

اطلاع‌رسانی در باره فاجعه بندر شهیدر جایی بندر عباس که منجر به مرگ و مصدومیت

شماری از هموطنان و بر جای ماندن هزاران همت خسارت مالی شد، به سیاق اتفاق‌های مشابه

با آسیب‌های بسیاری مواجه بود. فقدان سخنگوی واحد، انتشار شایعات، اظهارنظر

افراد غیرمسئول، انتشار تصاویر دلخراش و فرصت‌طلبی رسانه‌های معاند در دنبال کردن

اهداف خود از جمله آسیب‌هایی است که آن را در گفت‌وگو با دکتر داود فریدپور

دکترای علوم از تباطات دانشگاه علامه طباطبائی، عضو هیئت علمی دانشگاه حوزه رسانه

و پژوهشگاه مطالعات راهبردی باز کاوی کرده‌ایم.

روشن است در چنین شرایطی ابهام‌های بسیاری مطرح است. نفس چنین حوادثی این ابهام‌ها را ایجاد می‌کند. این موضوع چگونه باید مدیریت شود تا به اقناع مخاطب هم کمک کند؟

در شرایط بحرانی، اطلاعات کامل نیست. هنوز همه ابعاد مشخص نیست و عدم قطعیت وجود دارد. رسانه باید اذعان به ابهامات و عدم قطعیت‌ها در مراحل اولیه بحران را در نوع نگارش و نوع گفتار لحاظ کند. اینکه اطلاعات فعلاً دقیق و کامل نیست و به محض اینکه رسانه به اطلاعات کامل‌تری دسترسی پیدا کند آن را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. نکته بعدی که در بحث مدیریت بحران و رسانه می‌شود به آن اشاره کرد، بحث مدیریت روایت است، یعنی تمرکز بر روایت رسمی و موق. باید در نظر داشته باشیم روایت با اطلاع‌رسانی فرق می‌کند. این موضوع با فرانت خبر و اینکه چه کسی زودتر خبر را اطلاع‌رسانی می‌کند، تفاوت دارد. روایت، یعنی داستانی که بر این واقعه و بر این حادثه سوار می‌شود. اگر این داستان را از اول تا آخر بدانیم که چه سیری را باید تکامل بدهیم، می‌تواند در ذهن‌ها تأثیر‌گذار باشد. بنابراین تمرکز بر روایت رسمی و موق، می‌تواند هم مورد تأیید مسئولان و نهادها و هم محور اصلی اطلاع‌رسانی باشد، از همین رو تکلیف همه رسانه‌ها مشخص است.

خداشه در روایت از خط داستانی مورد نظر چه آسیبی می‌تواند به همراه داشته باشد؟

همانگونه که اشاره شده روایت از حوادثی که در کشور ما اتفاق می‌افتد، یک تفاوت اساسی با جاهای دیگر دارد و اینکه رسانه‌هایی داریم که هم‌زمان ما هستند، اما روایتی که ارائه می‌دهند روایت متناسب در اهداف دشمن است. از همین رو باید حواس‌مان باشد خط داستانی که برای روایت داریم درست می‌کنیم، باید بر روایتی که دشمن می‌دهد غالب باشد. مثلاً اگر خط سیر حادثه بندرعباس را به سمت توطئه یا خرابکاری می‌برند، باید با تمام اطلاعاتی که به‌دست می‌آوریم نوع خبررسانی آن رسانه را زیر سؤال ببریم. در مرحله روایت‌سازی، پای تحلیل‌های کارشناسی و مستندسازی به وجود می‌آید. مثلاً در این حادثه، وقتی دشمن تلاش می‌کند روایتی دروغین و یک خرابکاری یا بحث سوءت‌های موسبک را مطرح کند، رساندد باید از موضوع مستندسازی ارائه دهد که مثلاً این بخش مخصوص بارگیری شیلات است و اساساً با بارگیری بخش تجهیزات نظامی هیچ تناسبی ندارد. همه کشورها هم اینطور است و نوع حمل‌ونقل آن اصلاً حمل‌ونقل عمومی نیست. بنابراین صدکردن فعالیت‌ها در فضاهای رسانه‌ای که خیلی در اختیار ما نیستند و گاها از سوی افراد ناآگاه هم دست به دست می‌شوند با این هدف که از انتشار شایعات و اطلاعات نادرست باخبر باشیم، می‌تواند در شکست روایت دشمن و پیروز کردن روایت خودمان در شرایط بحرانی حائز اهمیت باشد.

شما به انتشار اخبار به دست افراد ناآگاه اشاره دارید که خداشه به جامعه وارد می‌کنید. در خصوص آسیب‌های این فرآیند رسانه‌ای هم توضیح دهید؟

باید به ملاحظات اخلاقی و انسانی توجه داشته باشیم. قرار نیست همه جزئیات درناک یک حادثه به تصویر کشیده شود. حفظ حریم خصوصی قربانیان و خانواده‌های آنها باید رعایت شود. ما بایدن تصویر یک یان باخته یک جور احساس درد داریم، اما وقتی خانواده‌ای سر جسد می‌رسد فرزندش را می‌بیند که اینها خیلی با هم تفاوت دارند که قرار نیست به تصویر کشیده شود. متأسفانه ما در این حادثه هم موارد اینچنینی داشتیم که حریم خصوصی قربانیان و خانواده‌های آنها در این موارد اصلاً رعایت نشد که باید به این مسئله توجه شود، چگونه این موضوع یا میزان خسارت‌ها باید به تصویر کشیده شود. نکته دیگر اینکه بعضی وقت‌ها اخبار و تصاویر منتشر شده، تحریک احساسات مخاطبین و ایجاد اضطراب و وحشت ایجاد می‌کند. بنابراین در ملاحظات انسانی و اخلاقی وظیفه داریم از تحریک احساسات و ایجاد اضطراب اجتناب کنیم. بنابراین لحن و قلم اطلاع‌رسانی و نحوه گفتن این مسائل حائز اهمیت است که بطور بتوانیم از اضطراب بیشتر به جامعه جلوگیری کنیم. ما باید بر همبستگی‌ها، همدلی‌های اجتماعی، مثل اهدای خون که اتفاق افتاد و تلاشی که امدادگران دارند تأکید کنیم.

رعایت نکردن موضوعات انسانی و اخلاقی در این حوادث یکی از نگرانی‌های مطرح شده در جامعه است. موضوع دیگر اینکه بر خلاف عمده کشورها که با وقوع یک انفجار مردم فرار می‌کنند در کشور ما مردم به سمت فاجعه حرکت می‌کنند که به آسیب بیشتر منجر می‌شود؛ این آسیب را چگونه باید رفع کرد؟

دو مسئله بسیار مهم را اشاره فرمودید که خیلی درناک است. منتها این مسئله دو اتفاق دارد اول اینکه مسئله چند بعدی است، یعنی فقط صرفاً نمی‌توانیم با یک سری ملاحظات که رعایت می‌کنیم، بگوییم این اتفاق رقم می‌خورد. یعنی یک بحث، بحث کلان است. بخشی از آن به موضوع پیش از حادثه مربوط است که به بحث فرهنگسازی در



گفت‌وگوی «جوان» با دکتر داود فریدپور

عضو هیئت علمی دانشگاه و پژوهشگاه مطالعات راهبردی

فقدان سخنگوی واحد در شرایط بحران شایعه را قوت می‌بخشد

موفقیت رسانه‌ای شرایط بحران

بدون عمل به دستورالعمل خاص

ممکن نیست

■ حسین فصیحی

حادثه انفجار در بندر شهیدر جایی بندر عباس به از دست رفتن جان شماری از هموطنان، مجروح شدن شمار بیشتر و بر جای ماندن خسارت‌های کلان مالی منجر شد. هم‌زمان با وقوع حادثه که دربرگیری زبادی را شامل شد به سیاق اتفاق‌های ناگوار مشابه، اطلاع‌رسانی در باره حادثه اهمیت بسیاری پیدا کرد. در حال حاضر چند روز از حادثه گذشته است، با این حال هنوز شاهد مطرح‌شدن روایت‌های متفاوت در ست از نحوه اطلاع‌رسانی این دسته‌از حوادث داشته باشیم، باید چه موضوعاتی از سوی رسانه مورد توجه قرار گیرد؟

وقوع چنین حوادثی واقعاً جای تأسف و تأثر دارد. زمانی که چنین حوادثی اتفاق می‌افتد، وظیفه مهمی متوجه رسانه است، چرا که ایجاد حادثه‌ایبعادی گسترده است. از همین رو پرداختن به اصول «حوادث بحران» دارای یک دستورالعمل‌های خاصی است. رسانه‌ها قبل از ایجاد بحران، باید برای این قضیه هم آموزش دیده باشند و هم برای صحنه مدیریت خبر در بحران دستورالعمل داشته باشند. برخی از این دستورالعمل‌ها مبتنی بر آموزش‌های حوزه رسانه، علم اطلاع‌رسانی و خبر است و برخی هم مبتنی بر تجربیاتی است که از حوادث قبل کسب شده است، یعنی یک حادثه اتفاق می‌افتد و آن حادثه دارای یک سری تجربیاتی است که منجر به این می‌شود دستورالعمل‌های مدیریت بحران خبر را به روزرسانی کنیم و اشتباهاتی که در گذشته رقم خورده است در خبر بعدی اتفاق نیفتد. در کشور ما این بحران از پیچیدگی بیشتری برخوردار است، چون ما علاوه بر اینکه با خود حادثه مواجه هستیم، با فضای رسانه‌ای معاند هم روبه‌رو هستیم که تلاش می‌کنند، برداشت خودشان را از چنین قضایی داشته باشند و این یعنی شما باید ملاحظات حوزه خبر و اطلاع‌رسانی را داشته باشید. ملاحظات‌ای که ممکن است در آن دشمن سیر خبری را به دست بگیرد و برداشت‌های خودش را داشته باشد، کما اینکه در این حادثه هم اتفاق افتاد. اولین نکته‌ای که وجود دارد، اینکه باید در ک‌رستی از شرایط محیطی داشته باشیم، یعنی ما در اطلاع‌رسانی از یک طرف با خود حادثه مواجه هستیم و از طرف دیگر اینکه بطور اطلاع‌رسانی انجام شود این ملاحظات مختلف را لحاظ بکنند.

این ملاحظات چگونه در نظر گرفته می‌شود؟

به نظر می‌رسد باید چند کار انجام دهیم. همانطور که اشاره شد، کار اول این است که رسانه براساس آموزش‌هایی که پیش از حادثه به خبرنگارانش داده آمادگی داشته باشد، یعنی باید خبرنگار ویژه بحران داشت که آمادگی لازم را داشته باشد. خبرنگاری که بداند در یک شرایط بحرانی به چه مواردی باید به صورت حرفه‌ای بپردازد و چه مواردی را نباید بزر گنمای یا کوچک‌نمای بکند؟ چطور در شرایط

اضطرابی و اضطراب مطالب را ارائه بدهد؟ دوم در حوزه دستورالعمل است که در موارد بحرانی چه کارهایی را باید انجام بدهیم؟ چگونه ایجاد هماهنگی بین سایر رسانه‌ها صورت بگیرد که رسانه‌های رسمی، روایت اول را در بحران‌ها برعهده بگیرند. پس ایجاد هماهنگی در آن دستورالعمل هم یک داستان مهمی است که باید به وجود بیاید. نکته بعدی که باید به آن توجه کنیم، بحث هماهنگی و همکاری رسانه با سازمان‌هاست. اعم از سازمان‌های رسانه‌ای و نهادهایی که مسئول هستند، یعنی ایجاد هماهنگی بین رسانه‌های مختلف که در شرایط بحرانی چطور اخبار را با هم هماهنگ کنند که اطلاعات‌شان اطلاعات یکپارچه و منسجم باشد، از حالت سردر گردمی خارج شوند و مخاطب را به یک سمت هدایت کنند. یک بحث هماهنگی هم بین خود نهادهای در گیر از جمله مدیریت بحران، استانداری، هلال‌احمر و از این جمله است. هر سازمانی با نگاه سازمانی خودش به ماجرا نگاه می‌کند که باید تکلیف مشخص شود که کدام سازمان باید خوراک رسانه‌ای را مشخص کند که این مهم هم نیازمند هماهنگی است.

راستی آزمایی اخبار در چنین شرایطی چگونه باید صورت گیرد؟

این موضوع مهمی است که ما به تحلیل درست خواهد رساند و جامعه و افکار عمومی را مدیریت خواهد کرد. در شرایط بحرانی، بحث سرعت و دقت است که باید توأمان در اطلاع‌رسانی داشته باشیم. در ساعت اولیه مخاطب فقط اطلاعات می‌خواهد، تحلیل نمی‌خواهد. ما در چنین شرایطی میزگردهای گفت‌وگو برای تحلیل واقعه نداریم. رساندد انواع و اقسام آن در ساعت اولیه باید بتواند مستمر و پیوسته اطلاعات موق بدهد. اطلاعات باید از منابع موق در یافت و اطلاع‌رسانی صورت گیرد. دلیل آن هم این است که اطلاع‌رسانی سریع از از شایعات، گمانه‌زنی‌ها و از دادن اطلاعات نادرست جلوگیری می‌کند. البته در این اطلاع‌رسانی باید حواس‌مان باشد سرعت نباید فدای دقت شود. قبل از انتشار هر خبری باید از صحت خبر مطلع شویم. نکته بعدی اینکه به روزرسانی مستمر و منظم اطلاعات و وظایفی است که باید اتفاق بیفتد، یعنی با پیشرفت بحران، باید به اطلاعات بیشتری دست پیدا کنیم. باید بتوانیم به صورت مستمر و منظم خط فکری مخاطب را اقعان و او را در جریان آخرین اطلاعات قرار دهیم. این کار باعث می‌شود مردم احساس کنند در جریان همه چیز هستند و نیازی به جست‌وجو در منابع دیگر ندارند. نکته بعدی بحث شفافیت و صداقت است که می‌تواند آسیب‌رسان نباشد، یعنی اگر در حادثه‌ای اثبات شود رسانه شفافیت و صداقت نداشته، نباید توقع داشت مخاطب در حادثه بعدی هم به آن رسانه رجوع کند. بنابراین ارائه اطلاعات صادقانه و بدون پنهان‌کاری، یکی از رمزهای به دست آوردن مخاطب است، چون مخاطب در این شرایط بیش از هر زمان دیگری به یک رسانه صادق نیاز دارد. ارائه اطلاعات شفاف و صادقانه حتی اگر تلخ و ناگوار باشد به شرط رعایت و ملاحظات می‌تواند اعتماد مخاطب را جلب و از ایجاد یک حس بی‌اعتمادی یا اینکه توطئه‌ای در جریان است جلوگیری کند.



علوم از تباطات هم هنر می‌خواهد هم ذوق و هم ذهن که چطور باید برای مدیریت اذهان برنامه‌ریزی کنیم. این کار حرفه‌ای تخصصی و باید به آن احترام بگذاریم و شرایطی فراهم کنیم که در جامعه باهوش‌ترین آدم‌ها در این حوزه ورود پیدا کنند که بتوانیم از علوم دیگر و فناوری‌های دیگر استفاده کنیم



پرداختن به اصول «حوادث بحران» دارای دستورالعمل‌های خاصی است. رسانه‌ها قیل از ایجاد بحران، باید برای این قضیه هم آموزش دیده باشند و هم برای صحنه مدیریت خبر در بحران دستورالعمل داشته باشند



جامعه و تشریح چنین حوادثی که امکان دارد رقم بخورد مربوط است که ما چگونه باید با آن برخورد کنیم. در این‌باره آموزش همگانی و فرهنگسازی باید اتفاق بیفتد که مردم بدانند این شیوه اطلاع‌رسانی آنها در چنین مواقعی چه آسیب‌هایی می‌تواند برای جامعه به وجود بیاورد. به طور کلی این آموزش‌ها باید از خانواده و مدرسه شروع شود. توضیح بیشتر اینکه حالا ما رسانه‌ای داریم که خودمان در این فضای جدید با تکنولوژی به رسانه تبدیل شده‌ایم در چنین حوادثی چطور باید فرهنگسازی بکنیم؟ این موضوع در مواجهه شهروندان با اتفاق‌هایی که در بستر جامعه رقم می‌خورد هم مصداق دارد. موضوع مهم دیگر بحث تعیین تکلیف در حوزه امنیتی است. شما وقتی می‌توانید چنین رفتارهایی را پیش‌بینی کنید باید بتوانید مدیریت صحنه انجام دهید. مثلاً در صحنه حادثه ممکن است یک اتفاقی رقم بخورد و آنجا هر کسی حتی امدادگران دسترسی به رسانه که همان گوشی تلفن همراه شان است، دارند که باید از طریق امنیتی در این‌باره هم اطلاع‌رسانی لازم صورت بگیرد. خیلی از افرادی هم که به سمت خطر می‌رفتند پیش‌بینی نمی‌کردند خطر ممکن است آنها را تهدید کنند.

نکته بعد اینکه بحث مسائل حقوقی در نظر گرفته شود. یعنی فرد بداندد اگر کاری را انجام می‌دهد، تبعات حقوقی برایش به همراه خواهد داشت. این تبعات حقوقی باعث می‌شود افراد از بسیاری از اقداماتی که باید انجام بدهند منصرف شوند. حتی کسانی که در صحنه نیستند. مثل کسی که توبیت می‌زند و توبیت وی تحریک‌آمیز است. بنابراین وی باید بداند در قبال این تحریک اجتماعی پاسخگوست. موضوع دیگر ملاحظات امنیتی در مدیریت انسانی و اخلاقی در محیط بحران است که یکی از وظایف مهم دستگاه‌های امنیتی است که باید لحاظ شود. مگر می‌شود در حادثه‌ای، نتوانید کنترل خبر صورت بگیرد، ولو اینکه به صورت گسترده هم وجود داشته باشد. بنابراین حفاظت از منابع و اطلاعات حساس، جزو مسائل امنیتی است. پس ما هم باید فرهنگسازی را در نظر بگیریم. بنابراین هم باید مدیریت و حفاظت از اطلاعات صورت دهیم که روش‌های آن وجود دارد و هم بتوانیم کنترل نسبت به این قضیه کنترل داشته باشیم.

بیان شدن آمار متفاوت از یک حادثه واحد آسیبی است که می‌تواند منجر به بروز ابهام شود. به باور شما بهتر نیست سخنگوی واحدی برای چنین اتفاق‌هایی که رقم می‌خورد، وجود داشته باشد که از آسیب‌های بعدی از جمله خا‌ر شدن روایت از دست رسانه‌های رسمی جلوگیری کند؟

صددرد درست است. اولین جمله‌ای که شروع کردم به تدوین دستورالعمل‌های پوشش بحران اشاره به همین موضوع است. وقتی این دستورالعمل مشخص شده باشد باید تکلیف را مشخص کنیم. یکی از وظایف مدیریت بحران مدیریت اخبار بحران است. اگر تکلیف مشخص شده باشد سخنگوی بحران، رئیس مدیریت بحران کشور است.

پس با توجه به وضع موجود این ضعف است.

بله این ضعف است. همواره شاهد هستیم رسانه‌ها اطلاعات خود را از منابع مختلف مثلاً روزا‌نس، هلال‌احمر یاوزیر کشور دریافت می‌کنند. خب مگر ما تکلیف را مشخص نکردیم؟ مگر مدیر بحران نباید این کار را انجام دهد؟ همه دستگاه‌ها موظف و مکلفند آخرین اطلاعات‌شان در اختیار این سازمان قرار دهند. اطلاع‌رسانی کنند و به عنوان تنها مرجع باید اطلاعات از آن خارج شود. بحث آمار و اطلاعات در حوادث بحرانی از مواردی است که باید به شدت از سوی دستورالعمل‌های پوشش بحران مشخص و تکلیف شده باشد. ما اگر نمی‌توانیم انسان‌رسانه‌ها را مدیریت کنیم رسانه‌های داخلی را که می‌توانیم مدیریت کنیم. بنابراین باید تکلیف روشن شده باشد به نحوی که هیچ‌کس حق ارائه اطلاعات، به جز اطلاعات رسمی را نخواهد داشت.

آنگونه که اشاره شد، این ضعف مشهود است. اینکه افرادی که به این سمت گمارده می‌شوند اساساً شخصیت و دانش و آموزش رسانه‌ای ندارند و قادر به تعامل با رسانه نیستند.

بله این موضوع را هم تأیید می‌کنم. تمام دستگاه‌ها باید موظف باشند به مدیریت بحران دگارش دهند. اگر مدیریت بحران دارای چنین ویژگی اطلاع‌رسانی است، اطلاع‌رسانی کند وگرنه مثل سازمان آتش‌نشانی که سخگوی توانایی دارد از چنین ظرفیتی استفاده کند. منتها در بحران اگر صرفاً آتش‌نشانی درگیر است، آتش‌نشانی اطلاع‌رسانی کند، امااگر بحران گسترده‌تر است باید اطلاعات به سازمان مدیریت بحران ارائه شود این سازمان یک فرد رسانه‌ای سخنگو و هم‌فهم جنگ شناختی را داشته باشد باید کار را پیش ببرد و اگر هر کسی در هر رسانه‌ای در این بحران از منبع دیگری خبر منتشر کرد یا بسخگو باشد.

سخنر پایانی اگر دارید ببا تأکید بر این مهم که اگر روایت از دست رسانه رسمی خارج شود چه پیامدی متوجه کشور خواهد شد؟

پیش‌تر هم اعلام شد، اطلاع‌رسانی در کشور ما سخت‌تر است، چراکه بیش از ۲۶۰ رسانه تلویزیونی فارسی داریم که رسما روایت‌هایی خارج از روایت‌های حاکمیتی انجام می‌دهند. با تأکید بر اینکه علم اطلاع‌رسانی و رسانه علم و هنر حرفه‌ای و به کارگیری انسان‌های حرفه‌ای می‌تواند کمک‌کننده باشد و هر چه سرمایه‌گذاری کنیم در حوزه آموزش رسانه و استفاده از متخصصان و خلاقان رسانه به ما کمک می‌کند. بحث رسانه بحثی است که با اذهان جامعه سروکار دارند. بنابراین باید باهوش‌ترین‌ها در این حوزه به کار گرفته شوند. علوم ارتباطات هم هنر می‌خواهد هم ذوق و هم ذهن که چطور باید برای مدیریت اذهان برنامه‌ریزی کنیم. این کار حرفه‌ای تخصصی و باید به آن احترام بگذاریم و شرایطی فراهم کنیم که در جامعه باهوش‌ترین آدم‌ها در این حوزه ورود پیدا کنند و بتوانند از علوم دیگر و فناوری‌های دیگر استفاده کنیم که هنر رسانه‌ای به زیباترین شکل ممکن بسته‌بندی و در اختیار جامعه قرار دهیم. اگر قافله را در حوزه رسانه و افکار عمومی از دست بدهیم، افراد جامعه را ناخودآگاه در اختیار دشمن قرار داده‌ایم. همان کاری که در جنگ شناختی اتفاق می‌افتد. وقتی افکار عمومی روایت ما را قبول نکند و روایت دشمن را قبول کند، یعنی سراز شده‌ایم و این خطر بزرگ است که بی‌اعتمادی به وجود می‌آورد. چون براساس غیرحرفه‌ای عمل کردن بسترهایی فراهم کرده‌ایم که افکار عمومی در اختیار دشمن و حوزه رسانه بسیار مهم است چون افکار عمومی خیلی مهم است.