

شناسایی شیوه‌های آموزشی مواجهه با سیل در تلویزیون ایران

فاطمه السادات مولای زاهدی^۱

۱. کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، گروه علوم ارتباطات، دانشکده‌ی ارتباطات، دانشگاه علامه
طباطبائی، تهران، رایانامه: Zahedi.fatima@gmail.com

اطلاعات مقاله چکیده

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۰۲/۰۶

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۰۲/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱/-

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱/-

کلیدواژه‌ها:

آموزش تلویزیونی، بلایای
طبیعی، سیل، رسانه،
مدیریت بحران.

ایران از جمله سرزمین‌های پرخطر به لحاظ وقوع مخاطرات طبیعی است. سیلاب را می‌توان یکی از این بلایا دانست که وقوع آن خسارات عظیمی را تاکنون به همراه داشته است. برای مدیریت بحران‌های طبیعی و کاهش خسارات ناشی از این وقایع، رسانه‌ها می‌توانند به‌عنوان ابزاری هوشمند و تأثیرگذار مورد استفاده قرار بگیرند. تلویزیون به‌عنوان رسانه‌ای همگانی و در دسترس، می‌تواند در آموزش و پیشگیری از این بحران‌ها نقش بسزایی داشته‌باشد. پژوهش حاضر با هدف ارائه‌ی راهکارهایی برای یافتن نقش آموزشی تلویزیون در پیشگیری از سیل انجام‌شده است. در فرایند این پژوهش که با رویکردی کیفی انجام‌شده است با ۲۰ تن از نخبگان حوزه‌ی ارتباطات و بحران مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته صورت گرفت. اعضای جامعه مورد بررسی در این پژوهش با شیوه نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل مضمون استفاده شد. یافته‌های حاصل از این پژوهش شامل روش‌های آموزش تلویزیونی پیش، حین و پس از سیلاب، موانع آموزش تلویزیونی در داخل و خارج از صداوسیما و بهترین شیوه‌ها و قالب‌های مناسب برای آموزش است. توجه بیش‌تر رسانه به موضوع محیط‌زیست، اهمیت اطلاع‌رسانی شفاف و پاسخگویی واضح مسئولان و نهادها، نیاز به آموزش خبرنگاری بحران و پرورش مدیران و خبرنگاران متخصص در بحران و لزوم شناساندن ابعاد بحران‌های طبیعی و ارائه راهکار به مردم، و نیز استفاده از تکنیک‌های مبتنی بر آموزش-سرگرمی از جمله راه‌های آموزش تلویزیونی در شرایط سیلاب بر اساس نتایج این پژوهش است. یافته‌های پژوهش همچنین حکایت از آن دارد که سیاست‌زدگی و نبود برنامه‌ریزی کافی برای آموزش در زمان وقوع سیلاب از مهم‌ترین نقاط ضعف صداوسیما در مدیریت این بحران طبیعی به شمار می‌رود.

استناد: اساساً استناد: مولای زاهدی، فاطمه السادات (۱۴۰۱). شناسایی شیوه‌های مواجهه با سیل در تلویزیون ایران. علوم خبری، ۱۱ (۳)، ۳۱-۶۲.



مقدمه

تلویزیون یکی از رسانه‌های مهم در زمینه مدیریت بحران است و به عنوان یک اختراع مدرن، همه جوامع را به نحوی غیرقابل پیش‌بینی، تحت تأثیر خود قرار می‌دهد. این رسانه با اکثر حواس آدمی سروکار دارد و بیشترین تأثیر احساسی، عاطفی و از همه مهم تر اطلاعاتی را بر انسان می‌گذارد (مستأجران، ۱۳۹۷). تلویزیون در مدتی کوتاه، اطلاعات مورد نیاز و خبررویدادهای گوناگون را در دور افتاده ترین نقاط دنیا به طور دائم و مستقیم در اختیار گیرنده قرار می‌دهد و در نمایش وقایع و ارزش دادن به آنها، مهارت خاصی دارد. رویدادها را از طریق تلویزیون می‌توان به طور خلاصه و به صورت منظم و سازمان یافته ارائه کرد. در حقیقت فرایندهای گسترده از این طریق تولید می‌شوند و برای ارائه برخی وقایع، بار دیگر شالوده جدیدی پی‌ریزی می‌شود که امکان جستجوی واقعیت‌های اجتماعی را میسر می‌سازد. این روند، پایه‌ای برای ابعاد قدرت تلویزیون به شمار می‌رود (باندی و همکاران^۱، ۲۰۱۷). مردم در سراسر جهان هر روزه با مخاطراتی روبه‌رو هستند که گاه منجر به مرگ، آسیب، تخریب اموال و یا اختلال در فعالیت‌های روزانه آنان می‌شود. این وقایع ناخوشایند، موسوم به حوادث، سوانح و بحران‌ها هستند (ساروج^۲ و سوکومال^۳، ۲۰۲۰)

از ابتدای حیات انسان، بحران به‌عنوان یکی از واقعیت‌های زندگی بوده است و انسان همیشه با انواع مختلفی از بحران‌ها روبه‌رو بوده است. در میان بحران‌های طبیعی، سیل، زلزله و خشک‌سالی به علت خسارات مالی و جانی فراوان ناشی از وقوع آنها، از اهمیت بسزایی برخوردارند. گذشته از اهمیت خسارات جانی ناشی از زلزله، خسارات مالی سیل به لحاظ تناوب زیاد وقوع از یک سو و گسترش وسیع آن از سوی دیگر در رتبه بالایی قرار دارد (ژانگ و همکاران^۴، ۲۰۲۰). یکی از شاخص‌های مهم توسعه کشورها، میزان آمادگی جامعه آنها برای رویارویی با انواع مختلف بلایای طبیعی است که تحت عنوان مدیریت بحران شناخته می‌شود (روهنر^۵ و گلدبرگ^۱، ۲۰۲۰)

^۱ Bundy, J.; Pfarrer, M.; Short, C.E. & Coombs, T.W

^۲ Saroj

^۳ Sukomal

^۴ Zheng

^۵ Rohner

بحران حادثه‌ای است که به طور طبیعی و یا از جانب بشر، به طور ناگهانی و یا به صورت فرایند به وجود آید و سختی و مشقتی را به جامعه انسانی تحمیل کند که برای برطرف کردن آن نیاز به اقدامات اساسی و فوق‌العاده باشد (دبورا و همکاران^۱، ۲۰۱۹). مدیریت بحران، مجموعه عواملی هستند که برای مقابله با بحران‌ها و کاهش صدمات ایجاد شده طراحی می‌شوند (باندی، ۲۰۱۷). اگر مخاطرات به طور صحیح پیشگیری یا مدیریت نشوند، به بحران و بلایا تبدیل می‌شوند و مدیریت نشدن مخاطرات محیطی، اثرات مخرب و زیانباری در پی خواهد داشت (روهتر و گلدبرگ، ۲۰۲۰)

نمونه ای از بلایای طبیعی سیل است. سیل عبارت است از جریان آب شدید استثنایی که امکان دارد از بستر طبیعی رودخانه لبریز شده و اراضی اطراف بستر را اشغال کند. سیل می‌تواند نتیجه ریزش باران‌های شدید، ذوب سریع برف و یخ یا تخریب سدها باشد. علت وجود این فرایند هرچه باشد وقتی که وارد مناطق شهری گردد موجب ایجاد خسارات و گاهی تلفات زیادی می‌گردد (سید مهدی شریفی و همکاران، ۱۳۹۷). اما حذف کامل خسارت‌های ناشی از سیل به ندرت از نظر فنی امکان‌پذیر و به لحاظ اقتصادی توجیه‌پذیر هست. در حقیقت هدف از مهار سیلاب، کاهش خسارات به حداقل ممکن با توجه به امکانات فنی و مالی است.

رسانه‌ها به دلیل ماهیت اطلاع‌رسانی و قابلیت‌های خاص خود در شرایط وقوع بحران برای اثرگذاری در حوزه مدیریت بحران، امنیت ملی، تأمین نیازمندی‌های مردمی، جلب مشارکت و کمک‌های مردمی، اطلاع‌رسانی سریع، صحیح و قابل اتکاء، جلوگیری از بروز شایعه، اختلالات اجتماعی، تشویش و اغتشاش، بی‌اطلاعی، سردرگمی و در نهایت بهره‌مندی مورد انتظار مخاطبان از پیام‌های خبری و غیرخبری، نقش بسیار مهم و تعیین‌کننده‌ای بر عهده دارند (دبورا و همکاران^۲، ۲۰۱۹). بنابراین انتشار خبر مرتبط با حوادث و بحران‌ها از سوی رسانه‌ها باید با توجه به مدیریت بحران صورت گیرد تا علاوه بر انسجام رسانه‌ای و دقت در مطالب، باعث ایجاد آرامش در میان مردم آسیب دیده و حساس شدن جامعه نسبت به نیازهایشان شود. وظیفه رسانه‌ها بازتاب دادن اطلاعات

^۱ Goldberg

^۲ Deborah

^۳ Deborah, A.; Michela, A. & Anna, C

صرف نیست، آنها نباید خود را بیرون از مدیریت بحران ببینند چرا که از هر راهی می‌شود برای بازآفرینی جامعه و برگرداندن مردم به زندگی عادی نقش ایفا کرد. در نتیجه این شرایط است که رسانه‌ها می‌توانند بخشی از بار مدیریت بحران جامعه را بر دوش بکشند.

در حال حاضر هدف عمده اکثر کشورهای جهان به سمت اقدامات پیشگیرانه قبل از وقوع بلایا سوق یافته و سعی در تغییر توجه اذهان عمومی به سمت آمادگی قبل از وقوع آن هست که این مهم نیازمند مدیریت ویژه، آموزش و همکاری همگان می‌باشد. بنابراین در راهکارهای کاهش اثرات بلایای طبیعی هدف اصلی به‌سوی آگاه سازی عمومی و تأکید بر امر اطلاع‌رسانی به مردم در راستای اقدامات پیشگیرانه قبل از وقوع حوادث ناهنجار تغییر یافته‌است.

با توجه به جایگاه تلویزیون به‌عنوان رسانه‌ای در دسترس و فراگیر از ظرفیت‌های گسترده‌ی آن می‌توان در اطلاع‌رسانی و آموزش، شناساندن بحران و حوادث و رخدادهای، کمک به تشکیل کمیته‌های ستاد بحران، ایجاد ارتباط مستقیم با مردم و برقراری جو روانی نشاط‌آور برای تداوم زندگی بین مردم بیش‌ترین استفاده را کرد. در ایران شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی متعددی در سطح ملی و استانی وجود دارد که می‌توان از ظرفیت‌های آن‌ها در امر آموزش همگانی استفاده‌های بسیاری کرد. آموزش عملی نحوه‌ی مواجهه با بحران در رسانه‌ها می‌تواند در لحظه بروز حادثه کمک شایانی به مردم کند، تا بتوانند با شبیه‌سازی آنچه در رسانه مشاهده کرده‌اند خطر حادثه را کاهش دهند.

این موضوع از آن جهت حائز اهمیت است که بحران‌های طبیعی در کشور ما همواره منشأ تهدید بوده و خسارات جانی و مالی فراوانی به بار آورده‌اند. حوادثی چون سیل، زلزله و اخیراً بیماری همه‌گیری چون کووید ۱۹ در کشور روی می‌دهند در این بین رسانه‌ها از جمله رادیو و تلویزیون یکی از مراجع مورد توجه مردم در ایام بحرانی هستند و لذا همین رسانه‌ها هستند که می‌توانند با آموزش عمومی، روش‌های پیشگیری یا مواجهه‌ی صحیح با خطرات را به مردم آموزش دهند و با انتشار اطلاعات درست و به‌موقع، به‌طور چشم‌گیری از تبعات و خسارات ناشی از رخدادهای طبیعی بکاهند.

تجربه نشان داده است که بسیاری از خسارت‌های وارده در هنگام بحران‌های طبیعی، ناشی از عدم رعایت نکات ساده و ابتدایی توسط مردم و حتی مسئولین بوده است. رسانه‌ها از جمله تلویزیون به عنوان یک وسیله ی ارزان و در دسترس می‌توانند با تذکر بسیاری از این نکات به کاهش این خسارات و به تبع آن به کاهش هزینه‌ها کمک کنند. باید یادآوری کرد که هر ساله دولت و مردم هزینه‌های گزافی را صرف بازسازی و درمان در مناطق آسیب‌دیده می‌کنند. که رسانه می‌تواند از طریق آموزش و آگاهی‌دهی از میزان آن بکاهد.

پیشینه پژوهش

دلشاد و برقی شیرازی (۱۳۹۸) در پژوهشی به «مروری بر نقش رسانه‌ها در مدیریت خطر حوادث و بلاها» پرداختند.

روش کار پژوهش حاضر مروری جامع و عمیق بر مستندات منتشر شده تا سال ۱۳۹۸ است. یافته‌های پژوهش نشان داد

اطلاع‌رسانی صحیح از مهم‌ترین ارکان مدیریت بحران محسوب می‌شود. مشاهدات حاکی از نقش مؤثر رسانه‌ها در مراحل مختلف بحران شامل قبل، حین و بعد از بحران است. نقش رسانه‌ها در این مراحل شامل آموزش، آگاهی بخشی، ارتقای آمادگی برای واکنش سریع، شنیده شدن صدای جامعه، نظارت بر فرآیند مدیریت بحران، کمک به تجمیع منابع، ایجاد هماهنگی، حفظ انسجام اجتماعی، حفظ و تقویت سرمایه اجتماعی و بسترسازی و کمک به انجام پژوهش‌های مربوطه است. رسانه‌ها از طریق کارکردهای فوق قادر هستند سبب اجتناب از پیامدهای ناخواسته شوند و میزان خسارات و تلفات را به حداقل ممکن کاهش دهند. تفاوت اساسی پژوهش فوق با پژوهش نگارنده در این است که پژوهش فوق پدیده‌ی بحران را به شکل کلی بررسی کرده و رسانه را نیز به‌طور کلی و تفکیک نشده بررسی نموده است.

-درودی و سپهری فر (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «ارزیابی مدیریت بحران در ایران بر مبنای مدل لیتل جان» به بررسی موردی سیل فروردین ۱۳۹۸ لرستان، مازندران و زلزله آبان ۱۳۹۶ کرمانشاه پرداختند. با توجه به نتایج این پژوهش ارتقای معیارهایی چون وجود سامانه و سیستم برای ثبت اطلاعات مکان‌ها و افراد و اطلاع‌رسانی فوری به نفرات عضو گروه‌های مدیریت بحران می‌تواند نتایج مؤثری در مدیریت بحران‌های آتی ایجاد نماید. این پژوهش اگرچه حوادث سیل و زلزله دو سال اخیر را به‌طور مجزا مورد بررسی قرار داده بود اما به نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران چندان اشاره‌ای نکرده بود.

- سعید قنبری (۱۳۹۷) در پژوهش پایان‌نامه‌ی خود تحت عنوان «الگوی سنجش تاب‌آوری سازمانی خبرگزاری‌های ایران در بلایای طبیعی» در مورد انواع مختلف مخاطرات طبیعی‌ای که ممکن است سازمان‌ها را تهدید کند و مولفه‌های تاب‌آوری خبرگزاری‌ها، پژوهشی را انجام داده است. این پژوهش با روش دلفی و در دو مرحله صورت گرفته شده است. مؤلفه‌ها و ویژگی‌های موجود در الگوی ارائه‌شده، به‌گونه‌ای است که می‌تواند تاب‌آوری آینده‌نگرانه، تاب‌آوری هم‌زمان و تاب‌آوری گذشته‌نگر را برای خبرگزاری‌ها در بلایای طبیعی رقم بزند. نتایج تحقیقات قنبری به جهت مشابهت تقریبی هدف تحقیق و تکنیک تحقیقی‌اش برای محقق حائز اهمیت بود و قابل الگوبرداری بود با این تفاوت که نوع سازمان رسانه‌ای مورد پژوهش اینجانب، صداوسیما و بحران مورد نظر سیل می‌بود.

-ایرجی (۱۳۹۷) در پژوهشی به «رسانه و مدیریت گذر از بحران» پرداخته است. این پژوهش به نقش رسانه ملی در مدیریت بحران‌ها نگاه ویژه‌ای دارد و به ارائه راهکارهایی نظیر آموزش از طریق فرهنگ‌سازی مخاطبان و گروه‌های هدف، افزایش آگاهی، برنامه مدون ارتباطی، تأکید بر مشروعیت و انصاف خودی در اتخاذ مواضع و غیره، در مدیریت بحران می‌پردازد. هرچند ایرجی نیز در پژوهش خود همانند اکثر پژوهش‌های انجام‌شده تعریف مشخصی از نوع رسانه‌ی مدنظر خود و بحران احتمالی پیش رو ارائه نکرده و نگاهی کلی داشته‌است.

صحرائی و اسلامی (۱۳۹۷) در پژوهشی به بررسی «نقش رسانه‌های ارتباط جمعی در توسعه مدیریت بحران (با رویکرد زلزله آبان ماه استان کرمانشاه)» پرداختند. نتایج نشان می‌دهد؛ رسانه‌ها در سه مرحله بحران حضوری فعال و تأثیرگذار می‌توانند داشته‌باشند. مرحله اول، پیش از بحران است که مهم‌ترین کارکرد آن‌ها آگاه‌سازی و هشدار-دهی، آموزش مصون ساز و دیده‌بانی است. مرحله دوم، حین بحران است که سه کارکرد خبررسانی، دروازه‌بانی اطلاعات و همراه سازی رادارند و درنهایت مرحله پس از بحران نیز کارکردهای پاسخ طلبی و مطالبه‌گری، آرامش‌بخشی و تحلیلگری را انجام می‌دهند. در زلزله کرمانشاه نیز رسانه‌های ارتباط جمعی با انعکاس اخبار، تصاویر و فیلم‌ها و ایجاد کمپین‌ها نقش مهمی در توسعه مدیریت بحران داشتند.

-کانکانامگا^۱، بیگیتانلار، گونه تیله‌کی، کمروزمان (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان «تعیین شدت فاجعه از طریق تحلیل رسانه‌های اجتماعی: تحلیل اطلاعات بدست آمده از توئیتر، مربوط به سیل جنوب شرقی کوئینزلند»، به بررسی موارد زیر پرداختند.

(الف) استفاده از توئیتر یک روش امیدوارکننده برای بازتاب دانش شهروندان است.

(ب) از توئیتر می‌توان برای شناسایی شدت فاجعه در طول زمان استفاده کرد. (ج) تجزیه و تحلیل مکانی از توئیتر ها، قابلیت استفاده از پیام‌های موقعیت جغرافیایی را برای مشخص کردن مناطق فاجعه‌بار تأیید می‌کند.

بیش‌تر یافته‌های این پژوهش مربوط به حین بحران است و تمرکز اصلی آن بر شبکه‌های اجتماعی است حال آنکه پژوهش در دست انجام بر روی رسانه‌های سنتی متمرکز شده و برهه‌سه مرحله‌ی بحران (پیش، حین، پس) تمرکز دارد.

-محمد یوده‌ی^۲ رضالدی و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان " رسانه‌های اطلاعاتی و بلایای طبیعی در کشورهای جنوب شرقی آسیا^۳: یک روش مقایسه زوجی" به طور خلاصه مطالب زیر را بیان می‌کنند: رایج‌ترین رسانه اطلاعاتی، در سوانح، رسانه‌های الکترونیکی هستند که اطلاعاتی را در هنگام بروز فاجعه در مورد حوادث و خسارات وارده بیان می‌کنند. نتایج همچنین نشان داد اطلاعات باید از قبل از وقوع یک فاجعه منتشر شود.

Kamruzzaman·Goonetilleke·Yigitcanlar^۱ Nayomi kankanamge

^۲ Muhammad yudhi rezaldi

^۳ ASEAN

- آر.کی. دیو (۲۰۱۸) متخصص‌ارشد (سیاست‌ها و برنامه‌های) سازمان ملی مدیریت بحران دولت هند در پژوهشی پیرامون نقش رسانه و پاسخ‌های اضطراری به بیان مطالب زیرمی پردازد. رسانه‌ها می‌توانند باعث دسترسی یکسان، سریع و مؤثر افراد به اطلاعات مربوط به بحران شوند. فناوری می‌تواند برای توزیع عادلانه اطلاعات مؤثر باشد. آموزش و تمرین تخصصی روزنامه‌نگاری بحران در سازمان‌های رسانه‌ای هند، در مورد موضوعات مختلف مربوط به بلایای طبیعی و همچنین انتشار اطلاعات بحران از رسانه‌ها، باعث نهادینه شدن فرهنگ رویارویی با بحران و کاهش خسارات شده است. شبکه‌های پخش تلویزیونی می‌توانند برای هشدار و آموزش اولیه و صدور هشدار عمومی بحران برای افراد در معرض خطر در دورترین نقطه از کشور بسیار مؤثر باشد.

مدیران بحران ایالتی باید علاوه بر ایجاد اتاق‌های اجلاس مطبوعاتی همراه با برنامه‌ریزی و توسعه‌ی سیستم جامع بحران، در همکاری دوطرفه با رسانه‌ها سود برده و برای کاهش محسوس خطرات طبیعی و انسانی دست‌به‌دست هم دهند.

-بیکر^۲ و همکاران (۲۰۱۷) نیز در پژوهشی به بررسی "نقش تجربه قبلی در آگاه‌سازی و انگیزه دادن برای آمادگی در

برابر زلزله" پرداختند. این تحقیقات برای درک تأثیر تجربه‌ی بحران در رفتار آمادگی برای بحران انجام شده است یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان داد که تجربه هفت اثر متفاوت در فرآیند آمادگی دارد. این اثرات شامل ایجاد تفکر و صحبت، بالا بردن آگاهی و دانش، کمک به افراد برای درک پیامدهای یک فاجعه، توسعه باورها، توسعه آمادگی، تأثیرگذاری بر احساسات و ایجاد تعامل اجتماعی در مورد مخاطره است.

با توجه به مطالب بیان شده و پیشینه‌ی اطلاعاتی گفته شده؛ اهداف این پژوهش شامل موارد زیر می باشد.

- شناسایی شیوه‌های آموزشی مواجهه با سیل در صدا و سیما ایران .
- شناخت الگوی مناسب برای آموزش مواجهه با سیلاب.
- شناخت شیوه‌های مطالبه‌گری از مسئولان در زمینه آموزش آمادگی برای سیل.
- شناخت موانع آموزش مواجهه با سیل در تلویزیون
- شناخت ویژگی‌های برنامه‌های آموزشی ساخته شده در تلویزیون، با رویکرد بحران.

^۱R.K.DAVE

^۲ Baker

بنابراین سوالات تحقیق بر اساس اهداف یاد شده چنین اند:

سؤال اصلی

تلویزیون چگونه می تواند مردم را از خطر وقوع سیلاب مطلع و با آموزش، آن ها را در برابر سیلاب توانمند کند؟

سوالات فرعی

۱. الگوی مناسب برای آموزش مواجهه با سیلاب در تلویزیون چیست؟
۲. شیوه ها و ابزار مناسب آموزش آمادگی برای مواجهه با سیل در تلویزیون کدامند؟
۳. چه موانعی در آموزش مواجهه با سیل در تلویزیون وجود دارد؟
۴. ویژگی برنامه های آموزشی با رویکرد بحران چه باید باشد؟

روش تحقیق

پژوهش حاضر از حیث هدف اکتشافی و از حیث نوع کاربردی محسوب میشود. پژوهش کاربردی پژوهشی است که به منظور بهبود و به کمال رساندن رفتارها، روش ها، ابزارها، وسایل، تولیدات، ساختارها و الگوهای مورد استفاده جوامع انسانی انجام می شود. همچنین این پژوهش در قالب رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل مضمون که نوعی روش تحلیل محتوای کیفی است انجام شده است. این پژوهش همچنین از نظر نحوه ی گردآوری داده ها از نوع مصاحبه باز یا نیمه ساختاریافته به شمار می رود. در این پژوهش محقق داده های خود را با استفاده از روش مصاحبه که از تکنیک های متداول روش کیفی است جمع آوری کرده و سپس کد گذاری کرده و نهایتاً با استفاده از روش تحلیل مضمون الگوهای مضامین موجود را استخراج کرده و کلیه ی داده ها را تفسیر و گزارش می کند. فرآیند تحلیل مضمون زمانی آغاز می شود که پژوهشگر الگوهای معنی دار و موضوعاتی که جذابیت بالقوه دارند را مورد نظر قرار می دهد. این فرآیند شامل یک رفت و برگشت، بین مجموعه داده ها و خلاصه های کدگذاری شده، و تحلیل داده هایی است که به وجود می آیند.

در مراحل اجرای پژوهش، با در نظر داشتن مسئله و سوالات پژوهش به گردآوری داده ها پرداخته شد. سپس از میان افرادی که به عنوان جمعیت هدف تحقیق در نظر گرفته شده بودند نمونه‌ی مورد نظر انتخاب شد این نمونه شامل صاحب نظران حوزه‌ی مدیریت بحران و کارشناسان حوزه رسانه و تلویزیون بودند. در انتخاب لیست این نمونه با اساتید راهنما و مشاور مشورت شد. سپس مصاحبه انجام گرفت. مصاحبه‌ی صورت گرفته از نوع، مصاحبه‌ی عمیق بود. در این مصاحبه‌ها ضمن تاکید بر چارچوب پاسخ در مورد تلویزیون و بحران سیل از افراد خواسته شد تا آزادانه نظرات خود را در مورد سوالات بیان کنند.

دسترسی به افراد این مصاحبه با شیوه‌ی هدفمند و گلوله‌برفی صورت گرفت و در نهایت با ۲۰ نفر از صاحب نظران این حوزه مصاحبه صورت گرفت. پس از نگارش متون مصاحبه‌ها و پیاده‌سازی، مضامین مفید استخراج شد. مضامین استخراج شده به دسته‌های مضامین فراگیر، مضامین سازمان‌دهنده و مضامین پایه طبقه‌بندی شدند. مضامین تکراری پس از طبقه‌بندی حذف شدند. در پایان نیز نتیجه‌گیری محقق از آن چه انجام شده بود به همراه پاسخ به سوالات همراه با پیشنهاداتی برای رفع آسیب‌ها ارائه شد.

جامعه‌ی آماری این تحقیق صاحب نظران ارتباطات، کارشناسان مدیریت بحران، تهیه‌کنندگان تلویزیون و کلیه‌ی افرادی هستند که هم در حوزه‌ی ارتباطات و رسانه و هم در حوزه‌ی بحران به ویژه (سیل) محقق و صاحب نظر می‌باشند. روش نمونه‌گیری انجام شده ترکیب هدفمند و گلوله‌برفی است. برای حجم نمونه اولیه تعداد تقریبی ۲۰ نفر در نظر گرفته شد با این حال از پانزدهمین مصاحبه به بعد به نظر می‌رسید که اشباع نظری حاصل شده است و در واقع داده تازه‌ای با اطلاعات به دست آمده افزوده نمی‌شود. با این حال برای اعتماد بیشتر به نتایج این تحقیق مصاحبه‌ها همچنان تا نفر بیستم ادامه پیدا کرد. بسیاری از نمونه‌های این مصاحبه به روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله‌برفی با معرفی نمونه‌های قبلی مورد مصاحبه قرار گرفتند.

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات جهت مبانی نظری و حتی انتخاب موضوع پژوهش از مطالعات اسنادی استفاده شده است.

برای سنجش روایی و پایایی این پژوهش از دریافت بازخورد از پاسخ دهندگان برای ارزیابی تحلیل های مضمون، به ویژه در مورد مصاحبه ها استفاده شد. به گونه ای که نتایج تحلیل های خود را در اختیار پاسخ دهندگان قرار دادیم و از آن ها خواستیم تا درباره ی میزان همخوانی و تناسب میان تفاسیر انجام شده و برداشت های خودشان اظهار نظر کنند. برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش به علت ماهیت اکتشافی تحقیق رویکرد تحلیل محتوایی استقرایی مناسب شناخته شد، و پس از آن در گام بعدی طرح ریزی فرایند رمزگذاری انجام شد. که در اینجا بر اساس پرسش های تحقیق تصمیم گرفته شد تا یافته های منطبق با هر پرسش به صورت جداگانه در دو مرحله ی کدگذاری باز و محوری به صورت جداگانه کدگذاری شوند. به این صورت که ابتدا مفاهیم استخراج و سپس مقولات مشخص شوند. در گام بعدی اجرای فرایند کدگذاری نیز محقق با استفاده از نرم افزار MaxQDA اقدام به کدگذاری مصاحبه ها نمود. برای این کار اول صوت مصاحبه ها مکتوب شد و سپس با استفاده از نرم افزار، کدگذاری خط به خط از آن ها انجام شد.

یافته های پژوهش

هدف هر پژوهشگری دستیابی به پاسخی برای پرسش ها و مسائل اوست. در این پژوهش نیز با طرح سه سوال اصلی و چند سوال فرعی به بررسی شیوه هایی برای آموزش مواجهه با سیل در تلویزیون پرداخته ایم و قصد داریم با مصاحبه هایی که انجام می دهیم پاسخ این پرسش ها را به دست بیاوریم. به این منظور، پس از تحلیل اظهار نظر نخبگان، کارشناسان و صاحب نظران حوزه بحران و رسانه، ابعاد، شاخص ها و زیرشاخص هایی به دست آمده به توصیف و تحلیل آن ها پرداختیم. این تحقیق به منظور شناختن شیوه های مواجهه با سیل در تلویزیون انجام شده است. در جریان این پژوهش به یافته هایی اعم از ۵ بعد، چهار جدول مجزا، ۲۵ شاخص و ۱۰۵ زیرشاخص دست یافتیم که نتایج حاصل از یافته ها برای فهم آسان تر به شکل جدول و به طور مجزا و بر اساس ابعاد شرح داده می شود.

بعد آموزش ناظر برآمدگی و فرهنگ‌سازی قبل از سیل رسانه‌ها می‌توانند با آموزش‌های عمومی‌ای که برای معرفی بحران‌های طبیعی از جمله سیل، پیش‌تر آماده‌شده‌است. به شکل‌گیری فرهنگ مراقبت و پیش‌گیری کمک کنند. حساسیت‌های عمومی را بیفزایند و اجازه ندهند فرهنگ نادیده گرفتن بحران و کم‌اهمیتی به آن تا زمان وقوع هر حادثه‌ای به تعویق بیفتد. اهمیت و اجرای این مهم می‌تواند تا حد زیادی از خسارات ناشی از بحران بکاهد.

شاخص حساس سازی نسبت به منابع طبیعی و مسائل زیست محیطی

این شاخص لزوم اهمیت به منابع طبیعی و مسائل محیط‌زیستی را نشان می‌دهد. در این قسمت مواردی ذکر شده است که برای کمک، به کاهش صدمات زیست‌محیطی می‌تواند مفید باشد. این موارد در صورتی که در تلویزیون مطرح شوند می‌توانند افکار عمومی را متوجه و حساس نمایند.

جدول شماره ۱. بعد آموزش ناظر برآمدگی قبل سیل و شاخص حساس سازی نسبت به منابع طبیعی

ابعاد	شاخص‌ها	زیرشاخص
آموزش ناظر برآمدگی و فرهنگ سازی قبل از سیل	حساس سازی نسبت به منابع طبیعی و مسائل محیط زیستی	-لزوم آموزش برای شناساندن پدیده‌های طبیعی و نشر اطلاعات درمورد خطرات زیست محیطی -توجه به مخاطرات طبیعی زندگی درنواحی مرزی و حاشیه ها -حساس سازی نسبت به خطر وقوع سیل در زمان خشکسالی‌های متعدد به دلیل تغییر اقلیم . -لزوم پرداختن به تاثیرات بلندمدت مسائل محیط زیستی -توجه قراوان به بحث عدم ساخت و ساز (چه مردم و چه دولت) در حریم یستروودخانه ها . -لزوم حساس سازی شهروندان برای پی گیری مسائل مربوط به محیط زیست و ساخت و سازهای غیرمجاز و گزارش دهی به عنوان شهروند خیرنگار . -لزوم ایستادگی مدیران و سیاستگذاران خیردیربرابر مافیای تخریب محیط زیست .

شاخص اطلاع رسانی

این بعد لزوم واهمیت اطلاع رسانی درست را قبل از هرگونه رخدادی نشان می دهد. اطلاع رسانی سریع و صحیح یکی از فاکتورهای مهم در فرهنگ سازی ، جهت پیش گیری از حوادث طبیعی از جمله سیل است. زیر شاخص های این بعد به شرح ذیل است.

جدول شماره ۲. بعد آموزش ناظر بر آمادگی قبل سیل و شاخص اطلاع رسانی

ابعاد	شاخصها	زیرشاخص
آموزش ناظر بر آمادگی قبل از سیل	اطلاع رسانی	-یا آگاهی دهی و اطلاع رسانی هم به مردم و هم به مسئولان و هم خود نیروهای رسانه ای . -لزوم شناخت و آگاهی از وضعیت فرهنگی هر منطقه و انتخاب آموزش ها و حساس سازی مردم متناسب یا همان مکان . -بررسی میزان چوایدی زیرساخت های استفاده از کارشناسان در رسانه .

شاخص فرهنگ سازی

رسانه ی تلویزیون باید به عنوان مدافع محیط زیست عمل کرده و با آموزش و فرهنگ سازی پیوسته، مردم را آموزش داده تا هشدارها را جدی بگیرند. زیر شاخص های این بعد به شرح ذیل است.

جدول شماره ۳. بعد آموزش ناظر بر آمادگی قبل سیل و شاخص فرهنگ سازی

ابعاد	شاخصها	زیرشاخص
آموزش ناظر بر آمادگی و فرهنگ سازی قبل از سیل	فرهنگ سازی	ایفای نقش مدافع محیط زیست برای رسانه از طریق فرهنگ سازی عمومی -آموزش شیوه های صحیح و مدیریت آب در زمان تغییر اقلیم

شاخص برنامه‌ریزی

این مسئله بسیار مهم است که بحران‌های زیست‌محیطی را به‌عنوان یکی از اولویت‌های ارزشمند برای کار رسانه‌ای انتخاب کنیم. رسانه‌ی تلویزیون در صورتی، می‌تواند در بحث آموزش بحران به‌طور موفق عمل کند که در برنامه‌ریزی‌های کلان خود تغییراتی ایجاد کند.

جدول شماره ۴. بعد آموزش ناظر بر آمادگی قبل سیل و شاخص برنامه‌ریزی.

زیرشاخص	شاخص‌ها	ابعاد
- در اولویت قراردادن بحران‌های زیست محیطی - لزوم داشتن برنامه ریزی متفاوت، درمورد مسئله‌ی بحران نسبت به گذشته - برنامه ریزی برای آموزش، بر روی کودکان برای تغییر فرهنگ نسل بعد.	برنامه ریزی	آموزش ناظر بر آمادگی قبل از سیل

شاخص ظرفیت‌های آموزشی

تلویزیون می‌تواند کودکان را با استفاده از شبکه‌های مخصوص خودشان در قالب سرگرمی آموزش بدهد و آن‌ها را از سنین پایین با بحث بحران آشنا بنماید.

جدول شماره ۵. بعد آموزش ناظر بر آمادگی قبل سیل و شاخص ظرفیت آموزشی

زیرشاخص	شاخص‌ها	ابعاد
- همکاری مشترک رسانه و سمن‌ها - در آموزش دهی به جوامع محلی - استفاده از شبکه‌های مخصوص کودکان - مثل نهال، بویا برای آموزش سرگرمی	ظرفیت‌های آموزشی	آموزش ناظر بر آمادگی و فرهنگ سازی قبل از سیل

بعد آموزش های ناظر بر آمادگی در حین سیل

در این بخش به بررسی نکات و بایدها و نبایدهایی می پردازیم که در حین وقوع سیل، توجه فوری به آنها با اهمیت است. لزوم اطلاع رسانی دقیق، سریع و حساسیت برانگیز در این بخش بسیار مهم است. چراکه نوع اطلاع رسانی در زمان بحران باید به گونه ای باشد که توجه فوری مردم را جلب کند. در ادامه مضامین مهم این بخش آورده شده است.

شاخص ملزومات آموزشی

در اینجا به بیشتر مضامین مهم برای اجرای آموزش های ناظر بر آمادگی در حین سیل اشاره شده است. توجه به هریک از این موارد می تواند به ایجاد آمادگی بیشتر و کامل تری در حین سیل بینجامد.

جدول شماره ۶. بعد آموزش ناظر بر آمادگی حین سیل و شاخص ملزومات آموزشی

زیر شاخص	شاخص	ایجاد
<p>لزوم انتقال دید و نگاهی مطلق و متصفانه به مردم در مورد بحران و شرایط بحرانی و مقدار نقش دولت در حل مسئله ی بحران</p> <p>لزوم آموزش و بیان واضح تر و شفاف تر اصطلاحات هواشناسی به شیوه ای که فهم عامیانه تری داشته باشد .</p> <p>لزوم پای کار نگهداشتن و پاسخگو کردن مدیران و مسئولان در حین بحران</p> <p>لزوم توجه تلویزیون به نیازهای مردم</p> <p>لزوم اطلاع رسانی دقیق و سریع حین بحران</p> <p>لزوم ارتباط با سازمان های بشردوستانه توسط خبرنگاران بحران</p> <p>لزوم توجه به کم و کاستی ها در بحران</p> <p>لزوم هماهنگی بیشتر سازمان های درگیر در زمان بحران یا امت کاهش اتلاف وقت برای تصمیم گیری می شود .</p> <p>لزوم توجه به مشاهدات دقیق تر در هنگام بحران</p> <p>لزوم هشداردهی و حساس سازی مردم نسبت به</p> <p>خطرات تماشا کردن مناطق سیل زده یا نشان دادن این موضوع که بالا آمدن آب یا امت غرق شدن میشود .</p> <p>حشدارهای هواشناسی باید به موقع و عالمانه باشد</p>	<p>ملزومات فوری</p>	<p>آموزش ناظر بر آمادگی و فرهنگ سازی حین سیل</p>

بعد آموزش های ناظر بر آمادگی بعد از سیل

یکی از مراحل مهم و اساسی چرخه‌ی بحران، مرحله‌ی پس از وقوع است. به‌منظور کم کردن عواقب مربوط به بحران و آمادگی هرچه بیشتر برای بحران‌های آتی موارد زیر پیشنهاد گردیده‌است.

جدول شماره‌ی ۷. بعد آموزش ناظر بر آمادگی بعد از سیل و شاخص شفاف‌سازی اطلاعاتی

زیرشاخص	شاخص	ایجاد
- شفاف سازی اطلاعاتی درمورد بحران های طبیعی داخلی و خسارات جانی و مالی به آن ها - به مردم یقمانند که خسارت دیدن هر قسمت از ایران برابراست یا هدر رفتن پول از جیب همه ی مردم ایران است . - لزوم بازتاب بحث عمومی قساد های منطقه ای محیط زیستی در رسانه - عدم سکوت رسانه درمورد مسائل جدی حوزه ی بحران	شفاف سازی اطلاعاتی	آموزش ناظر بر آمادگی و فرهنگ سازی بعد از سیل

شاخص توانمندسازی روحی و روانی

معمولاً بحران پس از وقوع، علاوه بر آسیب‌های فیزیکی، آسیب‌های روحی و روانی بسیاری را برجای می‌گذارد که شاید در نظر مسئولان و سایر مردم کم‌تر دیده شود. رسانه بهتر است برای بررسی چنین آسیب‌هایی، برنامه داشته باشد.

جدول شماره ۸. بعد آموزش ناظر بر آمادگی بعد از سیل و شاخص توانمندسازی روحی و روانی

زیرشاخص	شاخص	ایجاد
- بررسی اثرات اجتماعی بحران های طبیعی توسط جامعه شناسان - لزوم توانمندسازی روانی درکنار فیزیکی	توانمند سازی روحی و روانی	آموزش ناظر بر آمادگی و فرهنگ سازی بعد از سیل

زیرشاخص	شاخص	ابعاد
-لزوم ریشه یابی بحران توسط خبرنگاران -بحران -لزوم استفاده از گزارش گر تحقیقی -لزوم مطالبه گری به شکلی که درگیری اجتماعی و التهاب اجتماعی ایجاد نشود . -استفاده از تجربیات سمن ها در حوزه ی سیل -لزوم بی گیری وضعیت حادثه دیدگان در بعد از بحران	شناساندن علمی بحران و ابعاد آن	آموزش ناظر بر آمادگی و فرهنگ سازی بعد از سیل

موانع آموزش مواجهه با سیلاب در تلویزیون

برای آموزش های تلویزیونی مواجهه با بحران علاوه بر الزاماتی که قبلاً نام برده شد موانعی نیز وجود دارد که برخی از آنها به علت ساختارها و شیوه های مدیریت و یا رفتارهای فرهنگی خود سازمان صداوسیما مربوط می شود اما برخی دیگر از موانع از بیرون این سازمان نشاءت گرفته، بنابراین صداوسیما در آن دخیل نمی باشد . اما به دلیل اینکه دانستن این مشکلات حتی اگر به داخل سازمان مربوط نباشد ، به درک و فهم دقیق تر این مسئله و واقعی تر شدن انتظارات عمومی از سازمان صداوسیما کمک می کند لذا تصمیم گرفته شد که به معرفی موانع درون سازمان نیز پرداخته شود.

بعد درون سازمانی

بسیاری از موانع آموزشی که برسر راه آموزش های تلویزیونی قرار دارند نشاءت گرفته از درون سازمان هستند، بسیاری از آنها در اثر ضعف فرهنگی و یا مدیریتی ایجاد شده و برخی هم از کاستی در روش های اطلاع رسانی ناشی می شوند. درهرحال باآنکه همگی این موانع یک شکل و یک سمت و سو نیستند ، شناسایی و آگاهی بر آنها می تواند از گام های نخستین برای برطرف کردن ضعفها و کاستی ها باشد. این بعد شامل شاخصه ها و زیرشاخص های متعددی است که در زیر به معرفی آنها می پردازیم.

جدول ۹. موانع درون سازمانی و شاخص اطلاع رسانی فعال

زیرشاخص	شاخص	ابعاد
<p>هشداردهی باید با رویکرد مخاطب فعال صورت بگیرد .</p> <p>پس از گذشت مدت زمان اندکی از وقوع بحران ، بیشتر پی گیری های رسانه اصلی در منطقه آسیب دیده به شکل تلفنی است که اثربخشی کمی دارد.</p> <p>تلویزیون فقط واکنشگر است و نگاه منفعلانه دارد .</p>	اطلاع رسانی فعال	درون سازمانی

شاخص آموزش اثربخش

جدول ۱۰. موانع درون سازمانی و شاخص آموزش اثربخش

زیرشاخص	شاخص	ابعاد
<p>لزوم توجه و کارشناسی کامل برصحيح و کاربردی بودن آموزش های تلویزیونی</p> <p>نیاز به آموزش خیرنگاران ما در حوزه ی عملی و نه نظریه ها</p>	آموزش اثربخش	درون سازمانی

شاخص فرهنگی

متأسفانه موانع بسیاری بر سر آموزش دهی در امر بحران وجود دارد که ریشه در مسائل فرهنگی دارد در اینجا برخی از این زیرشاخه های فرهنگی را به تفصیل معرفی می کنیم.

جدول ۱۱. موانع درون سازمانی و شاخص فرهنگی

زیر شاخص	شاخص	ابعاد
وجود فرهنگ دیکتاتوری و مدیر محوری در صداوسیما حاکمیت دیدگاه خشکسالی مانع از توجه به مسائل بحران سیل شد . عدم یاور مدیران صدا و سیما به توانمندی رسانه برای آموزش عدم یاور مدیران صدا و سیما و مسئولان کشور به اهمیت بحران های طبیعی . نقد پذیر نبودن مدیران و مسئولان رسانه نگاه تلویزیون به بحران بیشتر به شکل خبری است توجه بیش از حد به عنصر شهرت و پوشش مسئولان در رسانه ی ملی	قنری و فرهنگی	۱ درون سازمانی

شاخص مدیریتی

این شاخص به بررسی موانعی می پردازد که ریشه در نوع مدیریت این سازمان دارند . این موانع شامل موارد زیر می باشد .

۱- محافظه کار بودن و خودسانسوری نیروهای صداوسیما به دلیل عدم امنیت شغلی به دلیل نبود امنیت شغلی در صداوسیما وجو شدید امنیتی در آن ، اکثر نیروهای این سازمان به محافظه کاری و خودسانسوری روی آورده اند که این خود مانع از بروز خلاقیت در رسانه می شود .

۲- تعطیلی برخی بخش های خبری مثل ۲۰/۳۰ در روزهای ابتدایی نوروز .

۳- متمرکز شدن رسانه ی ملی بر سیما در زمان بحران ، در حالی که رادیو رسانه ی شرایط بحران است .

رادیو به عنوان رسانه ی شرایط بحران شناخته می شود چراکه در زمان بحران و در هنگامی که کل سیستم های ارتباطی از جمله برق و اینترنت و حتی تلفن و سایر زیرساخت ها از بین رفته این رسانه همچنان می تواند فعال باشد .

۴- پرداختن زیاد و غیر کارشناسانه ی رسانه به بحران ، در برخی مواقع باعث گسترده شدن ابعاد بحران می شود .

در برخی موارد به گفته‌ی برخی کارشناسان این حوزه اگر رسانه ، بعد از وقوع یک حادثه به‌طور غیر کارشناسی و زیادتر از آنچه لازم است به آن حادثه بپردازد باعث تشدید یک حادثه از سطح وقوع خود و گسترده شدن ابعاد آن بحران می‌شود و ارسال بیش از حد منابع و کمک‌ها باعث هدررفت بسیاری از منابع می‌گردد.

۵- سرگرمی محور بودن تلویزیون ایران باعث عملکرد ضعیف آن در بحث آموزش می‌شود .

تلویزیونی که به هدف سرگرمی برنامه‌ریزی شده است به‌سختی می‌تواند در بحث آموزش و مباحث جدی دخیل کرده و عملکرد قابل قبولی را از خود برجای بگذارد.

بعد برون سازمانی

در این بعد کلیه‌ی موانعی موردبررسی قرارگرفته است که مربوط به ارگان‌ها و سازمان‌های خارج از صداوسیما می‌باشند اما به نحوی بر امورات صداوسیما تأثیر می‌گذارد. شاخص‌های موردنظر در این بعد چنین است.

شاخص عدم استقلال

این شاخص به بررسی این واقعیت می‌پردازد که سازمان صداوسیما در واقع خود سازمان چندان مستقلی نمی‌باشد و از سوی حاکمیت سیاست‌گذاری می‌شود. بنابراین برخی از موانعی که در صداوسیما وجود دارد کاملاً بیرونی است و مدیران و مسئولان داخلی آن نمی‌توانند نقش مهمی در برطرف شدن آن‌ها داشته باشند.

۱- حاکمیتی بودن نقش تلویزیون در ایران به‌جای نقش تلویزیون عمومی از آنجاکه صداوسیما از سوی حاکمیت سیاست‌گذاری می‌شود پس معیارها و بایدها و نبایدهای حاکمیت را اجرا می‌کند . این سازمان علاوه بر این که در ظاهر به عنوان نهاد مردمی محسوب می‌شود اما استقلال چندان نداشته و کم تر به بیان و نشان دادن افکار و عقاید مردم عامی می‌پردازد.

۲- عدم ورود صداوسیما به مسائل بحران درموردی برمی‌گردد به زیرسوال رفتن مدیران و مسئولان

به گفته ی برخی از مصاحبه شونده گان صداوسیما درموردی ناگزیراست که سکوت کند چراکه در صورتی که بخواهد در برخی مسائل حوزه ی بحران ورود کند ،برخی از مسئولان رده بالا زیر سؤال رفته و صداوسیما استقلال، اختیار و قدرت این را ندارد که چنین مواردی را زیرسؤال ببرد.

شاخص سلب اعتماد

این شاخص یکی از دلایل مهم در پذیرش و حرف شنوی مردم از رسانه یا مسئولان دارد. در صورتی که مردم به دولت مردان اعتماد داشته باشند حرف آنان را می پذیرند اما در غیر این صورت حرف دولت مردان و به تبع آن حرف رسانه را نخواهند پذیرفت. به نظر می رسد که اعتماد عمومی در کشور ما نسبت به گذشته کاهش یافته است.

جدول ۱۲. موانع برون سازمانی و شاخص سلب اعتماد

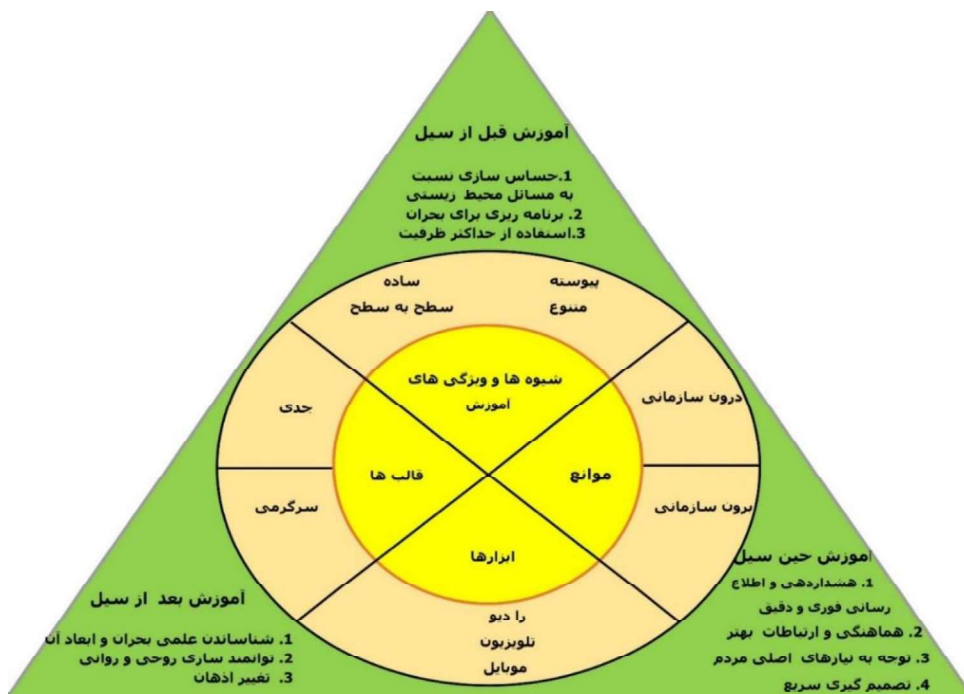
زیر شاخص	شاخص	ابعاد
حی اعتمادی مردم به رسانه - وجود برخی شبکه های ماهواره ای وقضای مجازی که دیدنی را در جامعه ترویج میکنند. - کاهش اعتماد اجتماعی به ویژه در نواحی مرزی ایران	سلب اعتماد عمومی	برون سازمانی

-الگوی مثلثی شکل مدیریت بحران (سیلاب)

یکی از اهداف این پژوهش طراحی مدلی برای شناسایی هرچه بهتر شیوه های آموزشی مواجهه با سیل در تلویزیون است . تا بتوان الگویی مناسب را برای آموزش مواجهه با سیلاب در رسانه ارائه داد.

مدل زیر بر اساس کدگذاری و گروه‌بندی حاصل از داده‌های ناشی از ۲۰ مصاحبه‌ی عمیق با نخبگان این حوزه به روش تحلیل محتوا ارائه شده است. نتیجه‌ی گروه‌بندی کدها، بدست آوردن کارکردها و روش‌های ناظر بر آموزش تلویزیونی و همچنین موانع درون و برون‌سازمانی، قالب‌های مناسب برای آموزش و ابزارهای آموزشی مناسب برای ایجاد آمادگی عمومی در برابر سیلاب می‌باشد.

با ترکیب مجموعه مفاهیم یادشده و بررسی ادبیات نظری ومدل‌های قبلی یادشده در این حوزه مدل زیر پیشنهاد می‌گردد. در این مدل سعی کرده‌ایم به ارائه‌ی شاخصه‌های اصلی ومهم‌تر هر بعد پردازیم:



شکل ۱. مدل مثلثی پیشنهادی پژوهشگر برای مدیریت بحران سیل در تلویزیون

در این الگو، در بعد آموزش های پیش از سیل، حساس سازی مردم نسبت به مسائل محیط زیستی و بحران های مربوط به آن از اهمیت بسیاری برخوردار است. همچنین دو شاخص برنامه ریزی جهت آمادگی برای بحران های آتی و استفاده از حداکثر ظرفیت آموزشی تلویزیون تأثیرگذاری بیشتری دارند. در بعد آموزش های حین سیل الزاماتی که می توان به طور ویژه به آن ها اشاره کرد چنین اند:

هشداردهی و اطلاع رسانی فوری و دقیق توسط رسانه، هماهنگی ها و ارتباطات بهتر و سریع تر بین بخش های رسانه و سایر سازمان های درگیر در بحران از جمله هواشناسی، هلال احمر و ... و در درجه بعد لزوم تصمیم گیری و اقدام سریع رسانه در این بخش از اهمیت به سزایی برخوردار است.

در بعد آموزش های بعد از سیل، بررسی و شناساندن دقیق ابعاد و دامنه های بحران و دلایل وقوع آن می تواند در کاهش خسارات ناشی از سیلاب های آتی و ایجاد آمادگی قبلی در مردم مثر باشد. لزوم توانمندسازی روحی و روانی مردم به منظور کاهش آلام حادثه دیدگان و تغییر اذهان به جهت انتقال و القای افکار پیشگیری از خطر به جامعه از مهم ترین شاخصه های این ابعاد می باشد که در مدل زیر به نمایش گذاشته شده است.

نتیجه گیری

برنامه ریزی برای پیش گیری و کاهش اثرات بحران های طبیعی بسیار مؤثر بوده است و جوامعی که تا به امروز برای این هدف کوشیده اند، در کاستن از خسارات ناشی از بحران موفق بوده اند. یکی از روش های مورد استفاده در جلوگیری و یا کاهش اثرات بحران های طبیعی استفاده از آموزش های توانمندساز هست. مردم را به طرق مختلفی می توان با این آموزش ها آشنا کرد. رادیو و تلویزیون عمومی می تواند یکی از مقرون به صرفه ترین و در دسترس ترین این روش ها باشد.

مسئله اصلی نگارنده این بود که چگونه می توان از طریق تلویزیون که رسانه ای در دسترس است. مردم را نسبت به خطرات حوادث طبیعی حساس کرده و آن ها را برای کسب آمادگی بیشتر در مواجهه با بحران سیل آموزش داد تا بتوانند با شبیه سازی آنچه در تلویزیون می بینند وضعیت سلامتی و مایملک خود را بهتر مدیریت کنند.

نگارنده درصدد بود تا بتواند با یافتن بهترین روش‌های آموزش از طریق تلویزیون به الگوی مناسبی برای آمادگی مواجهه با سیل دست یابد و موانع را شناسایی کرده و بهترین شیوه‌ها و قالب‌های آموزشی را بیابد. با توجه به کیفی بودن پژوهش و عدم نیاز به چارچوب نظری مشخص، پژوهشگر بازم کوشید که این مسئله را از منظر رویکردها و نظریات مطرح رسانه و بحران ببیند و قابلیت اعتماد داده‌هایش را بسنجد.

این تحقیق به منظور شناختن شیوه‌های مواجهه با سیل در تلویزیون انجام شده- است. در جریان این پژوهش به یافته‌هایی اعم از ۵ بعد، چهار جدول مجزا، ۲۵ شاخص و ۱۰۵ زیرشاخص دست یافتیم که نتایج حاصل از یافته‌ها برای فهم آسان‌تر به طور مجزا بر اساس ابعاد شرح داده می‌شود.

در بعد آموزش فرهنگ‌ساز حساس‌سازی و اهمیت به منابع طبیعی و مسائل زیست‌محیطی از مواردی بود که چندان در دستور کار صداوسیما قرار نداشت و به قول برخی کارشناسان تجربه مند در صداوسیما «سردبیران رسانه این‌گونه مسائل و خبرها را کالای لوکس می‌دانند و معمولاً در دستور کار خود قرار نمی‌دهند».

تاکنون پژوهش‌های بسیاری به لزوم آموزش فرهنگ ساز از طریق تلویزیون برای بالا بردن سطح دانش عمومی پرداخته‌اند با این تفاوت که در اکثر پژوهش‌های انجام‌شده به شکل و چگونگی ارائه‌ی آموزش‌ها پرداخته نشده است در تحقیق حاضر جزئیات و اشکال و روش‌های آموزش به تفصیل آورده شده است. ایرجی (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان رسانه و مدیریت گذر از بحران به لزوم ارائه‌ی آموزش‌های فرهنگ‌ساز برای مخاطبان و گروه‌های هدف توجه داشته است.

لزوم اطلاع‌رسانی صحیح قبل از بحران‌های قابل پیش‌بینی‌ای مثل سیل می‌تواند تلفات ناشی از حادثه را به طرز چشم‌گیری کاهش بدهد به شرط آن که رادیو و تلویزیون بتوانند از طریق پوشش خبری گسترده‌ی خود باعث شوند که مردم به این مسئله فکر کنند و آن را مهم بدانند. رسانه‌ها می‌توانند در قالب گزارش‌های خبری، به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای اهمیت موضوع‌های مهم را تعیین کنند.

بیشتر تحقیقات قبلی به لزوم اطلاع‌رسانی صحیح تأکید کرده‌اند و آن را به‌عنوان مهم‌ترین رکن آمادگی قبل از سیل یا به‌طور کلی تر، بحران برشمرده‌اند. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش‌های خجسته (۱۳۸۴)، رشیدی و همکاران (۱۳۹۳) همسو بوده است.

برنامه‌ریزی کلان به‌منظور آموزش روش‌های مقابله و کاهش سیل، از شاخص‌های دیگری است که در این بعد مطرح می‌شود. بهتر است که برنامه‌ریزی برای چگونگی و نحوه‌ی این آموزش‌ها از سنین پایین شروع شود و برای تمامی سنین گسترش یابد. در شاخص پیش‌نیازهای آموزشی بر لزوم برگزاری دوره‌های تجربه‌آموزی مداوم و به‌روز برای تربیت خبرنگاران حوزه‌ی بحران تأکید شده است. چراکه اطلاعات خبرنگاران و دست‌اندرکاران این حوزه باید به‌روز باشد. دکتر. آر. کی. دیو (۲۰۱۸) در پژوهشی که پیرامون رسانه و پاسخ‌های اضطراری در کلکته انجام داد به تأثیرگذاری تمرین و آموزش تخصصی برای سازمان رسانه‌ای و خبرنگاران در ایجاد آمادگی برای رفتار درست در حین بحران اشاره کرده‌است.

از زیر شاخص‌هایی که در این حوزه جای بحث دارد لزوم انتقال دید و نگاهی منصفانه در مورد بحران و حل مسئله‌ی بحران توسط دولت است. برخی از روش‌های همدردی رسانه‌ها با مردم در جریان حوادث طبیعی نادرست و تنها بر پایه‌ی احساسات بوده و باعث ایجاد دید و نگاهی غیرمنطقی در مردم می‌شود به‌گونه‌ای که به مخاطب القا می‌شود که دولت مسئول جبران تمام خسارات می‌باشد و نقش مردم را در رعایت مسائل ایمنی و پیش‌گیری کاملاً سلب می‌کند. در بسیاری از موارد عدم رعایت مسائل ایمنی و سهل‌انگاری باعث وقوع خسارات گردیده است اما رسانه و برخی از مسئولین در سفر به مناطق بحران‌زده، برای دلگرم کردن و خوشحال کردن لحظه‌ای مردم وعده‌های نا به‌جایی را مطرح می‌کنند، که جبران آن‌ها از عهده‌ی دولت خارج است، و باعث ایجاد فضای بی‌اعتمادی و نارضایتی در جامعه می‌شود. رسانه در پاره‌ای موارد باید هوشمندانه‌تر عمل کرده و این چنین اظهاراتی را زیاد پخش نکند یا اینکه سعی در انعکاس دید و نگاهی منطقی در بین مردم در مورد بحران، شرایط بحران و خسارات ناشی از آن شود.

- از ملزومات مهم دیگر این بعد اهمیت به بیان واضح‌تر و شفاف‌تر اصطلاحات هواشناسی است به گونه‌ای که فهم عامیانه‌تری داشته باشد. هواشناسی در صورتی می‌تواند مردم را نسبت به رویدادهای طبیعی پیش رو حساس نماید که نوع ادبیات هشدارها تغییر کند. نتایج تحقیقات گزارش ملی سیلاب‌ها (۱۳۹۸) بخش دوم مؤید اظهارات فوق است.

با توجه به تجزیه و تحلیل یافته‌ها، در مرحله پس از بحران، به نظر می‌رسد کارکرد تحلیل‌گری به دلیل فزونی تأثیراتش بر سایر کارکردها مهم‌ترین کارکرد رسانه پس از حادثه محسوب می‌شود. بر اساس این کارکرد، رسانه‌ها به تحلیل و ارزشیابی عملکرد مدیریت بحران می‌پردازند و می‌توانند نقاط قوت و ضعف‌های مدیریت بحران را تحلیل کرده و نقد کنند، و از تجربیات و درس آموخته‌های به دست آمده برای استفاده در بحران‌های احتمالی آینده استفاده کنند. صحرایی و اسلامی (۱۳۹۷) در پژوهشی که به منظور بررسی نقش رسانه‌های ارتباط جمعی در توسعه مدیریت بحران انجام دادند کارکردهای پاسخ-طلبی و مطالبه‌گری، آرامش بخشی و تحلیل‌گری را برای مرحله‌ی بعد از بحران به دست آوردند که دو کارکرد مطالبه‌گری و تحلیل‌گری در نتایج پژوهش حاضر نیز به دست آمد.

در بعد شاخص شناساندن علمی بحران و ابعاد آن باید بیان کرد که؛ بحران‌ها ابعاد وزوایی گوناگونی دارند. رسانه‌ها باید بتوانند به‌طور علمی، به شناساندن ابعاد و زوایای مختلف بحران‌ها در سطح مناطق مختلف بپردازند، این خود مستلزم دانستن موقعیت دقیق جغرافیای هر منطقه و عوارض طبیعی مربوط به آن است. این مرحله از فعالیت با حضور کارشناسان و با استفاده از تلویزیون محلی هر منطقه قابل انجام است. یافته‌های ما در این بخش نتایج پژوهش صلواتیان (۱۳۹۶) را تأیید می‌کند.

بعد موانع آموزش مواجهه با سیلاب در تلویزیون به این پرسش تحقیق پاسخ می‌دهد که تلویزیون در مسیر آموزش و فرهنگ‌سازی با چه موانعی روبه‌روست. موانع درون‌سازمانی و هشداردهی باید با رویکرد مخاطب فعال صورت بگیرد. برحسب آنکه رسانه چگونه مخاطبانش را می‌بیند و یا به عبارتی به کدام نظریه‌ی ارتباطی معتقد است. عملکردش در انتشار اخبار و محتوا نسبت به بحران متفاوت خواهد بود. روش‌دندل ارتباطی و صلواتیان (۱۳۸۹) در بیان پژوهشی تحت‌عنوان طراحی مدل نقش رسانه‌های جمعی در مدیریت مرحله‌ی پیش از بحران به لزوم در نظر گرفتن مخاطب تحت‌عنوان مخاطب فعال، به‌عنوان یکی از کارکردهای اطلاع‌رسانی تلویزیون اشاره کرده‌اند.

در شاخص اطلاع‌رسانی دقیق به‌زیر شاخص ارجعیت اطلاع‌رسانی نسبت به مصلحت‌اندیشی اشاره می‌شود.

در صورتی که رسانه به بهانه‌ی مصلحت‌اندیشی از دادن اطلاعات صحیح و دقیق در مورد اخبار بحران‌های ملی بپرهیزد، باعث عقب افتادن رسانه از سایر رقبای رسانه‌ای شده و اخبار و اطلاع‌رسانیش کمتر برای مردم مرجع قرار می‌گیرد. چراکه گستردگی رسانه‌ها در عصر امروز مانع از تک‌صدایی در جامعه می‌شود.

در شاخص آموزش اثربخش و زیرشاخص نیاز به آموزش مدیران در حوزه‌ی عملی و نه نظریه‌ها به این نتیجه رسیدیم که بیشتر مدیران و اغلب خبرنگاران از دانش نظری خوبی در رابطه با بحران بهره‌مند هستند اما همین‌ها دانش عملی کم‌تری را در این زمینه دارند. ضعف دانش عملی در این حوزه مشهود است. در تحقیقات پاریسی‌زاده و پیش‌نمازی (۱۳۹۶) نیز بر این ضعف اشاره شده است.

-شاخص کارکردی

-ترس از، از دست دادن مخاطبان مانع ورود جدی تلویزیون به عرصه‌ی بحران می‌شود.

متأسفانه یکی از دلایلی که مدیران صداوسیما برنامه‌های آموزشی را در دستور کار رسانه‌ی خود قرار نمی‌دهند این است که بر این باوراند که تلویزیون فقط وظیفه‌ی سرگرم‌کنندگی دارد و در صورتی که بخواهد وارد بعد آموزش بشود مخاطبان خودش را از دست می‌دهد. این در حالی است که قانون خط‌مشی کلی و اصول برنامه‌های سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران در ماده‌ی پنجم خود چنین می‌گوید:

«صداوسیما باید به‌مثابه یک دانشگاه عمومی به گسترش آگاهی و رشد جامعه در زمینه‌های گوناگون مکتبی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و نظامی کمک نماید.» بنابراین صداوسیما وظیفه دارد که طبق قانون، آموزش عمومی را از جمله‌ی وظایفش قرار بدهد.

-شاخص فکری، فرهنگی

-حاکمیت دیدگاه خشک‌سالی مانع از توجه جدی به مسئله‌ی بحران سیل شد.

به دلیل خشک‌سالی‌های متعددی که در سال‌های گذشته در ایران اتفاق افتاده - بود، بیشتر دیدگاه مردم و مسئولان به سمت پارادایم خشک‌سالی بود. این مسئله باعث شد که مسئولان، رسانه و مردم، سیل را جدی نگیرند و برای آن برنامه‌ریزی نکنند. تحقیقات هیات ملی سیلاب‌ها، قسمت دوم (۱۳۹۸) مؤید این مسئله است.

-باور نداشتن مدیران صداوسیما و مسئولان کشور به اهمیت بحران‌های طبیعی در پژوهش پیش رو دریافتیم که بسیاری از مدیران رسانه و به طبع آن مدیران کشور، بحران‌های طبیعی را چندان بااهمیت نمی‌شمارند. بیشتر این افراد نگاهشان سیاسی است و تنها مسائل سیاسی را دارای اهمیت می‌دانند، غافل از این مسئله، در صورتی که به بحران‌های طبیعی و اجتماعی به‌موقع توجه نشود منجر به بحران‌های سیاسی می‌شود. بنابراین لزومی به آموزش و برنامه‌ریزی گسترده برای رویارویی با این‌گونه بحران‌ها نمی‌بینند. برنامه‌ریزی‌های موجود بیشتر به مرحله‌ی حین بحران متمرکزند. نتایج تحقیقات پارس‌ی زاده و پیش‌نمازی (۱۳۹۶) این مسئله را تأیید می‌کند.

در بعد شاخص مدیریتی؛ طبق تحقیقات و مصاحبه‌هایی که صورت گرفت متوجه شدیم که در سازمان صداوسیما جو امنیتی و خفقان بسیاری وجود دارد، افراد امنیت شغلی چندانی نداشته و در صورتی که نظراتشان با نظرات مدیران اصلی سازمان مغایرت چندانی داشته باشد خطر اخراج برای آن‌ها وجود دارد. یکی از دلایلی که می‌تواند منجر به خودسانسوری و عدم بروز خلاقیت در سازمان صداوسیما شود این مسئله می‌باشد.

بعد برون‌سازمانی؛ این شاخص به معرفی مشکلات و موانعی می‌پردازد که در خارج از صداوسیما وجود دارد اما بر کار صداوسیما در امر آموزش بحران و اطلاع‌رسانی تأثیر فراوانی می‌گذارد.

رسانه‌ها تا هنگام بحران دارای نقش‌ها و کارکردهای مشابهی هستند. هرچند توانایی انجام این نقش‌ها در رسانه‌های مختلف متفاوت است. مثلاً در مرحله‌ی قبل از بحران، تلویزیون به دلیل تصاویر گسترده و متعدد، قدرت آموزش دهی بسیار بالایی دارد. طبق تحقیقات جیرارد^۱ سال (۲۰۰۳) و جولیان تراپلی و رایلی (۲۰۱۷) رادیوهای محلی می‌توانند در اطلاع‌رسانی‌های محلی مؤثرتر عمل کنند. چراکه نام بردن از مکان‌ها و افراد آشنا برای مخاطبان از نقاط کمتر شناخته شده تأثیرگذارتر است.

بنابراین رسانه‌ی ملی بایستی سعی کند از ظرفیت رادیو‌ها به‌ویژه رادیوهای محلی در زمان حادثه به منظور مدیریت بهتر حوادث و اطلاع‌رسانی سریع و منطقه‌ای استفاده‌ی بهتری بنماید.

¹ Girard

منابع

- ایرجی ، مریم. (۱۳۹۷). رسانه و مدیریت گذر از بحران . یازدهمین کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت و هفتمین کنفرانس کارآفرینی و نوآوری های باز.
- باریکانی ، الهام، و بختیاری، آتوسا. (۱۳۹۸). تجارب جهانی در زمینه مدیریت و کاهش مخاطره سیلاب‌ها. تهران: موسسه ی پژوهش های برنامه ریزی ،اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی.
- پژوهشگاه بین المللی زلزله شناسی . (۱۳۹۸). زمین لرزه و سونامی ۶ دی ۱۳۸۳. تهران: پژوهشگاه بین المللی زلزله شناسی و مهندسی زلزله.بازیابی شده از iees.ac.ir.
- حسین پور تهرانی، مینا، و کهلیکه ، کریستین. (۱۳۹۶). تاثیر تجارب متعدد سیل‌های در میزان حس مسئولیت پذیری مردم در انجام اقدامات پیشگیرانه سیل. پنجمین کنفرانس جامع مدیریت و مهندسی سیلاب.
- درودی، هما، و سپهری فر، حسن. (۱۳۹۸). ارزیابی مدیریت بحران در ایران برمبنای مدل لیتل جان با بررسی موردی (سیل فروردین ۱۳۹۸ لرستان -مازندران وزلزله ی آبان ۱۳۹۶ کرمانشاه). فصلنامه دانش پیشگیری و مدیریت بحران.
- دلشاد، وحید، و برقی شیرازی ، فهیمه. (۱۳۹۸). مروری بر نقش رسانه ها در مدیریت خطر حوادث وبلايا . نهمین کنگره ی بین المللی سلامت در حوادث وبلايا.
- رابینز، استیفن. (۱۳۹۸) چاپ چهل و پنجم). مبانی رفتار سازمانی. تهران: دفتر پژوهش های فرهنگی
- روشندل اربطانی ، طاهر، و صلواتیان ، سیاوش. (۱۳۸۹). طراحی مدل نقش رسانه‌های جمعی در مدیریت مرحله پیش از بحران. فصلنامه علوم مدیریت ایران،صفحات ۸۹-۱۱۱.
- سازمان مدیریت بحران کشور. (۱۳۹۸). گزارش میزان بارش ،تشریح حادثه سیلاب‌ها به تفکیک استان‌ها در پاسخ به درخواست ویژه ی هیئت ویژه ی گزارش ملی سیلاب‌ها . ۱۳۹۸: هیئت ویژه ی گزارش سیلاب‌ها .
- شریفی،سید مهدی ،،وشیما نعمت‌الله‌زاده و سمیه لبافی.(۱۳۹۷). "الزامات بکارگیری رسانه‌های اجتماعی در مدیریت بحران پزشکی. فصلنامه دانش پیشگیری و مدیریت بحران، دوره ۸، شماره ۴، ۳۸۷-۴۰۰.

- صحرایی، فاطمه، و اسلامی، حسین. (۱۳۹۷). نقش رسانه های ارتباط جمعی در توسعه مدیریت بحران (با رویکرد زلزله آبان ماه استان کرمانشاه). چهارمین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت، شماره ۷.
- قنبری، سعید. (۱۳۹۷). الگوی سنجش تاب آوری خبرگزاری های ایران در بلایای طبیعی پایان نامه کارشناسی ارشد. تهران، ایران: دانشگاه علامه طباطبایی- مدیریت رسانه .
- مستأجران، سعید. (۱۳۹۷). راهکارهای عملیاتی رسانه ملی برای مواجهه با شبکه های اجتماعی در مدیریت بحرانهای اجتماعی. پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، تهران.

- **References**

- Becker, J., Paton, D., Johnston, D., Ronan, K., & McClure, J. (2017). The role of prior experience in informing and motivating earthquake preparedness. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 179-193. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2017.03.006>
- Bundy, J., Pfarrer, M., Short, C.E., & Coombs, T.W. (2017). Crises and Crisis Management: Integration, Interpretation, AND Research Development. *Journal of Management*, 43(6), 1661-1692. <https://doi.org/10.1177/0149206316680030>
- Deborah, A., Michela, A., & Anna, C. (2019). How To Quantify Social Media Influencers: An Empirical Application At The Teatro Alla Scala. *Heliyon*, 5(5), 36-77. [10.1016/j.heliyon.2019.e01677](https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01677)
- Kankanamge, N., Yigitcanlara, T., Goonetilleke, A., & Kamruzzaman, M. (2020). Determining disaster severity through social media analysis: Testing the methodology with South East Queensland Flood tweets. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2019.101360>
- Muniz-Rodriguez, K., Sylvia, K., & Lauren, C. (2020). Social Media Use in Emergency Response to Natural Disasters: A Systematic Review With a Public Health Perspective. online by combridge university press, 139-149. DOI: <https://doi.org/10.1017/dmp.2020.3>
- Rohner, F., & Goldberg, P. (2020). Social Media In Disaster Risk Reduction and Crisis Management. *Science and Engineering Ethics*, 20(3), 717-733. DOI: [10.1007/s11948-013-9502-z](https://doi.org/10.1007/s11948-013-9502-z)
- Saroj, A., & Sukomal, P. (2020). Use Of Social Media in Crisis Management: A Survey *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 13(41), 218-239. <https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2020.101584>

- Zheng, B., Gongbing, B., Liu, H., & Lowry, P.B. (2020). Corporate Crisis Management on Social Media: A Morality Violations Perspective.Heliyon,-6(19),35-44.
- <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04435>
- Wenting ,X.(2019).Discussion on Strategies of Crisis Management in University Under the Background Of Social Media. science Journal of Education, 14-18.
- [doi:10.11648/i.siedu.20190701.13](https://doi.org/10.11648/i.siedu.20190701.13)