قاب کوچک
ویژه‌نامه رادیو و تلویزیون روزنامه جام جم
شنبه ۱۷ فروردین ۹۸ ■ شماره ۶۶۲

این را بسیار گفته اند که رادیو رسانه بحران است و گویا هیچ کسی این گفته را جدی نگرفته است



خبرگزاری مهر - عکاس: محمد مهینی

نقش تلویزیون و رسانه در روزهای سیل

هوشیاری در وقت بحران

واکنش به بحران‌ها و اتفاقات یکی از اصلی‌ترین وظایف رسانه‌ها و خبرنگاران است. تلویزیون نقش ویژه‌ای در فراهم کردن اطلاعات و آگاه سازی مردم در موقعیت‌های بحرانی دارد. تلویزیون می‌تواند مردم را به آرامش دعوت کند و آنها را آرام کند. در عین حال می‌تواند آنها را به انجام اقدامات مثبت نیز تشویق کند.

یکی از حقوق شهروندان این است که در جریان وقایعی که در منطقه محل سکونت یا شهر و کشورشان اتفاق می‌افتد قرار بگیرند. این امر اطلاع‌رسانی بر عهده تلویزیون و دیگر رسانه‌های جمعی است. اگر اطلاع‌رسانی به شهروندان در مواقع بحران به خوبی انجام شود می‌تواند به حفظ جان، سلامت و اموال آنها و حتی محیط زیست کمک کند. گزارش زنده میدانی کاری فراتر از برطرف کردن کنجکاوی مردم است. در بسیاری از موقعیت‌های وحشتناک، اولین منبع اطلاعاتی قابل اطمینان برای کسب اخبار همان گزارش‌های زنده است. در این زمان است که تلویزیون می‌تواند نگرانی‌ها و کمک‌های مردم را سازماندهی کند. تلویزیون با پوشش کامل اخبار وقایع می‌تواند واقعیت‌ها را به افراد عرضه کند و غافلان بحران‌ها و فجایع را به خودشان بیاورد و با دیگران متحد کند.

اگر تلویزیون و رسانه رویکرد مثبتی در این زمینه نداشته باشند حتی بهترین اقدامات سیاستگذاران و مدیران نیز برای کنترل شرایط و مدیریت بحران مؤثر نخواهند بود. رسانه‌ها برای انجام این وظیفه خطیر خود باید از گسترش گزارش‌های جعلی جلوگیری کنند. رسانه موظف است اطلاعات و آگاهی لازم را درباره بحران پیش رو در اختیار مردم قرار دهد، نیازهای واقعی قربانیان فاجعه مورد نظر را اعلام کند، در جمع آوری کمک‌های مردمی و سازماندهی آنها به مقامات دولتی و محلی کمک کند و در اجرای قانون در نواحی مصیبت زده به منظور جلوگیری از غارت و چپاول اموال عمومی و اموال مردم همکاری کند.

قبل از وقوع بحران

پیش از وقوع بحران، مسؤولین مدیریت بحران پیام اعلان خطر و برنامه عملکردشان را در اختیار مردم قرار می‌دهند. مسؤولین با به روزرسانی اطلاعات‌شان درباره بحران نشست‌های خبری برگزار می‌کنند.

شبکه‌های تلویزیونی، بر اساس ضرورت شرایط پیش آمده، اطلاعات را به صورت هر نیم ساعت، هر یک ساعت یا روزانه در اختیار مردم قرار می‌دهند. این برنامه‌ها برای پشتیبانی از برنامه‌های مدیریت بحران هستند.

به نظر می‌رسد تلویزیون هم مانند ستاد مدیریت بحران قبل از سیل‌های اولیه در آق قلا غافلگیر شد

در زمان بحران

پوشش تلویزیونی بحران‌ها بسیار حیاتی است. مردم باید در جریان اتفاقات باشند تا امنیت‌شان تأمین شود. اگر مردم اخطاری را درباره بحران دریافت نکرده باشند پوشش بحران مهم‌تر می‌شود. در حادثه ۱۱ سپتامبر پوشش ۲۴ساعته‌ای از حادثه انجام شد تا اگر مردم یکی از نزدیکان‌شان در آن حادثه بودند، بدانند چه کاری انجام دهند. برنامه‌های خبری به ارائه اخبار جدید و به روز رسانی‌ها در زمینه جست و جو و امداد اقدام می‌کنند و اقدامات دولت را در ارتباط با بحران پیش آمده زیر نظر می‌گیرند.

با شروع سیل در استان‌های مختلف گزارش‌های میدانی و اطلاع رسانی‌های دقیق از مناطق سیل زده افزایش یافت

پس از بحران

پوشش خبری پس از بحران برای مطلع نگه داشتن مردم در مورد خطرهای بالقوه و کسب و کارهای از بین رفته یک ضرورت به شمار می‌آید. مدارس و ادارات در منطقه بحران‌زده بلافاصله پس از وقوع یک بحران تعطیل می‌شوند. به همین دلیل، شبکه‌های محلی می‌توانند مردم را راهنمایی کنند که برای رفع نیازهای‌شان به کدام مکان مراجعه کنند. همچنین مناطق آسیب دیده و خطرناک را به مردم اعلام می‌کنند. برنامه‌های پوشش رسانه‌ای از مناطق آسیب دیده تا زمان برطرف شدن خطر ادامه خواهند داشت.

پس از پایان سیل در گلستان و لرستان برنامه‌های تلویزیونی کماکان در حال اطلاع رسانی دقیق و پوشش حادثه و پیامدهای آن هستند

فراموشکاران رادیو

روح‌ا... رجایی
روزنامه‌نگار

سرگرمی سال‌های کودکی من شکافتن قوه‌های پارس بود که اول فلز دورش را جدا می‌کردم و گاهی دستم را می‌بریدم. هیچ وقت از کالبدشکافی قوه‌های پارس به راز جان بخشی آنها به رادیوی بزرگ سونی بابابزرگ نرسیدم. بعد هم که برق به روستا رسید و یکی از جوان‌های شهر رفته، یاد گرفته بود چگونه رادیوها را برقی کند، باز هم بساط باتری‌ها از زندگی پیرمرد جمع نشد. با این استدلال که «اگر برق برود چی؟» جوان برقکار را مجاب کرده بود که کاری کند برایش یك رادیوی دوزیست درست کند؛ برق و باتری با هم. رادیو رسانه بابابزرگ بود، من ولی با تلویزیون بزرگ شدم و حالا پسرم تبلتش را به تلویزیون ترجیح می‌دهد. رادیو در روزگار ما در زندگی یك رسانه پیر و فراموش‌شده است، رادیو دیگر رسانه زمانه ما نیست. نمی‌خواهم آنچه در کلاس‌های ارتباطات می‌گویند که رادیو رسانه گرم است و تخیل انسان را به‌کار می‌گیرد، تکرار کنم. به جایش فکر می‌کنم دعوت به این چالش که برای یك لحظه خودمان را جای مردمی بگذاریم که در شب‌های سخت سیل امسال در «معمولان» و «درود» اسیر سیل شده بودند و برای یکی دو روز نه برق داشتند، نه تلویزیون و نه هیچی. خودمان را جای آدم‌هایی بگذاریم که از زمین و زمان بی خبر مانده اند و نمی‌دانند چه باید بکنند، نمی‌دانند کی برایشان غذا می‌فرستد و کی از این گرفتاری خلاص می‌شوند. در آن لحظه تنها وسیله‌ای که می‌توانست کمك آسیب دیدگان باشد، همان رادیوی دوزیست بابابزرگ‌هاست با چند قوه اضافه.

این را بسیار گفته اند که رادیو رسانه بحران است و گویا هیچ کسی این گفته را جدی نگرفته است. نخستین کسی که رادیو را جدی نگرفته به نظرم خود رادیوی ایران است. مشتری‌های ثابت تاکسی‌های خطی و مشتری‌های گذری صبح جمعه با شما و رادیو جوان را که منها کنیم، رادیو در سال‌های اخیر و در حوزه برنامه‌سازی و معرفی خود به‌عنوان رسانه بحران ظاهرا کار درخوری نکرده است. در دستگاه‌های امدادرسان و مسؤول در حوزه بحران هم می‌توان گفت رادیو اولویت آخر متصدیان ارتباط با رسانه است. مدیران روابط عمومی بابت توجیه کردن روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها و... انرژی می‌گذارند و گاهی هزینه هم می‌کنند، اما حواس‌شان نیست برنامه‌سازی در رادیو نیاز به دکور، طراحی و پیش تولیدهای سنگین تلویزیونی ندارد.

و در آخر هم خودمان هستیم که فرض گرفته ایم هیچ سیلی به خانه ما نمی‌آید، هیچ زلزله‌ای بیرون کرمانشاه اتفاق نمی‌افتد و هر خبری باشد می‌توانیم از تلگرام و شبکه‌های اجتماعی بگیریم و اصلا رادیو چی هست؟ ما مردم هم به همان راه رفته‌ایم و گمان می‌کنیم دیتای تلفن همراه‌مان را روشن کنیم. به گرفتار شدن در سیل و زلزله و آنتن ندادن تلفن همراه فکر نکرده‌ایم و در خانه یکی از آن رادیوهای کوچك نداریم، چه رسد به چند قوه پارس زرد رنگ.

همه ما - مسؤولان رادیو، مدیران روابط عمومی و خیلی از ما مردم - فراموشکاران رادیو هستیم و تاوان این نسیان سبك و ساده نخواهد بود.