

بازنمایی اخبار زلزله ماهدشت کرج در مطبوعات پرشمارگان کشور

فرخ پارسی زاده (parsizadeh@gmail.com)

استادیار پژوهشگاه بین‌المللی زلزله‌شناسی و مهندسی زلزله

پروانه پیشنمازی*

دکتری علوم ارتباطات و مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال

اکبر نصراللهی (akbar.nasrollahi@gmail.com)

دکتری مدیریت رسانه و استادیار علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

(تاریخ دریافت ۱۳۹۷/۱/۲۶ - تاریخ پذیرش ۱۳۹۷/۶/۳۱)

چکیده

ایران در معرض مخاطرات محیطی و طبیعی مختلفی قرار دارد. یکی از این مخاطرات که گاهی کشور را با بحران مواجه می‌کند زلزله است که وقوع آن در کشور از دیگر مخاطرات محیطی بیشتر است؛ به طوری که فقط در سال گذشته بیش از یکصد زلزله شدیدتر از ۴ ریشتر، مناطق مختلف کشور را لرزاند. زلزله ۲۹ آذر ۱۳۹۶ ماهدشت کرج، شاید مهم‌ترین واقعه لرزه‌ای سال گذشته کشور بود. این زلزله تلفاتی نداشت، اما به دلیل تأثیرگذاری آن بر کلانشهر تهران، مهم تلقی می‌شود و بررسی و تحقیق درباره چگونگی بازنمایی آن در مطبوعات، با توجه به تأثیر مهم رسانه‌ها در مدیریت مخاطرات و جلوگیری از تبدیل آن به بحران ضروری است. به منظور شناخت چگونگی پوشش خبری و مواجهه رسانه‌ای با این رویداد، در این مقاله، شش روزنامه پرشمارگان (همشهری، ایران، کیهان، شرق، شهروند و جوان) در مقطع زمانی سه روز پس از وقوع زلزله، به روش تحلیل محتوای کمی بررسی شدند. جامعه آماری پژوهش، شامل همه اخبار، گزارش‌ها، مقالات و مطالب مرتبط با زلزله تهران در روزنامه‌های مذکور بود که به روش تمام‌شماری انتخاب شدند. در مجموع در دامنه زمانی ذکر شده ۹۹ مطلب تحلیل شد. براساس نتایج این تحقیق مشخص شد که عملکرد رسانه‌های بررسی شده با تأخیر و کندی همراه بود. بنابراین اصل سرعت انتشار دچار نقصان بوده و از رویکرد قانون طبیعی پیروی کرده است. استفاده از رسانه‌های مبتنی بر وب، بستر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی برای اطلاع‌رسانی توسط نهادهای متولی مدیریت بحران و نیز بهره‌گیری از شیوه‌های نوین روزنامه‌نگاری مثل اینفوگرافی در مطبوعات کشور حضور کم‌رنگی دارد. این نکته نیازمند توجه، بازنگری و اقدام لازم است. راهبرد رسانه‌های بررسی شده در خصوص آرامش‌زایی دچار نقصان است و این موضوع حاکی از آن است که رسانه‌ها به وظایف خود در مراحل مختلف بحران اشراف کامل ندارند. بیشتر مطالب توسط خبرنگاران خود روزنامه‌ها تولید شد و مطالب منتشر شده بدون تعارض بود که نشان‌دهنده دقت و صحت زیاد مطالب منتشر شده است. رویکرد بیشتر روزنامه‌ها رویدادمدار بود و کمتر به فرایند واقعه و چرایی و چگونگی آن پرداخته شد و به عبارتی مقالات تحلیلی چندان زیاد نبود.

واژه‌های کلیدی: بحران، پوشش خبری، روزنامه، زلزله، مخاطرات طبیعی.

مقدمه

بیش از یک دهه از اثبات اهمیت نقش رسانه در فرایند کنترل و مدیریت مخاطرات و بحران‌ها در ایران می‌گذرد. واقعیتی که سال‌ها پیش در دیگر کشورهای لرزه‌خیز همچون آمریکا و ژاپن به اثبات رسید و به‌گونه‌ای نهادینه‌شده در بدنه مدیریت بحران آنها به‌کار می‌رود. مصداق بارز این مدعا در خلال زلزله و سونامی ۲۰۱۱ ژاپن مشاهده شد؛ سازمان رادیو و تلویزیون ملی این کشور، "ان اچ کی"، به‌دلیل تجهیز به سیستم هشدار سریع، بی‌درنگ پس از وقوع زلزله، هشدار وقوع سونامی را اعلام کرد که در پی آن تخلیه امن از سواحل در معرض خطر سونامی انجام گرفت که به کاهش چشمگیر تلفات سونامی منجر شد.

بیست و پاکت (۲۰۱۳) در تحقیق خود آورده‌اند: واکنش ایالات متحده به زلزله سال ۲۰۱۰ در هائیتی، تلاش بزرگی بود که توسط سه سازمان بزرگ هماهنگ شده بود؛ دولت هائیتی، سازمان ملل متحد و بسیاری از کشورها از سراسر جهان همکاری کردند. مدیریت این تلاش برای پاسخگویی به شرایط بحران روند پیچیده‌ای بود که به‌شدت بر سیستم مدیریت دانش^۱ تکیه داشت. با این حال، اولین بار، آژانس‌های دولتی ایالات متحده از فناوری‌های رسانه‌های اجتماعی مانند ویکی و فضاهای کاری مشترک به‌عنوان سازوکارهای اصلی به‌اشتراک‌گذاری دانش استفاده کردند. در این تحقیق یک مطالعه موردی ارائه می‌شود که از طریق تحقیق عملی درباره نحوه استفاده از این فناوری‌های رسانه‌های اجتماعی، تأثیر آنها بر به‌اشتراک‌گذاری دانش و تجربیات و چگونگی حفظ این دانش انجام گرفته است. همچنین دانش پاسخگویی به بحران به‌کار گرفته می‌شود و راهکارهایی برای کاربردهای آتی رسانه‌های اجتماعی و نیز پرسش‌های مهم تحقیقاتی بیان می‌شود که با در نظر گرفتن رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان سیستم‌های مدیریت دانش به‌ویژه در مواقع مدیریت بلایا و اورژانس مطرح می‌شوند [۱۱].

هیورث و کیم (۲۰۱۱) پژوهشی در زمینه کارکرد رسانه‌های اجتماعی موبایلی در زلزله ۲۰۱۱ ژاپن انجام دادند. این مقاله منعکس‌کننده نقش رسانه‌های جدید در کمک به مردم برای مدیریت بحران و اندوه است. براساس نتایج این مقاله مشخص می‌شود که رسانه‌های اجتماعی، کانال‌های جدیدی را برای فرهنگ‌های تأثیرگذار در قالب موبایلی فراهم می‌کنند و در عین حال شیوه‌های رسانه‌ای و پیشین را نیز گسترش می‌دهند [۱۰].

نامداری (۱۳۹۴) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان "بررسی و ارزیابی نقش رادیو در مدیریت سانحه و بحران در مخاطرات طبیعی با تأکید بر زلزله"، به بررسی این موضوع در

1. KMS (Knowledge management system)

فرایند مدیریت سانحه در یک هفته اول پس از وقوع زلزله در شهرهای ورزقان، شنبه (بوشهر) و سراوان پرداخت. در تحقیق او، اخبار، برنامه‌ها و محتوای چهار رادیوی "ایران"، "جوان"، "بی بی سی" و "رادیو فردا" یک هفته پس از وقوع زلزله‌ها بررسی شد. نتایج این تحقیق بیانگر آن است که شاخص‌های جهت‌گیری رسانه‌ای، آثار زلزله (مجروحان زلزله)، رویکرد رسانه‌ای، راهبرد رسانه‌ای و سبک و قالب خبری در اخبار رادیوهای بررسی‌شده تفاوت معناداری دارد. همچنین مشخص شد که جهت‌گیری رادیوهای داخلی به عملکرد مدیریت بحران مثبت و جهت‌گیری رادیوهای خارجی به عملکرد مدیریت بحران خنثی یا منفی است. همچنین یافته‌ها حاکی از آن است که رویکردهای رادیوهای بررسی‌شده با یکدیگر تفاوت دارد. رادیوهای داخلی رویکرد طبیعی را برگزیده بودند، اما رادیوهای خارجی رویکرد طبیعی و تعاملی را؛ همچنین رسانه‌های داخلی و خارجی از حیث راهبردها نیز متفاوت بودند که در نهایت تفاوت در تولید و انتشار اخبار را در پی داشت [۷].

پارسی‌زاده (۱۳۹۰) در تحقیق خود که با هدف تعیین نقش و روش‌های مناسب اطلاع‌رسانی رسانه‌ها پس از وقوع زلزله‌ها انجام گرفت، مطالعه موردی‌ای را در مورد زلزله بم با استفاده از روش تحلیل محتوا بر روی چهار روزنامه کیهان، اطلاعات، ایران و همشهری انجام داد و به این نتیجه رسید که متأسفانه مطبوعات پس از زلزله از یک رشته اصول و قواعد کلی در اطلاع‌رسانی و تأثیرگذاری و نیز از الگویی واحد در فرایند اطلاع‌رسانی تبعیت می‌کنند و به نظر می‌رسد راهبرد مدونی در زمان بحران ندارند. نتایج این تحقیق همچنان نشان می‌دهد که مطبوعات براساس اهمیت و بزرگی زلزله‌ها در روزهای اول بعد از وقوع از تیتراهای تهییجی و جنجالی استفاده کرده و از تصاویر در برجسته‌سازی شدت ویرانی‌ها و خسارات ناشی از این پدیده استفاده می‌کنند [۲].

در ایران به‌طور مداوم از زبان متخصصان و فعالان رسانه، اهمیت نقش رسانه در مدیریت بحران مخاطرات شنیده می‌شود، اما گویا این عبارات صرفاً در حد نظریه‌ها و تئوری‌هایی هستند که در عمل کاربردی در سیاستگذاری و عملکرد رسانه‌های کشور ندارند. نمونه این موضوع را می‌توان در بررسی عملکرد رسانه‌ها در طی وقوع زلزله‌های اخیر مشاهده کرد. بنابراین در این مقاله به بررسی و شناسایی ضعف‌ها و قوت‌های پوشش خبری رخداد زلزله ماهدشت کرج و آگاهی از میزان و چگونگی اخبار منتشرشده در مطبوعات تأثیرگذار کشور با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوا پرداختیم.

در شامگاه چهارشنبه ۲۹ آذر ۱۳۹۶ زلزله‌ای با بزرگی ۵/۲ در مقیاس ریشتر در گسل ماهدشت جنوب کرج رخ داد که پایتخت نشینان را سراسیمه و وحشت‌زده کرد. صرف نظر از

علل گوناگونی که فضای تهران را از احساس این زلزله مشوش کرد، بررسی رفتار رسانه ها در مواجهه با این رخداد جای تأمل و بحث دارد. در این مقاله به بررسی میزان و چگونگی پوشش خبری زلزله ۲۹ آذر ماهدشت کرج در سه روز اول بعد از وقوع زلزله توسط شش روزنامه پرنسارگان و پرمخاطب کشور یعنی همشهری، ایران، کیهان، شرق، شهروند و جوان پرداخته شده است.

بیان مسئله

تعریف مخاطرات و خطرهای محیطی مشکل است. برتن و کیتز این خطرها را چنین تعریف کرده اند: عناصر فیزیکی محیط که برای انسان مضرند و به وسیله قوای خارجی برتر از توان انسان ایجاد می شوند. [۱] به طور کلی در تعریفی جامع، مخاطره عبارت است از واقعه، پدیده، فرایند، وضعیت یا فعالیتی که ممکن است به فرد، جمعیت، جامعه و محیط زیان جدی وارد کند [۶].

مخاطرات محیطی چنانچه مدیریت و کنترل نشوند به بحران تبدیل می شوند. بحران براساس تعریف سازمان جهانی بهداشت، عبارت است از درهم ریختگی شدید زیست محیطی و روانی - اجتماعی که بسیار فراتر از ظرفیت پذیرش جامعه مبتلابه است [۵].

"بحران از جمله پدیده های جهانی است که خاص یک کشور و محدوده جغرافیایی نیست. همه جوامع (اعم از توسعه یافته یا در حال توسعه) و سازمان ها در مقاطعی با آن روبه رو می شوند. مدیریت بحران به حدی مهم است که امروزه یکی از مهم ترین شاخص های موفقیت را، با چگونگی اداره و قابلیت مهار بحران می سنجد. بروز برخی بحران ها، غیرارادی و پیش بینی نشدنی است، اما روند، فراز و فرود و نتایج آنها، تابع "نحوه مدیریت بحران" است؛ به همین علت است که می توان بحران ها و تهدیدهای ناخواسته ناشی از آنها را با مدیریت مناسب، به فرصت تبدیل کرد" [۸].

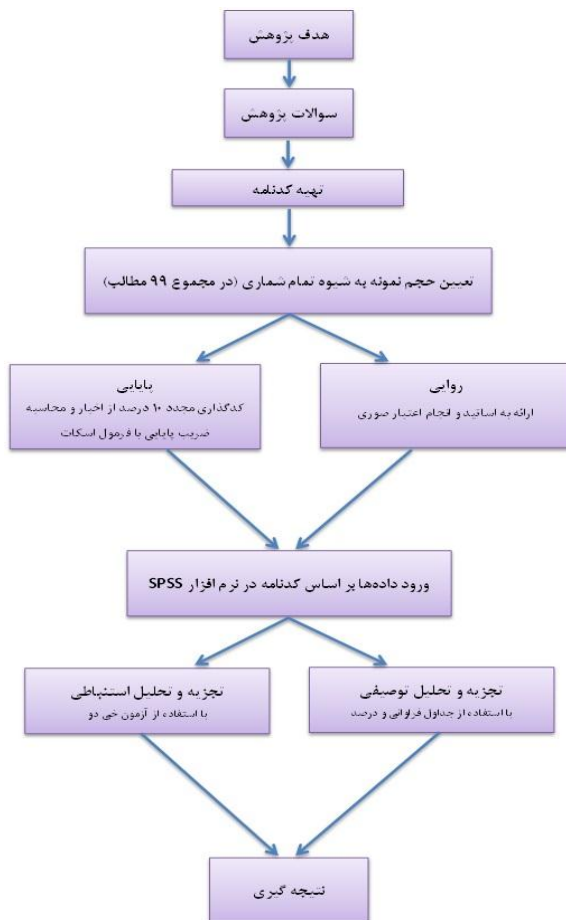
برای رهایی از خسارات ناشی از مخاطرات و بحران ها، برنامه ریزی برای افزایش ایمنی و کاهش خطرپذیری از ملزوماتی است که باید توسط ابزارهای گوناگون از جمله رسانه ها و ارتباطات بحران تأمین شود. شناخت و آگاهی از "ارتباطات بحران"، برای مدیریت صحیح و بهینه بحران، بدیهی است. "ارتباطات بحران بدنه پیام هایی است که در مورد یک بحران ایجاد می شوند. ارتباطات بحران عمومی ترکیبی است از پیام هایی (اعم از کلمات و کنش ها) که به طور مستقیم به سوی گروه های ذی نفعی که بیرون از گروه بحران قرار دارند صادر می شود،

گروه‌های ذی‌نفع که به نوعی درگیر بحران هستند شامل مشتریان، جوامع، سرمایه‌گذاران، تأمین‌کنندگان، نهادهای دولتی، رسانه‌های خبری و کارکنان می‌شوند [۴].

یکی از کارکردهای ویژه رسانه‌های ارتباط جمعی، پخش مداوم و روزانه اخبار است. در واقع می‌توان گفت انتشار جریان رویدادهای اجتماعی، وظیفه و نقش اساسی وسایل ارتباط جمعی است؛ خبر به‌عنوان یک تولید رسانه‌ای، گزارشی از پدیده‌های واقعی و عینی دارای یک یا چند ارزش خبری است که تحت تأثیر عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی شکل می‌گیرد [۳]. اهمیت کارکرد خبری رسانه‌ها در دوره بحران، به‌شکل مضاعفی افزایش می‌یابد و تأمین نشدن نیازهای خبری مخاطبان توسط رسانه‌ها در دوره بحران، موجب بی‌اعتمادی مخاطب و کسب خبر از سایر منابع می‌شود و نیز افزایش شایعات و اخبار غیرمؤثق را در پی خواهد داشت. در چنین شرایطی جامعه آستان مخاطرات متعدد دیگری چون نارضایتی و تشویش اجتماعی، اعتراضات، شورش‌ها و ... می‌شود. اگرچه رسانه‌ها با عوامل محدودکننده‌ای روبه‌رو هستند که پوشش همه‌جانبه و توجه به همه ابعاد آن را دشوار می‌سازد، با شناخت شیوه پوشش رسانه‌ها می‌توان کاستی‌ها و چالش‌های وضع موجود را ترسیم کرد و راهکارهایی برای تعامل مؤثر رسانه‌ها، مخاطبان و مدیران بحران ارائه داد؛ راهکارهایی که از یک‌سو ناظر بر ضرورت‌ها و الزامات ارتباطات بحران و از دیگر سو ناظر بر نقش و رسالت اجتماعی رسانه‌ها باشد.

روش پژوهش و تجزیه و تحلیل داده‌ها

از آنجا که در پژوهش حاضر به میزان و چگونگی پوشش رسانه‌ای زلزله ماهدشت کرج پرداخته شده است، روش پژوهش تحلیل محتوای کمی از نوع مقوله‌ای به‌کمک پرسشنامه معکوس است. بدین منظور ابتدا همه پیام‌های مورد نظر در شش روزنامه مذکور در دامنه زمانی سه روز نخست پس از رخداد زلزله به‌صورت تمام شماری استخراج و جمع‌آوری شد (۹۹ مطلب)؛ سپس ۲۲ مقوله و زیرمقوله در پرسشنامه معکوس از پیام‌های منتشرشده استخراج و در جدول استخراج کدها ثبت شد. به‌منظور بررسی روایی، کدنامه در اختیار چند تن از متخصصان و کارشناسان علوم ارتباطات قرار گرفت و پس از اخذ نظر، تنظیم نهایی شد؛ از این‌رو اعتبار این پژوهش از نوع صوری است. به‌منظور اطمینان از پایایی تحلیل محتوا، مقدار ضریب توافق اندازه‌گیری شده بین دو اندازه‌گیری محاسبه شد که در این پژوهش از ضریب اسکات استفاده شده است. در گام بعدی کدها به‌عنوان داده‌های تحقیق در نرم‌افزار SPSS ثبت شد و جدول‌های توصیفی و استنباطی و همچنین نمودارها به‌دست آمد.



بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به وظایف و مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها در مقابل مسائل اجتماعی و مصالح عمومی، آنها باید نقش خود را در قبال این مسائل اجتماعی، مخاطرات محیطی و بحران‌های عمومی ایفا کنند. در واقع رسانه‌ها مسئولیتی در قبال مصالح و منافع ملی و کاهش مخاطرات و خسارات ناشی از بحران‌ها دارند و باید به این مسئولیت حساس باشند. نتایج تحقیق حاضر که به‌منظور بررسی میزان و چگونگی توجه رسانه‌ها به این مسئولیت در مواجهه با زلزله ۲۹ آذر ماه‌دشت کرج در مطبوعات پرشمارگان کشور صورت‌گرفت نشان می‌دهد:

- بیشترین میزان با فراوانی ۳۰ مطلب در روزنامه همشهری و کمترین میزان با فراوانی ۵

مطلب در روزنامه کیهان منتشر شد. بنابراین می‌توان استنباط کرد که روزنامه‌های همشهری (وابسته به شهرداری) و شهروند (وابسته به جمعیت هلال احمر)، به دلیل مسئولیت و مأموریت‌های شهری خود (به‌ویژه روزنامه شهروند به دلیل ماهیت امدادی)، در برابر این مقوله رویکردی فعالانه داشتند و از بُعد کمی، موضوع زلزله را به‌خوبی پوشش دادند. روزنامه ایران، به‌عنوان ارگان رسمی دولت در خصوص وقوع زلزله ۲۹ آذر ملارد و مخاطرات بالقوه آن برای شهر تهران حساسیت لازم را داشت و واکنش نشان داد.

- در بامداد روز پس از وقوع زلزله، کمترین میزان مطالب (۲ درصد) در مطبوعات مورد بررسی منتشر شد. این امر می‌تواند مربوط به ماهیت روزنامه‌ها و نیز مدت زمان لازم پس از صفحه‌آرایی تا چاپ و توزیع باشد. هرچند در پاره‌ای از موارد اضطراری چنانچه مطلبی از اهمیت و ضرورت فوق‌العاده‌ای برخوردار باشد روزنامه‌ها می‌توانند با جایگزین ساختن مطلب جدید و حذف یا انتقال مطلب قبلی به صفحات دیگر و انتشار نسخه دوم روزنامه، به این مهم بپردازند. همان‌گونه که روزنامه همشهری در خصوص زلزله ۲۹ آذر عمل کرد و اخبار مربوط را جایگزین مطلب دیگر در صفحه اول کرد و نسخه دوم را منتشر کرد. این عمل نشان از راهبرد فعال این روزنامه در برابر زلزله ۲۹ آذر ملارد دارد. به‌طور کلی در این زمینه می‌توان چنین نتیجه گرفت که عملکرد این رسانه‌ها با تأخیر همراه بود و با کندی صورت گرفت. بنابراین اصل سرعت انتشار دچار نقصان بوده و از رویکرد قانون طبیعی پیروی کرده است. رویکرد نحوه نزدیک شدن به خبر و تصویر کلی آن به سه دسته کلی: رویدادمدار- فرایندمدار، کمی- کیفی و سنتی، قانون طبیعی و تعاملی تقسیم می‌شود. در رویکرد قانون طبیعی از وقایع و رخدادها به‌عنوان فرصت برای افزایش اعتبار و جذب مخاطب استفاده نمی‌شود، اما بحران و شرایط رقابتی انکار نمی‌شود بلکه این شرایط جزو ذات کار رسانه‌ها تلقی و با اکراه پذیرفته شده و برای مواجهه با آن برنامه‌ریزی می‌شود [۱۹].

- بیشترین قالب استفاده‌شده مربوط به مصاحبه‌های روزنامه‌ها و کمترین آن مربوط به اینفوگرافی است. همچنین در این دامنه زمانی هیچ بیانیه یا اطلاعیه‌ای در این رسانه‌ها منتشر نشد. این موضوع ممکن است ناشی از کم‌توجهی متولیان مدیریت بحران به موضوع اطلاع‌رسانی در رسانه‌ها یا نبود دستورالعمل ویژه‌ای برای مردم در مواقع اضطراری به منظور مواجهه با بحران در سازمان‌های مذکور باشد. نکته دیگر اینکه با توجه به زمان و حوصله محدود مخاطب معاصر برای مطالعه و نیز استقبال آنها از

- اطلاعات کوتاه همراه گرافیک و تصویر، استفاده از شیوه‌های نوین روزنامه نگاری مثل اینفوگرافی در مطبوعات کشور حضور کمرنگی دارد که نیازمند توجه و اقدام لازم است.
- بیشترین موضوعات برجسته‌شده در این مطبوعات در دوره زمانی سه روز نخست پس از وقوع زلزله، به ترتیب شامل "مدیریت بحران"، "رفتار مردم" و "اطلاع‌رسانی" بود و "تلفات و مصدومیت‌ها" با ۱ درصد کمترین موضوعی بود که به آن پرداخته شد. البته این امر با توجه به نبود تلفات و مصدومیت در زلزله مذکور طبیعی به نظر می‌رسد. همچنین با توجه به تمرکز رسانه‌ها بر موضوع مدیریت بحران، پیشنهاد می‌شود نهادهای متولی مدیریت بحران کشور ضمن تقویت و ارتقای عملکرد خود به موضوع ارتباط هدفمند و ممتد با رسانه‌ها توجه داشته باشند.
 - در زمینه زلزله ۲۹ آذر، یکی از موضوعاتی که رسانه‌ها به آن توجه جدی نشان دادند، موضوع ضعف اطلاع‌رسانی در مواجهه با بحران هاست. همچنین توجه ۵ درصدی مطبوعات به مباحث فضای مجازی و نقش‌های مثبت و منفی آن در مواجهه با بحران‌ها بیانگر آن است که این موضوع با توجه به ضریب نفوذ زیاد و گستردگی استفاده همگانی و نیز پتانسیل بروز شایعات و مخاطرات ناشی از آنها نیازمند توجه بیشتری است. در مورد تلفات فقط یک مصاحبه در صفحه حوادث روزنامه ایران با خانواده دختر ده‌ساله‌ای که از ترس زلزله جان خود را از دست داده بود، منتشر شد. به نظر می‌رسد که موضوع ترس از زلزله و اضطراب‌ها و آسیب‌های روانی ناشی از این ترس و التهاب اجتماعی ناشی از زلزله علی‌رغم اهمیت و ضرورت فراوان، موضوعی مغفول در مطبوعات کشور است. همچنین در خصوص ایجاد آرامش روانی و آرامش‌بخشی هیچ مطلبی در این روزنامه‌ها در دوره زمانی بررسی شده وجود نداشت. این موضوع نشان‌دهنده آن است که راهبرد مطبوعات در این زمینه نیز منفعلانه بوده است. این در حالی است که اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری و مسئولیت اجتماعی مطبوعات ایجاب می‌کند بیش از پیش به این مقوله بپردازند. پرداخت دو درصدی مطبوعات به موضوع رفتار مسئولان در بحران، بیانگر آن است که راهبرد روزنامه‌های پرشمارگان در این زمینه منفعلانه است. همچنین در هیچ یک از این مطبوعات، در سه روز ابتدایی، اشاره‌ای به مباحث بیمه حوادث و تقویت فرهنگ ایمنی از طریق سیستم‌های منطقی و تعریف‌شده جبران خسارات نشد.
 - این مطالعه نشان می‌دهد که نزدیک به نیمی از محتوای منتشرشده در مطبوعات در سه روز اول پس از وقوع زلزله، اطلاع‌رسان بوده و مطالب نیز محتوایی انتقادی داشتند. همچنین تنها ۳ درصد، محتوای آرامش‌بخش بوده است. بنابراین به نظر می‌رسد که

مطبوعات نیازمند تقویت بُعد آموزشی به‌موازات بعد اطلاع‌رسان خود هستند. همچنین پرداختن به مطالب علمی، مدیریت شایعات و آرامش‌بخش به منظور ارتقای آموزش و فرهنگ صحیح ایمنی در برابر زلزله، ایجاد جو روانی مناسب و آرام از جمله اقداماتی است که در مطبوعات باید تقویت شود. محتوای انتقادی ۲۱ درصدی مطبوعات به مجموعه مدیریت بحران کشور و نهادهای مرتبط با آن، بیانگر آن است که متأسفانه مطبوعات به وظایف خود در مراحل مختلف بحران اشراف کامل ندارند؛ چراکه در مرحله بحران و در روزهایی که جامعه شرایط ملتهب و توأم با اضطراب را طی می‌کند، وظیفه رسانه‌ها، اضطراب زدایی از جامعه و آرامش‌زایی است. ضعف مدیریت بحران و رفتار نامناسب مردم در مواجهه با زلزله از موضوعات اساسی و حیاتی برای مواجهه صحیح با زلزله و مدیریت صحیح بحران زلزله هستند، اما برجسته‌سازی این موضوعات در دامنه زمانی مزبور که به‌نوعی مرحله حین وقوع قلمداد می‌شود، از سوی رسانه‌ها تنش‌زا و بحران‌افزا تلقی می‌شود؛ چراکه در این مرحله، وظیفه ذاتی و حرفه‌ای رسانه‌ها، بحران‌زدایی، امیدزایی و تزریق آرامش به جامعه بحران‌زده است. انتشار مطالب انتقادی می‌تواند سبب بی‌اعتمادی عمومی، افزایش اضطراب و تشویش اجتماعی شود و مسئولان و متولیان مدیریت بحران را دستپاچه و دلسرد کند که در نهایت دامنه بحران افزایش خواهد یافت.

- براساس این تحقیق، مطبوعات درصد زیادی از مطالب خود را به‌طور اختصاصی توسط خبرنگاران و روزنامه‌نگاران خود تهیه می‌کنند که قاعدتاً برای رسانه، مزیت تلقی می‌شود.
- بیشترین قالب استفاده‌شده در مطبوعات "خبری و توصیفی" و کمترین قالب مطالب "آماري- تحلیلی" بود. به نظر می‌رسد با توجه به لزوم افزایش آگاهی عمومی در مورد زلزله و مسائل پیرامون آن، جامعه نیازمند مطالب آماری و تحلیلی بیشتری از طرف رسانه‌هاست. جهت‌گیری به موضوعات مورد بحث و برجسته شده در مطبوعات در دامنه زمانی یادشده، اغلب منفی بوده است. به نظر می‌رسد مطبوعات کشور در کنار اتخاذ رویکرد آگاهی‌بخش، باید رویکرد پیشگیرانه را نیز تقویت کنند.
- بیشترین خبرسازان مربوط به مراکز دانشگاهی و تحقیقاتی بوده است. گستره سیاسی جامعه شامل وزیران، رؤسای سه قوه، نمایندگان مجلس، احزاب سیاسی و استنادار در رده دوم خبرسازان و مردم سومین گروه بودند. این موضوع بیانگر آن است که مراکز دانشگاهی نیازمند تقویت ارتباط با رسانه‌ها با برنامه ریزی هدفمند و همکاری سازمانی با آنها هستند؛ چراکه بیشتر مطالب منتشرشده در این مطبوعات، حاصل تلاش و

همکاری شخصی دانشگاهیان با رسانه‌ها بوده و تعامل سازمانی و نظام مند صورت نگرفته است.

- در حدود ۸۰ درصد حجم مطالب منتشرشده فاقد تعارض بودند که نشان‌دهنده دقت و صحت زیاد مطالب منتشرشده است. ۶۰/۶ درصد مطالب، دارای عکس بودند و بیشترین تصاویر نشان‌دهنده رفتار مردم در مواجهه با زلزله بود که شب را در خیابان‌ها و در حاشیه بزرگراه‌ها یا صف‌های طویل پمپ بنزین و راه‌بندان‌های نیمه‌شب ۲۹ آذر به‌سر بردند. از جنبه بار معنایی، بیشتر عکس‌ها بار معنایی توصیفی و اطلاع‌رسان داشتند.
- بین روزنامه‌های بررسی شده و قالب مطالب منتشرشده در آنها تفاوت معناداری وجود دارد. بدین معنا که روزنامه همشهری بیشترین مطالب را در قالب "خبر" و کمترین را در قالب "کاریکاتور" کار کرد. در روزنامه ایران نیز، بیشترین قالب "مصاحبه" و کمترین قالب "خبر" بود. روزنامه شرق بیشترین مطالب خود را در قالب "مقاله" و کمترین مطالب را در قالب‌های: "خبر، مصاحبه و کاریکاتور" به‌کار برد. روزنامه کیهان بیشتر از قالب "خبر" استفاده کرد و کمترین قالب‌هایش "گزارش و مقاله" بود. روزنامه جوان بیشترین مطالبش را در قالب‌های: "خبر"، "گزارش" و "مقاله" به‌کار برد و کمترین فراوانی مربوط به "کاریکاتور" بود. در روزنامه شهروند بیشترین قالب "مصاحبه" و پس از آن "گزارش" بود و کمترین فراوانی به قالب‌های "خبر"، "اینفوگرافی" و "کاریکاتور" تعلق داشت. شایان ذکر است که در بین این روزنامه‌ها فقط روزنامه شهروند در یک مورد از "اینفوگرافی" استفاده کرد و بقیه روزنامه‌ها از این قالب استفاده نکردند.
- بین روزنامه‌ها و موضوع برجسته‌شده در آنها رابطه معنادار وجود دارد؛ بدین معنا که در روزنامه همشهری بیشترین موضوع برجسته‌شده در مطالب، "مدیریت بحران و اطلاع‌رسانی" و کمترین موضوع، "رفتار مسئولان و تلفات زلزله" بوده است. در این زمینه روزنامه ایران بیشترین موضوع برجسته‌شده در زلزله تهران را بر موضوع "رفتار مردم" متمرکز کرد و کمترین فراوانی مربوط به موضوعات "تخریب"، "تلفات" و "اطلاع‌رسانی" بود. در همین زمینه، روزنامه شرق بیشترین تمرکزش بر موضوع "اطلاع‌رسانی" بود و کمترین فراوانی آن، به موضوع "رفتار مردم و مسئولان" و نیز "مدیریت بحران" تعلق داشت. روزنامه‌های کیهان و جوان بر هیچ موضوع خاصی متمرکز نشدند و در مورد "رفتار مردم و مسئولان"، "وضعیت سازه‌ها" و نیز "مدیریت بحران" به میزان یکسان به انتشار مطلب پرداختند. روزنامه شهروند بیشترین تمرکزش

- مربوط به موضوع "مدیریت بحران" بود و کمترین برجسته‌سازی را بر موضوعات "رفتار مردم"، "وضعیت سازه‌ها" و "اطلاع‌رسانی" اعمال کرد.
- بین روزنامه‌ها و محتوای مطالب منتشرشده در روزنامه‌ها رابطه‌ معنادار وجود ندارد. به‌عبارت دیگر بین روزنامه‌های مختلف از نظر محتوای مطالب منتشرشده تفاوتی وجود ندارد و روزنامه‌های مورد بررسی بیشترین محتوای مطالبشان را به "اطلاع‌رسانی" اختصاص داده‌اند.
 - بین منابع خبری به‌کاررفته و روزنامه‌های مورد بررسی تفاوت معنادار وجود دارد. به این معنا که روزنامه‌های همشهری، ایران، شرق، جوان و شهروند بیشترین منبع خبری‌شان، خبرنگاران اختصاصی روزنامه بود و مطالب تولیدی منتشر کردند؛ اما اصلی‌ترین منبع خبری روزنامه کیهان، خبرگزاری‌های داخلی بود و مطلب تولیدی در خصوص زلزله ماهدشت در این روزنامه در حداقل بود.
 - تفاوت معناداری بین دو متغیر روزنامه و خبرسازان وجود دارد. بدین معنا که در خصوص خبرسازان روزنامه همشهری در تهیه و انتشار مطالب، بیشتر به منابع خبرساز شهرداری رجوع کرد که مرجع قرار دادن شهرداری در روزنامه همشهری، با توجه به اینکه این روزنامه زیرمجموعه شهرداری است و مأموریت و مسئولیت شهری دارد، منطقی به نظر می‌رسد. در روزنامه ایران بیشترین خبرسازان، نمایندگان مجلس، وزرا، معاونان رئیس جمهوری و مدیران داخلی کشور بودند که با توجه به اینکه روزنامه ایران، ارگان رسانه‌ای رسمی دولت است، این روند منطقی به نظر می‌رسد. شایان ذکر است که روزنامه ایران، تنها روزنامه‌ای بود که در مورد نقش فضای مجازی در زلزله ماهدشت مطلب منتشر کرد. در روزنامه شرق بیشترین فراوانی در مورد خبرسازان متعلق به پژوهشگاه بین‌المللی زلزله‌شناسی بود (با توجه به اینکه بیشترین حجم مطالب منتشرشده در روزنامه شرق مقاله بوده است، این مورد منطقی به نظر می‌رسد. در روزنامه کیهان بیشترین خبرسازان متعلق به رؤسای سه قوه و دانشگاهیان و وزرا و معاونان رئیس جمهور بود. در روزنامه جوان بیشترین فراوانی خبرسازان به ترتیب متعلق به "وزرا، معاونان رئیس جمهور و مسئولان و مدیران داخلی"، "رسانه‌ها" و "مردم" بود. در روزنامه شهروند بیشترین فراوانی خبرسازان به ترتیب متعلق به: "وزرا، معاونان رئیس جمهور و مسئولان و مدیران داخلی (عمدتاً مدیران جمعیت هلال احمر)"، دانشگاهیان، سازمان مدیریت بحران کشور و مردم بود. شایان ذکر است که شهروند تنها روزنامه ایست که در مورد NGOها مطلب منتشر کرد.

- بین دو متغیر رویکرد مطلب و روزنامه های مورد بررسی تفاوت معنادار وجود ندارد و همه این روزنامه ها رویکردشان به موضوع زلزله ماهدشت رویدادمدار بوده است. این بدان مفهوم است که این روزنامه ها درباره سابقه و آینده احتمالی رویداد هیچ مطلبی منعکس نکردند و فقط به توصیف پدیده موجود پرداخته اند.
 - بین بار معنایی عکس های به کاررفته در روزنامه های مورد بررسی تفاوت معناداری وجود دارد. بار معنایی عکس ها در روزنامه همشهری خنثی، در روزنامه ایران خنثی و توصیفی (به یک اندازه)، در روزنامه های شرق و کیهان و شهروند، توصیفی و در روزنامه شهروند مصیبت بار و توصیفی (به یک اندازه) بود.
- بر این اساس می توان به این جمع بندی رسید:
- عملکرد رسانه های مورد بررسی از نظر سرعت اطلاع رسانی با تأخیر و کندی همراه بود؛ بنابراین اصل سرعت انتشار دچار نقصان بوده و از رویکرد قانون طبیعی پیروی کرده است. بنابراین جا دارد رسانه های کشور برای افزایش سرعت اطلاع رسانی وقایع در شرایط اضطرار و بحرانی، اقدام جدی و علمی انجام دهند. در این زمینه، پیشنهاد می شود با افتتاح رشته هایی چون خبرنگاری و روزنامه نگاری بحران، مهارت فعالان این رشته به صورت علمی و تخصصی ارتقا یابد.
 - استفاده از رسانه های مبتنی بر وب، بستر فضای مجازی و شبکه های اجتماعی برای اطلاع رسانی توسط نهادهای متولی مدیریت بحران و نیز بهره گیری از شیوه های نوین روزنامه نگاری مثل اینفوگرافی در مطبوعات کشور حضور کمرنگی دارد؛ این نکته نیازمند توجه، بازنگری و اقدام لازم است.
 - راهبرد رسانه های بررسی شده در خصوص آرامش زایی دچار نقصان بود و رسانه ها به وظایف خود در مراحل مختلف بحران اشراف کامل ندارند. بنابراین پیشنهاد می شود دانش و مهارت های روزنامه نگاری بحران برای فعالان این عرصه به صورت مستمر آموزش داده شود.
 - رویکرد بیشتر روزنامه ها رویدادمدار بود و به فرایند واقعه و چرایی و چگونگی آن و به عبارتی به مقالات تحلیلی کمتر پرداخته شد. در این زمینه نیز پیشنهاد می شود نگرش علت نگری در روزنامه نگاری بحران تقویت شود.

منابع

- [۱]. اسمیت، کیت (۱۳۹۲). *مخاطرات محیطی*، ترجمه ابراهیم مقیمی و شاپور گودرزی‌نژاد، تهران: سمت.
- [۲]. پارسی‌زاده، فرخ (۱۳۹۰). «بررسی روش‌های اطلاع‌رسانی در فرایند پاسخ به زلزله‌ها؛ موردشناسی زلزله ۵ دی ۱۳۸۲ بم»، پژوهشگاه بین‌المللی زلزله‌شناسی و مهندسی زلزله.
- [۳]. حبیبی، کیومرث؛ سرکارگر اردکانی، علی؛ یوسفی، زاهد؛ و صفدرنژاد، مجتبی (۱۳۹۲). «پیاپیاده‌سازی الگوریتم‌های سلسله‌مراتبی/ فازی جهت تعیین آسیب‌پذیری چندعامله هسته مرکزی شهرها (منطقه ۱۲ تهران)»، *دوفصلنامه علمی و پژوهشی مدیریت بحران*، دوره ۱، ش ۲، ص ۶۷-۷۶.
- [۴]. خانیکی، هادی (۱۳۸۷). «ارتباطات مخاطره، ارتباطات بحران: زمینه‌ها، مفاهیم و نظریه‌ها»، *فصلنامه علمی ترویجی رسانه*، دوره ۱۹، ش ۷۴، ص ۱۰۶-۸۱.
- [۵]. سازمان بهداشت جهانی (WHO) (۱۹۹۲).
- [۶]. مقیمی، ابراهیم (۱۳۹۳). *دانش مخاطرات (برای زندگی با کیفیت بهتر و محیط پایدارتر)*، تهران: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.
- [۷]. نامداری، منا (۱۳۹۴). بررسی و ارزیابی نقش رادیو در مدیریت سانحه و بحران در مخاطرات طبیعی با تأکید بر زلزله، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران.
- [۸]. نصراللهی، اکبر (۱۳۸۹). مدیریت پوشش خبری بحران، مرکز مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- [۹]. نصراللهی، اکبر (۱۳۹۳). *راهنمای پوشش خبری در رسانه‌ها*، انتشارات خبرگزاری فارس.
- [10]. Hjorth, Larissa; & Kim, Kyoung-Hwa Yonnie (2011). "Good grief: the role of social mobile media in the 3.11 earthquake disaster in Japan", *Digital Creativity*, 22:3, pp: 187-199, DOI: 10.1080/14626268.2011.604640
- [11]. Yates, Dave.; & Paquette Scott. (2011). "Emergency knowledge management and social media technologies: A case study of the 2010 Haitian earthquake", *International Journal of Information Management*, 31, 1, pp. 6-13.