



«توجه به درد دیگران»: رسانه‌ها، سوگیری و پوشش بلایای بین‌المللی

*نویسنده: سوزان دی. مولر^۱

ترجمه و تلخیص: سیاوش سلواتیان^۲، سیدمحمدرضا سیدی^۳

*استاد دانشکده روزنامه‌نگاری، دانشگاه مریلند، مدیر مرکز بین‌المللی رسانه‌ها و اولویت‌های عمومی (ICMPA). smoeller@umd.edu

^۲ دکتری مدیریت رسانه، استادیار دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما. salavatian@gmail.com

^۳ دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، دانشگاه تربیت مدرس. naseroddin@gmail.com

چکیده

زمینه و هدف: هدف این مقاله، دیدگاه رسانه‌های غربی در نوع پوشش رسانه‌ای از بلایای طبیعی است، که بیشتر در مورد پاسخ محلی و ملی دولت‌ها، درباره فقر و نژاد، درباره فرهنگ و جامعه و تلاش‌های خارجی برای امدادسانی و تعهدات بومی برای بازسازی، صحبت شده است.
روش: روش مطالعه به صورت روش تاریخی موضوع معین که در گذشته در یک مقطع زمانی رخ داده، بررسی شده است. محقق می‌کوشد، از طریق گردآوری اطلاعات (اسناد و مدارک) مربوط به موضوع تاریخی و بررسی صحت و سقم آن اطلاعات و نیز تجزیه و تحلیل آنها به کشف حقایق مربوط به موضوع دست پیدا کند. در این تحقیق از منابع اطلاعات اولیه و ثانویه استفاده شده است.

یافته و نتیجه گیری: با بررسی پوشش بحران‌های گذشته، آنچه را که برای رسانه‌های جریان غالب در آمریکا مهم بوده است را می‌توان این گونه بیان کرد که: اغلب خروجی‌های رسانه‌های جریان غالب آمریکا، بحران‌ها و سوانح بین‌المللی را با نگاهی کل‌نگر در نظر نمی‌گیرند. در این رسانه‌ها، بحران‌ها، بحران نیستند؛ بلکه نوعی کالای مجازی برای فروش به مخاطبانی دمدمی مزاج هستند که از میان فهرست انتخاب بلندبالایی تصمیم می‌گیرند که چه خبری را از بلایای حزن‌انگیز گرفته تا جدایی افراد مشهور به مصرف برسانند. در اغلب موارد، ویژگی‌های بحران را حسابداران رسانه‌ها با اولویت‌ها و انتظارات خاص، ارزیابی می‌کنند؛ و معمولاً اولویت‌های رسانه‌ها با اولویت‌های مقامات دولتی، خط‌مشی‌گذاران، سازمان‌های غیردولتی، مدیران بیمه یا حتی جمع‌کنندگان اخبار، بسیار متفاوت است. در حالی که امدادگران به بحران‌ها نگاه می‌کنند و آن‌ها را بحران می‌بینند رسانه‌ها به بحران‌ها، نگاه می‌کنند اما آن‌ها را اخباری می‌بینند که برای اغلب آن‌ها، حکم کالا را دارند. با این طرز تلقی، فهم این که چرا مؤسسات رسانه‌ای فاقد هر گونه غریزه ذاتی کاری حتی برای پوشش فجایع بزرگ، گذشته از بلایای ابتدایی هستند امکان‌پذیر خواهد بود. اکثر رسانه‌های جریان غالب پیش از توجه به «اهمیت» بحران، در جست‌وجوی «فرصت» هستند.

کلیدواژه: درد دیگران، رسانه، بلایای طبیعی، سوانح بین‌المللی

◀ **استناد فارسی (شیوه APA، ویرایش ششم ۲۰۱۰):** مولر، سوزان دی (تابستان ۱۳۹۴). «توجه به درد دیگران»: رسانه‌ها، سوگیری و پوشش بلایای بین‌المللی. فصلنامه دانش پیشگیری و مدیریت بحران، ۵ (۲)، ۱۴۴-۱۶۲.

“Regarding the Pain of Others”: Media, Bias end the Coverage of International Disasters

Susan D. Moeller

ABSTRACT

Background and objective: The purpose of this study is investigating the type of media coverage in western media views to become less about the natural disaster and more about the local and national government response, about poverty and race, about culture and community, about external efforts to provide relief and indigenous commitments to rebuilding.

Method: This study is a historical review and a certain subject has been investigated during a special period of time. The researcher tries to discover facts related to the topic of the article through gathering information (documents) and analyzing them. In this study, primary and secondary source of information has been used.

Findings and Conclusion: Exactly what the American mainstream media considers to be important could conclude that most mainstream media outlets do not consider international crisis and disasters holistically. Crisis are not crises; instead, they are a kind of virtual merchandise to be sold to fickle audiences who select what news to consume from an exhaustive menu of choices—from tragic disasters to celebrity breakups. The elements of a crisis are disaggregated and evaluated quite dispassionately, often by media accountants with priorities and expectations far different than that of government officials, policy wonks, NGO specialists, insurance executives or even news junkies.

When relief workers look at the crisis and see crisis, for example, the media looks at crisis and see news, which is, for most media, a commodity. Viewed in that light it is possible to understand why media institutions do not have any inherent business instincts to cover even major disasters beyond the initial cataclysm. The mass of mainstream media looks for “opportunity” before they look for “importance”.

Keywords: The Pain of Others, Media, Disaster, International Disasters.

▶ **Citation (APA 6th ed.):** D. Moeller S, (2015, Summer). “Regarding the Pain of Others”: Media, Bias end the Coverage of International Disasters. *Disaster Prevention and Management Knowledge Quarterly (DPMK)*, 5(2), 144- 162 .

مقدمه

طی سال‌های ۲۰۰۴، ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ میلادی، در دنیا بلایای عظیم و فاجعه‌بار فراوانی روی داد. در رسانه‌ها تصاویر اجساد دیده می‌شد که در کنار یکدیگر به خط شده بودند تا بستگانشان را بیابند و آن‌ها را تحویل بگیرند. در اثر زمین‌لرزه جنوب آسیا در اکتبر ۲۰۰۵، تصاویر اجساد پوشیده، صورت‌های حیرت‌زده، مادران در حال شیون، خانه‌های فروریخته و طبیعتی که نابود شده بود، همگی از این موارد بودند. طوفان کاترینا^۱ فاجعه جهانی ماه اوت همان سال بود؛ جایی که اجساد را که دنیا مشاهده کرد زیر ویرانه‌ها نبودند بلکه در سیل کشنده نیواورلئان^۲ شناور بودند. در جولای، قربانیان، انگلیسی بودند؛ تصاویر بی‌کیفیت گوشی‌های همراه، بینندگان را با خود درست به همان لحظه‌ای که تروریسم به سامانه حمل‌ونقل لندن ضربه زد می‌بردند. در دسامبر ۲۰۰۴، این بار اجساد قربانیان کوچک و بزرگ سونامی اقیانوس هند بودند که با ظاهری نامناسب و آزاردهنده، پخش و پلا شده بودند. سه ماه قبل‌تر در ماه سپتامبر، تصاویر نیمه‌واضح اجساد بچه‌ها به محاصرهٔ مدرسه‌ای در بسلان^۳ تعلق داشت؛ و تقریباً در هر روز عکس‌هایی از لاشه‌های انسان‌ها یا خرابی‌های دیگر در اثر بمب‌گذاری‌های انتحاری و یا مورد دیگری از این دست در عراق یافت می‌شد.

اما همه بحران‌های این سه سال مصیبت‌بار، توجه جهان و دوربین‌های جهانی را به یک اندازه، جلب نکردند. بعضی از بحران‌ها، بخت بدی داشتند زیرا زمانی روی دادند که سانحهٔ خوش‌تصویرتری پیش از آن، توجه جهان را به خود جلب کرده بود. بدترین فاجعه در عراق در سی‌ویک اوت ۲۰۰۵ رخ داد. در همان زمانی که سیلاب‌ها سرتاسر نیواورلئان را فراگرفته بودند، بالغ بر یک میلیون عراقی در حال حرکت به سمت زیارتگاهی شیعی در بغداد بودند که ناگهان، شایعه حضور بمب‌گذار انتحاری در میان مردم، سرتاسر جمعیت عراقیان را فراگرفت. در این فاجعه، حدود هزار نفر مُردند و نزدیک به پانصد نفر نیز زخمی شدند.

پس از آن، گل‌لغزهٔ آمریکای مرکزی روی داد. تویی پورتر^۴،

مدیر بخش حوادث نشریه انگلیسی «بچه‌ها را نجات دهید» درباره این واقعه می‌گوید: «من هیچ حادثه‌ای را نمی‌شناسم که به سرعت فاجعه گواتمالا^۵ (در همان روزی که در معرض توجه مردم جهان قرار گرفت) فراموش شده باشد، بلایی که در آن ۱۲۰۰۰۰ نفر بی‌خانمان شدند». این فاجعه در همان روزی اتفاق افتاد که زمین‌لرزه‌ای، پاکستان و هند را لرزاند. پورتر ادامه می‌دهد: «وقتی در کشوری، تنها طی یک هفته، انفجار آتش‌فشان، طوفان و سپس گل‌لغزه^۶‌ای ویران‌گر روی دهد، وضع فوق‌العاده مهم رخ می‌دهد؛ اما این هفته یا سال، عادی نیست ...».

بعضی از بحران‌های دیگر، حتی از این حد هم در رسانه‌ها، ضعیف‌تر گزارش شده‌اند. در حالی که «ترور»، «مایه نفرت» اصلی دولت جرج بوش بود، اما اقدامات مهم تروریستی‌ای که در خارج آمریکا اتفاق می‌افتادند در رسانه‌های آمریکایی در حد درخششی کم‌سو باقی می‌ماندند. این حوادث در روزی که رخ می‌دادند اخباری را پدید می‌آوردند اما اندکی بعد، توجه به آن‌ها کم می‌شد؛ مثلاً در نوامبر ۲۰۰۵ گروه القاعده به سه هتل در عمان حمله کرد. در این حادثه (که اردنی‌ها از آن با عنوان «۱۱ سپتامبر» اردن یاد می‌کنند) یک مجلس عروسی به خاک و خون کشیده شد، بالغ بر پنجاه نفر کشته و تقریباً دویست و پنجاه نفر زخمی شدند؛ در ابتدای اکتبر، انفجارهایی زنجیره‌ای در جزیره بالی در اندونزی رخ دادند که در آن‌ها بیست نفر کشته و نزدیک به یک‌صد نفر زخمی شدند؛ در ماه جولای در اقامتگاه جهانگردانی که به مصر سفر کرده بودند، ماشینی منفجر شد که قربانیان آن تقریباً نود کشته و بیش از صد زخمی بودند؛ و در نهایت، انفجار ماشین بمب‌گذاری شده در چهاردهم فوریه در بیروت که در آن، نخست‌وزیر سابق لبنان، رفیق حریری و بیست نفر دیگر کشته شدند.

جالب اینجا است بدانیم بحران‌های فوق‌العاده بزرگی هم وجود دارند که در رسانه‌ها حتی گزارش هم نشده‌اند؛ لذا می‌توان نتیجه گرفت که تعداد آسیب‌دیدگان یا کشته‌شدگان بحران‌ها، پیش‌بینی‌گر قابل‌اعتمادی برای میزان پوشش رسانه‌ای آن‌ها نیست. رسانه‌ها برخی از ویرانگرترین فجایع بشری را بسیار محدود

5. Save the Children

6. Guatemala

7. Mudslide

1. Hurricane Katrina

2. New Orleans

3. Beslan

4. Toby Porter

توجه می‌کنند، صنعت بیمه، دارایی‌های ازبین‌رفته یا صدمه‌دیده را مد نظر قرار می‌دهد و جریان غالب رسانه‌های آمریکا - در عین اینکه به همه این عوامل توجه می‌کند - به ارتباط بحران با آمریکایی‌ها و هیجان‌انگیز بودن آن، یا حتی عامل «وای!» توجه می‌کند.

تجزیه و تحلیل «مهم‌ترین» بلایا و بحران‌های سال‌های ۲۰۰۴، ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ میلادی، واقعیت‌هایی را مشخص می‌کند: رسانه‌های آمریکا، طوفان‌های ایالات متحده را نسبت به فجایعی که در دیگر نقاط دنیا اتفاق افتاده‌اند (با وجود اختلافات زیاد در تعداد تلفات) بسیار وسیع‌تر پوشش داده‌اند؛ تمرکز آن‌ها بر جنگ عراق با تأکید بر یگان‌های در حال نبرد ارتش آمریکا و ادامه خشونت و تروریسم است؛ همچنین آن‌ها به پوشش اخبار مربوط به افراد مشهور (با هر نوع شهرتی) پرداخته‌اند؛ از مرگ پاپ ژان پل دوم گرفته تا کشمکش درباره جایگاه تری شیاوو^۳ تا جدایی جنیفر انیستون^۴ و برد پیت^۵.

بررسی مجله تیندال^۶ در خصوص رویدادهایی که سی‌بی‌اس^۷، ای‌بی‌سی^۸ و ان‌بی‌سی^۹ بیش از همه به آنها توجه کرده‌اند نشان می‌دهد که با وجود اینکه میزان بینندگان برنامه خبری شبانه تلویزیونی این سه شبکه در دهه گذشته از ۴۴ درصد در سال ۱۹۸۰ و ۵۹ درصد در اوج میزان بینندگانشان در سال ۱۹۶۹، ۳۴ درصد کاهش داشته اما آن‌ها هنوز در هر شب حدود ۳۰ میلیون بیننده دارند. این تعداد بیننده، آن‌ها را به پربیننده‌ترین و پرنفوذترین شبکه‌های خبری آمریکا تبدیل کرده است. در این تحقیق، خبرهایی که بخش خبری شبانه این سه شبکه در روزهای کاری هر هفته پوشش می‌دهد ثابت شده و در پایان سال، اندرو تیندال^{۱۰} (ناشر مجله) محاسبه کرده است که چه رویدادهایی دارای بیشترین میزان پوشش خبری بوده‌اند. این گزارش نشان می‌دهد که در سال ۲۰۰۵ «بلاایای طبیعی بیشترین سهم را داشته‌اند. با حضور طوفان کاترینا در صدر اخبار، بلاایای طبیعی، سه برابر متوسط هر سال، توجه مخاطبان را به خود جلب نموده‌اند. شبکه ان‌بی‌سی که

پوشش داده‌اند؛ همچون نسل‌کشی در دارفور^۱ که ۱٫۲ میلیون نفر را آواره کرد و صدها هزار نفر را کشت؛ قحطی در نیجر که در حال حاضر ۲٫۴ میلیون نفر را تهدید می‌کند؛ جنگ هفت‌ساله جمهوری دموکراتیک کنگو که در آن ۳٫۸ میلیون نفر کشته شده‌اند و کمیته نجات بین‌المللی^۲ تخمین می‌زند که ماهانه ۳۱۰۰۰ نفر دیگر در آن، جان خود را از دست می‌دهند.

برخی دیگر از بحران‌های جهان نیز، در چنان حالتی از سکون هستند که رسانه‌ها عملاً نابودکنندگی و وحشتناک آن‌ها را نادیده گرفته‌اند؛ همه‌گیر شدن ایدز در قسمت‌هایی از صحرای آفریقا که نزدیک به ۱۲ میلیون بچه را یتیم کرده و تقریباً ۲۵ میلیون نفر بدان مبتلا هستند؛ بیماری سل که سالانه جان دومیلیون نفر را می‌گیرد؛ و سرخکی که می‌توان به آسانی علیه آن واکسینه شد اما سالانه نزدیک به نیم‌میلیون کودک را از بین می‌برد.

فقدان توجه غرب به موضوعی که دبیرکل سابق سازمان ملل متحد، کوفی عنان از آن با عنوان فاجعه «یتیمان» نام می‌برد (به جز هنگامی که از طریق بازدید افراد مشهور و کنسرت ستاره‌های پاپ، پررنگ می‌شود) مشخص می‌کند که بحران‌های بزرگ به خودی خود، ارزش خبری ندارند و باید در ورای شمار قربانیان، چیز دیگری وجود داشته باشد که موجب پوشش رسانه‌ای آن‌ها شود.

ارزیابی بلاای جهانی

میزان توجهی که به هر سانحه می‌شود به طرز چشمگیری متأثر از فردی است که آن را ارزیابی می‌کند. آن دسته از فجایعی که بیشترین توجه رسانه‌های آمریکایی را به خود جلب می‌کنند، همیشه همان فجایعی نیستند که دولت‌ها، تحلیل‌گران خط‌مشی، سازمان‌های غیردولتی یا شرکت‌های بیمه‌گر به‌عنوان هولناک‌ترین بلایا رتبه‌بندی می‌کنند. مقامات دولتی، بحران‌های جهانی را اغلب برحسب میزان منافع امنیتی در معرض خطر ارزیابی می‌کنند؛ حال آنکه تحلیل‌گران، نوعاً برحسب اولویت‌های فردی و شخصی خودشان به بحران‌ها می‌نگرند (مثلاً ذوب شدن یخچال‌های طبیعی گرینلند در کانون اصلی توجه کسانی است که نگران گرم شدن زمین هستند). سازمان‌های غیردولتی به تعداد افراد در معرض خطر

3. Terry Schiavo
4. Jennifer Aniston
5. Brad Pitt
6. The Tyndall Report
7. CBS
8. ABC
9. NBC
10. Andrew Tyndall

1. Darfur
2. International Rescue Committee

سوئیس ری^۹ (دومین بیمه‌گر بزرگ جهان) مطالعه دیگری درباره اینکه چه اتفاقاتی به‌عنوان مهم‌ترین بحران‌ها پدیدار شده‌اند، انجام داده است. سوئیس ری هر ساله آماری حاوی اطلاعات مهمی درباره بحران‌های جهان منتشر می‌کند که این آمار، مشتمل بر دو فهرست از بزرگ‌ترین بلایا، یکی بر حسب تلفات جانی و دیگری بر حسب ضرر شرکت‌های بیمه است. این دو فهرست در سال ۲۰۰۵ تقریباً به‌طور کامل با هم متفاوت بودند. در صدر فهرست پرهزینه‌ترین بلایا، طوفان‌های آمریکای شمالی، کاترینا^{۱۰}، ریتا^{۱۱}، ویلما^{۱۲} و دنیس^{۱۳} قرار داشتند که در مجموع ۱۳۰۸ کشته و مفقود اما بالغ بر ۱۷۰ میلیارد دلار خسارت اقتصادی (۵۶ میلیارد دلار از چیزهایی که بیمه شده بودند) داشتند. در صدر فهرست پرکشته‌ترین بلایای طبیعی زلزله‌های پاکستان و اندونزی و گل‌لغزه‌های^{۱۴} پاکستان و آمریکای مرکزی بودند که در مجموع ۹۳۲۳۰ کشته و مفقود بر جای گذاشتند اما تنها ۵ میلیارد دلار (یا در همین حدود) خسارت اقتصادی داشتند که احتمالاً فقط ۵۰۰ میلیون دلار این رقم از خسارات بیمه شده بود. داده‌های سوئیس ری از سال ۲۰۰۴ نیز روند مشابهی را نشان می‌دهد: پرخرج‌ترین سوانح، سه طوفان ایالات متحده، ایوان^{۱۵}، چارلی^{۱۶} و فرانسس^{۱۷} بودند که کل خسارات بیمه‌شده آن برابر با ۴۲ میلیارد دلار بود، اما در کل تنها ۱۸۶ نفر کشته داشتند. در طرف مقابل، سوئیس ری آمار کشتگان «سونامی اقیانوس هند»^{۱۸} را ۲۸۰۰۰۰ نفر گزارش کرد که خسارات بیمه‌شده این سانحه ۵ میلیارد دلار برابر با یک‌پنجم خسارات بیمه‌شده طوفان‌های آمریکا بود.

هیچ چیزی بهتر از عکس‌های یک «غربی سفیدپوست با لباس شنا» نیست.

سونامی‌ای که در ۲۶ دسامبر ۲۰۰۴ آسیا را دربرگرفت، پوشش خبری خوبی حتی تا بعد از مراسم سال نو داشت؛ اما حتی با توجه به

گوینده خبرش (برایان ویلیامز^۱) هنگامی که طوفان به وقوع پیوست در نیواورلئان حضور داشت، طوفان کاترینا را (با ۵۲۲ دقیقه در مقایسه با ۳۱۴ دقیقه در ای‌بی‌سی و ۳۱۷ دقیقه در سی‌بی‌اس) خبر اصلی خود قرار داده بود. چهار خبر از ده خبر اصلی بر موضوعات عراق (جنگ ایالات متحده، انتخابات، بازسازی و بمب‌گذاری‌های انتحاری) تمرکز داشت که میزان آن برابر با ۱۵۳۴ دقیقه بود. اخبار ادامه‌دار سونامی با ۲۵۰ دقیقه، رتبه چهارم، اخبار مرگ پاپ ژان پل دوم با ۲۴۶ دقیقه، رتبه پنجم، بمب‌گذاری در سامانه حمل‌ونقل لندن با ۲۲۱ دقیقه، رتبه ششم، اخبار تری شیوو با ۱۶۹ دقیقه، رتبه هشتم و اخبار ولری پلیم^۲ (نشت اطلاعاتی سیا) با ۱۶۶ دقیقه، رتبه نهم را به خود اختصاص داده بودند.

شرکت لکسیس نکسیس^۳ (گردآورنده اصلی گزارش‌های عمومی و اطلاعات حقوقی، تجاری و خبری) با هدفی متفاوت، به دنبال شناسایی این بود که مخاطبان، بیشتر پی‌گیر کدام یک از منابع و رویدادهای خبری هستند. با توجه به این مسئله، لکسیس نکسیس تصمیم گرفت که مطالعه‌ای را روی بزرگسالان آمریکایی انجام دهد تا بر مبنای آن تعیین کند «خبری که در سال ۲۰۰۵ بیش از همه درباره آن صحبت شده» کدام بوده است؟ معاون ارشد لکسیس نکسیس در نشست خبری رسمی مربوط به مطالعه مذکور خاطرنشان ساخت که «مصرف اخبار، نقش مهمی در اینکه چه موضوعاتی در زندگی هر روزه ما مورد بحث قرار می‌گیرند، دارد». بر اساس این پیمایش (نوامبر ۲۰۰۵)، ده خبر برتر سال به ترتیب عبارت بودند از طوفان کاترینا، افزایش قیمت بنزین، جنگ عراق، سونامی، بمب‌گذاری تروریستی لندن، نامزدهای دیوان عالی ایالات متحده، تری شیوو، ناپدید شدن ناتالی هالووی^۴ در جزیره آروبا^۵، محاکمه مایکل جکسون^۶، جدایی جنیفر انیستون و برد پیت و رابطه بین تام کروز^۷ و کیتی هولمز^۸.

9. Swiss Re
10. Katrina
11. Rita
12. Wilma
13. Dennis
14. Mudslide
15. Ivan
16. Charley
17. Frances
18. Tsunami in Indian Ocean

1. Brian Williams
2. Valerie Plame
3. LexisNexis
4. Natalee Holloway
5. Aruba
6. Michael Jackson
7. Tom Cruise
8. Katie Holmes

شاید نژاد و دین در این موضوع، مؤثر باشند، یعنی همه آن سیاهانی که در آفریقا و مسلمانانی که در ترکیه و ایران هستند؛ اما اندونزی، بزرگ‌ترین جامعه مسلمانان جهان است و مردم زیادی در سریلانکا و هند دقیقاً به سیاهی مردم توتسی در رواندا هستند. شاید هم مربوط به تعداد قربانیان باشد، ولی فجایع ادامه‌دار در کنگو و سودان تاکنون میلیون‌ها نفر کشته داشته است و هنوز هم با آهنگ هولناکی به کشتن ادامه می‌دهند.

روث گریدل^۳ (گزارشگر) همین نکته را به شکل دیگری خاطرنشان می‌سازد: «تیم کانینگهام^۴، تهیه‌کننده اجرایی‌ای که مسئول پوشش خبری سونامی در سریلانکا برای اخبار شبکه اسکای تی‌وی بود یادآور شد که اسکای برای پوشش خبری سونامی پنجاه روزنامه‌نگار را از لندن به آسیا فرستاده بود، اما تنها یک گزارش‌گر در آفریقا داشت.»

بر اساس نظرسنجی مشترک یو.اس.ای. تودی، سی.ان.ان و گالوپ که دو هفته پس از وقوع سونامی انجام شد، ۵۴ درصد از مردم آمریکا چیزی را به قربانیان سونامی اهدا کرده بودند و ۵۲ درصد دیگر نیز قصد این کار را داشتند. در طی دو هفته اول پس از وقوع سونامی، ۴۰۶ میلیون دلار کمک جمع شده بود که در مقایسه با مبلغ ۵۵۰ میلیون دلاری که طی دو هفته اول پس از حمله تروریستی ۱۱ سپتامبر جمع شده بود، قابل توجه است. بی‌رحمی استثنائی سونامی آسیایی در هم‌زمانی با تعطیلات، قطعاً روحیه بخشش را در درون عده زیادی بیدار کرده بود. کاتلین مگان^۵ گزارشگر هارتفورد کورنت^۶ اظهار کرد «به ندرت یک آمریکایی را پیدا می‌کنی که از قربانیان سونامی متأثر نشده باشد. حال از یک بچه کوچک گرفته که ۶ دلار خود را با این یادداشت که «من آرزو می‌کنم احساس بهتری داشته باشی و خانواده‌ای پیدا کنی» در پاکتی قرار می‌دهد تا زوجی ۸۰ ساله که از وعده غذایی خود صرف نظر می‌کند و پس‌انداز خود را می‌بخشد تا کس دیگری را از گرسنگی نجات دهد.»

خود روزنامه‌نگاران استدلال کرده‌اند که رسانه‌ها تا حدودی به

گسترده‌گی آن نیز، مفسران و مؤسسات امدادی مردد بودند که دقیقاً چرا این سونامی با این گستردگی، نگاه رسانه‌ها و جهانیان را به خود جلب نمود؟ مثلاً یاسمین الیهیای برون^۱ در روزنامه لندن ایندپندنت می‌گوید «تنها یک سال قبل در کریسمس گذشته، شهر بم در ایران توسط زلزله‌ای ویران شد و نزدیک به ۶۰۰۰۰ نفر کشته شدند که بسیاری از آن‌ها کودک بودند.» «باقی‌ماندگان هنوز در خرابه‌ها زندگی می‌کنند و دل‌شکسته و نیازمندند و سعی دارند تا به آرامی عزم بازسازی زندگی‌های خود را برانگیزند؛ اما در خارج ایران، کسی به این موضوع علاقه‌ای نشان نداد. خب البته هیچ تفریح‌گاه ساحلی‌ای، هیچ لباس شنایی، هیچ هتلی و هیچ مرکز سرگرمی‌ای در بم وجود ندارد. آیا به همین دلیل است؟ شهر گجرات در ۲۶ ژانویه چهار سال پیش به طوری از جا کنده شد که ده‌هزار نفر را در زیر خاک مدفون کرد؛ اما هم‌اکنون در خارج هند، این موضوع کاملاً از ذهن جهانیان پاک شده است.»

تد کاپل^۲ گوینده خبر برنامه خط شب در شبکه ای‌بی‌سی، برنامه خود را در ۱۱ ژانویه ۲۰۰۵ با این کلمات آغاز کرد:

«ما انسان‌ها گونه‌ای عجیب (اگر نگوئیم حیرت‌زا) از مخلوقات هستیم. چطور به خودمان اجازه می‌دهیم تا روی خود را از هر تعداد فاجعه که مثلاً در رواندا، کنگو یا سودان رخ می‌دهد برگردانیم، در حالی که قلب‌ها و دسته‌چک‌هایمان را برای قربانیان سونامی در اندونزی، تایلند، سریلانکا و هند باز می‌کنیم؟ شما در عرض نیم‌ساعت آینده، نظریات بسیار گوناگونی را در این باره خواهید شنید.

به نظر می‌رسد فجایعی که پای قهرمان‌بازی، شرارت‌های جنگ و سیاست را به میان می‌کشند باعث ناخشنودی ما می‌شوند، ولی در سویی دیگر، کمک‌رسانی به مصیبت‌زدگان یک سونامی عظیم یا بلایی طبیعی برای ما تردیدناپذیر است. گرچه ما با این معیار هم باید ایران را پس از زلزله بنیان‌کن بم، مملو از کمک‌ها و بخشش‌های خود می‌کردیم اما چنین کاری نکردیم. نه تنها ما چنین کاری را نکردیم بلکه جامعه جهانی نیز در پی زمین‌لرزه وحشتناک ترکیه به وعده‌های خود برای کمک به خوبی عمل نکرد.

3. Ruth Gridley
4. Tim Cunningham
5. Kathleen Megan
6. Hartford Courant

1. Yasmin Alibhai-Brown
2. Ted Koppel

همبستگی بشردوستانه شد که بسیاری را برانگیخت تا به فکر کسانی که در معرض خطر هستند باشند. در ساعات اولیه پس از وقوع سونامی، خطوط تلفن و وب‌گاه‌ها از شدت مراجعه مردم در سراسر جهان برای اعطای میلیون‌ها دلار به خیریه‌ها، دچار قطعی شدند. افراد چگونه می‌توانستند دیدن آن تصاویر را تحمل کنند؟ تصویر نمای نزدیک پدری هندی که در حالی که دست فرزند ۸ ساله اما مرده خود را روی سرش گرفته است گریه می‌کند؛ یا تصویر مادر رنج‌دیده اندونزیایی که در میان فرزندان‌ش که همگی مرده‌اند و بر کف سردخانه موقت قرار دارند، زانو زده است. صلیب سرخ تنها در آمریکا ۵۵۶ میلیون دلار برای کمک به سونامی‌زدگان جمع نمود. پیش از سونامی، بیشترین مقداری که صلیب سرخ آمریکا برای سانحه‌ای بین‌المللی جمع کرده بود ۵۰ میلیون دلار بود.

این اعتقاد که تصاویر باعث فوران اخبار و حمایت‌ها شدند تنها اعتقاد آمریکایی‌ها نبود. آنتونیا زربیس‌اس^۶ در تورنتو استار می‌نویسد: «این خیلی پیش‌پافتاده به نظر می‌رسد که بگوییم دلیل اصلی بذل توجه بسیار زیاد شبکه‌های خبری، تصاویر بسیار فراوان و با کیفیت بالای این بلا بود که به لطف گردشگران بی‌باکی که آن‌ها را گرفته بودند و به لطف اینترنت که آن‌ها را پخش نمود، به سهولت در دسترس قرار داشتند؛ پیش‌پافتاده اما حقیقی».

همان گزارشگران معتقد بودند که فیلم‌هایی که در تلویزیون‌های آمریکا و اروپا به نمایش درآمد به این دلیل بر سونامی تأکید چشمگیری داشت که تعداد زیادی از این فیلم‌ها، شهروندان آمریکایی و اروپایی را نشان می‌داد. زربیس‌اس، ده روز پس از وقوع سونامی در مقاله خود می‌نویسد: «اگر آن موج‌ها به سواحل دورافتاده‌ای حمله می‌کردند که هیچ غربی ثروتمندی در آنجا حضور نداشت تا آن‌ها را ضبط کند و از آن‌ها جان سالم به‌دربرد یا توسط آن‌ها نابود شود به احتمال بسیار زیاد، علی‌رغم عظمت این فاجعه، اغلب رسانه‌ها به سرعت آن را فراموش می‌کردند». گیدون لوی^۷ در روزنامه هآرتس می‌نویسد: «هر کس که در غرب تلویزیون را تماشا می‌کرد ممکن بود فکر کند سونامی، سوئد یا سوئیس را آماج حمله‌های خود قرار داده است و اگر حدود ۱۰ شهروند

دلیل مقیاس هولناک این سانحه، آن را پوشش دادند. چنان که مقاله‌نویس نیویورک تایمز، نیکولاس دی. کریستف^۱ خاطرنشان می‌کند: «اگر شما [در آن زمان] تصمیم داشتید فیلمی بسازید، حتماً آن را درباره این سونامی که سراسر جهان را فراگرفته بود می‌ساختید. ما این فیلم را فیلم فاجعه می‌نامیم، اما آن، واقعیت زندگی است.» جان ایگلند^۲ معاون دبیرکل سازمان ملل در امور بشردوستانه و امداد اضطراری اشاره می‌کند: «هیچ مورد مشابهی برای چنین سانحه‌ای وجود ندارد، ۲۳۰۰۰۰ نفر تقریباً در عرض یک دقیقه مردند».

این نکته نیز حائز اهمیت است که این اتفاق، بسیار خوش‌تصور بود. همچنین، نه تنها تصاویر بعد از حادثه، بلکه تصاویر خود آن هم در دسترس بودند. استیسی پالمر^۳، ویراستار رویدادنامه نوع‌دوستی^۴ بیان می‌کند که رسانه‌ها در اغلب سوانح تنها می‌توانند تصاویر و فیلم‌های پس از واقعه را ارسال کنند «اما ما اینجا دیدیم که آب دارد می‌آید». اخبار روز گزارش داد که تقاضای تصاویر سونامی چنان شدید بود که رسانه‌ها برای تهیه فیلم [سونامی] از گردشگرانی که در حال بازگشت بودند به فرودگاه‌ها می‌رفتند.

کثرت شبکه‌های ماهواره‌ای بین‌المللی و نیز اینترنت به انتقال وسیع‌تر و سریع‌تر تصاویر کمک نمود. کریس بری گزارشگر برنامه نایت لاین از شبکه خبری ای‌بی‌سی طی مصاحبه با نیکولاس دی کریستف^۵ می‌گوید: «البته خود تصاویر نیز به شدت قوی و جذاب بودند به طوری که به این سانحه، وجهه‌ای حماسی (تقریباً با ویژگی‌های [حماسه‌های] کتاب مقدس) بخشیدند ... فناوری دیجیتال جدید به سازمان‌های خبری اجازه داد تا این تصاویر و فیلم‌های بهت‌آور را (که تقریباً تمامی آن‌ها توسط افرادی که گرفتار آن شده بودند ضبط شده بود) با سرعتی برابر سرعت نور در سراسر جهان پخش کنند». بدین ترتیب، گزارش این بلای هولناک جهانی، لحظه‌به‌لحظه تعاملی شد و در هر زمان از روز و هفته در دسترس بود. شدت این ارتباطات لایه‌لایه، باعث ایجاد نوعی حس

1. Nicholas D. Kristof

2. Jan Egeland

3. Stacy Palmer

4. Chronicle of Philanthropy

5. Nicholas D. Kristof

6. Antonia Zerbasias

7. Gideon Levy

خود را از دست می‌دهند انتقاد نشده بود». وود در جای دیگری گفت: «در بسیاری از کشورها از جمله انگلیس به نظر می‌رسد که واکنش عمومی، پیشاپیش حرکت می‌کند و دولت‌ها از آن پیروی می‌کنند. اگر چه این نکته، حاکی از دلسوزی است اما در عین حال، ظرفیت رسانه‌ها برای نفوذ و هدایت را نیز نشان می‌دهد. در نیایی که هر ساله شش میلیون کودک زیر پنج سال در اثر سوء تغذیه جان خود را از دست می‌دهند و بیش از یک میلیارد نفر، روزانه با پولی کمتر از یک دلار زندگی می‌کنند تعداد ۲۶۰۰۰ نفری که در سونامی جان دادند اگر چه حزن‌انگیز است اما نسبتاً کوچک است».

جذابیت بدیهیات و راه‌حل‌های غیرسیاسی

قطع نظر از چند بحث جزئی درباره انتقاد از فقدان سامانه هشدار پیش از وقوع در اقیانوس هند و یا نقش گرمایش زمین در این حادثه و یا نگرانی‌ها از اینکه آیا کمک‌ها در مناطق بحران‌زده بنده آسی^۶ و بخش‌هایی از سریلانکا به خوبی مدیریت می‌شوند یا نه؟ بحث‌های اندکی در رسانه‌ها درباره این حادثه مطرح شد.

این سونامی برای رسانه‌ها به وضوح در دسته «حوادث غیرمترقبه طبیعی^۷» جای گرفت: (به این معنا که) علل آن ناشی از نیروهای سیاسی نبودند، اگر چه یکی از اثرات این بحران، اعمال فشار بر اندونزی و سریلانکا بود تا به بعضی از گروه‌های غیردولتی اجازه دهند تا به سکنه سیه‌روز مناطق درگیری (که تا پیش از آن، منطقه ممنوعه قلمداد می‌شدند) کمک نمایند. اریک برنز^۸ مجری برنامه دیده‌بان در شبکه فاکس نیوز (در یک برنامه نیم‌ساعته هفتگی که «پوشش اخبار را پوشش می‌دهد») بیان می‌کند که «سونامی رویدادی بود که هیچ مشاجره سیاسی‌ای درباره آن نبود؛ لذا رسانه‌ها می‌توانستند زمان بسیار زیادی را بدون اینکه کسی از آن‌ها انتقاد کند به آن اختصاص دهند». ماهیت غیرسیاسی سونامی به این معنا بود که در هر جا، کمک‌کنندگان بدون اینکه احساس کنند در حال کمک کردن به موضوعی سیاسی هستند کمک‌های خود را اهدا می‌کردند. لاورنس حداد^۹، مدیر مؤسسه مطالعات توسعه دانشگاه ساسکس در برایتون در انگلیس می‌گوید:

سرزمین‌های اشغالی فلسطین در این سانحه مفقود نشده بودند ما تا به حال آن را از یاد برده بودیم». تصاویر بهت‌آوری که گردشگران در تفرجگاه‌های تایلند گرفته بودند رسانه‌ها را تنها به پدیده‌ای ترغیب می‌کرد که سو دوایر^۱ (معاون قائم‌مقام برنامه‌های بین‌المللی برای کمیته بین‌المللی نجات در نیویورک) آن را پدیده «غربی سفیدپوست با لباس شنا» نامید. گای پلهم^۲ گزارشگر بی‌بی‌سی در برنامه خبرنگاران بین‌المللی شبکه سی‌ان‌ان اذعان کرد که «بدون شک، توجه ما به سمت موقعیت‌هایی جلب می‌شود که ارتباطات در آن‌ها ساده است. دسترسی به اماکنی مانند پوکت در تایلند که تعدادی سفیدپوست در آنجا زنده یا مرده‌اند به نسبت ساده است».

گردشگران اروپای غربی، استرالیایی و آمریکایی در میان سونامی‌ای گیر کردند که نه تنها می‌توانستند وقایع را موبه‌مو برای رسانه‌های جهانی (اغلب به زبان انگلیسی) بازگو کنند بلکه قادر بودند آن را از منظر اتفاقاتی که برای خودشان افتاده است نیز شرح دهند. آن‌ها، عکس‌ها و فیلم‌های مربوط به ویرانی، نجات، اندوه و ادامه حیات، قصه‌های ساده و (به راحتی) قابل‌فهمی داشتند که اغلب در قالب مینی‌درام‌های انسانی عرضه شده بودند؛ مانند نجات پترا نیمکوا^۳ (مدل لباس شنای روی جلد مجله مصور ورزش‌ها) که شاهد غرق شدن نامزدش بود اما با وجود لگن شکسته و جراحات داخلی‌اش به مدت هشت ساعت به نحلی چسبید؛ یا فراخوان جهانی برای شناسایی پسر بچه‌ای موبور (که بعدها معلوم شد پسر بچه‌ای سوئدی به نام هانس برگستریم^۴ است)؛ و یا مرگ دختر و نوه کارگردان سینما، ریچارد اتنبرو^۵.

توجه رسانه‌های غربی به «خودشان» باعث شد که این سانحه به یک موضوع سیاسی داخلی در اروپا و آمریکا تبدیل شود. در انگلیس گراهام وود خاطر نشان می‌کند: «از نخست‌وزیر به دلیل دور بودن از جریان حوادث در ایام تعطیلات و گذراندن وقت خود به جای «هدایت» واکنش دولت، انتقاد شد؛ اما از او هرگز به دلیل رفتن به تعطیلات در حالی که هر روزه هزاران نفر در اثر ایدز جان

1. Sue Dwyer
2. Guy Pelham
3. Petra Nemcova
4. Hannes Bergstroem
5. Richard Attenborough

6. Banda Aceh
7. Act of God
8. Eric Burns
9. Lawrence Haddad

که به‌هیچ‌وجه راه‌حل و پایانی برای این مسئله وجود ندارد». مطالعه‌ای که توسط آرتنت رویترز^۲ در مارس ۲۰۰۵ منتشر شد و پوشش خبری ۲۰۰ روزنامه انگلیسی‌زبان را تجزیه و تحلیل می‌کرد مشخص کرد که «سونامی آسیا در شش هفته ابتدایی پس از وقوع خود بیشتر از ۱۰ بحران «فراموش شده» برتر دنیا، آن هم در طی یک سال کامل، توجه مخاطبان را به خود جلب نمود».

در نظرسنجی دیگر آرتنت، از حدود ۱۰۰ کارشناس امداد و مدیران [مؤسسات و سازمان‌های] دیگر سؤال شده بود که به نظر آن‌ها چرا تعدادی از بحران‌های حاد جهانی «فراموش شده‌اند؟» «چالش تلخیص بحران‌های پیچیده به گزارش‌های خبری ساده ... و یافتن امیدی اندک برای ایجاد هم‌دردی در مخاطبان» عوامل اصلی نظرسنجی بودند.

بلایای طبیعی، مانند سونامی، برای بسته‌های خبری کوتاه، مناسب‌تر هستند زیرا این پیش‌فرض وجود دارد که برای مخاطب، واضح است که چه اتفاقی افتاده و چه چیزی مورد نیاز است؛ مثلاً به نظر می‌رسد وضعیت منطقه سونامی برای مخاطب کاملاً مشخص است: کمک‌های نقدی و جنسی خود را برای بازسازی خانه‌ها و تأسیسات زیربنایی مناطق تخریب‌شده ارسال کنید. پنج میلیون نفر در این منطقه، خدمات اولیه، مسکن، مدرسه و شغل خود را از دست داده‌اند. مفسران بر این عقیده‌اند که این سانحه، مانند قحطی سومالی نبود؛ علت قحطی سومالی به‌سادگی خشکسالی به نظر می‌رسید اما بعدها معلوم شد که در آنجا از غذا به منزله جنگ‌افزار استفاده می‌شود. اغلب کارشناسان معتقدند که این سونامی، نمونه‌ای بود که در آن، کمک‌های بشردوستانه نه‌تنها می‌توانستند مرهمی موقت بر زخمی عفونی بگذارند، بلکه قادر بودند به ویرانی‌ها خاتمه دهند.

بحران‌های طولانی‌مدت در مناطقی که دچار سونامی اقیانوس هند شدند مانند درگیری بند آسی و سریلانکا، یا از بحران سونامی تفکیک شدند و یا از اهمیت آن‌ها کاهش یافت؛ مثلاً مقاله «شورش اشباح آسی»^۳ یکی از مقاله‌های منتشرشده در وبگاه نیوزویک بود که زیرعنوانی بدین شکل داشت: «مذاکرات صلح جاکارتا با شورشی‌ها در پشت پرده در جریان است. آیا صلح می‌تواند جنبه

«سونامی، بلیه طبیعی بی‌سابقه‌ای بود که فعالیت‌های بشری در آن نقشی نداشتند و این سانحه کشورهای فقیر و ثروتمند را مانند هم تحت تأثیر قرار داد؛ لذا احتمال اینکه بحث‌های اخلاقی درباره اعطای کمک توسط شهروندان مستقل در حوادث غیرمترقبه جدید در آینده به روشنی بحث‌های اخلاقی در سونامی باشد، کم است.

در بحث جنگ‌ها و درگیری‌ها، بیماری‌های همه‌گیر و بحران‌های مالی، شناسایی قربانیان بی‌گناه یا هم‌دردی کردن با آن‌ها برای بعضی مردم، سخت است؛ زیرا شهروندان مبتلا به سانحه، اغلب به مثابه جزئی از ساختاری دیده می‌شوند که مسبب ایجاد وضعیت بحرانی بوده است».

در مقایسه با فجایع بشرساخته بلندمدت، دید بهتری نسبت به بلایای طبیعی غیرمنتظره وجود دارد. نیل گبلر^۱، عضو ارشد مرکز نورمن لیبر در دانشگاه آنبورگ^۲ در برنامه دیده‌بان فاکس نیوز خاطرنشان کرد که «بلایای طبیعی از فجایع ساخته دست انسان (مانند دارفور) بهتر هستند و اتفاقاتی که در یک لحظه ناگهانی می‌افتند نسبت به اتفاقاتی که اندک‌اندک رخ می‌دهند -مانند ایدز و مالاریا- برای رسانه‌ها جذاب‌تر هستند».

اتاق‌های خیر در تازه نگاه داشتن بحران‌های انسانی طولانی‌مدت مشکلاتی دارند؛ چنان که مارک جونز^۳، سردبیر آرتنت^۴ رویترز (شبکه‌ای خبری که برای نمایش و بیان موضوعات انسانی ایجاد شده است) خاطرنشان می‌کند: «اگر من بخواهم اخبار کنگو را به شما بفروشم، ممکن است بگوئید این معامله را می‌توان به فردا، یا پس‌فردا یا حتی دهه بعد به تأخیر انداخت». بودجه‌های صعب‌الحصول و مشکلات مربوط به سامان‌دهی روایدها و برنامه مسافرت نیز مدیران خبر را حتی نسبت به در نظر گرفتن گزارشگر برای پوشش این رویدادهای کش‌دار، دل‌سرد می‌کند. لیندسی هیلسم^۵ سردبیر بخش بین‌الملل اخبار شبکه ۴ تلویزیون انگلستان می‌گوید: «داستان همیشه همان چیز است و باعث ناامیدی می‌شود. تهیه آن، گران و خطرناک است و افراد احساس می‌کنند

1. Neal Gabler
2. USC Annenberg Norman Lear Center
3. Mark Jones
4. AlertNet
5. Lindsey Hilsum

6. Reuters AlertNet
7. Aceh's Phantom Rebellion

مشتبی از بحران هولناک سونامی در اندونزی باشد؟» بند اصلی این مقاله نیز به درگیری اهمیتی نشان نداد:

«الوی شهاب^۱ در هر سایه، چریکی را می‌بیند که در کمین نشسته است. مرد اصلی اندونزی در امدادسانی به سونامی‌زدگان استان آسی، بخت‌های اندک خود را برای برانگیختن ترس‌ها درباره جنبش آزادی‌طلب آسی از دست می‌دهد. جنبش آزادی آسی، گروه آزادی‌طلب مسلحی است که درگیری‌های محدودی را در سه دهه گذشته برای استقلال برپا کرده است. شهاب در این هفته در کنفرانس خبری روزنامه‌نگاران در مرکز بند آسی، آتش شایعات را بدین شکل شعله‌ور ساخت که شورش‌ها (که در سطح منطقه با عنوان گم شناخته می‌شوند) به اردوگاه‌های پناهندگان نفوذ کرده‌اند و علی‌رغم اعلام عمومی آتش‌بس، همچنان یک‌طرفه به عملیات نظامی خود ادامه می‌دهند. او همچنین اشاره کرد که آن‌ها تنها دو ساعت قبل، بالگرد نیروی دریایی آمریکا را در نزدیکی فرودگاه نظامی آن‌ها سرنگون کرده‌اند؛ اما آمریکایی‌ها این سقوط بدون کشته را به نقص فنی نسبت دادند. یک افسر آمریکایی در فرودگاه نظامی در حالی که با خود می‌خندید چنین گفت: «من هیچ یک از شورش‌های گم را ندیده‌ام اما روی آن جاده دوتا گاومیش آسیایی نسبتاً زشت وجود داشتند».

روزنامه‌نگاران به این امر ایمان راسخ دارند که نیازمندی‌ها و راه‌حل بحران‌های تدریجی ملت‌هایی که گرفتار جنگ یا قحطی هستند مانند کنگو و نیجر یا وضعیت‌های فوق‌العاده دائم مانند ایدز و سل، نسبت به نیازمندی‌ها و راه‌حل‌های بلایای طبیعی، کمتر مشخص است. پوشش بحران‌های ثابت و ادامه‌دار پیچیده‌تر و اغلب بسیار خطرناک‌تر است. علاوه بر این، برای مخاطبان بحران‌ها نیز فهم این نکته ساده نیست که چگونه می‌توانند در راه‌حلی سازنده و همیشگی برای چنین موقعیت‌های مشکل‌آفرین و مصیبت‌باری مشارکت جویند.

مارک ملیا^۲، مدیر بخش حمایت و کمک‌رسانی خدمات امدادی کاتولیک^۳ می‌گوید که فاجعه‌ای مانند دارفور «بسیار پیچیده و درک مردمی که کارهای مخوفی می‌کنند سخت است. فهم این

1. Alwi Shihab
2. Mark Melia
3. Catholic Relief Services

نکته که چرا و چه چیزی برای توقف آن می‌توان انجام داد نیز بسیار مشکل است». حتی نهادهای بین‌المللی، سازمان‌های غیردولتی و بنگاه‌های امدادی نیز همیشه پیشنهاد‌های واضحی راجع به اینکه چه کارهایی باید به منظور التیام (چیزی بسیار کمتر از درمان) بعضی بحران‌های تقریباً لاینحل انجام شود ندارند؛ مثلاً ایگلند^۴ در برنامه چارلی رز^۵ در شبکه پی‌بی‌اس^۶ خاطرنشان کرد که «مسئله نیجر، مسئله پیچیده‌ای است ... در میان خیران، در میان مؤسسات امدادی و ... بحث‌هایی وجود دارد که علت مسئله نیجر و راه‌حل آن واقعاً چیست؟»

از ابتدا، در حالی که سونامی‌زدگان، غرق در کمک‌های خیریه بودند سازمان‌های بشردوست (علی‌رغم تبلیغات گسترده)، درخواست‌های کمک برای بحران‌های دائم را همیشه نادیده می‌انگاشتند. مقامات نهادهای امدادی در آکسفام^۷ خاطرنشان می‌کنند که میلیون‌ها نفر در منطقه دارفور سودان از خانه‌های خود گریخته‌اند. جاسمین ویتبرید^۸، مدیر بخش بین‌الملل آکسفام می‌گوید: «اگرچه تعداد بی‌خانمان‌های سودانی برابر با بی‌خانمان‌های سونامی‌زده بود اما سودان به سرعت به وضع فوق‌العاده فراموش شده‌ای تبدیل شد».

سازمان پزشکان بدون مرز^۹ بیش از سه برابر مبلغی که در پی جمع‌آوری آن بود (۱۷ میلیون پوند) یعنی مبلغی برابر با ۶۲ میلیون پوند کمک‌های خیریه برای سونامی‌زدگان دریافت کرد. بر اساس گزارش گاردین، در اواخر ژانویه ۲۰۰۵، این سازمان «با اهداکنندگان برای این کمک‌ها تماس می‌گرفت تا بپرسد که آیا می‌تواند این پول را در فعالیت‌های امدادی خود در جای دیگری استفاده کند یا خیر؟ اگر آن‌ها با این درخواست موافقت نمی‌کردند پول به ایشان برگردانده می‌شد. اغلب کسانی که تا آن زمان با آن‌ها تماس برقرار شده بود در آلمان و آمریکا بودند و حدود ۲۰ درصد از ایشان درخواست عودت پولشان را کرده بودند».

گاردین از قول اورلا کوئینلان^{۱۰}، مدیر بخش سرمایه‌گذاری

4. Egeland
5. Charlie Rose
6. PBS
7. Oxfam
8. Jasmine Whitbread
9. Médecins Sans Frontières
10. Orla Quinlan

در دسامبر سال گذشته از مردم تقاضای کمک‌های نقدی کردند؛ اما هیچ کمکی جمع‌آوری نشد. ما دوباره در مارس و آوریل تقاضای کمک کردیم؛ و سپس در می، اما نتیجه تلاش‌هایمان واقعاً بد بود. من حتی در چند کنفرانس مطبوعاتی بزرگ اعلام کردم که به زودی، بچه‌های نیجری شروع به مردن خواهند نمود؛ اما باز هم کمکی دریافت نکردیم. تا اینکه بی‌بی‌سی بخشی از تصاویر و فیلم‌های این فاجعه را پخش کرد و ناگهان در عرض ده روز بیش از مبلغی که در عرض ده ماه جمع شده بود، به دست آوردیم. مجری چارلی رز نیز با این جمله، سخنان ایگلند را تأیید کرد: «تماشای محنت و رنج، محرک قدرتمندی برای اعطای کمک است».

بدین دلیل، سازمان پزشکان بدون مرز در طول هشت سال گذشته، هر ساله فهرستی از ۱۰ «رویداد انسانی که بیش از همه تحت پوشش خبری قرار نگرفته‌اند» منتشر می‌کند. به گفته اندرو تیندال، ناشر گزارش تیندال، ده رویدادی که سازمان پزشکان بدون مرز برای سال ۲۰۰۵ برجسته کرده بودند، تنها ۸ دقیقه از ۱۴۵۲۹ دقیقه اخبار شبانگامی سه شبکه اصلی تلویزیونی ایالات متحده را به خود اختصاص داده بودند. در سال ۲۰۰۵ به طور غیرمعمولی شاهد تعداد معتناهایی از پوشش خبرهای بین‌المللی بودیم، اما به گفته تیندال تنها ۶ دقیقه از اخبار شب‌های وسط هفته شبکه امریکن به جمهوری دموکراتیک کنگو و تنها دو دقیقه به چین اختصاص داشت. بحران ایدز تنها ۱۴ دقیقه پوشش خبری داشت. رویدادهای دیگری که جزء فهرست ده‌تایی سازمان پزشکان بدون مرز قرار داشتند (شامل درگیری‌های هائیتی، شمال شرقی هند، کلمبیا، شمال اوگاندا، ساحل عاج، سومالی و شمال سودان) تحت هیچ‌گونه پوشش خبری‌ای قرار نگرفته بودند. در سال‌های ۱۹۹۱ و ۲۰۰۱، درگیری‌های سریلانکا و در سال ۲۰۰۰، درگیری‌های اندونزی (اگرچه این درگیری‌ها همه اندونزی را شامل نمی‌شد و تنها خشونت در بندا آسی را در بر می‌گرفت) در شمار «ده اتفاق برتر بدون پوشش خبری» سازمان پزشکان بدون مرز بودند. اعلام شکست فراگیر رسانه‌ها در پوشش خبری این مناطق (به استثنای بعضی حوادث مانند سونامی) از سوی این سازمان، تنها شاهد دیگری بر اشتیاق محدود رسانه‌ها برای پوشش دادن آن‌ها است. پس از سونامی، حتی در هفته‌های آغازین سال ۲۰۰۵ میلادی،

آکسفام می‌نویسد: «رسانه، عامل بسیار موثری در دست‌و‌دل‌باز شدن مردم است. اگر آن‌ها از لحاظ بصری با سانحه درگیر باشند این امر، سانحه را به خانه‌های مخاطبان می‌آورد و آن را برایشان واقعی می‌سازد». گروه‌های امدادی به‌خوبی از رابطه مستقیم میان توجه رسانه‌ها و کمک‌های خیریه به‌خصوص در بحران‌های فراموش‌شده اطلاع دارند. در واقع، پدیده‌ای به نام «ازدیاد تصویر» وجود دارد. تصاویر باعث ایجاد انواع تفاوت‌ها می‌شوند. پخش زیرنویس‌های تلویزیونی برای سازمان‌های امدادی نیز باعث کمک‌های خیریه مردم می‌شود. پالما ون گرابر^۱، مدیر انتشارات دفاع و امور خارجه خاطرنشان می‌کند: «رسانه‌ها در افزایش توجه سیاسی و عمومی از همان نقشی برخوردارند که فناوری‌های نو در افزایش توان نظامی». هنگامی که ایگلند در دسامبر ۲۰۰۵ در برنامه چارلی رز به مناسبت اولین سالگرد سونامی حاضر شد درباره نقشی که رسانه‌ها در امداد به این سانحه بازی کردند چنین گفت:

«ما برای سونامی‌زدگان به دنبال یک میلیارد دلار بودیم که به ۹۰ درصد این مبلغ به سرعت دست پیدا کردیم ... در شمال پاکستان، ما تنها به دنبال نیمی از این مبلغ، یعنی ۵۵۰ میلیون دلار بودیم اما پس از گذشت سه ماه و با تلاش‌های گوناگون تنها به کمتر از نیمی از آن دست یافتیم ... اگر زمین‌لرزه پاکستان نیز در وسط عید میلاد مسیح و تعطیلات سال نوی غرب اتفاق افتاده بود، اگر رسانه‌ها آن را به مقدار زیادی پوشش داده بودند، اگر گردشگران زیاد و نماهنگ‌های بی‌شماری از این سانحه داشتیم تا در سی‌ان‌ان و بی‌بی‌سی، بیست و چهارساعته پخش کنیم (همان کارهایی که برای سونامی کردیم) می‌توانستیم همان واکنش را نیز برای زلزله پاکستان داشته باشیم؛ اما زلزله پاکستان در ماه اکتبر اتفاق افتاد. هیچ‌گونه تصویری از اینکه مردم چگونه مردند یا چگونه در خاک دست‌وپا می‌زدند وجود نداشت؛ و لذا ما کمک‌های خیلی کمتری دریافت کردیم».

به عقیده ایگلند، علت فقدان واکنش‌ها و کمک‌های خیریه به مسئله نیجر، فقدان توجه رسانه‌ها به آن است: «ما متوجه شدیم که مسئله نیجر در حال تبدیل به حالتی فوق‌العاده است. لذا افراد من

1. Image Multiplication

2. Pamela von Gruber

و سخت منطقه. سپس رسانه‌ها به طور ناراحت‌کننده‌ای دریافتند که رویداد اشتباهی را پوشش داده‌اند. مسئله اصلی این نبود که سدها از بین رفته‌اند بلکه این بود که چرا از بین رفته‌اند. مسئله اصلی این نبود که چه تعداد انسان در نیواورلئان باقی مانده‌اند، مسئله این بود که چه کسانی در آنجا باقی مانده‌اند.

در زمانی که ابعاد بلای ساحل خلیج، در روزهای پس از طوفان، گسترش می‌یافت، دامنه آن از نیواورلئان هم فراتر رفت. بقیه مردم کشور دریافتند که کاترینا به دلیل مهاجرت کسانی که توسط طوفان بی‌خانمان شده‌اند به دیگر شهرهای ایالات متحده (به دلیل پاسخ نامناسب دولت فدرال و افزایش قیمت نفت و گاز در سراسر کشور) به مسئله‌ای منطقه‌ای تبدیل شده است.

تغییر کانون توجه، سانحه را همچنان در صفحه اول نشریات حفظ نمود اما میزان اشتیاق آمریکایی‌ها در اهدای کمک‌های نقدی را تغییر داد. اولین تصاویری که از نیواورلئان پخش شد اشخاص و خانواده‌های آمریکایی بی‌شماری را برانگیخت تا با فروش دست‌پخت خود و برگزاری حراج‌های غیررسمی، درآمدی کسب کنند و حاصل فروش خود را به صلیب سرخ اهدا نمایند؛ اما به عقیده اریک بلاک^۱، سخنگوی گروه‌های شفقت، هنگامی که پوشش رسانه‌ای طوفان کاترینا از گزارش سانحه به اتهام‌زنی بین نهادهای دولتی تغییر کرد کمک به بازماندگان به سرعت کاهش یافت.

این طوفان همچنین توانست توجه غیرآمریکایی‌ها را نیز به نحو چشم‌گیری به خود جلب نماید. همچون سونامی، نیز بی‌اندازه خوش‌تصور و دسترسی به آن اگرچه مشکل اما امکان‌پذیر بود. برای آمریکایی‌ها، اهمیت ماجرا به این بود که در همین جا اتفاق افتاده است، برای مردمی که خود ما هستیم. برای غیرآمریکایی‌ها، اهمیت آن در این بود که حتی آمریکایی‌ها نیز از تاراج بلایای طبیعی یا کوتاهی دولتشان مستثنا نیستند. پیشنهاد کمک از کشورهای مختلف جهان ارائه شد. کشورهایی چون ارمنستان، آذربایجان، جمهوری دومینیکن، ال‌سالوادور، گرجستان، گواتمالا، گویان، هندوراس و پاراگوئه (که دارایی احتیاطی اندکی در اقتصادشان دارند) و یا اندونزی و سریلانکا (که هنوز هم بابت سوانح طبیعی در

در زمانی که رسانه‌های جهان هنوز در اندونزی و سریلانکا بودند، حداقل توجه رسانه‌ای به این دو درگیری بیست‌ساله معطوف شد. پوشش خبری ویژه ویرانی‌های سونامی و همچنین جنگ عراق، تمام وقت اتاق‌های خبر را برای گزارش‌های بین‌المللی و به‌ویژه گزارش‌های جنگی گرفت. گرث اونز^۲، رئیس هسته مشاوران گروه بین‌المللی بحران (مستقر در بروکسل) می‌گوید: «مشغولیت ذهنی جهان با جنگ عراق، صحنه‌های زیاد دیگری از خشونت گسترده را به حاشیه می‌راند». «یک تولیدکننده خبر تلویزیونی (که ما او را در ایالات متحده ملاقات کردیم) اوضاع جهان را از بهار ۲۰۰۳ این‌گونه جمع‌بندی کرد: «ببینید، ما این روزها سه اولویت در خبر خارجی داریم: عراق، عراق، عراق... و عراق فقط مشغولیت ذهنی آمریکایی‌ها نیست. ما ترجیح‌بند مشابهی را بارها و بارها از تولیدکنندگان خبر و سردبیران روزنامه‌ها در سرتاسر اروپا و دیگر کشورهای جهان شنیده‌ایم».

در این فاصله، به آمریکا برمی‌گردیم ...

پوشش خبری طوفان کاترینا در نیمه دوم سال ۲۰۰۵ میلادی بر اخبار داخلی آمریکا غلبه داشت. تلویزیون کابلی، برنامه‌های زیادی را به این ماجرا اختصاص داد. در اولین روزهایی که این طوفان به نیواورلئان اصابت کرد فاکس نیوز بیش از ۵۰ نیرو و سی‌ان‌ان ۱۲۵ نیرو به ساحل خلیج فرستاد. کریستین امانپور^۳، ستاره سی‌ان‌ان و نیک رابرتسن^۴، خبرنگار کهنه‌کار جنگ به این منطقه اعزام شدند. این طوفان برای شبکه‌های کابلی، موقعیتی برای کسب درآمد بود. در اولین روزهای ماه سپتامبر، مخاطبان ساعات پربیننده فاکس به ۴۲ میلیون نفر افزایش یافته بود، به عبارت دیگر ۱۱۲ درصد بیشتر از میانگین روزهای قبل آن؛ سی‌ان‌ان نیز ۳۷ میلیون نفر بیننده داشت؛ یعنی افزایش ۳۳۶ درصدی؛ و مخاطبان ام‌اس‌ان‌بی‌سی با رشد ۳۷۹ درصدی به ۱۷۵ میلیون نفر رسیده بود.

در ابتدا، رسانه‌های آمریکا، طوفان کاترینا را همانند دیگر طوفان‌ها پوشش دادند؛ گزارش زنده خبرنگاران با پس‌زمینه خیابان‌های زیرآبرفته و بادهای شدید برای نشان دادن اوضاع بد

1. Gareth Evans
2. Christiane Amanpour
3. Nic Robertson

4. Eric Block

کشور خودشان پول خرج می‌کنند).

چه چیزی درباره «حالت اضطراری ساده» ساده است؟

عکس‌ها و فیلم‌های جذاب، دسترس مناسب، اخبار فوری به جای حوادث طولانی‌مدت، انسان‌های معصوم و ترجیحاً بچه‌ها که باید نجات داده شوند، تعداد کشته‌شدگان، دارایی‌های اساسی‌ای که از بین رفته‌اند، منافع حساس امنیتی در معرض خطر، خشونت، رسوایی یا فساد، حتی گزارش‌های «حیرت‌انگیز»، مثل نجات مردی اندونزیایی به نام ریزال شاهپوترا^۱ که هشت روز پس از سونامی در ۱۰۰ مایلی ساحل شناور بر روی شاخه درختی پیدا شد همگی عواملی هستند که بر پوشش رسانه‌ای بلایا و بحران‌ها مؤثرند اما هیچ «فرمول محاسباتی» که بتواند میزان پرداختن رسانه‌ها به موضوعی را حتی با وجود عوامل فوق محاسبه کند، وجود ندارد. نه تنها متغیرهای تکی، بی‌نهایت بی‌ثبات هستند بلکه مؤلفه‌های خارجی دیگری نیز در این امر دخالت دارند. آیا هم‌اکنون حادثه خبری مهمی (که تحت پوشش رسانه‌ای است) وجود دارد که به محل زندگی ما نزدیک‌تر باشد؛ انتخابات ریاست جمهوری، یا درگیری با سربازان آمریکایی، یا حتی دادگاه جنایی مهیج؟ آیا کاخ سفید، پوشش خبری حادثه را در دستورالعمل‌های خود قرار داده است؟ آیا آمریکایی‌ها یا فقط دولت آمریکا واقعاً به این افراد علاقه دارد؟ مثلاً آیا آمریکایی‌ها واقعاً می‌خواهند به ایران بابت فاجعه در شهر بوم کمک مالی کنند؟

حتی بالاترین آمار کشته‌شدگان، اخبار خشونت‌های تصورناپذیر، یا تصاویری که قلب آدم را از جا می‌کنند لزوماً برای تضمین جلب توجه کافی - به منظور قرار دادن حادثه در دستور کار اخبار جهانی و ایجاد میزان معتناهی از پوشش رسانه‌ای - کافی نیست. بر اساس این، پیشنهادهای موجود درباره اینکه نهادهای بین‌المللی، مؤسسات خیریه و دولت‌ها چگونه باید پیام سانحه‌ای را به منظور جلب توجه رسانه‌ها مدیریت کنند اطمینان‌پذیر نیست. تبعیت از چنین توصیه‌هایی احتمالاً می‌تواند به قدری تبلیغ منجر شود اما نمی‌تواند توجه مخاطبان را به طور مداوم به خود جلب کند. ایگلند معتقد است که قربانیان سوانح جهان در «نوعی بخت‌آزمایی

بشردوستانه» گیر افتاده‌اند. «آن‌ها واقعاً در یک بخت‌آزمایی جهانی هستند. آن‌ها هر شب برای جلب توجه و حمایت ما، بخت خود را به آزمایش می‌گذارند؛ و هر شب ۹۹ درصد آن‌ها می‌بازند؛ و تنها یک درصد از آن‌ها برنده می‌شوند».

سوزان سانتگ^۲، پیش از مرگش در آخرین کتابش «توجه به درد دیگران» نوشت: «بگذاریم تصاویر فجیع دائماً فکر ما را به خود مشغول کند». اما همان طور که او در سراسر زندگی‌اش اشاره کرده است، تصاویر، محدودیت‌های مشخصی دارند؛ او می‌نویسد: «تصاویر دردناک و تکان‌دهنده، تنها جرعه آغازین را ایجاد می‌کنند». تصاویر مناسب می‌توانند توجه ما را به خود جلب کنند، اما این کار صرفاً اولین و شاید راحت‌ترین گام برای برداشتن است. این همان ملاحظه‌ای است که به این نظریه منجر می‌شود که شاید بتوان گفت (البته تا آنجا که به رسانه‌ها مربوط می‌شود) تنها تفاوت مختصری بین حالت‌های اضطراری «ساده» و حالت‌های اضطراری «پیچیده» وجود دارد. اغلب بینندگان، «بلاهای طبیعی»^۳ را (آن‌هایی که به وضوح در زمره «حوادث غیرمترقبه» هستند مانند طوفان‌ها، زلزله‌ها و فوران آتشفشان‌ها) به عنوان «حالت‌های اضطراری ساده» طبقه‌بندی می‌کنند. حالت‌های اضطراری ساده، نیازمند پاسخ‌های بشردوستانه ساده‌ای هستند: تهیه غذا، پناهگاه و تدارکات بهداشتی؛ اما در اصطلاحات مخصوص امداد، در برابر بخش فوق، «حالت‌های اضطراری پیچیده» قرار دارد؛ سوانحی ساخته دست بشر که در آن‌ها انسان‌ها مقصرند: جنگ‌های داخلی، پاک‌سازی نژادی و مهاجرت آوارگان. چنین حالت‌هایی نه تنها نیازمند امداد بشردوستانه هستند بلکه عنایت اجتماعی، سیاسی و حتی نظامی را نیز طلب می‌کنند.

حالت‌های اضطراری پیچیده، حتی هنگامی که فاجعه‌انگیز هستند معمولاً «دستاویز خبری» آسان و حادثه‌محوری ندارند؛ تا از آن طریق در صفحه اول و صدر همه اخبار «به کار بسته شوند». حالت‌های اضطراری پیچیده، نیازمند این هستند که رسانه‌ها، منابع زیادی از زمان، نیروی کار و پول را به آن‌ها اختصاص دهند. این در حالی است که اغلب، نتایج مشهود خیلی کمی دارند؛ مثلاً احتمال کمی دارد که حتی یک گزارش چندبخشی درباره کنگو یا کلمبیا

2. Susan Sontag
3. Natural Disasters

1. Rizal Shahputra

سخت و بازسازی بسیار سریع کشور وارد می‌کند. اگر شما به اتفاقاتی که در شمال و شرق کشور رخ می‌دهد نگاهی بیندازید می‌فهمید که آن‌ها به دلیل گزارش‌هایی بوده است که همه ما تهیه کرده‌ایم تا دولت را تحت فشار قرار دهیم؛ دولت، گروهی را به شمال اعزام کرد تا با بیرهای تامیل دیدار کنند. آن‌ها پس از مذاکره به این توافق رسیدند که با یکدیگر کار کنند».

سونامی آسیا، طوفان کاترینا و زمین‌لرزه پاکستان (صرف نظر از زلزله‌های بم و گجرات)، کاملاً مشخص کردند که حالت‌های اضطراری «ساده»، پیچیدگی‌های مخصوص به خود را به وجود می‌آورند. آوردن مخازن آب، پرتاب بسته‌های غذا و چادر از پشت کامیون‌ها برای اقدامات امدادی کافی نیست. در دنیای امروز، چیزی به نام حالت اضطراری «ساده» که واقعاً ساده و راه‌حل آن سریع باشد وجود ندارد. «شبکه فعال یادگیری برای پاسخ‌گویی و اقدام در فعالیت‌های بشردوستانه»^۳، محل تبادل نظری بین‌المللی و میان مؤسسه‌ای درباره مسائل بشردوستانه شامل گروه‌هایی مانند دفتر مأموران عالی‌رتبه سازمان ملل در امور پناهندگان، صندوق کودکان سازمان ملل، سازمان بهداشت جهانی، کر، آکسفام، کودکان را نجات دهید، چشم‌انداز جهان و کمیته بین‌المللی صلیب سرخ است. این مؤسسه در «بررسی اقدامات بشردوستانه در سال ۲۰۰۴»^۴ خاطرنشان می‌کند که «مشکلات نه تنها در بحران‌هایی که در اصل به خشک‌سالی مرتبط می‌شوند ... بلکه در آن‌هایی که ریشه در منازعات داخلی دارند نیز ... به نحو چشمگیری یک جور است ... سرشت تکرارشونده مشکلات، مؤید این ادعا است که چالش‌های حالت‌های اضطراری پیچیده و چالش‌های بلایای «طبیعی» از یک سنخ هستند اما میزان پیچیدگی آن‌ها بیشتر است».

لذا به جای این نتیجه‌گیری که رسانه‌ها حالت‌های اضطراری ساده را نسبتاً خوب و حالت‌های اضطراری پیچیده را بد پوشش می‌دهند نتیجه‌گیری صحیح‌تر می‌تواند این‌گونه باشد که رسانه‌ها حالت‌های اضطراری ساده را تا هنگامی خوب پوشش می‌دهند که ساده به نظر برسند. به محض اینکه پیچیدگی بازسازی آغاز می‌شود و اخبار خوش‌تصویر بازماندگان به پایان می‌رسد رسانه‌ها

تعداد زیادی از خوانندگان و بینندگان را به خود جلب کند. بدون حادثه خبری جذابی که موجب مقدار زیادی از پوشش رسانه‌ای می‌شود گزارش حالت اضطراری پیچیده، امری است که پس از یک بار پخش، کاملاً پایان می‌یابد؛ چنین گزارش‌هایی بیشتر در اثر باور گزارشگر، دبیر خبر یا تهیه‌کننده‌ای مبنی بر اینکه عموم مردم باید درباره حالت‌های اضطراری اطلاع داشته باشند پخش می‌شود. آن‌ها معتقدند که عموم مردم نباید به وسیله جنون تغذیه رسانه‌ها - که به صورت گروهی برای پوشش «موضوع برجسته بعدی» حرکت می‌کنند - به پیش رانده شوند.

احتمال اینکه حالت‌های اضطراری ساده تحت پوشش اخبار فوق‌العاده قرار گیرند بسیار بیشتر است: آن‌ها، دفعی و به طور غیرمنتظره اتفاق می‌افتند و اغلب، مصیبت‌بار هستند. برای رسانه‌هایی که حادثه به وقوع پیوسته را دقیقاً تحت نظر دارند چنین حوادثی تنها برای دوره کوتاهی از زمان مقاومت‌ناپذیر هستند. حتی اخبار فوق‌العاده مصیبت‌بار (سونامی، طوفان یا زمین‌لرزه) نیز به سرعت به داستان کمتر جذابی از تلاش با صبر و استقامت برای بازسازی و بازیابی تبدیل می‌گردد و سپس با گزارش‌های تازه‌تری که هم‌اکنون جذابیت بیشتری دارند از صفحات اول و از صدر اخبار به کنار زده می‌شود. هاوارد کرتز^۱، منتقد رسانه‌ای واشنگتن پست تصدیق می‌کند که «ما برای تصاویر مهیج به آنجا می‌رویم، اما بازسازی‌ها رویدادهای کمتر مهیجی هستند. تصاویر ویدئویی آن‌ها اصلاً جذاب نیستند». پس از اینکه آسیب‌دیدگان بهبود یافتند و مراسم تدفین قربانیان به پایان رسید، گزارش‌گران معدودی به گزارش سانحه می‌پردازند؛ و رسانه‌های کمتری در خلال فرآیند چندین‌ساله بازسازی (به جز به وسیله مقالات سطحی سالانه) به پوشش رسانه‌ای ادامه می‌دهند. با وجود این، روزنامه‌نگاران معتقدند که کار آن‌ها حتی پس از سانحه نیز اثر زیادی دارد. روی ترسد^۲ گزارشگر یوپی‌آی که در سریلانکا مستقر است، در سی‌ان‌ان‌آی خاطرنشان می‌کند:

«فعالیت روزنامه‌نگاران بین‌المللی و روزنامه‌نگاران حاضر در این منطقه و گزارش‌های آن‌ها، فشار زیادی بر دولت برای کار

3. The Active Learning Network for Accountability and Performance in Humanitarian Action (ALNAP)

1. Howard Kurtz

2. Ravi Trasad

رفتند که در آن‌ها کمتر به بحث بلایای طبیعی پرداخته شد و بیشتر درباره پاسخ محلی و ملی دولت‌ها، درباره فقر و نژاد، درباره فرهنگ و جامعه و درباره تلاش‌های خارجی برای امدادسانی و تعهدات بومی برای بازسازی صحبت شد. در این باره روث گریدلی گزارشگر در وبگاه شبکه هشدار رویترز نوشت: «در صنعت رسانه، اتفاق نظری وجود دارد که سونامی آسیا بهتر از هر بحران پیشین تحت پوشش قرار گرفت. روزنامه‌نگاران می‌گفتند که در پرهیز از مشکلات متداول روزنامه‌نگارانی که با چتر در مناطق سانحه فرود می‌آمدند، موفق بوده‌اند ... آن‌ها باورهای غلطی را که درباره جسد‌های بیماری‌زا بود از بین بردند ... آن‌ها همچنین درباره فرزندخواندگی‌های بین‌المللی خیرخواهانه اما نادرست بچه‌هایی که به تازگی یتیم شده‌اند به بحث و گفت‌وگو پرداختند و تلاش نمودند تا مردم را به اعطای کمک‌های نقدی به جای لباس‌های کهنه نامناسب تشویق کنند». اما عادت‌های بد، باز هم باقی ماندند: رسانه‌های جریان غالب، در مقیاسی وسیع، هنوز به شدت بر روزنامه‌نگارانی که با چتر در مناطق بحران زده فرود می‌آمدند متکی بودند؛ مثلاً تیم کانینگهام از اسکای‌تی‌وی تأیید می‌کند که تا قبل از وقوع سونامی هرگز در سریلانکا نبوده است. «اطلاعات من درباره سریلانکا از چند صفحه کاغذ چاپ شده تشکیل می‌شد. به من تنها ۳۰ دقیقه قبل از اعزام گفته شد که به سریلانکا خواهیم رفت».

حضور گزارشگران دور از وطن (مانند کریستین امانپور یا نیک رابرتسن) در تصاویر ارسالی از سانحه، به خصوص برای بینندگان تلویزیونی، حاکی از این است که حادثه‌ای که تحت پوشش قرار گرفته، «مهم» است. برای رسانه‌ها، اهمیت استفاده از شخصیتی مشهور یا نام آشنا تاحدودی به دلیل آشنا بودن آن‌ها با نیازها، قوانین و شیوه‌های خبری آن رسانه است، اما گزارشگران بومی‌ای که هم‌اکنون در منطقه حضور دارند قطعاً شناخت بیشتری از نیازها و آداب و رسوم محلی دارند.

اغلب رسانه‌های جریان غالب (به خصوص شبکه‌های تلویزیونی) گرفتار محدودیت‌های مدل کسب‌وکار خود هستند؛ ایجاد دفتر در کشورهای مختلف یا حتی دفاتر منطقه‌ای زیاد، از نظر مالی امکان‌پذیر نیست؛ لذا رسانه‌ها مجبورند که توانایی‌های خودشان را

به حالت‌های اضطراری «ساده» نیز همانند حالت‌های اضطراری «پیچیده» می‌پردازند (یعنی آن‌ها را فراموش می‌کنند). هوارد کرتز این سؤال را مطرح می‌کند که چرا بحران‌هایی مانند دارفور و رواندا «در رادار رسانه‌ها از جایگاه مهمی برخوردار نیستند؟» او خود، پاسخ را این گونه می‌دهد که «اخبار فقر یا جنگ داخلی ... یا کشته‌های فراوان در روزهای متمادی برای ایجاد برنامه تلویزیون جذاب، کافی نیست زیرا فیلمی در دست نیست و داستان نیز تغییر خیلی زیادی نمی‌کند».

حالت‌های اضطراری پیچیده به ندرت پوشش بین‌المللی چشمگیری را به خود جلب می‌کنند؛ حالت‌های اضطراری ساده نیز پس از گذشت ضربه آغازین به همین شکل هستند. جریان غالب رسانه‌ها تنها به بعضی از دردهای دیگران توجه می‌کنند! این اطلاع از درد دیگران نیست که توجه رسانه‌ها را برمی‌انگیزد؛ بلکه، باور رسانه‌ها است که تنها گونه‌های مشخصی از درد دیگران برای مخاطبان آن‌ها جالب هستند؛ دردی که در مجموع تحمل‌پذیر شناخته شود. به منظور جلب طیف وسیعی از مخاطبان، آن‌ها باید احساس کنند که درد، مسکنی فوری دارد (مجروحان را پانسمان کنید، آدم‌های متقلب را بیرون کنید، مسیرهای گذارسانی را مجدداً برقرار کنید، پاپ جدیدی انتخاب کنید). دردی که به مصیبت طاقت‌فرسایی تبدیل می‌شود، هم مدیریت آن، فرسایشی است و هم بهبود آن، سخت است؛ دردی که بیش از اندازه، حاد است هم تصور آن، سخت است و هم اصرار ورزیدن بر آن، مشکل است؛ بنابراین، این گونه دردها (مالاریا، ایدز، سیرالئون، دارفور) در کانون توجه رسانه‌ها نیستند؛ رسانه‌ها نمی‌دانند چگونه این دردها را نمایش دهند که مخاطبان‌شان دچار ناامیدی و درماندگی نشوند؛ افراد چه کاری می‌توانند برای توقف یک بیماری عالم‌گیر یا جلوگیری از یک نسل‌کشی انجام دهند؟

گزینه‌هایی برای پوشش بهتر

به هر حال، پوشش رسانه‌ای مناسب سونامی آسیا و طوفان کاترینا، جایی برای امیدواری باقی می‌گذارد. این حوادث در اخبار باقی ماندند و از پوشش‌های رسانه‌ای متنوعی نیز برخوردار شدند. هم داستان سونامی و هم داستان طوفان در رسانه‌ها به گونه‌ای پیش

برای پوشش حوادث مهم افزایش دهند. آن‌هایی که اعزام می‌شوند

مناطق بحران‌زده استفاده می‌کنند. در اینجا توضیح این مسئله لازم است که رسانه‌ها یکسان نیستند؛ به عبارت دیگر استثنائات مهمی درباره دست کشیدن کلی رسانه‌های تراز اول از پوشش خبرهای «خارجی» وجود دارد. به گفته تد ترنر^۲ در شبکه سی‌ان‌ان، استفاده از عبارت «خبرهای خارجی» برای گزارشگران و تهیه‌کنندگان، ممنوع است؛ اصطلاح صحیحی که باید به کار می‌برند «خبرهای بین‌المللی» بود؛ توصیفی که آسوشیتد پرس^۳ نیز در میان دیگر خبرگزاری‌ها آن را پذیرفته بود. در شرایطی که اغلب شبکه‌های تلویزیونی به طور فزاینده‌ای از وظیفه پوشش خبرهای بین‌المللی به دست خبرنگاران خود دست کشیده‌اند و حوادث جهان در خروجی‌های اکثر رسانه‌ها خیلی ضعیف پوشش داده می‌شود هنوز هستند بعضی رسانه‌هایی که به پوشش منظم و عمیق اخبار جهانی ادامه می‌دهند.

هم اکنون روزنامه‌های اصلی آمریکا (نیویورک تایمز^۴، واشنگتن پست^۵، لس آنجلس تایمز^۶، شیکاگو تریبون^۷، کریسچن ساینس مانیتور^۸) نسبت به اخبار کشورهای خارجی به نحو اساسی‌ای مسئولیت قبول می‌کنند و آسوشیتد پرس و بریتیش رویترز^۹ و فرنچ ایجنس فرنس پرس^{۱۰} همگی منابعی هستند که رسانه‌های خبری کوچک‌تر از آن‌ها استفاده می‌نمایند.

دست کشیدن این شبکه‌ها از پوشش اخبار خارجی، فرصت‌ها و انگیزه‌هایی برای رسانه‌های عمومی (به ویژه رادیوی عمومی) و منابع اخبار خارجی (به ویژه بی‌بی‌سی) ایجاد کرده تا به تهیه اخبار جهان برای مخاطبان آمریکایی دست بزنند. این موضوع همچنین گروه‌های غیردولتی را تشویق کرده تا خروجی‌های رسانه‌ای خاص خودشان را داشته باشند. این گروه‌ها، مدت‌ها بود که از عدم تطابق پوشش خبری رسانه‌های جریان غالب با اهداف امدادی خودشان، مأیوس شده بودند. چشم‌انداز دنیا (یکی از گروه‌های پیشرو در

معمولاً به جای تخصص در زمینه سیاست، فرهنگ و یا زبان منطقه، در پوشش بحران‌ها متبخر هستند. تد کاپل^۱، در ژانویه سال ۲۰۰۶، در پایان کارش در برنامه خط شب شبکه ای‌بی‌سی اظهار داشت که: «دفاتر خارجی شبکه‌ها در چند سال اخیر بیش از اندازه هزینه‌بر شده‌اند لذا ارزش ادامه کار ندارند. با توجه به تعداد زمان‌های پخش که گزارش‌های آن‌ها دریافت می‌کند، این دفاتر دیگر مقرون به صرفه به نظر نمی‌رسند. تا به حال نیز تعداد زیادی از آن‌ها یا بسته شده‌اند و یا اندازه آن‌ها تا مرز بی‌اهمیتی کوچک شده است.

به بیان ساده، دیگر مخاطبی دیده نمی‌شود که با داد و فریاد به دنبال اخبار خارجی باشد؛ البته در این میان استثنا نیز وجود دارد، مانند ماه‌های اولیه جنگ‌هایی که نیروهای آمریکایی در آن حضور دارند و یا یکی دو هفته اول بلایای طبیعی‌ای که واقعاً دارای ابعاد وسیعی هستند.

البته شما هنوز هم گزارش‌های خارجی را در اخبار شامگاهی مشاهده می‌کنید اما با دقت نظر در آن‌ها می‌توان فهمید که یا یکی از نیم‌دوجین خبرنگار خارجی‌ای که هم‌اکنون دنیا را برای تمام شبکه‌ها پوشش می‌دهند، آن‌ها را گزارش کرده‌اند یا گوینده، صرفاً خبر را بر روی قطعه‌ای از نوار ویدئو که خبرگزاری دیگری آن را ضبط کرده است می‌خواند. در حوادث بزرگ، به منظور پوشش‌های خبری پرهیجان چندروزه ممکن است یک گوینده خبر با چتر نجات در منطقه بحران‌زده فرود آید؛ اما دوران خبرنگاران خارجی‌ای که کشور یا منطقه‌ای را کاملاً می‌شناسند، مدت‌ها است سپری شده».

از این رو، اغلب رسانه‌های جریان اصلی، بیشتر، منابعی دست‌دوم هستند. حتی در رسانه‌های مطرح نیز، فشار برای تهیه گزارش برای «ماشین رسانه‌ای ۲۴ ساعته» بدین معنا است که در زمان پوشش بحران‌ها، خبرنگاران چترباز به افراد دیگری نیاز دارند تا برای آن‌ها موقعیت را تشریح کنند و به آن‌ها کمک کنند تا راهی برای توصیف وضعیت موجود و پیشینه آن پیدا کنند. بسیاری از رسانه‌های جریان غالب، خبرنگاران، کاربلدها و مترجمان منطقه‌ای استخدام می‌کنند؛ همچنین از منابع غیردولتی برای دریافت اطلاعات و شناخت منطقه و پروازهای بین‌المللی امدادی برای رسیدن به

2. Ted Turner
3. Associated Press
4. New York Times
5. Washington Post
6. Los Angeles Times
7. Chicago Tribune
8. Christian Science Monitor
9. British Reuters
10. French Agence France-Presse

1. Ted Koppel

رویترز را از بحران‌های بالفعل یا بالقوه «بهداشتی، هجوم ناگهانی، غذایی و یا درگیری‌ها» با توجهی ویژه به «وضعیت‌های اضطراری فراموش شده یا مخفی که به دلایلی در دیگر رسانه‌ها تحت پوشش خبری پراکنده‌ای قرار می‌گیرند» تهیه می‌کند. شبکه هشدار، شبکه‌ای با بیش از سیصد سازمان مشارکت‌کننده بشردوست دارد و به این مشارکت‌کنندگان اجازه می‌دهد تا اخبار را از مناطق بحران‌زده مستقیماً به وب‌گاه ارسال کنند.

اخیراً این وب‌گاه به منزله ابزار و منبعی برای کمک به جبران ضعف‌های رسانه‌های چاپی و رادیو-تلویزیونی، آزمایش شده است؛ مثلاً در پایان سال ۲۰۰۵ میلادی، اداره توسعه بین‌المللی^۲ به شبکه هشدار رویترز، پانصد هزار پوند حمایت مالی «به منظور تأمین بودجه دو سال اول پروژه‌ای به نام پل رسانه‌ها» (جامعه‌ای برخط برای روزنامه‌نگارانی که بحران‌های انسانی را گزارش می‌کنند) اعطا کرد.

مارک جونز^۳ مدیر این وب‌گاه می‌گوید: «من دوست دارم روزنامه‌نگاران را با این سؤال به چالش دعوت کنم که راه‌های دیگری که می‌توان از طریق آن‌ها بحران‌های انسانی را گزارش کرد چیست؟». پل رسانه‌ها «نتیجه مطالعه‌ای است که توسط مدرسه عالی روزنامه‌نگاری دانشگاه کلمبیا انجام شد؛ یافته‌های این مطالعه نشان داد که روزنامه‌نگارانی که بحران‌ها را گزارش می‌کنند به اطلاعات بیشتری از وضع موجود، سرنخ‌هایی پیرامون اخبار فوق‌العاده و اطلاعاتی درباره بنگاه‌های امداد نیاز دارند». پل رسانه‌ها نه تنها «محتوای موقعیتی» و ابزارهایی را برای روزنامه‌نگاران فراهم خواهد آورد بلکه به آن‌ها کمک می‌کند تا دیدگاه‌های جدیدی نسبت به رویدادهای طولانی‌مدت بیابند. جونز ادامه می‌دهد که «شما نمی‌توانید گزارش کنید که چهارهزار نفر دیگر در شمال اوگاندا در ماه گذشته جان خود را از دست دادند؛ این خبر نیست. چیزی که ما به دنبال آن هستیم صرفاً اخبار دست اول نیست بلکه اخبار دست اول موقعیتی است».

مشابه این وب‌گاه، وب‌گاه دیگری با نام امدادوب^۴ است که دفتر هماهنگی امور بشردوستانه سازمان ملل طراحی و راه‌اندازی

عرصه امداد) در تولید بسته‌های رسانه‌ای - به منظور تداوم کمک‌ها پس از اینکه رسانه‌های جریان غالب توجه خود را به جای دیگری معطوف کردند- تجربه خوبی دارد. کریس بری گزارشگر برنامه نایت لاین اشاره می‌کند: «در خلال روزهای پس از وقوع سونامی، چشم‌انداز دنیا، گروه فیلم‌برداری خود را به صورت مستقل به مناطق بحران‌زده اعزام نموده بود. گروه‌های تولید این نهاد، مطالب و اطلاعات را آماده و روزآمد می‌کردند تا در کمک‌های امدادی نقش اهداکنندگان را بیشتر کنند».

ریچارد استرنز^۱ رئیس گروه چشم‌انداز دنیا می‌گوید: «ما در عرض ۲۴ ساعت می‌توانیم رایانامه‌هایی را به دست نیم‌میلیون نفر برسانیم؛ و این رایانامه می‌تواند در بردارنده گزارش موقعیت، عکس و حتی فیلم‌هایی باشد که اشک از چشم بینندگان جاری می‌کند؛ لذا مخاطبان هدف این رایانامه‌ها، اخبار را نه از رسانه‌های جریان غالب بلکه از منابع «خبری» دیگری دریافت می‌کنند؛ گروهی غیردولتی که نه تنها برنامه کاری مشخص خود را دارد بلکه تعهد بیشتری نیز، هم نسبت به منطقه جغرافیایی و هم نسبت به موضوعات توسعه و امدادهای بشردوستانه در مقایسه با رسانه‌های جریان غالب دارد. در گردهمایی رسانه‌های الکترونیکی دنیا که در دسامبر سال ۲۰۰۳ در ژنو برگزار شد کوفی عنان، دبیرکل سابق سازمان ملل اعلام کرد که «رهبران رسانه‌ای از تمام مناطق جهان، بیانیه‌ای را تصویب کردند که در آن متعهد شده‌اند به نقش خود در پیشرفت و انسجام اجتماعی، جامه عمل بپوشانند». در شرایط بحرانی، اطلاعات و رسانه‌ها به اندازه غذا، آب، پناهگاه و دارو حیاتی هستند. رسانه‌های جریان غالب، دیر به این نتیجه رسیده‌اند که رسانه‌ها و گروه‌های غیردولتی در استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی منافع مشترکی دارند.

سازمان‌های بین‌المللی، بنگاه‌های امدادی، گروه‌های غیردولتی و جمعیت‌های بشردوست، تلاش‌های چشمگیری برای ابداع فناوری به منظور ایجاد وب‌گاه‌های اینترنتی انجام شده است. وب‌گاه‌هایی که در آن‌ها می‌توان اطلاعات بحران‌ها را منتشر کرد و درباره آن‌ها صحبت نمود. در میان نهادهای فوق، شبکه هشدار (آلرتنت) بنیاد رویترز صاحب‌نام و سرشناس است؛ وب‌گاهی که خوراک خبری

2. Department for International Development (DfID)

3. Mark Jones

4. ReliefWeb

1. Richard Sterns

اغلب خروجی‌های رسانه‌های جریان غالب، بحران‌ها و سوانح بین‌المللی را با نگاهی کل‌نگر در نظر نمی‌گیرند. در این رسانه‌ها، بحران‌ها، بحران نیستند؛ بلکه نوعی کالای مجازی برای فروش به مخاطبانی دم‌دمی مزاج هستند که از میان فهرست انتخاب بلندبالایی تصمیم می‌گیرند که چه خبری را از بلائیای حزن‌انگیز گرفته تا جدایی افراد مشهور به مصرف برسانند. وقتی رسانه‌ها درباره اینکه چه خبری را در اخبار خود بگنجانند تصمیم می‌گیرند در اغلب موارد، توجهی به «اهمیت» ذاتی بحران‌ها نمی‌کنند. نظیر شرکت‌های بیمه‌گر که بیشتر، نگران خسارات بیمه‌شده هستند تا کلیه خسارات واردشده، رسانه‌ها نیز بیشتر نگران این هستند که چه «خبر تازه» و چه حادثه خوش‌عکسی وجود دارد، چه چیزی مستقیماً در مخاطبان‌شان اثر می‌گذارد و چه چیزی را می‌توان در نود ثانیه یا در خلال هفت‌صد کلمه بیان کرد. در اغلب موارد، ویژگی‌های بحران را حسابداران رسانه‌ها با اولویت‌ها و انتظارات خاص، ارزیابی می‌کنند؛ و معمولاً اولویت‌های رسانه‌ها با اولویت‌های مقامات دولتی، خط‌مشی‌گذاران، سازمان‌های غیردولتی، مدیران بیمه یا حتی جمع‌کنندگان اخبار، بسیار متفاوت است.

در حالی که امدادگران به بحران‌ها نگاه می‌کنند و آن‌ها را بحران (یعنی همان چیزی که هستند) می‌بینند رسانه‌ها به بحران‌ها، نگاه می‌کنند اما آن‌ها را اخباری می‌بینند که برای اغلب آن‌ها، حکم کالا را دارند. اصناف دیگر نیز مثل مهندسان یا کادر درمانی ممکن است همان بحران‌ها را در نظر آورند و نیازهای کل جامعه یا نیازهای تک‌تک قربانیان را ببینند. با این طرز تلقی، فهم این که چرا مؤسسات رسانه‌ای فاقد هر گونه غریزه کاری ذاتی حتی برای پوشش فجایع بزرگ، گذشته از بلائیای ابتدایی هستند امکان‌پذیر خواهد بود. اکثر رسانه‌های جریان غالب پیش از توجه به «اهمیت» بحران، در جست‌وجوی «فرصت» هستند؛ فرصتی برای گزارشی پرسود از رویدادی هیجان‌انگیز که مطابق علایق جامعه هدف آن‌ها باشد.

کرده است. امدادوب «مرکزی جهانی برای اطلاعات بشردوستانه حساس به زمان» است که بر پوشش رسانه‌ای «وضعیت‌های اضطراری فراموش‌شده» نیز تأکید می‌کند.

این اقدامات نوآورانه به منظور جبران بی‌میلی حرفه‌ای و ناتوانی ساختاری رسانه‌های جریان غالب است تا از این طریق به این موضوع، توجه کنند که رسانه‌ها در کنار وظیفه ضروری ارسال «محصول خبری» می‌توانند (یا باید) اطلاعات عملیاتی ضروری برای بازسازی، فعالیت‌های انسان‌دوستانه و توسعه را نیز ارسال کنند. از این رو می‌توان گفت که رسانه‌های جریان غالب به کمک اینترنت و فناوری‌های دیجیتال و ماهواره‌ها، صاحب جایگاهی تقریباً انحصاری در انتشار اطلاعات بین‌المللی شده‌اند.

نیاز به اطلاعات، آن قدر شدید است که مؤسسات دیگر، با برنامه‌ریزی‌های متنوع خود، در حال ورود به قلمرو کاری روزنامه‌نگاران هستند. رسانه‌های جریان غالب دریافته‌اند که کار خبر دیگر صرفاً در ارسال اطلاعات به سوی مصرف‌کنندگان منفعل خلاصه نمی‌شود. اکثر رسانه‌های جریان غالب تلاش می‌کنند تا به سوی مدلی تعاملی از ارتباط دوسویه حرکت کنند؛ برقراری گفت‌وگوهای برخط با گزارشگران، پخش فیلم‌های زنده، نمایش تصاویر جذاب و افزودن نماتنگ‌های صوتی به منزله ضمیمه رویدادهای خبری.

نتیجه‌گیری

با بررسی پوشش بحران‌های سال‌های گذشته می‌توان آنچه برای رسانه‌های جریان غالب در آمریکا مهم بوده است را فهمید، که عبارتند از: اخبار فوری و فوق‌العاده، تصاویر احساسی، آمریکایی‌هایی که در خطر هستند، موقعیت‌هایی که بتوان آن‌ها را در حد مناقشه‌ای ساده یا خشونت‌ناهی غیرپیچیده تلخیص نمود (مانند وقایعی که بلائیای طبیعی ایجاد می‌کنند)، با راه‌حلی سریع و قابل وصول و داستانی جذاب. در این رسانه‌ها، اقدامات فوری بسیار بیشتر از فرآیندها ارزشمند دانسته می‌شوند. با اطلاع از این نکته کلیدی، فهم اینکه چرا خبرهای برتر سال‌های گذشته، طیفی وسیع از ویرانی سونامی گرفته تا طلاق جنیفر انیستون و از مرگ پاپ ژان پل دوم تا مراقبت و تغذیه تری شیپو را شامل می‌شود، ساده خواهد بود.



of USD 80 billion,” (press release, Swiss Re, 20 December 2005), <http://www.swissre.com/>.

Swiss Re, “New Swiss Re sigma study on catastrophes in 2004: more than 300 000 fatalities, insured losses reach nearly USD 50bn,” (press release, Swiss Re, 1 March 2005).

Ibid.; The figure of 280,00 was also given by the U.S. Geological Survey, “Significant Worldwide Earthquakes in 2004,” (report, U.S.G.S., 2004), http://neic.usgs.gov/neis/eq_depot/2004/.

Yasmin Alibhai-Brown, “Today’s Pity Is Worthless If We Forget,” *Independent*(London), 10 January 2005, 33.

ABC News, “The Sympathy Gap,” *Nightline*, 11 January 2005.

Ruth Gidley, “Debate: Has tsunami carved a news niche for disasters?” *AlertNet*, 11 March 2005, <http://www.alertnet.org/thefacts/reliefresources/111056581462.htm>.

Martin Kasindorf, “Polls, charities chart American outpouring,” *USA Today*, 7 January 2005, A5.

Kathleen Megan, “Friends in Need; What Is It about the Tsunami Disaster that Has Made Americans So Generous?” *Hartford Courant*, 20 January 2005, D1.

Antonia Zerbisias, “Will we still care when media leave?” *Toronto Star*, 6 January 2005, sec. Opinion, A21.

Stephanie Strom, “Figures Reveal Dynamics of Disaster Giving,” *New York Times*, 23 October 2005, 18.

Ibid.

Ibid.

Mark Bixler, “World’s ‘silent tsunamis’ take quiet, deadly toll,” *The Atlanta Journal-Constitution*, 9 February 2005, 1F.

CNN International, “Critique of Worldwide Media Coverage,” *International Correspondents*, 2 January 2005.

Graham Wood, “Tsunami and the Response,” *Ockenden International*, <http://www.ockenden.org.uk/index.asp?id=1145>.

Paul Keilthy, “Expert Talk: Has tsunami compassion killed other aid?” *AlertNet*, 24 January 2005 <http://www.alertnet.org/thefacts/reliefresources/110657947835.htm>.

Ellen Nakashima, “Aceh Rebels Describe Effort to Aid ‘Our Own’; Men Descended from Hillsides After Tsunami,” *Washington Post*, 19 January 2005, A12.

Fox News, “Quick Takes on the Media,” *Fox News Watch Saturdays*, 15 January 2005.

Reuters, “Reuters AlertNet Expert Poll: Tsunami Fundraising Efforts May Adversely Affect Other Disasters,” (press release, Reuters, 24 January 2005), <http://about.reuters.com/pressoffice/pressreleases/index.asp>.

Fox News Watch Saturdays.

Ben Flanagan, “Media: Don’t let disaster get in the way of a real story: The media sometimes makes bad judgments on humanitarian crises. But help is at hand,” *Observer*, 18 December 2005.

George Wehrfritz and Joe Cochrane, “Aceh’s Phantom Rebellion,” *Newsweek Web Exclusive*, 15 January 2005, <http://www.msnbc.msn.com/id/6829873/site/newsweek/>.

Ibid.

Sam Jones, “Sudan next as tsunami appeal ends,” *Guardian*, 28

Notes:

Toby Porter, “Comment: Give us the money now: Save the Children’s Toby Porter argues for faster disaster relief,” *Observer*, 16 October 2005.

Shafika Mattar, “Poll: Most Jordanians classify al-Qaida as terrorists rather than resistance group since bombings,” *Associated Press*, 5 January 2006; Jamal Halaby, “At least 57 killed in blasts at 3 Amman hotels; minister says suicide attacks and bomb-packed car,” *Associated Press*, 9 November 2005; “Jailed militant cleric accuses U.S. president of waging war against all Muslims,” *Associated Press*, 3 March 2006; Greg Myre and Mona El-Naggar, “Death Toll Rises to at Least 90 in Bombings at Egyptian Resort,” *New York Times*, 24 July 2005, “U.N.: Truck Bomb Killed Hariri,” *CNN*, 18 June 2005, <http://www.cnn.tv/2005/WORLD/meast/06/17/un.hariri/index.html>.

Paul Ames, “Pushed by U.S., a wary NATO mulls more help for African peacekeepers in Sudan,” *Associated Press*, 21 February 2006; Michael Fleshman, “Niger: a famine foretold,” *Africa Renewal* 19, no. 3 (October 2005); International Rescue Committee, “IRC Study Reveals 31,000 Die Monthly in Congo Conflict and 3.8 Million Died in Past Six Years. When Will the World Pay Attention?” (report, IRC, 9 December 2004); One consequence of this lack of coverage: Five months after the United Nations’ appeal to nations for disaster aid in November 2004, several countries had “zero” money pledged or committed, including Chad, home to all the Darfurian refugees. PBS, “Conversation with Jan Egeland of the U.N.,” *The Charlie Rose Show*, 28 March 2005.

World Health Organization, “Tuberculosis” (fact sheet no. 104, WHO, August 2002, <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/who104/en/print.html>); UNICEF, “Immunization plus,” (report, UNICEF in Action, UNICEF), http://www.unicef.org/immunization/index_measles.html.

“World Must ‘Wake up to Disasters,’” *CNN*, 3 January 2005, <http://www.cnn.com/2005/WORLD/asiapcf/01/03/un.egeland.disasters/index.html>.

Journalism.org, “The State of the News Media 2004: An Annual Report on American Journalism,” (report, Journalism.org), <http://www.stateofthenewsmedia.org/2005.index>.

The Tyndall Report, “Year in Review 2005,” <http://www.tyndallreport.com/>.

LexisNexis, “Most Talked-About News in 2005: Americans Rank Hurricane Katrina and Spike in Oil Prices Highest, Reports LexisNexis Survey,” (press release, LexisNexis, 19 December 2005), <http://www.lexisnexis.com/about/releases/0856.asp>.

Ibid.

Ibid.

Swiss Re, “Swiss Re sigma, catastrophe report 2005: Catastrophes cause total damage of USD 230 billion—about one third, or USD 83 billion, covered by insurance,” (press release, Swiss Re, 24 February 2006), <http://www.swissre.com/>.

Swiss Re, “Preliminary Swiss Re sigma estimates of catastrophe losses in 2005: High casualty count and record insured losses



- (report, Overseas Development Institute, London: 2005), <http://www.alnap.org/RHA2004/contents.html>.
- CNN International, "Critique of Worldwide Media Coverage," International Correspondents, 15 January 2005.
- Ruth Gidley, "Debate: Has tsunami carved a news niche for disasters?" AlertNet, 11 March 2005, <http://www.alertnet.org/thefacts/reliefresources/111056581462.htm>.
- Ibid.
- Ted Koppel, "And Now, a Word for Our Demographic," New York Times, 29 January 2006.
- H. Dennis Wu and John Maxwell Hamilton, "U.S. Foreign Correspondents: Changes and Continuity at the Turn of the Century," Gazette: The International Journal for Communications Studies 66, no. 6 (2004): 528.
- Ibid.
- Kofi Annan, "Opening Statement," in The World Summit on the Information Society: Moving from the Past into the Future, ICT Task Force Series 8, (NY: United Nations Information and Communications Technologies Task Force, 2005).
- "About Us," AlertNews, <http://www.alertnet.org/aboutus>.
- Ibid.
- Ben Flanagan, "Media: Don't let disaster get in the way of a real story: The media sometimes makes bad judgments on humanitarian crises. But help is at hand," Observer, 18 December 2005. 75 Ibid.
- Ibid.
- Ibid.
- Ibid.
- United Nations Office for the Coordination of Humanitarian Affairs, "Home," <http://www.reliefweb.int/rw/dbc.nsf/doc100?OpenForm>, and "About ReliefWeb," <http://www.reliefweb.int/rw/hlp.nsf/db900ByKey/AboutReliefWeb>.
- January 2005.
- "Charity gives money back," Birmingham Post (UK), 28 January 2005.
- Pamela von Gruber, "Special Report: Emergency Disaster Response and the Impact of the Media, the Military, and Time," Defense & Foreign Affairs Special Analysis 33, Issue 6 (16 June 2005).
- Ibid.
- allAfrica.com, "Doctors Without Borders Issues List of the Year's 'Top Ten' Most Underreported Humanitarian Stories of 2005," (report, allAfrica.com, 12 January 2006), <http://allafrica.com/stories/200601120214.html> (Accessed 15 February 2006).
- Ibid.
- Ruth Gidley, "Brutal conflicts get scant attention; Three 'forgotten emergencies' take a back seat to Iraq and the tsunami in coverage by media," Houston Chronicle, 10 March 2005, A13.
- Mackenzie Carpenter, "Desperation, death make compelling television," Pittsburgh Post-Gazette, 2 September 2005, A1. 56 Ibid.
- John Iwasaki, "'Compassion Fatigue' is blamed as donations dip," Seattle Post-Intelligencer, 12 October 2005, A4.
- "Glance at Global Aid Offers for Katrina," Associated Press, 13 September 2005.
- Susan Sontag, Regarding the Pain of Others (New York: Farrar, Straus and Giroux, 2003), 103.
- CNN International, "Critique of Worldwide Media Coverage," International Correspondents, 15 January 2005, http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/050115/i_c.01.html.
- CNN International, "Critique of Worldwide Media Coverage," International Correspondents, 2 January 2005, http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/050102/i_c.01.html.
- Nina Behram, "ALNAP's Review of Humanitarian Action in 2004"