بنابراین یکی از مهم‌ترین راهکارها بهبود عملکرد رسانه‌های محلی در حوزه آگاه‌سازی و هشداردهی، استقلال مدیران و برنامه‌سازان است؛ در این راستا خجسته و احمدی (۲۰۰۸) نیز استدلال می‌کنند که رسانه‌ها موظف‌اند بر اساس اصول اخلاق حرفه‌ای خود، واقعیت‌های بحران را منعکس کنند و در انجام دادن این وظیفه تحت تأثیر منافع شخصی، گروهی، حزبی، نژادی، قومی و مذهبی قرار نگیرند. بر اساس نتایج تحقیق حاضر، نمایش مناسب تجربیات سایر کشورها یکی از راهکارهای ایفای مطلوب‌تر نقش رسانه‌های محلی در بحران‌های محیط‌زیستی است؛ این موضوع توسط بشیر (۲۰۰۸) به گونه دیگری مورد اشاره واقع شده است که بر بهره‌برداری از تجربیات به‌دست‌آمده در قالب‌های مختلف خبری، گزارشی و تحلیلی می‌تواند به‌عنوان راهکاری مفید برای مدیریت اثربخش بحران توسط رسانه‌ها تأکید کرده است.

References

- Abbasi, F. (2021). "Crisis of fine dust and its effects on regional security (Case study: Ahvaz city)". *Geography and Human Relationships*, 3(4), 156-174. [In Persian]
- Abdi, Z. (2015). "The Role and Function of Mass Media on Environmental Issues". *Refah*, 14 (55), 315-350. [In Persian]

1. Khojasteh & Ahmadi
2. Bashir

عدم ارزیابی آن‌هاست. این آسیب توسط سایکیا (۲۰۱۷) نیز مطرح شده است که عدم بازخورد و کنترل مخاطبان و ارزیابی تأثیر پخش برنامه‌ها مشکل عمومی رسانه‌ها است. رسانه‌های محلی استان خوزستان باید به‌صورت دوره‌ای و منظم تأثیر برنامه‌های محیط‌زیستی را ارزیابی کنند و با جمع‌بندی نتایج این ارزیابی‌ها، نسبت به تغییر و یا اصلاحات لازم جهت بهبود تأثیرات برنامه‌ها اقدام کنند.

نتایج تحقیق حاضر نشان داد که یکی از مهم‌ترین کارکردهای رسانه، کارکرد آموزشی آن است که در زمان وقوع بحران از اهمیت بیشتری برخوردار است. رسانه‌های محلی استان خوزستان در انجام وظیفه آموزش و فرهنگ‌سازی ضعیف بوده است آموزش، بنیادی‌ترین شیوه در حفاظت محیط‌زیست بوده که هدف از آن، یافتن مناسب‌ترین و بهترین نظام و شیوه ارائه مطالب و نحوه فعالیت‌ها و اجرای ساختاری است که زمینه‌ساز ارتقاء آگاهی‌های محیط‌زیستی در سطح جامعه است تا از این طریق هر فرد جامعه، خود را از طریق احترام گذاشتن به طبیعت، مسئول در حفظ و حمایت از محیط‌زیست بداند. این موضوع با نتایج کار قهرمانی فرد و همکاران (۲۰۱۴) همخوانی داشت. در هنگام بحران‌های محیط‌زیستی، رسانه‌های محلی به‌طور مقطعی به آن توجه می‌کنند و پس از مدتی نیز آن را فراموش می‌کنند. به‌عبارت‌دیگر نگاه آن‌ها به بحران، رویدادمدار و مقطعی است. این آسیب توسط گودرزی و اشراقی (۲۰۱۵) نیز این‌گونه مطرح شده است: نوع نگاه برنامه‌سازان صداوسیما و تحلیل‌گران دیگر رسانه‌ها مقطعی است؛ به این معنا که با وقوع بحرانی محیط‌زیستی، حجم زیادی از محتوای رسانه‌ای، تولید و منتشر و بعد از مدتی به فراموشی سپرده می‌شود.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که برای بهبود عملکرد رسانه‌های محلی در رابطه با جلب مشارکت عمومی، می‌توان راهکارهایی را به کار بست اما رسانه‌های محلی خوزستان به شکل مطلوب از این ظرفیت استفاده نمی‌کنند. گودرزی و اشراقی (۲۰۱۵) نشان دادند که کمپین‌ها و جنبش‌های مختلفی

- Ahadzadeh, A. S., & Emami, H. (2013). "Public relations and crisis communication in the age of social media". *Journal of Social Sciences*, 61, 64-69. [In Persian]
- Alamtabriz, A., Alamtabriz, A., Taleghani, M., Simbar, R., & Ranjkesh Kisomi, Y. (2017). "The Role of Media Personnel

- Empowerment in Managing the International Ecological Crisis of the Caspian Sea". *International Relations Research*, 7(1), 157-178. [In Persian]
- Ali Asgari, G. (2012). "The role of media on a healthy environment". *Media Studies*, 7 (1), 163-172. [In Persian]
- Baldauf, B. M. (2011). "Essential Elements of Ecological Literacy and the Pathways to Achieve It: Perspectives Of Ecologists". The University Of Montana Missoula.
- Bashir, H. (2008). "Media and the semantics of the crisis". *Communication Research*, 15 (3), 9-31. [In Persian]
- Binaei Bashi, M. (2012). "The role of environmental TV programs in informing and involving the citizens of Tehran in environmental protection". Master Thesis, Islamic Azad University, Central Tehran Branch. [In Persian]
- Dadgaran, S. M. (2015). "Fundamentals of Mass Communication". Tehran: Morvarid Publications. [In Persian]
- Eftekhari, A. (2008). "Crisis media management". *Journal of Communication Research*, 15(3), 31-54. [In Persian]
- Fars Agency. (2016). Pre-crisis information is promising. Retrieved from: <https://www.farsnews.ir/news/1395122200119>
- Ghanbari, S., & Azaddoost, M. (2017). "Functions and approaches of the media in crisis management". *Journal of Media Management*, (30-31), 27 - 38. [In Persian]
- Goudarzi, M., & Eshraghi, Y. (2016). "Environmental Communication and Pathology of the Environmental Role of Iranian Media". *Communication Research*, 22(84), 9-31. [In Persian]
- Hess-Quimbata, G., & Pavel, M. (1996). "Assessing an Environmental Attitude Development Model: Factors Influencing the Environmental Attitudes of College Students". *Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association*, New York, April 8-12.
- Izadi Yazdan Abadi, A., Ghazi, I., Mirzazadeh Ghasab F. (2015). "Prioritizing the factors influencing the role of mass media in natural disaster management using Hierarchy Process(AHP)". *Disaster Prev. Manag. Know*, 5 (2), 100-108. [In Persian]
- Jiang, X., Flores, H. R., Leelawong, R., & Manz, C. C. (2016). "The effect of team empowerment on team performance: A cross-cultural perspective on the mediating roles of knowledge sharing and intra-group conflict". *International Journal of Conflict Management*, 27 (1), 54-87.
- Khaniki, H. (2008). "Risk Communications, Crisis Communications: Backgrounds, Concepts and theories". *Rasaneh*, 19(2), 81-105. [In Persian]
- Khojasteh, H. (2005). "Natural Disaster Crisis and the Special Role of Radio in Controlling It". *Communication Research*, 12 (42 & 43), 25-7.
- Khojasteh, H., & Zahir A. (2008). "Principles of Professional Ethics of Journalists and Mass Media in Crisis Management (Earthquake)". *Communication Research*, 15(4), 47-68. [In Persian]
- Koohi-Aqdam, E. (2013). "The role of mass media with (emphasis on television) on promoting environmental literacy of middle school teachers in Tehran." Master Thesis, Payame Noor University, Central Tehran. [In Persian]
- Law on the Establishment of the Crisis Management Organization of Iran. (2008). [In Persian]
- Matthews, J. (2017). "The role of a local newspaper after disaster: an intrinsic case study of Ishinomaki, Japan". *Asian Journal Of Communication*.
- Montazer Qaem, M., & Erfani Hoseinpour, R. (2017). "Media and Environment: An Introduction to Environmental Communication". *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 6(2), 145-170. [In Persian]
- Nejatbakhsh Isfahani, A., & Bagheri, A. (2008). "The role of mass media in crisis prevention". *Communication Research*, 15 (56), 137- 158. [In Persian]
- Pakintin, I., & Fathi Zadeh, A. (2008). "Employee empowerment: Necessities

- and solutions". *Journal of Industrial Strategic Management*, 5 (11), 134-149. [In Persian]
- Qahramani-Fard, S., Nasehi, F., & Khaleqkhah, A. (2014). "The role of the media in preserving the environment." The First National Conference on Environmental Pollution with a focus on clean land, Tehran. [In Persian]
- Roshandel Arbatani, T. (2008). "The role of media management in the transformation of crisis from threat to opportunity". *Communication Research*, 15 (3), 142-162. [In Persian]
- Rahimi J. (2014). "Designing and providing strategic information system to manage hospitals based on balanced score model. Proceedings of the 5th Annual Conference of Students Across the Country". *Health Services Management*, 3 (11), 45-67.
- Rashidi, E., Nouri, M., Nekooie, M. A. (2015). "Identifying and prioritizing the functions of mass media in disaster management by using Analytic Network Process". *Journal of Emergency Management*, 3(2), 15-24. [In Persian]
- Saikia, R. (2017). "Role of mass media in creating environmental awareness". *National Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 2(1), 01-04.
- Salavatian, S. (2016). "Designing a Comprehensive Model of the the Local and National Radio and TV stations role in Natural Hazards Management in Iran". *Environmental Management Hazards*, 3(3), 211-232. [In Persian]
- Shafaqna. (2017). Dusting should be a priority for media research without politicization. Retrieved from <https://en.shafaqna.com/news/517246/>
- Sharifi, Z., Mozaffari, A., Delavar, A., & Farhangi, A. A. (2018). "Clarifying the Elements of Environmental Journalism". *Quarterly of Cultural Studies & Communication*, 14(50), 111-139. [In Persian]
- Therese, G. (2004). "The role of the media in the crisis". Translated by Mohammadi
- Shakiba, Abbas (2005). *Communication Research*, 12 (42-43), 203-233. [In Persian]

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

COPYRIGHTS



© 2022 by the authors. Licensee PNU, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>)