
A Study on the Role of Television in Managing Flood Crisis on the Spring 2019 in Iran

By: *Fatemeh Tajik, M.A.**, *Seyyed Ali Rahmanzadeh, Ph.D.*  ,
*Seyyed Vahid Aghili, Ph.D.*** & *Davood Nemati Anaraki, Ph.D.****

Abstract:

This research conducted to analyze the role of television in managing flood crisis on the spring of 2019, using qualitative content analysis method and thematic analysis technique. The study population was all the broadcasted news from the IRNN channel and the evening news at 9 pm on the TV channel One about the spring flood of 2019, and the samples were selected through purposive technique. A total of 20 Basic themes, 9 organizing themes were extracted following three themes: before, during, and after crisis. Before crisis stage: three roles of awareness and warning, surveillance, safe training; during crisis stage: three roles of Informing, accompanying, information keeper, and after crisis stage: three roles of analysis, responsiveness, relaxing were identified. television has analyzed broadcasted news by quantitative and qualitative approaches With regard to natural law. The media strategy used in the face of crisis was active strategy and the laying out and follow-up of issues and problems was done with a critical approach. It was tried to increase the accuracy and truth in news broadcasting through information gatekeeping and along with the professional model in the field of news content and comprehensiveness, the media was oriented to the organizational model.

Keywords: *Role, Television, Crisis Management, Flood, Spring 2019*


* Communication Sciences

 Assistant Prof. In Communication Sciences, Islamic Azad University, North Tehran Branch, Tehran, Iran

Email: sallrahmanzadeh@yahoo.com

** Associate Prof. In Communication Sciences, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran

*** Associate Prof. In Communication Sciences, IRIB University, Tehran, Iran



تحلیل نقش تلویزیون در مدیریت بحران سیل بهار ۹۸

فاطمه تاجیک*، سیدعلی رحمانزاده[✉]، سیدوحید عقیلی*، داود نعمتی‌انار کی***

چکیده

پژوهش حاضر، با هدف تحلیل نقش تلویزیون در مدیریت بحران سیل بهار ۱۳۹۸، با روش «تحلیل محتوای کیفی» و «تکنیک تحلیل مضمون» انجام شده است. جامعه مورد مطالعه، تمامی اخبار پخش شده شبکه خبر و اخبار شبانه‌گاهی ساعت ۲۱ شبکه یک سیما، در خصوص سیل بهار ۹۸ را شامل می‌شود و روش نمونه‌گیری، هدفمند است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در مجموع ۲۰ مضمون پایه و ۹ مضمون سازمان‌دهنده، ذیل سه مضمون قبل از بحران، حین بحران و پس از بحران استخراج شده‌اند. در مرحله قبل از بحران سه نقش آگاه‌سازی و هشداردهی، دیده‌بانی، آموزش مصون‌یافته، در مرحله حین بحران، سه نقش خبررسانی، همراه‌سازی، دروازه‌بانی اطلاعات و در مرحله پس از بحران سه نقش تحلیل‌گری، پاسخ‌طلبی و آرامش‌بخشی شناسایی شده‌اند. تلویزیون با رویکرد قانون طبیعی همزمان با بهره‌گرفتن از رویکردهای کمی و کیفی به تحلیل خبرهای منتشر شده پرداخته است. راهبرد رسانه‌ای مورد استفاده در مواجهه با بحران، راهبرد فعال بوده و طرح و پیگیری مسائل و مشکلات با رویکرد انتقادی صورت گرفته است. در زمینه صحت و دقت خبری، با دروازه‌بانی اطلاعات سعی بر افزایش صحت و دقت خبری بوده و در کنار مدل حرفه‌ای در زمینه حجم و جامعیت خبری، این رسانه به مدل سازمانی گرایش داشته است.

کلیدواژه‌ها: نقش، تلویزیون، مدیریت بحران، سیل، بهار ۹۸

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران
[✉] نویسنده مسئول: دکتری علوم ارتباطات، استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران، ایران
Email: salirahmanzadeh@yahoo.com

** دکتری علوم ارتباطات، دانشیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران، ایران
*** دکتری علوم ارتباطات، دانشیار گروه روزنامه‌نگاری و خبر دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران

مقدمه

تلویزیون به‌عنوان یک اختراع مدرن، همه جوامع را به نحوی غیرقابل‌پیش‌بینی، تحت تأثیر خود قرار داده و علاوه بر آثار کلی، بر جوامع بشری، نیز آثار خاصی بر روابط انسانی داشته است. تلویزیون با سرعت شگفت‌انگیزی که در پیدا کردن جایگاهی ویژه برای خود در میان خانه‌ها داشت، عصر خویش را رقم زد و به‌آسانی همه چیز را تحت تأثیر قرار داد (بنی‌هاشمی و خلیلی، ۱۳۹۲: ۱۵۹). در کنار بحث سرگرمی، این رسانه در بسیاری از جنبه‌های فعالیت‌های فردی و اجتماعی در قالب آموزش، اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی دخالت و نقش مؤثر دارد (حسینی فر و ابوالحسنی، ۱۳۹۰: ۲۳).

تلویزیون یکی از رسانه‌های مهم در زمینه مدیریت بحران است و به‌عنوان یک اختراع مدرن، همه جوامع را به نحوی غیرقابل‌پیش‌بینی، تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. این رسانه با اکثر حواس آدمی سروکار دارد و بیشترین تأثیر احساسی، عاطفی و از همه مهم‌تر اطلاعاتی را بر انسان می‌گذارد (رشیدی و همکاران، ۱۳۹۳). تلویزیون در مدتی کوتاه، اطلاعات مورد نیاز و خبر رویدادهای گوناگون را در دورافتاده‌ترین نقاط دنیا به طور دائم و مستقیم در اختیار گیرنده قرار می‌دهد و در نمایش وقایع و ارزش دادن به آنها، مهارت خاصی دارد (دادگران، ۱۳۹۲: ۱۲۱). رویدادها را از طریق تلویزیون می‌توان به طور خلاصه و به‌صورت منظم و سازمان‌یافته ارائه کرد. در حقیقت فرایندهای گسترده از این طریق تولید می‌شوند و برای ارائه برخی وقایع، بار دیگر شالوده جدیدی پی‌ریزی می‌شود که امکان جستجوی واقعیت‌های اجتماعی را میسر می‌سازد. این روند، پایه‌ای برای ابعاد قدرت تلویزیون به شمار می‌رود (چگینی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۳).

مردم در سراسر جهان هر روزه با مخاطراتی روبه‌رو هستند که گاه منجر به مرگ، آسیب، تخریب اموال و یا اختلال در فعالیت‌های روزانه آنان می‌شود. این وقایع ناخوشایند، موسوم به حوادث، سوانح و بحران‌ها هستند (ساروج و سوکومال^۱، ۲۰۲۰: ۲۱۸). مخاطرات طبیعی از اجزای مهم ارتباط متقابل بین انسان و طبیعت‌اند که به‌صورت منفی بروز می‌کنند. با این حال اقدامات نامناسب و بی‌توجهی انسان‌ها و فعالیت‌هایشان نیز بر افزایش خسارت‌های جانی و مالی این حوادث دامن می‌زند (ژانگ^۲ و همکاران، ۲۰۲۰: ۴۴). یکی از شاخص‌های مهم توسعه کشورها، میزان آمادگی جامعه آنها برای رویارویی با انواع مختلف بلایای طبیعی است که تحت عنوان مدیریت بحران شناخته می‌شود (روهنر^۳ و گلدبرگ^۴، ۲۰۲۰). مدیریت بحران دربرگیرنده یک رشته عملیات و اقدامات پیوسته و پویا (کاتلر^۵ و همکاران، ۲۰۱۹: ۵۰)

1. Saroj
2. Sukomal

3. Zheng
4. Rohner

5. Goldberg
6. Kutler

و یا علمی کاربردی است که با هدف بررسی نظام‌مند بحران‌ها و تجزیه و تحلیل آنها، در جستجوی یافتن ابزاری مناسب است که با استفاده از آن بتوان از بحران‌ها جلوگیری کرد و در صورت بروز، آنها، در راه کاهش اثرات مخرب، امدادرسانی سریع و بهبود اوضاع گام برداشت (ژانگ و همکاران، ۲۰۱۸: ۵۶). یکی از بحث‌هایی که امروزه در زمینه مدیریت بحران مهم به نظر می‌رسد این است که هرگاه بحرانی رخ می‌دهد، آیا رسانه‌ها با محرک آن همراه می‌شوند و یا به مهار و برون‌رفت از آن کمک می‌کنند، به عبارت دیگر، رسانه‌ها ابزاری در خدمت بحران‌زدایی و کاهش اثرات آن هستند یا ابزاری در خدمت بحران‌سازی و تشدید بحران؟ شاید بتوان گفت که کمتر واژه‌ای همچون بحران، ادبیات معاصر و از جمله ادبیات علوم اجتماعی را به خود مشغول داشته و رشته‌های علمی مختلف را درگیر ساخته است (رامادان^۱، ۲۰۱۷: ۴۲۶). بحران، حادثه‌ای است که به‌طور طبیعی و یا از جانب بشر، به‌طور ناگهانی و یا به‌صورت فرایند به وجود آید و سختی و مشقتی را به جامعه انسانی تحمیل کند که برای برطرف کردن آن نیاز به اقدامات اساسی و فوق‌العاده باشد (دبور^۲ و همکاران، ۲۰۱۹: ۳۶). مدیریت بحران، مجموعه عواملی هستند که برای مقابله با بحران‌ها و کاهش صدمات ایجاد شده طراحی می‌شوند (باندی^۳، ۲۰۱۷: ۱۶۷۱). اگر مخاطرات به‌طور صحیح پیشگیری یا مدیریت نشوند، به بحران و بلایا تبدیل می‌شوند و مدیریت نشدن مخاطرات محیطی، اثرات مخرب و زیانبارتری در پی خواهد داشت (روهنر و گلدبرگ، ۲۰۲۰: ۷۳۰).

از تاریخ ۲۶ اسفند ۱۳۹۷ بر اثر بارندگی‌های شدید در استان‌های شمالی ایران، از جمله گلستان، مازندران و خراسان شمالی، سیل جاری شد و در هفته اول فروردین ۱۳۹۸، سازمان هواشناسی خبر از ورود سامانه بارشی متراکم در جنوب و غرب ایران داد. این سامانه بارشی در ۵ فروردین ماه، جاری شدن سیل و خسارت‌های جانی و مالی در ۲۵ استان ایران را در پی داشت. در همین تاریخ، بر اثر بارندگی‌های شدید در شیراز، سیلی ناگهانی جاری شد. بر اثر ادامه بارندگی‌ها، در روز ۶ فروردین برای بار دوم سیل شهر را فرا گرفت. با شروع موج دوم بارش‌ها در ۱۲ فروردین، از استان لرستان خسارات سنگینی همچون رانش زمین و به زیر آب رفتن بخش‌هایی از خرم‌آباد، معمولان و پلدختر و... گزارش شد. اما این اولین بار نبود که بلایای طبیعی همچون سیل بهار ۱۳۹۸ فضای رسانه‌ای کشور را تحت تأثیر خود قرار می‌داد و عملکرد صداوسیما با گسترده‌ترین دامنه تأثیرگذاری و پوشش رسانه‌ای رسمی در کشور به صورت ویژه زیر ذره‌بین قرار می‌گرفت. رسانه‌ها به دلیل ماهیت اطلاع‌رسانی و قابلیت‌های خاص

1. Ramadan
2. Deborah

3. Bundy

خود در شرایط وقوع بحران برای اثرگذاری در حوزه مدیریت بحران، امنیت ملی، تأمین نیازمندی‌های مردمی، جلب مشارکت و کمک‌های مردمی، اطلاع‌رسانی سریع، صحیح و قابل اتکاء، جلوگیری از بروز شایعه، اختلالات اجتماعی، تشویش و اغتشاش، بی‌اطلاعی، سردرگمی و در نهایت بهره‌مندی مورد انتظار مخاطبان از پیام‌های خبری و غیرخبری، نقش بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای بر عهده دارند. بنابراین، انتشار خبر مرتبط با حوادث و بحران‌ها از سوی رسانه‌ها باید با توجه به مدیریت بحران صورت گیرد تا علاوه بر انسجام رسانه‌ای و دقت در مطالب، باعث ایجاد آرامش در میان مردم آسیب‌دیده و حساس‌شدن جامعه نسبت به نیازهایشان شود. وظیفه رسانه‌ها بازتاب دادن اطلاعات صرف نیست، آنها نباید خود را بیرون از مدیریت بحران ببینند چرا که از هر راهی می‌شود برای بازآفرینی جامعه و برگرداندن مردم به زندگی عادی نقش ایفا کرد. در نتیجه این شرایط است که رسانه‌ها می‌توانند بخشی از بار مدیریت بحران جامعه را بر دوش بکشند.

خطرخیزی کشور ایران به لحاظ شرایط اقلیمی و جغرافیایی خاص بر کسی پوشیده نیست و همان‌گونه که آمارها و پژوهش‌ها نشان داده‌اند، ایران جزء ده کشور نخست بلاخیز دنیاست. سیل؛ یکی از این بلایایی است که هر لحظه امکان رخ دادن آن وجود دارد و به عنوان بخشی از بحران‌های طبیعی باید برای «پیش از وقوع»، «زمان وقوع» و مرحله «پس از وقوع» آن آماده بود، راهکار داشت و برنامه‌ریزی کرد و مهم‌تر اینکه در زمان مشخص واکنش نشان داد. واکنشی که سازمان‌ها و نهادهای مختلفی در کشور در ارتباط با آن مسئولیت دارند و حوادث ریز و درشت سال‌های گذشته نشان داده که در انجام این مسئولیت با تمام توان در کنار هم وطنان خود خواهند ماند.

اما رسانه‌ها به دلیل توانایی در جهت‌دهی به افکار عمومی، نقشی اساسی در مراحل مختلف بحران ایفا می‌کنند. نقش دوگانه رسانه‌ها در بحران‌زایی و بحران‌زدایی، برجسته‌سازی و کوچک‌نمایی، امیدزایی و امیدزدایی و... دست‌کم بر صاحب‌نظران این عرصه، پوشیده نیست. با این حال به نظر می‌رسد که در کشور ما، تاکنون از ابزار رسانه و ظرفیت استثنایی آن برای مدیریت بحران به خوبی استفاده نشده است. عوامل بسیاری در این ماجرا دخیل هستند؛ که باعث می‌شوند رسانه‌ها در بحران کارکردها، راهبردها، رویکردها و... متفاوت باشند. با توجه به نقش رسانه‌ها از منظر اطلاع‌رسانی بحران در خصوص حادثه سیل بهار ۹۸ می‌توان با نگاهی آسیب‌شناسانه، سؤالاتی را برای بهبود عملکرد آتی آنها مطرح کرد.

به عبارتی، اطلاع‌رسانی به‌موقع در خصوص مراحل مختلف بحران‌های سیاسی،

اقتصادی و اجتماعی از بروز شایعه و احساس ناامنی می‌کاهد و مهم‌تر از آن موجب اعتبارزایی رسانه و افزایش مخاطبان آن می‌شود. اما آنچه بر اهمیت پژوهش حاضر می‌افزاید، این است که رویدادهای ساختگی و برخی بحران‌های طبیعی و غیرطبیعی برای رسانه‌ها یک فرصت گران‌بها به شمار می‌روند. در مواجهه با چنین وضعیتی و در پوشش حرفه‌ای بحران، رسانه‌ها به صورت توأمان دو نیاز مخاطبان را پیگیری می‌کنند: نخست، اطلاع‌رسانی دقیق، درست و بهنگام برای مدیریت اطلاعات و اخبار و جلوگیری از شیوع شایعات بی‌اساس و آزاردهنده و سپس؛ تلاش در راه پیشگیری از ایجاد اضطراب، تشویش و ترس در مخاطبان. تجربه کشورهای و تیم‌های مدیریت بحران در مناطق مختلف جهان نشان داده که برخی از اصول کلی ارتباطی میان اکثر بحران‌ها مشترک هستند، بنابراین تیم مدیریت بحران می‌تواند با استفاده از این اصول یک برنامه کلی برای خود طراحی کند.

زیرا خسارات بحران زمانی افزایش پیدا می‌کند که ساختار نظام اجتماعی امکاناتی کمتر از آنچه برای امتداد حیات نظام وجود دارد برای حل مشکل فراهم کند؛ بنابراین داشتن برنامه مدیریت جامع ارتباط بحران به‌عنوان بخش مهمی از برنامه‌های توسعه کشور در کاهش میزان اثرات و تبعات ناشی از وقوع سوانح و کنترل خسارات و تلفات انسانی می‌تواند بسیار اثربخش باشد. در مورد چالش‌هایی که ممکن است برای مسئولین مدیریت بحران در طول بحران ایجاد شود، مواردی چون نبود کارکرد مناسب رسانه‌ای در بحران، پوشش نیافتن ادعاهای پیشین، ارتباط نداشتن سازمان مدیریت بحران با رسانه‌ها و چالش‌های مربوط به مسئولیت و کنترل معرفی شده است. پس نتایج حاصل از پژوهش می‌تواند به تحلیل نقش تلویزیون در مدیریت بحران سیل بهار ۹۸ همراه با شناسایی کارکردها، راهبردها، رویکردها و جهت‌گیری خبری آنها منجر شود و برای سیاستگذاری رسانه‌های دیگر از جمله، شبکه‌های اجتماعی، کتاب و... در مواجهه با بحران مورد استفاده قرار گیرد.

به این ترتیب، این پژوهش می‌تواند تأکیدی بر ایجاد شبکه ارتباط تعاملی رسانه ملی با کلیه وزارتخانه‌ها و بازیگران بحران‌ها در مرحله قبل از وقوع باشد. همچنین پژوهش حاضر، در جستجوی پاسخ به این پرسش‌هاست که با توجه به بحران سیل بهار ۹۸، تلویزیون چه نقشی در مدیریت بحران سیل بهار ۹۸ داشته‌است؟ از چه رویکردها، راهبردها و جهت‌گیری‌های خبری در مدیریت بحران سیل بهار ۹۸ استفاده کرده‌است؟ و سرعت، صحت و دقت، حجم و جامعیت خبری آن در مدیریت بحران سیل بهار ۹۸ چگونه بوده است؟

پیشینه پژوهش

درودی و سپهری فر (۱۳۹۸) به مطالعه‌ای با عنوان «ارزیابی مدیریت بحران در ایران بر مبنای مدل لیتل جان (بررسی موردی سیل فروردین ۱۳۹۸ لرستان، مازندران و زلزله آبان ۱۳۹۶ کرمانشاه)» پرداخته‌اند. به‌منظور دستیابی به هدف بررسی میدانی، مشاهده مستندات و گفتگو با مدیران عالی سازمان‌های دولتی مرتبط با بحران‌ها (فرمانداری، بخشداری، شهرداری، ادارات برق، آب، گاز، مخابرات، هلال احمر، اورژانس، آتش‌نشانی و...) صورت گرفته است. طبق مدل لیتل جان و با طراحی سناریوی پاسخ به موقعیت بحرانی بیشترین تهیه و تدوین برنامه اقتضایی، کمترین امتیاز را در مدیریت بحران ایران نشان می‌دهد و ارزیابی کلی از مدیریت بحران، میانگین کمتر از متوسط را حمایت می‌کند. وجود سامانه برای ارسال و توزیع خدمات موردنیاز، اطلاع‌رسانی سیستمی به افراد و مدیران عضو مدیریت بحران به‌عنوان ضعیف‌ترین بخش‌های مدیریت بحران و برقراری سریع خدمات آب، برق، گاز و همچنین توزیع اقلام مورد نیاز، به‌عنوان بهترین بخش‌های مدیریت بحران اعلام شده‌اند.

صبوری (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی پوشش خبری رویداد پلاسکو در بخش‌های اصلی خبر» با روش تحلیل محتوای کمی نشان داده است که از قالب خبری قطعه سرد بیشتر از سایر انواع قالب‌ها در گزارش مراحل بحران پلاسکو استفاده شده است؛ همچنین ارزش خبری شهرت با ۳۰ درصد، بیشترین کاربرد را در میان ارزش‌های خبری به خود اختصاص داده است. از انواع عناصر خبری دو عنصر «کجا» و «چه» با ۳۳ درصد، بیشترین و عنصر خبری «چرا» کمترین موارد استفاده را داشته است؛ رویکرد خبرها به‌طور عمده رویدادمدار بوده و در خصوص تاکتیک‌های خبری، تاکتیک استناد پیام به منابع مورد وثوق مخاطب، بیشترین و نشر اطلاعات سری با ۴ خبر، کمترین موارد کاربرد را داشته است.

مستأجران (۱۳۹۷) در پایان‌نامه خود با عنوان «راهکارهای عملیاتی رسانه ملی برای مواجهه با شبکه‌های اجتماعی در مدیریت بحران‌های اجتماعی» به این نتیجه رسیده است که رسانه‌ها قادرند مردم را به اقدامات مثبت تشویق کنند و یا برعکس موجبات ترس و وحشت بیشتر آنان را فراهم آورند. از این‌رو، رسانه‌ها با قدرت بسیار بالا و سرعت زیاد برای پوشش خبری بحران‌ها به عرصه آمده‌اند و در جایگاه نمایندگان افکار عمومی به یکی از صحنه‌گردانان عرصه بحران‌ها تبدیل شده‌اند. همان‌طور که رسانه‌ها قدرت آن را دارند که در راه همبستگی ملی قدم بردارند، در مقابل نیز در صورت ناهماهنگی رسانه‌های موافق و ارزشی و شیطنت رسانه‌ها و شبکه‌های

اجتماعی مخالف، قابلیتشان به تهدیدی برای همبستگی ملی تبدیل خواهد شد که در زمان‌های بحرانی نیازمند برنامه‌ریزی برای خنثی‌سازی این هجمه‌های جبران‌ناپذیر است. حال اگر رسانه ملی به‌عنوان یک تشکیلات کامل و مجهز، رسالت خود را فقط و فقط در تلویزیون و رادیو ببیند و نتواند در عین سرعت، سهم بسزایی در جهت‌دهی مثبت افکار عمومی از طریق فضای مجازی داشته باشد، در زمان‌های طلایی فرصت را دست می‌دهد، از وضعیت پیشرو خارج می‌شود از رسانه‌های رقیب جا می‌ماند.

نصرالهی و پیش‌نمازی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «آسیب‌شناسی عملکرد رسانه‌ها در پوشش خبری حادثه پلاسکو» به روش تحلیل محتوا نشان دادند که رسانه‌های اجتماعی و شهروند خبرنگاران از حیث اصل سرعت در اطلاع‌رسانی برترین رسانه در پوشش خبری رویداد بودند، اما از حیث دقت و جامعیت تاحدی نقصان داشتند. رویکرد رسانه ملی را در این حادثه می‌توان کمی، رویدادی و توأم با رویکرد قانون طبیعی عنوان کرد. راهبرد رسانه ملی، واکنشی، توأم با هیجان و یا بزرگنمایی به لحاظ حجم پرداخت به موضوع بود و جهت‌گیری آن، وجه اطلاع‌رسان داشت و به‌طور عمده در حمایت از نهادهای امدادی و به‌ویژه شهرداری بود. مطبوعات و خبرگزاری‌ها از نظر شاخص سرعت پس از شبکه‌های اجتماعی، بالاترین سرعت را داشتند و از نظر شاخص حجم نیز عملکردشان مطلوب بود. خبرگزاری‌ها و مطبوعات، راهبردی فعال توأم با بزرگ‌نمایی در این حادثه اتخاذ کرده بودند و رسانه‌های متعلق به شهرداری، سرعت و حجم اطلاع‌رسانی مطلوبی داشتند اما از نظر شاخص صحت و دقت به نسبت متعارض عمل کردند، راهبرد این رسانه‌ها، واکنشی و فعال و جهت‌گیری‌هایشان، به‌طور عمده اطلاع‌رسانی و حمایتی بود.

یکی از پژوهش‌های قابل ذکر در این زمینه، پژوهش خانکه و پرستش (۱۳۹۶) در مطالعه موردی با عنوان «مدیریت بحران سیل در ایران» است که با جستجوی اولیه از پایگاه‌های اطلاعاتی در مجموع ۶۸ مقاله به دست آمد؛ از میان این مقالات ۳۶ مقاله مرتبط با کلیدواژه، انتخاب و تحلیل شدند که شامل ۲۹ مقاله در خصوص مرحله آمادگی قبل از بحران، ۳ مقاله در خصوص پاسخ فوری در حین و بعد از بحران و ۳ مقاله هم در خصوص مرحله بهبودی و بازسازی بعد از بحران بود. یافته‌ها مبین این واقعیت است که مطالعاتی به صورت محدود و پراکنده در سطح کشور در خصوص پیش‌بینی مناطق مستعد سیلاب و سیستم‌های هشدار و مدیریت سیلاب و مخازن ذخیره آب در جریان سیل‌ها انجام شده، اما متأسفانه مدیریت کاربردی

سیل در با هدف کاهش خسارات ناشی از آن مورد توجه جدی قرار نگرفته و فقط زمانی که سیلاب مخربی رخ می‌دهد و فاجعه‌ای به وجود می‌آید، توجه مسئولان و متخصصان به آن جلب می‌شود. بحث و نتیجه‌گیری: هرچند که در مدیریت بحران سیل، راه‌حل مشخص و مطمئنی برای تمامی مناطق سیل‌گیر کشور وجود ندارد، بدیهی است که پدیده سیل قابل پیش‌بینی و مدیریت است و می‌توان برای مهار و کاهش خسارت‌های ناشی از آن و حتی بهره‌برداری‌های اقتصادی از این حادثه، راه‌حل‌های مناسبی جستجو کرد.

رشیدی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «شناسایی کارکردهای رسانه‌های جمعی در مدیریت بحران بلایایی طبیعی بر اساس فرایند تحلیل شبکه‌ای» به این نتیجه رسیدند که در زمان مواجهه با بحران، مهم‌ترین کارکرد رسانه ارائه اخبار و اطلاعات صحیح و سریع به مخاطبان است. همچنین رسانه با کارکرد دروازه‌بانی اطلاعات و از طریق هماهنگی با سایر نهادهای درگیر بحران، پیام‌های مناسب را با شیوه مناسب به مردم می‌رساند و با تولید اطلاعات حداکثری و کامل از بروز و گسترش شایعات جلوگیری می‌کند. کارکرد همراه‌سازی، در اولویت بعدی رسانه‌ها در مرحله وقوع بحران است که تقریباً با کارکرد خبررسانی و دروازه‌بانی اطلاعات باید مورد توجه قرار گیرد. براین‌اساس رسانه، با برجسته‌سازی رویداد در تمامی برنامه‌ها و پوشش رسانه‌ای زنده و لحظه‌به‌لحظه از محل حادثه، مخاطبان را به همراهی با پیام خود ترغیب می‌کند و زمینه تهییج و ترغیب مردم و مسئولان را برای امدادرسانی فراهم می‌آورد. ارسال پیام‌های منسجم‌کننده و وحدت‌بخش از طریق رسانه موجب افزایش همدلی بین مردم و تقویت روحیه مشارکت و همکاری می‌شود.

روشندل اربطانی و صلواتیان (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «طراحی مدل نقش رسانه‌های جمعی در مدیریت مرحله پیش از بحران» با ارائه مدل پروانه‌ای نقش رسانه‌ها در مدیریت مرحله پیش از بحران «نشان دادند که رسانه‌ها در مدیریت مرحله پیش از بحران، دارای پنج کارکرد اصلی رصد و پایش محیط، آموزش، هدایت افکار عمومی، اطلاع‌رسانی و ایجاد همبستگی عمومی هستند. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که رسانه‌ها می‌توانند در مدیریت مرحله پیش از بحران نقش به‌سزایی داشته باشند.

نمونه دیگری از پژوهش در حوزه مدیریت بحران که پارارس کریانیس^۱ (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش رسانه‌های جمعی در ارتقای آموزش، آگاهی و آمادگی پایدار برای سونامی و سایر خطرهای ناشی از دریا» به آن پرداخته، نشان می‌دهد که

1. Pararas-Carayannis

رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش بسیار مهمی در ایجاد آگاهی مستمر از تهدیدهای بالقوه و دستیابی به آمادگی مؤثر برای سونامی و دیگر خطرهای دریایی ایفا کنند و در نتیجه خسارات آینده زندگی و تخریب اموال را به کمترین حد برسانند. وی به این نتیجه رسیده است که مشارکت‌های رسانه‌ای می‌تواند شامل برنامه‌های آموزشی مکرر باشد.

رومو مورفی^۱ و وس^۲ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «نقش رسانه‌های پخش جمعی در آموزش و پرورش آمادگی برای فاجعه» در نشریات علمی ۲۰۱۲-۲۰۰۲ به این نتیجه دست یافتند که اطلاعات رسانه‌ای یک تسهیل‌کننده برای آگاهی از بلایای طبیعی است.

در پژوهش قابل توجه دیگری، چان^۳ (۲۰۱۴) با بررسی «نقش رسانه اجتماعی در آمادگی، پاسخگویی بهبود بحران»، به این نتیجه رسید که رسانه اجتماعی در ایجاد آمادگی بیشتر و پاسخگویی در شرایط بحران نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

بنیودا^۴ و همکاران (۲۰۱۳) به مطالعه‌ای با عنوان «زمانی که رسانه‌ها و سیاست‌های جهانی ملاقات می‌کنند: پوشش رسانه‌های بحران در درگیری‌های عرب-اسرائیل و شرق و غرب» پرداختند. یافته‌ها مربوط به تمام بحران‌های کوتاه‌مدت درگیری‌ها از سال ۱۹۴۵ تا ۲۰۰۶ بود. آنها نشان دادند که علی‌رغم تفاوت‌های موجود در بحران، برخی از پوشش‌های شبکه‌ای همچنان دست‌نخورده باقی مانده‌اند، به‌ویژه استفاده از متن در کنار عکس‌ها و مسائل مشابه در دستور کار خبری. باین‌حال، بیشتر ویژگی‌های پوشش خبری، وجود پیوند مثبت بین تنوع گزارش و تنوع بحران در پوشش مطبوعات را تأیید می‌کنند.

بررسی مطالعات و تحقیقات مرتبط با بحران و رسانه، نشان داد که تاکنون پژوهشی در زمینه پوشش خبری سیل بهار ۹۸ انجام نگرفته و به تحلیل نقش تلویزیون در مدیریت بحران پرداخته نشده است. به‌این ترتیب، آنچه پژوهش را از سایر مطالعات متمایز می‌سازد، این است که این پژوهش ضمن توجه ویژه به بحران سیل، به بررسی نقش تلویزیون در زمینه این بحران در بهار ۹۸ پرداخته است.

چارچوب نظری پژوهش

نظریه استفاده و رضامندی

براساس نظریه استفاده و رضامندی، مخاطبان فعال و به دنبال محتوایی هستند که بیشترین خشنودی را فراهم سازد. این رویکرد می‌کوشد تا روشن سازد که

1. Romo-Murphy
2. Vos

3. Chan
4. Ben-Yehuda

ارتباط‌جمعی چه کارکردهایی برای افراد مخاطب عرضه می‌کند. به عقیده کاتز به‌جای طرح این پرسش که: رسانه‌ها با مردم چه می‌کنند؟ باید به این پرسش پرداخت که: مردم با رسانه‌ها چه می‌کنند؟ (رشیدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۸). خدمات رسانه‌ای با توجه به نیازهای کاربران و بر اساس نظریه‌های پیام رسانه‌ای به نحوی طراحی می‌شوند که ضمن توجه به ابعاد مختلف مخاطبان، را به سمت استفاده هرچه بیشتر از رسانه ترغیب کنند. همچنین تأکید می‌شود، هر رسانه به میزانی که بتواند نیازهای روانی و اجتماعی کاربران خود را با رضایتمندی برآورده سازد، برای دفعات بیشتری انتخاب می‌شود چون کاربران مخاطبان فعالی هستند که هدفمندانه و بر اساس نیازهای خود رسانه‌ها را انتخاب می‌کنند (چئونگ^۱، ۲۰۱۵). پژوهشگران این رویکرد، مخاطب را فعال و انتخاب‌کننده محتوای رسانه فرض می‌کنند و بر نیازهای شخصی، جهت‌گیری‌ها و فعالیت‌های تفسیری وی با ویژگی‌های فردی و اجتماعی تأکید می‌ورزند (حسینی‌انجدانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۴). به‌عبارتی تأکید اصلی در نظریه یاد شده این است که مخاطبان، به صورتی فعال در جستجوی رسانه‌های جمعی هستند تا نیازهای فردی‌شان را برآورده کنند.

نظریه کاشت گربنر

بر اساس نظریه کاشت، افرادی که در مواجهه بسیار با وسایل ارتباط‌جمعی به‌ویژه تلویزیون قرار دارند، به‌مرور جهان را به‌گونه‌ای ادراک می‌کنند که به‌جای انطباق با واقعیت بیرونی بیشتر با آنچه رسانه‌ها درباره واقعیت بیان می‌کنند، همخوان است. گربنر در مطالعات خود، مخاطبان را به دودسته پر مصرف و کم مصرف تقسیم می‌کند. در طول سال‌ها، نقدهایی وارد شده و اکنون داعیه نظریه کاشت این است که تلویزیون با متغیرهای بسیاری در تعامل است، چنان‌که تماشای برنامه‌های آن بر بعضی از گروه‌های مخاطبان در مقایسه با گروه‌های دیگر، اثر قوی‌تری می‌گذارد. این نظریه پس از اصلاح، مخاطب تلویزیون را موجودی «فعال» دانسته که محتوای برنامه‌های دریافتی را «فعالانه» تفسیر می‌کند (حسینی‌انجدانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۴۴).

نظریه وابستگی رسانه

نظریه دیگری که نیازهای مخاطبان را مدنظر قرار داده، نظریه وابستگی مخاطبان یا وابستگی رسانه است. بر اساس این نظریه، رسانه برای افراد جامعه اهمیت دارد، زیرا آنان نیازهای خود را از طریق رسانه برآورده می‌کنند (رشیدی و همکاران، ۱۳۹۳:

۱۸). طبیعی است که نیازها در شرایط بحران تشدید می‌شود و به‌طور طبیعی، افراد و اعضای جامعه در شرایطی که بحرانی رخ داده باشد، به‌صورت مستمر، به رسانه مراجعه می‌کنند.

نظریه تعادل

نظریه تعادل با شرایط و امکان پایش شرایط بحرانی سازگارتر است. در این نظریه، عمل رسانه‌ای پس از شکل گرفتن می‌تواند منجر به تعادل یا شکستن آن شود. هرگاه تعادل بین نیازمندی‌ها و توانمندی‌های موجود در یک نظام زنده و پویا که تابع قوانین و اصول تعیین شده است، به هر دلیلی بر هم بخورد، نظام دچار بحران می‌شود. در زمان بحران رسانه‌ها می‌توانند نقش قابل توجهی در برگشت به تعادل و حفظ آن ایفا کنند. آنها با بهره‌گیری از کارکردهای آموزشی، اطلاع‌رسانی، فرهنگ‌سازی، امنیتی و نظایر اینها موجب افزایش توانمندی‌ها و کاهش نیازمندی‌های یک جامعه خواهند شد (رشیدی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۶).

نظریه جزایر شناور

در جوامعی که دارای ساختار مدیریت واحد مرکزی هستند، یکی از مهم‌ترین عوامل منجر به ایجاد بحران، آسیب رسیدن به ساختار مدیریت واحد مرکزی، همزمان با قطع ارتباط بین جامعه مدیریت واحد مرکزی، بر اثر وقوع یک حادثه است. هرگاه مدیریت واحد مرکزی جامعه‌ای بر اثر حادثه، به نحوی دچار آسیب شود که نتواند به‌طور مستقیم جامعه آسیب‌دیده را مدیریت کند، لازم است با ایجاد جزایر یاد شده، شناور مدیریتی، مدیریت جامعه آسیب‌دیده به این جزایر تفویض شود. جزایر این امکان را برای مدیران ارشد بحران به وجود می‌آورند که با اتصال به یکدیگر، جزایر بزرگتری را ایجاد کنند و در کوتاه‌ترین زمان، مدیریت واحد مرکزی را بازسازی و جامعه را از بحران خارج کنند. برای این منظور لازم است که جزایر شناور مدیریتی دست کم دارای شرایط زیر باشند:

- جزیره شناور مدیریتی تا زمانی که با مرکز ارتباط مستقیم برقرار نکرده است، کاملاً مستقل و بر اساس اصول اولیه از پیش تعریف شده خود عمل می‌کند.
- هر جزیره شناور دست کم دارای یک مدیر آموزش‌دیده است. وجود این مدیر آموزش‌دیده اساس ایجاد یک جزیره شناور است.
- تمامی جزایر شناور دارای اصول اولیه تعریف شده مشترک و ثابت، برای رسیدن به یک هدف نهایی هستند.

- تمامی جزایر شناور موظف به اتصال به یکدیگر، برای ایجاد جزایر بزرگ‌تر و توانمندتر مدیریتی هستند.
- مدیران آموزش‌دیده برای مدیریت جزایر شناور، دارای رتبه‌بندی و شرح وظایف از پیش تعیین شده هستند و در زمان اتصال چند جزیره به یکدیگر، مدیریت جزیره جدید بر اساس رتبه مدیران تعیین می‌گردد (هراتی، ۱۳۹۶: ۵۰-۴۹).

نظریه دروازه‌بانی

دروازه در وسایل ارتباط جمعی، محل عبور جریان اطلاعات و اخبار و دروازه‌بانی، فراگرد کنترل جریان و گردش اطلاعات در نظام‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی است. فرایند دروازه‌بانی در این بخش عواملی را که باعث می‌شود یک خبر مورد توجه ارتباط‌گر قرار گیرد، مشخص می‌کند. این عوامل شامل موارد زیرند: راه‌های ورود خبر به مجرا، نیروهای دو طرف دروازه، مشخصات موضوعات خبری، ارزش‌ها و نگرش‌های شخصی فرد گزینشگر (گرانمایه‌پور و کرمی، ۱۳۹۵: ۱۱۴-۱۱۳).

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر، تحلیل محتوای کیفی و تکنیک تحلیل مضمون بوده است. در این پژوهش، خبرهای مرتبط با سیل شبکه خبر و اخبار شبانه‌گی ساعت ۲۱ شبکه یک سیما در بهار ۱۳۹۸ از اول تا ۱۴ فروردین ماه (بازه زمانی ۱۴ روزه)، ابتدا، محور یابی و سپس جمع‌بندی و خلاصه‌بندی شده و در نهایت، فن خلاصه‌سازی بازگشتی استفاده قرار گرفته است. در این پژوهش از تحلیل محتوای استقرایی بهره برده شده و به‌منظور تحلیل داده‌ها ابتدا، با خواندن مکرر متون برای غوطه‌ور شدن در آنها و یافتن یک درک کلی، متن (خبرهای مرتبط با سیل بهار ۹۸) جهت استخراج کدها خوانده شده است. این فرایند به طور پیوسته از استخراج کدها تا نامگذاری آنها تداوم یافته است و کدها بر اساس تفاوت‌ها یا شباهت‌هایشان به داخل طبقات دسته‌بندی شده‌اند. از آنجاکه در تحلیل محتوایی استقرایی دغدغه پژوهشگر ارائه نظریه نیست؛ و صرف تهیه مقولات بر اساس کدگذاری باز می‌تواند وی را به هدف پژوهش برساند، می‌توان بیان کرد که روش پژوهش تحلیل محتوای کیفی استقرایی و تلخیصی است.

جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، کل اخبار پخش شده از شبکه خبر و اخبار شبانگاهی ساعت ۲۱ شبکه یک سیما را در خصوص سیل بهار ۹۸ از اول تا ۱۴ فروردین ۱۳۹۸ (بازه زمانی ۱۴ روزه) در برمی گیرد. روش نمونه گیری هدفمند است و کلیه خبرهای پخش شده مرتبط با سیل بهار ۹۸ در شبکه خبر و اخبار شبانگاهی ساعت ۲۱ شبکه یک سیما در هر روز (بازه زمانی مشخص شده) جمعیت نمونه آماری را تشکیل می دهند. در این پژوهش، واحد نمونه گیری در بخش کیفی خبر و واحد ثبت، جمله است.

برای رسیدن به پایایی یا قابلیت وابستگی در طول طرح پژوهش، پژوهشگر از مدارک و مستندات و شواهد کافی استفاده کرده است. یکی از بخش های بسیار مهم در تحلیل محتوای کیفی سنجش اعتبار و روایی پژوهش است که به طور معمول در تحلیل محتوا، به میزان توافق میان کدگذاران تحویل می شود؛ بنابراین در پژوهش حاضر از آزمون اسکات استفاده شده است. در این پژوهش، برای محاسبه ضریب قابلیت اعتماد، پژوهشگر، ۲۰ درصد کل محتوا را پس از گذشت یک ماه از کدگذاری اول، بار دیگر کدگذاری کرده و ضریب قابلیت اعتماد نیز ۸۸/۷ درصد محاسبه شده است.

یافته های پژوهش

– نقش تلویزیون در مدیریت بحران سیل بهار ۱۳۹۸

در این قسمت از پژوهش ابتدا محقق برای شناسایی منابع خبری، به هر کدام از آنها یک کد اختصاص داده است (جدول ۱).

جدول ۱. کدهای مرتبط با منابع خبری رسانه ها

Table1. Codes related to media news sources

کد Code	منابع خبری رسانه ها Media news sources	رسانه Media
A	اخبار شبانگاهی شبکه یک Evening News Channel One	تلویزیون Television
B	شبکه خبر News Channel	

سپس تمامی خبرهای ساعت ۲۱ شبکه یک سیما و شبکه خبر، بررسی، دسته‌بندی و سازماندهی شده‌اند. طی فرایند اجرا، محتوای شبکه‌های تلویزیونی نامبرده توسط یادداشتهای برداشته شده، تکمیل و پس از آماده‌سازی محتوا با استفاده از روش تحلیل مضمون، داده‌ها بر اساس اهداف پژوهش مقوله‌بندی شد و مورد تفسیر قرار گرفت. در این مرحله با مطالعه دقیق مطالب برای هر یک از شبکه‌ها، تمامی مفاهیم و نکات کلیدی و مهم به‌عنوان مضمون‌های پایه شناسایی شدند (جدول ۲).

جدول ۲. نمونه‌ای از مضمون‌های مستخرج از تلویزیون

Table 2. An example of a TV theme

شناسه مضمون پایه Basic Subject ID	مضمون‌های پایه Basic themes	منبع Source	گزاره Statement
A1	هشدار وقوع سیل Flood warning	شبکه یک Channel One	کاهش دما در برخی مناطق و بارش در غرب کشور، گسترش آن از دو روز آینده و هشدار به مسافران نوری
			بارش شدید برف در منطقه کالپوش
			ورود سامانه جدید بارشی به کشور، هشدار باران سیل‌آسا در جنوب غربی کشور
B1		شبکه خبر News Channel	وقوع سیل و برف در ۲۶ استان کشور
			هشدار پلیس در خصوص تردد در ۲۵ استان برای ۵ و ۶ فروردین
			هشدار پلیس راهور برای مناسب نبودن سفر در روزهای ۱۱ و ۱۲ فروردین به جنوب و جنوب غربی هشدار بارندگی در نیمه غربی و تداوم آن در کردستان، ایلام، مرکزی، خوزستان، لرستان و ...
A2	اطلاع‌رسانی Notices	شبکه یک Channel One	باز شدن جاده هراز و مسدود بودن جاده چالوس
			اعلام وضعیت سدهای خوزستان و رها کردن بخشی از آب‌های سد
B2		شبکه خبر News Channel	لغو مرخصی مسئولان ارشد خوزستان، گلستان و لرستان
	مسدودی جاده‌ها در اثر ریزش کوه و تأخیر برخی پروازها.		
	ورود سیل به باند فرودگاه در خرم‌آباد		
			تصمیم بر خروج آب از شهر بود که در جلسه کارشناسی تصمیم نهایی اتخاذ خواهد شد

شناسه مضمون پایه Basic Subject ID	مضمون‌های پایه Basic themes	منبع Source	گزاره Statement
A3	رصد فعالیت‌های پیشگیرانه Monitor preventive activities	شبکه یک Channel One	آماده‌باش برای شش استان کشور (لرستان، خوزستان، کرمان، چهارمحال و بختیاری و ...) انعکاس سخنان سخنگوی ستاد بحران کشور مبنی بر آمادگی دستگاه‌های گوناگون در استان‌های کشور
B3		شبکه خبر News Channel	آماده باش استاندار خوزستان به همه دستگاه‌ها با بالا آمدن آب سد
A4	آموزش نکات ایمنی Teaching safety tips	شبکه یک Channel One	رعایت نکات ایمنی در مواقع احتمال بروز سیل هشدار برای نزدیک نشدن به حاشیه رودخانه‌ها مردم در زمان سیل مبادرت به فیلم‌برداری نکنند چند فیلم کوتاه مستند منجر به فوت افراد شده است اعلام شماره‌های ضروری و یادگیری آن از سوی مردم
B4		شبکه خبر News Channel	مسافران قبل از هر گونه سفر با ۱۴۱ و ۱۲۰ از وضعیت جاده مطلع شوند
A5	امدادرسانی Relief	شبکه یک Channel One	توزیع ارزاق و امدادرسانی ستاد فرمان امام خمینی (ره) ارسال تجهیزات امدادی، خدماتی و غذایی از سوی ارتش و سپاه حضور ارتش و مردم شیراز برای امدادرسانی به آسیب‌دیدگان کمک‌رسانی به مناطق صعب‌العبور از سوی هلال‌احمر تأمین تجهیزات از استان‌های همجوار
B5			شبکه خبر News Channel

ادامه جدول ۲.

شناسه مضمون پایه Basic Subject ID	مضمون‌های پایه Basic themes	منبع Source	گزاره Statement
A6	بازدید از مناطق سیل زده Visit flooded areas	شبکه یک Channel One	حضور وزرا در شیراز پس از سیل و پیگیری کارها
			حضور میدانی رییس مجلس شورای اسلامی و گفتگو با مردم مازندران
B6		شبکه خبر News Channel	حضور وزیر کشور در منطقه
A7	همدردی با مناطق سیل زده Sympathy for flooded areas	شبکه یک Channel One	مردم سیل‌زده نگران نباشید ما شما را تنها نخواهیم گذاشت، مردم آق‌قلا جبران می‌کنیم
B7		شبکه خبر News Channel	ابراز تأسف و همدردی رهبری با مردم استان، جبران خسارت، تأکید به دستگاه‌های دولتی بر تسریع کمک‌رسانی، طلب صبر برای بازماندگان و اینکه کمک‌رسانی وظیفه همگانی است
A8	پیگیری مشکلات و مطالبات مردم Follow the problems and demands of the people	شبکه یک Channel One	جلسه مدیریت بحران با حضور معاون اول رئیس‌جمهور در استانداری گلستان، ضرورت دارد کمک‌رسانی افزایش یابد، تلاش‌ها ادامه دارد
			بیان مشکلات موجود از سوی مردم آسیب‌دیده استان مازندران مبنی بر از بین رفتن خانه‌ها، اسباب منزل و ...
B8		شبکه خبر News Channel	برای رسیدگی به مشکلات مردم، هماهنگی و پشتیبانی دستگاه‌ها و همچنین اختصاص بودجه تصمیماتی اتخاذ شده است
			تا زمانی که نیاز باشد در خوزستان می‌مانیم از جنوب تا شمال مسئولان پیگیر سیل‌زدگان هستند

شناسه مضمون پایه Basic Subject ID	مضمون‌های پایه Basic themes	منبع Source	گزاره Statement
A9	نظارت بر عملکرد مسئولان Monitoring the performance of officials	شبکه یک Channel One	حضور رییس جمهور در مازندران و گلستان، شرکت در جلسه ستاد مدیریت بحران و اعلام گزارش کار از سوی مسئولان
A10	همکاری نهادهای مردمی Cooperation of popular institutions	شبکه یک Channel One	همکاری گروه‌های جهادی در کنار سایر دستگاه‌ها
B10		شبکه خبر News Channel	اقدام بنیاد برکت در زمینه دارو و درمان آسیب‌دیدگان
A11	جبران خسارات Compensation	شبکه یک Channel One	مجلس و دولت به کمک خواهند آمد. برای آسیب به بخش کشاورزی تسهیلاتی در نظر گرفته شده است مسئولان در پرداخت تسهیلات به آسیب‌دیدگان تعجیل کنند
B11		شبکه خبر News Channel	کمک دولت به کشاورزان، دامداران و باغداران در قالب تسهیلات بانکی
A12	رصد فعالیت‌های سپاه، ارتش و ... Monitoring the activities of the IRGC, the army ... and	شبکه یک Channel One	احداث پل موقت در جاده گرگان به آق‌قلا از سوی سپاه نمایش حضور ارتش و مردم شیراز برای امدادرسانی به آسیب‌دیدگان
B12		شبکه خبر News Channel	حفر چند کانال مهم از سوی سپاه و ارتش در آق‌قلا کمک رسانی و انتقال مردم از سوی نیروهای هوایی، زمینی و بسیج

ادامه جدول ۲.

شناسه مضمون پایه Basic Subject ID	مضمون‌های پایه Basic themes	منبع Source	گزاره Statement
A13	برآورد خسارات Damage estimation	شبکه یک Channel One	سیل در شیراز جان ۱۷ تن را گرفت و تعدادی را روانه بیمارستان کرد
B13		شبکه خبر News Channel	برآورد اولیه درخصوص ۶۲۰۰ واحد مسکونی روستایی و شهری آسیب‌دیده
A14	ریشه‌یابی وقوع سیل Flood rooting	شبکه یک Channel One	سهل‌انگاری احتمالی در حادثه سیل دروازه قرآن
A15	مشارکت‌های مردمی Public participation	شبکه یک Channel One	وضعیت دانشجویان و سربازان آماده‌به‌خدمت مناطق سیل‌زده
B15		شبکه خبر News Channel	افتتاح یک طرح پزشکی در پل‌دختر کرمانشاه از سوی دکتر نمکی
A16	رصد و پایش محیط Environmental monitoring	شبکه یک Channel One	وضعیت مردم آق‌قلا و نحوه ورود به شهر
B16		شبکه خبر News Channel	وضعیت سدهای خوزستان و رها کردن بخشی از آب‌های سد
A17	جمع‌آوری کمک های مردمی Collect public donations	شبکه یک Channel One	کمیته امداد و هلال احمر متولی جمع‌آوری کمک‌ها هستند
B17		شبکه خبر News Channel	حساب ۹۹۹۹۹ هلال احمر و ۳۳۳۳ کمیته امداد برای کمک‌رسانی مردمی
A18	فرصت‌های سیل Flood opportunities	شبکه یک Channel One	۷۰ درصد مخازن سدها پر از آب شده است

شناسه مضمون پایه Basic Subject ID	مضمون‌های پایه Basic themes	منبع Source	گزاره Statement
B19	بی‌توجهی به شایعات Ignoring rumors	شبکه خبر News Channel	مردم به شایعات توجه نکنند و از رسانه ملی اطلاعات را پیگیری نمایند
A20	برخورد با شایعه پراکنی Dealing with rumors	شبکه یک Channel One	منتشرکنندگان شایعات در فضای مجازی شریک جرم هستند و با آنان برخورد خواهد شد
A21	تقدیر از مسئولین و مردم Appreciation of officials and people	شبکه یک Channel One	قدردانی از مدیریت بحران و کمکرسانی این مدیریت و نیروهای مردمی

در ادامه مقوله‌هایی که بار معنایی مشابهی داشتند و مفهومی یکسان را به ذهن متبادر می‌کردند ذیل یک مقوله انتزاعی و کلی‌تر قرار گرفتند؛ به عبارت دیگر، با دسته‌بندی، ترکیب و تلخیص مضمون‌های پایه، تعدادی مضمون سازمان‌دهنده که می‌توانستند گویای ویژگی‌های گروهی بخشی از مضمون‌های پایه باشند، ظهور یافتند. جدول ۳ مضمون‌های سازمان‌دهنده را به همراه مضمون‌های پایه‌ای که این مضمون‌ها را متبلور کرد در قالب ۲۰ مضمون پایه و ۹ مضمون سازمان‌دهنده نشان می‌دهد.

جدول ۳. مضمون‌های سازمان‌دهنده به همراه مضمون‌های پایه

Table 3. Organizing themes along with basic themes

مضمون‌های سازمان‌دهنده Organizing themes	مضمون‌های پایه Basic themes	ردیف Row
آگاه‌سازی و هشداردهی Awareness and warning	هشدار وقوع سیل Flood warning	۱
	بازدید از مناطق سیل‌زده Visit flooded areas	۲
	ریشه یابی وقوع سیل Flood rooting	۳

ادامه جدول ۳.

مضمون‌های سازمان‌دهنده Organizing themes	مضمون‌های پایه Basic themes	ردیف Row
دیده‌بانی Watchtower	برآورد خسارات Damage estimation	۴
	رصد فعالیت‌های پیشگیرانه Monitoring preventive activities	۵
	جمع‌آوری کمک‌های مردمی Collect public donations	۶
آموزش مصون یافته Safe training	آموزش نکات ایمنی Teaching safety tips	۷
خبررسانی Informing	اطلاع‌رسانی Notices	۸
	برآورد خسارات Damage estimation	۹
دروازه بانی اطلاعات Information Keeper	رصد فعالیت‌های سپاه، ارتش و ... Monitoring the activities of the IRGC, the army, etc	۱۰
پاسخ‌طلبی Responsiveness	بی توجهی به شایعات Ignoring rumors	۱۱
	برخورد با شایعه‌پراکنی Dealing with rumors	۱۲
آرامش‌بخشی Relaxing	همدردی با مناطق سیل‌زده Sympathy for flooded areas	۱۳
	قدردانی از مسئولان و مردم Appreciation of officials and people	۱۴
همراه‌سازی Accompanying	امدادرسانی Relief	۱۵
	مشارکت‌های مردمی Public Participation	۱۶
	همکاری نهادهای مردمی Cooperation of popular institutions	۱۷

مضمون های سازمان دهنده Organizing themes	مضمون های پایه Basic themes	ردیف Row
تحلیلی Analysis	رصد و پایش محیط Environmental monitoring	۱۸
	جبران خسارات Compensation	۱۹
	فرصت های سیل Flood opportunities	۲۰

مضمون ها یا الگوهای داده ها را می توان به روش استقرایی (مبتنی بر داده) یا روش قیاسی (مبتنی بر نظریه) شناخت. در روش استقرایی، مضمون های شناخته به شدت با خود داده ها مرتبط است. در این روش تحلیل مضمون که تا حدودی شبیه نظریه داده بنیاد است، فرایند شناسه گذاری داده ها بدون تلاش برای انطباق آن با چارچوب شناسه گذاری از قبل تهیه شده (یا قالب مضمون ها) صورت می گیرد. در روش استقرایی، تحلیل مضمون بر اساس داده ها انجام می گیرد اما در روش قیاسی، بر اساس علاقه نظری یا تحلیلی پژوهشگر به موضوع؛ به این ترتیب، این روش، بیشتر بر فرد تحلیلی مبتنی است. پژوهشگر در این روش، شناسه ها را بر اساس نظریه مشخصی انتخاب می کند و نشانه ها، شاخص ها و شواهدی را می شناسد که با این نظریه، حمایت می شوند. بررسی ادبیات نظری، درک مناسبی برای شناخت مضمون ها فراهم می کند. شناسه هایی را که دیگر پژوهشگران به کار برده اند، به توسعه آنها در روش مبتنی بر پژوهش های گذشته، به طور مستقیم کمک می کند (غیورباغبانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۶۳-۱۶۲). در این پژوهش نیز پس از طی فرایند تحلیل مضمون، پژوهشگران به شبکه هایی از مفاهیم با سطح بندی (برخی از مضمون های مهم تر که انتزاعی تر هم هستند در جایگاه مرکزی قرار می گیرند و دیگر مضمون های پیرامون این مضمون های اصلی، سازمان می یابند) دست یافتند. با بررسی الگوهای ادبیات نظری پژوهش، مضمون های فرایند تحلیل مضمون در تحقیق در سه مرحله قبل از بحران، حین بحران و پس از بحران تشخیص داده شده است.

همان گونه که جدول ۴ نشان می دهد، برای سطح پیش از بحران، سه مضمون آگاه سازی و هشداردهی، دیده بانی و آموزش مصون یافته، برای سطح حین بحران، سه مضمون گمراه سازی، دروازه بانی اطلاعات و خبررسانی و برای مرحله بعد از بحران

تحلیل‌گری، آرامش‌بخشی و پاسخ‌طلبی، شناسایی و دسته‌بندی شده‌اند. مضمون‌های پایه متعلق به هر یک از مضمون‌های سازمان‌دهنده در تمامی مراحل مدیریت بحران به نمایش درآمده است.

جدول ۴. نقش تلویزیون در مدیریت بحران سیل

Table 4. The role of television in flood crisis management

نقش تلویزیون در مدیریت بحران The role of television in crisis management	مراحل مدیریت بحران Crisis management steps
آگاه‌سازی و هشداردهی Awareness and warning	پیش از بحران Before the crisis
دیده بانی Watchtower	
آموزش مصون‌یافته Safe training	
خبررسانی Informing	حین بحران During the crisis
همراه‌سازی Accompanying	
دروازه‌بانی اطلاعات Information Keeper	
تحلیل‌گری Analysis	پس از بحران After the crisis
پاسخ‌طلبی Responsiveness	
آرامش‌بخشی Relaxing	

بحث و نتیجه‌گیری

به‌طور کلی می‌توان گفت که با گسترش روزافزون رسانه‌ها؛ مفاهیم و نظریات مرتبط را نیز دچار تحول اساسی شده‌اند و چالش‌های نظری جدیدی را پیش‌روی پژوهشگران نهاده‌اند. در نظریه‌های اولیه، رسانه‌های جمعی به‌عنوان مجراهای ارتباطی یکطرفه و مستقلاً تلقی می‌شد که اطلاعات را به عامه مردم منتقل می‌کنند و از این طریق، عقاید آنها را شکل می‌دهند. این نگاه در نظریه‌های

بعدی به تدریج تغییر یافت و تداوم آن به مثابه یک چرخش جدید رسانه‌ای بروز پیدا کرد؛ این چرخش، دگرگونی اساسی در مفهوم رسانه و مخاطب است (ذکایی و حسنی، ۱۳۹۴: ۳۸). مخاطبان انبوه و منفعلی که جدا از رسانه‌ها یا دریافت‌کننده و مصرف‌کننده پیام‌های رسانه‌ای در نظر گرفته می‌شدند، جای خود را به کاربران بی‌شماری داده‌اند که نه تنها فعال و تولیدکننده پیام هستند بلکه شاکله هویت رسانه‌ها محسوب می‌شوند (ناتینگال^۱، ۲۰۱۱: ۵۹) این انتخاب کاربران است که درباره چه موضوعی بحث کنند و چه محتوایی را به اشتراک بگذارند (پاتروت و پاتروت^۲، ۲۰۱۳: ۱۰۲). به این دلیل، تلویزیون‌های ماهواره‌ای با بهره‌گیری فعال از قابلیت‌های فضای مجازی، تلاش کرده‌اند ضمن رصد دیدگاه‌های بینندگان درباره برنامه‌های خود و اعمال نظر آنان، وارد تعاملی جدی و پویا با مخاطبان شوند (بیچرانلو، ۱۳۹۵: ۷۹). در همین زمینه، نظریه نقش مناسب به بررسی رقابت میان یک رسانه جدید با رسانه‌های موجود بر سر برآورده کردن انتظارات مصرف‌کننده، زمان مصرف‌کننده و مواردی از این دست می‌پردازد (دیمیک^۳ و همکاران، ۲۰۰۰). برای مطالعه فرایند شکل‌گیری بحران روش‌های گوناگونی وجود دارد که از هر یک، با توجه به نوع و ویژگی بحران استفاده می‌شود. جستجوی اطلاعات و به اشتراک‌گذاری آن جزء فعالیت‌های اساسی رفتارهای ارتباطی است که افراد به‌طور منظم انجام می‌دهند. همچنین می‌توان گفت که دریافت و توزیع سریع اطلاعات در قلب ارتباطات بحران قرار دارد. یکی از این روش‌ها «نردبان تشدید وضعیت» است. در این روش، بر اساس مرزبندی متعدد از افزایش تدریجی سطح بحران که در آن پله‌ها و گام‌های شکل‌گیری بحران توضیح داده می‌شود، تصمیمات مقتضی را اتخاذ می‌کنند. در نردبان تشخیص وضع، مراحل قابل تشخیص بحران که به‌طور معمول از علائم هشداردهنده آغاز می‌شود و به نقطه اوج خود می‌رسد، رسم می‌کنند. همچنین در بحران‌های عمدی که اغلب از سوی دیگران طراحی و اجرا می‌شوند و نیز در بحران‌های دوره‌ای و تدریجی که دانش و تجربه لازم برای برخورد با آنها وجود دارد، این روش بسیار کمک‌کننده خواهد بود. از این دیدگاه مطالعه فرایند شکل‌گیری بحران نشان می‌دهد که بحران‌ها نیز همچون تمامی پدیده‌های جهان هستی، تابع نظم و قاعده مشخصی هستند (بصیربان جهرمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۱). بنابراین در پژوهش حاضر، به‌منظور تحلیل نقش تلویزیون

1. Nightingale
2. Patrut & Patrut

3. Dimmick

در مدیریت بحران سیل بهار ۱۳۹۸ تمامی خبرهای مربوط به سیل در بازه زمانی مورد نظر (یکم تا ۱۴ فروردین ۹۸) در اخبار شبانهگاهی ساعت ۲۱ شبکه یک سیما و شبکه خبر مورد بررسی قرار گرفت و پس از آماده سازی محتوا با استفاده از روش تحلیل مضمون، داده‌ها بر اساس اهداف پژوهش، مقوله‌بندی، محور یابی و سپس، جمع‌بندی و خلاصه‌سازی شدند و در نهایت با بهره‌گیری از فن خلاصه‌سازی بازگشتی، مورد تفسیر قرار گرفتند. در ادامه، مقوله‌هایی که بار معنایی مشابهی داشتند و مفهومی یکسان را به ذهن متبادر می‌کردند ذیل یک مقوله انتزاعی و کلی تر قرار داده شدند. طبق نتایج، تحلیل نقش تلویزیون در قالب ۲۰ مضمون پایه و ۹ مضمون سازمان‌دهنده نشان داده شد. در ادامه، به تحلیل پرسش‌های پژوهش پرداخته شده است.

در این زمینه، نتایج مطالعات نصرالهی و پیش‌نمازی (۱۳۹۶)، خانکه و پرستش (۱۳۹۶)، منطبق با یافته‌های این پژوهش، از تحلیل نقش تلویزیون در مدیریت بحران سیل بهار ۹۸ حکایت دارد. براین اساس، مطالعه کنونی را می‌توان گامی پژوهشی در راه پیوند میان دو حوزه رسانه‌های خبری (به‌ویژه تلویزیون) و مدیریت بحران دانست. با نظر به شوق وافر مدیران رسانه، به‌ویژه شبکه‌های خبری برای استفاده از آخرین دستاوردهای فناوری، پژوهش حاضر به مطالعه چگونگی کاربست شبکه‌های خبری از یافته‌های نظری در حوزه رسانه و به‌ویژه، در مدیریت بحران پرداخته است. از آنجا که تلویزیون نیز در ردیف چندرسانه‌ای‌ها قرار می‌گیرد، یافته‌ها می‌توانند به ارتقای پخش در بخش خبری سیما کمک کنند. یک جمع‌بندی می‌توان گفت که تمامی مطالعات، نقش رسانه‌ها را در مدیریت بحران مورد تأکید قرار می‌دهند. تلویزیون به‌عنوان نهادی فرهنگ‌ساز و فرهنگ‌گستر، با برخورداری از ظرفیت‌های انحصاری بی‌بدیل در ارائه خدمات عمومی و ملی، نقش حساس و مؤثری در فرایند مدیریت بحران ایفا می‌کند.

نقش تلویزیون در مدیریت بحران سیل بهار ۹۸

طبق نتایج، شبکه خبر و خبر ۲۱ شبکه یک سیما همسو با وظایف خود در زمینه ایجاد آمادگی در مردم برای مواجهه با بحران و کاهش خطرات احتمالی در استان‌های مختلف، از سه روز قبل از وقوع سیل در بخش‌های مختلف خبری به «آگاه‌سازی و هشداردهی» درباره ماهیت این بحران پرداختند؛ این شبکه‌ها در قالب گزارش

کارشناسان هواشناسی، در خصوص احتمال آب‌گرفتگی معابر عمومی، بالا آمدن رودها، سیلابی شدن رودخانه‌ها و مسیل‌ها و طوفانی شدن دریا در استان‌های شمالی و جنوبی به مخاطبان هشدار دادند. توصیه به مستقر نشدن در مجاورت رودخانه‌ها و لای‌روبی آنها، پاک‌سازی مقاطع پایین‌دست سدها، اطلاع به ساکنان در معرض خطر برای تخلیه از سوی دستگاه‌های اجرایی مربوط و تهیه و تأمین مناطق امن برای اسکان اضطراری، از جمله اطلاعات کاربردی بود که با هدف پیشگیری از خسارت ارائه شد. همچنین از همان روزهای ابتدایی، «اطلاعیه ستاد مدیریت بحران» در قالب گفتگو با اعضای ستاد، به‌صورت زیرنویس و به‌طور متناوب در شبکه درج می‌شد که شامل اطلاع‌رسانی درباره وضعیت آب‌وهوا و میزان بارش‌ها، وضعیت سدها، تعلیق مرخصی مسئولان ارشد استان‌ها و آماده‌باش کامل، توصیه به مسافران نوروزی، مخاطبان و دستگاه‌های اجرایی و اعلام آمادگی دولت برای حمایت از بخش کشاورزی، صنعتی و دامی برای مواجهه با خطرات احتمالی بود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تلویزیون در راه آگاهی‌بخشی و هشداردهی به مخاطبان گام‌های لازم را برداشته، اما از آنجا که این کارکرد، از مهم‌ترین کارکردهای رسانه است، بهتر بود ضمن آگاهی دادن به مخاطبان، به‌منظور یادآوری و بهره‌گیری از تجربیات گذشته، به ارائه آمار و اطلاعات تاریخی، نمایش تجربیات سایر استان‌ها در این قبیل بحران‌ها و برجسته‌سازی آثار نامطلوب آن نیز توجه بیشتر می‌شد. (در این زمینه تنها به تجربیات دو استان شمالی که در روزهای پایانی سال ۹۷ درگیر این بحران بودند اکتفاء شده است). پاراس کریانیس (۲۰۱۴) در پژوهشی به این موضوع اشاره کرده است که رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش بسیار مهمی در ایجاد آگاهی مستمر از تهدیدهای بالقوه و دستیابی به آمادگی مؤثر برای سونامی و دیگر خطرهای دریایی ایفا کنند و در نتیجه، خسارات آینده زندگی و تخریب اموال را به کمترین حد برسانند. در نتیجه به نظر می‌رسد که مشارکت‌های رسانه‌ای می‌تواند شامل برنامه‌های آموزشی مکرر باشد.

در این ایام باتوجه به هشدارهای هواشناسی، به‌منظور «دیدهبانی» و رصد میزان توجه مسئولان به برنامه‌ریزی اقدامات پیشگیرانه، در بخش خبری با «وزیر نیرو»، «مدیرکل مدیریت بحران استان‌های مختلف»، «رئیس مرکز اطلاعات و کنترل ترافیک پلیس راهور ناجا»، «فرمانداران و شهرداران»، «اعضای ستاد مدیریت بحران

مرکز» و... به‌صورت تلفنی، گزارش و ویدئوکنفرانس گفتگو شد که به ارائه گزارش کار کلی، اقدامات صورت گرفته برای پیشگیری و اعلام آمادگی از سوی دستگاه‌های مربوط (به‌ویژه بعد از سیل مازندران و گلستان) انجامید و تا حدودی مناسب بود. البته کارشناسان رسانه به‌ویژه رسانه‌های محلی می‌توانستند با توجه به میزان بلاخیز بودن استان‌ها، به‌ویژه در فصل‌های پاییز و زمستان، با رصد فعالیت سازمان‌های مسئول و پیش‌مداوم برنامه‌های آنها در پیشگیری و در مرحله بعد، آمادگی در برابر بحران، نقش مهم‌تر و مؤثرتری ایفا کنند.

تلویزیون هم‌سو با کارکرد «آموزش مصون‌سازی» خود، در این ایام تنها به درج «اطلاعیه ستاد مدیریت بحران»، هشدارهای ایمنی در مواقع احتمال بروز سیل، ارائه نکاتی به طبیعت‌گران و ارائه توصیه‌های کلی مسئولان در گفتگوهای خبری، اکتفاء کرده است. در حالی که شایسته بود با ارائه آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم راه فرهنگ‌سازی پیشگیری و مصون‌سازی در برابر خطرات گام بردارد و با استفاده از شیوه‌های اقناعی و تأثیرگذار در قالب میان‌برنامه‌های کوتاه و گفتگو با کارشناسان، به آمادگی مخاطبان در برابر بحران کمک کند؛ ضمن اینکه با شناسایی بحران‌های بالقوه در کشور، شرایط بحرانی را به مسئولان گوشزد کند.

بحران سیل، از چند روز پیش از نوروز ۹۸ در دو استان شمالی (مازندران و گلستان) آغاز شد و تا سیزده فروردین در اکثر استان‌های کشور ادامه یافت؛ در این ایام، رسانه در بخش‌های مختلف خبری با زیرنویس‌های مختلف، به «خبررسانی» و ارائه اطلاعات درباره سیل و مشکلات ایجاد شده پرداخت؛ ارائه آماری از میزان آب‌گرفتگی‌ها و خسارات جانی و مالی، قطعی برق، آب و گاز در برخی مناطق و استان‌ها، مسدود شدن با از بین رفتن بخشی از راه‌ها، حاد بودن وضعیت برخی شهرها و روستاها و پیش‌بینی آب‌وهوا در ساعات و روزهای آینده، تأکید بر مدیریت سدها و پر شدن ظرفیت آنها به‌ویژه در استان خوزستان، از جمله موضوعات پرتکرار مرتبط در این زمینه بود که نشان از توجه مناسب رسانه به انعکاس بهنگام اخبار حادثه داشت.

به لحاظ انجام‌وظیفه «دروازه‌بانی اطلاعات» به نظر می‌رسد که رسانه در حین بحران، در بخش‌های خبری در ارتباط تصویری و گفتگو با مسئولان حوزه‌های مختلف، به انعکاس اقدامات دستگاه‌های اجرایی پرداخته بود. نقش

کمرنگ مردم به‌ویژه مردم آسیب‌دیده در خبرها، ازجمله نکات قابل توجه در عملکرد شبکه در حین بحران بود؛ به‌طوری که تا روز سوم فروردین (چند روز پس از سیل آق‌قلا و مازندران)، هیچ‌گونه گزارش مردمی از مناطق آسیب‌دیده پخش نشد در گزارش‌های نمایش داده شده تا آن زمان نیز، تنها عملکرد و فعالیت نهادها و دستگاه‌های مختلف در امدادسانی به نمایش درآمد. در این زمینه پژوهش‌رشدی و همکاران (۱۳۹۳) حاکی از آن است که در زمان مواجهه با بحران، مهم‌ترین کارکرد رسانه، ارائه اخبار و اطلاعات صحیح و سریع به مخاطبان است. همچنین رسانه می‌تواند با بهره‌گیری از کارکرد دروازه‌بانی اطلاعات و از طریق هماهنگی با سایر نهادهای درگیر بحران، پیام‌های مناسب را با شیوه مناسب به مردم برساند و با تولید اطلاعات حداکثری و کامل، از بروز و گسترش شایعات جلوگیری کند.

کارکرد «همراه‌سازی» نیز در ارتباط با مسئولان، ارسال پیام‌های وحدت‌بخش و همدردی با مردم مناطق سیل‌زده و اشاره به حضور خودجوش مردم برای کمک به آسیب‌دیدگان (مورد اشاره در گزارش مردمی بخش خبری) و حضور نیروهای نظامی و بخش‌های مختلف در کنار مردم نمود داشته است. در این زمینه رسانه ملی، ضمن توجه به آرامش‌بخشی، با تهیه گزارش‌های لحظه‌به‌لحظه از محل حادثه و ارائه مطالب انسجام‌بخش و وحدت‌بخش زمینه را برای ترغیب مردم و مسئولان برای امدادسانی فراهم می‌کرد.

رسانه ملی در مرحله پس از بحران، در بخش‌های مختلف خبری (در صدر خبرها) به موضوع سیل پرداخت و در زیرنویس نیز اخبار هواشناسی، میزان خسارت‌ها و توصیه‌هایی برای پیشگیری از آسیب‌های احتمالی درج شد؛ اطلاع‌رسانی درباره میزان بارندگی، مناطق سیل‌زده، مشکلات موجود از جمله قطعی آب، برق، گاز و راه‌های ارتباطی برخی از روستاها و شهرهای کشور، تخمین خسارت‌های وارد شده به زیرساخت‌ها، زمین‌های کشاورزی، باغ‌ها، دام‌ها، منازل مسکونی و تجاری و اقدامات دستگاه‌های اجرایی در خدمت‌رسانی و امدادسانی، ازجمله موضوعات پرتکرار در مرحله پس از بحران بود. همچنین به مباحثی مانند شناخت دلایل این حادثه، انتقاد از عملکرد سازمان‌ها و پرسش از مسئولان درباره کوتاهی‌ها و اقدامات مورد نیاز برای پیشگیری نیز پرداخته

شده است. در همین زمینه، نتایج پژوهش‌های رشیدی و همکاران (۱۳۹۳)، حاکی از این است که کارکرد همراه‌سازی، در اولویت بعدی رسانه‌ها در مرحله وقوع بحران است و تقریباً با کارکرد خبررسانی و دروازه‌بانی اطلاعات باید مورد توجه رسانه باشد. براین اساس رسانه، با برجسته‌سازی رویداد در تمامی برنامه‌ها و پوشش رسانه‌ای زنده و لحظه‌به‌لحظه از محل حادثه، مخاطبان را به همراهی با پیام رسانه ترغیب می‌کند و زمینه تهییج و ترغیب مردم و مسئولان را برای امدادرسانی فراهم می‌آورد. ارسال پیام‌های انسجام‌بخش و وحدت‌بخش از طریق رسانه، موجب افزایش همدلی بین مردم و تقویت روحیه مشارکت و همکاری آنان می‌شود.

به نظر می‌رسد در بازنمایی سیل نوروز ۹۸، رسانه به کارکرد «تحلیگری» (که به دلیل تأثیر آن بر کارکردهای دیگر رسانه، به‌ویژه در مرحله پیش از بحران، بسیار مهم است)، کمتر توجه داشته است، از این رو، شایسته بود که در این مرحله با بهره‌گیری از کارشناسان، به تحلیل و ارزیابی عملکرد مدیریت بحران می‌پرداخت تا دانش حاصل از آن را برای بهره‌گیری در بحران‌های احتمالی آینده ذخیره و از درگیر شدن مجدد جامعه و مردم در بحران‌های بعدی جلوگیری کند. روش‌سندل ارتباطی و صلواتیان (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با ارائه مدل پروانه‌ای نقش رسانه‌ها در مدیریت مرحله پیش از بحران نشان داده‌اند که رسانه‌ها در مدیریت مرحله پیش از بحران دارای پنج کارکرد اصلی رصد و پایش محیط، آموزش، هدایت افکار عمومی، اطلاع‌رسانی و ایجاد همبستگی عمومی هستند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌ها می‌توانند در مدیریت مرحله پیش از بحران نقش به‌سزایی ایفا کنند.

پیگیری مشکلات و مطالبات مردم، اقدامات مورد نیاز برای بازسازی و توسعه زیرساخت‌ها، نحوه پرداخت اعتبارات و جبران خسارت‌ها، جزئیات اختصاص تنخواه از سوی هیئت دولت و دریافت آن، از جمله موضوعات مورد اشاره در خبرها، همسو با کارکرد «پاسخ‌طلبی» رسانه ملی بود. اما رویکرد مطالبه‌گری چندان در بحث‌های مطرح شده غلبه نداشت، به طوری که پس از گفتگو یا گزارش نمایش داده شده، پاسخ سؤالات گوینده یا گزارشگر، به ارائه گزارش کار یا واقعه از سوی مسئولان منجر می‌شد یا هنگام انتقادات مردم و گلابه‌هایشان از کافی نبودن امکانات، ارائه پاسخ به آنان کمتر مورد توجه قرار گرفت.

در زمینه نقش تلویزیون در مدیریت بحران سیل بهار ۹۸ می‌توان گفت که در مجموع، رسانه ملی برای پاسخگویی به نیازهای رسانه‌ای چهارگانه آسیب‌دیدگان سیل نوروز ۹۸، با ارائه اطلاعات مختلف آگاهی و گاه کاربردی در بخش‌های خبری و زیرنویس، نیاز به اطلاعات مخاطبان خود را تا حدودی تأمین کرده است. اما به لحاظ تأمین نیاز مخاطبان به توجه رسانه، نقش مردم به‌ویژه مردم آسیب‌دیده از سیل در این ایام تا حدودی کم‌رنگ بود؛ به همین دلیل، عملکرد رسانه در این زمینه چندان مناسب ارزیابی نمی‌شود. توجه رسانه‌ای سبب جذب کمک‌های مردمی، جلب توجه مسئولان، تخلیه روانی آسیب‌دیدگان، ایجاد آرامش ناشی از حمایت، افزایش اعتماد به رسانه و جلوگیری از سوءاستفاده دیگران خواهد شد، اما تعداد گزارش‌های نمایش داده شده از مناطق سیل‌زده و گفتگو با مردم منطقه اندک شمار بود و همان تعداد مرتب تکرار می‌شد (این امر به‌ویژه در روزهای ابتدایی وقوع سیل بیشتر بود). با وجود اهمیت نیاز به آموزش پیش‌و‌پس از وقوع بلایای طبیعی، این رویکرد در رسانه نمود کمتری دارد؛ در حالی که توقع می‌رود آموزش‌های آگاهی‌بخش، غفلت‌زدا، آرامش‌بخش و معطوف به مخاطرات بالقوه ملی و محلی به‌صورت مداوم، پیش از وقوع بلایای طبیعی از طریق رسانه‌های ملی و محلی ارائه شود و به منظور رفع نیازهای آسیب‌دیدگان نیز ارائه، آموزش‌های کاربردی برای مصون ماندن در برابر مخاطرات آتی، پس از وقوع بلایای طبیعی مورد توجه قرار گیرد.

رویکردهای خبری، راهبردهای رسانه‌ای و جهت‌گیری خبری تلویزیون در مدیریت بحران سیل بهار ۱۳۹۸ چگونه بوده است؟

نوع رویکرد و راهبردی، جهت‌گیری رسانه را در برنامه‌ریزی و چگونگی پوشش بحران تعیین می‌کند. در یک تقسیم کلی، رویکردهای پوشش خبری را می‌توان به رویدادی و فرایندی، کمی و کیفی، سنتی و قانون طبیعی و تعاملی تقسیم‌بندی کرد. در تلویزیون به دلیل اینکه بحران سیل در ایام فروردین‌ماه در مناطق مختلف ایران همچون شمال، جنوب و جنوب غرب در زمان‌های مختلف رخ داد؛ بنابراین رویکرد خبری در این رسانه به اخبار فرایندی توجه داشت. این نوع خبرها از گذشته آغاز می‌شود، در مقطع حال بارزند و در آینده نیز پیامدهایی دارند. در تلویزیون از رویکرد قانون طبیعی بیشتر بهره برده‌اند. بحران‌ها را قانون طبیعی زندگی بشری می‌دانند که

گریزی از آنها نیست. بنابراین، از تمامی توان و ظرفیت‌های خود برای پیش‌بینی بحران قبل از وقوع و مقابله مؤثر با آن استفاده می‌کنند.

راهبرد رسانه‌ای مورد استفاده در مواجهه با بحران از سوی تلویزیون، راهبرد فعال بود زیرا رسانه‌ها بحران را جزئی از طبیعت بشری می‌پندارند و براین اساس خود را به اقدام فعالانه در مواجهه با بحران‌ها ملزم می‌دانند. در خصوص جهت‌گیری خبری، طبق نتایج، تلویزیون همسو با ایفای نقش نماینده، کمتر با رویکرد انتقادی به طرح و پیگیری مسائل و مشکلات پرداخته است. از آنجای که انتظار می‌رود رسانه‌ها به نمایندگی از مردم بر امور مدیریت بحران نظارت کنند، پیگیر مسائل، مشکلات و وعده‌های مسئولان باشند، به‌عنوان سخنگو، خواسته‌ها، نیازها و وضعیت مردم را به اطلاع مسئولان برسانند و حقوقشان را از متولیان امور مدیریت بحران مطالبه کنند، بهتر بود رسانه ضمن انعکاس اقدامات نهادهای اجرایی، به‌منظور شفاف‌سازی و پاسخگویی مناسب، در پیگیری مسائل، وعده‌های مسئولان و دلایل وقوع حادثه (به‌ویژه حادثه دروازه قرآن شیراز) با رویکرد مطالبه‌گرایانه‌تری به این موضوع می‌پرداخت.

سرعت خبری، صحت و دقت خبری و حجم و جامعیت خبری تلویزیون در

مدیریت بحران سیل بهار ۱۳۹۸

در زمینه سرعت، به نظر می‌رسد که در اطلاع‌رسانی و پوشش خبری بحران سیل بهار ۹۸، تلویزیون با همه امکانات و خبرنگاران و... از دیگر رسانه‌ها عقب افتاد. شبکه خبر به‌عنوان مهم‌ترین شبکه خبری رسمی در کشور، کمترین گزارش میدانی را از وضعیت باران و سیل به‌ویژه از لرستان و ایلام پخش کرد و این در حالی بود که گزارش‌های ارسالی مردم در شبکه‌های اجتماعی، نشان‌دهنده، وسعت و عظمت واقعه در مناطق سیل زده بود. رسانه ملی حتی در برقرار کردن ارتباط با مراکز استانی خودش به‌شدت ضعیف عمل کرد، چنان‌که در ساعات اولیه شکل‌گیری و وقوع سیل هیچ‌کدام از تصاویری که در شبکه‌های اجتماعی درباره شدت سیل در نقاط مختلف پخش می‌شد، در شبکه خبر انعکاسی نداشت. بیشتر مصاحبه‌ها با استانداران نیز از طریق تماس تلفنی و بدون تصویر بود. از ظهر روز حادثه به‌تدریج شبکه خبر با استفاده از تصاویری که از سوی حاضران در صحنه گرفته شده بود، روی آورد. به نظر می‌رسد از خبرنگاری و گزارشگری بحران که ژانری تخصصی در رسانه‌نگاری است، در

صداوسیما خبری نیست و این، بارها در شبکه‌های اجتماعی مورد انتقاد قرار گرفت. در زمینه صحت و دقت خبری، می‌توان گفت که رسانه‌ها با تکذیب شایعه‌ها سعی در افزایش صحت و دقت خبری داشتند.

در زمینه حجم و جامعیت خبری، عامل دیگری که در اهمیت نقش رسانه در محیط، به‌ویژه در شرایط بحران، تأثیر انکارناپذیر دارد، قدرت دروازه‌بانی رسانه است. همه کسانی که در رسانه‌های خبری کار تهیه اخبار را بر عهده دارند، به‌گونه‌ای با گزینش خبرها سروکار پیدا می‌کنند. تلویزیون در کنار مدل حرفه‌ای به تعیین ارزش‌های خبری مناسب بر اساس اهداف، فشارها، مدل و فرایندهای سازمانی گرایش دارد.

پیشنهاد‌های پژوهش

- شناساندن بحران و وضعیت آن، ایجاد آمادگی در بخش‌های مسئول رویارویی با بحران، آموزش راه‌های مقابله با بحران و یا کمک به آسیب‌دیدگان و نیز شناساندن بحران در وضعیت‌های مختلف آن از طریق برنامه‌ها و فیلم‌های آموزشی تلویزیون می‌تواند به آگاهی مردم از پدیده‌ها و آثار و عوارض طبیعی آنها بر اقتصاد، اجتماع، محیط زندگی و سلامت جسم و روان کمک کند. شناخت موضوع موجب می‌شود که مردم آموزش را با انگیزه بیشتری دنبال کنند.

- برای برنامه‌ریزی باید از یک سو، عناصر اصلی کارگروه‌های تولید پیام خبری را مشخص کرد و از سوی دیگر، اهداف و انواع مخاطبان و موقعیت بحران را در نظر گرفت و آنگاه با توجه به ویژگی‌های مخاطبان و مجراهای مناسب، پیام‌های مرتبط با بحران سیل را مدیریت و ارائه کرد.

- بحران‌ها جزء جدایی‌ناپذیر جوامع و زندگی بشری از جمله کشورما هستند و رسانه‌ها نیز به عنوان جزء جدایی‌ناپذیر بحران‌ها، در مراحل مختلف قبل، حین و بعد از هر بحران، نقش غیرقابل‌انکاری دارند؛ از این رو؛ پیشنهاد می‌شود که با مدیریت رسانه، خسارات ناشی از بحران به حداقل برسد و حتی بحران به‌نوعی به فرصت تبدیل شود.

- آموزش‌ها به‌طور صحیح و جامع در تمامی مراحل بحران به مردم ارائه شود تا بتوانند با سازمان‌دهی و برقراری نظم، از مصیبت‌های بیشتر بعد از وقوع حادثه جلوگیری کنند.

- مدیریت بحران به‌وسیله رسانه از نوع رویکرد، جهت‌گیری، راهبرد و عوامل متعدد دیگر اثر می‌پذیرد و کارکردهای آن را متفاوت می‌کند. دانستن این عوامل و اثرات آنها بر خروجی رسانه‌ها، عملکرد متفاوت آنها را در بحران قابل درک می‌کند و قدرت مانور ذهنی مدیران را افزایش می‌دهد.

- لازم است رویکرد مدیریت اخبار صداوسیما در بحران سیل فوق‌فعال باشد و از راهبردهای انفعالی و واکنشی که متأثر از جهت‌گیری سنتی است، دوری شود.
- جلوگیری از بروز شایعات در سطح سازمان و محیط پیرامون از وظایف مدیران سازمان رسانه است که با مشورت روابط عمومی‌ها در جلسات تصمیم‌گیری مدیران خبری برای حل بحران‌ها تحقق یابد.

منابع

- بصیریان جهرمی، حسین و محمد عبدالحسینی و ملیکا بردبار. (۱۳۹۵). رسانه‌های اجتماعی و مدیریت بحران نقش تلفن‌های همراه هوشمند در کنشگری اجتماعی. **وسایل ارتباط جمعی**، ۲۷(۱۰۲)، ۵۷-۸۲.
- بنی‌هاشمی، محسن و زهرا خلیلی. (۱۳۹۲). زندگی روزمره بدون تلویزیون و جایگزین‌های تلویزیون در زندگی. **رادیو تلویزیون**، ۹(۲۰)، ۱۵۷-۱۸۸.
- بیچرانلو، عبدالله. (۱۳۹۵). مهم‌ترین روش‌های جذب مخاطب در سه شبکه تلویزیونی ماهواره‌ای سرگرمی‌محور. **مطالعات رسانه‌های نوین**، ۲(۶)، ۵۷-۹۰.
- چگینی، سهیلا و سیدمحمد مهدی‌زاده و حسین علی‌افخمی و رحمان سعیدی. (۱۳۹۰). رابطه کاربرد رسانه‌های جدید با انتظارات مخاطبان از تلویزیون ملی. **پژوهش‌های ارتباطی**، ۱۸(۳).
- حسنی‌فر، عبدالرحمن و الهه ابوالحسنی. (۱۳۹۰). بررسی نقش تلویزیون در حوزه نقد و شیوه مناظره. **مطالعات میان رشته‌ای در رسانه و فرهنگ**، ۱(۲)، ۲۱-۴۷.
- حسینی‌انجدانی، مریم و زهرا درویشه و زهره خسروی و مه‌سیما پورشه‌ریاری. (۱۳۸۸). نقش رسانه‌ها در رشد هویت ملی نوجوانان شهر تهران. **پژوهش‌های ارتباطی**، ۱۶(۲)، ۳۹-۶۴.

- خانکه، حمیدرضا و سکینه پرستش. (۱۳۹۶). مدیریت بحران سیل در ایران: یک مطالعه مروری. **اولین همایش ملی پیشگیری از غرق شدگی، رشت.**
- دادگران، محمد. (۱۳۹۲). **مبانی ارتباطات جمعی.** تهران: فیروزه.
- درودی، هما و حسن سپهری فر. (۱۳۹۸). ارزیابی مدیریت بحران در ایران بر مبنای مدل لیتل جان. **دانش پیشگیری و مدیریت بحران، ۹(۴)، ۳۹۳-۴۰۲.**
- ذکایی، محمدسعید و محمدحسین حسنی. (۱۳۹۴). گونه‌شناسی کاربران رسانه‌های اجتماعی. **راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۵(۱۷).**
- رشیدی، احتشام و مهدی نوری و محمدعلی نکوئی. (۱۳۹۳). شناسایی کارکردهای رسانه‌های جمعی در مدیریت بحران بلایای طبیعی بر اساس فرایند تحلیل شبکه. **مدیریت بحران، ۶، ۲۴-۱۵.**
- روشندل اربطانی، طاهر و سیاوش صلواتیان. (۱۳۸۹). طراحی مدل نقش رسانه‌های جمعی در مدیریت مرحله پیش از بحران. **علوم مدیریت ایران، ۵(۱۷)، ۱۱۱-۸۹.**
- صبوری، شهاب الدین. (۱۳۹۷). **بررسی پوشش خبری رویداد پلاسکو در بخش‌های اصلی شبکه خبر.** پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد دیپلماسی در سازمان‌های اقتصادی بین‌المللی، گرایش روزنامه‌نگاری، دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، دانشکده ارتباطات و رسانه تهران.
- غیورباغبانی، سیدمرتضی و مرتضی رجوعی و علی پورنگ و محسن مرادی. (۱۳۹۸). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه فرهنگ وقف با رویکرد تحلیل مضمون در آستان قدس رضوی. **مدیریت اسلامی، ۲۷(۲)، ۱۷۰-۱۴۹.**
- گرانمایه‌پور، علی و زهرا کرمی. (۳۹۶۱). بررسی تطبیقی دلایل گرایش دانش‌آموزان دختر و پسر مقاطع دبیرستانی منطقه ۳ تهران به استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی. **رسانه، ۲۸(۲)، ۱۴۰-۱۱۹.**
- مستأجران، سعید. (۱۳۹۷). **راهکارهای عملیاتی رسانه ملی برای مواجهه با شبکه‌های اجتماعی در مدیریت بحران‌های اجتماعی.** پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.
- نصراللهی، اکبر و پروانه پیش‌نمازی. (۱۳۹۶). آسیب‌شناسی عملکرد رسانه‌ها در

پوشش خبری حادثه پلاسکو. چهارمین کنفرانس جامع مدیریت بحران و HSE، تهران: دبیرخانه دائمی کنفرانس.
هراتی، سعید. (۱۳۹۶). بررسی نقش ساختار مدیریت دولتی بر مدیریت بحران شهر کرج. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت شهری، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد صفادشت.

Ben-Yehuda, H.; Chanan, N. & Levin-Banchik, L. (2013). When Media and World Politics Meet: Crisis Press Coverage in the Arab-Israel and East-West Conflicts. **Journal Indexing And Metrics**, 6 (1), 71-92.

Bundy, J.; Pfarrer, M.; Short, C.E. & Coombs, T.W. (2017). Crises and Crisis Management: Integration, Interpretation, And Research Development. **Journal of Management**, 43(6), 1661-1692.

Chan, J.C. (2014). The Role of Social Media in Crisis Preparedness. **Response And Recovery, Public Relations Research**, 8(4), 279-295.

Chuang, Y.W. (2015). Toward an Understanding of Uses And Gratifications Theory And The Sense of Virtual Community on Knowledge Sharing In online Game Communities. **International Journal of Information and Education Technology**, 5(6), 47- 62.

Deborah, A.; Michela, A. & Anna, C. (2019). How To Quantify Social Media Influencers: An Empirical Application At The Teatro Alla Scala. **Heliyon**, 5(5), 36-77.

Dimmick, J.; Kline, S. & Stafford, L. (2000). The Gratification Niches of Personal E-Mail and The Telephone: Competition, Displacement and Complementarity. **Communication Research**, 27 (2), 227-248.

Kutler, D.; Paterson, G. & Dufty, A. (2019). Twitter Turns Ten: Its Use To Date In Disaster Management. **Australian Journal of Emergency Management**, 31(2), 50-73.

Nightingale, V. (2011). The Handbook of Media Audiences. **Malden**, Wileyblackwell.

Pararas-Carayannis, G. (2014). Mass Media Role In Promotion of Education, Awareness And Sustainable Preparedness For Tsunamis And other Marine Hazards. **Science of Tsunami Hazards**, 33(1), 110-115.

Patrut, M.; Patrut, B. (2013). Social Media In Higher Education:

- Teaching In Web 2.0. Hershey, Pennsylvania, United States: **IGI Global**.
- Ramadan, R. (2017). Questioning The Role of Facebook In Maintaining Syrian Social Capital During The Syrian Crisis. **Journal of Human Health**, 3(12), 426-449.
- Rohner, F. & Goldberg, P. (2020). Social Media In Disaster Risk Reduction and Crisis Management. **Science and Engineering Ethics**, 20(3), 717-733.
- Romo- Murphy, E. & Vos, M. (2014). The Role of Broadcast Media in Disaster Preparedness Education: Lessons Learned In The Scientific Literature 2002-2012. **Media Asia**, 41(1), 71-85.
- Saroj, A. & Sukomal, P. (2020). Use Of Social Media in Crisis Management: A Survey. **International Journal of Disaster Risk Reduction**, 13(41), 218-239.
- Zheng, B.; Gongbing, B.; Liu, H. & Lowry, P.B. (2020). Corporate Crisis Management on Social Media: A Morality Violations Perspective. **Heliyon**, 6(19), 35-44.
- Zheng, B.; Liu, H. & Davison, R.M. (2018). Exploring The Relationship Between Corporate Reputation and The Public's Crisis Communication on Social Media. **Public Relation Review**, 44(1), 56-64.