



الزامات مدیریتی سازمان‌های رسانه‌ای محلی در بلایای طبیعی

مورد مطالعه؛ تلویزیون سهند در زلزله ارسباران

سیاوش صلواتیان

استادیار دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران، salavatian@gmail.com

چکیده

زمینه و هدف: در کشور ما ده‌ها شبکه رادیویی و تلویزیونی استانی وجود دارند که تاکنون ظرفیت‌های عظیم این رسانه‌های محلی در مدیریت بحران مورد غفلت واقع شده است. مدیران این رسانه‌ها در صورت شناخت صحیح الزامات می‌توانند از پتانسیل‌های رسانه‌های محلی در فرونشاندن بحران‌های ناشی از بلایای طبیعی استفاده حداکثری کنند. هدف پژوهش پیش رو بررسی الزامات مدیریتی رسانه‌های محلی در هنگام وقوع بلایای طبیعی است. **روش:** کلیه مدیران و کارکنان شبکه رادیویی و تلویزیونی سهند آذربایجان شرقی که در مدیریت رسانه‌ای زلزله ارسباران نقش داشتند، جامعه این پژوهش را تشکیل می‌دهد. نمونه‌ای ۱۰ نفری به کمک روش نمونه‌گیری هدفمند از میان ایشان انتخاب شد. در مصاحبه عمیق با این افراد، تجاربشان در مدیریت بحران زلزله ارسباران شهرستان‌های اهر و ورزقان احصا گردید. برای تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها نیز از کدگذاری کیفی در دو مرحله کدگذاری باز و محوری استفاده شد.

یافته: یافته‌های این پژوهش ما را به نقش‌های سه‌گانه مدیران رسانه‌های محلی در خصوص مدیریت بحران رهنمون کرد، نقش‌های مدیریت خود بحران‌زده، مدیریت رسانه بحران‌زده و مدیریت جامعه بحران‌زده. همچنین مهم‌ترین مجاری ورودی اطلاعات به رسانه‌های محلی در هنگام وقوع بلیه طبیعی شامل: ادراک نیروهای رسانه، ستاد مدیریت بحران استان، گروه‌های اعزامی، اطلاعات مردمی و دیگر منابع شناسایی گردید. اطلاعات ورودی از این کانال‌ها پس از پردازش در رسانه به‌سوی آسیب‌دیده‌ها، رسانه ملی، نیروهای امدادی و دیگر بازیگران مدیریت بحران ارسال خواهد شد. **نتیجه‌گیری:** در هنگام وقوع بلایای طبیعی محلی، رسانه‌های محلی به دلیل قرار گرفتن در مرکز بحران و تأثیرگذاری افزون‌تر بر مخاطبان، نقش بسیار پررنگ‌تری نسبت به رسانه‌های ملی دارند. رسانه‌ای می‌تواند به نحو احسن به هنگام وقوع بلایای طبیعی عمل کند که مدیرانش بتوانند الزامات هر یک از نقش‌های سه‌گانه خود را به‌خوبی رعایت کنند. همچنین گردش اطلاعات، به‌عنوان حیاتی‌ترین عنصر در یک سازمان رسانه‌ای که همچون خون در رگ‌های این‌گونه سازمان‌ها است، در چنین شرایطی دچار تغییرات جدی می‌شود و شناسایی مسیرها و کانال‌های ورود و خروج اطلاعات به سازمان‌های رسانه‌ای محلی می‌تواند کمک زیادی برای مدیران سازمان‌ها به منظور عملکرد بهینه در مدیریت بلایای طبیعی محسوب شود.

کلید واژه‌ها: رسانه محلی، مدیریت بحران، بلایای طبیعی، زلزله ارسباران، شبکه سهند

◀ **استناد فارسی (شیوه APA، ویرایش ششم ۲۰۱۰):** صلواتیان، سیاوش (زمستان ۱۳۹۴). الزامات مدیریتی سازمان‌های رسانه‌ای محلی در بلایای طبیعی: مورد مطالعه؛ تلویزیون سهند در زلزله ارسباران. *فصلنامه دانش پیشگیری و مدیریت بحران*، ۵ (۴)، ۲۶۵-۲۷۹.

Managerial Requirements for local media organizations in natural disasters: Case study of Sahand TV in Arasbaran earthquake

Siavosh Salvatian

Assistant Professor of Media and Communication Faculty of IRIB University, Tehran, Iran, salavatian@gmail.com

ABSTRACT

Background and objective: In our country, there are tens of provincial Radio and TV broadcasting networks that up to now, their capacities in disaster management are being neglected. In case of correct understanding of requirements, media directors can use local media potentials for coping with and responding to hazards of natural disasters. The goal of this study is to investigate managerial requirements for the local media in the time of occurrence of natural disasters.

Method: Sample population for this research were all the managers and staff of Sahand, radio and TV broadcasting network of East Azarbaihan who played a role in media management of Arasbaran earthquake. Among them a 10 person group has been selected through targeted non random sampling method. By using in-depth interview method and qualitative coding of interviews with 10 persons of Sahand provincial TV and Radio programming agents and authorities as sample group, their experiences in disaster management of Arasbaran earthquake (Ahar and Varzagan) reviewed and data collected. Qualitative coding has been done for data analysis of interview.

Findings: The findings of this study led us to the triple roles of local media executives and managers in disaster management; the self - management in disaster roles, the management of disaster-stricken media and the management of disaster-stricken society. Also, based on these findings of the study the most important input channels to local media outlets, on the event of natural disasters, include; the perception of the media forces, the Provincial Disaster Management Committee, dispatching groups, people information and other resources. Received data and information, after processing in the media, will be sent to casualties, national media, relief staff and other players in the field of disaster management.

Conclusion: In comparison between national and local media effectiveness during disasters, local media play more efficient role due to being in the center of disasters. The local media can act efficiently during natural disasters so as its managers can efficiently observe the requirements of any of the above- mentioned triple roles. It was also noted that the flow of information, as the most vital element in a media organization, like the blood in the veins of these organizations, will face serious changes in such a situation and recognition of input and output channels to local media organizations can help managers for optimal operation in natural disaster management.

Keywords: Local Media, Disaster Management, Natural Disasters, Arasbaran Earthquake, Sahand TV

► **Citation (APA 6th ed.):** Salvatian S (2015, Winter). Managerial Requirements for local media organizations in natural disasters: Case study of Sahand TV in Arasbaran earthquake. *Disaster Prevention and Management Knowledge Quarterly (DPMK)*, 5(4), 265-279.

مقدمه

بوچانی، ۱۳۸۲، ص. ۱۳).

ایران بر روی یکی از دو کمربند بزرگ لرزه‌خیزی جهان موسوم به «آلیا» قرار دارد و تنها در سال ۹۰، ۷ هزار و ۹۰۰ زلزله در کشور رخ داده است و از بین ۱۰ زلزله بزرگ بین سال‌های ۱۹۷۰ تا ۲۰۰۸، سه مورد آن‌ها در ایران واقع شده است. زلزله‌هایی با صدمات جانی و مالی فراوان، زلزله رودبار و منجیل به‌تنهایی بیش از ده میلیارد دلار آسیب به کشور وارد کرد و باعث کشته شدن ۴۰ هزار نفر از هموطنان شد و به ۷۱۰ هزار نفر نیز آسیب زد (اسپنس^۴، سو^۵ و اسکاوتورن^۶، ۲۰۱۱).

آخرین زلزله شدیدی که در ایران رخ داد، زلزله دوقلوی آذربایجان شرقی بود که در آن دو زلزله بافاصله ۱۱ دقیقه در دو منطقه اهر و ورزقان هر یک با بزرگی ۶/۳ و ۶/۴ در مقیاس ریشتر رخ داد و به دلیل 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 باعث شد که تعداد قربانیان آن بسیار کمتر از زلزله بم باشد (استاندار آذربایجان شرقی، ۱۳۹۱). رئیس سازمان مدیریت بحران شمار قربانیان این زلزله را ۲۵۳ نفر (استاندار آذربایجان شرقی، ۱۳۹۱)، وزارت بهداشت ۳۰۶ نفر (وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، ۱۳۹۱) و پزشکی قانونی ۱۶۹ نفر اعلام کردند (مدیرکل پزشکی قانونی آذربایجان شرقی، ۱۳۹۱).

امروزه رسانه‌ها به‌عنوان بازیگرانی قدرتمند در عرصه بحران‌ها شناخته می‌شوند. انواع مختلف رسانه‌ها از رسانه‌های جمعی گرفته تا رسانه‌های اجتماعی تأثیرات بسیاری در هنگامه بحران‌ها دارند. رسانه‌ها می‌توانند از قدرت بالقوه در تأثیرگذاری بر توده مخاطبان‌شان در جهت ایجاد و گسترش و یا مدیریت و پایان دادن به انواع بحران‌ها در جوامع محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی بهره ببرند. تاکنون پژوهش‌های متعددی در زمینه چگونگی استفاده از رسانه‌ها در مدیریت بحران صورت گرفته است. این پژوهش‌های داخلی و خارجی به یافته‌های خوبی نیز در خصوص نقش رسانه‌های

بررسی روند وقوع بلایای طبیعی در جهان، نشان از افزایش شدید تعداد آن‌ها طی یک قرن گذشته دارد. به‌طوری‌که از سال ۱۹۰۰ تا سال ۲۰۱۱ تعداد بلایای گزارش‌شده در جهان ده‌ها برابر شده است (سی.آر.ای.دی^۱، ۲۰۱۱). در این بین ایران به‌عنوان یکی از کشورهای با میزان بسیار بالای آسیب‌پذیری در مقابل بلایای طبیعی شناخته می‌شود. بر اساس گزارش رسمی ایران به سازمان ملل در خصوص کاهش خطرات بلایای طبیعی از انواع چهل‌گانه بلایای طبیعی شناخته‌شده، ۳۱ نوع در ایران وجود دارد (گزارش ملی جمهوری اسلامی ایران به نشست کاهش بلایا^۲، ۲۰۰۶). تنوع بالا در انواع بلایای طبیعی از یک‌سو و ضعف جدی کشور در اقدامات لازم برای کاهش صدمات ناشی از بلایای 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 بلایای طبیعی قرار گیرد (شاخص خطرپذیری بلایای طبیعی^۳، ۲۰۱۰).

از بلایای گوناگون موجود در ایران، خطرناک‌ترین و مخرب‌ترین آن‌ها زلزله است. کارشناسان زلزله معتقدند ایران از مستعدترین کشورهای زلزله‌خیز دنیا محسوب می‌شود؛ به‌طوری‌که نواحی با خطر ناچیز کم بوده و بخش وسیعی از کشور را پهنه‌های با خسارت زیاد تشکیل می‌دهد. این مناطق عمدتاً در اطراف گسل‌های مهم و در منطقه البرز واقع شده‌اند (غفوری آشتیانی، ۱۳۷۳، ص. ۷). متأسفانه همیشه خاطرات تلخی در ذهن مردم نسل‌های مختلف کشورمان از زلزله‌هایی ویرانگر وجود داشته و دارد. آنچه در بررسی سابقه زلزله در ایران اهمیت دارد، این نکته است که مدت زیادی از آخرین فعالیت لرزه‌های شهرهای بزرگ ایران سپری شده و با توجه به دوره بازگشت آن‌ها، بروز زلزله در این شهرها قریب‌الوقوع است. به‌عنوان مثال شهر تهران و ری تاکنون ۸ بار به‌وسیله زلزله‌هایی با بزرگی بیش از ۷ ریشتر با خاک یکسان شده است. از آخرین زلزله تهران حدود ۱۸۰ سال می‌گذرد و این در حالی است که دوره بازگشت آن ۱۵۰ سال برآورد شده؛ بنابراین ۳۰ سال از موعد زلزله در تهران گذشته است (احمدی دستجردی و

4. Spence

5. So

6. Scawthorn

1. CRED

2. National Report of the I.R.Iran on Disaster Reduction

3. Natural Disasters Risk Index

مدل‌های علمی در زمینه چگونگی مدیریت رسانه‌های محلی در شرایط بحرانی، لازم است پژوهش‌های کاربردی صورت گیرد تا با به‌کارگیری یافته‌های آن‌ها بتوان ضمن مدیریت بهینه این سازمان‌های رسانه‌ای، از حداکثر پتانسیل‌ها برای مدیریت بهینه بحران‌ها در سطح جوامع محلی بهره ببریم.

در مقاله حاضر با هدف شناسایی الزامات مدیریتی خاص سازمان‌های رسانه‌ای در مدیریت بلایای طبیعی محلی، به‌صورت میدانی دست به جمع‌آوری اطلاعات زده و از تجارب مدیران و متصدیان رادیو و تلویزیون استانی مرکز آذربایجان شرقی (سهند) در زلزله ارسباران (در روستاهای اهر و ورزقان) استفاده نمودیم. رجوع به مدیرانی که به صورت عملی تجربه مدیریت در یک بلیه طبیعی را داشته‌اند، باعث تقویت جنبه‌های کاربردی یافته‌های پژوهش حاضر شده و می‌تواند مبنایی باشد برای ارائه یافته‌هایی بر پایه تجارب بومی کشورمان در زمینه مدیریت رسانه‌ای بلایای طبیعی.

بلایای طبیعی

برای ارائه تعریف از بلایای طبیعی لازم است در ابتدا به تعریف بلا^۱ بپردازیم. از بلا تعریف مختلفی ارائه شده است ازجمله آن را به‌عنوان «هرگونه برهم ریختگی محیط‌زیست انسانی که بیش از توانایی جامعه برای کارکرد طبیعی باشد» تعریف می‌کند (نصرتی و تونزنده جانی، ۱۳۸۵). سازمان بهداشت آمریکا در تعریف خود می‌آورد: «رویدادی انسان‌ساخت یا طبیعی که موجب گسست عمده‌ای در ارائه مقدمات مربوط به سلامت و تهدیدی بزرگ و بلافاصله نسبت به سلامت عمومی می‌گردد و کشور مبتلا نیاز به کمک خارجی برای پاسخ‌دهی به آن وضعیت دارد» (پی.ای.اچ.او^۲، ۱۹۹۰). تعریف بانک جهانی نیز از بلا بدین گونه است: «یک رویداد غیرمنتظره در یک مدت محدود که به جد، اقتصاد کشور را بر هم می‌زند. حادثه‌ای که در یک جامعه بلاست ممکن است در جامعه دیگر نباشد زیرا بلا تنها هنگامی روی می‌دهد که جامعه نتواند اثرات آن بر مردم را جبران کند» (بانک جهانی^۳، ۱۹۸۹).

گوناگون در مدیریت بحران‌های مختلف رسیده‌اند؛ اما یکی از انواع رسانه‌های مغفول در این حوزه، رسانه‌های محلی هستند. در کشورهای بلاخیزی چون ژاپن و اندونزی که هر روزه با انواع مختلفی از بلایای طبیعی مانند زلزله، فوران آتشفشان، سیل و سونامی روبرو هستند، توجه خاصی به قابلیت‌های رسانه‌های محلی برای مدیریت بلایای طبیعی شده و با همکاری سازمان‌های بین‌المللی مثل یونسکو، سرمایه‌گذاری‌های بسیاری در زمینه گسترش رسانه‌های محلی انجام گرفته است. در حالی که در کشور ما که جزء کشورهای با ریسک بالای آسیب‌پذیری از بلایای طبیعی قرار دارد، با وجود انواع گوناگون رسانه‌های محلی از شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی استانی صداوسیما تا مطبوعات محلی، اندک توجهی به بهره‌برداری صحیح از این دارایی عظیم رسانه‌ای در جهت کاهش آسیب‌ها و هزینه‌های ناشی از وقوع بلایای طبیعی شده است. امروزه صاحب‌نظران حوزه ارتباطات بر این عقیده‌اند که برخی از کارکردهای رسانه‌های محلی را هیچ کدام از رسانه‌های منطقه‌ای، ملی و حتی بین‌المللی ندارند. در بحث تأثیرگذاری رسانه‌های محلی نیز مشخص شد در اغلب موارد مخاطبان اجتماعات محلی از رسانه‌های محلی خود تأثیرپذیری بیشتری نسبت به دیگر رسانه‌ها دارند. از سویی دیگر در کشور ما ده‌ها شبکه رادیویی و همچنین تلویزیونی استانی وجود دارند که متأسفانه کمتر کسی به فکر استفاده بهینه از پتانسیل عظیم آن‌هاست. این مسئله اهمیت پرداختن به موضوع چگونگی استفاده از رسانه‌های محلی در مدیریت بحران‌های بلایای طبیعی در کشورمان را دوچندان می‌کند. در کنار قابلیت‌ها و کارویژه‌های منحصربه‌فردی که رسانه‌های محلی در مدیریت بلایای طبیعی دارند، مدیریت رسانه‌ای در شرایط بحرانی الزامات خاصی را می‌طلبد که با شرایط عادی متفاوت است. این گونه رسانه‌ها به دلیل مجاورت فیزیکی با بحران، در هنگام وقوع بلیه دچار مشکلات و مسائل منحصربه‌فرد و ویژه‌ای می‌شوند. سازمان رسانه محلی با وقوع بحران خود نیز یکی از قربانیان جدی آن بوده و از تجهیزات و ابنیه سازمان‌های رسانه‌ای گرفته تا نیروی انسانی، در معرض تهدیدهای مختلف هستند؛ لذا مدیریت در این رسانه‌ها و پیام آن‌ها نیازمند توجه ویژه‌ای است. برای دستیابی به

1. Disaster

2. PAHO

3. World Bank

یک گروه است که تعریف می‌شود و نه بر اساس محل جغرافیایی که در آن مستقر هستند.

به‌هرحال تعریف کنونی کمیسیون فدرال ارتباطات آمریکا، از «محل بودن» که در سال ۲۰۰۷ ارائه شده، تلفیقی است از هر دو رویکرد با تأکید بیشتر بر رویکرد «مبدأ انتشار». در بخش‌هایی از این تعریف چنین آمده است:

«طی سال‌های متعددی، کمیسیون فدرال ارتباطات قوانینی را طراحی و وضع کرده تا از آن طریق مطمئن شود رسانه‌ها برای اجتماعاتی که مجوز ارائه خدمات به آن‌ها را دارند، برنامه پخش می‌کنند. به‌عنوان مثال در ابتدایی‌ترین سطح کمیسیون فدرال ارتباطات از رسانه‌های محلی می‌خواهد تا یک سری از شاخص‌های فنی را در پخش برنامه‌های خود لحاظ کنند تا از دسترسی افراد جامعه محلی به برنامه‌ها اطمینان حاصل کند. کمیسیون فدرال ارتباطات همچنین از آن‌ها می‌خواهد که استودیو اصلی برنامه‌سازی و پخش خود را در داخل یا نزدیکی اجتماعات محلی‌ای که برای آن‌ها برنامه‌سازی می‌کنند، مستقر نمایند و امکان برقراری تماس رایگان مخاطبان محلی با رسانه را نیز فراهم کنند. همه این قواعد به‌منظور تسهیل تعاملات بین مخاطبان محلی و رسانه محلی وضع شده‌اند. کمیسیون فدرال ارتباطات سعی دارد تا از طریق درگیر کردن رسانه‌های محلی با اجتماع مطمئن شود که این رسانه‌ها برنامه‌هایی را تولید و پخش می‌کنند که به نیازها و علایق اجتماع محلی‌شان احترام می‌گذارند» (اف.سی.سی، ۲۰۰۷).

علیرغم اهمیت رسانه‌های محلی و کارکردهای متنوع و گسترده آن‌ها، در بسیاری از کشورها از جمله ایران بی‌توجهی‌های بسیاری در حوزه‌های مختلف به آن‌ها می‌شود. به‌عنوان مثال پژوهش‌ها نشان داده که اکثر رسانه‌های محلی خصوصی دچار کمبود جدی مالی هستند و حمایت‌های قانونی اندکی از آن‌ها می‌شود. کانیس معتقد است که این غفلت تا اندازه‌ای ناشی از این تصور غلط است که اخبار محلی، غیرمنطقی و بی‌اهمیت هستند و بیشتر شامل قتل‌ها و آتش‌سوزی‌ها، دعا بر سر تقسیمات زمین و مطالب مربوط به فستیوال‌های گروه‌های قومی می‌شود (کانیس^۱، ۱۹۹۷، ص. ۹). این تصور غلطی که کانیس بدان اشاره می‌کند، ممکن است در نظام رسانه‌ای کشور خودمان نیز وجود داشته باشد. کانیس این نتیجه‌گیری را از مصاحبه‌هایی که با خبرنگاران و روزنامه‌نگاران مطبوعات آمریکا انجام داده، به دست آورده است. او در کتابش با

بلايا را می‌توان به دو نوع انسان‌ساخت و طبیعی تقسیم کرد. بلايای انسان‌ساخت منشأ انسانی دارند و حاصل دست‌کاری مستقیم و یا غیرمستقیم بشر در طبیعت هستند؛ ولی بلايای طبیعی منشأ طبیعی دارند. البته این تقسیم‌بندی مرزهایی دقیق و مشخص ندارد و عوامل فناورانه و انسانی می‌توانند تأثیر بلايای طبیعی را تغییر دهند، مثل تأثیر استحکام طراحی و ساخت ابنیه در کاهش یا افزایش تلفات و آسیب‌های زلزله. با اینکه بسیاری از بلايا به شکل حاد و ناگهانی روی می‌دهند ولی در اکثر موارد ردپای عوامل انسان‌ساخت یا آسیب طبیعت را می‌توان در آن‌ها جست، بسیاری از بلايا تأثیر درازمدتی بر جمعیت دارند که برای یک نسل و یا بیشتر باقی می‌مانند.

رسانه‌های محلی

در تعریف محلی بودن رسانه‌ها دو رویکرد عمده وجود دارد (ساندرز^۱، ۲۰۰۸): مبنای تعریف محلی بودن رسانه در رویکرد اول «مبدأ انتشار»^۲ آن‌ها است. از اولین تعاریفی که از رسانه‌های محلی بر اساس رویکرد مبدأ انتشار ارائه شده، تعریف کمیسیون فدرال ارتباطات^۳ آمریکا در سال ۱۹۸۴ از رادیوهای محلی است. در این تعریف رادیوهای محلی به رادیوهایی اطلاق می‌شود که در منطقه جغرافیایی محلی خاص مستقر بوده و از یک استودیوی محلی به تولید و انتشار برنامه‌های خود بپردازند (اف.سی.سی،^۴ ۱۹۸۴).

در مقابل رویکرد دوم در تعریف رسانه‌های محلی به «محتوای رسانه»^۵ توجه دارد. این رویکرد که در تعاریف گذشته بیشتر کاربرد داشته، تأکید بر محتوای برنامه‌های تولید و پخش شده رسانه‌های محلی و میزان تطابق آن‌ها با نیازها و علایق جوامع محلی‌ای که در آن فعالیت می‌کنند، است. این نوع نگاه در تعریف محلی بودن رسانه به آنچه استاویتسکی^۶ (۱۹۹۴) با عنوان «تصور اجتماعی محلیت»^۷ مطرح کرد، بسیار نزدیکی دارد. استاویتسکی معتقد بود که یک اجتماع محلی بر اساس خواسته‌ها، نیازها و علایق مشترک

1. Sanders
2. Origin-based
3. Federal Communication Commission (FCC)
4. FCC
5. Content-based
6. Stavitsky
7. Social Conception of Localism

- صد نفر ژورنالیست کهنه‌کار مصاحبه کرده است.
۶. از دسترسی راحت‌تر و سریع‌تر خود به مسئولان محلی، برای اطلاع‌رسانی فوری مسائل آسیب‌دیدگان به آن‌ها و پیگیری بلندمدت مسائل و مشکلات از ایشان استفاده کند. دسترسی رسانه‌های محلی به مسئولان محلی چه در منطقه بحران‌زده و چه خارج از منطقه، بسیار بیشتر و راحت‌تر از رسانه ملی است. لذا آن‌ها می‌توانند از این برتری خود جهت انتقال اطلاعات از مخاطبان به این مسئولان استفاده کرده و به پیگیری مسائل و مشکلات مخاطبان آسیب‌دیده خود از بلیه طبیعی بپردازند.
۷. با پیوستگی و هوشیاری محیطی افزون‌تری که دارند، آموزش‌های کاربردی‌تر و مؤثرتری ارائه دهند. ارائه آموزش‌های کاربردی متناسب با اقتضائات محلی و با توجه به بلایای محتمل محیطی، نتیجه پیوستگی نزدیک‌تر این رسانه‌ها با محیطشان است.
۸. از لحاظ کمی و کیفی پوشش وسیع‌تر و عمیق‌تری از بحران داشته و حجم بیشتری از کنداکتور خود را به موضوع اختصاص دهند. بحران محلی از اولویت بالایی برای مخاطبان رسانه‌های محلی برخوردار است لذا در مقایسه با رسانه ملی که اولویت‌های مخاطبان‌شان متفاوت است، می‌توانند به پوشش وسیع‌تر بلیه طبیعی بپردازند و وضعیت کنداکتور پخش برنامه‌های خود را از حالت عادی به‌ویژه تغییر دهند.
۹. از فرصت ایجاد شده برای‌شان، به عنوان اولین و مهم‌ترین منبع مورد استفاده آسیب‌دیدگان برای کسب اطلاعات، برای جلب بیشتر اعتماد مخاطبان استفاده کند. آسیب‌دیدگان مستقیم و غیرمستقیم از بلایای طبیعی محلی، به رسانه‌های محلی به عنوان اولین رسانه برای اطلاع‌یابی مراجعه می‌کنند و این رسانه‌ها تا انتهای بحران نیز مهم‌ترین منبع اطلاعاتی‌شان خواهند بود. از این فرصت طلایی می‌توان برای اعتمادسازی نزد مخاطبان و آسیب‌دیدگان استفاده کرد.
۱۰. با رصد به‌موقع شایعات در حال شکل‌گیری و رواج، در مدیریت شایعات نقش مؤثرتری داشته باشند. رسانه‌های محلی با کمک خبرنگاران و عوامل برنامه‌ساز حاضر در منطقه بلیه‌دیده، می‌توانند به‌سرعت شایعات را پیش از آنکه فراگیر شود، رصد کرده و به خنثی‌سازی آن‌ها از طریق اطلاع‌رسانی به‌موقع اقدام کنند.
- صداقت و ژورنالیست کهنه‌کار مصاحبه کرده است.
- با وجود کم‌لطفی‌های فراوانی که به رسانه‌های محلی در کشور ما شده است، این رسانه‌ها به‌ویژه مطبوعات محلی توانسته‌اند بر اساس نیاز خبری اجتماع محلی خود و نیز کارکردهایی که می‌توانند داشته باشند در طول سالیان گذشته گسترش پیدا کنند و همین گسترش یافتن آن‌ها یک دلیل عمده برای بروز گرایشی است که امروزه به سمت مطالعه این رسانه‌ها ایجاد شده است (کریمی، ۱۳۸۵، ص. ۲۶).
- نقاط قوت رسانه‌های محلی برای پوشش بلایای طبیعی**
- صلواتیان و فرهنگی (۱۳۹۴) ده نقطه قوت رسانه‌های محلی برای پوشش بلایای طبیعی را چنین برمی‌شمارند:
- رسانه‌های محلی در مقایسه با رسانه‌های ملی می‌توانند:
۱. اطلاعات دقیق و کاربردی‌تری را سریع‌تر در اختیار آسیب‌دیدگان قرار دهند. رسانه‌های محلی هم از لحاظ جغرافیایی و هم از لحاظ معنایی قرابت بیشتری به منطقه و موضوع بحران دارند. از این‌رو می‌توانند براساس نیازهای واقعی آسیب‌دیدگان به اطلاع‌رسانی سریع‌تر و دقیق‌تر آن‌ها بپردازند.
 ۲. تأثیرگذاری افزون‌تری در جلب سریع‌تر کمک‌های مردمی هدفمند داشته باشند.
 ۳. با سهولت و سرعت بیشتری، از منابع انسانی و تجهیزات خود در مناطق بلا‌دیده استفاده کنند. رسانه‌های محلی در مقایسه با رسانه‌های ملی به دلیل نزدیکی به منطقه وقوع بحران می‌توانند در سریع‌ترین زمان ممکن نیروها و تجهیزات خود را برای پوشش بحران اعزام کنند.
 ۴. از طریق مطابقت با ویژگی‌های فرهنگی، زبانی و بومی، همدردی مؤثرتری با آسیب‌دیدگان داشته باشند. رسانه‌های محلی ویژگی‌های فرهنگی مردم آسیب‌دیده را بهتر می‌شناسند، بر مبنای اقتضائات بومی محتوا تولید و با زبان یا لهجه خاص مردم آن منطقه، برنامه پخش می‌کنند. این ویژگی‌ها باعث می‌شود همدردی آن‌ها برای آسیب‌دیدگان قابل‌پذیرش‌تر و آرامش‌بخش‌تر باشد.
 ۵. از طریق تقویت هویت قومی و محلی، نقش پررنگ‌تری در تحریک احساسات مردم و ایجاد همبستگی عمومی داشته باشند.

عملکرد و مشکلات رسانه‌های محلی در بلایا

نحوه عملکرد رسانه‌های محلی در هنگام وقوع بلایا و بحران‌ها نسبت به شرایط عادی دچار تغییراتی می‌شود. این تغییرات هم در نحوه ساختار و فرآیندهای کاری درونی سازمان رسانه‌ای رخ می‌دهد و هم در سطحی کلان‌تر در نحوه تعامل و روابط بین رسانه‌ای. از سویی دیگر مدیران و نیروهای رسانه‌های محلی برای عمل در شرایط بحرانی دچار مشکلات متعددی نیز می‌شوند. شناخت این تغییرات و مشکلات می‌تواند به مدیران این رسانه‌ها در مدیریت بهینه سازمانشان در هنگام وقوع بحران کمک نماید.

کامل‌ترین پژوهشی که به‌منظور شناخت تغییرات در نحوه عملکرد رسانه‌های محلی و مشکلات آن‌ها در بلایا و بحران‌ها انجام شده است، پژوهش کوارانتلی^۱ و وینگر^۲ (۱۹۸۹) بوده است. طی این پژوهش ۳۲ مورد کاوی از سازمان‌های رسانه‌ای محلی درگیر در بحران به‌منظور دستیابی به تغییرات در ساختار سازمانی و فرآیندهای کاری آن‌ها در بلایا و همچنین استخراج مسائل و مشکلاتشان در پوشش بحران‌های محلی صورت پذیرفته است. در ادامه نتایج این پژوهش در دو محور تغییرات در عملکرد و مشکلات رسانه‌های محلی در پوشش بحران‌های محلی با تقسیم‌بندی درون‌سازمانی و بین‌سازمانی ذکر خواهد شد:

تغییرات درون‌سازمانی

۱. فرآیند دروازه‌بانی: در رادیو و تلویزیون‌های محلی شاهد کوتاه‌تر شدن فرآیند دروازه‌بانی محتوا در شرایط بحرانی هستیم. به‌عنوان مثال در ایستگاه‌های تلویزیونی محلی نوارهای ویدیویی به دلیل فشار بالای کاری و اهمیت سرعت در اطلاع‌رسانی، با دقت قبل تدوین نشده و بیشتر برنامه‌های زنده به روی آنتن می‌روند. البته پژوهش‌ها نشان داده که در روزنامه‌های محلی بالعکس شاهد پیچیده‌تر و سخت‌تر شدن فرآیند دروازه‌بانی مطالب در هنگامه بحران هستیم. دلیل اصلی این تضاد، تفاوت فن‌آوری و سرعت انتشار رسانه‌های الکترونیکی با رسانه‌های مکتوب است.

۲. فرآیند تصمیم‌گیری: در شرایط بحرانی، فرآیند تصمیم‌گیری

در سازمان رسانه‌های محلی دچار تغییراتی می‌شود. تصمیم‌گیری در این شرایط به سمت متمرکز و گروهی شدن پیش می‌رود. البته میزان این تغییرات به نوع و اندازه رسانه بستگی دارد. در روزنامه‌های محلی این تغییرات کمتر و در رسانه‌های الکترونیک بزرگ‌تر، بیشتر است. به‌عنوان مثال در رادیو و تلویزیون‌های محلی متوسط و بزرگ، هنگام بحران تصمیم‌گیری بر عهده یک گروه متمرکز از افرادی است که مسئول نظارت بر کلیه عملیات اتاق خبر هستند.

۳. میزان آزادی عمل خبرنگاران: در هنگام بلایا و بحران‌ها رسانه‌های محلی آزادی عمل بیشتری به خبرنگاران و گزارشگران خود اعطا می‌کنند. تنها به آن‌ها راهنمایی‌های محدودی در خصوص موضوعاتی که باید پوشش دهند، داده می‌شود و هنگام اعزام آن‌ها به مناطق آسیب‌دیده فقط از آن‌ها خواسته می‌شود با خبر بازگردند. اتفاق می‌افتد که مسئولین اتاق خبر، ساعت‌ها از خبرنگاران خود اطلاعی ندارند که کجا هستند و چه می‌کنند.

۴. تغییرات در شیوه تقسیم وظایف: از دیگر تغییراتی که در رسانه‌های محلی در شرایط بحرانی واقع می‌شود، تغییرات در شیوه تقسیم کار و وظایف کارکنان است. مدیران ارشد رسانه خود به اتاق خبر می‌آیند و برخی از وظایف را بر عهده می‌گیرند و دیگر وظایف را بین افراد تقسیم می‌کنند. کارکنان بخش‌های دیگر به اتاق خبر فراخوانده می‌شوند و از آن‌ها برای پاسخ دادن به تلفن‌ها و کارهای اجرایی دیگر استفاده می‌شود. تقسیم‌بندی موضوعی موجود بین خبرنگاران اتاق خبر به کلی فراموش می‌شود و همه بر پوشش بحران متمرکز می‌شوند. میزان تغییرات در شیوه تقسیم کار به‌شدت بحران رابطه مستقیم و با اندازه سازمان رسانه رابطه عکس دارد. این تغییرات معمولاً در چند ساعت اولیه بحران در شیوه تقسیم کار رخ داده و با گذشت زمان و آرام شدن شرایط به وضعیت قبلی خود بازمی‌گردد.

۵. نقش فن‌آوری: فن‌آوری مورد استفاده در رسانه‌های محلی تأثیر بسزایی بر فرآیند تولید و محتوای خبرهای تولیدی آن‌ها دارد. همان‌طور که بیان شد معمولاً رسانه‌های الکترونیکی مثل رادیو و تلویزیون که از فن‌آوری‌های پیچیده‌تری برخوردارند در شرایط بحرانی، تغییرات بیشتری را در دروازه‌بانی،

1. Quarantelli

2. Wenger

رسانه‌های الکترونیکی قابلیت تبدیل شدن به رسانه فردی برای انتقال پیام‌های شخصی را ندارند.

۴. نقش رسانه‌های جمعی در مدیریت شرایط اضطراری: رسانه‌های الکترونیکی در مقایسه با رسانه‌های مکتوب، علاقه و گرایش بیشتری دارند تا خود را جزئی از فرآیند مدیریت بحران و شرایط اضطراری بدانند (کوارانتلی، ۱۹۹۶).
- مشکلات درون‌سازمانی

۱. هماهنگ کردن خبرنگاران متعدد فعال در پوشش بحران‌های گسترده

۲. محتوای مازاد و کندی فرآیند آماده‌سازی برای پخش
 ۳. زیاد شدن ساعات کاری و فشار وارده بر نیروها
 ۴. پریشانی حاصل از تغییرات فرآیند تصمیم‌گیری
 ۵. کاهش توانایی در کنترل خبرنگاران میدانی
 ۶. قطعی برق و بالطبع آن عدم توانایی در ادامه پخش/چاپ
 ۷. کمبود تجهیزات مورد نیاز (به خصوص تجهیزات ارتباطی)
 ۸. فقدان برنامه‌ریزی مناسب برای شرایط بحران
- مشکلات بین سازمانی

۱. عدم اطلاع کلی از اثرات بحران
۲. ممانعت از دسترسی به مناطق آسیب‌دیده
۳. دسترسی محدود به مدیران بحران
۴. نبود سخنگو در سازمان‌های متولی مدیریت بحران و برگزار نشدن جلسات مطبوعاتی.
۵. مشکلات در مسیر بررسی صحت و سقم اطلاعات و اخبار
۶. تعارضات ناشی از وظیفه واکنش اضطراری رسانه
۷. تعارض با رسانه‌های خارج از محدوده بحران
۸. فقدان برنامه‌ریزی و عدم آماده‌سازی برای ارتباطات بین سازمانی (کوارانتلی و وینگر، ۱۹۸۹).

روش پژوهش

برای دستیابی به هدف پژوهش حاضر، به جمع‌آوری تجارب مدیران و متصدیان شبکه رادیویی و تلویزیونی محلی سهند در زلزله ارسباران در سال ۱۳۹۱ مبادرت گردید. جامعه مورد بررسی شامل تمامی مدیران صف و ستاد شاغل در صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی و دیگر

تصمیم‌گیری و تقسیم‌کار خود شاهد خواهند بود تا رسانه‌های مکتوب مثل روزنامه. فن‌آوری همچنین بر ماهیت و محتوای خبرهای هنگام وقوع بحران نیز تأثیر دارد. به عنوان مثال رادیو و تلویزیون این قابلیت را داراست که خبرها و اطلاعات بحران را به محض دسترسی منتشر کنند، در حالی که روزنامه‌ها به زمان برای تکمیل خبر با اطلاعات جانبی و سپس انتشار آن نیاز دارند (کوارانتلی، ۱۹۹۶).

تغییرات بین سازمانی

۱. نقش منابع خبری: رسانه‌های خبری محلی در شرایط بحرانی، همچنان بر منابع خبری سنتی خود متکی می‌مانند. نه تنها دبیران خبر، بلکه خبرنگاران میدانی نیز برای کسب خبر به منابع رسمی و سنتی چون مقامات، روابط عمومی‌ها و ... رجوع می‌کنند. البته در بحران‌ها در کنار منابع خبری سنتی از شهروندان نیز به عنوان منبع خبری استفاده می‌شود. میزان استفاده از منابع شهروندی به عواملی چون اندازه رسانه، ماهیت رسانه و گستردگی بلیه بستگی دارد.
۲. رقابت خبری: میزان به اشتراک‌گذاری اخبار و اطلاعات بین خبرنگاران میدانی رسانه‌های رقیب در شرایط بحرانی به میزان فراوانی افزایش می‌یابد. البته عواملی چون میزان رقابتی بودن بازار رسانه‌های محلی و اندازه این رسانه‌ها، متغیرهای تعدیل‌کننده هستند؛ به این معنی که در بازارهای کمتر رقابتی و در رسانه‌های کوچک‌تر حجم اخبار بیشتری به اشتراک گذاشته می‌شود.
۳. نقش متفاوت تلویزیون، رادیو و روزنامه: روزنامه‌ها در مقایسه با شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی نقش‌های متفاوتی در هنگام بحران بر عهده داشته و هر کدام جنبه‌های مختلفی از بحران پوشش می‌دهند. رسانه‌های الکترونیکی توزیع‌کننده اصلی خبرهای سخت در مرحله حین بحران و بخصوص ساعات اولیه وقوع آن هستند. در صورتی که برق در منطقه بحران زده قطع نشده باشد، تلویزیون نقش اول و رادیو دوم را دارند و در صورت قطعی برق، رادیو نقش اصلی را بر عهده خواهد گرفت. رسانه‌های الکترونیکی محلی این پتانسیل را نیز دارند که به انتقال پیام‌های شخصی و فردی بپردازند. در مقابل روزنامه‌ها، بیشتر در مرحله پس از بحران است که فعال می‌شوند و به پوشش تحلیلی بحران مشغول می‌شوند. روزنامه‌ها چون

اینجاست که مدیر رسانه محلی چه بحران‌هایی را باید مدیریت کند؟ بدیهی‌ترین پاسخ این است که مدیر رسانه وظیفه دارد از طریق برنامه‌های رسانه به مدیریت جامعه بحران‌زده خود بپردازد. به دلیل نقش کم‌نظیری که رسانه‌ها در بحران‌زایی و بحران‌زدایی در جوامع گوناگون دارند، مدیران آن‌ها را در زمره متولیان مدیریت بحران برمی‌شمارند. مدیرانی که ابزار قدرتمندی به نام رسانه در اختیار دارند و می‌توانند به کمک آن بحران‌های گوناگون را اداره نمایند. تحلیل مصاحبه‌های صورت گرفته با مدیران رسانه محلی سهند ما را به پاسخ‌های دیگری نیز برای این سؤال رهنمون کرد.

با کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌های مدیران به سه حوزه بحران‌زده‌ای که مدیر رسانه وظیفه مدیریت آن را دارد، دست یافتیم؛ خود بحران‌زده، سازمان بحران‌زده و جامعه بحران‌زده. هنگامی که یک بلیه طبیعی محلی رخ می‌دهد، مدیر رسانه محلی باید در سه جبهه به مدیریت بحران بپردازد. این در حالی است که در بحران‌های محلی، مدیران رسانه‌های ملی تنها در یک حوزه، درگیر مدیریت بحران هستند و آن‌هم مدیریت جامعه بحران‌زده است. همین مسئله سبب می‌شود در بحران‌های محلی فشار مضاعفی بر مدیران رسانه‌های محلی وارد شود.

مدیریت خود بحران‌زده

وقوع بلایای طبیعی محلی ممکن است منجر به شرایطی شود که در آن خود مدیر به‌مثابه آسیب‌دیده تلقی شود. خود مدیر و خانواده‌اش در منطقه‌ای زندگی می‌کنند که بلیه طبیعی رخ داده و این موضوع ممکن است آسیب‌هایی را بر مدیر و خانواده او وارد کند. در این صورتی، مدیر خود یک بحران‌زده خواهد بود. بحران‌زده‌ای که نیاز به یاری و کمک دارد. تمامی مدیران صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی به‌محض وقوع زلزله، اولین اقدامی که انجام داده بودند یا پناه گرفتن و یا خروج از ساختمان بوده است. پس از نجات خود دغدغه اصلی آن‌ها وضعیت و سلامت خانواده‌شان شده بود. خوشبختانه در این زلزله هیچ یک از مدیران و خانواده‌هایشان دچار سانحه‌ای نشده بودند؛ اما در صورتی که «خانه و خانواده‌های مدیران آسیب دیده بود، همه سراغ نجات زن و بچه خودشان می‌رفتند» زیرا «اولویت اول همه مدیران خانواده‌شان است». حتی برخی از مدیران و معاونان صداوسیما درحالی که زلزله در شهر تبریز شدید نبود، به دلیل عدم توانایی در برقراری تماس

متصدیان تأمین، تولید و پخش برنامه در شبکه رادیویی و تلویزیونی سهند در زمان زلزله بود. تمامی مدیران صفی که به‌صورت عملیاتی درگیر در مدیریت رسانه‌ای بحران زلزله ارسباران بودند، انتخاب شدند و به‌جای نمونه‌گیری به‌صورت تمام‌شماری، با همگی آن‌ها مصاحبه شد. از بین مدیران ستادی نیز به‌صورت هدفمند تنها افرادی انتخاب شدند که در موضوع مدیریت زلزله فعالیت داشتند. از بین مدیران و عوامل برنامه‌ساز صداوسیما آذربایجان شرقی، با هفت نفر از مدیران مفصلاً مصاحبه شد. این مدیران شامل: مدیرکل مرکز، قائم‌مقام مدیرکل و معاون فنی، معاون سیما، معاون صدا و مدیر حراست، معاون اطلاعات و خبر، مدیر تولید سیما و قائم‌مقام حراست مرکز بودند. همچنین با سه نفر از عوامل برنامه‌ساز این شبکه شامل: اولین گزارشگر اعزامی به منطقه، گوینده اصلی رادیو امید مستقر در منطق زلزله‌زده، مجری و کارگردان برنامه «بیزیم کند»^۱ نیز مصاحبه انجام گرفت.

روش مورد استفاده برای جمع‌آوری اطلاعات از مدیران و عوامل برنامه‌ساز رادیو و تلویزیون سهند مصاحبه عمیق بود. این مصاحبه‌ها دو روز بعد از وقوع زلزله آغاز و به مدت ۴ روز ادامه داشت. پس از جمع‌آوری داده‌ها از ۱۰ مصاحبه، اقدام به کدگذاری کیفی داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها گردید. این کدگذاری‌ها در دو مرحله باز و محوری انجام و طی آن مفاهیم مرتبط استخراج و در طبقات، مقوله‌بندی شدند.

یافته‌ها

در ادامه یافته‌های این پژوهش در دو بخش ارائه خواهد شد. در بخش اول سه نقش اصلی‌ای که مدیران رسانه‌های محلی در بلایای طبیعی محلی ایفا کنند، بررسی می‌شود. پس از آن نیز به معرفی مجاری اطلاعاتی ورودی و خروجی به رسانه محلی که در این پژوهش شناسایی گردید، پرداخته خواهد شد.

سه نقش مدیریتی مدیران رسانه محلی در بلایای طبیعی

یک مدیر با یک مدیر بحران فرق دارد. مدیر بحران، مدیری است که هم در شرایط عادی و هم شرایط غیرعادی می‌تواند مدیریت کند. مدیر رسانه محلی باید یک مدیر بحران باشد تا بتواند هنگام وقوع بلیه طبیعی به نحو احسن به مدیریت بپردازد. حال سؤال

۱. پربیننده‌ترین برنامه شبکه رادیویی و تلویزیونی سهند

بی‌سیم‌های حراست برای برقراری ارتباطات در اختیار معاونین قرار می‌گیرد. استودیویی که در فضای باز محوطه مرکز قرار داشته فوراً آماده می‌شود که در صورت تخریب استودیوها مورد استفاده قرار گیرد. اکیپ‌هایی برای تعمیر و رفع مشکل آنتن‌های فرستنده اعزام می‌شوند. این موارد برخی از اقداماتی است که مدیران رسانه سهند برای مدیریت سازمان و نیروهای بحران‌زده خود انجام داده بودند. توجه به این موضوع ضروری است که در این زلزله سازمان رسانه محلی تقریباً دچار بحران خاصی نشده بود؛ اما در صورتی که آسیب‌های جدی‌ای بر اثر بلیه طبیعی به رسانه و نیروهایش وارد شود، آنگاه مدیر رسانه دچار مشکلات فراوانی خواهد شد. در آنجاست که لازم است از شهرها و استان‌های هم‌جوار نیروهای رسانه‌ای به کمک نیروهای محلی آمده و مدیریت امور رسانه محلی را در دست گیرند. ستاد مدیریت بحران سازمان صداوسیما پیش‌بینی چنین شرایطی را کرده است و در هر منطقه استانی را به‌عنوان استان معین مشخص کرده است. استان‌های معین وظیفه دارند در صورتی که سازمان رسانه محلی بر اثر بحران دچار مشکل شد، به کمک بیایند. در کنار این موضوع با اقدامات آماده‌ساز پیشینی می‌توان آمادگی سازمان و نیروهای رسانه را برای شرایط بحرانی افزایش داد تا در صورت وقوع بلیه طبیعی بهتر بتوانند عمل کنند.

مدیریت جامعه بحران‌زده

سومین وظیفه‌ای که مدیر رسانه در کنار مدیریت خود و سازمان بحران‌زده‌اش بر عهده دارد، مدیریت بحران در جامعه محلی‌ای است که وظیفه پخش برنامه برای آن را دارد. سازمان رسانه‌ای به‌عنوان نهادی که در ارتباط تنگاتنگ با جامعه است و تأثیرات جدی‌ای بر مخاطبان دارد، باید به رسالت خود در قبال جامعه عمل کرده و با تمام توان برای کاهش آسیب‌ها و لطمات بلایای طبیعی تلاش کند. بر همین اساس یکی از وظایف مدیر رسانه مدیریت جامعه بحران‌زده است و برای این کار می‌تواند از ابزارهای گوناگون رسانه‌ای که در اختیار دارد، استفاده کند. رسانه‌ها باید با عمل به وظایف مختلفی که در مدیریت بحران برای آن‌ها قائل هستند، وظیفه خود در قبال جامعه را به نحو احسن به انجام برسانند.

مدیر رسانه محلی باید مدیر بحران باشد تا بتواند در بلایای طبیعی به مدیریت خود، سازمان و جامعه بحران‌زده‌اش بپردازد.

با خانواده‌هایشان به‌سرعت به منزل رفته بودند تا از سلامتی ایشان اطمینان حاصل کنند. مهم‌ترین مسئله‌ای در چنین حالتی، تضاد یا تعارض بین وظایف شخصی و وظایف سازمانی مدیران رسانه است. این موضوع می‌تواند مدیر رسانه محلی را در ساعات و لحظات اولیه وقوع بلیه طبیعی که حساس‌ترین زمان در مدیریت بحران است، از دسترس خارج کند. بر این مبنا اولین وظیفه‌ای که برای مدیر رسانه محلی در صورت وقوع بلیه طبیعی می‌توانیم قائل شویم، مدیریت خود و خانواده بحران‌زده‌اش است. البته پیش از وقوع بحران می‌توان با اتخاذ تدابیری پیشگیرانه آسیب‌های وارده به مدیر و خانواده‌اش را هنگام بحران کاهش داد. تدابیری چون آموزش امداد و نجات به مدیران، انتقال منازل مدیران به مناطق نزدیک محل کار ایشان، ایجاد سیستم ارتباطی خاص برای تماس با خانواده‌ها و ...

در ادامه دوران بحران نیز مدیر رسانه محلی با فشارهای کاری و احساسی متفاوتی مواجه می‌شود. فشارهایی که در صورت عدم توانایی در مدیریت روانی خود، منجر به کاهش کارایی فردی و سازمانی مدیر شود. پس هنگامی که می‌گوییم مدیر رسانه محلی باید یک مدیر بحران باشد، یکی از جنبه‌هایی که باید مدنظرمان قرار گیرد، توانایی مدیریت خود بحران‌زده او است.

مدیریت سازمان بحران‌زده

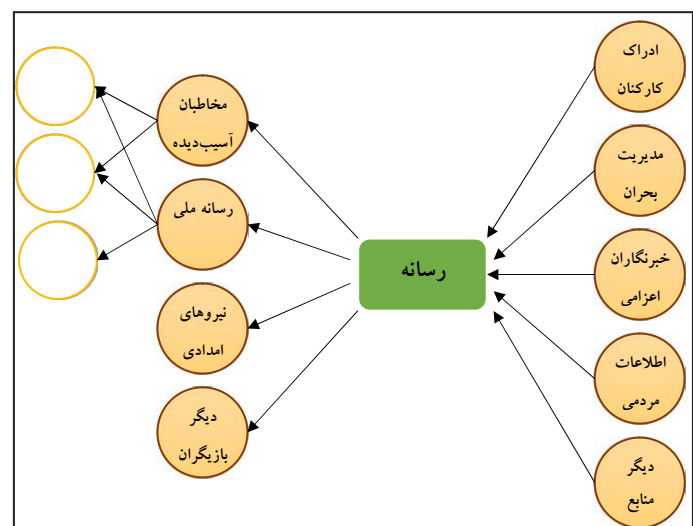
سازمان رسانه محلی، اغلب در خود منطقه‌ای واقع است که بلیه طبیعی در آن رخ داده. همین موضوع می‌تواند موجب آسیب به نیروها، ساختمان‌ها، زیرساخت‌های فنی و سایر دارایی‌های سازمان رسانه‌ای شود. مدیر رسانه در هنگام وقوع بلیه طبیعی با یک سازمان بحران‌زده طرف است. ممکن است نیروهای رسانه دچار سانحه شوند، ساختمان‌ها و استودیوهای رسانه تخریب شوند، سیگنال آنتن‌ها و فرستنده‌ها قطع شوند و ... از این رو یکی از وظایف مدیر رسانه به‌عنوان مدیر بحران، مدیریت سازمان و نیروهای بحران‌زده آن است. در این زلزله نیز برخی از ساختمان‌های صداوسیما مرکز آذربایجان دچار آسیب‌های جزئی و برق دو آنتن سیگنال‌رسانی مهم نیز قطع شده بود. مدیرکل مرکز پس از زلزله دستور تخلیه کارکنان از داخل ساختمان‌های مرکز را می‌دهد. کارکنان اداری و کلیه نیروهایی که به حضورشان نیازی نبوده به منزل فرستاده می‌شوند. تمامی مدیران و خبرنگاران توسط حراست مرکز فراخوان می‌شوند.

جریان اطلاعات در رسانه محلی

بسیاری از مفاهیمی که از کدگذاری باز مصاحبه‌های مدیران و عوامل مرکز صداوسیماي آذربایجان شرقی به دست آمده بود، به نحوی مرتبط با موضوع اطلاعات می‌شد. با جمع‌آوری این مفاهیم در کنار هم و کدگذاری محوری آن‌ها متوجه نوعی جریان یافتن اطلاعات^۱ در زمان بحران از محیط به رسانه محلی و از رسانه محلی به محیط شدیم. از یک سری مجرا، اطلاعات از محیط به داخل سازمان رسانه محلی وارد و از یک سری مجرا از درون سازمان رسانه‌ای به سوی محیط خارج می‌شد. با کدگذاری محوری داده‌ها موفق به شناسایی این مجاری ورودی و خروجی اطلاعات گردیدیم. در نگاره ۱ نمایی کلی از مجاری ورودی و خروجی اطلاعات را به و از رسانه محلی مشاهده می‌کنید.

ورودی‌های اطلاعات

نیاز فوری و شدید سازمان رسانه محلی به اطلاعات در هنگام وقوع بلایه طبیعی باعث می‌شود که این سازمان از یک مجموعه منابع اطلاعاتی برای کسب اطلاعات در خصوص بحران استفاده کند. اگر رسانه محلی را به عنوان سازمانی که برای عمل در بحران نیازمند اطلاعات است در نظر بگیریم، این سازمان از چند مجرا^۲ به عنوان ورودی‌های اطلاعات خود بهره می‌برد.



نگاره ۱: جریان اطلاعات در رسانه محلی، منبع: نگارنده

ادراک نیروهای رسانه: مدیران و کارکنان سازمان رسانه‌ای هم به عنوان یک انسان و هم به عنوان یک نیروی رسانه‌ای در هنگام وقوع زلزله به اطلاعات احتیاج داشتند و در مصاحبه‌های مختلف به این موضوع اشاره شده بود؛ از جمله «خودمان هم خبر نداشتیم چه شده». اولین عکس‌العمل یک انسان در شرایط کمبود اطلاعات، قطعاً استفاده از حواس خود برای دریافت اطلاعات و ادراک محیط و شرایط است. مدیران و نیروهای مرکز آذربایجان شرقی نیز در اولین قدم از حواس خود برای کسب اطلاعات استفاده کرده بودند. آن‌ها زلزله را حس کرده بودند و درخصوص ادراکشان از شدتش اظهارنظر می‌کردند، «شدتش در تبریز زیاد بود و مدت طولانی ای هم داشت» و از حواسی چون بینایی و شنوایی برای کسب اطلاعات و تخمین خسارات آن بهره جسته بودند، مثل اظهارنظر مدیرکل مرکز صداوسیماي آذربایجان شرقی در مورد تلاش برای اطلاع یافتن از میزان تخریب در شهر تبریز، «من فوری رفته‌م پست پنجره و محلی را که می‌گویند در تبریز روی گسله نگاه کردم بینم خاک بلند شده یا نه؟» و یا «بعد از زلزله ما از ساختمان مرکز آژیر ماشین‌های امدادی که به سمت منطقه می‌رفتند را می‌شنیدیم». ضمن مصاحبه‌ها برای ما مشخص شد که نیروهای رسانه‌ای، زمانی که بلایه‌ای رخ می‌دهد از حواس خود استفاده می‌کنند تا به ادراکی اولیه از شرایط محیطی دست یابند، این ادراک نیروهای رسانه‌ای اولین مجرای اطلاعاتی ورودی به سازمان رسانه‌ای در زمان بحران است. مدیران و نیروها در زمانی که هنوز به هیچ مجرای اطلاعاتی دیگری دسترسی ندارند، از این حداقل اطلاعاتی که خود به کمک حواسشان به دست آورده‌اند استفاده می‌کنند؛ یعنی درواقع حواس فردی کارکنان رسانه علاوه بر این که ابزاری برای کسب اطلاعات فردی برای خود آن‌هاست، اولین منبع اطلاعاتی در دسترس رسانه نیز هست. در زلزله آذربایجان تا حدود ۵۰ دقیقه پس از وقوع زلزله و زمانی که با سختی دسترسی به مدیرکل بحران استانداری امکان پذیر می‌شود، تنها اطلاعات موجود، ادراک مدیران و کارکنان صداوسیماي مرکز آذربایجان شرقی از زلزله بوده است. براساس همین ادراک زلزله توسط کارکنان نیز اولین اقدامات رسانه‌ای شکل می‌گیرد. هنگامی که زلزله دوم رخ می‌دهد، بخش خبری ساعت ۱۷ رادیو محلی در حال پخش بوده است و گوینده

1. Information Flow
2. Channels

اعزامی هستند. نیروهای رسانه در هنگام وقوع بلایه طبیعی سعی می‌کنند در حداقل زمان ممکن خود را به مناطق آسیب‌دیده از بلایه برسانند تا بتوانند اطلاعات را مستقیماً به صورت میدانی جمع‌آوری و به سازمان رسانه‌ای خود ارسال کنند. شاید بتوان گفت که بیشترین حجم اطلاعات در کل دوران بحران ناشی از بلایه طبیعی از طریق مجرای ورودی اطلاعات «گروه‌های اعزامی» به دست می‌آید. در زلزله آذربایجان نیز بیشترین حجم اطلاعات وارد شده به رسانه (تا هنگامی که این پژوهش صورت گرفت، یعنی ۷ روز پس از زلزله) از طریق گروه‌های رسانه‌ای اعزامی بود. البته به دلیل آنکه اعزام این گروه‌ها نیازمند کسب اطلاعات اولیه از محل بحران است و خود دستیابی به منطقه آسیب‌دیده نیز نیاز به زمان دارد؛ لذا از نظر زمانی این مجرای ورودی، نسبت به دو مجرای قبلی سرعت کمتری دارد. در این زلزله اولین گروه خبری صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی به فاصله حدود ۳۰ دقیقه از زمان وقوع زلزله در ساعت ۱۷ و ۳۰ دقیقه و دومین گروه خبری در ساعت ۱۸ به منطقه اعزام می‌شوند و در مجموع در طول یک هفته پس از زلزله حدود هشت اکیپ خبری صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی به صورت مداوم در منطقه حضور می‌یابند. پس از اعزام سریع دو گروه خبری در ساعات اولیه، چند اکیپ تصویربرداری نیز به سوی منطقه زلزله حرکت می‌کنند. اولین گزارش صوتی از داخل منطقه زلزله‌زده نیز در ساعت ۲۰ از خبر رادیو استانی پخش می‌شود.

از نکات دیگری که درخصوص این مجرای ورودی اطلاعات به رسانه محلی قابل توجه است، استفاده از زیرساخت‌های فنی برای ارسال زنده و مستقیم صدا و تصویر از منطقه است. امکاناتی چون واحد سیار رادیو و یا فرستنده ماهواره‌ای تصاویر این امکان را به خبرنگاران و گروه‌های اعزامی می‌دهد که اطلاعات خود را به صورت زنده و مستقیم ارسال نمایند و از سوی دیگر اغلب اطلاعات ورودی به رسانه محلی از این مجرا از نوع صوتی و تصویری است که تناسب بیشتری با جنس رسانه رادیو و تلویزیون دارد. در زلزله آذربایجان نیز واحد سیار رادیو به همراه یک فرستنده ۲۵ کیلوولت رادیو ساعت ۲۳ به سمت شهرستان ورزقان فرستاده می‌شود و پس از استقرار در ساعت ۲ بامداد روز یکشنبه شروع به پخش برنامه‌ها و ارسال زنده گزارش‌های صوتی از منطقه می‌کند؛ اما عدم وجود

پس از وقوع زلزله بر اساس ادراک حواس خودش از وقوع آن، اعلام می‌کند که «زلزله‌ای در استان حس شده است و اطلاعات تکمیلی اعلام خواهد شد». مدیران تلویزیون که زلزله را حس کرده بودند ولی به دلیل عدم توانایی تماس با مسئولین ستاد بحران استان، هیچ اطلاعات دیگری از محل، شدت، خسارات و آسیب‌های آن نداشته‌اند، تصمیم می‌گیرند اولین خبر را در تلویزیون استانی به صورت زیرنویس اعلام کنند. متن آن زیرنویس این گونه بود: «به اطلاع هم استانی‌های عزیز می‌رسانیم در استان زلزله‌ای اتفاق افتاده که تا این لحظه تلفات جانی گزارش نشده، به محض دریافت اطلاعات شما را در جریان قرار خواهیم داد». مشاهده می‌شود که هم در رادیو و هم در تلویزیون اولین اقدام به اطلاع‌رسانی براساس اطلاعاتی بوده که از مجرای ورودی اطلاعات «ادراک نیروهای رسانه» کسب شده است.

ستاد مدیریت بحران استان: از بین مجاری مختلف ورودی اطلاعات، رسمی‌ترین منبع ستاد مدیریت بحران استان و مدیران متولی مدیریت بلایه طبیعی هستند. این ستاد که برای چنین روزی طراحی شده است، به منابع و امکانات خاصی دسترسی دارد که از طریق آن‌ها می‌تواند در سریع‌ترین زمان ممکن با مناطق بحران‌زده ارتباط برقرار کرده و بیشترین حجم از اطلاعات موثق را کسب و در اختیار دیگران قرار دهد. البته در ساعات و روزهای اولیه زلزله آذربایجان این مجرای ورودی اطلاعات بسیار ضعیف عمل می‌کند. دسترسی به مدیرکل بحران استان ۵۰ دقیقه برای رسانه به طول می‌انجامد و پس از یافتن ایشان نیز هیچ اطلاعاتی در خصوص زلزله در اختیار رسانه قرار نمی‌دهند. مدیران رسانه محلی انتظار داشتند به هنگام وقوع یک بلایه طبیعی محلی، تماس از طرف مدیران بحران با رسانه برقرار شود و اطلاعات مورد نیاز رسانه، برای اطلاع‌رسانی به مخاطبان را در اختیارشان قرار دهند. البته این ضعف اولیه ستاد مدیریت بحران در روزهای بعد تا حد زیادی جبران و این مجرا به یکی از مهم‌ترین مجاری ورودی اطلاعات به رسانه محلی تبدیل می‌شود.

گروه‌های اعزامی: خبرنگاران، چشم و گوش رسانه هستند که به محل وقوع خبر می‌روند و اخبار را از دل حادثه بدون واسطه به رسانه می‌رسانند. مجرای مهم دیگری که بسیاری از اطلاعات در هنگام بحران از طریق آن به رسانه می‌رسد، خبرنگاران و گروه‌های

منابع اطلاعاتی‌ای چون خبرگزاری‌ها، سایت‌های اطلاع‌رسانی، روابط عمومی سازمان‌ها و ... البته حجم ورودی اطلاعاتی این مجرا در مقایسه با بقیه اندک است. به عنوان مثال یکی از این منابع که در زلزله اهر و ورزقان مورد استفاده رادیو و تلویزیون سهند قرار گرفت، سایت لرزه‌نگاری مرکز ژئوفیزیک دانشگاه تهران بوده که از طریق آن محل و شدت زلزله را مشخص کردند.

خروجی‌های اطلاعات

شاید بتوان اطلاع‌رسانی را، مهم‌ترین وظیفه رسانه در هنگام وقوع بحران دانست؛ وظیفه‌ای که ارتباط مستقیم با فلسفه وجودی رسانه‌ها دارد. با کدگذاری محوری داده‌های حاصل از مصاحبه با مدیران و عوامل شبکه محلی سهند متوجه چهار مجرای خروجی اطلاعات از رسانه‌های محلی به شرح ذیل شدیم:

۱. آسیب‌دیده‌ها: قطعاً اصلی‌ترین خروجی اطلاعات رسانه‌های محلی به سوی آسیب‌دیدگان از بلیه طبیعی است. آسیب‌دیدگان رسانه‌ها به‌خصوص رادیو و تلویزیون محلی را مهم‌ترین منبع خود برای کسب اطلاعات می‌دانند و از رسانه محلی انتظار دارند اطلاعات مورد نیازشان را تأمین کند. اگر دامنه اثرگذاری و تخریب بلیه طبیعی وسیع باشد و تمامی منطقه تحت پوشش رسانه محلی را شامل شود، تمامی مخاطبان رسانه محلی آسیب‌دیدگان مستقیم از بلیه خواهند بود؛ اما اگر مثل زلزله اهر و ورزقان دامنه تخریب محدود به بخشی از منطقه تحت پوشش رسانه محلی باشد، آنگاه رسانه باید به دو گروه از مخاطبان اطلاع‌رسانی کند، دسته اول آسیب‌دیدگان مستقیم (ساکنین روستاهای شهرستان‌های اهر و ورزقان) و دسته دوم آسیب‌دیدگان غیرمستقیم (شهروندان تبریزی) که هر کدام به اطلاعات متفاوتی نیاز دارند. همان‌طور که رسانه محلی در هنگام وقوع بلایای طبیعی باید مجاری ورودی اطلاعاتش را باز نگاه دارد؛ برای حفظ سیگنال و ارتباط خود با مخاطبان نیز نباید از هیچ تلاشی مضایقه کند.

۲. رسانه ملی: رسانه‌های محلی در مقایسه با رسانه ملی در بلایای طبیعی محلی بیشتر نقش تولیدکننده و تأمین‌کننده محتوا و اطلاعات را دارند؛ در مقابل رسانه‌های ملی بیشتر مصرف‌کننده و توزیع‌کننده این محتوا هستند. پس از آسیب‌دیدگان،

دستگاه فرستنده ماهواره‌ای تصاویر در مرکز آذربایجان شرقی و تأخیر در ارسال آن از مرکز آذربایجان غربی باعث می‌شود که مشکلات زیادی در ارسال تصاویر ایجاد شود.

اطلاعات مردمی: چهارمین مجرای ورودی اطلاعات برای رسانه‌های محلی در میانه بحران ناشی از بلایای طبیعی، اطلاعات مردمی است. چه مردم، خود با رسانه تماس بگیرند و چه رسانه از آن‌ها بخواهد، در هر دو صورت رسانه می‌تواند اطلاعات ذی‌قیمتی را از مردم کسب کند. مردم در خط مقدم درگیری با بلیه طبیعی هستند و نسبت به دیگر مجراهای ورودی، اطلاعات عینی‌تر و کاربردی‌تری دارند. رسانه محلی باید در چنین شرایطی با اعلام مداوم پل‌های ارتباطی‌اش با مخاطبان، از آن‌ها بخواهد با رسانه تماس گرفته و اطلاعات خود را در اختیار رسانه بگذارند. رسانه‌ها در اعزام خبرنگار به مناطق آسیب‌دیده محدودیت‌هایی دارند و در صورتی که وسعت جغرافیایی آسیب زیاد باشد نمی‌توانند تمامی مناطق را با خبرنگاران خود پوشش دهند. پس بهتر است از شهروندان آسیب‌دیده خواسته شود به عنوان شهروند خبرنگار عمل کرده و اطلاعات در اختیار رسانه بگذارند. البته این موضوع کاملاً مشخص است که نوع اطلاعات ارائه‌شده توسط مردم جنس متفاوتی نسبت به اطلاعات دیگر مجاری ورودی اطلاعات دارد و شامل درخواست‌ها، نظرات شخصی، اطلاعات گمشده‌ها و پیدا شده‌ها و ... نیز می‌شود. اطلاعات مردمی‌انظر لحاظ کردن منافع فردی و عدم دقت، لازم است پس از اعتبارسنجی و تأیید منابع رسمی منتشر شوند تا از شکل‌گیری شایعه جلوگیری شود.

در زلزله اهر و ورزقان، صداوسیما مرکز تبریز با مستقر کردن واحد سیار رادیویی در شهرهای ورزقان و اهر و «اعلام شماره تلفن‌های رادیو امید» از مردم می‌خواست با رسانه تماس گرفته و یا به «محل استقرار» واحد سیار مراجعه کنند و «پیام‌ها»، «اطلاعات» و «نیازهایشان» را به گوش رسانه برسانند تا رسانه هم همچون زبان آن‌ها این اطلاعات را برای مخاطبانش اعلام کند.

دیگر منابع: علاوه بر چهار مجرای اطلاعاتی فوق که از طریق آن‌ها خوراک اطلاعاتی اصلی رسانه‌های محلی در بلایای طبیعی تأمین می‌شود، منابع دیگری هم وجود دارند که رسانه‌های محلی از طریق آن‌ها برخی از اطلاعات مورد نیاز خود را تأمین می‌کنند؛

در منطقه بحران زده حاضر می‌شوند. یکی از وظایف متولیان مدیریت بحران در چنین شرایطی ساماندهی و مدیریت نیروهاست. از آنجاکه برقراری ارتباط فردی با تک‌تک این نیروها مستلزم امکانات فنی است که تهیه آن معمولاً نه به صرفه است و نه ممکن، لذا در اغلب موارد سازمان‌های متولی مدیریت بحران محلی ترجیح می‌دهند اطلاعیه‌ها و پیام‌های خود برای نیروهای امدادی حاضر در منطقه را از طریق رسانه‌های محلی به اطلاع ایشان برسانند. علاوه بر اطلاعیه‌های ستاد مدیریت بحران، رسانه‌های محلی می‌توانند نیازهای امدادی موردی آسیب‌دیدگان را که از طریق تماس‌های مردمی از آن مطلع شده‌اند، به اطلاع نیروهای امدادی برسانند.

از بین رسانه‌های محلی نیز رادیو به دلیل عدم نیاز به برق، قابلیت حمل راحت دستگاه گیرنده، سرعت در اطلاع‌رسانی، سهولت در سیگنال‌رسانی وسیع، بیشترین امکان را برای انتقال اطلاعات به نیروهای امدادی‌ای که در منطقه بحرانی حاضر هستند، داراست. در این زلزله، صداوسیما مرکز آذربایجان شرقی اقدام به راه‌اندازی رادیویی اضطراری با برد ۲۵ کیلومتر در منطقه زلزله‌زده کرده بود و تمامی اطلاعیه‌های سازمان مدیریت بحران برای نیروهای امدادی حاضر در منطقه و نیازهای امدادی آسیب‌دیدگان از طریق این رادیو اعلام می‌شدند.

۴. **دیگر بازیگران:** علاوه بر خروجی‌های سه‌گانه‌ای که ذکر شد، دیگر بازیگران بحران نیز از اطلاعات رسانه‌های محلی استفاده می‌کنند. به‌عنوان مثال دیگر رسانه‌های استانی، ملی و یا حتی بین‌المللی می‌توانند استفاده‌کنندگان اطلاعات ارائه شده توسط رسانه محلی باشند. خود مدیران متولی مدیریت بحران نیز بسیاری از اطلاعات خود را از طریق رسانه محلی کسب می‌کنند. نیروهای نظامی و انتظامی، خبرنگاران حاضر در منطقه، نیروهای امنیتی، سازمان‌های مردم‌نهاد و ... از دیگر مصرف‌کنندگان اطلاعات ارائه شده توسط رسانه محلی هستند.

نتیجه‌گیری

در این مقاله به بررسی الزامات مدیریت رسانه‌های محلی در هنگام وقوع بلایای طبیعی پرداختیم. برای این موضوع در ابتدا به نقاط

بیشترین اطلاعات خروجی رسانه‌های محلی به‌سوی رسانه ملی می‌رود. این اطلاعات شامل دو نوع تحلیل محیطی و محتوای مورد نیاز شبکه‌های سراسری می‌شود. یکی از وظایف رسانه‌های محلی ارائه اطلاعاتی از شرایط و وضعیت محیطی بحران به مدیران و سیاست‌گذاران رسانه ملی به‌منظور افزایش آگاهی آن‌ها در خصوص بحران و ابعاد آن است. از سوی دیگر رسانه‌های محلی به نمایندگی از سازمان مادر خود وظیفه دارند به جمع‌آوری و تأمین محتوای صوتی و تصویری مورد نیاز شبکه‌های سراسری از منطقه بحران زده بپردازند. وقوع بلایای طبیعی به‌عنوان یک وضعیت ویژه، نیاز به پوشش رسانه‌ای ویژه‌ای نیز دارد. شبکه‌های محلی در این هنگام برای پوشش دادن کامل بحران نیاز به امکانات و تجهیزات خاصی دارند. اگر از نظر سخت‌افزاری استان‌ها امکانات کافی نداشته باشند، باید از مرکز تأمین شوند. در کل منطقه شمال غرب کشور تنها یک دستگاه پخش زنده تصاویر اس.ان.جی^۱ در مرکز صداوسیما آذربایجان غربی وجود دارد. زمانی که زلزله رخ می‌دهد شبکه محلی سهند از تهران درخواست دستگاه اس.ان.جی می‌کند. فرآیند ارسال این دستگاه با تأخیر بسیار زیاد (۴۸ ساعت) صورت می‌گیرد و همین مسئله باعث می‌شود رسانه محلی با مشکل جدی در پوشش تصویری بلیه طبیعی و ارسال تصاویر زنده به تهران مواجهه شود. این موضوع یکی از دلایل تأخیر شبکه‌های سراسری در پوشش زلزله بود. به‌محض رسیدن اس.ان.جی، ارتباطات تصویری مستقیم از منطقه زلزله‌زده با شبکه‌های سراسری نیز آغاز می‌شود.

همان‌طور که در مبحث رسانه‌های مورد استفاده آسیب‌دیدگان مطرح شد، آسیب‌دیدگان از بلایای طبیعی برای تأمین اطلاعات مورد نیاز خود علاوه بر رسانه‌های محلی از شبکه‌های سراسری رسانه ملی نیز استفاده می‌کنند. لذا اطلاعاتی که از رسانه محلی به‌سوی رسانه ملی خارج می‌شود، ممکن است در نهایت به دست آسیب‌دیدگان محلی نیز برسد.

۳. **نیروهای امدادی:** در هنگام وقوع بلایای طبیعی، تعداد زیادی نیروی امدادی چه به‌صورت دولتی و چه به‌صورت داوطلبی

در اولویت بالاتری نسبت به تصمیمات مدیران مرکز نشین رسانه قرار دهند.

فعالیت‌های اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی شبکه‌های رادیو و تلویزیونی محلی هنگام وقوع بلایای طبیعی از طریق یک مجموعه مجاری اطلاعاتی صورت می‌پذیرد. اطلاعات از چند کانال ورودی به سازمان رسانه محلی وارد و از چند کانال خروجی از آن خارج می‌شود. پیشنهاد می‌شود مراکز استانی صداوسیما برای جلوگیری از قطع شدن جریان اطلاعات در شرایط بحرانی، پیش از وقوع نسبت به شناسایی این مجاری و برنامه‌ریزی جهت ارتقا سطح کیفی و کمی اطلاعات انتقال داده‌شده از طریق آن‌ها اقدام کنند.

زمانی که یک بلیه طبیعی در سطح محلی رخ می‌دهد، محتمل است خود مدیران، نیروها و سازمان رسانه محلی نیز دچار آسیب شوند. سازمان رسانه محلی در دل منطقه بلیه‌دیده واقع است و این امکان وجود دارد که لطامات جانی، مالی، روانی و ... مختلفی به زیرساخت‌های فنی و نیروهای انسانی‌اش وارد شود. مراکز استانی صداوسیما باید در دو سطح مدیریتی و سازمانی خود را برای وقوع بلایای بالقوه محلی آماده کنند. مقاوم‌سازی ساختمان‌ها، آموزش‌های مقابله با بلایا برای نیروها، پیش‌بینی راه‌های ارتباطی مدیران و کارکنان، تسهیل ارتباط و دسترسی مدیران رسانه به خانواده‌هایشان، پیش‌بینی تجهیزات و امکانات موزی، آموزش چگونگی حفظ آرامش به مدیران و نیروها و ... همگی از مواردی است که در این راستا می‌توان به مراکز استانی پیشنهاد کرد.

بهره‌برداری مناسب از رسانه‌های محلی به‌خصوص شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی استانی صداوسیما در جهت مدیریت بهینه بحران‌های ناشی از بلایای طبیعی، نیازمند برنامه‌ریزی صحیح و شناخت دقیق الزامات مدیریتی این رسانه‌ها است. مدیران سازمان‌های رسانه‌ای محلی با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح رسانه و نیروهای خود می‌توانند نقش مؤثری در آماده‌سازی جوامع محلی تحت پوشش خود و کاهش اثرات بلایای طبیعی در این جوامع داشته باشند.

قوت رسانه‌های محلی برای پوشش بلایای طبیعی و مشکلات و معضلات این گونه از سازمان‌های رسانه‌ها برای عمل در شرایط ناشی از وقوع بلایای طبیعی بیانشد. پس‌از آن به ارائه یافته‌هایی پرداختیم که به کمک روش مصاحبه عمیق و تحلیل کیفی از مصاحبه با مدیران و عوامل برنامه‌ساز در رادیو و تلویزیون استانی سهند به دست آورده بودیم. افرادی که تجربه مدیریت یک بلیه طبیعی جدی «زلزله ارسباران در شهرستان‌های اهر و ورزقان در استان آذربایجان شرقی» را داشتند. این مرحله از پژوهش، ما را به نقش‌های سه‌گانه مدیران رسانه‌های محلی در خصوص مدیریت بحران رهنمون کرد، نقش‌های مدیریت خود بحران‌زده، مدیریت رسانه بحران‌زده و مدیریت جامعه بحران‌زده. رسانه‌ای می‌تواند هنگام وقوع بلایای طبیعی، به نحو احسن عمل کند که مدیرانش بتوانند الزامات هر یک از نقش‌های سه‌گانه فوق را به‌خوبی رعایت نمایند. همچنین به گردش اطلاعات، به‌عنوان حیاتی‌ترین عنصر سازمان رسانه‌ای، همچون خون در رگ‌های این گونه سازمان‌ها اشاره شد؛ در چنین شرایطی تغییرات جدی رخ می‌دهد و شناسایی مسیرها و کانال‌های ورود و خروج اطلاعات به سازمان‌های رسانه‌ای محلی می‌تواند کمک زیادی به مدیران برای عملکرد بهینه در مدیریت بلایای طبیعی کند. بر اساس یافته‌های این پژوهش مهم‌ترین مجاری ورودی اطلاعات به رسانه‌های محلی در هنگام وقوع بلیه طبیعی شامل: ادراک نیروهای رسانه، ستاد مدیریت بحران استان، گروه‌های اعزامی، اطلاعات مردمی و دیگر منابع بوده و این اطلاعات پس از پردازش شدن در رسانه، به‌سوی آسیب‌دیده‌ها، رسانه ملی، نیروهای امدادی و دیگر بازیگران حاضر در میدان مدیریت بحران ارسال خواهد شد.

در هنگام وقوع بلایای طبیعی محلی علی‌رغم نقش مهم شبکه‌های سراسری، این رسانه‌های محلی هستند که در خط مقدم مقابله با بحران ناشی از وقوع بلیه طبیعی قرار دارند. رسانه‌های محلی به دلیل قرار گرفتن در مرکز بحران و تأثیرگذاری افرون‌تر بر مخاطبان نقش بسیار پررنگ‌تری نسبت به رسانه ملی دارند. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود رسانه ملی با اتخاذ رویکرد حمایتی در قبال شبکه‌های استانی، سعی در پشتیبانی و کمک به آن‌ها برای مدیریت بهینه بحران را داشته و تصمیم‌های مدیران محلی رسانه را

منابع

منابع فارسی:

- FCC. (1984). Revision of programming and commercialization policies, ascertainment requirements, and program log requirements for commercial television stations. New York: FCC.
- FCC. (2007). Retrieved from Broadcasting and Localism Consumer Facts, Retrived from: http://www.fcc.gov/localismLocalism_Fact_Sheet.pdf
- Kaniss, P. (1997). Making Local News. Chicago: University of Chicago Press.
- (2006). National Report of the I.R.Iran on Disaster Reduction. Kobe, Japan: World Conference on Disaster Reduction. <http://www.alnap.org/pool/files/cp-tehran-july2006.pdf>
- (2010). Natural Disasters Risk Index. London: Maplecroft. , Retrived from:http://www.preventionweb.net/files/14169_NaturalDisasters2010.pdf
- PAHO. (1990). Health Conditions in America. Washington DC: Pan American Health Organization Scientific Publication.
- Quarantelli, E. L. (1996). Local Mass Media Operations in Disasters in the USA. Disaster Prevention and Management, 5(5), 5-10. , Retrived from: DOI: 10.1108/09653569610131726
- Quarantelli, E. L., & Wenger, D. E. (1989). Local Mass Media Operations, Problems and Products in Disasters. DRC Research Notes/Report Series. , Retrived from: <http://udspace.udel.edu/bitstream/handle/19716/1266/RS19.pdf>
- Sanders, T. (2008). American local radio journalism A public interest channel in crisis. Dissertation for the degree of Doctor of Philosophy. Oregon: Journalism and Communication School of Oregon University, Retrived from:https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/bitstream/handle/1794/7507/Tyrone_Sanders_doctoral_thesis_winter2008.pdf
- Spence, R., So, E., & Scawthorn, C. (2011). Human Casualties in Earthquakes. London: Springer.
- Stavitsky, A. (1994). The Changing Conce, Retrived from:ption of Localism in U.S. Public Radio. Journal of Broadcasting and Electronic Media, 1(38), 19-33. DOI:10.1080/08838159409364243
- World Bank. (1989). Adult Health in Brazil: Adjusting to New Challenges. World Bank Publication.
- احمدی دستجردی، حمید و محمد حسین بوجانی (۱۳۸۲). پیشینه زلزله در ایران. ماهنامه شهرداری، ویژه‌نامه (۵۸)، ص. ۱۲.
- استاندار آذربایجان شرقی (۱۳۹۱). شدت تخریب زلزله اخیر فراتر از زلزله بم است. بازیابی در ۱۰ آذر ۱۳۹۱ از افکار نیوز: <http://www.afkarnews.ir/fa/tiny/news-134124>
- صلواتیان، سیاوش و علی اکبر فرهنگی (۱۳۹۴). مدیریت رسانه‌ای بلایای طبیعی محلی: با رویکرد به شبکه‌های استانی صداوسیما. تهران: انتشارات دانشگاه صداوسیما.
- غفوری آشتیانی، محسن (۱۳۷۳). زمین‌لغزه در ایران گستردگی و اهمیت اقتصادی. تهران: موسسه بین‌المللی زلزله‌شناسی و مهندسی زلزله.
- کریمی، محمود (۱۳۸۵). تحلیل محتوای اخبار ساعت ۲۳ شبکه استانی زنجان (شبکه اشراق) بر اساس کارکردهای رسانه محلی و اصول حرفه‌ای روزنامه‌نگاری (پایان‌نامه کارشناسی ارشد) دانشکده ارتباطات دانشگاه صداوسیما. تهران.
- مدیرکل پزشکی قانونی آذربایجان شرقی (۱۳۹۱). آمار رسمی فوتی‌های زلزله به ۱۶۹ نفر رسید. بازیابی در ۱۰ آذر ۱۳۹۱ از خبرگزاری فارس: <http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=13910523000635>
- نصرتی، صدیقه و حسین توزنده جانی (۱۳۸۵). بهداشت و درمان در حوادث و سوانح غیرمترقبه. همایش سراسری راهکارهای ارتقاء مدیریت بحران در حوادث و سوانح غیرمترقبه. زنجان، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان زنجان. http://www.civilica.com/Paper-PCMD-PCMD_042.html
- وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (۱۳۹۱). ۳۰۶ نفر کشته شدند. بازیابی در ۱۰ آذر ۱۳۹۱ از خبرآنلاین: <http://www.khabaronline.ir/detail/235568>

منابع انگلیسی:

- CRED. (2011). Disaster Trends and Relationships Period 1900-2011. Retrieved December 10, 2012, from The International Disaster Database, Retrived from: http://www.emdat.be/disaster_trends/index.html.