



تأملی بر یافته‌های گزارش «رسانه» هیئت ویژه گزارش ملی

سیلاب‌ها: یک مقایسه تطبیقی

سید نبی سجادی^۱، ریحانه حیدری^۲، سیده فرزانه سیاسی راد^۳، بردیا مختاری^۴، علی قشمی^۵
تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۲/۰۱، تاریخ تأیید: ۱۴۰۱/۴/۰۱

چکیده

در این مقاله، نتایج گزارش کارگروه اجتماعی، فرهنگی و رسانه هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها در خصوص عملکرد مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو و تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی و روابط عمومی‌ها در مدیریت بحران سیلاب‌های سال ۹۸ ارزیابی و به‌صورت مقایسه‌ای مورد مطالعه قرار گرفته است. روش این پژوهش اسنادی و از نوع «مروری» با رویکرد مقایسه‌ای در داخل و خارج از کشور بوده است. ارزیابی نتایج گزارش مذکور و مقایسه آن با دیگر مطالعات مشابه داخلی در ایران حاکی از آن است که اگرچه جنبه‌های مهمی از «مدیریت بحران» با محوریت مخاطرات طبیعی در عرصه نظری-تحلیلی، سیاستگذاری و ارائه مدل و نیز تحقیقات تجربی مبتنی بر محوریت نقش رسانه‌های مختلف در مراحل سه‌گانه بحران به‌صورت پراکنده و منفک همواره مورد توجه بوده، اما نکته متمایز و برجسته گزارش «رسانه» هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها، پرداختن همه‌جانبه به رسانه‌ها در سه مرحله پیش، حین و پس از بحران بوده است. همچنین مقایسه با یک نمونه خارجی در رابطه با پژوهش زلزله ۲۰۱۵ نپال، نقاط اتصال خوبی را با گزارش «رسانه» هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها نشان می‌دهد که از جمله آنها می‌توان به «عدم تمهیدات لازم برای مواقع بحرانی توسط رسانه‌ها»، «ضرورت تعامل بین مسئولان و روزنامه‌نگاران»، «سطح ضعیف آموزش رسانه‌ها»، «عدم حمایت مناسب دولت از زیرساخت‌های رسانه ای و نیز روزنامه‌نگاران»، «فقدان آموزش روزنامه‌نگاری بحران» و «نگاه سطحی رسانه‌ها به رویدادها» اشاره کرد. اگر پیشنهاد‌های گزارش مذکور به‌عنوان کاربست رسانه‌ای در سطوح مختلف مدیریتی اجرایی گردد، می‌توان انتظار داشت سازمان‌ها و رسانه‌های ایرانی در بحران‌های بعدی بتوانند بر اساس ساختار و ماهیت خود، نقش موثرتری ایفا کنند.

واژگان کلیدی: ارتباطات بحران، افکار عمومی، رسانه‌ها، هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها، مدیریت بحران، روزنامه‌نگاری بحران، روابط عمومی.

۱ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه؛ s.nabi.sajadi@gmail.com

۲ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات تهران؛ rei.haneheidari@ut.ac.ir

۳ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات تهران؛ fsisirad@ut.ac.ir

۴ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات تهران؛ bardiamokhtari@ut.ac.ir

۵ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)؛ ali.ghashami@alumni.ut.ac.ir

در پایان سال ۱۳۹۷ و ابتدای سال ۱۳۹۸، حادثه سیلاب‌های متعدد در کشور رخ داد. این سیلاب‌ها، بیش از هفت استان، ده‌ها شهر و صدها روستای کشور را درگیر کرد و خسارات زیادی اعم از جانی و مالی برای مردم به بار آورد. به دلیل ابعاد این حوادث، هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها مرکب از ۲۰ نفر استادان دانشگاه با حکم رئیس‌جمهور وقت در ۲۷ فروردین تشکیل و موظف شد تا پانزده عرصه مطالعاتی را با همکاری نهادهای علمی، اجرایی و مدنی برای پاسخگویی به ۱۱۰ سؤال مشخص در زمینه‌های اقلیمی، زیستی، فنی، مدیریتی، بهداشتی، اقتصادی، اجتماعی، ارتباطی، حقوقی و سیاسی سامان دهد. در چارچوب هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها، پانزده کارگروه متناسب با حوزه‌های مطالعاتی تشکیل شد که یکی از آنها، کارگروه اجتماعی، فرهنگی و رسانه بود. این کارگروه با بیش از ۱۱۰ تن از شخصیت‌های علمی و حرفه‌ای سراسر کشور، در قالب چهار کمیته تخصصی ملی، هفت کمیته استانی و با مشارکت ۲۵ دانشگاه، پژوهشگاه‌ها، پژوهشکده‌ها، انجمن‌های علمی، ارتباطی و رسانه‌ای در سطح کشور شکل گرفت.

در پاسخ به سئوالات رسانه‌ای رئیس‌جمهوری از هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها، کمیته رسانه این کارگروه تلاش کرده تا ابعاد سیلاب‌های سال ۱۳۹۸ را از منظر دانش رسانه و ارتباطات مورد مطالعه قرار داده و بتواند زوایای مختلف آن را تحلیل کند.

در این مقاله، مروری تلاش می‌شود تا عملکرد رسانه‌ها و به‌طور مشخص، مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو و تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی و روابط عمومی‌ها و نقاط قوت و ضعف این حوزه‌ها در مدیریت بحران سیلاب‌ها مورد تحلیل قرار گیرد. در اهمیت نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران می‌توان به نتایج حاصل از پیمایش ملی تلفنی همین کارگروه در ۱۳۴ شهر کشور (تابستان ۱۳۹۸) استناد کرد که در آن ۹۶ درصد پاسخگویان بیان داشته‌اند اخبار و اطلاعات مربوط به سیلاب را به‌طور مرتب از طریق مجراهای خبری داخلی دنبال می‌کرده‌اند و تنها ۲ درصد آنها نسبت به پیگیری اخبار و اطلاعات مربوطه، بی‌تفاوت بوده‌اند.

سؤال‌های تحقیق

دو سؤال اصلی این مقاله ناظر بر سئوالات «رسانه‌ای» رئیس‌جمهوری از هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها بوده است که عبارتند از:

- ۱- رسانه‌ها و شبکه اطلاع‌رسانی در بحران سیلاب چه عملکردی داشته‌اند؟
- ۲- مشکلات رسانه‌های رسمی در زمینه روزنامه‌نگاری و اطلاع‌رسانی بحران چیست؟ همچنین با توجه به رویکرد تطبیقی، سؤال سوم نیز به شرح ذیل ناظر بر مقایسه بوده است:
- ۳- عملکرد رسانه‌های ایران در مدیریت بحران سیلاب در مقایسه با دیگر کشورها به چه صورت بوده است؟

اهداف تحقیق

اهداف تحقیق نیز ناظر بر اهداف گزارش تحقیق رسانه‌ها و سیلاب‌ها است که در آن تلاش شده است تا عملکرد رسانه‌ها و شبکه‌های اطلاع‌رسانی در مواجهه با سیلاب‌ها سنجیده شده و مشکلات رسانه‌های رسمی در این رابطه شناسایی گردد. همچنین توجه به ابعاد این پژوهش در مقایسه با دیگر پژوهش‌های انجام شده در ایران و یکی از کشورهایی که تجربه مشابه داشته است نیز در پایان مقاله مورد اشاره قرار گرفته است.

ملاحظات روش‌شناختی

این مقاله، یک مقاله مروری است که در مجلات و نشریات علمی به‌عنوان یک شیوه ارائه مقاله تعریف شده است. مقاله مروری^۱ نوعی مقاله است که به مرور پیشینه موجود در یک موضوع علمی می‌پردازد. در مقالات مروری، نتایج ارائه شده در نوشتارهای علمی درباره موضوعی خاص، جمع‌بندی و ارزیابی می‌شود. این نوع مقاله که ممکن است هر چیزی را مورد مطالعه قرار دهد، به‌گونه‌ای طراحی می‌شود تا اطلاعاتی را که قبلاً چاپ شده‌اند خلاصه، تحلیل و ارزیابی کند. در این گونه مقالات به‌ندرت یافته‌های تجربی و جدید گزارش می‌شود. مقالات مروری روالی کاملاً مشخص دارند، معمولاً انتقادی‌اند و باید تفسیرهای نظری و نوظهوری ارائه دهند. نقش مهم مقالات مروری راهنمایی به نوشتارهای علمی اصیل است. به همین دلیل، دقیق و کامل بودن استنادهای ارائه شده امری ضروری است. اگرچه اکثر یا همه اطلاعات فراهم‌آمده در مقاله مروری قبلاً چاپ شده‌است، اما چاپ جدید معمولاً مشکلی به وجود نمی‌آورد؛ چراکه ماهیت مرور یک اثر معمولاً روشن و پذیرفته‌شده می‌باشد (حیاتی، ۱۳۸۶).

یافته‌های پژوهش

در این مقاله، نتایج حاصل از ارزیابی نحوه عملکرد مطبوعات، خبرگزاری‌ها، رادیو و تلویزیون، شبکه‌های اجتماعی و روابط عمومی‌ها در مدیریت بحران سیلاب‌های ۱۳۹۸، مورد مطالعه قرار گرفته و سپس مقایسه تطبیقی نیز با برخی پژوهش‌های برجسته در حوزه ارتباطات بحران در ایران و یکی از کشورها صورت گرفته است.

مطبوعات

تحلیل محتوای مطبوعات و مصاحبه با روزنامه‌نگاران درگیر پوشش سیل، دو روش به کار گرفته شده در این بخش بوده است. در ارزیابی محتوای مطبوعات بازه زمانی هفت هفته‌ای (دو هفته قبل، دو هفته بعد و سه هفته حین وقوع سیل) مد نظر بوده و مطالب ارزیابی شده به صورت هدفمند از میان مطبوعات پرتیراژ کشور انتخاب شده‌اند. در بحث پوشش سیل در روزنامه‌های محلی نیز مطبوعات سه استان گلستان، لرستان و خوزستان برگزیده شده‌اند.

به طور کلی مطبوعات، پیش از وقوع سیل، خبری درباره آن منتشر نکرده و با توجه به عدم پیش‌بینی این بحران توسط نهادهای مسئول در سازمان هواشناسی و مدیریت بحران، مطبوعات نیز جز اخباری معدود و معمول در خصوص پیش‌بینی‌های هواشناسی به مسئله سیل نپرداخته بودند. در دوره، مواجهه با سیل که مصادف با تعطیلات نوروزی در سراسر کشور بود، مطبوعات و زیرساخت‌های وابسته چاپ و توزیع آنها نیز تعطیل بودند و در نتیجه از انجام وظایف خبری و تحلیلی خود درباره این حادثه عقب ماندند. در این دوران تنها دو روزنامه «ایران» و «شهروند» و در شمارگانی مشخص به صورت الکترونیکی و کاغذی به پوشش رویداد سیل پرداختند. عدم توجه کافی مخاطبان به این تلاش‌های محدود و برجستگی بیشتر اخبار منعکس شده توسط روزنامه‌نگاران حرفه‌ای در قالبی خودانگیخته و غیرسازمان‌یافته از مناطق سیل‌زده، گویای نقش ویژه «روزنامه‌نگاری شهروندی» در این بازه بوده است. از ۱۷ فروردین و در واقع پس از سیلاب‌ها بود که مطبوعات با تبدیل سیل به سوژه اوّل خود به جبران عقب‌ماندگی ایجاد شده پرداخته‌اند.

از نقاط قوت مطبوعات که در این گزارش آمده است می‌توان به وفور مطالب تحلیلی در نقد مدیریت بحران سیل، انتشار گزارش‌های خبری در خصوص چرایی و چگونگی وقوع این رویداد، برخورداری از نگاهی همه‌جانبه‌نگر و چندبعدی و ارائه گزارش‌های میدانی حاوی جزئیات مفصل و یادداشت‌های عمقی برای انتقال صدای مردم و کارشناسان به جامعه اشاره کرد. در مقابل،

نداشتن مهارت کافی در پوشش بحران و عملکرد غیرحرفه‌ای در تهیه مطالب به دلیل عدم برخورداری روزنامه‌نگاران و گزارشگران از تجربه و آموزش کافی، ضعف سردبیری ناشی از به‌کارگیری سرویس‌های غیرمرتبطی همچون حوادث و ورزش در پوشش سیل، نبود سبک خاص در روایت و گزارش بحران و محدود بودن آن به ذوق شخصی افراد، مرعوب شدن در برابر فضای مجازی و بسنده کردن به نقل صرف مطالب شبکه‌های اجتماعی و عدم پرداختن به آنها از زوایای جدید و تکمیلی، عدم توجه به امکانات غیرچاپی مانند رسانه‌های نوین، پلتفرم‌های جدید و قالب‌های غیرمتنی همچون پادکست، ویدئو خبری، گرافیک متحرک، اینفوگرافیک و غیره، عدم دسترسی به منابع مشخص و موثق اطلاعاتی، محدودیت آزادی بیان و سانسور خواسته و ناخواسته مطبوعات، ضعف و وابستگی شدید روزنامه‌نگاری محلی به سازمان‌ها و نهادهای دولتی، وجود مشکلات زیرساختی در چاپ و توزیع مطبوعات، ضعف اقتصادی در راستای تهیه گزارش‌های میدانی و پیروی از سوژه‌های موجود در فضای مجازی و استفاده‌های تبلیغاتی مالکان و مدیران از مطبوعات، مهم‌ترین چالش‌ها و ضعف‌های مطبوعات در پوشش این بحران بوده است. نهایتاً ارزیابی کارگروه، مشکلات پوشش سیل در مطبوعات را به جنبه‌های حرفه‌ای، اقتصادی، سیاسی و زیرساختی قابل تقسیم دانسته است. از رویه‌های نادرست در هنگام سیلاب، تعطیلی نوروز بوده که تقریباً ۲۰ روز به طول انجامیده است. به علاوه مطبوعات با معضلاتی همچون بحران کمبود کاغذ و تعطیلی زیرساخت‌های چاپ و توزیع روبه‌رو بوده‌اند. غیرحرفه‌ای بودن، مشکلات اقتصادی، ناشستن تجربه و آموزش کافی در زمینه روزنامه‌نگاری بحران، سوء استفاده تبلیغاتی مالکان، وابستگی به رسانه‌های نوین و محدودیت‌های برون‌سازمانی از جمله ضعف‌های مطبوعات در این ایام بوده است. این مشکلات برای روزنامه‌نگاری محلی با توجه به ضعف‌های تاریخی و حرفه‌ای به شکل تشدید شده‌تری بروز یافته است، به‌گونه‌ای که عملاً از فضای رسانه‌ای کشور بیرون ماندند. در جمع‌بندی این بخش کارگروه برخی نکات یاد شده از قبیل (۱) تعلق اغلب روزنامه‌های کشور به دستگاه‌های مختلف حاکمیتی و دولتی و اثر این امر بر تبلیغاتی شدن عملکرد مطبوعات در مواجهه با سیلاب‌ها به جای تبعیت از الزامات و معیارهای حرفه‌ای؛ (۲) غفلت از مفاهیم «ارتباطات بحران» و «روزنامه‌نگاری بحران» و عدم وجود رویکرد جامع آموزشی و سازمانی در این‌باره در نظام رسانه‌ای کشور؛ (۳) عقب‌ماندگی مطبوعات از فعالیت‌های شهروندان در فضای مجازی به دلیل عدم بهره‌گیری روزنامه‌های کشور از ظرفیت‌های فناوری‌های نوین ارتباطاتی و اطلاعاتی از یکسو و عدم بهره‌گیری از روزنامه‌نگاران حرفه‌ای از

سوی دیگر و ۴) ضعف‌های مالی و حرفه‌ای مطبوعات محلی را به‌عنوان درس آموخته‌های این بخش مجدداً مورد تأکید قرار داده است.

خبرگزاری‌ها

نتایج حاصل از مطالعه عملکرد خبرگزاری‌ها در پوشش سیلاب‌های ۹۸ در دو لایه «مدیریت ریسک» و «مدیریت بحران» شرح داده شده است. به‌لحاظ روش‌شناختی در این بخش نیز از دو روش «مصاحبه» با روزنامه‌نگاران در سطح مدیران و سردبیران ارشد خبرگزاری‌ها و «ارزیابی خروجی‌های آنها» که به‌طور مشخص بر اخبار عمیق‌تر مربوط به چرایی و چگونگی وقوع سیل در بازه یک ماهه مواجهه با آن متمرکز بوده، استفاده شده است. در مورد پوشش اخبار سیل و فارغ از مشکلات و نواقص عملکردی خبرگزاری‌ها، آنها اگرچه از نقش هشداردهندگی در مرحله پیش از بحران بازماندند، اما در مرحله بحران با وجود تعطیلات نوروز به سرعت نیروهای خود را سازمان‌دهی کرده و به مناطق سیل‌زده اعزام کردند، با نهادهای مسئول ارتباط برقرار کرده و با بهره‌گیری از امکانات شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها، تصویری متوازن‌تر از سیل ارائه کردند. البته پوشش ارائه شده با توجه به رسمی و غیررسمی بودن خبرگزاری‌ها از انواع انتقادی و غیرانتقادی برخوردار بوده است.

هدف از لایه اول این مطالعه یعنی «مدیریت ریسک»، سنجش توان و آمادگی حرفه‌ای و فنی رسانه‌ها در مواجهه با سیل در مقاطع پیش، حین و پس‌بحران بوده است. نتایج به‌دست آمده از مصاحبه‌ها، گویای آن بوده که با توجه به شرایط اقلیمی کشور، رسانه‌ها نسبت به حساسیت بلایای طبیعی شناخت کلی را دارند، با این حال سند جامعی برای مدیریت از پیش برنامه‌ریزی شده بحران در سازمان‌های رسانه‌ای به منظور تحقق مواردی چون آموزش نیروی انسانی، تهیه و تجهیز سازمان به ابزارهای فنی لازم در گزارشگری و اعزام خبرنگار و ارتباط با نهادهای کلیدی در مدیریت بحران وجود ندارد. از مهم‌ترین محورهای مورد تأکید در این لایه می‌توان گفت در خبرگزاری‌ها چارچوب‌های ساختاری، نظری، فرآیندی و ارتباطی جهت آموزش و ارتقای مهارت خبرنگاران، ایجاد آمادگی پیشینی در رسانه‌ها، بهره‌مندی از سازوکارهای نظام‌یافته در پرداختن به بحران سیل، برخورداری آنها از دیدگاه نظری روشن، ایجاد تقسیم کار شفاف در تولید خبر و ارتباط منسجم با نهادهای مدیریت بحران به هنگام مواجهه با سیل و مدیریت رسانه‌ای آن وجود ندارد.

سنجش رویکرد رسانه‌ها به مفهوم ریسک ناشی از سیل، هدف اساسی لایه دوم این پژوهش بوده است. به بیان روشن‌تر، در این قسمت چرایی و چگونگی وقوع سیل، تحلیل مطبوعات از این پدیده، ریشه‌ها و پیامدهای آن و سواد و ادراک آنها نسبت به این مسئله حائز اهمیت بوده است. بر اساس خروجی‌های تحلیل شده، روایت خبرگزاری‌ها از سیل شامل سه محور دلایل (طبیعی - انسان‌ساخت)، پیامدها (اقتصادی - اجتماعی - زیست محیطی) و راهکارها (عاملیت - ساختار) بوده است. دلایل طبیعی سیل به مواردی چون تغییر شرایط اقلیمی و شدت بالای بارش در مدت زمانی کوتاه و علل انسان‌ساخت آن به تخریب‌های انسانی، نبود ابزارهای لازم برای کنترل سیل و ساخت‌وسازهای غیراصولی اشاره دارد. بسته شدن راه‌های ارتباطی، تخریب منابع طبیعی، تخریب منازل، تأسیسات و مرگ‌ومیر شهروندان از نمونه آثار و پیامدهای سیل است. راهکارهای انسانی به ضرورت رفتار آگاهانه و توجه به هشدارها و راه‌حل‌های ساختاری به انجام اقدامات نهادی سریع در حین بحران و تدوین سیاست‌ها و قوانین مورد نیاز در این حوزه اشاره دارد.

در جمع‌بندی این گزارش، از عدم وجود دانش پیشینی در حوزه آب و بحران سیل، جذابیت اخبار غیررسمی و جعلی، کاستی‌های فنی و حرفه‌ای و عدم توانایی در جلب توجه افکار عمومی به‌عنوان برخی از مشکلات و ضعف‌های عملکردی خبرگزاری‌ها در انعکاس این رویداد یاد شده است. البته در موارد مختلفی گزارش‌هایی در مورد راهکارهای علمی مواجهه با سیل منتشر شده، که نسبت به گذشته به‌طور قابل توجهی گسترش یافته است؛ در این زمینه بخش مهمی از گزارش‌ها و محتواهای منتشره درباره آسیب‌شناسی سیل و مسائل بعدی آن، برآمده از نشست‌های دانشگاهی و فعال‌شدن نهادهای علمی و پژوهشگران مرتبط با حوزه آب بوده که می‌تواند نشانه خوبی از رجوع رسانه‌ها به دانشگاهیان برای یافتن پاسخ‌ها و برطرف کردن ابهام‌ها باشد. با این حال، از دست دادن «مرجعیت خبری» و واگذاری آن به شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین چالش‌های مورد تأکید کارگروه در مورد خبرگزاری‌ها بوده است. حضور شبکه‌های اجتماعی، ایجاد چندصدایی و نیز انتشار اخبار غیرموثق، موجب شده بود که بخشی از فعالیت‌های خبررسانی خبرگزاری‌ها معطوف به پاسخگویی به این مطالب باشد و با توجه به دشواری‌های آنها در دسترسی به منابع مورد تأیید برای تعیین صحت اخبار یاد شده، امکان مدیریت فضای رسانه‌ای کشور و کاهش بحران در مقاطعی با سختی مواجهه بوده است.

در این گزارش، به منظور تحلیل پوشش خبری سیلاب‌های ۱۳۹۸ در بخش نخست، برنامه‌های خبری شبکه‌های تلویزیونی سه استان درگیر سیلاب، شبکه خبر و بخش‌های خبری ۱۴ و ۲۱ شبکه اول سیما از ۲۵ اسفند (زمان پیش از سیل) تا پس از پایان سیلاب در استان خوزستان (با تمرکز بر پوشش اخبار سیلاب پیش و هنگام بحران) به صورت تحلیل محتوای کیفی انجام و برای خوانش آسان مطالعه، فقط موارد شاخص و معنادار در گزارش مطرح شده است. در پایان نیز، نقاط قوت و ضعف، راهکارهای سیاستی برای رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت پیشنهاد شده است. در بخش دوم نیز بازنمایی رویداد سیل در شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان نیز اخبار پخش شده درباره سیل در شبکه‌های «بی بی سی»، «من و تو» و «ایران اینترنشنال» به صورت تحلیل محتوای کیفی گزارش شده است.

بازه زمانی پیش از بحران در این گزارش، از ۲۵ تا ۲۸ اسفند ۱۳۹۷ است که بارش‌های شدید در شهرهای گنبدکاووس، آق‌قلا و گمیشان در استان گلستان به وقوع پیوسته بود و مقطع «بحران» در استان گلستان با مرحله «پیش از بحران» در استان‌های لرستان و خوزستان هم‌زمان بود که حساس شدن رسانه‌ها از جمله سازمان صداوسیما و بویژه شبکه‌های استانی و افکار عمومی را به دنبال داشته است.

تحلیل محتوای اخبار صداوسیما و مصاحبه‌های میدانی نشان داد که پیش از سیلاب شدید در گلستان، در کشور آمادگی ذهنی لازم برای چنین پدیده و بحرانی وجود نداشته است. خشکسالی‌های ادامه‌دار و خوشحالی افکار عمومی از بارش‌های نویدبخش، باور نداشتن مردم و حتی مسئولان به احتمال چنین سیلابی، کلی و غیرشفاف بودن اطلاعیه‌های هواشناسی، درگیری ذهنی افکار عمومی و رسانه‌ها با رویدادهای پایان سال و هشدار ندادن سازمان مدیریت بحران درباره ورود به شرایط بحران، رسانه و افکار عمومی را به اندازه کافی برای چنین پدیده‌ای حساس نکرده بود. البته با وجود هشداردهنده بودن اطلاعیه‌های هواشناسی یک روز قبل از بحران، اما چینش اولویت اخبار، گویای این امر نبوده و در بخش‌های خبری سیما، صدا و شبکه خبر در روزهای پیش از بحران، در شبکه خبر در اولویت‌های اول و دوم و در بخش‌های خبری سیما به طور متفاوت در اولویت‌های سوم تا هفتم بوده است. حتی برخی مسئولان محلی با ملاحظات، مانع هشدارهای لازم از سوی خبرنگاران شده بودند!

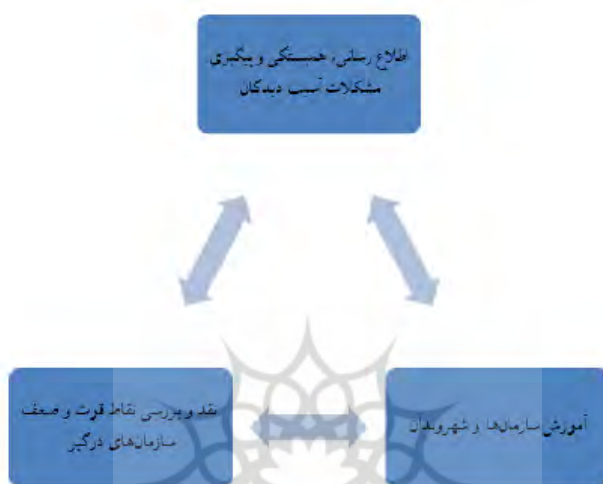


نمودار شماره ۱- شرایط ذهنی افکار عمومی و رسانه پیش از بحران

مطالعه اخبار پخش شده از صداوسیما جمهوری اسلامی در زمان بحران سیلاب در استان گلستان نشان داده است که صداوسیما با تأخیر یک روزه، پوشش ویژه سیل را در دستور کار قرار داده و از دوم فروردین با توجه به شدت خسارات و احتمال سیلاب در استان‌های دیگر، موضوع به‌طور ویژه در کنداکتور اخبار قرار گرفته است و شبکه خبر سازمان صداوسیما با شکست مکرر آنتن و ارتباط‌های زنده با خبرنگاران و مسئولان محلی و کشوری، مدیریت پر حجم اخبار را در دست گرفته است. پوشش ویژه اخبار سیل در استان گلستان در ایام نوروز، حساسیت سایر استان‌ها را در پی داشته تا دستگاه‌های مختلف با آمادگی بیشتری در این استان‌ها به مقابله با پدیده سیلاب بپردازند. در واقع به علت شرایط سیل در گلستان، پوشش اخبار بحران سیلاب در لرستان، فارس و خوزستان در سازمان صداوسیما نسبت به پوشش اولیه در گلستان، منسجم‌تر و آماده‌تر بوده است.

بر اساس نتایج این پژوهش، صداوسیما پس از بحران با پخش برنامه‌هایی چون «پیگیری» و «گفتگوی ویژه خبری» وضع مناطق سیل‌زده را از مسئولان استانی و کشوری پیگیری کرده است. محور این برنامه‌ها، زدودن آثار سیلاب در شهرهای سیل‌زده، پیگیری بازگشت مردم به خانه‌ها، توزیع کالاهای اساسی و تأمین لوازم زندگی، ارزیابی واحدهای خسارت‌دیده و حتی «پیگیری نقض

مقررات قانونی و ساخت و سازهای غیرمجاز در حریم رودخانه‌ها» بوده است. همچنین مطالعه علل سیلاب‌ها و راه‌های جلوگیری از آن در آینده، مقاوم‌سازی و بیمه، نقاط ضعف مدیریت بحران و چگونگی مواجهه سازمان‌های مسئول با بحران در شرایط عادی و پیش یا پس از سیلاب، در صداوسیما مورد توجه چندانی قرار نگرفته بود.



نمودار شماره ۲- فعالیت‌های سازمان صداوسیما پس از بحران

یافته‌های این گزارش در خصوص تلویزیون‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان در مواجهه با بحران سیل، نشان می‌دهد که تأکید این تلویزیون‌ها، بیشتر بر عامل انسانی متمرکز بوده و با طرح ادعای «تقصیر» و «قصور» (با تمرکز بر تقصیر) مسئولان در پیشگیری و مدیریت بحران، از این موضوع برای زیر سؤال بردن کل نظام و حاکمیت جمهوری اسلامی ایران استفاده کرده‌اند و در دو محور «ادعای بهره‌برداری جناحی و تشدید مناقشات سیاسی در شرایط ضعف مدیریت بحران» و «برجسته سازی نقش عامل انسانی در بروز و تشدید آسیب‌های سیل» اقدام به پوشش رسانه‌ای کرده‌اند.

در جمع‌بندی بخش رادیو و تلویزیون این گزارش آمده است که خشکسالی یک پارادایم غالب در ذهنیت سیاستگذاران و مسئولان رسانه‌ای بوده است، به این لحاظ، اطلاعیه‌ها و اختطاریه‌های هواشناسی مربوط به سیلاب، به صورت کلی و غیر شفاف توسط صداوسیما و شبکه‌های دیگر منتشر می‌شده است و لحن کارشناسان هواشناسی و مجریان هشداردهنده نبوده تا شهروندان خطر را احساس کنند. لذا این مسأله باعث شده رویکرد صداوسیما قبل از وقوع بحران «ضعیف»

و حین و بعد از بحران «خوبتر» باشد. در مجموع رویکرد صداوسیما حین و پس از سیلاب‌های ۹۸ از منظر رسانه‌ای و ارتباطی حرفه‌ای‌تر بوده و در عملکرد آن وجه «هشداردهی و اطلاع رسانی» غلبه داشته است. البته رویکرد انتقادی صداوسیما عمدتاً معطوف به برانگیختن و ادا داشتن مقامات و مسئولان به حضور و اقدام در صحنه حوادث بوده که منجر به حضور بی‌برنامه، مکرر و گاه نمایشی آنان می‌شده و عملیات امداد و کمک‌رسانی و الزامات مدیریت بحران را تحت تأثیر قرار می‌داده است. پس از فروکش کردن اوج سیلاب‌ها، پخش ویژه برنامه‌های تحلیلی - تفسیری وقایع و نیز انعکاس وسیع مطالبات و صداهای مردم سیل‌زده، توانست توجه افکار عمومی را تا حدودی از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان به سمت صداوسیمای ایران سوق دهد.

رسانه‌های آلترناتیو

بر اساس پیمایش ملی تلفنی پژوهش کارگروه اجتماعی، فرهنگی و رسانه، ۳۲٫۴ درصد از پاسخگویان برای پیگیری اخبار مربوط به سیلاب‌ها از شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اند.

برای پاسخ به سؤال که «در شبکه‌های اجتماعی، چه مضامینی در رابطه با سیل به کار برده شده است؟» کارگروه، هزار محتوای توئیتر با حداقل ۵۱ لایک، و هزار پست تلگرامی با حداقل ۵۱ هزار بازدید، را از اول تا شانزدهم فروردین با داده‌کاوی انتخاب و «تحلیل مضمون» کرده است.

با وقوع سیل در شیراز (۵ و ۶ فروردین) میزان انتشار مطالب در این شبکه‌های اجتماعی به اوج خود رسیده است. بحرانی شدن وضعیت لرستان و وقوع سیل در خوزستان (۱۲ فروردین) نیز افزایش نسبی محتواها را به همراه داشته است. تلگرام بیشتر به‌عنوان ابزار «خبررسانی» عمل کرده اما توئیتر فضایی برای اظهارنظر کاربران بوده است. مضمون اصلی ۴۱ درصد از محتواهای کانال‌های تلگرامی، «توصیف بحران‌های حاصل از سیل» و در توئیتر پراستفاده‌ترین مضمون‌ها، «انتقاد از دولت و حاکمیت» بوده است.

جدول شماره ۱- مضامین منتشر شده در تلگرام و توئیتر

ردیف	تلگرام	توئیتر
۱	طنز	طنز
۲	توصیف بحران‌های حاصل از سیل	توصیف بحران‌های حاصل از سیل
۳	انتقاد از حاکمیت	انتقاد از حاکمیت
۴	انتقاد از نهادهای مسئول (مانند دولت و هلال احمر)	انتقاد از دولت
۵	انتقاد از صداوسیما	انتقاد از صداوسیما

ردیف	تلگرام	توثیتر
۶	خبررسانی در مورد امدادرسانی نهادهای مسئول	رسانی اطلاع
۷	خبررسانی در مورد امدادرسانی حاکمیت	رسانی اطلاع
۸	هشدار درباره وقوع سیل	ندارد
۹	زده توصیه به مردم سیل	ندارد
۱۰	ندارد	انتقاد از مردم
۱۱	ندارد	نقد اپوزیسیون
۱۲	ندارد	درخواست کمک از مردم
۱۳	ندارد	حمایت از دولت و ارتش
۱۴	ندارد	حمایت از سپاه و بسیج
۱۵	ندارد	درخواست کمک از مسئولان
۱۶	ندارد	توصیف کمک و محبت مردم
۱۷	ندارد	زده همدلی با مردم سیل

سیل شیراز در روز پنجم فروردین، سیل خوزستان در روز دوازدهم، جلسه رهبری با مسئولان در روز سیزدهم و انتقاد دولت از عملکرد سپاه در روز نهم، از رویدادهای تأثیرگذار بر تغییرات مضامین در روزهای مختلف بوده است.

مشخص شدن میزان خسارت جانی و مالی مناطق سیل زده، همدردی مردم و عدم پوشش متناسب با خسارات صداوسیما در روزهای دوازدهم، پنجم، ششم و سیزدهم فروردین، مضمون «توصیف بحران‌های حاصل از سیل» تلگرام را به بیشترین میزان خودش رسانده بود؛ همین روند به میزان کم‌تری در توثیتر نیز جریان داشته است.

انتقاد حاکمیت از نهادهای دولتی در خدمت‌رسانی در روز نهم، مضمون «خبررسانی در مورد امدادرسانی نهادهای مسئول» را در تلگرام به کم‌ترین میزان خود رسانده بود. درحالی‌که جلسه رهبری با مسئولان و تأکید بر خدمت‌رسانی، این مضمون را به بالاترین حد خود رسانده بود. افزایش اظهارهای هواشناسی در روزهای پنجم، نهم و یازدهم افزایش «هشدارهای وقوع سیل» در تلگرام را به همراه داشته است. درخواست رهبری به امدادرسانی در روزهای اولیه و جلسه با مسئولان، میزان امدادرسانی دستگاه‌های حاکمیتی را در روز چهارم و سیزدهم افزایش داده است در نتیجه خبررسانی در این مورد نیز در تلگرام افزایش یافته بود.

انتقادات از دولت در روزهای اولیه بیش از هفته دوم فروردین است و تنها روز چهاردهم به دلیل عدم حضور روحانی در جلسه با رهبری، انتقادات کمی افزایش پیدا کرده است. روند انتقادات از حاکمیت، دقیقاً برعکس و در نیمه دوم بیش از نیمه اول فروردین است. در تلگرام انتقادات از دولت، بیش از انتقادات از حاکمیت بوده اما سیل خوزستان و اختلاف دولت و سپاه، انتقادات از حاکمیت را افزایش داده است. در توئیتر اما انتقادات از حاکمیت دو برابر بیش از انتقادات از دولت بوده است. علاوه بر انتقادات، حمایتی نسبی از مسئولین حکومتی و دولتی نیز در توئیتر وجود داشته که روندی برعکس انتقادات داشته است؛ به طوری که اول حمایت از بسیج و سپاه و سپس حمایت از ارتش و دولت بیشتر بوده است.

در ادامه روند انتقادات، به مرور زمان «مردم» نیز در توئیتر مورد انتقاد قرار گرفتند و درخواست کمک از «مردم» و از «مسئولان» در طول این دوره وجود داشته که با افزایش بحران‌ها افزایش پیدا می‌کرده است.

کاهش شوک اولیه سیل در روز هفتم محتوای طنز تلگرام درباره سیل را افزایش داده بود. در توئیتر نیز طنز یکی از مضامین ثابت بوده که در بحرانی‌ترین روزهای سیل به اوج خود رسیده است.

یافته‌ها، نشان‌دهنده نقش مهم تلگرام و توئیتر - با وجود فیلتر بودن - در ارتباطات بحران سیل بوده و فیلترینگ آنها، تنها سازمان‌های درگیر در این بحران را از ارتباط با مخاطبان، محروم کرده است. یافته‌های این بخش گزارش، نوعی «رهاشده‌گی»، «بی‌برنامگی» و «بی‌عملی» دستگاه‌های مدیریت بحران نسبت به فضای مجازی را نشان می‌دهد.

این «رهاشده‌گی» شبکه‌های اجتماعی و هم‌چنین ضعف «مرجعیت» رسانه‌های اطلاع‌رسانی رسمی و کانال‌های ارتباطی بین دستگاه‌های حکمرانی با افکار عمومی از سوی دیگر، رواج «اخبار جعلی» را به همراه داشته است. علاوه بر این چالش‌ها، شبکه‌های اجتماعی نقش مثبتی هم در مدیریت بحران سیل ایفا کرده‌اند، مثلاً کانال‌های تلگرامی محلی، به‌ویژه در منطقه آق‌قلا، نقش موثری در اطلاع‌رسانی، شکل‌دادن به ارتباطات و اجتماعات محلی خدمت‌رسانی داشته‌اند.

نتایج پژوهش حاکی است که حضور خبرگزاری‌ها، سایت‌ها و خبرنگاران در شبکه‌های اجتماعی نیز نتوانسته خلاً مرجع رسمی را جبران کند و نداشتن راهبرد دستگاه‌های مدیریت بحران برای تلگرام و توئیتر، به «اخبار جعلی» در این فضا دامن زده و آنها را از ارتباط موثر با مردم و آسیب‌دیدگان محروم کرده است.

روابط عمومی‌ها

«روابط عمومی» و «رسانه» دو نهاد مهم در ارتباطات بحران هستند. بر همین اساس در گزارش ملی سیل فروردین‌ماه، علاوه بر رسانه‌ها، ارزیابی عملکرد روابط عمومی‌ها نیز مدنظر بوده است. این ارزیابی، شامل عملکرد روابط عمومی‌های هفت وزارتخانه و هفت سازمان ملی «هلال احمر»، «کمیته امداد»، «بنیاد مسکن»، «هواشناسی»، «محیط زیست»، «مدیریت منابع آب ایران»، «مدیریت بحران» و سازمان‌های دولتی استانی مرتبط با سیل در سه استان گلستان، لرستان و خوزستان بوده است.

در این بخش، از تکنیک «مصاحبه حضوری و کتبی ساختارمند» با مدیران و مسئولان روابط عمومی وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها، استفاده و پرسش‌های مصاحبه بر اساس مدل میزان نقش‌آفرینی روابط عمومی در چهار مرحله قبل، شروع، حین و بعد از بحران طراحی شده است. همچنین از مصاحبه گروهی^۱ به منظور مطالعه تجربه زیسته مدیران روابط عمومی سازمان‌ها در جریان سیل و مستندسازی چالش‌ها و موانع فراروی کنشگری مؤثر روابط عمومی در بحران استفاده شده است.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، «عدم استفاده از شبکه‌های اجتماعی پرنفوذ»، «اطلاع‌رسانی پراکنده و غیرمنسجم و فقدان برگزاری کمپین‌ها و برنامه ارتباطی و رسانه‌ای جامع و اثرگذار»، «تکیه صرف بر اطلاع‌رسانی و بی‌توجهی به برنامه‌های آموزشی»، «عدم استفاده از ظرفیت رسانه‌های محلی برای آموزش»، «عدم استفاده از رسانه‌های محلی و ابزارهای تبلیغات محیطی برای آموزش» و «فقدان یک برنامه جامع ارتباطی و اطلاع‌رسانی» از جمله نقاط ضعف در مرحله «قبل از بحران» بوده و تنها نقطه قوت، «برگزاری دوره‌های آموزشی درون‌سازمانی برای شناخت بحران در سازمان‌ها» بوده است.

در زمان «شروع بحران» نقاط ضعف دربرگیرنده «واکنشی عمل کردن روابط عمومی بعد از بحران و فقدان یک برنامه ارتباطی و رسانه‌ای راهبردی»، «فقدان اقدام سریع برای هشداردهی، بسیج امکانات و هماهنگی‌های درون‌سازمانی، بین‌سازمانی و بین‌بخشی»، «نبود یک سخنگوی واحد»، «فقدان دستور کار مشخص برای ایجاد هماهنگی با بخش‌های زیرمجموعه»، «عدم استفاده روابط عمومی از ظرفیت رهبران افکار» و «عدم امکان استفاده از رسانه‌های اجتماعی به دلیل ممنوعیت‌های قانونی و ایجاد خلل در فرآیند اطلاع‌رسانی و ارتباطات بحران» بوده است. نقاط قوت این مرحله شامل «معرفی سخنگو»، «استفاده از ظرفیت رسانه‌های محلی و استانی» و

«استفاده از سامانه ارسال پیامک برای اطلاع‌رسانی با شروع بحران به با پیش‌فرض احتمال قطعی برق و اینترنت در مناطق سیل‌زده» بوده است.

در «حین بحران» سیل نیز «تمرکز بر استفاده از سازمان صداوسیما»، «استفاده از شبکه‌های اجتماعی داخلی کم‌مخاطب»، «عدم استفاده از ظرفیت رسانه‌های اجتماعی پرمخاطب»، «تمرکز بر انعکاس فعالیت‌های سازمانی در رسانه‌های رسمی»، «عدم توجه مناسب و اقدامات کافی در راستای همدردی و همدلی با مردم آسیب‌دیده» و «رویکرد تبعیض‌آمیز سیاسی و جناحی روابط عمومی در اطلاع‌رسانی»، عمده‌ترین نقاط ضعف بوده است. نقاط قوت نیز «استفاده پر حجم از صداوسیما»، «شناسایی و حضور غیررسمی در رسانه‌های اجتماعی»، «رصد مداوم شبکه‌های اجتماعی پرمخاطب و شناسایی اخبار جعلی و شایعات به منظور اقدام سریع در پاسخگویی» و «استفاده از ظرفیت رسانه‌های محلی در استان‌ها» بوده است.

نقاط ضعف مرحله «بعد از بحران» سیل، دربرگیرنده «مستندسازی تجربیات به صورت پراکنده و ناقص»، «مستندسازی تصویری بخشی از اقدام‌ها از سوی برخی سازمان‌ها به صورت گزینشی و مثبت»، «ارزیابی ضعیف و ناقص عملکرد سازمان‌ها»، «ارائه اقدامات سازمان به جای اقدامات روابط عمومی»، «عدم اشاره به مستندسازی تجربیات» و «توجه به انتشار اخبار بازسازی و عدم اشاره به روش‌های دیگر امیدبخشی نظیر بازسازی روانی و...» بوده است. نقاط قوت این مرحله نیز «استفاده از ظرفیت رسانه‌های محلی و محیطی برای امیدبخشی و بازسازی خرابی‌ها و جبران خسارت‌ها» بوده است.

در نهایت، کارگروه، ضعف اصلی روابط عمومی‌ها را در مرحله «پیش از وقوع سیل» فقدان «برنامه جامع ارتباطی-رسانه‌ای درون و برون‌سازمانی» دانسته و «غافلگیر شدن» و «قرار گرفتن در موضع انفعالی» به هنگام مواجهه با بحران سیل، وجه اشتراک عموم روابط عمومی‌ها بوده است.

همچنین در حالی که عملکرد روابط عمومی‌ها در مدیریت بحران به هنگام و در حین وقوع آن، به‌طور معمول، بر پایه معیارهای ۱- شفاف‌سازی؛ ۲- اطلاع‌رسانی سریع و به‌موقع؛ ۳- حضور به‌موقع و مستمر در پاسخگویی؛ ۴- حفظ ارتباطات با ذی‌نفعان؛ ۵- ارتباط سازنده با رسانه‌ها؛ ۶- پاسخگویی واحد و ۷- حفظ اعتبار و حیثیت سازمان ارزیابی می‌شود؛ اما این پژوهش نشان داده است که اولویت اصلی روابط عمومی‌ها در اوج رویداد سیل اخیر، معطوف به «حفظ اعتبار و حیثیت سازمان متبوع» و «توجیه اقدامات گذشته، برنامه‌های حال و آینده» آن بوده است. حال

آنکه اصول «شفاف‌سازی» و «حفظ ارتباطات با مخاطبان» و «اطلاع‌رسانی سریع و به‌موقع» نیز اصولی بنیادی‌اند که کمتر به آنها توجه شده است. نتیجه آنکه به رغم ضرورت مرجعیت خبری روابط عمومی‌ها در خلال وقوع سیل و پس از آن، صدای آنها به‌موقع و به خوبی در جامعه شنیده نمی‌شده است.

کارگروه در پایان ابراز امیدواری کرده است که روابط عمومی‌ها توجه متوازن به معیارهای هفتگانه مورد اشاره را همواره مدنظر قرار دهند.

مقایسه تطبیقی با مطالعات داخلی و خارجی

یکی از زمینه‌هایی که می‌تواند در نقد و ارزیابی این پژوهش مورد توجه قرار گیرد ارجاع به نمونه‌های داخلی و خارجی با هدف مقایسه تطبیقی است. براساس مطالعه انجام شده، گزارش «رسانه» هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها به‌لحاظ جامعیت و عمق پژوهش، در داخل کشور نمونه مشابهی ندارد و بیشتر تحقیقات مشابه صورت گرفته عموماً متوجه ادبیات نظری، مطالعات اسنادی و تحقیقات دانشگاهی و تجربی مبتنی بر یک یا نهایتاً دو رسانه بوده و در میدان عمل (به لحاظ میدانی) نیز، عمده کارهای پژوهشی مبتنی بر یک بحران و متمرکز بر یک یا دو رسانه خاص متمرکز بوده‌اند که نشان می‌دهد گزارش مذکور برای اولین بار در این سطح وسیع و همه‌جانبه اجرا شده است.

همچنین اگرچه مطالعات مشابه انجام شده در حوزه مدیریت بحران، گسترده و متنوع است، اما عمده آنها در لایه‌های ثانویه به ارتباطات و رسانه پرداخته‌اند. با این حال به نظر می‌رسد تجربه گزارش کارگروه اجتماعی، فرهنگی و رسانه هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها برای اولین بار بوده که در آن «رسانه و ارتباطات» به‌عنوان یک حوزه مطالعاتی مستقل مورد توجه بوده است.

با توجه به رویکرد مقایسه مقاله حاضر، در ادامه برخی از مهم‌ترین پژوهش‌هایی که در داخل کشور در زمینه نقش رسانه و ارتباطات در مواجهه با بحران مورد ارزیابی قرار گرفته، به تفکیک حوزه مطالعاتی آنها ارائه می‌گردد.

در پژوهش‌های «نظری و تحلیلی» برای مثال می‌توان به مقاله «نقش ارتباطات در مدیریت بحران، مطالعات فرهنگی و ارتباطات» (ربیعی و شاه‌قاسمی، ۱۳۸۵)، اشاره داشت که نتیجه می‌گیرد که تجربه‌های کشورهای و تیم‌های مدیریت بحران در مناطق مختلف جهان نشان داده که یک سری از اصول کلی ارتباطی میان اکثر بحران‌ها مشترک هستند، بنابراین تیم مدیریت بحران

می‌تواند با استفاده از این اصول یک برنامه کلی برای کار خود طراحی کند. یا مقاله «نقد و بررسی نظریه‌های مطرح درباره نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران» (آقایی، ۱۳۸۷) با هدف ارزیابی نقش رسانه‌ها (مکتوب، دیداری، شنیداری و الکترونیکی) از بعد نظری در مدیریت بحران‌ها تدوین شده است. یا در مقاله «مدیریت رسانه‌های بحران؛ رویکردی پیشگیرانه» (روشندل اربطانی، ۱۳۹۰) با رویکردی پیشگیرانه، به مطالعه نقش رسانه‌های جمعی در مرحله پیش از وقوع بحران پرداخته شده است. همچنین در «جامعه‌شناسی بحران؛ رسانه‌ها و مردم» (توکلی، ۱۳۸۸) تمرکز اصلی خود را بر جامعه‌شناسی بحران و مدیریتی که بر همین اساس باید هوشمندانه اداره امور را رهبری، سازماندهی و نظارت کند، گذاشته است. همچنین مقاله «نقش مدیریت رسانه در تحول بحران از تهدید به فرصت» (روشندل اربطانی، ۱۳۸۷) بر آن است که با تشریح انواع راهبردهای رسانه‌ای به تبیین نقش رسانه‌های فوق فعال در تبدیل بحران به فرصت بپردازد و راهکارهایی برای سیاستگذاران و مدیران رسانه ملی در جهت ایجاد رسانه‌ای با ویژگی‌های یاد شده ارائه دهد. در مقاله «نقش رسانه‌های جمعی در پیشگیری از بحران‌ها» (نجاتبخش اصفهانی و باقری، ۱۳۸۷) نیز سعی شده است ضمن مروری بر ادبیات بحران و رسانه و استفاده از نظریه‌های علوم ارتباطات و اظهارنظر دانشمندان مربوط، آثار مخرب بحران بر سایر بخش‌های کشور مورد مطالعه قرار گیرد. مقاله «نقش رسانه در مهندسی افکار عمومی هنگام وقوع بحران» (ایمانی و حبیبی، ۱۴۰۰) درباره نقش رسانه‌ها در مهندسی افکار عمومی مبتنی بر نظریه‌های روان‌شناسی فردی و اجتماعی است که هم به اختیار و تمایلات درونی افراد و هم به عوامل اجتماعی و هم عامل برنامه‌ریزی در مهندسی افکار عمومی اهمیت می‌دهد و منطبق با باورهای مذهبی و ملی مردم کشور است. سلطانی‌فر و مرتضوی (۱۳۹۵) در مقاله «برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری سازمان رسانه در مدیریت فجایع طبیعی» با هدف تبیین برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری سازمان رسانه در مدیریت فجایع طبیعی، ضمن بهره‌گیری از روش توصیفی-تبیینی، روند برنامه‌ریزی را ترسیم کرده است. و افتخاری (۱۳۸۷) در مقاله «مدیریت رسانه‌های بحران» به بررسی جایگاه «رسانه» در مقام مدیریت بحران پرداخته و نظریه‌ای سه وجهی و جامع مبتنی بر «رسانه، بحران و سرمایه اجتماعی» طراحی و ارائه کرده است.

در حوزه پژوهش‌های مرتبط با «طراحی مدل و سیاستگذاری» برای نمونه مقاله «طراحی الگوی جامع نقش رادیو و تلویزیون‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی ایران» (صلواتیان، ۱۳۹۵) با هدف دستیابی به الگویی بومی در خصوص نقش رادیو و تلویزیون‌های

محلّی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی ایران انجام شده است. همچنین احمدی (۱۳۸۴) در مقاله «ارائه مدل استراتژی‌های ارتباط سازمان با رسانه‌ها در طول بحران» با هدف دستیابی به درکی عمیق‌تر از نحوه ارتباط سازمان با رسانه‌ها در زمان‌های بحرانی است که در این خصوص سعی شده است از تمامی نظریات مربوط به این امر برای ارائه یک مدل پیشنهادی اقتضایی کمک گرفته شود. خرسند و تلخایی (۱۳۹۶) نیز در مقاله «طراحی مدل بومی مدیریت ارتباطات بحران در شهر تهران» به دنبال مدلی هستند که مدیریت ارتباطات بحران را در شهر تهران ارائه دهند تا بتواند در زمان شیوع بحران اقدامات ارتباطی موثر برای مخاطبان باشد. خجسته (۱۳۹۹) در مقاله «سیاست‌های اصلی رسانه‌ها در هنگامه بحران‌های ناشی از حوادث طبیعی» اشاره دارد که روشن بودن سیاست‌های اصلی فعالیت رسانه‌ها در این شرایط می‌تواند کنترل و مدیریت بحران را به شکل بهتری امکان‌پذیر سازد و نتیجه می‌گیرد که «فقد سیاست‌های رسانه‌های هنگام بحران، موجب ایجاد هزینه بیشتر و تأخیر کنترل بحران می‌شود» که در گزارش «رسانه» هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها، نیز این مهم به صورت مصداقی، مورد تحلیل قرار گرفته است. احراری (۱۳۸۴) نیز در مقاله «راهبردهای رسانه‌ای برای پیشگیری از بحران» ضمن معرفی شیوه‌های فیزیکی یا خشونت‌آمیز مقابله با بحران، مزیت‌های بهره‌گیری از رسانه‌های گروهی به‌مثابه ابزارهای ارتباطی کارآمد و اثربخش را در مدیریت بحران تشریح می‌کند. و ره‌پیک (۱۳۸۷) در مقاله «فرآیند تصمیم‌گیری در بحران و نقش رسانه‌ها» اشاره می‌کند که تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی از حساسیت و احتمال خطر بالاتری نسبت به شرایط عادی برخوردار است و در یک نظام بحران‌زده، رسانه‌ها می‌توانند در فرآیند تصمیم‌گیری نقش‌های مثبت یا منفی را به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر عهده بگیرند.

همچنین در حوزه «رادیو»، تمرکز اصلی مقاله «بحران بلایای طبیعی و نقش ویژه رادیو در کنترل آن» خجسته (۱۳۸۴) بر تشریح نقش رادیو در کنترل بحران، بلایا و فجایع طبیعی مانند زلزله، سیل و ... است. و نوری ممربآبادی، میرزایی و براتی (۱۳۹۸) در مقاله «رادیوی محلی و مخاطرات طبیعی (بررسی عملکرد رادیو خوزستان در پوشش رسانه‌ای سیل نوروز ۱۳۹۸)» به نحوه مدیریت و پوشش رسانه‌ای بحران، در رادیوی محلی (رادیو خوزستان) و به نقش رادیو در مراحل پیش، حین و پس از بحران در خوزستان پرداخته‌اند. این پژوهش مشخصاً با بخش مطالعه رادیو در گزارش «رسانه‌ها و سیلاب» مشابه است؛ چراکه عملکرد رادیوی خوزستان در ایام بحران در سه مرحله پیش، حین و پس از بحران را مطالعه کرده و یافته‌هایش حاکی است

که در مرحله قبل از بحران، به مقولاتی همچون «اطلاع‌رسانی و آموزش» و «اختصاص بخش‌های ویژه» توجه شده است که البته نیازمند توجه به مقولاتی همچون «ارتباط با سایر مراکزی که دچار این بحران شده‌اند و تجربیاتی در این زمینه دارند»، «توجه به همه مناطق مبتلا در استان» و «آموزش نحوه دسترسی به رادیو در زمان بحران» بوده است.

در مرحله حین بحران، به زیرمقولات «توجه به ایام خاص»، «سرعت برقراری و نوع ارتباط»، «اطلاع‌رسانی سریع»، «رعایت اصل صداقت»، «تعاملات رسانه‌ای» و «مبارزه با شایعات»، پرداخت و تأکید شده است که زیرمقوله «توجه به میراث فرهنگی» باید مورد توجه قرار می‌گرفت. در مرحله بعد از بحران این رادیو در پرداخت به زیرمقولات تقویت همبستگی، نحوه مواجهه سازمان‌های مسئول، بازگرداندن سلامت روانی و اطلاع‌رسانی برای کاهش آلام، رویکرد مناسبی داشته است.

در حوزه «تلویزیون» مقاله «الزامات مدیریتی سازمان‌های رسانه‌ای محلی در بلایای طبیعی: مورد مطالعه؛ تلویزیون سهند در زلزله ارسباران» (صلواتیان، ۱۳۹۴) ارزیابی الزامات مدیریتی رسانه‌های محلی در هنگام وقوع بلایای طبیعی مورد مطالعه قرار گرفته و اشاره دارد که رسانه‌های محلی به دلیل قرار گرفتن در مرکز بحران و تأثیرگذاری افزون‌تر بر مخاطبان، نقش بسیار پررنگ‌تری نسبت به رسانه‌های ملی دارند. همچنین در مقاله نصراللهی و بیطرفان (۱۳۹۵) با عنوان «مدیریت پوشش اخبار مخاطرات هواشناسی در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران» با هدف شناخت چگونگی پیش‌بینی «رویدادهای عادی و مخاطره‌آمیز جوی» در سازمان هواشناسی و شناخت نحوه پوشش خبری آنها در سازمان صداوسیما پرداخته است. جالب آنکه نتایج این پژوهش، دقیقاً مطابق با گزارش «رسانه» هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها بوده و آمده است که ادبیات و واژگان در حدود نیمی از گزارش‌های هواشناسی بخش‌های خبری در مورد وقایع مخاطره‌آمیز، «حساس‌کننده و هشدارآمیز» نبوده‌اند. در مقاله «نحوه پوشش خبری بحران در خبر تلویزیونی صداوسیما (مطالعه موردی، بحران پلاسکو در شبکه خبر)» (شمس، میناوند و صبوری، ۱۳۹۸) به نحوه پوشش خبری بحران در خبر تلویزیونی صداوسیما، پرداخته شده است. ره‌پیک و نه‌ازی (۱۳۹۰) در مقاله «راهکارهای ایفای بهینه نقش رسانه ملی در مدیریت بحران‌های حوادث غیرمترقبه طبیعی» سعی کرده‌اند تا با مطالعه انواع دیدگاه‌ها نسبت به بحران‌های حوادث غیرمترقبه طبیعی، نقش رسانه ملی در کمک به مدیریت آنها در مرحله پس از وقوع را مطالعه کنند و سپس راهکارهای عملیاتی و شیوه‌های مقابله و مواجهه با بحران

حوادث طبیعی از ناحیه رسانه ملی به‌عنوان کمک و همکاری با سازمان مدیریت بحران ارائه کنند. البته پیش‌نمزی و ایزدخواه (۱۳۹۴) در مقاله «بررسی فرآیند اطلاع‌رسانی در زلزله‌های دوگانه اهر- ورزقان و مخاطرات ناشی از آن» بر اساس اطلاعات گردآوری‌شده اسنادی و کتابخانه‌ای و نیز مصاحبه با مسئولان و مدیران، وضعیت اطلاع‌رسانی رسانه‌ها و به‌ویژه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، به‌عنوان رسانه رسمی و ملی، ارزیابی کرده‌اند.

در زمینه «رسانه‌های اجتماعی» نیز مقاله «رسانه‌های اجتماعی و مدیریت بحران (نقش تلفن‌های هوشمند در کنشگری بحران)» (بصیریان جهرمی، عبدالحسینی و بردبار، ۱۳۸۷) به ارائه تحلیل مفهومی از ماهیت کنشگری در روابط اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی، به شرح آثار رسانه‌های اجتماعی همگرا شده در تلفن‌های همراه هوشمند در مدیریت بحران پرداخته است. جلالی (۱۳۹۱) در مقاله «جایگاه رسانه‌های جدید در ارتباطات زمان بحران» به دنبال یافتن راهکارهای عملی و ارایه توصیه‌های لازم، بر اساس تجربیات جهانی و توانمندی‌های بومی، در استفاده بیشتر از فناوری و رسانه‌های جدید در مدیریت و ارتباطات زمان بحران در ایران است. همچنین صلواتیان و مهربانی (۱۳۹۵) در «کارکرد رسانه‌های اجتماعی در مدیریت بحران زلزله احتمالی شهر تهران» به دنبال شناسایی کارکرد رسانه‌های اجتماعی در مدیریت بحران زلزله احتمالی شهر تهران بوده‌اند و نشان می‌دهند که چالش‌های مدیریتی در سطح کلان کشوری، بسترهای ارتباطی و شرایط فعلی رسانه‌های اجتماعی در ایران، استفاده وسیع از رسانه‌های اجتماعی در مدیریت بحران زلزله احتمالی شهر تهران در شرایط کنونی را با دشواری‌های جدی مواجه ساخته است. همچنین افتخاری (۱۳۸۳) در مقاله «بحران‌های واقعی در فضای مجازی؛ چارچوب تئوریک» به نسبت‌سنجی پدیده فضای مجازی با شکل‌های مختلف بحران در لایه‌های حکومتی و اجتماعی پرداخته است.

در زمینه «روابط عمومی» نیز یاری‌فر و باصری (۱۳۹۵) در مقاله «نقش روابط عمومی دیجیتال در مدیریت بحران» با هدف شناسایی وضع موجود روابط عمومی دیجیتال در سپاه انجام گرفته و سؤالات تحقیق ابعاد مختلف روابط عمومی دیجیتال را مطالعه می‌کند.

درباره «مخاطبان» مقاله «اولویت‌بندی مخاطبان و مسیرهای اطلاع‌رسانی برای آماده‌سازی شهروندان برای مقابله با زلزله» (تسلیمی، حقیقی و مولایی، ۱۳۹۶) با هدف شناسایی و اولویت‌بندی اجزای «آگاهی‌بخشی» و «اطلاع‌رسانی» درباره زلزله تهران انجام شده است. در این

مطالعه، مخاطبان و مسیرهای اطلاع‌رسانی به منظور آگاهی‌بخشی، شناسایی و اولویت‌بندی شده‌اند.

درباره «نقش مدیران رسانه‌ها» (پارسی‌زاده، پیش‌نمازی و نصراللهی (۱۳۹۶) در مقاله «ارزیابی میزان و چگونگی آگاهی مدیران رسانه‌ها از زلزله و مدیریت آن» رسانه‌ها به‌عنوان بخشی اطلاع‌رسان و آگاهی‌بخش، در ارتباط با مخاطبان و افکار عمومی می‌توانند نقشی اثرگذار در کنترل مخاطرات و مدیریت بحران ایفا کنند. و هاشم‌نژاد و بیدکی (۱۳۹۶) در مقاله «نقش رسانه ملی در مدیریت بحران و حفظ آرامش شهروندان (مورد مطالعه: شهروندان منطقه ۲۲ تهران)» به مطالعه نقش رسانه ملی در مدیریت بحران و حفظ آرامش شهروندان در منطقه ۲۲ شهر تهران پرداخته‌اند.

در خصوص «مباحث اخلاقی» در مدیریت بحران نیز خجسته باقرزاده و احمدی (۱۳۸۷) در مقاله «اصول اخلاق حرفه‌ای خبرنگاران و رسانه‌های ارتباط جمعی در مدیریت بحران (زلزله)» به اصول اخلاق حرفه‌ای رسانه‌های ارتباط جمعی در وضعیت بحرانی پرداخته و ابتدا با ارایه تعاریف گوناگون از اخلاق و اصول اخلاقی، هدف و ضرورت تدوین اصول اخلاق حرفه‌ای، بیان و سپس در ادامه به اخلاق رسانه‌ای و مفاد مهم اصول بین‌المللی اخلاق حرفه‌ای خبرنگاران و روزنامه‌نگاران، اشاره کرده‌اند.

درباره «عملکرد خبرگزاری‌ها» در مقاله «مدل مطلوب مدیریت تحریریه سازمان رسانه در بحران، مطالعه موردی مدیریت سازمان خبرگزاری ایرنا» (سلطانی‌فر و مرتضوی، ۱۳۸۸) آمده است که در شرایط وقوع بحران مدلی در مدیریت خبر لازم است تا گروه‌های خبری تشکیل دهنده تحریریه یا اتاق خبر بتوانند اخبار را با سرعت، جامعیت و تصمیم‌گیری صحیح منتشر سازند. همچنین صلواتیان (۱۴۰۰) در مقاله «سنجش تاب‌آوری سازمانی خبرگزاری‌های اصلی کشور برای مواجهه با زلزله احتمالی شهر تهران (مورد مطالعه: خبرگزاری‌های ایرنا، ایسنا، مهر و فارس)» اشاره دارد که مدیریت بحران این مخاطره (زلزله) نیازمند تاب‌آوری سازمانی نهادهای دخیل در مدیریت بحران است؛ از جمله این سازمان‌ها، خبرگزاری‌ها به‌عنوان اعضای اصلی اکوسیستم رسانه‌ای کشور هستند.

درباره «عملکرد مطبوعات» در مقاله «بررسی تطبیقی اخبار زلزله بم در روزنامه‌های همشهری و اطلاعات» (هادی‌نژاد، ۱۳۸۸) اخبار مربوط به زلزله بم، منتشر شده در دو روزنامه همشهری و اطلاعات در بازه زمانی سه ماهه بعد از وقوع زلزله مورد بررسی تطبیقی قرار گرفته و

تشابهات، تعارضها و تفاوت‌های احتمالی میان نحوه اطلاع‌رسانی به کمک روش تحلیل محتوا، مطالعه شده است.

ارزیابی مطالعات صورت گرفته در داخل کشور حاکی است که جنبه‌های مهمی از مدیریت بحران با محوریت مخاطرات طبیعی در عرصه نظری-تحلیلی، سیاستگذاری و ارائه مدل و نیز تحقیقات تجربی مبتنی بر محوریت رسانه‌های مختلف ارتباطی و نیز مراحل سه‌گانه بحران به‌صورت انفرادی و مجزا انجام شده است؛ اما نکته متمایزکننده و برجسته گزارش «رسانه» هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها، در پرداخت همه‌جانبه به همه رسانه‌ها در سه مرحله پیش، حین و پس از بحران بوده است.

در زمینه پژوهش‌های خارجی در زمینه مدیریت بحران مخاطرات طبیعی، یکی از حوادث طبیعی بحران‌آفرین و مشابه با سیلاب‌های سال ۱۳۹۸ در ایران، فاجعه زلزله نپال در ۲۰۱۵ است که در آن به نقش، عملکرد و توانمندی رسانه‌ها در جهت مدیریت بحران توجه شده است. زلزله نپال خسارات زیادی به شهروندان این کشور وارد کرده بود. با اجرای یک پژوهش درباره ابعاد رسانه‌ای مدیریت بحران در نپال، کتابی با عنوان «روزنامه‌نگاری بحران» با همکاری مشترک دانشگاه بورنموث، یونسکو و کاتماندو در جهت شناسایی مشکلات روزنامه‌نگاری و نقش روزنامه‌نگاری در مدیریت بحران ناشی از زلزله نپال تالیف شده است. این کتاب ابتدا چالش‌های اساسی روزنامه‌نگاری را شناسایی و در مرحله بعد توصیه‌ها و راه‌حلهایی جهت تقویت «روزنامه‌نگاری بحران» مطرح می‌کند.

در این پژوهش اشاره شده است که بعد از وقوع زلزله نپال، علاوه بر خبرنگاران داخلی، تعدادی از خبرنگاران خارجی نیز جهت تهیه گزارش وارد این کشور می‌شوند. این خبرنگاران با غفلت از رسالت‌هایشان در قبال مردم و افراد آسیب‌دیده، درصدد پیدا کردن سوژه‌های بکر برای گرفتن جایزه هستند، خبرنگاران در محل بحران حضور دارند، اما به دلیل اینکه رویداد برای آنها جالب و خبرساز نیست، گزارش تهیه نمی‌کنند و دنبال سوژه‌هایی هستند که جایزه به همراه داشته باشد و یا یکی از خبرنگاران به دلیل اینکه همسرش در بیمارستان است و قرار است فرزند او به دنیا بیاید، محل رویداد را ترک می‌کند. لذا در بخش توصیه‌ها، آموزش منظم و مداوم در جهت اینکه روزنامه‌نگاران به موارد اخلاقی بیشتر توجه نمایند، توصیه می‌شود. همچنین مسئولیت‌پذیری در حوزه مدیریت بحران، مسئله بسیار مهم اخلاقی است که عدم توجه خبرنگاران در زلزله نپال یکی از یافته‌های این پژوهش بوده است.

فصل چهارم این کتاب بر وضعیت فعلی و آمادگی‌ها در برابر بلایا و حوادث در نپال تمرکز دارد و این کار را با استفاده از روش «مصاحبه» انجام می‌دهد. ارزیابی آمادگی‌های خبرنگاران، فراسیون روزنامه‌نگاری نپال، میزان امکانات، سطح آموزش روزنامه‌نگاران، رابطه دولت با رسانه‌ها در جهت تقویت و حمایت آنها، تغییرات در ساختار و ارزیابی اینکه اگر آمادگی‌های کافی وجود ندارد چه کارهای بیشتری باید انجام شود؛ مواردی است که در این فصل کتاب مورد اشاره قرار گرفته است. نتایج تحقیق مذکور نشان می‌دهد سطح آموزش رسانه‌ها در رویارویی با بحران‌های طبیعی ضعیف است و تعداد اندکی از خبرنگاران دوره‌های آموزش روزنامه‌نگاری بحران را طی کرده‌اند. از این جهت، رسانه‌ها، برنامه‌ریزی و استراتژی از قبل طرح‌ریزی شده در رویارویی با بحران را ندارند. لذا بخش توصیه‌ها، دوره‌های آموزشی منظم برای مقابله با بحران‌های طبیعی را به خبرنگاران گوشزد می‌کند.

وقوع زلزله سبب ایجاد آسیب‌های شدید به زیرساخت‌های رسانه‌ها در نپال شد، لذا این مسأله پوشش عمومی خبرهای مربوط به زلزله در این کشور را محدود کرد. انسداد جاده‌ها، کمبود سوخت، نبود اینترنت کافی، نبود رایانه‌های کافی، فقدان ژنراتور و باتری، نبود برق کافی باعث شد رسانه‌ها از اطلاع‌رسانی به‌موقع بازمانده و در کنار سایر نهادهای مدیریت بحران، نتوانند فعالیت کافی انجام دهند. عدم حمایت دولت در تأمین منابع و امکانات برای رسانه‌ها از جمله چالش‌های اساسی در سه مرحله (قبل، حین و بعد از حادثه زلزله) بوده است. از این جهت در بخش توصیه‌ها، این موارد برای بهبود عملکرد در آینده پیشنهاد شده است: ایجاد اتاق‌های اضافی در مکان‌های امن جهت پخش خبر در حالات اضطراری، ایمنی شخصی و طرح اضطراری عملیات در مقابل بحران، داشتن تلفن همراه، باتری اضافه، چتر نجات، و لپ‌تاپ، فهرست شماره تماس کارشناسان مدیریت بلایا، حفظ ارتباط با مقامات ذیربط، سفر با بخش امدادگران در مناطق آسیب‌دیده و شناسایی مناطق حادثه‌خیز.

همچنین در گزارش زلزله نپال آمده است که رسانه‌ها در مرحله بحران و بعد از بحران، به شکل سطحی رویداد زلزله نپال را گزارش کرده‌اند، و این به دلیل فقدان آموزش روزنامه‌نگاری بحران اتفاق افتاده است، زیرا رسانه‌ها فاقد برنامه‌ریزی جامع در جهت تهیه گزارش از عمق رویداد بوده‌اند. در بخش توصیه‌ها، همچنین به موارد زیر می‌پردازد: برنامه‌ریزی و طرح استراتژی مناسب قبل از وقوع بحران، آمادگی اتاق خبر با برنامه‌های مدیریت بحران، گفتگوی منظم در

برنامه‌های رسانه‌ای در مورد اقدامات دولت و توافق سازمان‌های خبری جهت استفاده از منابع، در صورتی که یک یا چند منبع قربانی می‌شوند، از منابع دیگر استفاده شود.

تحلیل نتایج پژوهش انجام شده در خصوص زلزله نپال، نقاط اتصال خوبی را با پژوهش ملی سیلاب نشان می‌دهد و اشاره به مواردی همچون، عدم تمهیدات برای مواقع بحرانی توسط رسانه‌ها، ضرورت تعامل بین مسئولان و روزنامه‌نگاران، سطح ضعیف آموزش رسانه‌ها، عدم حمایت مناسب دولت از زیرساخت‌های رسانه‌ای و نیز روزنامه‌نگاران، فقدان آموزش روزنامه‌نگاری بحران و نگاه سطحی رسانه‌ها به رویدادها از جمله مباحثی است که نقاط مشترک یافته‌های این دو پژوهش را نشان می‌دهد.

البته وجه تمایز این دو پژوهش در این است که در پژوهش مرتبط با زلزله نپال، به نحوه انعکاس رویدادهای مرتبط با زلزله در همه رسانه‌ها، پرداخته نشده، بلکه نوع و نحوه پوشش رسانه‌ای توسط خبرنگاران، مورد توجه بوده است.

با این حال، توصیه‌های اصلاحی که در حوزه رسانه‌ها در گزارش ملی هیئت ویژه سیلاب‌ها مورد اشاره قرار گرفته، در بسیاری موارد با پژوهش منتشره در کتاب «روزنامه‌نگاری بحران» همپوشانی دارد. «ارتقای نقش ارتباطات بحران»، «برگزاری دوره‌های مستمر آموزشی و مانورهای بحران»، «بازنگری در سیاست فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های موبایلی»، «داشتن سخنگوی واحد» در نهادها و سازمان‌ها مسئول و نیز مشارکت جدی‌تر دستگاه مدیریت بحران در مدیریت رسانه‌ای بلایای طبیعی، «تدوین شیوه‌نامه‌های ارتباطات رسانه‌ای میان دستگاه‌های مدیریت بحران و رسانه‌ها، با مشارکت خود رسانه‌ها و متخصصان روزنامه‌نگاری بحران»، «اصلاح جدی گفتمان، لحن و محتوای اطلاع‌رسانی سازمان هواشناسی»، «در دستور کار قرار دادن تولید مستمر برنامه‌هایی با محتوای آموزشی درباره انواع بحران‌ها، از جمله سیلاب و ارتقای آگاهی‌های عمومی درباره آن»، «تولید برنامه‌هایی با محتوای محلی و عطف به شرایط خاص سیلاب در استان در سازمان صداوسیما»، «محدود نشدن وظیفه سازمان صداوسیما به پیگیری وضعیت سیل‌زدگان در شرایط پس از سیلاب»، «ضرورت توجه رسانه‌ها به ساخت و سازهای غیرمجاز در مسیر رودخانه‌ها، جنگل‌خواری، کوه‌خواری، ضعف زیرساخت‌ها، نقصان در برنامه‌ریزی فضایی، ضعف سازوکارهای مدیریت غیرسازهای سیلاب نظیر بیمه و سایر عوامل»، «دقت در اطلاع‌رسانی به‌ویژه در تفسیر هشدارهای هواشناسی در رسانه‌های رسمی» و «تدوین شیوه‌نامه پوشش رسانه‌ای بحران‌های طبیعی کشور» مهم‌ترین توصیه‌های اصلاحی حوزه رسانه‌هاست که البته برخی از

این توصیه‌ها متوجه ساختار رسانه‌ای کشور ایران و برخی نیز فراگیرتر از گزارش پژوهش مذکور در کتاب «روزنامه‌نگاری بحران» بوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

آنچه در این مقاله مرکز ثقل و توجه بوده، مطالعه نتایج گزارش «رسانه» کارگروه اجتماعی، فرهنگی و رسانه هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها در پاسخ به دو سؤال است که رئیس‌جمهور وقت در میان پرسش‌های خود در خصوص عملکرد و مشکلات رسانه‌های رسمی، شبکه‌های اطلاع‌رسانی و روزنامه‌نگاری بحران درباره پوشش رسانه‌ای سیلاب‌های فروردین ۱۳۹۸ مطرح ساخته بود. در رابطه با مشکلات رسانه‌ای احصا شده، کارگروه اجتماعی، فرهنگی و رسانه بعد از تحقیقات جامع خود پنج مورد مشکلات عمده رسانه‌ها را برشمرده‌اند:

- ۱) غفلت نظری و عملی از اهمیت ارتباطات و روزنامه‌نگاری بحران
 - ۲) کم‌توجهی به نقش رسانه‌های جریان اصلی و کارکردهای مثبت شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های موبایلی و در نتیجه شکل‌گیری ضعف پدیده مرجعیت رسانه‌ای در ایران
 - ۳) کم‌توانی جریان‌های رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی حرفه‌ای و مستقل؛ به این معنی که اعمال نظام پیش‌گیرانه بر فعالیت عموم رسانه‌ها به‌طور عام و نقش انحصاری رادیو و تلویزیون به‌طور خاص بخش بزرگی از فضای ارتباطی و رسانه‌ای کشور را ناکارآمد کرده است و باید این جریان‌ها توسط دستگاه‌های حکمرانی تقویت و حمایت شوند.
 - ۴) فقدان عملی سخنگوی واحد در دستگاه حکومتی؛ گرچه در جریان سیلاب ۹۸، دستگاه‌های مدیریت بحران در جهت طنین‌انداز شدن صدای واحد فعالیت‌های داشته‌اند، اما هنوز ناروشنی در سخنگویی و تعلق در پاسخگویی و سوگیری‌ها در بیان واقعیت‌ها از جمله چالش‌های مدیریت بحران در ایران است.
 - ۵) ضعف سازوکارهای اطلاع‌رسانی در سطح استان‌ها و شهرستان‌ها، علاوه بر رسانه‌های مرکزی در پایتخت، باید تمامی رسانه‌های محلی از طریق آموزش روزنامه‌نگاری بحران برای این چنین بحران‌های طبیعی و غیرطبیعی آماده و هماهنگ با رسانه‌های مرکزی فعالیت نمایند.
- همانگونه که در بخش مقایسه تطبیقی تحقیقات داخلی ارزیابی شد تحقیقات صورت گرفته در ایران عموماً متوجه ادبیات نظری، مطالعات اسنادی و تحقیقات دانشگاهی و تجربی مبتنی بر

یک یا نهایتاً دو رسانه بوده و در میدان بحران، چندین کار پژوهشی مبتنی بر یک بحران و متمرکز بر یک یا دو رسانه منتشر شده است که در تلاش بوده‌اند تا ابعاد مدیریت بحران توسط رسانه‌ها را در مراحل سه گانه پیش، حین و پس‌ابحران مورد مطالعه قرار دهند؛ اما این یافته‌ها بیانگر آن است که گزارش ملی سیلاب‌ها، برای اولین بار در ایران و با در نظر گرفتن تمامی رسانه‌ها در سه مرحله پیش، حین و پس‌ابحران و در این سطح وسیع و همه‌جانبه اجرا شده است. تحلیل نتایج پژوهش انجام شده در خصوص تحقیقات خارجی نیز با بهره‌گیری از پژوهش مرتبط با پوشش رسانه‌های زلزله نیپال (۲۰۱۵) نشان می‌دهد که «عدم تمهیدات برای مواقع بحرانی توسط رسانه‌ها»، «ضرورت تعامل بین مسئولان و روزنامه‌نگاران»، «سطح ضعیف آموزش رسانه‌ها»، «عدم حمایت مناسب دولت از زیرساخت‌های رسانه‌ای و نیز روزنامه‌نگاران»، «فقدان آموزش روزنامه‌نگاری بحران» و «نگاه سطحی رسانه‌ها» از جمله موضوعاتی است که باید در مدیریت رسانه ای بحران‌ها مورد توجه قرار گیرد که با یافته‌های گزارش ملی سیلاب‌ها، همخوانی دارد.

البته نقدی که می‌توان در خصوص این گزارش ارائه داد این نکته است که بازه زمانی در نظر گرفته شده برای پیش از بحران (۲۵ تا ۲۸ اسفند ۱۳۹۸) یک بازه زمانی کوتاه‌مدت است و بازه زمانی میان‌مدت و بلندمدت در مرحله پیش از بحران، تحلیل نشده که چه‌بسا ناشی از محدودیت زمان و منابع بوده است؛ با این حال، مرحله پیش از بحران را می‌توان بسیار وسیع‌تر در نظر گرفت و یکی از عواملی که می‌تواند در شکست طراحی‌های رسانه‌ای برای مدیریت بحران اثرگذار باشد، همانا ذهنیت شکل گرفته در مخاطبان درباره یک رسانه باشد که مانع پذیرش و همراهی مخاطبان با پیام‌های رسانه‌ای می‌گردد و یا اینکه ارائه هشدارهای متعدد هواشناسی و عدم تحقق این هشدارها و پیش‌بینی‌های نادرست آب و هوا، عاملی در بی‌توجهی مخاطبان و شهروندان به این هشدارها باشد که جای این نوع تحلیل از رسانه‌ها و سازمان‌های مرتبط با مدیریت بحران در ایران، در این گزارش خالی بوده است.

با این حال و با وجود وجوه متمایز و برجسته گزارش «رسانه» هیئت ویژه گزارش ملی سیلاب‌ها در مقایسه با تمامی پژوهش‌های مشابه داخلی و خارجی، یک نکته برجسته گزارش مذکور را می‌توان در عبارتی که در مقدمه گزارش ملی سیلاب آمده است، تحلیل کرد که می‌گوید: «تجربه‌ای که در فرآیند مطالعه و مشارکت در به فرجام رسانیدن آن حاصل شد، کمتر از نتایج آن نیست». این امر به وضوح در تمامی ابعاد این گزارش ملی قابل مشاهده است و با شکل‌گیری ۱۵ کارگروه در حوزه‌های مختلف و یک کارگروه در حوزه رسانه‌ها، برای اولین بار است که

می‌توان شاهد تحلیل فراگیر تقریباً همه رسانه‌های فعال در زمینه مدیریت بحران سیلاب‌ها بود؛ چراکه مطالعات انجام شده نشان می‌دهد تاکنون برای هیچ بحرانی در ایران، چنین مطالعه فراگیر و همه‌جانبه‌ای چه در ابعاد کلان و چه در ابعاد رسانه‌ای صورت نگرفته است و همین امر، اهمیت این پژوهش را برای دستیابی به یک نگاه راهبردی در زمینه «رسانه‌ها و مدیریت بحران» در ایران فراهم می‌کند.

اگر پیشنهادهای این پژوهش در هر سه مرحله پیش، حین و پس از بحران، جدی گرفته شده و به‌عنوان کاربست رسانه‌ای برای تمامی رسانه‌های ایران ارائه و به‌صورت هوشمندانه و گام به گام اجرایی گردد، می‌توان انتظار داشت که در بحران‌های بعدی، رسانه‌های ایرانی هر کدام بر اساس ساختار و ماهیت خود، نقش موثرتری ایفا کنند.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

- Aghaei, Seyyed Dawood" (۲۰۰۸) Criticism and review of theories about the role of the media in management Crisis ,"communication researches, winter 2008, volume 15, number 56, pages 56-27
- Ahrari ,Ebrahim" (۲۰۰۵) Media strategies for crisis prevention ."Summer and Autumn Communication Research 2014, numbers 42 and 43, pages 155-176
- Ahmadi ,Mehrdad" (۲۰۰۵) Presenting the Organization's Communication Strategies Model with the Media during the Crisis ,"Summer and Autumn Communication Research 1384, numbers 42 and 43, pages 59-80
- Basiriyani Jahrami, Hossein, Mohammad Abdul Hosseini and Malika Bardbar" (۲۰۱۶) Social media and crisis management) the role of smart phones in crisis activism "(Spring Media 2016, Number ,) ۰۲ Pages 57-84
- Chindu Sreedharan, Einar Thorsen, and Nirjana Sharma (2019)Disaster Journalism: Building media resilience in Nepal, First published 2019 by Bournemouth University in association with UNESCO Kathmandu.
- Eftekhari ,Asghar" (۲۰۰۲) Real crises in virtual space; theoretical framework ;"Majlis and Strategy, Spring 2013, Number 42
- Eftekhari ,Asghar" (۲۰۰۸) Crisis Media Management ,"Communication Studies, Fall ,۲۰۱۷ Volume 15, Number 55, 31-53
- Hayati ,Zoheir (۲۰۰۷) Writing articles, reports and other scientific publications: from topic selection to printing Tehran :Chapar.
- Hadinejad, Shervin" (۲۰۱۸) Comparative analysis of the Bam earthquake news in local newspapers and information ,"Emdad and Nejat, No. 2
- Hashemnejad ,Fatemeh and Mohammad Sadeq Bidaki" (۲۰۱۶) Role of National Media "In crisis management and maintaining the peace of citizens (case study: citizens of Tehran's 22nd district "(Information and communication technology in educational sciences, volume 8, number 30, March 2016, pages 41-56
- Imani ,Hadi and Mohammad Baqer Habi (2021) The role of the media in engineering public opinion during a crisis ,"Crisis Management and Emergency Situations ,Volume 13, Number 1, Spring 1400, Pages 57-75
- Jalali ,Ali Akbar" (۲۰۱۲) The Place of New Media in Crisis Communication ,"Knowledge of Crisis Prevention and Management , Autumn 1391, Number 5, Pages ۲۰۷-۲۱۶
- Khojasteh Bagherzadeh Hassan and Zahir Ahmadi" (۲۰۰۸) Principles of Professional Ethics of Journalists and Mass Communication Media in Crisis Management) Earthquake ,"(Communication Research, Winter 2008, Volume 15 No. 56 ,pages 47-68
- Khojasteh ,Hassan" (۲۰۰۸) Crisis of natural disasters and the special role of radio in its control ,"Communication Research, summer and autumn 2008, numbers ۴۲ and 43, pages 26-76
- Khojaste ,Hassan" (۲۰۲۱) The main policies of the media during crises caused by natural disasters ,"Interdisciplinary Studies in Media and Culture, Volume ,۱۰ Number 19, Spring and Summer 2008, Pages 43-78
- Khorsand ,Hamida and Alireza Alisha Talkhabi" (۲۰۱۷) Designing an Indigenous Model of Crisis Communication Management in Tehran ,"Sociological Studies ,Spring 2017, Volume 9, Number 34, Pages 91-107
- Nejatbakhsh Esfahani, Ali and Akbar Bagheri" (۲۰۰۸) The role of mass media in preventing crises ,"Communication Research, Winter 2008, Number 56, Pages 137-158

- Nasrolahi ,Akbar and Reza Bitarfan" (۲۰۱۵) Management of Meteorological Risk News Coverage on Television of the Islamic Republic of Iran , "Management of Environmental Risks, Summer 2015, Volume 3, Number 2, Pages 189-171

Nouri Membarabadi, Ali, Ahmad Mirzaei and Tayyeb Barati. 2018" (Local Radio and Natural Hazards (Investigation of Radio Khuzestan's Performance in Media Coverage of Nowruz Flood 2018 ,"(Environmental Hazards Management, Volume 6, Number 3, Fall 2018, pages 237-221

- Parsizadeh ,Farrokh, Parvaneh Pish-Namazi; Akbar Nasrollahi" (۲۰۱۷) Evaluation of the extent and manner of awareness of media managers about earthquakes and its management , "Environmental Risk Management, Volume 4 ,Number 2, Summer 2017, Pages 175-191

- Pish-Namazi ,Parvaneh, Yasamin Ostovar Izadkhan" (۲۰۱۵) Investigation of the notification process in the double earthquakes of Ahar-Varzghan and the risks arising from it , "Environmental Risk Management, Volume 2, Number 2 ,Summer 2015, Pages 157-170

Rabiei, Ali and Ehsan Shah-Qasmi" (۲۰۰۶) The Role of Communication "in crisis management , "cultural and communication studies, winter 2015, volume 2, number 7, pages 61-81

- Roshan Del Arbatani Taher and Soroush Salvatian" (۲۰۰۸) Designing a model of the role of mass media in the management of the pre-crisis stage , "Iranian Management Sciences, spring 2008, volume 5, number 17, pages 111-111

- Roshan Del Arbatani Taher and Soroush Salvatian" (۲۰۰۸) Crisis media management ;A Preventive Approach , "Communication Research, No. 66, 149-176

Roshandel Arbatani Taher" (۲۰۰۷) The Role of Media Management in the Transformation of Crisis from Threat to Opportunity , "Communication Research, Fall 2007 ,Volume 15, Number 55, Pages 141-162

Rahpeik ,Siamak" (۲۰۰۸) Decision-making process in crisis and the role of media , "Communication Research, No. 56, pages 119-135

Rahpeik Siamak and Gholamhossein Nahazi" (۲۰۱۱) Methods for optimal performance of the role of the media "National in crisis management of unexpected natural events , "strategic defense studies, summer 2011, number 441

Soltanifar ,Mohammad and Mahmoodreza Mortazavi" (۲۰۰۹) optimal management model of editorial management of media organization in crisis, a case study of management of IRNA news agency , "Basirt, volume 16, number 44, autumn and winter 2009, pages 125-146

Soltanifar ,Mohammad and Mahmoudreza Mortazavi" (۲۰۱۵) Planning and decision-making of media organizations in the management of natural disasters , "crisis and situation management Emergencies, Winter 2015, Number 30, Pages 51-69

Shams ,Morteza, Mohammad Qoli Minavand and Shahabuddin Sabouri" (۲۰۱۹) How to cover the crisis in Sedav Sima television news (case study, Plasko crisis in Khabar network "(Winter media 2019, number 117, pages 48-29

Salavatian ,Siavash and Fateme Mehrabani" (۲۰۱۵) The function of social media in the management of the possible earthquake crisis in Tehran , "Knowledge of Crisis Prevention and Management, Volume 6 , Number 1 Spring 2015 , pages

۲۲-۹- Salavatian ,Siavash" (۲۰۱۴) Management requirements of local media organizations in natural disasters: case study; Sahand TV in Arsbaran Earthquake , "Knowledge of Crisis Prevention and Management, Volume 5 , Number 4 , Winter ۲۰۱۴

National Committeon Floods; Presidential Institute (2019) study and evaluation of the socia cultural, media and psychological aspects of the floods of 2019, the final report of the social, cultural and media working group of the special committee of the national flood report

Salvatian ,Siavash" (۲۰۱۵) Designing a comprehensive model of the role of local and national radio and television in the management of natural hazards in Iran , "Environmental Hazards Management, Vol. 3, Number 3 Autumn 2015 Page ۲۲۲-۲۱۱

Salvatian ,Siavash" (۲۰۲۲) Measuring the organizational resilience of the country's main news agencies to face a possible earthquake in Tehran (case study: IRNA ,ISNA, Mehr and Fars news agencies , "(Geography and Environmental Hazards , Volume 10, Number 39, Pages 181-213

Taslimi, Mohammad Saeed, Mohammad Haghighi and Zeinab Moulai" (۲۰۱۶) Prioritization Audiences and information channels for preparing citizens to deal with earthquakes , " Media, Fall 2016, Number , ۱۰۸ pages 121-140

Tavakoli ,Ahmad" (۲۰۰۹) Sociology of crisis; Media and People , "Sociological Studies, Fall 2018, Volume 5, Number 3, Pages 35-54

Yarifar ,Mahdi and Ahmad Basri (2016)" The role of digital public relations in crisis management , "crisis management and emergency situations, summer 2015, number 28, page 141-172 .

