

## طراحی الگوی جامع نقش رادیو و تلویزیون‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی ایران

سیاوش صلواتیان\*

استادیار دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۳ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۲/۱)

### چکیده

با توجه به آسیب‌پذیری کشورمان در مقابل مخاطرات طبیعی و نقش مهم رسانه‌ها در مدیریت این مخاطرات، مقاله حاضر با هدف دستیابی به الگویی بومی در خصوص نقش رادیو و تلویزیون‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی ایران انجام گرفته است. برای این منظور، جمع‌آوری داده از سه گروه با استفاده از روش مصاحبه صورت گرفت: آسیب‌دیدگان زلزله اهر و ورزقان، مدیران و کارکنان رادیو و تلویزیون سهند و کارشناسان و خبرنگاران حوزه رسانه و بحران. با تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از آسیب‌دیدگان به روش نظریه پردازی داده‌بنیاد، نیازهای رسانه‌ای ایشان شامل نیاز به اطلاعات، نیاز به توجه رسانه‌ای، نیاز به آموزش و نیاز به نماینده شناسایی شد. این نیازهای رسانه‌ای پایه الگوی نقش شبکه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی شد؛ مدلی که براساس دیدگاه‌های مدیران رادیو و تلویزیون سهند طراحی شد و در نهایت به تأیید خبرنگاران این حوزه رسید. براساس این مدل 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. به کمک این مدل، شبکه‌های محلی و ملی می‌توانند ضمن تعامل مؤثر با یکدیگر به صورت یکپارچه به مدیریت مخاطرات طبیعی بپردازند.

**واژه‌های کلیدی:** ایران، شبکه‌های محلی و ملی، مخاطرات طبیعی، مدیریت بحران.

---

\* Email: salavatian@iribu.ac.ir

## مقدمه

بحران از ابتدا یکی از واقعیت‌های اجتناب‌ناپذیر زندگی بشر بوده و جوامع انسانی همیشه با بحران‌های مختلف به‌ویژه انواع طبیعی آن مواجه بوده‌اند؛ از بحران‌هایی چون قحطی، خشکسالی، سیل، زلزله، شیوع بیماری‌های واگیر گرفته تا بحران‌هایی چون جنگ‌ها و آلودگی‌های زیست‌محیطی و ... همه این بحران‌ها بسته به حجمشان آسیب‌ها و لطمات متفاوتی به محیطی که در آن رخ می‌دهند، وارد می‌کنند.

ایران از کشورهای با ریسک بسیار زیاد آسیب‌پذیری در مقابل مخاطرات طبیعی شناخته می‌شود. براساس گزارش رسمی ایران به سازمان ملل در خصوص کاهش خطر بلایای طبیعی از انواع چهل‌گانه مخاطرات طبیعی شناخته‌شده، سی‌ویک نوع آن در ایران وجود دارد [۱۳]. تنوع زیاد انواع مخاطرات طبیعی از یک‌سو و ضعف جدی کشور در اقدامات لازم برای کاهش صدمات ناشی از مخاطرات طبیعی از سوی دیگر سبب شده که ایران با ۱۷۴ هزار کشته طی سی سال پس از اندونزی و بنگلادش در جایگاه سوم جهان از نظر آسیب‌پذیری در مقابل مخاطرات طبیعی قرار گیرد [۱۴].

یکی از بلایای طبیعی بزرگ سال‌های اخیر در ایران، زلزله‌های دوقلوی آذربایجان شرقی بود که در آن دو زلزله با فاصله ۱۱ دقیقه در دو منطقه اهر و ورزقان هر یک به بزرگی ۶/۳ و ۶/۴ در مقیاس ریشتر رخ داد و به‌دلیل بافت روستایی منطقه، آسیب و تخریب شدیدی ایجاد کرد. آسیبی که استاندار آذربایجان شرقی حتی آن را بیشتر و وسیع‌تر از زلزله بم توصیف کرد؛ اما ساعت وقوع زلزله و همزمانی آن با فصل برداشت محصول سبب شد که تعداد قربانیان آن بسیار کمتر از زلزله بم باشد [۱].

یکی از جنبه‌های مهم بحران ناشی از زلزله آذربایجان شرقی که حواشی و بحث‌های فراوانی را در پی داشت، بحث عملکرد رادیو و تلویزیون جمهوری اسلامی ایران بود. عملکردی که انتقادهای فراوانی را برانگیخت و سبب شد افراد، نهادها و حتی کشورهای مختلف در خصوص آن موضع‌گیری کنند. این موضع‌گیری‌ها بعد از آن مطرح شد که عده‌ای از نمایندگان مجلس به گلایه از عملکرد صداوسیما پرداختند و به‌ویژه، از پخش یک برنامه تلویزیونی طنز به‌نام «خنده‌بازار» در شب بعد از زلزله انتقاد کردند؛ اما مدیران سازمان صداوسیما نظر دیگری داشتند و معتقد بودند، لازم نیست این زلزله را در سطح ملی پوشش دهند و پرداختن وسیع به آن تنها باید در سطح شبکه‌های استانی انجام گیرد که این وظیفه را هم شبکه استانی سهند آذربایجان شرقی به‌خوبی انجام داده است.

درست یا غلط بودن عملکرد صداوسیما در زلزله آذربایجان و نبود پوشش گسترده ملی یک بحران محلی، در یک سطح جنبه‌های سیاسی و ژورنالیستی داشت و به‌زودی فروکش کرد، اما در سطحی عمیق‌تر یک مسئله شایان تأمل از نگاه یک پژوهشگر علاقه‌مند به حوزه مدیریت رسانه بود. زمانی که با تماس با ساکنان شهر تبریز و مناطق زلزله‌زده متوجه رضایت زیاد آنها از عملکرد رادیو و تلویزیون محلی سهند در پوشش زلزله شدیم، این سؤال در ذهن پژوهشگر شکل گرفت که: چگونه می‌توان به الگویی رسید که براساس آن شبکه‌های محلی و ملی بتوانند به هنگام وقوع مخاطرات طبیعی وظایف خود را دقیق بدانند و با تقسیم کار صحیح و تعاملی مؤثر به عملکردی بهینه دست یابند؟

هدف این مقاله پاسخگویی به این سؤال است و هدف اصلی، طراحی الگوی بومی عملکرد بهینه رادیو و تلویزیون‌های محلی و ملی در بحران‌های ناشی از مخاطرات طبیعی است. این الگو می‌تواند مبنایی برای عمل در شبکه‌های رادیو و تلویزیونی سراسری و استانی سازمان صداوسیما به‌منظور کاهش آسیب‌های مخاطرات طبیعی در کشور باشد. پژوهش با موضوع بحران، تاکنون در رشته‌های مختلف علمی همچون روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی، مدیریت و ... صورت گرفته است؛ اما برای بررسی پیشینه پژوهش حاضر باید از دریچه علوم ارتباطات و رسانه به سراغ موضوع بحران برویم. نگاه ارتباطاتی به بحران، حیطه‌ای از ادبیات علوم ارتباطات با عنوان مطالعات «ارتباطات بحران» را شکل داده است. با بررسی پیشینه تحقیقات در حوزه ارتباطات بحران در دیگر کشورها، مطالعات اندکی را می‌توان یافت که به‌صورت خاص به تأثیر رسانه‌های محلی در مدیریت مخاطرات طبیعی توجه کرده باشند [۲۵، ۲۳، ۲۱، ۲۰، ۱۸، ۱۵].

علی‌رغم مطالعات گسترده در دیگر کشورها در زمینه نقش و کارکرد رسانه‌ها در شرایط بحرانی و همچنین با توجه به اهمیت پرداختن به چنین موضوعی، این حوزه مطالعاتی در داخل کشور ما از سابقه طولانی و ادبیات غنی برخوردار نیست و عمری کمتر از ۱۰ سال دارد. در اوایل دهه ۱۳۸۰ خورشیدی همزمان با قوت گرفتن زمینه‌های مطالعاتی مدیریت رسانه در ایران، موضوع پتانسیل‌های رسانه‌های جمعی در مدیریت بحران در معرض توجه پژوهشگران حوزه مدیریت رسانه قرار گرفت و کم‌کم راه برای پژوهش در زمینه نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران هموار شد. علاوه بر چندین مقاله که اغلب مروری هستند، تا کنون پنج کتاب تخصصی نیز با موضوع نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران به چاپ رسیده [۱۲-۱۰، ۸، ۶، ۵] و پایان‌نامه‌های معدودی نیز در این زمینه انجام گرفته است. از بین تمامی کارهای پژوهشی در

ایران در زمینه نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران، سه کار پژوهشی به صورت اختصاصی به موضوع نقش رسانه‌های محلی در مدیریت بحران پرداخته‌اند [۱۷، ۴، ۹].

### ادبیات نظری پژوهش

#### نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران

در مدیریت یک بحران هر سطح از سازمان‌ها و مسئولان، وظایف خاصی دارند. این وظایف از سطح ملی تا محلی و از سطح سازمانی تا فردی قابل بررسی است. سازمان‌های رسانه‌ای نیز در کنار سایر سازمان‌ها و مسئولان نقش خاصی دارند؛ البته نوع فعالیت رسانه‌ها هنوز چندان روشن نیست، زیرا توقع و انتظار مردم از رسانه‌ها گاه بیشتر از ظرفیت ذاتی آنها یا شرایط و امکانات محیط است. با بررسی نظریه‌ها و الگوهای موجود، می‌توان مهم‌ترین نقش‌های رسانه‌ها در مدیریت شرایط بحرانی را چنین برشمرد:

- آموزش [۳]؛
- فرهنگ‌سازی [۳]؛
- هدایت افکار عمومی [۲۴]؛
- رصد و پایش محیط [۱۷]؛
- اطلاع‌رسانی [۱۲]؛
- تعامل با سازمان‌های دولتی و مردمی [۲۲]؛
- جلب مشارکت همگانی [۷]؛
- ایجاد و تقویت همبستگی عمومی [۳، ۲۴]؛
- نظارت بر عملکرد سازمان‌های مسئول مدیریت بحران [۳]؛
- کاهش آلام بازماندگان از طریق اطلاع‌رسانی و آموزش [۱۶].

این نقش‌ها به صورت عمومی برای تمامی انواع رسانه‌ها فارغ از دامنه و برد آنها ذکر شده است؛ اما با بررسی عمیق‌تر ادبیات موجود در زمینه نقش رسانه‌های محلی در مدیریت مخاطرات و بحران‌ها، به نقش‌های اختصاصی این نوع رسانه‌ها در این زمینه آشنا می‌شویم که در ادامه به آنها اشاره خواهد شد.

#### تفاوت کارکرد رسانه‌های محلی و ملی در مخاطرات

تفاوت در چارچوب‌بندی بحران‌ها توسط رسانه‌های محلی و ملی می‌تواند بر فهم اجتماعی مردم از این بحران‌ها مؤثر باشد. رسانه‌های محلی در مقابله با مخاطرات «منابع شهروندی» بیشتری

در مقایسه با رسانه‌های ملی در اختیار دارند. به‌عنوان مثال چون خبرنگاران محلی به‌طور مستقیم تحت تأثیر بحران و درگیر با آن هستند، دسترسی بیشتری به منابع موثق برای کسب خبرها و اطلاعات کمیاب دارند. همچنین رسانه‌های محلی از آنجا که به‌طور مستقیم از بحران آسیب می‌بینند، منابع بیشتری را نیز برای پوشش بحران اختصاص می‌دهند [۲۰]. به‌گفته کوارانتلی (۱۹۹۰) رسانه‌های محلی بحران‌های رخ داده در جوامع محلی خود را بحران خودشان می‌دانند. در نتیجه چارچوب‌بندی آنها از بحران بسیار متفاوت با رسانه‌های ملی خواهد بود که نه عاطفی‌اند، نه مالی و نه اجتماعی و وابستگی‌ای به اجتماع محلی نیز ندارند [۲۲].

کرنز دیل (۲۰۰۶) طی پژوهش تحلیل محتوایی در خصوص پوشش روزنامه‌های محلی، منطقه‌ای و ملی از توفان کاترینا به نتایج جالب توجهی در مورد تفاوت موضوعاتی که روزنامه‌ها به آنها پرداخته بودند، دست یافت:

- موضوعات پرتکرار در روزنامه‌های محلی بدین ترتیب بودند: تعداد کشته‌ها و زخمی‌ها، بیماری‌های شایع‌شده، آسیب‌های وارد به اموال و دارایی‌های عمومی و خصوصی، اقدامات تبهکارانه در مناطق بحران‌زده، تلاش برای امداد و نجات و مشکلات تخلیه مناطق توفان‌زده.

- اما ترتیب موضوعاتی که روزنامه‌های ملی به آنها بیشتر پرداخته بودند، متفاوت بود: تعداد کشته‌ها و زخمی‌ها، مشکلات تخلیه مناطق توفان‌زده، اقدامات تبهکارانه در مناطق بحران‌زده، ضعف‌های دولت در امدادسانی و مدیریت بحران [۲۰].

بالتبع خوانندگان این دو دسته روزنامه که یک گروه در دل بحران و گروه دیگر کیلومترها دورتر از بحران هستند، نیازهای اطلاعاتی متفاوتی دارند. این مسئله سبب تفاوت موضوعاتی شده که این دو دسته روزنامه پوشش داده‌اند.

شاهدان، آسیب‌دیدگان، خبرگان و مقامات منابع اصلی رسانه‌ها در فرایند جمع‌آوری خبر به هنگام بحران بوده و تولیدکنندگان داده‌های خام مورد استفاده رسانه‌ها هستند [۱۹]. از دیگر مزیت‌های مهم رسانه‌های محلی در مقایسه با رسانه‌های ملی، دسترسی سریع‌تر، راحت‌تر و دقیق‌تر آنها به این منابع در شرایط بحرانی است. این برتری می‌تواند رسانه‌های محلی را به مرجع خبری سایر رسانه‌هایی بدل کند که در دل بحران امکان دسترسی به این منابع را ندارند. در نهایت می‌توان نقش‌های اصلی ذکرشده در منابع مختلف برای رسانه‌های محلی در مدیریت مخاطرات طبیعی را چنین جمع‌بندی کرد:

- ترویج روحیه تحمل و مدارا میان مردم منطقه حادثه‌دیده [۹]؛
- افزایش حس مشارکت شهروندان [۹]؛

- پیگیری وعده‌های مسئولان استانی [۹]؛
  - اعتماددهی به آسیب‌دیدگان در خصوص شیوه کنترل بحران [۹]؛
  - ایجاد نظم و امنیت و هدایت افکار عمومی [۹]؛
  - افزایش حس مشارکت شهروندان [۹]؛
  - پیگیری وعده‌های مسئولان استانی [۹]؛
  - جلب توجه عموم مخاطبان و دستگاه‌های رسانه‌ای کلان نسبت به وضعیت بحرانی اجتماع بحران‌زده [۱۸]؛
  - شکل‌دهی به هویت جمعی هم در مردم بحران‌زده و هم در مخاطبان خارج از منطقه بحران [۱۸]؛
  - تهیه و ارائه اطلاعات مورد نیاز افراد درگیر در بحران [۲۱، ۲۵]؛
  - انتقال پیام‌های شخصی و فردی [۲۳]؛
  - نقش اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباطات [۱۶]؛
  - التیام‌بخشی به آلام آسیب‌دیدگان [۱۶]؛
  - یاری‌رسانی به گروه‌های آسیب‌پذیر و حاشیه‌ای [۱۶]؛
  - فعالیت‌های غیررسانه‌ای برای مقابله با مخاطرات طبیعی [۷].
- در واقع در کنار نقش‌های عمومی این‌گونه رسانه‌ها به صرف رسانه بودنشان، محلی بودن آنها نقش‌هایی اضافی برایشان ایجاد می‌کند که مختص رسانه‌های محلی است.

### روش پژوهش

برای دستیابی به هدف این مطالعه یعنی طراحی الگوی نقش شبکه‌های محلی و ملی صداوسیما در مدیریت مخاطرات طبیعی، از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد بهره‌گرفتیم. فرایند پژوهشی طی شده، شامل سه مرحله اصلی بود که در ادامه، الزامات هر یک از مراحل شرح داده شده است:

مرحله اول: بررسی دیدگاه‌های مردم زلزله‌زده در شهرستان‌های اهر و ورزقان و شهر تبریز با هدف استخراج نیازهای رسانه‌ای و انتظارات آن‌ها از شبکه‌های سراسری و استانی در شرایط ناشی از وقوع مخاطرات طبیعی

در این مرحله برای جمع‌آوری میدانی داده‌ها، در مناطق زلزله‌زده حضور یافتیم. جامعه مورد بررسی در این مرحله شامل آسیب‌دیدگان مستقیم از زلزله (مردم زلزله‌زده شهرستان‌های

اهر و ورزقان) و افرادی که غیرمستقیم با زلزله درگیر بودند (ساکنان شهر تبریز) می‌شدند. نمونه‌گیری از بین این افراد به روش هدفمند صورت گرفت. در نمونه‌گیری هدفمند در این مرحله دو معیار در نظر گرفته شد؛ قرار داشتن در وضعیت اسکان اضطراری و دسترسی به رادیو یا تلویزیون. با مردم آسیب‌دیده از زلزله ۲۷ مصاحبه انجام گرفت. از این ۲۷ مورد، ۱۰ مصاحبه فردی و ۱۷ مصاحبه گروهی بود. داده‌ها در این مرحله به کمک روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد تحلیل و نیازهای مخاطبان استخراج شد.

مرحله دوم: بررسی دیدگاه‌های مدیران و عوامل برنامه‌ساز صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی (رادیو و تلویزیون محلی سهند)

جامعه تحقیق در این مرحله شامل تمامی مدیران صف و ستاد شاغل در صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی و دیگر متصدیان تأمین، تولید و پخش برنامه در شبکه رادیویی و تلویزیونی سهند در زمان زلزله اهر و ورزقان بود. اگر مدیران صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی را به دو گروه مدیران صف و ستاد تقسیم کنیم، تمامی مدیران صف که به صورت عملیاتی درگیر مدیریت رسانه‌ای بحران زلزله اهر و ورزقان بودند، انتخاب شدند و به جای نمونه‌گیری به صورت تمام‌شماری با همگی آنها مصاحبه شد. از بین مدیران ستادی نیز به صورت هدفمند تنها به سراغ آنهایی رفتیم که در موضوع مدیریت زلزله فعالیت داشتند. از بین مدیران و عوامل برنامه‌ساز صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی، با هفت نفر از مدیران به طور مفصل مصاحبه شد.

همچنین با سه نفر از عوامل برنامه‌ساز این شبکه شامل اولین گزارشگر اعزامی به منطقه، گوینده اصلی رادیو امید مستقر در منطقه زلزله‌زده، مجری و کارگردان برنامه بی‌زیم‌کند، پربیننده‌ترین برنامه شبکه سهند نیز مصاحبه انجام گرفت. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به منظور شناسایی تعاملات رسانه‌های محلی و ملی و تعیین وظایف و نقش‌های این رسانه‌ها در مدیریت مخاطرات طبیعی به روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد تحلیل شد.

مرحله سوم: جمع‌بندی نتایج حاصل از مراحل اول و دوم با هدف طراحی الگوی اولیه و ارائه الگوی طراحی شده به خبرگان و متخصصان و جمع‌آوری دیدگاه‌های ایشان در خصوص ابعاد و مؤلفه‌های این الگو به منظور معتبرسازی آن

پس از دستیابی به الگوی مورد نظر از داده‌های مرحله‌های اول و دوم، با مراجعه حضوری به خبرگان و ارائه مدل اولیه، با ایشان در خصوص ابعاد مختلف الگو مصاحبه صورت گرفت. ویژگی‌های خبرگانی که در جامعه مورد بررسی ما جای می‌گرفتند، دارا بودن تحصیلات تکمیلی در حوزه ارتباطات یا مدیریت رسانه، تخصص در زمینه رسانه و بحران، تألیف مقاله یا کتاب در زمینه

موضوعات مرتبط با رسانه‌ها و مدیریت بحران یا داشتن تجربه کاری مؤثر در سازمان‌های رسانه‌ای بود. برای انتخاب از بین استادان حوزه ارتباطات و مدیریت رسانه، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. شاخص انتخاب نیز ارتباط حوزه تخصصی یا تجربی ایشان با موضوع ارتباطات بحران و نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران بود. البته در این مرحله در کنار روش نمونه‌گیری هدفمند از روش گلوله برفی نیز برای شناسایی و دسترسی به ۱۵ خبره متخصص و مطلع در حوزه رسانه و بحران کمک گرفتیم. از تحلیل داده‌های حاصل از این مرحله به روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، برای پروراندن مفاهیم و مقولات و معتبرسازی الگو نهایی بهره گرفته شد. بدین وسیله با لحاظ نظر خبرگان به الگویی دست یافتیم که همزمان براساس نظر سه گروه مخاطبان آسیب‌دیده، مدیران و متصدیان شبکه استانی و متخصصان ارتباطات و مدیریت رسانه طراحی شده است.

### یافته‌های پژوهش

#### نیازهای رسانه‌ای آسیب‌دیدگان

اغلب پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه نقش رسانه‌ها در بحران، نگاهی بالا به پایین و تجویزی دارند و در نظریه‌پردازی در این زمینه به نیازهای رسانه‌ای و انتظارات مخاطبان بی‌توجه بوده‌اند؛ اما در این مطالعه برای اولین بار نیازهای رسانه‌ای آسیب‌دیدگان، مبنای طراحی الگوی نقش شبکه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی قرار داده شد. نیازهای رسانه‌ای آسیب‌دیدگان زلزله اهر و ورزقان که از کدگذاری باز، محوری و نظری مصاحبه‌های ایشان به روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد احصا شد، شامل نیاز به اطلاعات، نیاز به توجه، نیاز به آموزش و نیاز به نماینده بود:



شکل ۱. چهار نیاز رسانه‌ای آسیب‌دیدگان



آسیب‌دیدگان از بلایای طبیعی چهار نیاز عمده رسانه‌ای دارند. اولین آنها نیاز به اطلاعات است. آسیب‌دیدگان با استفاده از رسانه‌ها در کنار شیوه‌های غیررسانه‌ای تلاش می‌کنند اطلاعات مورد نیاز خود شامل دو نوع اطلاعات اطلاع‌افزا و کاربردی را تأمین کنند. آنها انتظار دارند رسانه‌ها با رویکردی انتقادی، اطلاعات صحیح و دقیق مورد نیازشان را به اقتضای شرایط و به‌موقع در اختیارشان قرار دهند.

دیگر نیاز ایشان نیاز به توجه است. آنها توقع دارند شبکه‌های محلی و ملی به کمک شهرتمندان توجهی خاص، همدلانه، پیش‌دستانه، مداوم، غیرانتخابی به نیازها، درد دل‌ها و مشکلاتشان داشته باشند. این توجه رسانه‌ای سبب جذب کمک‌های مردمی، جلب توجه مسئولان، تخلیه روانی آسیب‌دیدگان، ایجاد آرامش ناشی از حمایت، افزایش اعتماد به رسانه و جلوگیری از سوء استفاده دیگران خواهد شد.

سومین نیاز، نیاز به آموزش پیش و پس از وقوع بلیه طبیعی است. آنها توقع دارند آموزش‌هایی آگاهی‌بخش، غفلت‌زدا، آرامش‌بخش و معطوف به مخاطرات بالقوه محلی به‌صورت مداوم، پیش از وقوع بلیه طبیعی توسط رسانه محلی ارائه شده و همچنین معطوف به نیازهای آسیب‌دیدگان آموزش‌هایی کاربردی به‌منظور مصون‌سازی در برابر مخاطرات آتی و با توجه ویژه به اقلیت‌ها و از طریق کارشناسان، پس از وقوع بلیه طبیعی عرضه شود.

آخرین مورد از نیازهای آسیب‌دیدگان از بلیه طبیعی نیاز به داشتن یک نماینده است. آنها انتظار دارند رسانه‌ها به نمایندگی از ایشان بر امور مدیریت بحران نظارت کنند، پیگیر مسائل و مشکلات و وعده‌های مسئولان باشند، به‌عنوان سخنگو خواسته‌ها، نیازها و وضعیتشان را به اطلاع مسئولان برسانند و حقوقشان را از متولیان امور مدیریت بحران مطالبه کنند.

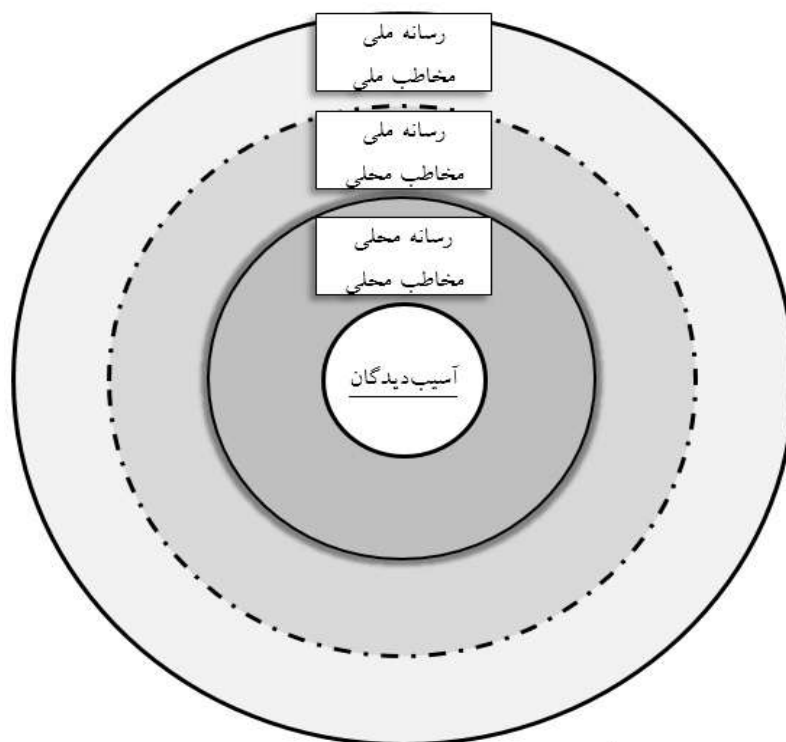
#### مدیریت سطوح سه‌گانه پیام در مخاطرات طبیعی محلی

مصاحبه با زلزله‌زدگان نشان داد که آنها همزمان در محدوده برد سه نوع رسانه‌های محلی، ملی و بین‌المللی قرار داشتند و می‌توانستند از پیام هر سه نوع رسانه استفاده کنند. مصاحبه‌ها و مشاهدات میدانی محقق در عرصه پژوهش نشان داد که از بین رسانه‌های مختلف، بیشترین استفاده آسیب‌دیدگان از رادیو و تلویزیون استانی سهند بود و پس از آن شبکه‌های سراسری در رتبه دوم و شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی و آذری‌زبان مثل بی‌بی‌سی فارسی و گوناز تی‌وی در رتبه سوم قرار داشتند.

از آنجا که هدف این مقاله تنها بررسی نقش‌ها و کارکردهای رسانه‌های محلی و ملی است، شبکه‌های ماهواره‌ای در دایره تحلیل این پژوهش جای نمی‌گیرد؛ البته رسانه‌های فراملی یکی

از بازیگران اصلی در بحران‌های گوناگون هستند و برای دستیابی به تصویری کلی از این صحنه بی‌تردید باید پژوهش‌هایی نیز به صورت اختصاصی به نقش این دسته از رسانه‌ها پردازند. بر این اساس در مقایسه مخاطبان رسانه‌های محلی و ملی، رسانه محلی فقط با بحران‌زده‌های محلی در ارتباط است و برای آنها برنامه تولید و پخش می‌کند؛ اما رسانه ملی هم با بحران‌زده‌های محلی و هم با عموم مردم کشور که ارتباط مستقیمی با بحران ندارند و آسیب‌دیده به‌شمار نمی‌آیند، طرف است. پس در هنگام وقوع بحران‌های محلی، رسانه ملی و شبکه‌های استانی باید به برنامه‌ریزی برای سه سطح پیام‌رسانی پردازند:

۱. پیام رسانه محلی برای بحران‌زده‌های محلی؛
۲. پیام رسانه ملی برای بحران‌زده‌های محلی؛
۳. پیام رسانه ملی برای دیگر افراد کشور.



شکل ۲. سطوح سه‌گانه پیام در مخاطرات طبیعی

در کنار پیام‌هایی که برای عموم مردم کشور که دچار آسیب‌ها و لطمات ناشی از بلیه طبیعی نشده‌اند، پخش می‌شود، مردم آسیب‌دیده هم باید پیام‌های مناسب خود را از رسانه ملی دریافت کنند. شبکه‌های محلی و ملی باید به‌نحوی پیام‌های ارسالی خود را مدیریت کنند که از ایجاد سه نوع تعارض در پیام‌رسانی‌های خود جلوگیری کنند:

- اولین نوع تعارض ناشی از تفاوت بین مشاهدات عینی آسیب‌دیدگان و پیام‌های ارائه‌شده توسط این دو رسانه است. تعارضی که ریشه آن در توانایی آسیب‌دیدگان محلی در داوری عینی در خصوص اطلاعات رسانه‌ها و ابطال یا تأیید آنهاست. نمونه‌های زیادی از این نوع تعارض در گفت‌وگو با زلزله‌زدگان مشاهده شد. به‌عنوان مثال در یک مصاحبه مردی که در حال گریه و ناراحتی بود به ما اعتراض می‌کرد که: «تلویزیون می‌گوید آواربرداری به اتمام رسیده است، اما برادر من هنوز زیر خاک دفن است».
- دومین نوع تعارض، ممکن است بین پیام‌های ارائه‌شده شبکه‌های محلی برای آسیب‌دیدگان محلی و پیام‌های رسانه ملی برای آنها پیش آید. شبکه‌های محلی و ملی با تعامل مؤثر، برنامه‌ریزی و پیام‌رسانی حساب‌شده می‌توانند از وقوع این نوع تعارض جلوگیری کنند. نمونه‌ای از این تعارض که در نظرهای مردم آسیب‌دیده مشاهده می‌شد، ناراحتی ایشان از حرف‌های دوگانه شبکه‌های سراسری و شبکه سهند بود. در یک مورد علی‌رغم اعلام اخبار ساعت ۱۴ شبکه یک سیما مبنی بر توزیع کامل چادرهای اسکان، شبکه سهند اعلام کرده بود که چادر به تعداد کافی برای توزیع بین همه مردم موجود نیست.
- سومین تعارض محتمل نیز، تعارض بین دو نوع پیام ارائه‌شده توسط شبکه‌های ملی برای آسیب‌دیدگان محلی و دیگر مردم کشور است. رسانه ملی می‌تواند با سیاستگذاری درست از ارائه پیام‌های متعارض در اطلاع‌رسانی‌های خود بپرهیزد. ریشه اصلی تشدید بحران زلزله آذربایجان نیز همین نوع تعارض بود. پخش برنامه طنز خنده‌بازار در فردای زلزله از شبکه سه سیما اعتراضات فراوانی را ایجاد کرد. توجیه مدیران سازمان صداوسیما نیز این بود که برنامه برای عموم مردم کشور در سطح ملی پخش شده، اما متوجه نبودند که مردم زلزله‌زده نیز برنامه را خواهند دید.

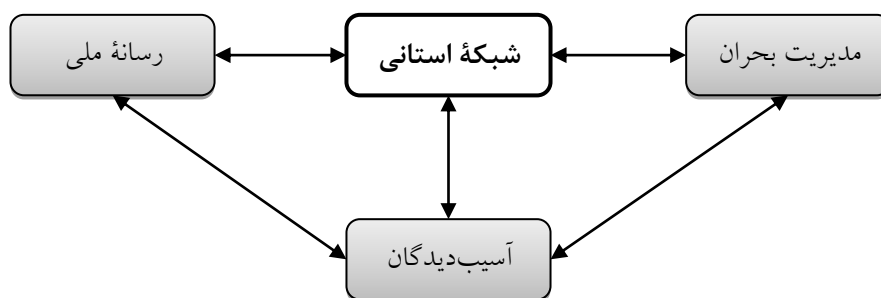
#### تعاملات رسانه‌های محلی و ملی در مخاطرات طبیعی

رسانه ملی به‌عنوان سازمان مادر و رادیو و تلویزیون‌های استانی به‌عنوان مراکز زیرمجموعه این سازمان، در شرایط عادی تعاملات متعدد و گوناگونی با یکدیگر دارند. تعاملاتی که هنگام وقوع

یک بلیه طبیعی محلی و درگیر شدن این رسانه‌ها در بحران پس از آن، هم از لحاظ کمیت و هم از لحاظ کیفیت دچار تغییراتی می‌شود. شبکه‌های محلی و ملی زمانی می‌توانند نقش‌های خود را در مدیریت مخاطرات طبیعی به‌درستی ایفا کنند که تعامل مؤثر و کارایی با یکدیگر داشته باشند. بر این اساس یکی از قدم‌های اصلی در طراحی الگوی نقش رسانه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی، شناسایی تعاملات این دو رسانه و تلاش برای مدیریت صحیح این تعاملات از سوی هر دو سازمان رسانه‌ای است.

یافته‌های این بخش حاصل تحلیل و کدگذاری مصاحبه‌های صورت‌گرفته با مدیران صف و ستادی صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی است. در دل مصاحبه‌ها که دقیقاً در بروجوه مدیریت بحران توسط این مدیران رسانه‌ای انجام گرفت، مفاهیم متعددی در زمینه موضوع تعاملات این مرکز با سازمان صداوسیما در تهران وجود داشت. کدگذاری باز و محوری داده‌های این مصاحبه‌ها ما را به چهار بازیگر اصلی بحران بلیه طبیعی محلی، شامل آسیب‌دیدگان، متولیان مدیریت بحران محلی، رسانه محلی و رسانه ملی رساند و با بررسی تعاملات این چهار بازیگر اصلی، چهار نوع تعامل مستقیم و غیرمستقیم رسانه‌های محلی و ملی شناسایی شد:

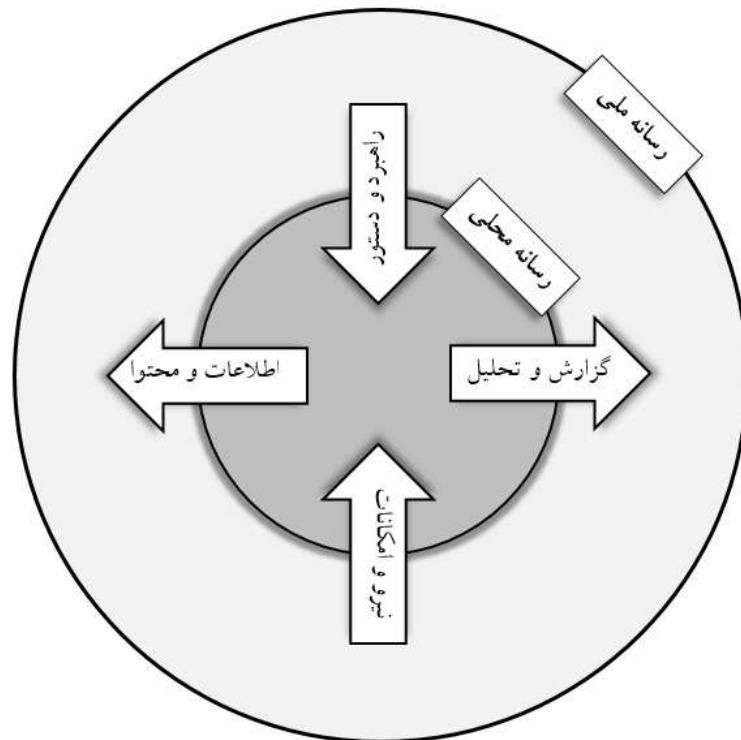
۱. تعامل مستقیم رسانه ملی با شبکه محلی؛
۲. تأثیر غیرمستقیم برنامه‌های رسانه ملی بر شبکه محلی؛
۳. شبکه محلی، حلقه اتصال رسانه ملی با آسیب‌دیدگان؛
۴. شبکه محلی، حلقه اتصال رسانه ملی با مدیران بحران.



شکل ۳. تعاملات سه‌گانه شبکه‌های استانی در مخاطرات طبیعی

در این تعاملات، رسانه ملی به‌عنوان سازمان مادر وظیفه دارد با اتخاذ رویکردی حمایتی ضمن ارسال امکانات و تجهیزات مورد نیاز مراکز استانی، نیروهای رسانه‌ای خود را برای پوشش

بحران از مرکز به منطقه اعزام و نیز ضمن تعیین راهبردها و سیاست‌های کلان در خصوص چگونگی عمل رسانه محلی در بحران، دستورها و خط قرمزهای مصدافی را به شبکه استانی درگیر در بحران ابلاغ کند.

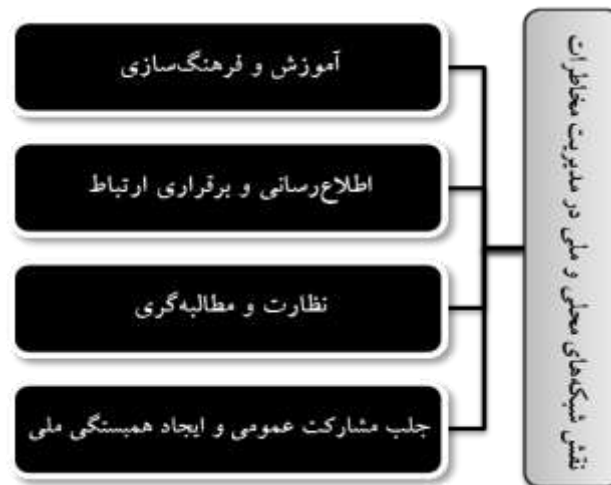


شکل ۴. تعاملات رسانه‌های محلی و ملی در مخاطرات طبیعی

از سوی دیگر مراکز استانی نیز باید تحلیل‌های محیطی از ابعاد بلیه و وضعیت آسیب‌دیدگان به رسانه ملی ارائه کنند تا مدیران عالی براساس این تحلیل‌ها، سیاست‌های رسانه ملی در خصوص میزان پوشش ملی بحران را تعیین کنند. مراکز استانی همچنین باید به‌عنوان پل ارتباطی مدیران بحران و آسیب‌دیدگان با رسانه ملی عمل کرده و محتوا و اطلاعات مورد نیاز رسانه ملی را از این دو حوزه تأمین کنند. در نهایت مراکز استانی وظیفه دارند در خصوص فعالیت‌های خود به مدیران بالادستی در رسانه ملی گزارش کار دهند.

### نقش شبکه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی

آخرین بخش از یافته‌های این مطالعه مربوط به نقش‌های مختلف رسانه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی است. در قدم اول با تحلیل بیش از ۲۰ ساعت مصاحبه عمقی صورت گرفته با مدیران و برنامه‌سازان صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی که درگیر در مدیریت رسانه‌های زلزله اهر و ورزقان بودند، مفاهیم متعددی در خصوص نقش‌ها و کارکردهای شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی سراسری و محلی در هنگام وقوع مخاطرات طبیعی احصا و کدگذاری شد. در قدم بعد کدهای به دست آمده برای پروراندن و غنی کردن به خبرنگاران و متخصصان ارائه شد و طی مصاحبه‌های صورت گرفته با ۱۵ نفر از ایشان، چهار نقش اصلی رسانه‌های محلی و ملی برای مدیریت بهینه مخاطرات طبیعی و پاسخگویی به نیازهای رسانه‌های آسیب‌دیدگان محلی شناسایی شد. این نقش‌ها شامل آموزش و فرهنگ‌سازی، اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط، نظارت و مطالبه‌گری و جلب مشارکت عمومی و ایجاد همبستگی ملی می‌شود. اگرچه هم شبکه‌های ملی و هم شبکه‌های استانی وظیفه دارند نقش‌های فوق را اجرا کنند، نوع و شیوه ایفای نقش هر کدام از آنها متفاوت است. از این رو الزامات هر یک از نقش‌های شبکه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی در سه سطح مختلف احصا شد: سطح پیام رسانه محلی برای مخاطبان محلی، سطح پیام رسانه ملی برای مخاطبان محلی و در نهایت سطح پیام رسانه ملی برای مخاطبان ملی.



شکل ۵. نقش‌های چهارگانه رسانه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات

شبکه‌های محلی و ملی برای ایفای نقش آموزشی و فرهنگ‌سازی باید به مدیریت پیام در سه سطح مختلف بپردازند:

#### پیام رسانه محلی برای مخاطبان محلی

شبکه‌های استانی باید به فرهنگ‌سازی در خصوص مقابله با مخاطرات طبیعی خاص جغرافیای منطقه تحت پوشش خود از طریق ارائه آموزش‌های پیش از وقوع بپردازند و پس از وقوع بلیه طبیعی نیز باید آموزش‌های کاربردی و مورد نیاز آسیب‌دیدگان را به‌سرعت در اختیارشان بگذارند.

#### پیام رسانه ملی برای مخاطبان محلی

ورود رسانه‌های ملی برای ارائه آموزش‌های محلی ضرورتی ندارد.

#### پیام رسانه ملی برای مخاطبان ملی

رسانه‌های ملی به‌دلیل تعدد و تنوع مخاطرات موجود در کشور باید تمرکزشان بر آموزش ویژگی‌های عمومی‌تر مقابله با مخاطرات طبیعی اصلی و عمده در سطح ملی باشد. آنها همچنین وظیفه دارند توجه عمومی را به بحران‌های تدریجی جلب کنند و به فرهنگ‌سازی برای مقابله با این‌گونه مخاطرات بپردازند.

شبکه‌های محلی و ملی برای ایفای نقش اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط باید به مدیریت پیام در سه سطح مختلف بپردازند:

#### پیام رسانه محلی برای مخاطبان محلی

شبکه‌های استانی به‌عنوان اولین رسانه محل رجوع آسیب‌دیدگان، وظیفه دارند با خبررسانی سریع، گسترده، دقیق، موثق، شفاف و صادقانه نیاز به اطلاعات این افراد را رفع کنند. رویکرد شبکه‌های استانی در خبررسانی باید کمک به فرایند مدیریت بحران بدون مصلحت‌سنجی‌های سیاسی باشد. رسانه‌های محلی باید با ارائه اطلاعات جزئی و کاربردی براساس نیازهای روزمره مردم به آنها برای تطبیق با شرایط جدید و پیشبرد زندگی کمک کنند.

شبکه‌های استانی برای برقراری ارتباط مردم با مسئولان باید پس از اعتبارسنجی پیام‌های مردمی، آنها را در اختیار مسئولان قرار دهند. همچنین می‌توانند با ارائه اطلاعات ریز و شخصی از وضعیت افراد، نیاز به برقرار ارتباط مخاطبان با آشنایان و اطلاع از وضعیتشان را برآورده کنند.

#### پیام رسانه ملی برای مخاطبان محلی

کارکرد اطلاع‌رسانی رسانه‌های ملی برای مخاطبان محلی، نشان دادن توجه رسانه به آنهاست. در اطلاع‌رسانی برای مخاطبان محلی، حجم اطلاعات ارائه‌شده دارای اهمیت نیست و رسانه

ملی از طریق ایجاد شور و هیجان در اطلاع‌رسانی، به آسیب‌دیدگان نشان می‌دهد که در قبال آنها احساس مسئولیت می‌کند.

#### پیام رسانه ملی برای مخاطبان ملی

رسانه‌های ملی در خبررسانی برای مخاطبان ملی خود مجبور نیستند عین واقعیت را با جزئیات بیان کنند و می‌توانند براساس اطلاعات، تصویری کلان و کلی از بحران ارائه دهند. شبکه‌های محلی و ملی برای ایفای نقش نظارتی و مطالبه‌گری باید به مدیریت پیام در سه سطح مختلف بپردازند:

#### پیام رسانه محلی برای مخاطبان محلی

شبکه‌های استانی به دلیل امکان حضور گسترده در منطقه بحران‌زده، می‌توانند با دقت بیشتری بر عملکرد متولیان مدیریت بحران نظارت نمایند. این شبکه‌ها همچنین وظیفه دارند با پیگیری‌های مداوم خود به مطالبه‌گری بلندمدت از مسئولین محلی بپردازند.

#### پیام رسانه ملی برای مخاطبان محلی

رسانه‌های ملی از یک‌سو به دلیل دسترسی به مدیران و مسئولان ملی و از سوی دیگر به دلیل قدرت تأثیرگذاری بیشتر بر مسئولان محلی، وظیفه مطالبه‌گری از مسئولان محلی و ملی را بر عهده دارند؛ اما به دلیل دوری جغرافیایی از بحران و نداشتن اشراف محیطی، نمی‌توانند نظارت مؤثری بر مدیران محلی بحران داشته باشند.

#### پیام رسانه ملی برای مخاطبان ملی

تنها در زمان وقوع مخاطرات با ابعاد ملی که مسئولان کشوری مدیریت آن را عهده‌دار باشند، ایفای این نقش برای رسانه‌های ملی در این سطح از مخاطبان ضروری می‌شود و در مخاطرات طبیعی محلی، شبکه‌های محلی و ملی باید در سطح مخاطبان محلی به نظارت بر عملکرد مسئولین و مطالبه‌گری از آنها بپردازند.

شبکه‌های محلی و ملی برای ایفای نقش جلب مشارکت عمومی و ایجاد همبستگی ملی باید به مدیریت پیام در سه سطح مختلف بپردازند:

#### پیام رسانه محلی برای مخاطبان محلی

شبکه‌های استانی به دلیل شناخت کامل تر ویژگی‌های فرهنگی و قومی مخاطبان محلی خود، می‌توانند با تحریک احساسات مخاطبان محلی آنها را به مشارکت تشویق کنند. شبکه‌های



استانی باید اقلام مورد نیاز آسیب‌دیدگان را شناسایی کرده و در خصوص این نیازها اطلاع‌رسانی کنند و بر روند جمع‌آوری و توزیع آن‌ها نظارت داشته باشند.

#### پیام رسانه ملی برای مخاطبان محلی

رسانه‌های ملی باید با پیام‌رسانی‌های خود احساس مسئولیت مسئولان و مردم کل کشور در قبال آسیب‌دیدگان را به آنها نشان دهند و با ایجاد این حس که آنها عضوی از خانواده بزرگ کشورند، سبب تقویت همبستگی ملی در آسیب‌دیدگان شوند. آنها همچنین باید به خنثی‌سازی پیام‌های تفرقه‌انگیز دیگر رسانه‌ها به خصوص شبکه‌های ماهواره‌ای بپردازند.

#### پیام رسانه ملی برای مخاطبان ملی

رسانه‌های ملی در بحران‌های شدید و وسیع باید به جلب کمک‌های مردمی در سطح ملی اقدام کنند تا منابع ملی برای کمک‌رسانی به آسیب‌دیدگان بسیج شود. آنها همچنین باید با حساس کردن مردم نسبت به وضعیت هم‌وطنان خود نگاه‌های ملی را جایگزین تفکرات قومی، محلی، مذهبی و ... کنند.

#### بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی این مقاله، طراحی و معرفی الگویی در خصوص نقش رسانه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی ایران بود؛ الگویی بومی که سازمان صداوسیما بتواند با به‌کارگیری آن در سطوح محلی (شبکه‌های استانی) و ملی (شبکه‌های سراسری) عملکرد بهتری در مدیریت مخاطرات طبیعی داشته باشد.

برای دستیابی به این الگو در قدم اول نیازهای رسانه‌ای چهارگانه آسیب‌دیدگان از مخاطرات طبیعی به روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد از دل مصاحبه‌های مردم‌نگارانه با ایشان احصا شد. نیازهای شناسایی شده شامل نیاز به آموزش، نیاز به اطلاعات، نیاز به توجه و نیاز به نماینده به‌عنوان هسته اصلی و پایه الگو قرار گرفتند (هسته مرکزی در شکل ۶). از سوی دیگر، همان‌طور که در بحث مدیریت سطوح سه‌گانه پیام بیان شد، شبکه‌های محلی و ملی در بحران موظف به مدیریت سه سطح از پیام‌رسانی هستند. سطح اول پیام‌های رسانه ملی برای مخاطبان آسیب‌دیده محلی (حلقه پرنگ داخلی در شکل ۶)، سطح دوم پیام‌های رسانه ملی برای مخاطبان آسیب‌دیده محلی (حلقه میانی با خط نقطه‌چین در شکل ۶) و سطح سوم پیام‌های رسانه ملی برای سایر مخاطبان در سطح ملی (حلقه بیرونی کم‌رنگ در شکل ۶). بر این اساس آسیب‌دیدگان محلی، هم‌زمان در معرض سه سطح از پیام‌های محلی و ملی قرار

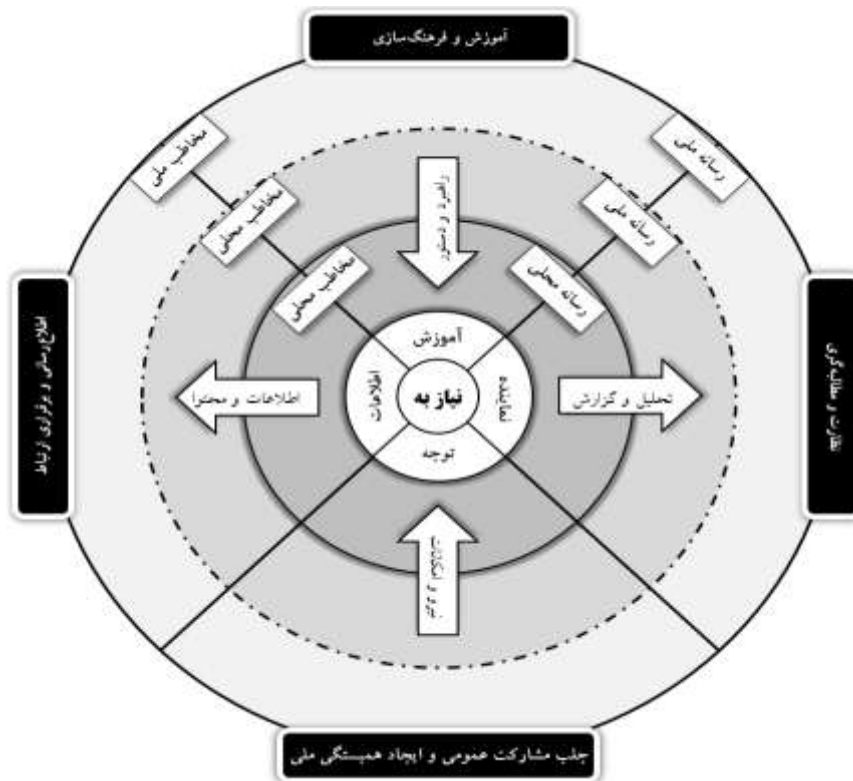
دارند و رسانه ملی نیز وظیفه ارائه همزمان دو گونه پیام برای آسیب‌دیدگان محلی و سایر مخاطبان ملی را دارد.

بعد دیگری که الگوی ارائه شده بدان می‌پردازد، تعاملات چهارگانه رسانه ملی و شبکه‌های استانی صداوسیماست. با تحلیل و کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه با مدیران صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی در خصوص تعاملات این دو رسانه در هنگام وقوع مخاطرات طبیعی، نتیجه گرفته شد که رسانه ملی باید ضمن اعزام نیروها و امکانات مورد نیاز مراکز استانی، راهبردهای کلان بلندمدت و دستوره‌های مصدق‌فوری را به آنها ابلاغ کند. از سوی دیگر، وظیفه مراکز استانی ارائه تحلیل‌های محیطی و گزارش کارهای خود و تأمین اطلاعات و محتوای مورد نیاز رسانه ملی است (فلش‌های چهارگانه در شکل ۶).

بر مبنای نظر مدیران تلویزیون محلی سهند از یک‌سو و کارشناسان و خبرگان حوزه ارتباطات بحران از سوی دیگر، رسانه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی کشورمان، چهار کارکرد آموزش و فرهنگ‌سازی، اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط، نظارت و مطالبه‌گری و جلب مشارکت عمومی و ایجاد همبستگی ملی را بر عهده دارند (مستطیل‌های مشکی در شکل ۶). در نهایت ادعای ما در خصوص نقش شبکه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی چنین است:

رسانه ملی و شبکه‌های استانی برای پاسخگویی به نیازهای رسانه‌های چهارگانه آسیب‌دیدگان از مخاطرات طبیعی شامل نیاز به آموزش، نیاز به اطلاعات، نیاز به نماینده و نیاز به توجه وظیفه دارند به ایفای نقش‌های آموزش و فرهنگ‌سازی، اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط، نظارت و مطالبه‌گری و جلب مشارکت عمومی و ایجاد همبستگی ملی در سه سطح پیام رسانه محلی برای مخاطب محلی، پیام رسانه ملی برای مخاطب محلی و پیام رسانه ملی برای مخاطب ملی بپردازند. این رسانه‌ها برای دستیابی به عملکرد بهینه در مدیریت مخاطرات طبیعی، باید تعاملی مؤثر با یکدیگر در زمینه‌های اعزام نیرو و امکانات، ابلاغ راهبردها و دستورها از سوی رسانه ملی و ارائه تحلیل‌های محیطی و گزارش کار و تأمین اطلاعات و محتوای مورد نیاز از سوی مراکز استانی، داشته باشند.

یافته‌های این پژوهش در خصوص ضرورت توجه به نیازهای رسانه‌های مخاطبان آسیب‌دیده از بلیه طبیعی کاملاً نتایج پژوهش کرنز دیل (۲۰۰۶) را تأیید می‌کند. دیل در مقایسه محتوای روزنامه‌های محلی و ملی درگیر در پوشش توفان در آمریکا به این نتیجه رسیده بود که در دوره زمانی دوهفته‌ای پس از توفان، روزنامه‌های محلی کمتر به مسائل برجسته‌شده توسط رسانه‌های جریان اصلی پرداخته بودند و این موضوع را نشانی از اهمیت دادن رسانه‌های محلی



شکل ۶. الگوی جامع نقش رسانه‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی ایران

به نیازهای مخاطبان خود در شرایط بحرانی دانسته بود. او در تحلیل یافته‌های خود استدلال کرده بود که «بالتبع خوانندگان این دو دسته روزنامه که یک گروه در دل بحران و گروه دیگر کیلومترها دورتر از بحران هستند، نیازهای اطلاعاتی متفاوتی با یکدیگر دارند. این مسئله سبب تفاوت در موضوعاتی شده که این دو دسته روزنامه، پوشش داده‌اند» [۲۰].

علی‌رغم هم‌جهتی یافته‌های این دو پژوهش در خصوص ضرورت توجه رسانه‌ها به نیازهای رسانه‌ای مخاطبان آسیب‌دیده از بلیه طبیعی، هیچ مطالعه‌ای تاکنون در زمینه این نیازها در داخل و خارج کشور انجام نگرفته است و در این پژوهش برای اولین بار موفق به شناسایی نیازهای رسانه‌ای چهارگانه مخاطبان آسیب‌دیده از مخاطرات طبیعی و ابعاد گوناگون آن شدیم. شریفی (۱۳۸۹) در پژوهشی در زمینه نقش رسانه‌های محلی در مدیریت بحران‌های استان گلستان از دید روزنامه‌نگاران محلی، به شش نقش شامل موارد زیر دست یافت:

ترویج روحیه تحمل و مدارا میان مردم منطقه حادثه دیده، افزایش حس مشارکت شهروندان، پیگیری وعده‌های مسئولان استانی، اعتماددهی به آسیب‌دیدگان در خصوص شیوه کنترل بحران، ایجاد نظم و امنیت و هدایت افکار عمومی. از میان این شش نقش، تنها دو نقش شامل افزایش حس مشارکت شهروندان و پیگیری وعده‌های مسئولان استانی با یافته‌های مطالعه حاضر مطابقت دارد. چهار نقش دیگری که شریفی از آنها نام می‌برد در پژوهش ما به‌دست نیامد [۹].

نتیجه مطالعات گرین (۱۹۸۳) درباره نقش رسانه‌های محلی در هنگام وقوع مخاطرات طبیعی شامل دو کارکرد مهم جلب توجه عموم مخاطبان و دستگاه‌های رسانه‌ای کلان نسبت به وضعیت بحرانی اجتماع بحران‌زده و شکل‌دهی به هویت جمعی هم برای مردم بحران‌زده و هم مخاطبان خارج از منطقه بحران می‌شود. هر دو کارکرد تا حدودی با نقش جلب مشارکت عمومی و ایجاد همبستگی ملی که در پژوهش حاضر به‌دست آمد و هدف اصلی آن نیز رفع نیاز به توجه آسیب‌دیدگان بود، مطابقت دارند [۱۸].

مورهد (۲۰۱۱) مهم‌ترین وظیفه رسانه‌های محلی را تهیه و ارائه اطلاعات مورد نیاز افراد درگیر در بحران در هر سه مرحله آماده‌سازی، پاسخ‌دهی و بازسازی مجدد می‌داند. اسپنس و دیگران (۲۰۱۱) نیز اطلاع‌رسانی و تأمین اطلاعات مورد نیاز مردم محلی آسیب‌دیده از بحران را مهم‌ترین نقش رسانه‌های محلی می‌دانند. کوارانتلی و ونگر (۱۹۸۹) در کنار وظیفه اطلاع‌رسانی، اعتقاد دارند که رسانه‌های الکترونیکی محلی می‌توانند به انتقال پیام‌های شخصی و فردی نیز بپردازند. نقش اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط که در الگوی حاصل از پژوهش حاضر برای رسانه‌های محلی تعیین شده است، دقیقاً نتایج هر سه پژوهش یادشده را تأیید می‌کند [۲۱، ۲۳، ۲۵].

همچنین یافته مورهد (۲۰۱۱) درباره اولویت‌بندی رسانه‌های محلی مورد استفاده آسیب‌دیدگان برای اطلاع‌یابی توسط نتایج پژوهش حاضر تأیید می‌شود. مورهد به این نتیجه رسیده بود که در صورت قطع نشدن برق در منطقه بحران‌زده، تلویزیون و رادیو در رتبه‌های اول و دوم اهمیت قرار دارند و در صورت قطع برق، رادیو نقش اصلی را بر عهده خواهد گرفت. تنها تفاوت نتایج پژوهش مورهد با یافته‌های این پژوهش در این زمینه، تأکید او بر استفاده از رادیوهای باتری‌خور و گوشی‌های تلفن همراه مجهز به رادیو برای کسب اطلاعات بود که در بررسی‌های ما استفاده از دستگاه رادیوی داخل ماشین، مهم‌ترین راه دسترسی به سیگنال رادیوهای محلی شناسایی شد [۲۱].

از چهار کارکردی که چتری و نارایان (۲۰۱۰) برای رادیوهای محلی در مدیریت مخاطرات طبیعی قائل‌اند، نقش اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباطات مورد تأیید این پژوهش و سه نقش التیام‌بخشی به آلام آسیب‌دیدگان، یاری‌رسانی به گروه‌های آسیب‌پذیر و حاشیه‌ای و فعالیت‌های غیر رسانه‌ای برای مقابله با مخاطرات طبیعی، با یافته‌های ما متفاوت است [۱۶]. همان‌طور که ذکر شد، مسئله این مقاله معطوف به نقش رسانه‌های محلی و ملی بود؛ اما در این میان نمی‌توان از نقش رسانه‌های فراملی و بین‌المللی نیز غافل شد که این موضوع، خود به پژوهش‌های دیگری نیاز دارد.

### منابع

- [۱]. استاندار آذربایجان شرقی. (۱۳۹۱، مرداد ۲۴). شدت تخریب زلزله اخیر فراتر از زلزله بم است. بازیابی در ۱۰ آذر ۱۳۹۱، از افکارنیوز: <http://www.afkarnews.ir>
- [۲]. حبیبیان، بهار؛ نقدی‌پور بیرگانی، معصومه (۱۳۹۱). «تسهیلات و چالش‌های رسانه‌های محلی در مدیریت بحران‌های ناشی از حوادث غیرمترقبه». دومین همایش ملی مدیریت بحران. تهران.
- [۳]. خجسته، حسن (۱۳۸۴). «بحران بلایای طبیعی و نقش ویژه رادیو در کنترل آن». فصلنامه پژوهش و سنجش، ۱۲(۴۲): ۷-۲۵.
- [۴]. دیرمینا، صابر (۱۳۸۶). بررسی و تبیین نقش رسانه محلی در مدیریت بحران‌های طبیعی استان گیلان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه صداوسیما: دانشکده ارتباطات و رسانه.
- [۵]. رشیدی، احتشام؛ نوری، محمد؛ نکوئی، محمدعلی (۱۳۹۳). «شناسایی کارکردهای رسانه‌های جمعی در مدیریت بحران بلایای طبیعی براساس فرایند تحلیل شبکه‌ای». دوفصلنامه مدیریت بحران، ۲(۳): ۱۵-۲۴.
- [۶]. رشیدی، معصومه (۱۳۸۸). رسانه‌ها و بحران. تهران: سروش هدایت.
- [۷]. روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۸۷). «نقش مدیریت رسانه در تحول بحران از تهدید به فرصت». فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۵(۵۵): ۱۶۲-۱۴۱.
- [۸]. سبیلان اردستانی، حسن (۱۳۸۶). رادیو و مدیریت بحران. تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.
- [۹]. شریفی، طیبه (۱۳۸۹). بررسی نقش رسانه‌های محلی در مدیریت بحران استان گلستان (سیل) از دیدگاه روزنامه‌نگاران استان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز. دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی.

- [۱۰]. صلواتیان، سیاوش (۱۳۸۹). *رسانه‌ها و مدیریت بحران (پیش‌بینی، پیشگیری، آمادگی)*. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- [۱۱]. نصرالهی، اکبر (۱۳۸۹). *مدیریت پوشش خبری بحران در رسانه‌های حرفه‌ای*. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- [۱۲]. وردی‌نژاد، فریدون؛ بهرامی، شهلا (۱۳۸۸). *مدیریت بحران و رسانه‌ها*. تهران: سمت.
- [13]. (2005). "National Report of the I.R.Iran on Disaster Reductio". *World Conference on Disaster Reduction*. Kobe, Japan.
- [14]. (2010). *Natural Disasters Risk Index*. London: Maplecroft.
- [15]. AMARC. (2008). "Practices of Community Radios in Natural Disaster Management Situations". *World Association of Community Radio Broadcasters*. Kathmandu.
- [16]. Chhetri, P., & Narayan, S. (2010, April). "Engendered Disaster Management through Community Radio". *Women in Action*, 1(9).
- [17]. Dominick, J. (1998). *The Dynamics of Mass Communication* (6th Ed ed.). N.Y.: McGrew-Hill.
- [18]. Green, K. (1983). "A Case Study Analysis of the Relationship of Local Newspapers and Disaster Related Citizens Groups". *DRC Preliminary Papers*.
- [19]. Hornig, S. (1993). "Faces in the news: Network Television news coverage of Hurricane Hugo and the Loma Prieto earthquake". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2(37).
- [20]. Kearns Dill, R. (2006). *An Investigation of Focus Local, Regional, and National Newspaper Coverage in the Aftermath of Hurricane Katrina*. A Thesis for Master of Mass Communication. Louisiana State University.
- [21]. Morehead, C. (2011). *The Public Service Role of the Local Pensacola Mass Media during Hurricane Ivan*. A Thesis for Master of Journalism and Mass Communications. University of Nebraska.
- [22]. Quarantelli, E. L., & Wenger, D. (1990). *A cross-societal comparison of disaster news reporting in Japan and the United States*. Delaware: University of Delaware Disaster Research Center.
- [23]. Quarantelli, E. L., & Wenger, D. E. (1989). *Local Mass Media Operations, Problems and Products in Disasters*. DRC Research Notes/Report Series.
- [24]. Salavatian, S., & Gharagozlu, A. (2011). "The Butterfly Model: the role of mass media at the pre-crisis stage of crisis management". *Asia Pacific Public Relations Journal*, 2(12): 61-74.
- [25]. Spence, P. R., McIntyre, J. J., Lachlan, K. A., Savage, M. E., & Seeger, M. W. (2011). "Serving the Public Interest in a Crisis: Does Local Radio Meet the Public Interest?". *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 4(19): 227-232.