

آماده سازی خبرنگاران بحران، حلقه مفقوده اطلاع رسانی در حوادث غیر مترقبه با وجود آنکه ایران کشوری سانحه خیز است و هر ساله حوادث گوناگونی را تجربه می کند، اما هنوز سازمان های خبری برای آماده سازی

امروزه نقش رسانه ها در مدیریت بحران و اطلاع رسانی در امر مدیریت بحران و سوانح از اهمیت به سزایی برخوردار است و بدون این رسانه ها، نمی توان بحران ها را به درستی و سهولت مدیریت و کنترل کرد.

با وجود آنکه ایران کشوری **سانحه خیز** است و هر ساله حوادث گوناگونی را تجربه می کند، اما هنوز سازمان های خبری برای آماده سازی و آموزش خبرنگاران **بحران** اقدام قابل توجهی انجام نداده اند.

امروزه نقش رسانه ها در مدیریت بحران و اطلاع رسانی در امر **مدیریت بحران** و سوانح از اهمیت به سزایی برخوردار است و بدون این رسانه ها، نمی توان بحران ها را به درستی و سهولت مدیریت و کنترل کرد.

پرداختن به این موضوع به دلیل اهمیت و ماهیت پیچیده آن از مباحث مهمی است که سازمان های مسوول و دخیل در امر مدیریت بحران و سوانح باید با آموزش کلیات مدیریت بحران به سردبیران، دبیران و خبرنگاران رسانه های جمعی و راه اندازی گروه های اعزام سریع خبرنگاران تخصصی بحران نسبت به این کار اقدام کنند.

هر چند به گفته کارشناسان، خبرنگاران در پوشش انواع حوادث و سوانح طبیعی، غیر طبیعی و انسان ساخت، در مواقع عادی خوب عمل می کنند اما عملکرد آنان در بحران ها موفقیت آمیز نیست.

این کارشناسان می گویند رویکرد رسانه های خبری در مواقع بحرانی معمولاً سنتی و راهبردها انفعالی است و ممکن است با عملکرد ضعیف و نادرست خود موجب گسترش بحران شوند.

رسانه ها به دلیل توانایی در جهت دهی به افکار عمومی، نقش اساسی در مراحل مختلف بحران ایفا می کنند و نقش دوگانه رسانه ها در بحران زایی و بحران زدایی، برجسته سازی و کوچک نمایی، امیدزایی و امیدزداییو نظایر آن دست کم بر صاحب نظران این عرصه پوشیده نیست.

رسانه ها ظرفیت و قالب های مختلفی برای مدیریت بحران ها در اختیار دارند از جمله اینکه خبر ظرفیت و محصول اصلی و پرطرفدار رسانه ها از جمله خبرگزاری ها، مطبوعات، رادیو و تلویزیون است و نقش بسیار اساسی در مدیریت بحران ها و مراحل مختلف آنها دارد.

به گفته کارشناسان، برخی مسوولان و متولیان رسانه های جمعی کشور به طور حرفه ای با مساله بحران و مدیریت آن برخورد نمی کنند و عملکرد رسانه های ما در بحران، خوب و حرفه ای نیست، آنها بحران را فرصت نمی دانند بنابراین فرصت سازی نمی کنند بلکه فرصت سوزی می کنند. با توجه به تجربیات کار گروه های آماده سازی نیروهای خبری و خبرنگاران بحران در جوامع توسعه یافته، صدور کارت شناسایی معتبر با عنوان خبرنگاران بحران، داشتن **جلیقه های ویژه با آرم و علائم سازمان های خبری**، داشتن **پلاک آویز نسوز** با نام و نام خانوادگی خبرنگار اعزامی بحران به مناطق بحران زده و هماهنگی های لازم ستادی با سایر دستگاه های دخیل در امر مدیریت بحران و سوانح از موضوعاتی است که می تواند به خبرنگاران بحران در اطلاع رسانی صحیح همراه با سرعت و صحت در مناطق بحرانی کمک کنند.

در مدیریت و نحوه آماده سازی خبرنگاران بحران از سوی سازمان های خبری، تجهیز منابع، به خصوص منابع انسانی شامل نیروهای با انگیزه که دارای سازگاری روانی و محیطی باشند در زمان وقوع حوادث و سوانح احتمالی از اهمیت زیادی برخوردار است.

آماده سازی حقیقی و واقعی خبرنگاران بحران و به طور کلی سازمان های خبری قبل از حوادث سبب می شود در زمان وقوع این گونه حوادث، تقاضاهای بسیار کمتری از سازمان های دیگر دخیل در امر مدیریت بحران و سوانح برای پشتیبانی و هدایت این نیروهای خبری داشته باشند.

دراین خصوص به سهم خود اجرای دو برنامه فرعی حساس سازی تمامی سازمان های خبری و خبرگزاری ها نسبت به حوادث طبیعی، غیر طبیعی و انسان ساخت و اهمیت دادن به اینگونه اتفاقات غیرمترقبه و آموزش های لازم به عموم خبرنگاران اعزامی به مناطق بحرانی می تواند مهم و حائز اهمیت باشد.

این دو پروژه اجتماعی – فرهنگی خود به خود سبب می شود که مسوولین و مدیران سازمان های خبری از مراتب آسیب پذیری احتمالی خود بکاهند و به خصوص وسایلی برای اعزام خبرنگاران بحران طی ۶ ساعت اولیه پس از وقوع حوادث را تامین و فراهم آورند.

بنابر تجربیات خبرنگاران بحران اعزامی به انواع حوادث و سوانح در جوامع توسعه یافته، تشکیل و تاسیس مراکز اقدامات فوری خبری یا (**اتاق بحران خبری**) پس از حادثه با ترکیبی از گروه های خبری واکنش سریع یا اعزام سریع ضروری و حائز اهمیت به نظر می رسد.

مسلم است که اعضای (گروه های خبری) یاد شده می بایست قبل از وقوع حادثه از آموزش های لازم مدیریت بحران و **مدیریت سوانح** برخوردار شوند.

رسانه های جمعی زمانی وارد گود اطلاع رسانی، اطلاع یابی عکاسی خبری، تصویربرداری و گزارش دهی از حوادث غیر مترقبه می شوند که عوارض و پیامدهای روانی و روحی، همه ساختارهای امید به زندگی افراد آسیب دیده را در هم شکسته است و این بدترین شرایط ممکن برای یک رسانه است که فقط تماشاچی فاجعه ای باشند.

همواره میان توقع افراد آسیب دیده از رسانه ها و خبرنگاران بحران که همانا اطلاع رسانی دقیق و سریع از نیازهای اولیه آنان است یک شکاف جدی وجود دارد که این شکاف و فاصله اکنون سرمنشای یک بحران برای کارآمدی رسانه ها است.

طبق هشدار کمیته اضطراری فجایع طبیعی(DEC)، هم اکنون بیشترین نگرانی های سازمان های امداد رسان جهان در مورد وقوع زلزله در شهرهای بزرگ جهان از جمله تهران، استانبول در ترکیه و کاتماندو در نپال است.