

زلزله مورد بررسی تطبیقی قرار گیرد و تشابهات، تعارضها و تفاوت‌های احتمالی میان نحوه اطلاع‌رسانی به کمک روش تحلیل محتوا، بررسی شود.

روش‌ها: روش به کار رفته در این پژوهش، تحلیل محتواست که از طریق طبقه‌بندی و کدگذاری کامل مطالب مربوط به موضوع مورد نظر و به صورت تمام شماری از جامعه آماری در روزنامه‌های یاد شده (در مقطع زمانی سه‌ماهه پس از وقوع زلزله بم)، مورد بررسی قرار گرفته است.

یافته‌ها: روزنامه اطلاعات ۸۱۵ مطلب، و روزنامه همشهری ۴۸۶ مطلب خود را در سه ماهه مورد بررسی به زلزله بم اختصاص داده‌اند که از این میان روزنامه اطلاعات بیشترین مطلب را به خبر و روزنامه همشهری به سایر موضوعات غیرخبری تخصیص داده است. از طرف دیگر در بین مطالب خبری، روزنامه همشهری اخبار مصور بیشتری را چاپ کرده است.

نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش حاکی از آن است که برای فاجعه زلزله بم، بیشترین زمان قرارگیری در اولویت‌های پوشش خبری رسانه‌ها، حدود دو ماه بوده است.

کلمات کلیدی: زلزله بم، مدیریت بحران بم، روزنامه‌ها و بم.

بررسی تطبیقی اخبار زلزله بم در روزنامه‌های همشهری و اطلاعات

شروین هادی نژاد*

*کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی

Email: shervinhadin@yahoo.com

پذیرش مقاله: ۱۵/۷/۸۹

وصول مقاله: ۱۲/۶/۸۹

چکیده

مقدمه: بشر همواره در طول دوران مختلف حیات خویش با سطوح متفاوتی از بحران مواجه بوده است. یکی از بحران‌های طبیعی سال‌های گذشته در ایران، زلزله بم است.

در این پژوهش در نظر است اخبار مربوط به زلزله بم، منتشر شده در دو روزنامه همشهری و اطلاعات در بازه زمانی سه ماهه بعد از وقوع

مقدمه

بشر همواره در طول دوران مختلف حیات خویش با سطوح متفاوتی از بحران مواجه بوده است. روشن است که در جوامع ابتدایی وقوع اغلب وضعیت‌های بحرانی و چالش برانگیز که زندگی انسان‌ها را تحت تأثیر قرار می‌داده است، بیشتر منشاء گرفته از بلایا و سوانح طبیعی بوده است. به تدریج با گسترش جوامع، رشد و توسعه تکنولوژی و افزایش روزافزون جمعیت، سوانح و حوادث انسان‌ساخت نیز به مجموعه حوادث اضافه شده است که وقوع آنها بر مشکلات جوامع بشری تا حدود زیادی افزوده است.

از سوی دیگر تجربه نشانگر آن است که بحران و شرایط خاصی که به دنبال وقوع این گونه سوانح و بلایا بر جوامع آسیب دیده حاکم می‌شود باعث بروز اختلافات عمده و مشکلات اساسی در کارکردهای معمول و روزمره نهادها، سازمان‌ها و ساختارهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه شده است؛ به نحوی که جوامع را نیازمند اقدامات خاص حتی مداخله و کمک‌های مستقیم خارجی به منظور بازگشت به وضعیت عادی و مطلوب پیش از بحران می‌سازد.

در چنین شرایطی، رسانه‌ها به عنوان یکی از مهمترین و اساسی‌ترین نهادهای جوامع

امروزی نیز دستخوش تأثیرات ناشی از شرایط بحرانی بر جوامع آسیب‌دیده می‌شوند و اغلب سعی در همسو و همسان‌سازی اقدامات خبری و اطلاع‌رسانی خود، منطبق با نیازهای جامعه می‌کنند.

در ضمن رسانه‌ها به عنوان یک نهاد اطلاع‌رسانی و آموزشی می‌توانند در چگونگی کنترل و مدیریت وضعیت ایجاد شده پس از بحران، نقش چشم‌گیری را ایفا کنند.

گذشته از آن، به نظر می‌رسد یافتن دیدگاه‌های متفاوت رسانه‌ها و مطبوعات در تجربه سانحه‌ای بزرگ (همچون زلزله بم در کشور ایران) و دستیابی به پایه‌ای پژوهشی در زمینه نحوه اطلاع‌رسانی و حجم اخبار و اطلاعات منعکس شده مربوط به آن در دو روزنامه نامدار کشور، می‌تواند در آینده راهگشای پژوهش‌های کاملتری در این خصوص باشد.

روش‌ها

با توجه به ماهیت و موضوع پژوهش و بررسی محتوای پیام‌های ارتباطی منتشر شده در روزنامه، روش مورد استفاده در این پژوهش، "تحلیل محتوا" است. به کمک این روش به بررسی تطبیقی نحوه اطلاع‌رسانی و پوشش خبری اخبار زلزله ۵ دی ماه ۱۳۸۲ شهرستان بم، در دو روزنامه همشهری و اطلاعات پرداخته شده است.

۱۳۸۲) به انجام رسانده است. از این رو جامعه آماری این پژوهش شامل تمام مطالب منتشر شده در شماره مسلسل‌های روزنامه‌های همشهری و اطلاعات در ماه‌های دی، بهمن و اسفند سال ۱۳۸۲ است که به اقتضای روش تحلیل محتوا، مورد تمام شماری قرار گرفته است. بنابراین جامعه آماری و حجم نمونه کاملاً برابر و منطبق بر یکدیگر هستند.

برای داده‌های به دست آمده، فراوانی مطلق و درصد فراوانی محاسبه شده است.

یافته‌ها

برخی از یافته‌ها در ادامه به تفکیک و به صورت خلاصه تشریح شده است. تعداد و فراوانی مطالب در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

جدول شماره ۱- توزیع فراوانی تعداد مطالب کدگذاری شده در روزنامه‌های اطلاعات و همشهری

نام روزنامه	تعداد مطلب	درصد
اطلاعات	۸۱۵	۶۲/۶۴
همشهری	۴۸۶	۳۷/۳۶
جمع کل	۱۳۰۱	۱۰۰

چنانکه در جدول شماره ۱ دیده می‌شود، از میان تعداد ۱۳۰۱ مورد مطلب مربوط به زلزله

تحلیل محتوا یک روش پژوهشی است که بر اساس اندازه‌گیری (شمارش) متغیری در یک نمونه تصادفی از یکی از اشکال ارتباطی از قبیل داستان، سریال تلویزیونی، فیلم‌سینمایی، نمایش، گزارش خبری و... طراحی شده است. پیش فرض اصلی تحلیل محتوا این است که کاوش در پیام‌ها و ارتباطات، به شناخت عمیق‌تر گیرندگان پیام می‌انجامد (۱).

تحلیل محتوا در بدو امر فقط به عنوان یک فن برای توصیف پیام‌های ارتباطی شناخته می‌شود. همراه با تکامل روش شناسی، تحلیل محتوا نیز به یک روش جمع‌آوری اطلاعات در علوم اجتماعی تبدیل شد که به طور فزاینده‌ای به ملاک‌های لازم برای یک روش علمی در علوم اجتماعی دست یافت. روش جمع‌آوری اطلاعات در علوم اجتماعی را می‌توان در مقایسه با روش‌های علوم طبیعی به عنوان مجموعه‌ای از قواعد مشتق از نظریه و تنظیم شده بر اساس منطق تحقیق تعریف کرد که به کمک آن می‌توان از طریق یک جریان واسطه در مورد جنبه‌هایی از واقعیت اجتماعی به نتایجی دست یافت (۲).

محقق، این پژوهش را بر روی تمام اخبار و مطالب منتشر شده در روزنامه‌های همشهری و اطلاعات، در بازه زمانی سه ماهه بعد از وقوع زلزله (۶ دی ماه الی ۲۸ اسفند ماه

شماره ۲ نمایانگر میزان و توزیع سبک کل مطالب سه‌ماهه منتشر شده در روزنامه‌های اطلاعات و همشهری در مقایسه با یکدیگر است.

جدول شماره ۲- فراوانی و درصد فراوانی سبک کل مطالب سه ماهه منتشر شده در روزنامه‌های اطلاعات و همشهری

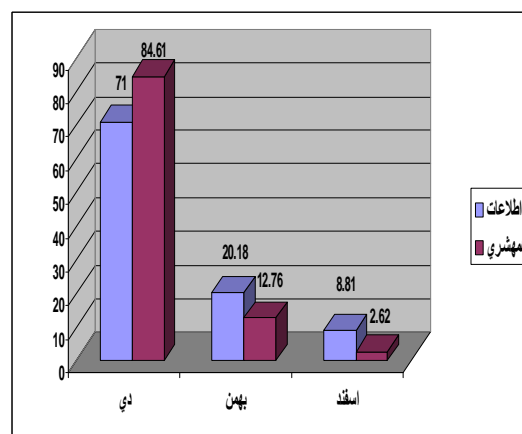
سبک مطلب	روزنامه اطلاعات		روزنامه همشهری	
	فراوانی	درصد فراوانی	فراوانی	درصد فراوانی
خبر	۲۲۶	۲۷/۷۴	۱۰۴	۲۱/۴
خبر کوتاه	۱۹۵	۲۳/۹۳	۸۸	۱۸/۱
گزارش	۲۰۴	۲۵/۰۳	۹۷	۱۹/۹۷
مقاله	۲۲	۲/۷	۳۸	۷/۸۲
مصاحبه	۹۰	۱۱/۰۴	۲۸	۵/۷۶
گزارش تصویری	۱	۰/۱۲	۵	۱/۰۳
سایر	۷۷	۹/۴۴	۱۲۶	۲۵/۹۲
مجموع	۸۱۵	% ۱۰۰	۴۸۶	% ۱۰۰

همان‌گونه که دیده می‌شود به‌طور کلی روزنامه اطلاعات از مجموع ۸۱۵ مطلب منتشر شده مرتبط با موضوع این پژوهش در بازه زمانی سه‌ماهه پس از زلزله بالاترین سهم را با ۲۲۶ مورد به سبک خبر اختصاص داده است و پس از آن سبک‌های گزارش با ۲۰۴ مورد و خبر کوتاه با ۱۹۵ مورد در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفته‌اند.

روزنامه همشهری نیز از مجموع ۴۸۶ مطلب منتشر شده مرتبط با موضوع این پژوهش، در بازه زمانی سه‌ماهه پس از زلزله بالاترین سهم

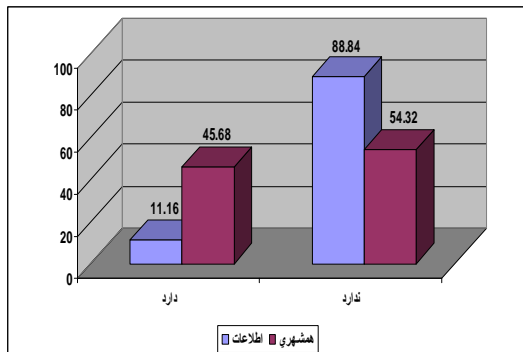
بم، کدگذاری شده در روزنامه‌های همشهری و اطلاعات، روزنامه اطلاعات با انتشار ۸۱۵ مطلب، بیشترین تعداد را به خود اختصاص داده و سهمی حدود ۶۳ درصد از کل مطالب را در اختیار دارد. همچنین روزنامه همشهری با ۴۸۶ مطلب حدود ۳۷ درصد از کل مطالب را به خود اختصاص داده است.

در خصوص سطح زیر چاپ مطالب منتشر شده در روزنامه‌های همشهری و اطلاعات در مقطع زمانی مورد بررسی، وضعیت کاملاً برعکس نتایج حاصل از بررسی تعداد مطالب منتشر شده دو روزنامه است. بر این اساس و مطابق بررسی به عمل آمده روزنامه همشهری با ۱۰۴ سانتیمترمربع سطح زیر چاپ اختصاص یافته به انعکاس مطالب مربوط به زلزله بم در مقایسه با ۷۸ سانتیمترمربع سطح زیر چاپ روزنامه اطلاعات با اختلاف حدود ۲۵ درصد در جایگاه بالاتری قرار گرفته است (نمودار شماره ۲).



نمودار شماره ۲- توزیع فراوانی سطح زیر چاپ مطالب هر روزنامه به تفکیک ماه (دی، بهمن و اسفند)

کمترین میزان خود رسیده است. روزنامه اطلاعات نیز در دی ماه سهم بیشتری از مطالب خود را به همراه عکس منتشر کرده است که این میزان در بهمن ماه کاهش یافته و در نهایت در اسفندماه به کمترین میزان خود رسیده است.

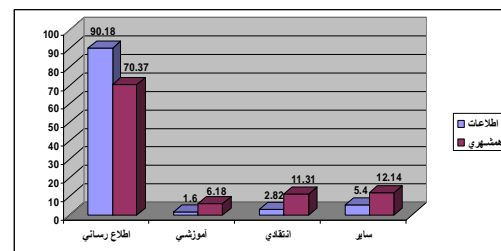


نمودار شماره ۴- درصد فراوانی عکس در مطالب منتشر شده مربوط به موضوع زلزله بم روزنامه روزنامه های همشهری و اطلاعات

نمودار شماره ۴ نمایانگر توزیع و درصد فراوانی کل مطالب سه ماهه کدگذاری شده بر حسب داشتن یا نداشتن عکس و به تفکیک روزنامه های اطلاعات و همشهری است. چنانکه مشاهده می شود روزنامه همشهری با اختلاف چشم گیری در مقایسه با روزنامه اطلاعات، سهم بیشتری از مطالب کدگذاری شده مورد بررسی را به همراه عکس منتشر کرده است.

در خصوص میزان توجه به وضعیت آسیب دیدگان در مطالب منتشر شده در روزنامه های مورد بررسی، بر اساس اطلاعات حاصل از نتایج پژوهش، روزنامه همشهری در مقایسه با روزنامه اطلاعات، سهم بیشتری از

را با ۱۲۶ مورد به سایر سبک ها (از جمله شعر، کاریکاتور، یادداشت و ...) اختصاص داده است و پس از آن خبر و گزارش به ترتیب با ۱۰۴ و ۹۷ مورد در رتبه های دوم و سوم قرار دارند.

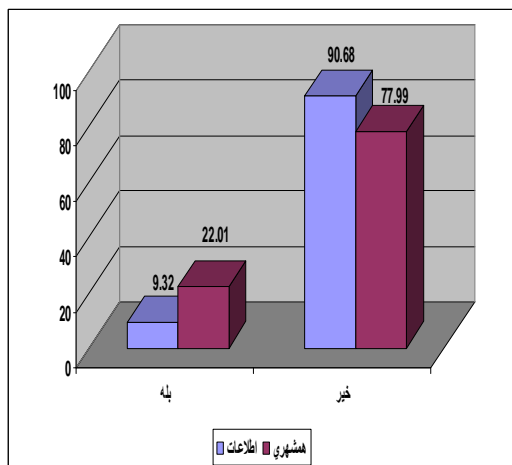


نمودار شماره ۳- درصد فراوانی رویکرد کل مطالب سه ماهه منتشر شده در روزنامه های اطلاعات و همشهری

نمودار شماره ۳ نمایانگر میزان و توزیع کل مطالب منتشر شده سه ماهه در روزنامه های همشهری و اطلاعات بر حسب رویکرد مطلب می باشد. بر این مبنا روزنامه اطلاعات با اختصاص ۹۰ درصد از مطالب خود به رویکرد خبری و اطلاع رسانی توانسته است رتبه بالاتری را در مقایسه با روزنامه همشهری که حدود ۷۰ درصد مطالب خود را با رویکرد اطلاع رسانی منتشر کرده به دست آورد. همچنین روزنامه همشهری در مقایسه با روزنامه اطلاعات درصد بیشتری از مطالب منتشر شده خود را با رویکردهای آموزشی و انتقادی منتشر کرده است.

بر اساس نتایج حاصل از پژوهش، روزنامه همشهری در دی ماه (نخستین ماه پس از وقوع زلزله) سهم بیشتری از مطالب خود را به همراه عکس منتشر کرده است که این میزان در بهمن ماه کاهش یافته و در نهایت در اسفند ماه به

میزان این مطالب را افزایش داده است (نمودار شماره ۶). به طور کلی روزنامه همشهری نسبت به روزنامه اطلاعات، در مطالب منتشر شده، توجه بیشتری را به موضوع پیشگیری و آمادگی معطوف داشته است.



نمودار شماره ۶- درصد فراوانی توجه به موضوع پیشگیری در مطالب منتشر شده مربوط به موضوع زلزله بم در روزنامه‌های همشهری و اطلاعات

نتیجه‌گیری

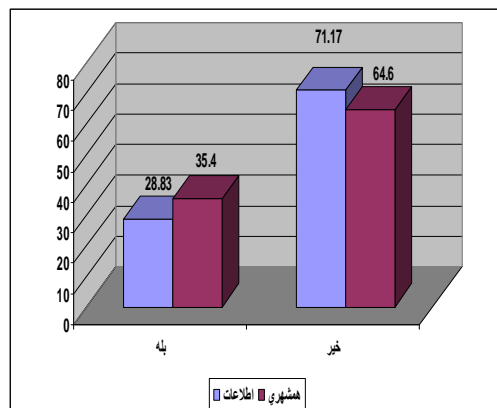
نتایج این پژوهش حاکی از آن است که برای فاجعه زلزله بم، بیشترین زمان قرارگیری در اولویت‌های پوشش خبری رسانه‌ها حدود دو ماه است و با گذشت این زمان، مسئله بحران تحت تأثیر سایر رویدادهای روز و امواج خبری تازه‌تر به حاشیه رانده می‌شود.

پیشنهادها

در یک جمع‌بندی کلی می‌توان پیشنهادها را قابل ارائه در زمینه مطبوعات و مدیریت بحران را بدین شرح خلاصه کرد:

مطالب منتشر شده را به انعکاس وضعیت آسیب‌دیدگان اختصاص داده است (نمودار شماره ۵).

روزنامه همشهری در مطالب مرتبط منتشر شده در بهمن‌ماه (دومین‌ماه پس از وقوع زلزله) نسبت به ماه‌های دی و اسفند در سهم بیشتری از مطالب خود به انعکاس وضعیت آسیب‌دیدگان توجه داشته است. این در حالی است که روزنامه اطلاعات در مطالب مرتبط منتشر شده در دی‌ماه (نخستین‌ماه پس از وقوع زلزله) نسبت به ماه‌های بهمن و اسفند در سهم بیشتری از مطالب خود به انعکاس وضعیت آسیب‌دیدگان توجه داشته است.



نمودار شماره ۵- درصد توجه به وضعیت آسیب‌دیدگان در مطالب منتشر شده مربوط به موضوع زلزله بم در روزنامه‌های همشهری و اطلاعات

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که روزنامه اطلاعات به مرور و با گذشت زمان، میزان سهم مطالب مربوط به آمادگی و پیشگیری در برابر زلزله را کاهش داده، ولی روزنامه همشهری به مرور و با گذشت زمان،

۴- مشکلات و رفع نیازهای جامعه آسیب‌دیده کنند.

References

1. Arthur Asa Berger, (2004), "Media analysis techniques", Translation by Ejlali P, Centre for Media Studies

2. Etslander. P, (1996), "Experimental methods for social research". Translation by Kazemzadeh B Astan Qods Razavi publication, Mashhad

۱- به نظر می‌رسد اعزام یک گروه خبری کار آزموده و متخصص به منطقه آسیب‌دیده از همان روزهای نخست پس از وقوع سانحه می‌تواند تا حدود زیادی در انعکاس رویدادهای مربوط، مؤثر و مفید واقع شود.

۲- از آنجایی که استفاده از عکس می‌تواند از یک سو در درک و تجسم وضعیت پدید آمده به واسطه سانحه بسیار مؤثرتر عمل کند و از سوی دیگر، نیاز به توضیحات نوشتاری را تا حدود چشم‌گیری کاهش دهد، پیشنهاد می‌شود به منظور پوشش مناسب‌تر و بهتر این قبیل از حوادث همواره یک یا چند نفر عکاس خبری کارآزموده به همراه تیم خبری برای تصویربرداری از اوضاع و شرایط به منطقه اعزام شوند.

۳- پیشنهاد می‌شود با گذشت زمان و فروکش کردن دوره هیجانات اولیه ناشی از تازگی موضوع و حجم وسیع آسیب‌ها (خسارات و تلفات)، رسانه‌ها و خصوصاً مطبوعات با دقت و حساسیت موضوع را پیگیری و ادامه دهند؛ به نحوی که ضمن اطلاع‌رسانی از وضعیت حاکم بر جامعه پس از وقوع سانحه، با انعکاس مشکلات، مسائل و نیازهای جامعه آسیب‌دیده سعی در ایجاد حساسیت در مقام‌های دولتی و جلب و جذب کمک‌های مادی و معنوی با هدف رسیدگی به