

Article history:

Received 19 February 2024

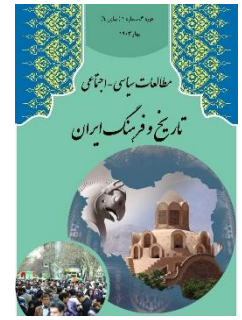
Revised 20 April 2024

Accepted 06 May 2024

Published online 21 May 2024

Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History

Volume 3, Issue 1, pp 296-312



Media and Approaches to Political-Social Crises

Mohammad Sattar. Saied¹, Nasim. Majidi Ghahroudi^{2*}, Bita. ShahMansouri²

¹ PhD student, Journalism and Media Communication Sciences Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

² Assistant Professor, Journalism and Media Communication Sciences Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

* Corresponding author email address: nas.majidighahrodi@iauctb.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Saied, M. S., Majidi Ghahroudi, N., & ShahMansouri, B. (2024). Media and Approaches to Political-Social Crises. *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History*, 3(1), 296-312.



© 2024 the authors. Published by Iran-Mehr: The Institute for Social Study and Research. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

The objective of the present study was to examine the media in Iran and the Kurdistan Region and their approaches to political-social crises. This research is descriptive-analytical in terms of methodology. To achieve a documented conclusion, the approach of Iranian media towards two crises—COVID-19 and the 2019 floods—was examined, as well as the approach of Kurdistan media towards three crises: the economic (budget) crisis, COVID-19, and ISIS. The findings indicated that the IRNA news agency, IRIB, and Fars News Agency exhibited relatively subjective behavior towards the COVID-19 crisis due to various reasons, including differences in political perspectives. Additionally, in the 2019 flood crisis, the national media did not perform adequately, with the most notable shortcoming being the minimal representation of the public, particularly the affected population, in the news. Moreover, Kurdistan's media did not properly manage the ISIS crisis, as they failed to adhere to media ethics, did not provide specific media coverage of the war, were influenced by the impacts of war and violence propaganda, misinterpreted terminology, created imbalance, and disseminated biased and fake content. Similarly, during the COVID-19 crisis, the media instilled fear and panic in the Kurdistan society. In the economic and budget crisis, the media also failed to act without bias and were influenced by external factors.

Keywords: media, crisis, Iran, Kurdistan Region.

EXTENDED ABSTRACT

The role of media in managing political-social crises is pivotal in shaping public opinion and directing crisis management strategies. This study examines how media in Iran and the Kurdistan Region have responded to various crises, such as the COVID-19 pandemic, the 2019 floods in Iran, the economic crisis, and the ISIS crisis in the Kurdistan Region. The research employs a descriptive-analytical methodology to provide a comparative analysis of media behavior during these crises. The study's findings highlight significant differences in media approaches due to varying political contexts and ownership structures, with substantial implications for crisis communication and public trust.

Media behavior in Iran during the COVID-19 pandemic demonstrated notable subjectivity, influenced by political perspectives. The IRNA news agency, IRIB, and Fars News Agency, three prominent Iranian media outlets, exhibited differing levels of engagement and transparency. IRNA was found to adopt a more proactive and relatively neutral stance, while Fars News Agency appeared to downplay the crisis in its early stages, likely due to its political affiliations. This selective reporting contributed to a lack of public trust and, consequently, less effective crisis management (Haqqgu & Soleimani, 2020). Furthermore, during the 2019 floods, the national media's failure to adequately represent the affected population and provide timely information further eroded public confidence. This shortcoming underscores the importance of media ethics and responsibility, particularly in crises where timely and accurate information is critical.

In the Kurdistan Region, the media's response to crises has been equally problematic but for different reasons. The media, heavily influenced by political parties, particularly during the ISIS crisis, failed to adhere to journalistic ethics. Instead of providing balanced and factual coverage, the media often propagated fear and biased narratives, which exacerbated the public's anxiety rather than alleviating it (Hersh Rasool & Tazhan Dlshad, 2017). The study indicates that during the economic and budget crisis, the media also fell short of maintaining objectivity, being swayed by external factors such as political pressures and propaganda. This led to a misrepresentation of the crisis, further complicating the public's understanding and the overall management of the situation.

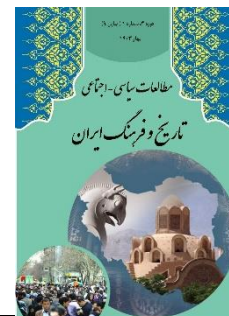
The study highlights the contrasting media landscapes in Iran and the Kurdistan Region, where the former is characterized by state-controlled media with a relatively uniform narrative, and the latter by a media environment fragmented by party affiliations. This divergence significantly impacts how crises are reported and managed. In Iran, the centralized control over media allows for a more cohesive, though sometimes politically skewed, narrative. In contrast, the Kurdistan Region's media, while more diverse, often lacks the independence necessary to provide unbiased coverage, leading to inconsistent and sometimes misleading information dissemination (Saud et al., 2020).

The implications of these findings are profound, particularly in the context of crisis management. The media's role in either mitigating or exacerbating crises is evident in both regions. In Iran, the potential for media to contribute positively to crisis management is undermined by political influences that prioritize regime stability over public transparency. This is evident in how COVID-19 was initially reported, where the emphasis was on maintaining social order rather than informing the public adequately

(Haqqgu & Soleimani, 2020). In contrast, the Kurdistan Region's media, despite its potential for diversity in reporting, is hindered by political affiliations that skew its crisis reporting, as seen during the ISIS crisis.

The study concludes that both regions require significant reforms in their media approaches to crises. For Iran, the recommendation is to establish a more independent media framework that can provide timely and accurate information without political interference. This would enhance public trust and improve the overall effectiveness of crisis management. For the Kurdistan Region, the study suggests a need for greater media independence from political parties to ensure that crisis reporting is objective and serves the public interest rather than political agendas. This is particularly crucial given the region's complex political landscape, where media plays a significant role in shaping public perceptions during crises.

In conclusion, this research emphasizes the critical role of media in crisis management and the need for reforms to enhance media independence and ethical reporting. By doing so, both Iran and the Kurdistan Region could improve their crisis management strategies, ultimately leading to better outcomes during future crises. The study's findings contribute to the broader discourse on media's role in society, particularly in regions where political dynamics heavily influence media operations. These insights are valuable for policymakers, media practitioners, and scholars interested in understanding and improving media's role in crisis management.



رسانه‌ها و نحوه مواجهه با بحران‌های سیاسی - اجتماعی

محمد ستار سعید^۱، نسیم مجیدی قهرودی^{۲*}، بیتا شاه منصور^۲

۱. دانشجوی دکتری، گروه علوم ارتباطات روزنامه‌نگاری و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. استادیار گروه علوم ارتباطات روزنامه‌نگاری و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: nas.majidighahrodi@iauctb.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

سعید، محمد ستار، مجیدی قهرودی، نسیم، و شاه منصور، بیتا. (۱۴۰۳). رسانه‌ها و نحوه مواجهه با بحران‌های سیاسی - اجتماعی. *مطالعات سیاسی-اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*، ۳(۱)، ۳۱۲-۲۹۶.



© ۱۴۰۳ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

هدف پژوهش حاضر بررسی رسانه‌های ایران و اقلیم کردستان و نحوه مواجهه آن‌ها با بحران‌های سیاسی-اجتماعی بود. این پژوهش به لحاظ روش، توصیفی - تحلیلی می‌باشد. جهت دستیابی به نتیجه‌ای مستند، نحوه مواجهه رسانه‌های ایران با دو بحران کرونا و سیل ۹۸ و رسانه‌های کردستان با سه بحران اقتصادی (بودجه)، کرونا و داعش مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که خبرگزاری‌های ایرنا، صداوسیما و فارس به دلایل گوناگونی از جمله تفاوت نگرش‌های سیاسی، رفتار نسبتاً سلیقه‌ای در برابر بحران کرونا داشته‌اند. همچنین در بحران سیل ۹۸، رسانه ملی عملکرد مناسبی نداشته که بارزترین آن، نقش کم‌رنگ مردم بویژه مردم آسیب‌دیده در خبرها بوده است. همچنین، رسانه‌های کردستان در مواجهه با بحران داعش با عدم توجه به مسئولیت آداب رسانه و عدم پوشش رسانه‌ای خاص برای جنگ، متأثر شدن از تأثیرات جنگ و تبلیغات خشونت، درک نادرست اصطلاحات، ایجاد عدم تعادل و انتشار مطالب مغرضانه و جعلی در مدیریت بحران به درستی عمل نکرده‌اند. همان‌گونه که در مدیریت بحران کرونا ترس و وحشت را بر جامعه کردستان مسلط کردند در بحران اقتصادی و بودجه نیز، رسانه‌ها نتوانستند بدون جبهه‌گیری عمل کنند و تحت تأثیر عوامل خارجی قرار گرفتند.

کلیدواژگان: رسانه، بحران، ایران، اقلیم کردستان.

امروزه رسانه‌ها بعنوان یکی از مهمترین وسایل ارتباطی، نقشی موثر در پوشش و انعکاس مسائل بحران دارند. به گونه‌ای که با شناخت شیوه مواجهه رسانه‌ها با مسائل بحران، می‌توان چالش‌های وضع موجود را ترسیم و راهکارهایی ارائه کرد که از یکسو ناظر بر ضرورتها و الزامات بحران و از دیگر سو، نقشها و رسالت اجتماعی رسانه‌ها باشد. شبکه‌های تلویزیونی به دلیل ماهیت اطلاع‌رسانی و قابلیت خود در شرایط بحران، برای اثرگذاری در مدیریت بحران، تامین نیازمندی‌های مردمی، جلب مشارکت و کمکهای مردمی، اطلاع‌رسانی سریع و قابل اتکا، جلوگیری از بروز شایعه، اختلالات اجتماعی، تشویش و اغتشاش، سردرگمی و در نهایت، بهره‌مندی مدنظر مخاطبان از پیامهای خبری و غیرخبری، نقش بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای دارند (Zhang & Huang, 2021).

در بحران، رسانه‌ها دو کارکرد متناقض دارند. از یکسو باید جوابگوی افکار عمومی و از دگرسو، نقشی فعال در فرایند مدیریت بحران بازی کنند. در پوشش خبری بحران، رسانه ممکن است عامل یا تقویت کننده بحران باشد؛ مثلاً ممکن است پیامدهای اقتصادی اجتماعی بحران را ناپدید و صرفاً به بعد علایق انسانی توجه کنند و در واقع، شیوه‌های برجسته کردن عناصر زمان، مکان، منبع و... می‌تواند در پوشش خبری شبکه‌های تلویزیونی و توجه به ابعاد بحران موثر باشد (Ardakani Fard & Azimi Hashemi, 2021). احگاری معتقد است در بحران‌ها، شبکه‌های تلویزیونی یک حمایت عاطفی برای کاربران ارائه می‌دهند اما در کنار این ویژگی، کاروفورد یادآور می‌شود که این رسانه حتی به صورت جزئی، پتانسیل‌هایی برای خلق بحران دارد. هنر (۲۰۱۷) نیز می‌گوید این رسانه هم می‌تواند عامل جدید بحران‌زا و هم راه ارتباطی جدید برای مدیریت بحران ارائه دهد (Hardawan & Ahmad, 2019).

اسکات اولین سردبیر روزنامه گاردین، برای رسانه دو نقش عمده کارکرد اطلاع‌رسانی و بیان عقیده قائل است. از نظر برخی از صاحب‌نظران، فعالیت رسانه‌های بخشی از فعالیت‌های ایدئولوژیک احزاب و جریانات سیاسی است؛ اما برخی دیگر، بازتاب رویدادها را در رسانه‌های شبکه‌های تلویزیونی، فرآیند بازسازی رویدادها نام داده‌اند. کارکردهای شبکه‌های تلویزیونی در پوشش خبری وقایع مختلف، متفاوت است. صرف‌نظر از نوع وقایع و علاوه بر اثرگذاری نوع رویکرد و راهبرد و جهت‌گیری رسانه بر چگونگی پوشش خبری، این کارکردها از عوامل متعددی اثرپذیرند. از جمله این عوامل عبارتست از نوع مالکیت، پایگاه ایدئولوژیکی، میزان استقلال یا وابستگی به حاکمیت، نوع عملکرد رقبا، رسالت و هویت رسانه، نوع رسانه، ارزش‌های خبری، سیاست رسانه، خصوصیات و نیاز مخاطبان، میزان تقید به حرفه‌ای بودن و... و در بحران‌ها عوامل دیگری نیز مانند سابقه بحران، جغرافیا، اندازه و شدت بحران، پیش‌زمینه‌های بحران و... در این زمینه مهم و اثرگذار است (Kwok et al., 2021). مجموع عوامل مذکور نشان می‌دهد که در جوامع مختلف، شبکه‌های تلویزیونی تحت تاثیر عوامل متنوعی قرار دارند.

نمونه بارز این امر ایران و اقلیم کردستان است. این دو قلمرو جغرافیایی در زمینه شبکه‌های تلویزیونی تفاوت‌هایی را نشان می‌دهند که می‌تواند از تفاوت در نوع مالکیت، میزان استقلال یا وابستگی به حاکمیت، نوع و سیاست رسانه، نیاز مخاطبان و... ناشی شود. بنابراین، این دو قلمرو جغرافیایی طبیعتاً در مواجهه با بحران‌ها خصوصاً بحران‌های اجتماعی، مدیریت و عملکرد متفاوتی از خود به نمایش می‌گذارند. بی‌تردید رسانه ملی در ایران می‌بایست در شرایط بحران‌های جامعه نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد لکن از قرائن چنین بر می‌آید که ایفای این نقش صرفاً به مرحله حین بحران خلاصه، و به مراحل قبل و پس از بروز بحران آن‌طور که باید و شاید توجه نمی‌شود؛ در حالیکه شبکه‌های تلویزیونی به دلیل توانایی در جهت‌دهی به افکار عمومی، نقش اساسی در مراحل مختلف بحران ایفا می‌کند. به نظر می‌رسد در کشور ما، تاکنون از ابزار رسانه ملی و ظرفیت آن به خوبی استفاده نشده است (Khaniki & Mousavi, 2019). با توجه به اجتناب‌ناپذیر بودن وقوع بحران‌ها و لزوم آمادگی و تدابیر مواجهه و مقابله با آن‌ها برای کاهش آسیب‌پذیری‌های مربوطه و با توجه به نقش و جایگاه ویژه رسانه ملی در ایران در هدایت

و کنترل افکار عمومی در شرایط بحران و محوریت شبکه‌های تلویزیونی بعنوان ابزار اساسی مدیریت بحران در کشور، با بکارگیری کارکردهای اساسی رسانه از جمله اطلاع‌رسانی و سازماندهی افکار جامعه و برقراری تعامل دوسویه مسئولین با مردم، ضرورت ایجاد می‌نماید تا رسانه ملی به منظور کاهش آسیب‌های بحران تدابیر لازم برای مواجهه مناسب‌تر با بحران‌های اجتماعی را اتخاذ نماید.

تنوع رسانه‌ها در اقلیم کردستان زیاد است و بنابراین نحوه برخورد با بحران‌ها در این قلمرو جغرافیایی متفاوت می‌باشد. شبکه‌های تلویزیونی در کردستان برخلاف ایران، بیشتر تحت حاکمیت احزاب بر سر کار حکومتی دولتی و اپوزوسیون هستند (Hersh Rasool & Tazhan Dlashad, 2017). و به همین دلیل بازنمایی‌های متفاوتی از بحران‌ها ارائه می‌دهند اما در ایران بواسطه اینکه رسانه تقریباً به صورت یکدست در اختیار حکومت و دولت است بازنمایی‌ها معمولاً به صورت مشابه‌تر و حول یک محور قرار دارد؛ امری که در رسانه‌های کردستان موضوعیت ندارد. آنچه از پژوهش‌هایی مانند حق‌گو و سلیمانی (Haqqgu & Soleimani, 2020)، خانیکی و موسوی (Khaniki & Mousavi, 2019)، تیباجی (زلزله کرمانشاه)، احمدی (پلاسکو)، طلوع اصل (بحران‌های اجتماعی سیاسی) می‌توان فهمید شبکه‌های تلویزیونی داخلی در زمینه مواجهه با بحران‌ها آنگونه که شایسته است عمل نکرده‌اند و همچنین، پژوهش‌هایی مانند آراز و مراد^۱ (۲۰۲۰)، هردوان و آراز (Hardawan & Ahmad, 2019) و هرش و تازان^۲ (Hersh Rasool & Tazhan Dlashad, 2017) نشان داده‌اند که شبکه‌های تلویزیونی کردستان در مواجهه با بحران‌ها به صورت اصولی رفتار نکرده‌اند.

بر اساس آنچه بیان شد، پژوهش حاضر با هدف بررسی رسانه‌های ایران و اقلیم کردستان در مواجهه با بحران‌های سیاسی اجتماعی طبیعی به نگارش درآمده تا ضمن شناخت نحوه مواجهه رسانه‌های ایران و کردستان با بحران‌ها، با ارائه تصویر جامع از رسانه‌ها در تقابل با بحران، مشخص گردد که هر کدام از این دو سرزمین در ارتباط با شبکه‌های تلویزیونی و مواجهه با بحران‌ها در چه وضعیتی قرار دارند. بنابراین سوال اصلی چنین قابل طرح است: رسانه‌های ایران و اقلیم کردستان در مواجهه با بحران‌ها چگونه عمل می‌کنند؟

روش پژوهش

روش پژوهش حاضر تحلیلی- کتابخانه‌ای و از نظر هدف کاربردی بود. برای تحلیل رسانه‌ها و نحوه مواجهه با بحران‌های سیاسی اجتماعی تمام منابع کتابخانه‌ای و منتشر شده مورد بررسی قرار گرفتند تا نحوه واکنش رسانه‌ها در دو جامعه مورد مطالعه یعنی رسانه‌های جمهوری اسلامی ایران و اقلیم کردستان عراق مورد بررسی قرار گیرند. بنابراین بر حسب هدف و ماهیت موضوع مورد پژوهش، این پژوهش با روش تحلیلی انجام شده است.

یافته‌ها

الف) رسانه‌های ایران و بحران کرونا

پژوهش حق‌گو و سلیمانی (۱۳۹۹) با عنوان چگونگی رویارویی رسانه‌های دولتی ایران با بحران کرونا به مواضع سه رسانه فارس، ایرنا و صداوسیما پرداخته است. برآیند مواضع هر سه رسانه یادشده در چند روز نخست انتشار اخبار مربوط به کرونا، در قالب دو راهبرد بحران‌ستیزی و بحران‌پذیری قابل جایابی است اما با گذشت چند روز نخست از بحران، راهبرد غالب هر سه رسانه به سوی بحران‌پذیری هدایت می‌شود. به نظر می‌رسد مواضع هر سه خبرگزاری در چهار روز نخست آغاز بحران را می‌توان در قالب انکار سکوت یا واکنش هیجانی تحلیل کرد. در این

¹ Araz and Murad

² Hersh and Tazhan

مورد می‌توان به انتشار اخباری اشاره کرد که بحران کرونا را یک اتفاق بد برای کشورهای دیگر به شمار آورده‌اند. افزون بر این، در برخی از اخبار مربوط به ابتلای افراد به ویروس کرونا، نوعی انکار و حتی فریب را میتوان دید؛ همانگونه که داده‌ها نشان می‌دهد، برخی از ادعاهای مسئولان مبنی بر تکذیب وجود نشانه‌های ویروس کرونا در برخی استانها یا حتی میزان گسترش این ویروس در کشور در کمتر از چهار یا پنج روز، اتخاذ راهبرد انفعالی و تلاش برای انکار بحران به ترتیب بیشترین درصد را در خبرگزاریهای فارس، صداوسیما و ایرنا داشته است. شواهد موجود نشان میدهد که بهترین عملکرد در میان سه خبرگزاری یادشده به خبرگزاری ایرنا اختصاص دارد. ایرنا از همان نخستین روز اعلان رسمی آغاز بحران (بهمن ۹۸)، تلاش کرد با آمیزه‌ای از اخبار خنثی و جهت‌دار در قالب راهبرد فعال، واکنشهای هدفمندی در برابر بحران نشان دهد. در مقابل خبرگزاری ایرنا، فارس با انکارهای زیاد خود در روزهای نخست بحران، هدفمند تلاش کرد فضای عمومی جامعه را برای افزایش میزان مشارکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی که در دوم اسفند برگزار شد، کنترل کند. مقایسه اخبار انتشار یافته درباره کرونا در این خبرگزاری با مطالب مربوط به افزایش مشارکت مردم در انتخابات دوم اسفند نشان میدهد مدیران این خبرگزاری به گونه‌ای سعی داشته‌اند در روزهای سی بهمن و اول و دوم اسفند، اخبار مربوط به گسترش کرونا در ایران را تا حد امکان منتشر نکنند. البته بررسی داده‌ها نشان میدهد، این خبرگزاری سیاست سانسور مطلق را در پیش نگرفته و تلاش کرده اخبار کرونایی را در لابه لای اخبار برجسته‌سازی شده از انتخابات مجلس گم کند. خبرگزاری صداوسیما نیز رویه‌ای شبیه فارس داشته است (Haqqgu & Soleimani, 2020).

خبرگزاری صداوسیما در اتخاذ راهبرد فعال و پذیرش بحران کرونا در این بازه زمانی در قیاس با فارس و ایرنا عملکرد بهتری داشته است. این خبرگزاری با پذیرش بحران از آغازین روز، تلاش کرده واکنشی هدفمند و عقلانی به این موضوع نشان دهد. این عملکرد خبرگزاری صداوسیما آنجا بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد که بدانیم روزهای سی ام بهمن و اول و دوم اسفند همزمان با روزهای برگزاری انتخابات مجلس شورای اسلامی در سراسر کشور بوده و شاید در نگاه نخست انتظار میرفت این خبرگزاری برای افزایش مشارکت در انتخابات مجلس بیشتر راهبرد انفعالی را اتخاذ کند، اما اخبار ناظر بر پذیرش بحران در قیاس با مطالب نفی‌کننده بحران دست کم در روز پیش از انتخابات حجم بیشتری را به خود اختصاص داده‌اند. البته باید توجه داشت که در روز جمعه دوم اسفند و هم زمان با برگزاری انتخابات مجلس، این خبرگزاری کاهش محسوسی در بازتاب دادن کمی و کیفی اخبار کرونا داشته است. عملکرد خبرگزاری صداوسیما را میتوان به جایگاه خاص رسانه ملی در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران و انتظارات متنوع جریان‌های سیاسی گوناگون از آن مرتبط دانست. به هر حال، این رسانه موظف است با نگرشی فراجحاحی و تنها برپایه منافع و امنیت ملی کشور برای تولید و انتشار مطلب اقدام کند. پس از این خبرگزاری دو رسانه دیگر با اندکی تفاوت، راهبرد پذیرش بحران را در پیش گرفته‌اند. فارس با اختصاص ۵۹ درصد و ایرنا با اختصاص ۵۶ درصد از کل اخبار خود در این بازه زمانی پس از خبرگزاری صداوسیما با اتخاذ رویکرد بحران‌پذیری تلاش کرده‌اند، واکنشی هدفمند به این بحران نشان دهند. البته، خبرگزاری فارس دقیقاً از فردای انتخابات راهبرد بحران‌پذیری را در پیش گرفته و در سه روز نخست بحران بیشتر اخبار خود را بر اساس راهبرد انفعالی و بحران‌ستیزی بازتاب داد. به نظر میرسد شانس بیشتر جناح‌های سیاسی نزدیک به آن، تأثیر مستقیمی بر اتخاذ این راهبرد در سه روز نخست بحران داشته است (Haqqgu & Soleimani, 2020).

در میان سه رسانه یادشده، در اتخاذ راهبرد فوق فعال به ترتیب خبرگزاری صداوسیما، فارس و ایرنا بهترین عملکرد را داشته‌اند. خبرگزاری صداوسیما نسبت بهتری از اخبار خود را با سوبه‌های نوآوری و استقبال از بحران بازتاب داده است. این خبرگزاری در برخی از مطالب خود، با استقبال از رخداد بحران یادشده تلاش کرده است اینگونه به مخاطب القا کند که پیشرفت و حرکت روبه جلو از دل تهدیدها و بحران‌ها به وجود خواهد آمد. به بیان روشن‌تر، این خبرگزاری در این مطالب نه تنها دید منفی‌ای در مورد رخداد بحران کرونا ندارد، بلکه حتی به پیشواز آن رفته است. خبرگزاری صداوسیما برای انجام این هدف به طور خاص تلاش کرده است تحقق مقوله‌هایی چون خودکفایی، اقتصاد

درونزا و موضوعهای دیگری که بیشتر در قالب گفتمان اقتصاد مقاومتی از آن‌ها یاد میشود، را در دوره کنونی دست یافتنی‌تر بدانند. همانگونه که اشاره شد، ایرنا، نسبت به دو رسانه دیگر در اتخاذ راهبرد فوق فعال عملکرد نامطلوب‌تری داشته و این رسانه با رویکردی محافظه کارانه، بیشترین تمرکز خود را بر کنترل اوضاع قرار داده و اساساً دغدغه‌چندانی برای تبدیل تهدید حاصل از بحران کرونا به فرصت ندارد. (Haqqgu & Soleimani, 2020)

تلویزیون ایران و بحران ناشی از سیل بهار ۹۸

طبق نتایج، شبکه خبر و خبر ۲۱ شبکه یک سیما همسو با وظایف خود در زمینه ایجاد آمادگی در مردم برای مواجهه با بحران و کاهش خطرات احتمالی در استانهای مختلف، از سه روز قبل از وقوع سیل در بخشهای مختلف خبری به "آگاه‌سازی و هشداردهی" درباره ماهیت این بحران پرداختند؛ این شبکه‌ها در قالب گزارش کارشناسان هواشناسی در خصوص احتمال آب گرفتگی معابر عمومی، بالا آمدن رودها، سیلابی شدن رودخانه‌ها و مسیله‌ها و طوفانی شدن دریا در استانهای شمالی و جنوبی به مخاطبان هشدار دادند. توصیه به مستقر نشدن در مجاورت رودخانه‌ها و لایروبی آنها، پاکسازی مقاطع پایین دست سدها، اطلاع به ساکنان در معرض خطر برای تخلیه از سوی دستگاههای اجرایی مربوط و تهیه و تأمین مناطق امن برای اسکان اضطراری، از جمله اطلاعات کاربردی بود که با هدف پیشگیری از خسارت ارائه شد. همچنین از همان روزهای ابتدایی اطلاعیه ستاد مدیریت بحران در قالب گفتگو با اعضای ستاد به صورت زیرنویس و به طور متناوب در شبکه درج می‌شد که شامل اطلاع رسانی درباره وضعیت آب و هوا و میزان بارشها، وضعیت سدها، تعلیق مرخصی مسئولان ارشد استانها و آماده باش کامل، توصیه به مسافران نوروزی مخاطبان و دستگاههای اجرایی و اعلام آمادگی دولت برای حمایت از بخش کشاورزی، صنعتی و دامی برای مواجهه با خطرات احتمالی بود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تلویزیون در راه آگاهی‌بخشی و هشداردهی به مخاطبان گامهای لازم را برداشته، اما از آنجا که این کارکرد از مهمترین کارکردهای رسانه است بهتر بود ضمن آگاهی دادن به مخاطبان، به منظور یادآوری و بهره‌گیری از تجربیات گذشته، به ارائه آمار و اطلاعات تاریخی، نمایش تجربیات سایر استانها در این قبیل بحرانها و برجسته سازی آثار نامطلوب آن نیز توجه بیشتر می‌شد. در این زمینه تنها به تجربیات دو استان شمالی که در روزهای پایانی سال ۹۷ درگیر این بحران بودند، اکتفاء شده است.

در تلویزیون از رویکرد قانون طبیعی بیشتر بهره برده‌اند. بحرانها را قانون طبیعی زندگی بشری می‌دانند که گریزی از آن‌ها نیست بنابراین از تمامی توان و ظرفیتهای خود برای پیش بینی بحران قبل از وقوع و مقابله مؤثر با آن استفاده می‌کنند. راهبرد رسانه‌ای مورد استفاده در مواجهه با بحران از سوی تلویزیون، راهبرد فعال بود؛ زیرا رسانه‌ها بحران را جزئی از طبیعت بشری می‌پندارند و بر این اساس خود را به اقدام فعالانه در مواجهه با بحرانها ملزم می‌دانند. در زمینه سرعت خبررسانی به نظر می‌رسد که در اطلاع رسانی و پوشش خبری بحران سیل بهار ۹۸، تلویزیون با همه امکانات و خبرنگاران و... از دیگر رسانه‌ها عقب افتاد. شبکه خبر بعنوان مهمترین شبکه خبری رسمی در کشور، کمترین گزارش میدانی را از وضعیت باران و سیل بویژه از لرستان و ایلام پخش کرد و این در حالی بود که گزارش‌های ارسالی مردم در شبکه‌های اجتماعی نشان دهنده وسعت و عظمت واقعه در مناطق سیل زده بود. رسانه ملی حتی در برقرار کردن ارتباط با مراکز استانی خودش به شدت ضعیف عمل کرد. چنانکه در ساعات اولیه شکل‌گیری و وقوع سیل، هیچکدام از تصاویری که در شبکه‌های اجتماعی درباره شدت سیل در نقاط مختلف پخش می‌شد در شبکه خبر انعکاسی نداشت. بیشتر مصاحبه‌ها با استانداران نیز از طریق تماس تلفنی و بدون تصویر بود. از ظهر روز حادثه به تدریج شبکه خبر با استفاده از تصاویری که از سوی حاضران در صحنه گرفته شده بود، روی آورد. به نظر می‌رسد از خبرنگاری و گزارشگری بحران که ژانری تخصصی در رسانه نگاری است، در صداوسیما خبری نیست و این بارها در شبکه‌های اجتماعی مورد انتقاد قرار گرفت. در زمینه صحت و دقت خبری میتوان گفت که رسانه‌ها با تکذیب شایعه‌ها سعی در افزایش صحت و دقت خبری داشتند. در زمینه

حجم و جامعیت خبری عامل دیگری که در اهمیت نقش رسانه در محیط، به ویژه در شرایط بحران تأثیر انکارناپذیر دارد قدرت دروازه بانی رسانه است.

ب) رسانه‌ها در اقلیم کردستان

صحنه رسانه‌ای اقلیم کردستان در دهه گذشته به شکل قارچ‌گونه رشد کرده که عمدتاً به لطف وضعیت نیمه‌خودمختاری که منطقه از سال ۱۹۹۱ از آن برخوردار بوده، است. پس از جنگ اول خلیج فارس و تضعیف ارتش عراق، قیام‌هایی در منطقه کردستان شمالی^۱ علیه ارتش آن زمان آغاز شد که در نهایت منجر به خروج دولت عراق از منطقه و تأسیس اولین پارلمان منتخب دموکراتیک در اقلیم کردستان در سال ۱۹۹۲ شد. این دوره برای اولین بار در تاریخ رسانه‌های کردی شاهد انتشار روزنامه‌ها و تلویزیون‌های ماهواره‌ای بود. اکثریت قریب به اتفاق رسانه‌ها تحت کنترل احزاب سیاسی هستند. انتشار هاولاتی (۲۰۰۱) نشان‌دهنده ظهور رسانه‌های مستقل بود. صحنه رسانه‌های کردی قبل از ۱۹۹۱، محدود به چند هفته‌نامه، مجله و یک ایستگاه تلویزیونی زمینی بود که تحت کنترل دولت بود. مانند بقیه رسانه‌های عربی‌زبان در عراق آن زمان، همه رسانه‌ها تحت سانسور شدید دولتی قرار داشتند. تنها ایستگاه تلویزیونی کردستانی زمینی بسیاری از موارد از جمله سخنرانی‌های رسمی، فیلم‌ها و سریال‌های سریالی را به زبان عربی پخش می‌کرد (www.newarab.com).

در رابطه با تلویزیون ماهواره‌ای، سه ایستگاه تلویزیونی ۲۴ ساعته ماهواره‌ای در منطقه وجود دارد: تلویزیون ماهواره‌ای کردستان و زاگرس متعلق به حزب دمکرات کردستان و اتحادیه میهنی کردستان مالک کردست است. تلویزیون کردستان در صلاح‌الدین شمال اربیل، زاگرس در اربیل، و کردست در سلیمانیه مستقر است. آن‌ها چندین بولتن خبری در طول روز اجرا می‌کنند و اخبار مربوط به مقامات حزبی و دولتی در راس برنامه خبری قرار دارد. این شبکه‌ها گزارشگران کمی دارند که اغلب به خبرگزاری‌های بین‌المللی و سایر رسانه‌ها تکیه می‌کنند. هم ماهواره کردستان و هم کردست، برنامه‌های تلفنی و مناظره‌ای اجرا می‌کنند و با روشنفکران و سیاستمدارانی که معمولاً منتقد دولت یا احزاب حاکم نیستند، مصاحبه می‌کنند. هر سه بویژه تلویزیون کردستان، اخبار و برنامه‌هایی در زمینه فرهنگ کردی در خارج از منطقه پخش می‌کنند.

تسلط رسانه‌های مورد حمایت حزب در منطقه کردستان

شرکت در هر کنفرانس مطبوعاتی در اقلیم کردستان و رویت تعداد زیادی از میکروفون‌های قرمز، آبی، زرد، سیاه و نارنجی نشان‌دهنده رسانه‌های مختلف است؛ در نگاه اول، این امر حاکی از یک فضای مطبوعاتی سالم با درجه بالایی از فرصت و رقابت است، اما در واقع فضای رسانه‌ای تحت سلطه رسانه‌های وابسته به احزاب سیاسی است. دو قطبی حاکم از حزب دمکرات کردستان^۲ و اتحادیه میهنی کردستان^۳. احزاب اسلامگرا و مخالف نیز در آن حضور دارند. جناح‌های حزبی و سیاستمداران منفرد نیز منابع مالی خاصی را برای تقویت نمایه‌های خود تأمین می‌کنند. در نتیجه، پوشش رسانه‌ای در کردستان به جای انجام مأموریت خدمات عمومی برای ارائه اطلاعات بی‌طرفانه و با کیفیت به همه مخاطبان، عمدتاً منافع حامیان با انگیزه سیاسی را ارتقا می‌دهد. با این وجود، برخی از رسانه‌های مستقل هستند، اما به دلیل کمبود بودجه و آزار و اذیت مقامات، دسترسی محدودی به آن‌ها دارند که کارشان در نهایت توسط شرکتهای دارای بودجه حزب به پایان می‌رسد. علاوه بر این، سیستم حاصل گزارش‌هایی را تولید می‌کند که بر فعالیت‌های روزانه نخبگان سیاسی متمرکز است، نه محتوایی که به مشکلات سیستمی

¹ Bashur

² KDP

³ PUK

مانند فساد، اقتصاد، تخریب محیط‌زیست و نقض حقوق بشر می‌پردازند. وقتی این موضوعات توسط رسانه‌های حزبی پوشش داده می‌شوند، به گونه‌ای تنظیم می‌شوند که مثبت‌ترین تفسیر ممکن را برجسته کنند.

تسلط رسانه‌های وابسته به احزاب تا حدی میراث توسعه سیاسی اقلیم کردستان است. تا سال ۱۹۹۱، مناطق کردنشین عراق توسط دولت مرکزی بغداد اداره می‌شد. از جمله در دوران دیکتاتوری صدام حسین، رسانه‌ها در این محیط بسیار محدود بودند و عمدتاً از ارگانهای رسمی دولتی می‌آمدند. رسانه‌های غیردولتی نیز به شکل روزنامه‌ها و ایستگاههای رادیویی که توسط حزب دمکرات کردستان و اتحادیه میهنی کردستان به عنوان بخشی از مقاومت سازمان یافته آن‌ها در برابر دولت عراق اداره می‌شد، وجود داشتند. با این حال، برای دوره‌ای در دهه ۲۰۰۰، رسانه‌های مستقل در منطقه کردستان شکوفا شدند. روزنامه‌هایی مانند هاولاتی^۱ و آوینه^۲ اخبار و تفسیرهایی را منتشر کردند که دولت اقلیم کردستان^۳ و احزاب حاکم را به چالش کشید. سردبیران و خبرنگاران داستان‌های بزرگی از جمله تحقیقات در مورد فساد را به عهده گرفتند. مردم مشتاق خواندن آن‌ها بودند و منتظر نسخه‌های جدید بودند و به نوعی آن‌ها تأثیر واقعی داشتند (www.ina.iq).

رسانه‌های مستقل با رسانه‌های وابسته به حزب هم در نحوه تأمین مالی و هم از نظر نحوه پوشش اخبار متفاوت هستند. جنبه اول واضح است. جنبه دوم این است که آیا یک رسانه قادر به گزارش اخبار یا نظرات انتقادی از حامی خود است یا خیر. برای یک رسانه مستقل واقعی، همه شخصیت‌های عمومی و رویدادها دارای ارزش خبری منصفانه برای داستان‌های مثبت و منفی هستند. در کردستان، این رویکرد ویراستاری به ندرت در عمل دیده می‌شود. در عوض، رسانه‌های وابسته به احزاب بر اساس محاسبات سیاسی حامیان خود تصمیم می‌گیرند که چه و چگونه پوشش دهند. البته همه رسانه‌ها با صدای بلند استقلال خود را اعلام و بر اصطلاحی مانند دموکراسی برای توجیه خود و فعالیت‌هایشان استفاده می‌کنند.

به لحاظ چشم‌انداز رسانه‌ای، از میان دو حزب حاکم، عملیات رسانه‌ای حزب دمکرات کردستان پیچیده‌تر است و حزب و رهبران آن طیف وسیعی از رسانه‌ها را تأمین مالی می‌کنند. برجسته‌ترین آن‌ها رووداو است که در سال ۲۰۱۳ تاسیس شد و توسط نچيروان بارزانی رئیس اقلیم کردستان حمایت می‌شود که احتمالاً پربیننده‌ترین کانال در منطقه کردستان است. مانند بسیاری از رسانه‌های دیگر، رووداو برنامه‌های تلویزیونی خود را عمدتاً به زبان کردی سورانی اجرا می‌کند. همچنین اخبار را به سایر لهجه‌های کردی، عربی، ترکی و انگلیسی در وبسایت و پلتفرم رسانه‌های اجتماعی خود منتشر می‌کند که به آن‌ها اجازه می‌دهد تا به مخاطبان مختلف پاسخ دهند. در سال‌های اخیر، مسرور بارزانی نخست‌وزیر اقلیم کردستان نیز کوردستان ۲۴ را راه اندازی کرد ([Saud et al., 2020](#)).

عملیات رسانه‌ای اتحادیه میهنی کردستان پیچیدگی کمتری دارد و منعکس کننده جناح‌گرایی پیچیده این حزب است. ایستگاه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای معتبر کردست و گلی کردستان با رهبری حزب مرتبط هستند. بافل طالبانی رهبر اتحادیه میهنی کردستان، در سال ۲۰۱۹ استا نیوز^۴ را تأسیس کرد. اعتقاد بر این است که دیگر رهبران حزب مانند قباد طالبانی، برهم صالح و ملابختیار از رسانه‌های کوچکتر به درجات مختلف حمایت می‌کنند.

کانال اصلی تلویزیون مخالف دولت، ان.آر.تی است که درست چند روز قبل از تظاهرات گسترده ضد فساد در استان سلیمانیه در فوریه ۲۰۱۱ راه‌اندازی شد. در طول سال‌ها، مقامات به هدف قرار دادن خبرنگاران و بستن دفاتر آن برای محدود کردن پوشش اعتراضات ادامه داده‌اند. پس از اینکه مالک آن، شاسوار عبدالواحد^۵ وارد سیاست شد و جنبش نسل جدید را در سال ۲۰۱۸ تأسیس کرد، بینندگان به طور

¹ Hawlati

² Awene

³ KRG

⁴ Esta News

⁵ Shasvar Abdolvahed

فزاینده‌ای آن را نیز صرفاً یک عملیات دیگر با بودجه حزب می‌دانند. با این وجود، پوشش *NRT* همچنان به شدت از احزاب حاکم کردستان انتقاد می‌کند. جنبش گوران^۱ (تغییر) شبکه خبری کردی ک.ان.ان^۲ را اداره می‌کند، اما این کانال هرگز به اندازه *NRT* یا آنهایی که توسط *KDP* و *PUK* حمایت می‌شوند، برجسته نبوده است. دو حزب اسلام‌گرای اقلیم کردستان نیز عملیات رسانه‌ای گسترده‌ای دارند که هم شامل اخبار و هم برنامه‌های مذهبی می‌شود. کانال اصلی اتحادیه اسلام‌گرایان کردستان^۳ تلویزیون سپیده^۴ است، در حالیکه گروه عدالت کردستان^۵ تلویزیون پیام^۶ را اداره می‌کند.

سیستم رسانه‌های وابسته به احزاب اقلیم کردستان پوشش خبری رویدادها را منحرف می‌کند. این به دو گروه متمایز آسیب می‌زند: شهروندان کرد که قادر به دسترسی به اطلاعات بی‌طرفانه به زبان خود در مورد دولت و سیاست خود نیستند و ناظران خارجی که اطلاعات مربوط به اقلیم کردستان برای آن‌ها عمدتاً از طریق فیلترهای حزبی مشاهده می‌شود. در حالیکه شهروندان این امکان را دارند که از میان رسانه‌های مختلف مورد حمایت احزاب انتخاب کنند، که به معنای تنوع دیدگاه‌ها است. با این وجود، تحقیقات عمیق در مورد موارد خاص نادر است. متأسفانه، برخی از مفصل‌ترین داستانها در مورد فساد توسط روزنامه نگاران خارجی در خارج از کشور منتشر شده است. این به دلیل فقدان شجاعت، استعداد یا جاه‌طلبی از سوی روزنامه نگاران کُرد نیست، بلکه بیشتر به این دلیل است که سیستم از منافع شخصی محافظت می‌کند. شهروندان بزرگترین بازنده هستند: آن‌ها از اطلاعات حیاتی که دموکراسی اصیل را قادر به عملکرد می‌کند، محروم هستند. به ناظران خارجی نیز به طور مشابه دیدگاه تحریف شده‌ای از پویایی‌های اقتصادی و سیاسی در منطقه کردستان ارائه می‌شود. رسانه‌هایی مانند *Rudaw*، *Kurdistan24*، و *Kurdistan Chronicle* به صورت قابل دسترسی به زبان انگلیسی منتشر می‌کنند و پلتفرم‌های آن‌ها برای نمایش در جستجوهای وب بهینه شده است. نتیجه این است که ناظران بیرونی اغلب با اطلاعاتی که این رسانه‌های حزبی منتشر می‌کنند، مواجه می‌شوند، در حالیکه اطلاعاتی که روایت‌های ساخته‌شده توسط حزب را مختل می‌کند به راحتی در دسترس نیست. کاوش عمیق‌تر به زمان، تجربه و مهارت‌های زبانی نیاز دارد. انجام این کار از پشت میز در واشنگتن، دبی یا برلین سخت است. اقلیم کردستان در خدمت رسانه‌های مستقل و غیرحزبی، بسیار بهتر خواهد بود. با این حال، چنین تغییری مستلزم تغییرات سیستمی بزرگی است که در تضاد با توسعه سیاسی منطقه است. همچنین باید یک مدل بودجه کاملاً متفاوت برای حمایت از روزنامه‌نگاری واقعاً مستقل ایجاد شود (ethicaljournalismnetwork.org).

رسانه‌های اقلیم کردستان و بحران اقتصادی (بودجه و حقوق)

پژوهش هردوان و آراز^۷ (۲۰۱۹) با عنوان نقش کانالهای ماهواره‌ای کُردی در مدیریت بحران در اقلیم کردستان (نمونه: بحران اقتصادی) و نتایج آن می‌تواند به روشنی تاثیر و نقش رسانه‌ها در فرایند مدیریت بحران در اقلیم کردستان را نمایش دهد. در این ارتباط، آنچه قابل بیان می‌باشد این است که ۳۲ درصد ساکنان (بیننده‌گان) اقلیم کردستان از کانال‌های ماهواره‌ای کُردی در رابطه با بحران اقتصادی و پرداخت حقوق کارمندان و بازنشستگان استفاده کرده‌اند که این میزان در استان سلیمانیه، درصد استفاده بیشتری از اخبار و اطلاعات مخابره شده توسط کانال‌های ماهواره‌ای را در رابطه با بحران اقتصادی در اقلیم کردستان به خود اختصاص داده است؛ در حالی که ۲۹ درصد شهروندان اقلیم کردستان، به میزان خیلی کم اخبار مربوط به بحران موجود را از این کانال‌های ماهواره‌ای پیگیری می‌کنند. همچنین از دیدگاه ۳۲ درصد

¹ Goran

² KNN

³ KIU

⁴ Speda TV

⁵ KJG

⁶ Payam TV

⁷ Hardawan and Araz

از شهروندان اقلیم کردستان، کانال‌های ماهواره‌ای کردی توانسته‌اند چگونگی مواجهه و مقابله با بحران اقتصادی و شرایط خاص قرارگیری در آن را به نحو مطلوبی به شهروندان منتقل کنند. چنین میزان درصدی حاکی از آن است که این کانال‌های ماهواره‌ای آنچنان که باید و شاید نتوانسته‌اند به صورتی اصولی و تاثیرگذار، نحوه مواجهه با شرایط خاص بحران اقتصادی که در زندگی شهروندان تاثیرگذار است، را به درستی به بینندگان منتقل نمایند تا شهروندان با آمادگی و آگاه بیشتر و اطلاعات کافی‌تر با این بحران دارایی روبرو شوند (Hardawan & Ahmad, 2019).

نیمی از شهروندان اقلیم کردستان اعتقاد داشته‌اند که کانال‌های ماهواره‌ای کردی در هنگام تحصن‌های رسمی مرتبط با بحران اقتصادی، نتوانسته‌اند نقش مثبتی ایفا کنند که این امر حاکی از آن است که این کانال‌ها نقش مثبت و اصولی را در هنگام تحصن‌های رسمی مرتبط با بحران اقتصادی ایفا نکرده‌اند و در واقع برنامه کارا و موثری از قبل برای این بحران نداشته‌اند که حاکی از ضعف پیش بینی این کانال‌های ماهواره‌ای است. همچنین ۶۷ درصد از شهروندان اقلیم کردستان معتقدند که کانال‌های ماهواره‌ای کردی در ایام بحران، صداقت و شفافیت کاری لازم را نداشته‌اند و در بسیاری موارد، جسارت و دقت یک رسانه معتبر را دارا نبوده‌اند که به معنای آنست کانال‌های ماهواره‌ای کردی از دیدگاه شهروندان اقلیم کردستان، آنچنان که شایسته است در خدمت منافع عمومی ساکنان اقلیم کردستان در هنگام بحران اقتصادی نبودند. از طرف دیگر، کانال‌های ماهواره‌ای کردی به صورت یکسان در رابطه با بحران مذکور عملکرد یکسانی نداشته‌اند؛ به گونه‌ای که از میان ۱۰ کانال خبری معتبر موجود در اقلیم کردستان، کانال *NRT* در رتبه اول و کانال *Rudaw* در رتبه دوم قرار گرفته که نشان می‌دهد این دو کانال نسبت به دیگر کانال‌ها، در ایام تحصن‌های رسمی بحران اقتصادی و اخبار مربوط به آن، به صورت مناسب‌تر، اصولی‌تر، جسورانه‌تر و حرفه‌ای‌تری عمل کرده‌اند و به بحران موجود و مشکلات ساکنین اقلیم کردستان که منتج از آن بوده است، بیشتر پرداخته‌اند؛ اما در حالت کلی، دیدگاه ساکنین نسبت به کانال‌های ماهواره‌ای خبر کردی، دیدگاه مثبت و سازنده‌ای نبوده است و از دیدگاه آنان، این کانال‌ها رسالت خود را در زمان بحران اقتصادی به صورت شایسته و حرفه‌ای به انجام نرسانده‌اند (Hardawan & Ahmad, 2019).

قابل استنباط است که رسانه کردی به صورت کلی و به صورت اخص، کانال‌های ماهواره‌ای کردی در هنگام پخش اخبار و اطلاعات مرتبط با بحران اقتصادی و شرایط خاص آن، کمتر به رعایت اصول حرفه‌ای رسانه و خط مشی‌های آن پرداخته‌اند و به دلیل در نظر نگرفتن اصول رسانه‌ای و شغلی کار روزنامه‌گری، از شرایط رسانه‌ای مطلوب در زمان بحران دور مانده‌اند. از آنچه بیان شد نتایجی قابل برداشت است که می‌تواند چنین عنوان شود:

- دستگاه‌های خبررسانی کردستان در هنگام بروز بحران‌ها به خصوص بحران اقتصادی، وظیفه آن‌ها خبررسانی برای عموم مردم و بررسی شرایط و اداره کردن بحران موجود است.
- رسانه‌های خبری برای روبرو شدن با بحران‌ها و نحوه پوشش این بحران‌ها در هنگام بروز بحران (شامل پیش از بحران، هنگام بحران، بعد از بحران) به استراتژی‌های بلندمدت نیاز دارند تا در مواجهه با بحران به مشکل نخورند.
- در کردستان، مردم کانال‌های ماهواره‌ای خبری کردی را به عنوان یک منبع خبری استفاده می‌کنند.
- کانال‌های ماهواره‌ای کردی نتوانستند علل و شرایط بحران اقتصادی را برای عموم مردم روشن نمایند.
- کانال‌های آسمانی خبری کردی، در رابطه با ارائه اخبار و دلایل بحران اقتصادی نتوانسته‌اند جسور و راستگو باشند و اصول اخلاقی و منطقی رسانه‌ای را حفظ نمایند.
- در اقلیم کردستان، کانال *NRT* در بین کانال‌های کردی، بیشترین پوشش خبری را در رابطه با بحران اقتصادی و شرایط آن ارائه داده است.

- کانال‌های ماهواره‌های کردی، نتوانسته‌اند در هنگام بحران‌های اقتصادی چگونگی رفتار کردن در شرایط خاص اقتصادی را به ساکنان اقلیم کردستان ارائه نمایند.
- کانال‌های ماهواره‌ای کردی نتوانسته‌اند به صورتی بی‌طرفانه و به دور از دخالت عوامل خارجی، تحصن‌های رسمی و راهپیمایی‌های مرتبط با بحران اقتصادی را... و آن پوشش و تحلیل کنند.

رسانه‌های اقلیم کردستان و بحران کرونا

آراز و هیرش (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان "تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر ایجاد ترس و وحشت در بحران همه‌گیری کووید-۱۹ در اقلیم کردستان عراق" به‌عنوان متخصصان رسانه‌ای شاغل در دانشگاه‌های دولتی منطقه کردستان، نتایجی کسب کرده‌اند که می‌تواند به روشن شدن رابطه بین رسانه‌های کردی و بحران در منطقه کردستان کمک نماید. آنچه از نتایج می‌توان برداشت کرد این است که رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در تأثیرگذاری بر مردم در طول بحران COVID-19 داشته‌اند؛ به گونه‌ای که تجزیه و تحلیل‌ها نشان می‌دهد یک همبستگی مثبت معنادار بین رسانه‌های اجتماعی و انتشار ترس و وحشت در مورد COVID-19 وجود دارد. علاوه بر این، می‌توان مشاهده کرد که تأثیر روان‌شناختی، عمدتاً بر روی نسل جوان بوده است، جاییکه نزدیک به نیمی از جامعه آماری ۱۸ تا ۳۵ ساله تحت تأثیر قرار گرفتند. مردم در حال جمع‌آوری اطلاعات از منابع دولتی هستند که فرسوده شده‌اند و در نتیجه، بیشتر از هر منبع دیگری اطلاعات خود را از رسانه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند. همچنین نمی‌توانند تشخیص دهند که کدام اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی درست و کدام نادرست است، بنابراین باعث ترس و وحشت بیشتر و شایعات در مورد ماهیت واقعی همه‌گیری می‌شود. می‌توان استدلال کرد که ترس و وحشت ناشی از اطلاعات گسترده درباره COVID-19 در کردستان بدتر از تعداد موارد دچار شده به کرونا است و تأثیر طولانی‌تری خواهد داشت. مهم است که این موضوع به متخصصان بهداشت در منطقه ابلاغ شود و کارشناسان رسانه با این متخصصان کار کنند تا اطمینان حاصل شود که فقط اطلاعات موثق و بررسی شده برای عموم منتشر می‌شود. همچنین مهم است که وزارت بهداشت و وزارت آموزش و پرورش در این تلاش مشارکت داده شوند تا برای اپیدمی‌ها یا موقعیتهای بهداشتی آینده آماده شوند. این همه‌گیری مطمئناً کمک کرده تا نیاز به آموزش مخاطبان را در مورد موضوعات بهداشتی که از طریق رسانه‌های اجتماعی یافت می‌شوند، شناسایی شوند. علاوه بر این، باید برای آموزش مخاطبان رسانه‌ها در مورد اینکه چه اطلاعاتی قابل اعتماد است و چگونه از طریق این اطلاعات به طور انتقادی فکر کنند، کار شود. از آنجاییکه افراد جوان‌تر نیز اطلاعات را از رسانه‌های اجتماعی مصرف می‌کنند و آن را به خانواده و دوستان خود پخش می‌کنند، دانشگاه‌ها مکانهای ایده‌آلی برای طراحی دوره‌هایی هستند که می‌توانند به دانشجویان و اساتید کمک کنند تا نحوه جستجو، یافتن و ارزیابی اطلاعات سلامت را در موارد مدنظر تشخیص دهند.

رسانه‌های اقلیم کردستان و بحران داعش

هیرش و تازان^۱ در پژوهشی با عنوان "آداب مسئولیت رسانه‌ها در زمان بحران (نمونه: منطقه کردستان و داعش)" با تحلیل رسانه‌های کردی در زمان بحران داعش به نتایجی رسیده‌اند که می‌تواند بخشی از عملکرد رسانه‌های کردی را در هنگام حمله داعش به اقلیم کردستان روشن کند. در حالت کلی، نتایج ادعای آن را دارد که رسانه‌های کردی در زمان این بحران حساس، آداب مسئولیت خود را به درستی به جای نیاورده‌اند. در ادامه مستنداتی برای این ادعا و مشاهده جزئیات بی‌مسئولیتی رسانه‌های کردی آورده شده است:

در بحبوحه بحران داعش، بسیاری از وبسایت‌ها در کردستان برای بدست آوردن مخاطب و درآمد بیشتر، برای انتشار ویدیوهای داعش عجله می‌کنند، حتی زمانی که یوتیوب^۲ ویدیوها را حذف می‌کند. با این حال، وبسایت‌هایی این ویدیوها را کپی و دوباره آن را منتشر کردند

¹ Hersh and Tazhan

² YouTube

که وبسایت خندان^۱ نمونه آن بود. علاوه بر این، رادیو حزب دموکرات کردستان^۲ نیز با انتشار اخبار جعلی مبنی بر تسلط پیشمرگه بر شهر، جان پناهجویان کوه شنگال را به خطر انداخت.

روزنامه رووداو^۳ در شماره آگوست سال ۲۰۱۶ مقاله‌ای منتشر کرد که در آن مدعی شد: «... ۱۰۰ مکان منزوی ایزدی را فاش می‌کند». از جزئیات این مقاله، رووداو اعلام کرد که ۱۰۰ ایزدی در غرب کوه شنگال معروف به قندیل از انظار عمومی جهان خارج بدون دسترسی به آن‌ها ناپدید شده‌اند. سایت زندان نیز در خبری فوری با تصویری ضمیمه خود نوشت: «داعش در جولای^۴، حمله کرده است» و به زودی داعش، توثیقی مبنی بر موفقیت و شجاعت آن‌ها منتشر کرد و آنچه آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی منتشر کردند این است که «سایت روزنامه کردی (...)

در اخبار فوری اعلام می‌کند که کل نیروهای پیشمرگه در حال عقب‌نشینی در جولای هستند و کنترل منطقه را در دست داعش می‌گذارند. با بازپس‌گیری مخمور توسط پیشمرگان کرد، شبکه ماهواره‌ای رووداو با یک غیرنظامی که از حمله داعش جان سالم به در برده بود، مصاحبه کرد. مصاحبه شونده، نگرش انسان دوستانه داعش و رهبر آن نسبت به غیرنظامیان را تا حدی توصیف کرد که آن‌ها نماز دسته جمعی را با هم انجام دادند.

عکس خبرنگار و فیلمبردار تلویزیون کردستان^۶ به گونه‌ای در معرض دید قرار می‌گیرد که نشان می‌دهد او از روزنامه نگاری فراتر رفته و اسلحه‌ای در دست داشته و وانمود می‌کند که یک رزمنده پیشمرگه است. بر اساس گزارشی، شبکه تلویزیونی گلی کردستان^۷ با فونت نسبتاً بزرگ روی صفحه به نقل از یک پیشمرگه زن نوشت: «داعش‌ها به شدت دفاع می‌کنند».

پس از آزادی وی از زندان، کانال ان.آر.تی^۸ مصاحبه‌ای با ملا کریکار^۹، رهبر سابق انصاری الاسلام ترتیب می‌دهد. آنچه در مصاحبه عجیب می‌باشد، این بود که پس از پاسخ‌های ملا کریکار، سؤالات جدی و مستقیم بسیار کمی پرسیده شد. او از صفحه نمایش ان.آر.تی برای منافع شخصی و ایدئولوژی مذهبی رادیکال خود استفاده کرد. او در به دست آوردن کنترل برنامه تلویزیونی و اینکه آن را در خدمت هدف خود قرار دهد، بسیار مراقب بود؛ مثلاً هنگام بحث درباره «سختی در دینش» یا وقتی می‌گوید: «اگر اختیار و قدرت داشتیم، گردن او را می‌زدیم». با این حال، نه مصاحبه‌گر و نه کانال نتوانستند در برابر ملا کریکار از انتشار ایدئولوژی خود با استفاده از صفحه نمایش خود مقاومت کنند.

شی که داعش، مخمور را به تصرف خود درآورد، عمدتاً به این دلیل بود که مردم اربیل دلسرد شدند. انتشار اخبار وحشتناک در مورد افرادی که شهر را تخلیه کرده‌اند، پست‌هایی از رسانه‌های اجتماعی و نوشته‌های موجود در اینترنت، نظرات مردم وحشت زده، همه و همه بر تقویت روحیه و توان اطلاعاتی داعش تأثیرگذار بود. از طرف دیگر، در کانال روداو نشان داده شد که چگونه نیروهای پیشمرگه در جنوب کردستان (اقلیم کردستان)، با استفاده از نقشه‌ها و نمودارهای دقیق به سمت شهر کوبانی^{۱۰} در شرق کردستان (کردستان سوریه) می‌روند.

در این مدت، به ویژه از کانال‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی، ما در معرض اطلاعات سری نظامی، نوارهای ویدئویی و عکس‌های نیروهای پیشمرگه در خط مقدم قرار گرفتیم. همچنین انواع تفنگ مورد استفاده نیروهای پیشمرگه، تعداد رزمندگان پیشمرگه، اسامی و تعداد

¹ Xendan

² PDK

³ Rudaw

⁴ Galavla

^۵ از نواحی تعریف شده توسط صدام حسین و از مناطق واقع شده در ماده ۱۴۰ به عنوان نواحی کردستانی خارج از مرزهای اقلیم کردستان.

⁶ Kurdistan TV

⁷ Gali Kurdistan

⁸ NRT

⁹ Mala Krekar

^{۱۰} شهر کوبانی (Kobani) واقع در کردستان سوریه که علیرغم همکاری ترکیه و قطر با داعش برای تصرف این شهر، مبارزان کرد نقطه عطفی در مبارزه با داعش گشودند و این شهر با جانفشانی فوق‌العاده، نماد جهانی مقاومت در برابر داعش شد.

واحدهای نظامی، نام ژنرال، محل استقرار نیروهای پیشمرگه، ترتیبات یگان فرماندهی مرکزی، زمان شروع حمله، جهت حمله و اهداف حمله و موارد دیگر برای عموم پخش شد. آنچه بیان شد به روشنی دال بر بی مسئولیتی رسانه‌های کردی در زمان بحران داعش بوده است که اثرات مخرب و غیرقابل جبرانی بر نیروهای پیشمرگ در حال مبارزه و مردم عادی گذاشت.

بحث و نتیجه‌گیری

بحران یکی از واقعیت‌های اجتناب‌ناپذیر زندگی بشر بوده که با برهم زدن نظم سیستم اصلی یا قسمت‌هایی از آن، موقعیتهایی را که مستلزم پاسخ‌دهی آنی است به وجود آورده و موجب سردرگمی و غافل‌گیری نهادهای تصمیم‌گیرنده می‌شود. امروزه بحران‌هایی که در جامعه به وجود می‌آید بدون نقش فعال رسانه‌های جمعی و بویژه رسانه‌های ملی، به نحو شایسته‌ای قابل مدیریت نیست. بر همین اساس بود که پژوهش پیش رو با هدف بررسی رابطه بین رسانه‌ها و بحران در ایران و اقلیم کردستان به نگارش درآمد تا روشن گردد که رسانه‌ها در این دو سرزمین در مواجهه با بحران‌ها چگونه عمل کرده‌اند. روشن است که رسانه‌ها می‌توانند به عنوان یک تیغ دو لبه در مواجهه با بحران‌ها عمل کنند و به گونه‌ای عمل کنند که در راستای تشدید بحران باشد یا آنکه در جهت مرتفع نمودن و مدیریت آن حرکت نمایند که هر دو نیز پیامدهای خاص خود را به دنبال دارد. در برخی مناطق و جوامع ممکن است رسانه‌ها بر بعضی از مسائل تاکید کنند که خواسته اکثریت ساکنان آن مناطق باشد در حالیکه همین امر می‌تواند در یک منطقه جغرافیایی دیگر یک خلا و ایراد اساسی برای آن رسانه در دیدگاه عموم تلقی گردد و بر همین مبنا است که عنوان می‌شود رسانه‌ها و عملکرد آن‌ها در مناطق مختلف می‌تواند تحت‌الشعاع جامعه و همچنین مدیریت آن منطقه جغرافیایی اعم از دولت، حکومت، گروه‌های فشار، سازمانهای قدرتمند، شرکتهای ابرقدرت، احزاب، مافیای اقتصادی و... باشد. در نتیجه مسائلی را مدنظر قرار داده و از مسادل خاصی نیز چشم‌پوشی می‌کنند که خود یک نوع برجسته‌سازی است.

رسانه‌ها خصوصاً رسانه‌های تاثیرگذار و قدرتمند در زمان بحران، می‌توانند هم به رفع بحران کمک کنند و هم در مسیر آن سنگ اندازی کنند که در بیشتر موارد نیز می‌تواند ناشی از خلاهای اخلاق رسانه‌ای، کمبود آموزشهای تخصصی، عدم خبرگی نیروی مورد استفاده، تکیه بر منابع غیرموتق و... باشد که این امر به صورت واضحی در اقلیم کردستان مشاهده شده است. نمونه بارز آن، نحوه مواجهه رسانه‌های اقلیم کردستان با بحران داعش بود که علیرغم پوشش گسترده این بحران، وضعیت مشوشی را به منطقه کردستان تحمیل کردند. در واقع رسانه‌های کردستان به صورت حرفه‌ای عمل نکردند و با عدم توجه به مسئولیت آداب معاشرت و عدم پوشش رسانه‌ای خاص برای جنگ، متاثر شدن از تأثیرات جنگ و تبلیغات خشونت (تبلیغ برای جنبش و دلسرد کردن پیشمرگ‌ها و غیرنظامیان)، درک نادرست اصطلاحات، ایجاد عدم تعادل و انتشار مطالب مغرضانه و جعلی در مدیریت بحران به درستی عمل نکرده‌اند؛ در حالیکه مدیریت بهینه و منطقی توسط رسانه‌ها در هنگام بحران داعش، می‌توانست به منزله فرصتی برای تقویت اعتماد عمومی، نهادمند کردن مشارکتها، جلب حمایت نهادهای مدنی و حضور مردم کردستان و همچنین استفاده از ظرفیت‌های موجود در راستای حل بحران تلقی شود؛ اما رسانه‌های اقلیم با عدم حرفه‌ای‌گری خود منشأ تبعات روحی و روانی زیادی برای ساکنین کردستان شدند. این مساله در بحران بیماری همه‌گیر کرونا نیز مشاهده شد و رسانه‌های کردستان به جای مدیریت بحران به گونه‌ای رفتار کردند که ترس و وحشت را بر جامعه کردستان مسلط کردند که کار مدیریت بحران را سخت کردند. از طرف دیگر، همین امر در مساله بحران اقتصادی و بودجه که ناشی از اختلافات موجود اقلیم کردستان با دولت مرکزی عراق بود، به وضوح دیده شد. همانگونه که بخش زیادی از جمعیت منطقه کردستان معتقدند رسانه‌های اقلیم در هنگام بحران اقتصادی و تحصن‌های رسمی مرتبط با آن، نتوانسته بدون جبهه‌گیری و طرفیت (جانبداری) عمل کند؛ پس رسانه‌های اقلیم کردستان خارج از اصول رسانه خود تحت تاثیر عوامل خارجی قرار دارند که نمونه بارز آن، احزاب مسلط بر منطقه کردستان هستند که این رسانه‌ها را هدایت کردند. در واقع، سیستم خبررسانی

کانال‌های آسمانی کردی، در رابطه با بحران اقتصادی و حقوق بگیران این اقلیم به درستی عمل نکرده و منافع عمومی را در پیش نگرفته‌اند. علاوه بر این، در بیشتر موارد هنگام ارائه اخبار مربوط به پرداخته حقوق کارمندان و کارکنان، جنبه‌ها و حالات درونی حقوق بگیران در نظر گرفته نشده و هدفشان تنها افزایش تعداد مراجعه و بازدید تلویزیونی آن بوده است.

تحلیل فعالیت سه خبرگزاری ایرنا، صداوسیما و فارس در هفته نخست بحران کرونا در ایران حکایت از این دارد که این سه خبرگزاری به دلایل گوناگونی از جمله تفاوت نگرش‌های سیاسی رفتاری نسبتاً سلیقه‌ای در برابر بحران کرونا از خود بروز داده‌اند؛ موضوعی که بی تردید چالش مهمی در مدیریت بحران است. بررسی نحوه کنشگری این سه خبرگزاری در هفته نخست بحران کرونا در ایران نشان می‌دهد که ایرنا، صداوسیما و فارس به ترتیب در جایگاه پشتیبان، بی‌طرف و منتقد قوه مجریه وحدت رویه و راهبردی یگانه‌ای نداشته‌اند. بر همین اساس، فقدان یک ستاد ویژه رسانه‌ای در زمانهای بحران یکی از نیازهایی است که به شدت احساس می‌شود تا خبرگزاریها اختلاف‌های سیاسی و جناحی را با هدف تکثیر آرامش در جامعه کنار بگذارند. بحران‌ها، اقتضاهای رسانه‌ای خاص خود را دارند. پوشش خبری رسانه‌ها در شرایط بحرانی در مقایسه با شرایط عادی متفاوت است. در شرایط بحرانی نیز نوع پوشش خبری رسانه‌ها در مراحل پیش، حین و پس از بحران متفاوت است. ریزه‌کاری‌های رسانه‌ای می‌تواند بسیار تعیین کننده باشد. در بحران‌هایی چون فاجعه بم، شاهد غافلگیری رسانه‌ها بودیم؛ این امر ممارست برای انجام اقدامات حرفه‌ای در شرایط بحرانی مشابه را ضروری کرد؛ عملکرد رسانه‌های دولتی در رویارویی با بحران کرونا نشان داد که تاکنون به اهمیت این ممارست توجه زیادی نشده است. واقعیت این است که انتشار به موقع درست و جامع اخبار و عدم سانسور می‌تواند اعتماد و مشارکت مردمی را در پی داشته باشد؛ افزون بر این، بحران‌ها زمینه بسیار خوبی برای انتشار شایعه‌ها هستند؛ کار رسانه در شرایط بحرانی، جلوگیری از پخش شایعه‌ها و تلاش برای انتشار اخبار درست و به موقع است، تا ضمن جلوگیری از دامن زدن به شایعه‌ها حمایت و اعتماد افکار عمومی را نیز جلب کند. در رابطه با عملکرد رسانه ملی در سیل بهار ۹۸، تلویزیون همسو با کارکرد آموزش مصون‌سازی خود در این ایام تنها به درج اطلاعیه ستاد مدیریت بحران، هشدارهای ایمنی در مواقع احتمال بروز سیل، ارائه نکاتی به طبیعت‌گران و ارائه توصیه‌های کلی مسئولان در گفتگوهای خبری اکتفاء کرده است. در حالیکه شایسته بود با ارائه آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم راه فرهنگ‌سازی، پیشگیری و مصون‌سازی در برابر خطرات گام بردارد و با استفاده از شیوه‌های اقناعی و تأثیرگذار در قالب میان برنامه‌های کوتاه و گفتگو با کارشناسان، به آمادگی مخاطبان در برابر بحران کمک کند؛ ضمن اینکه با شناسایی بحران‌های بالقوه در کشور شرایط بحرانی را به مسئولان گوشزد کند. نقش کمرنگ مردم بویژه مردم آسیب دیده در خبرها، از جمله نکات قابل توجه در عملکرد شبکه در حین بحران بود به طوری که تا روز سوم فروردین چند روز پس از سیل آق‌قلا و مازندران هیچگونه گزارش مردمی از مناطق آسیب دیده پخش نشد. در مجموع، رسانه ملی برای پاسخگویی به نیازهای رسانه‌ای چهارگانه آسیب‌دیدگان سیل نوروز ۹۸ با ارائه اطلاعات مختلف، آگاهی و گاه کاربردی در بخش‌های خبری و زیرنویس نیاز به اطلاعات مخاطبان خود را تا حدودی تأمین کرده است. اما به لحاظ تأمین نیاز مخاطبان به توجه رسانه نقش مردم بویژه مردم آسیب دیده از سیل در این ایام تا حدودی کمرنگ بود؛ به همین دلیل عملکرد رسانه در این زمینه چندان مناسب ارزیابی نمی‌شود.

سخن آخر اینکه نظر نگارنده‌گان بر آنست که رسانه‌های فعال در منطقه کردستان بنا بر وضعیت خاص این منطقه و تسلط احزاب بر تمامی ارکان زندگی جامعه کردستان، در فقدان و یا کمبود رسانه‌های مستقل نتوانسته‌اند در مقابل بحران‌های موجود و طی شده در این منطقه جغرافیایی به صورت حرفه‌ای عمل کنند که بیشتر آن به تسلط احزاب، قدرتمند بودن رسانه‌های حزبی، فشار بر رسانه‌های مستقل و مشکلات مالی آنها، فرهنگ قبیله‌ای منطقه کردستان، دخالت دولت‌های خارجی همسایه، پایین بودن سواد رسانه‌ای ساکنان آن و... بازمی‌گردد. در مقابل در ایران نیز، رسانه ملی در هنگام بروز بحران‌ها آنچنان که شایسته است اقدام نکرده است که می‌تواند دلایل متعددی را خود جای داده باشد. انتشار به موقع درست و جامع اخبار و عدم سانسور، نقش کمرنگ مردم بویژه مردم آسیب دیده در خبرها، تفاوت نگرش‌های سیاسی

رفتاری و بی‌اعتمادی در برخی مواقع می‌تواند از جمله این دلایل باشد که عملکرد نامناسب رسانه ملی را در بحران کرونا و سیل بهار ۹۸ در پی داشت.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Ardakani Fard, Z., & Azimi Hashemi, M. (2021). Representation of news in mass media and its impact on public opinion on Twitter (Case study: News about Iraqi sex tourism in Mashhad). *Quarterly Journal of New Media Studies*, 7(52), 100-121.
- Haqqgu, J., & Soleimani, G. (2020). How Iranian state media confronted the coronavirus crisis. *Political Science Research Journal*, 15(4), 28-39.
- Hardawan, M. K., & Ahmad, A. R. (2019). The Role of Media in Crisis Management in the Kurdistan Region (Financial Crisis as a Case Study) A Descriptive and Survey-based (Investigatory) Study. *Journal of University of Raparin*, 6(1). [https://doi.org/10.26750/vol\(6\).no\(1\)](https://doi.org/10.26750/vol(6).no(1))
- Hersh Rasool, M., & Tazhan Dlshad, K. (2017). Etiquette of Media's Responsibility during Crises (Kurdistan region and 'ISIS' as instance). Proceedings of the RAIS Conference I,
- Khaniki, H., & Mousavi, S. (2019). Representation of Iran's water issue in newspapers: Content analysis of the newspapers Iran, Shargh, Donya-e-Eqtesad, and Kayhan from 2012 to 2018. *Interdisciplinary Studies in Humanities*, 11(4), 88-100.
- Kwok, L., Lee, J., & Han, S. H. (2021). Crisis communication on social media: What types of COVID-19 messages get the attention? *Cornell Hospitality Quarterly*, 63(4), 528-543.
- Saud, M., Mashud, M., & Ida, R. (2020). Persistence of Social Media on Political Activism and Engagement among Indonesian & Pakistani youths. *International Journal of Web Based Communities*, 16(1). <https://doi.org/10.1504/ijwbc.2020.10028448>
- Zhang, X., & Huang, R. (2021). The role of social media in public crisis governance. *E3s Web of Conferences*, 253(3), 72-91.