

## شناسایی الزامات آموزش چگونگی مواجهه با زلزله توسط شبکه‌های تلویزیونی صداوسیما

سیاوش صلواتیان

استادیار گروه مدیریت رسانه، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما

فاطمه‌سادات مولا زاهدی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه علامه طباطبائی

سعید قنبری\*

دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه علامه طباطبائی

(تاریخ دریافت ۱۳۹۷/۷/۱۷ - تاریخ پذیرش ۱۳۹۷/۹/۲۰)

### چکیده

زلزله از بلاای طبیعی مخرب محسوب می‌شود که در ایران تا کنون آسیب‌های مالی و جانی فراوانی را بر جای گذاشته است. این موضوع، ضرورت پرداختن به آموزش عمومی برای آمادگی در مقابل زلزله را نشان می‌دهد. یکی از راه‌های ارائه آموزش عمومی، استفاده از تلویزیون است، اما باید نقش‌ها و الزامات تلویزیون برای ارائه این آموزش‌ها تبیین شود. این تحقیق با هدف احصای چنین نقش‌ها و الزاماتی با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی انجام گرفت. در این پژوهش با ۱۶ کارشناس که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند، مصاحبه عمیق انجام پذیرفت و کدگذاری باز و محوری مصاحبه‌ها با نرم‌افزار MaxQDA2018 صورت گرفت. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که تلویزیون باید کارکردهای آموزشی خود را ناظر بر مراحل «قبل از وقوع بحران»، «هنگام وقوع بحران» و «پس از وقوع بحران» ارائه دهد و در ضمن باید این آموزش‌ها را در قالب‌های «مستقیم و جدی» و «غیرمستقیم و سرگرمی‌محور» ارائه کند. همچنین تلویزیون برای ایفای نقش آموزشی خود باید با استفاده از ظرفیت‌های «فنی و محتوایی»، «فرهنگی» و «سازمانی و بین‌سازمانی»، بر موانع «درون‌سازمانی» و «بیرون‌سازمانی» غلبه کند و با برآوردن الزامات در چهار بُعد «هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی»، «مخاطب‌شناسی و نیازسنجی»، «سازمانی» و «محتوایی» نقش خود را در ارائه آموزش‌های مواجهه با زلزله به‌منظور ایجاد آمادگی عمومی ایفا کند.

**واژه‌های کلیدی:** آمادگی عمومی، آموزش، بحران، تلویزیون، زلزله، صداوسیما.

## مقدمه

زلزله از بلایای طبیعی مخرب محسوب می‌شود و عبارت است از حرکت و ارتعاش شدید بخشی از پوسته زمین با تمام مواد و سازه‌های روی آن در اثر حرکت چین‌خوردگی، آتشفشان یا تنش‌های موجود در پوسته زمین [۵]. زلزله چه به لحاظ روانی و چه اقتصادی به دلیل سرعت وقوع، حجم تخریب، دوره بازگشت به نسبت طولانی و دارا بودن خطرهای ثانویه در صدر بلایای طبیعی قرار گرفته است [۱۲، ۳۸: ۶]. کشور ایران از مستعدترین کشورهای زلزله‌خیز دنیا محسوب می‌شود [۱۶: ۱۰۱]. ایران با قرار گرفتن روی کمربند زلزله آلپ- هیمالیا، در طی قرون گذشته ۱۳۰ زلزله به بزرگی ۷/۵ ریشتر را تجربه کرده است [۵: ۳۱] و هم‌اکنون با وجود گسل‌های فعال و تجربه زلزله‌های یک سال گذشته در کرمانشاه، تهران، کرمان، شیراز، هرمزگان و ... وقوع زلزله‌های شدید بعید نیست. این موضوع ضرورت آمادگی و آگاهی برای مقابله با مخاطره زلزله را گوشزد می‌کند. آمادگی و آگاهی اغلب کنار یکدیگر ذکر شده‌اند [۴۶، ۳۷، ۲۵]. در واقع اگر آگاهی نباشد، آمادگی وجود نخواهد داشت، چراکه آگاهی به معنای درک ریسک است [۴۷]. درک ریسک نیز از طریق آموزش افزایش می‌یابد [۳۹]. شهروندان ساکن در ایران برای جلوگیری از تلفات مالی و انسانی زلزله باید پیش از زلزله، آگاهی‌های کافی و آموزش‌های لازم برای مقابله با آن را کسب کرده باشند، اما واقعیت آن است که در حال حاضر امکان آموزش تک‌تک افراد به صورت حضوری وجود ندارد؛ بنابراین نقش و کارکرد آموزشی رسانه‌های جمعی در این زمینه می‌تواند مفید باشد. در ادبیات مربوط به موضوع، نقش رسانه‌ها در ارتباط با مراحل مختلف یک بحران بررسی شده است [۹: ۴۷]. مدیریت بحران از سه مرحله قبل، حین و بعد از بحران تشکیل شده است که مرحله پیش از بحران یکی از مراحل مهم آن است و براساس مدل‌های موجود، رسانه‌ها نقش آموزشی در این مرحله دارند [۱۸، ۱۵، ۱۰]. در واقع رسانه‌ها در مرحله قبل از بحران که به مرحله آمادگی مشهور است، می‌توانند نقش تسهیلگر داشته باشند [۹: ۴۷]. رسانه‌های جمعی می‌توانند کارکرد بسیار مهمی در آگاهی بخشی مستمر از تهدیدهای بالقوه و دستیابی به آمادگی مؤثر برای خطرها داشته باشند تا خسارات و تخریب اموال را به حداقل برسانند [۴۴]. رسانه‌ها به عنوان ارائه‌دهندگان اطلاعات حیاتی درباره زمین‌لرزه‌ها که می‌توانند آگاهی شهروندان را افزایش دهند، شناخته می‌شوند [۵۱]. آنها می‌توانند اطلاعاتی درباره نحوه واکنش به زلزله و محافظت از خود منتشر کنند که سبب کاهش شوک یک جمعیت در طول و پس از زلزله واقعی شود [۵۰].

در بین انواع رسانه‌های جمعی، رسانه تلویزیون در کشور ما از فراگیرترین رسانه‌های جمعی محسوب می‌شود. براساس آمار ارائه شده توسط معاون سیمای سازمان صداوسیما (۱۳۹۶) تلویزیون در کشور ما ۸۷ درصد مخاطب دارد. این ظرفیت فراگیری تلویزیون صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

می‌تواند در خدمت آموزش مواجهه با مخاطره زلزله به‌عنوان یکی از خطرناک‌ترین تهدیدهای طبیعی در کشور ما قرار گیرد؛ اما اولاً موانع ایفای نقش آموزشی تلویزیون درباره زلزله در تحقیقات پیشین محققان برشمرده نشده است؛ ثانیاً نقش‌ها و کارکردهای آموزشی تلویزیون به‌صورت یکپارچه تعریف نشده است؛ و سوم اینکه، قالب‌ها و شکل‌های انتقال آموزش درباره زلزله به‌خوبی تبیین نشده است. تحقیقات زیادی درباره نقش رسانه‌های جمعی در مدیریت بحران‌ها و گستره پیش از بحران انجام گرفته است، اما هیچ‌یک از این تحقیقات به‌صورت منسجم درباره نقش آموزشی تلویزیون کار نکرده‌اند و نقش‌های ارائه‌شده به‌عنوان نقش رسانه‌های جمعی در آموزش به‌صورت پراکنده و ناقص در تحقیقات مختلف ارائه شده است. از دیگر سو موانع رسانه‌ها در تحقیقات شمرده نشده و به ابزارهای ارائه آموزش نیز توجهی نشده و الزامات پرداختن به این نقش مهم آموزشی نیز مغفول مانده است.

با توجه به این مسائل، این تحقیق در پی چهار هدف اصلی شامل شناسایی یکپارچه نقش‌ها و کارکردهای آموزشی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران برای آمادگی عمومی در برابر زلزله، بررسی موانع تلویزیون کشور در مسیر آموزش مواجهه با زلزله و نیز شناسایی مناسب‌ترین قالب‌ها و ابزارهای انتقال این آموزش و الزامات آموزش در تلویزیون نیز بوده است. دستاوردهای این تحقیق می‌تواند جهت مطلوب‌تری به فعالیت‌های آموزشی تلویزیون صداوسیما جمهوری اسلامی ایران به‌منظور مواجهه با مخاطره (زلزله) بدهد و سبب برنامه‌ریزی مناسب به‌منظور کاهش موانع ارائه این آموزش‌ها از طریق تلویزیون شود؛ بنابراین این پژوهش، نخست، به برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری صحیح‌تر تلویزیون برای ارائه آموزش‌هایی به‌منظور مواجهه با مخاطره زلزله کمک می‌کند؛ دوم، نحوه ارائه آموزش‌ها و الزامات آموزشی را مشخص می‌کند؛ سوم، به تدوین مباحث آموزشی برای ساخت برنامه‌های تلویزیونی در حوزه مخاطره (زلزله) و کاهش خسارات جانی و مالی در جامعه کمک می‌کند. عطف به مسئله تحقیق و با توجه به اینکه در تحقیقات قبلی مرور شده، توسط محققان به چگونگی و زمان ارائه آموزش برای بلایای طبیعی [۱۶] توجه شده، اما به پیوستی این آموزش‌ها توجه نشده و همچنین با توجه به اینکه در تحقیق دیگری به‌شکل ارائه مستقیم و غیرمستقیم پیام آموزشی [۱۴] تأکید شده اما قالب انتقال مناسب مورد نظر قرار نگرفته است؛ بنابراین با توجه به خلاءهای ذکر شده چهار سؤال اصلی این تحقیق شامل موارد زیر است:

۱. نقش‌های تلویزیون برای ایجاد آمادگی عمومی در برابر زلزله کدام‌اند و کارکردهای

آموزشی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران برای مواجهه با زلزله چیست؟

۲. چه موانع و ظرفیت‌هایی برای ارائه و دریافت آموزش‌های عمومی مواجهه با زلزله از

طریق تلویزیون جمهوری اسلامی ایران وجود دارد؟

۳. الزامات پرداختن به نقش آموزش عمومی مواجهه با زلزله در تلویزیون جمهوری اسلامی ایران چیست؟

۴. مناسب‌ترین قالب‌های ارائه آموزش در حوزه آمادگی عمومی مقابله با زلزله از طریق تلویزیون جمهوری اسلامی ایران چیست؟

### پیشینه تحقیق

پژوهش‌های فراوانی به نسبت بین رسانه‌ها و بحران پرداخته‌اند [۵۴، ۵۳، ۵۲، ۴۹، ۴۸، ۴۳، ۴۲، ۴۱، ۳۸، ۳۵، ۳۴، ۳۳، ۳۲، ۲۴، ۲۳]. پژوهش‌های داخلی و خارجی در حوزه رسانه و بحران، هم به نقش رسانه‌های جمعی توجه داشته‌اند و هم نقش رسانه‌های اجتماعی را در بحران‌ها بررسی کرده‌اند. از جمله این پژوهش‌ها به زبان فارسی، تحقیق صلواتیان و روش‌سندل اربطانی (۱۳۹۰) با عنوان «مدیریت رسانه‌ای بحران؛ رویکردی پیشگیرانه» است. براساس مقاله آنها، رسانه‌ها در مدیریت مرحله پیش از بحران پنج کارکرد اصلی رصد و پایش محیط، آموزش، هدایت افکار عمومی، اطلاع‌رسانی و ایجاد همبستگی عمومی دارند. رشیدی، نوری و نکوئی (۱۳۹۳) نیز در تحقیقی تلاش کرده‌اند که نیاز مخاطبان و کارکردهای رسانه در شرایط بحرانی را شناسایی و پیش‌بینی کنند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که نیازهای مخاطبان در مرحله پیش از بحران شامل نیاز به آمادگی، آگاهی و اطمینان است که کارکرد متناظر به این بخش شامل آموزش مصون‌ساز، آگاه‌سازی و دیدبانی است.

«الگوی جامع نقش رادیو و تلویزیون‌های محلی و ملی در مخاطرات طبیعی» هم خاص نقش دو رسانه رادیو و تلویزیون توسط صلواتیان (۱۳۹۵) طراحی شده است؛ در این تحقیق تأکید شده که چهار کارکرد آموزش و فرهنگ‌سازی، نظارت و مطالبه‌گری، اطلاع‌رسانی و برقراری ارتباط و جلب مشارکت عمومی و ایجاد همبستگی ملی از رسانه انتظار می‌رود. مهربان نیز (۱۳۹۳) پایان‌نامه‌ای با عنوان «مدیریت بحران زلزله احتمالی شهر تهران به کمک رسانه‌های اجتماعی» را به سرانجام رسانده است. در این تحقیق کارکردهای رسانه‌های اجتماعی در بحران شامل ۵ کارکرد «آموزش و آگاهی بخشی»، «اطلاع‌یابی و اطلاع‌رسانی»، «هدایت و رهبری»، «همبستگی و انسجام‌بخشی» و «رصد و پایش اطلاعات» شناسایی شد.

«نقش جمعی در ارتقای آموزش، آگاهی و آمادگی پایدار برای سونامی و سایر خطرهای ناشی از دریا» عنوان تحقیق پارارس-کرانیس (۲۰۱۴) به زبان انگلیسی است. او اشاره کرده که رسانه‌های جمعی می‌توانند نقش بسیار مهمی در ایجاد آگاهی مستمر از تهدیدهای بالقوه و دستیابی به آمادگی مؤثر برای سونامی و دیگر خطرهای دریایی ایفا کنند و در نتیجه خسارات آینده زندگی و

تخریب اموال را به حداقل برسانند. وی تأکید کرده که مشارکت‌های رسانه‌ای می‌تواند شامل برنامه‌های آموزشی مکرر باشد. بیکر و همکاران وی (۲۰۱۷) نیز در تحقیقی با عنوان «نقش تجربه قبلی در آگاه‌سازی و انگیزه دادن آمادگی برابر زلزله» اذعان کرده‌اند که تحقیقات گذشته نشان داده است تجارب مردم به باورهایشان در مورد اینکه آیا باید برای زلزله آماده شوند یا نه، کمک می‌کند. یافته‌های تحقیق آنان نشان می‌دهد که تجربه هفت اثر متفاوت در فرایند آمادگی دارد. این اثرها شامل ایجاد تفکر و صحبت، افزایش آگاهی و دانش، کمک به افراد برای درک پیامدهای فاجعه، توسعه باورها، توسعه آمادگی، تأثیرگذاری بر احساسات و ایجاد تعامل اجتماعی دربارهٔ مخاطره است. رومو-مورفی و وس (۲۰۱۴) پژوهشی را با عنوان «نقش رسانه‌های پخش جمعی در آموزش و پرورش آمادگی برای فاجعه: درس‌های آموخته‌شده در نشریات علمی ۲۰۱۲-۲۰۰۲» انجام داده‌اند. آنها هدف پژوهش خود را بررسی نقش رسانه‌های عمومی در آموزش و پرورش آمادگی بلافاصله در مورد بلایای طبیعی مانند زمین‌لرزه و سونامی عنوان کرده و به این نتیجه دست یافته‌اند که اطلاعات رسانه‌ای یک تسهیل‌کننده قوی برای آگاهی از بلایای طبیعی است. «نقش رسانه در کاهش خطر و مدیریت بحران» هم عنوان تحقیق راتین (۱۹۹۰) است. او تأکید کرده که تلاش‌های زیادی برای کاهش مرگ، صدمه و تلفات ملکی ناشی از بلایای طبیعی آغاز شده است و ارتباطات بخش مهمی از این تلاش‌ها را برای آموزش عمومی، هشدار زودهنگام، تخلیه و هماهنگی پس از فاجعه شامل می‌شود. وی تأکید کرده که ارتباطات جمعی به‌طور جدی با بلایای طبیعی و کاهش خطر همگام است و رسانه‌های الکترونیکی و چاپی به‌طور گسترده بر بلایای طبیعی تأثیر می‌گذارند. راتین اذعان داشته که رسانه‌ها به‌طور چشمگیری بر چگونگی و آنچه عموم مردم می‌آموزند و چگونگی بروز درک خطرهای طبیعی تأثیر می‌گذارند.

### ادبیات نظری

کاهش آسیب‌پذیری در برابر مخاطرات طبیعی از منظر دو رویکرد ساختاری و غیرساختاری بحث شده است. در رویکرد ساختاری به‌طور عمده دیدگاه متخصصان علوم طبیعی قرار دارد. این رویکرد دربرگیرنده اقدامات کالبدی و فیزیکی تعدیل‌کننده خسارات نظیر مقاوم‌سازی سازه‌ای است. در مقابل رویکرد غیرساختاری که رویکردی انسان‌گرایانه محسوب می‌شود، بر ابعاد اجتماعی نظیر آموزش، افزایش آگاهی، مشارکت اجتماعی و ... برای کاهش خسارات بلایای طبیعی تأکید می‌کند [۲۱]. جهانگیری و همکاران (۱۳۸۹) اذعان داشته که ایجاد آگاهی و آمادگی در عموم مردم از اهمیت زیادی برای مواجهه با زلزله برخوردار است. ایجاد آگاهی و آمادگی در برابر زلزله با آموزش همگانی

میسر است. آموزش همگانی یکی از عناصر کلیدی در برنامه‌های آمادگی و مقابله با زمین‌لرزه و رانش زمین است [۲۲]. در شرایط کنونی برای ارائه آموزش‌های همگانی، رسانه‌ها اعم از سنتی و نوین ابزارهای مناسب آموزشی هستند که نقش آنها برای آموزش در مورد مخاطرات طبیعی و بحران‌های طبیعی به رسمیت شناخته شده است [۴۵، ۳۲، ۱۹، ۱۸، ۱۶، ۱۴، ۱۰]. با این حال غفلت از نقش آموزشی رسانه‌ها همواره در مورد مخاطرات طبیعی دیده شده است. به‌طور کلی نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران به‌ویژه بحران‌های طبیعی در سه مرحله اساسی آموزش (پیش از بحران)، مرحله مواجهه (حین بحران) و مرحله پشتیبانی و اصلاح (پس از بحران) دیده شده است [۱۴: ۹]. ریس و همکاران (۲۰۱۷) تأکید دارند که پوشش رسانه‌ای بلایا و مخاطرات طبیعی نباید تنها معطوف به اقدامات اورژانسی باشد، چراکه این مسئله تاب‌آوری اجتماعی و آموزش جمعی را کاهش می‌دهد؛ در واقع این تأکید بدان معناست که رسانه‌ها نباید از نقش آموزشی خود در مرحله پیش از بحران غفلت کنند و تنها به نقش خبردهی و اطلاع‌رسانی در مراحل حین و پس از بحران متمرکز شوند. قصابی و زارع فرش‌بندی (۲۰۱۵) به دو نقش آموزش پیشگیری از بلایا برای شهروندان و آموزش و پرورش شهروندان برای مواجهه شدن با بلایای طبیعی در مرحله قبل از بحران از طریق رسانه‌ها تأکید دارند. راتین هم بیان می‌دارد که بخشی مهمی از آموزش از طریق این نوع رسانه‌ها قابل اجراست [۴۵] و موسوی و همکاران هم تأکید دارند افرادی که در مناطق خطرناک زندگی می‌کنند باید در مورد بلایای طبیعی و اقدامات اساسی در مورد چنین فاجعه‌هایی توسط رسانه‌های جمعی آموزش ببینند [۳۲]؛ دومینیک (۲۰۱۰) بیان داشته که در مرحله پیش از بحران کارکرد آموزشی و فرهنگ‌سازی رسانه‌ها بیشتر حائز اهمیت است و بشیر هم بر قدرت رسانه‌ها برای ارائه آموزش‌های لازم برای کاهش آثار منفی بحران تأکید کرده است [۱۷: ۴]. خجسته (۱۳۸۴) آموزش مرتبط با موضوع بحران را شامل شناساندن بحران و وضعیت‌های آن، ایجاد آمادگی در بخش‌های سازمانی و مسئولان مواجهه با بحران و چگونگی راه‌های مقابله با بحران یا کمک به آسیب‌دیدگان احتمالی دیده است. برای ارائه آموزش‌ها، در بین رسانه‌های جمعی، خجسته (۱۳۸۴) نقش تلویزیون را بسیار پررنگ عنوان کرده است. خجسته می‌نویسد: «... در این مرحله شاید تلویزیون بهترین نقش را بتواند بر عهده بگیرد. آموزش عملی رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون در لحظه بروز واقعه به مردم بسیار کمک می‌کند تا با شبیه‌سازی با آنچه در تلویزیون مشاهده کرده‌اند از خطر حادثه نجات یابند...» [۹: ۱۵]. صلواتیان و فرهنگی (۱۳۹۵) نیز تأکید کرده‌اند که در مرحله آموزش (پیش از بحران) تلویزیون به‌دلیل برخورداری از قدرت تصویر بهترین نقش را می‌تواند ایفا کند [۱۶: ۳۵].

صلواتیان (۱۳۸۹) در مدل معروف به مدل پروانه‌ای، نقش آموزشی رسانه‌های جمعی را همگام با وظیفه پیشگیری از بحران توسط رسانه‌ها مطرح کرده است. براساس مدل ارائه‌شده،

رسانه‌ها دارای سه نقش آموزش پیشگیرانه، آموزش اثربخش و آموزش فرهنگ‌سازند. وی فرهنگ‌سازی را به‌نوعی مهم‌ترین وظیفه رسانه‌ها در حوزه آموزش دانسته و تأکید کرده که رسانه‌ها باید با برنامه‌ریزی برای ارائه آموزش‌های فرهنگ‌ساز، اقدام به ایجاد فرهنگ تعادل، ظرفیت‌سازی در جامعه، تربیت مدنی مخاطبان، آموزش مشارکت‌های عمومی و ... کنند تا از این طریق زمینه‌های بروز و وقوع بحران‌های گوناگون در جامعه را بخشکانند [۱۴]. همچنین وی در خصوص آموزش پیشگیرانه (مصون‌ساز) نوشته است: «رسانه‌ها می‌توانند پیش از بحران از طریق آموزش‌های همگانی پیشگیرانه، اقدام به مصون‌سازی مخاطبان خود در برابر عوامل بحران‌زا کرده و با واکنش‌پذیری و افزایش قدرت تحلیل آنها به پیشگیری از وقوع بحران در جامعه کمک کنند». او در مورد آموزش اثربخش نیز پیشنهاد کرده که رسانه‌ها با توجه به مرجعیت آموزشی خود در جامعه، از طریق افزایش غنای آموزش، افزایش تنوع در آموزش، توجه به جذابیت در آموزش، استفاده از قالب‌های متنوع، به‌کارگیری همزمان آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم و ... اثربخشی آموزش‌های خود را برای شرایط بحران افزایش دهند [۱۴].

همچنین صلواتیان و فرهنگی (۱۳۹۵) نیازهای آموزشی‌ای را که باید از طریق صداوسیما ارائه شود براساس اعلام افراد زلزله‌زده در منطقه ارسباران و زمان ارائه آموزش به نیازهای آموزشی پیش از وقوع و نیازهای آموزشی پس از وقوع دسته‌بندی کرده‌اند. آنها در این دسته‌بندی که شرح آن در جدول ۱ آمده است، چگونگی ارائه آموزش را متناسب با زمان ارائه آموزش ارائه کرده‌اند.

جدول ۱. زمان ارائه آموزش و چگونگی آن در مورد بلایای طبیعی [۱۶]

چگونگی آموزش	زمان ارائه آموزش
مداوم آگاهی‌بخش معطوف به بلایای بالقوه محلی آرام‌بخش غفلت‌زدا	پیش از وقوع
کاربردی معطوف به نیازهای آسیب‌دیدگان مصون‌ساز در برابر بلایای آتی از طریق کارشناسان با توجه ویژه به اقلیت‌ها	پس از وقوع

با در نظر گرفتن موارد یادشده که از ادبیات موضوع رسانه و بحران استخراج شده‌اند و با توجه به موضوع تحقیق و تأکید آن بر نقش تلویزیون می‌توان گفت نقش رسانه‌های جمعی در حوزه آمادگی و آموزش مواجهه با بحران بسیار پررنگ است و تلویزیون نیز استعداد بالقوه‌ای برای ارائه این آموزش‌ها دارد. تلویزیون جمهوری اسلامی باید ظرفیت‌های بالقوه خود در آموزش مواجهه با زلزله در ایران به‌عنوان یک کشور لرزه‌خیز را به فعلیت برساند. بالفعل شدن ظرفیت‌های تلویزیون تنها با شناخت منسجم و دقیق نقش‌های آن برای ارائه آموزش‌های مواجهه با زلزله ممکن است که این تحقیق در پی شناخت آن و تحقق این هدف است.

### روش تحقیق

برای انتخاب روش تحقیق مناسب از میان روش‌های موجود، ابتدا پژوهشگر باید موضوع پژوهش را که برای تحقیق خود متصور است، مشخص کند، زیرا هنگامی می‌توان در مورد روش بررسی و اجرای یک پژوهش تصمیم گرفت که ماهیت موضوع پژوهش، هدف‌ها و نیز وسعت دامنه آن مشخص باشد؛ پژوهش حاضر از حیث هدف اکتشافی و از حیث نوع، کاربردی محسوب می‌شود. پژوهش کاربردی پژوهشی است که به‌منظور بهبود [۳: ۷۳] و به کمال رساندن رفتارها، روش‌ها، ابزارها، وسایل، تولیدات، ساختارها و الگوهای مورد استفاده جوامع انسانی انجام می‌گیرد. همچنین این پژوهش در قالب رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی انجام گرفته است. تحلیل محتوا یک فن پژوهشی برای ربط دادن داده‌ها به مضمون آن به‌گونه‌ای معتبر و تکرارپذیر است [۴۰]. هدف تحلیل محتوا، فراهم کردن دانش و درک پدیده تحت بررسی است [۲۹]. در این پژوهش، تحلیل محتوای کیفی به‌عنوان یک روش تحقیق برای تفسیر ذهنی محتوای داده‌های متنی از طریق فرایند طبقه‌بندی نظام‌مند کدگذاری و شناسایی موضوعات و الگوها، تعریف شده است [۳۶]. سه مرحله آمادگی، سازماندهی و گزارش در تحلیل محتوای کیفی و اعم تحقیقات کیفی از هم تفکیک می‌شود [۳۰]؛ فرایند اجرای این سه مرحله در تحلیل محتوای کیفی مبتنی بر هفت گام است: ۱. تنظیم پرسش‌های تحقیق؛ ۲. برگزیدن نمونه مورد نظر تحلیل؛ ۳. مشخص کردن رویکرد تحلیل محتوایی؛ ۴. طرح‌ریزی فرایند رمزگذاری؛ ۵. اجرای فرایند رمزگذاری؛ ۶. تعیین اعتبار و پایایی؛ ۷. تحلیل نتایج حاصل از فرایند رمزگذاری (کابد) [۲].

در این پژوهش نیز مبتنی بر این هفت گام عمل شد. بدین ترتیب که با هماهنگی استادان و متناظر با چهار سؤال اصلی تحقیق، سؤال‌های زیر آماده شد: به نظر شما تلویزیون برای آموزش مواجهه با زلزله باید به چه موضوعاتی بپردازد؟؛ به نظر شما تلویزیون برای ارائه این آموزش‌ها با چه موانعی روبه‌روست؟؛ به نظر شما نقش‌های تلویزیون برای ایجاد آمادگی در مواجهه با زلزله چیست؟؛



به نظر شما برای ارائه آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم از چه قالب‌هایی می‌توان بهره برد؟؛ به نظر شما ظرفیت‌هایی که تلویزیون برای ارائه آموزش‌های مواجهه با بحران زلزله دارد، چیست؟؛ ظرفیت‌های تلویزیون برای ارائه آموزش مؤثر و کارا کدام است؟ البته به دلیل ساختار نیافته بودن مصاحبه، سؤال‌های دیگری به اقتضای جریان مصاحبه نیز از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شد. سپس باید از میان جمعیت هدف تحقیق نمونه مناسب انتخاب می‌شد. جمعیت هدف تحقیق شامل استادان حوزه رسانه و بحران، پژوهشگران حوزه زلزله و بحران، صاحب‌نظران حوزه مدیریت بحران و کارشناسان حوزه رسانه و تلویزیون بود. از میان این جمعیت، نمونه‌گیری به صورت هدفمند صورت گرفت. نمونه‌گیری هدفمند، روشی برای انتخاب آگاهانه شرکت‌کنندگان به شمار می‌رود [۷] که در آن پژوهشگر، شرکت‌کنندگان را براساس داشتن برخی ویژگی‌های مشخص به کار می‌گیرد [۲۷]. در نمونه‌گیری هدفمند، محققان با در نظر گرفتن معیار میزان تناسب موضوع تحت بررسی با تخصص دانشگاهی و تجربه کاری و شغلی افراد و مراجعه به آرای قبلی ایشان از طریق مطالعه کتب و مقالات منتشر شده یا رصد مباحث مطرح‌شده در کلاس‌های درس و کنفرانس‌ها، به شناسایی افراد متخصص ذکر شده در بخش حجم نمونه اقدام کردند. پایان نمونه‌گیری با در نظر گرفتن اشباع نظری انجام گرفت. اشباع نظری با نمونه‌گیری مرتبط است و به معنای این است که خصوصیات یک دسته یا طبقه تئوریک به اشباع رسیده است. این حالت زمانی رخ می‌دهد که داده بیشتری که سبب توسعه، تعدیل، بزرگ‌تر شدن یا اضافه شدن به تئوری موجود شود، به پژوهش وارد نشود [۱۱]. بر این اساس، نمونه این تحقیق شامل ۱۶ نفر از اعضای جمعیت بود که با آنها مصاحبه عمیق ساختار نیافته صورت گرفت؛ در این مصاحبه‌ها ضمن تأکید بر چارچوب پاسخ درباره تلویزیون به افراد اجازه داده شد تا کاملاً آزادانه نظرهای خود را درباره سؤالات ابراز کنند و به نوعی با رویکرد توفان فکری به سؤال‌ها پاسخ داده شد.

در گام بعدی رویکرد مناسب تحلیل مصاحبه‌های صورت گرفته انتخاب شد. در این گام به دلیل ماهیت اکتشافی تحقیق، رویکرد تحلیل محتوایی استقرایی مطلوب تشخیص داده شد. در گام چهارم، طرح‌ریزی فرایند رمزگذاری باید انجام می‌گرفت. بنابراین براساس پرسش‌های تحقیق تصمیم گرفته شد یافته‌های منطبق بر هر پرسش به صورت جداگانه در دو مرحله کدگذاری باز و محوری کدگذاری شود. به این صورت که ابتدا مفاهیم استخراج و سپس مقولات مشخص شود. در گام اجرای فرایند کدگذاری نیز محققان با استفاده از نرم‌افزار MaxQDA2018 مصاحبه‌ها را کدگذاری کردند. برای این کار ابتدا صوت مصاحبه‌ها مکتوب شد و سپس با استفاده از نرم‌افزار کدگذاری خط به خط آنها انجام گرفت. نتیجه این گام دستیابی به ۱۳۵ کد بود که پس از حذف موارد مشابه و تکراری، ۸۷ کد منحصر به فرد به دست

آمد. این کدها متناسب با سؤال‌های تحقیق در مقوله‌های محوری جداگانه‌ای دسته‌بندی شدند. در گام ششم باید روایی و پایایی تعیین می‌شد. موضوع پایایی و روایی ریشه در پارادایم اثبات‌گرایی و تحقیقات کمی دارد و در تحقیقات کیفی این مسئله بر اصول مشخصی استوار نیست [۱۷] و هیچ آزمون استاندارد برای تعیین روایی تحقیقات کیفی وجود ندارد، اما محققان در طول تحقیق با توجه به رویکرد کیفی پژوهش مسئله اعتبار و پایایی را مدنظر داشتند. بر همین اساس در فرایند اجرای کدگذاری برای اعتبار بیشتر کدها از فرمول توافق بین کدگذاران در نرم‌افزار بهره گرفته شد که نشان داد ۸۵ درصد توافق بین کدگذاران در کدگذاری مفاهیم وجود دارد. در گام نهمی که تحلیل نتایج حاصل از فرایند رمزگذاری (کاید) نام‌گذاری شد، محققان جمع‌بندی تحلیل و توصیف خود را از کدگذاری مصاحبه‌های صورت گرفته در قالب بخش یافته‌های این تحقیق که در زیر آمده است مورد بحث قرار داده‌اند.

### یافته‌های پژوهش

هدف غایی هر پژوهش، دستیابی به یافته‌هایی متناسب با سؤال‌های تحقیق است. در این پژوهش نیز برای دستیابی به داده‌های کاربردی‌تر و عمیق‌تر در مصاحبه‌ها تأکید شد که قلمرو موضوعی این تحقیق متمرکز بر تلویزیون است و از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد در پاسخ‌های خود بر تلویزیون متمرکز شوند؛ یافته‌های مرتبط با چهار سؤال این تحقیق در بخش‌های جداگانه بررسی می‌شود:

۱. نقش‌های تلویزیون برای ایجاد آمادگی عمومی در برابر زلزله کدام‌اند و کارکردهای آموزشی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران برای مواجهه با زلزله چیست؟  
پاسخ به این سؤال توسط کارشناسان مشارکت‌کننده به تولید دو دسته یافته منجر شد. دسته اول یافته‌هایی که نقش‌های تلویزیون جمهوری اسلامی ایران را برای ایجاد آمادگی عمومی در مواجهه با زلزله نشان می‌دهد. در این دسته که در جدول ۲ آمده، سه نقش پیش‌بین، مرجع ارتباطی و اقناع و ترغیب برای رسانه تلویزیون مورد توجه کارشناسان بوده است. نقش پیش‌بین تلویزیون به این معناست که تلویزیون به‌عنوان رسانه‌ای فراگیر در کشور ما می‌تواند رصدکننده و پیش‌بینی‌کننده کمبودها، نقص‌ها، مشکلات و غیره باشد. تلویزیون به‌عنوان رسانه‌ای مهم می‌تواند تهدیدها را تشخیص دهند. الزام تحقق این نقش به عقیده کارشناسان تحقیق آن است که تلویزیون در قامت یک رسانه فعال در سطح اجتماعی ظاهر شود. همچنین تلویزیون یک مرجع ارتباطی مهم در کشور ما محسوب می‌شود. به عقیده کارشناسان تحقیق این مرجع ارتباطی می‌تواند با ایفای وظایفی چون اطلاع‌رسانی و شفاف‌سازی، پرسش‌گری و مطالبه‌گری، گزارش‌دهی، جلوگیری از ایجاد شایعه و

واسطه‌گری ارتباطی، آمادگی عمومی را برای مواجهه با زلزله به وجود آورد. در واقع تلویزیون می‌تواند با واسطه‌گری ارتباطی بین مسئولان مدیریت بحران و مردم، آموزش‌ها و آگاهی‌های لازم مورد نظر آنان را به مردم برساند و با ارائه گزارش‌های دقیق مردم را از خطرهای آگاه کرده و از بروز شایعه جلوگیری کند و مخاطبان خود را به وضعیت بحران یا عملکردهای دستگاه‌های ذی‌ربط حساس و مطالبه‌گر کند. در ضمن تلویزیون جمهوری اسلامی به‌عنوان شقی از رسانه می‌تواند با ایفای نقش‌های گفتمان‌سازی، فرهنگ‌سازی، هدایت‌کنندگی افکار در قامت یک دستگاه قدرتمند برای اقتناع و ترغیب مردم برای رسیدن به اهداف آموزشی و آمادگی در برابر زلزله ظاهر شود.

### جدول ۲. نقش‌های تلویزیون برای ایجاد آمادگی عمومی در برابر زلزله

نقش پیش‌بین	نقش مرجع ارتباطی	نقش اقتناع و ترغیب
۱. رصدکننده و آمایش محیط	۱. اطلاع‌رسانی و شفاف‌سازی	۱. گفتمان‌سازی
	۲. پرسش‌گری و مطالبه‌گری	۲. فرهنگ‌سازی
	۳. گزارش‌دهی	۳. هدایت‌کننده افکار
	۴. جلوگیری از ایجاد شایعه	۴. ظرفیت‌ساز
	۵. واسطه ارتباطی	۵. ثبات‌بخش
		۶. باورسازی
		۷. ایجادکننده همبستگی عمومی

یافته‌های دسته دوم در پاسخ به سؤال نخست مربوط به کارکردهای آموزشی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران برای آموزش مواجهه با زلزله است. در واقع یافته‌های این بخش به این سؤال پاسخ می‌داد که چه چیزی آموزش داده شود؟ ابعاد به‌دست‌آمده که در جدول ۳ فهرست شده، نشان می‌دهد که تلویزیون باید آموزش‌های خود را ناظر بر سه مرحله بحران شامل آموزش‌هایی برای آمادگی در مرحله قبل از زلزله، آمادگی در مرحله حین وقوع زلزله و آمادگی در مرحله بعد از زلزله ارائه دهد. در مرحله قبل از زلزله آموزش‌های تلویزیون باید بیشتر ناظر بر شناساندن علمی زلزله و بحران ناشی از آن و ایجاد فرهنگ صحیح باشد. به‌عنوان مثال آموزش سواد رسانه‌ای در این مرحله می‌تواند این کمک را به مردم کند که به اخبار کذب و شایعات درباره تهدید زلزله در کشور ما توجه نکنند و اخبار را از منابع معتبر خبری نظیر خبرگزاری‌ها، تلویزیون و رادیو دنبال کنند. بعد دیگری از آموزش باید ناظر بر آمادگی در هنگام وقوع زلزله باشد. این بعد از آموزش می‌تواند هم ایجاد آمادگی در مسئولان را دنبال کند و هم ایجاد آمادگی در مردم را پی بگیرد. گاهی مشاهده شده که در هنگام وقوع یک زلزله مسئولان برنامه‌ریز مضطرب‌تر و نگران‌تر از مردم زلزله‌زده ظاهر شده‌اند بنابراین باید این سطح از آموزش

جدول ۳. کارکردهای آموزشی تلویزیون برای ایجاد آمادگی عمومی در برابر زلزله

ابعاد	شاخص‌ها	زیرشاخص‌ها
آموزش ناظر بر آمادگی و فرهنگ‌سازی قبل از زلزله	شناساندن علمی بحران و ابعاد آن	۱. آموزش شناخت و معرفی نقاط خطر قبل از بحران ۲. شناساندن ویژگی‌های بحران‌های احتمالی در هر منطقه و موقعیت‌شناسی خاص آن ۳. حساس سازی نسبت به وضعیت عمرانی ساختمان‌ها و منازل
	فرهنگ‌سازی صحیح	۱. ایجاد باور در مردم و مسئولان در رابطه با وجود خطر ۲. ایجاد باور در مردم در رابطه با نیت خیر رسانه ۳. آموزش سواد رسانه‌ای ۴. ایجاد و تقویت حس همدلی و مسئولیت اجتماعی ۵. ایجاد فرهنگ عادی‌سازی برای رسانه‌های کردن برخی مشکلات در زمان بحران
آموزش ناظر بر آمادگی در حین زلزله	آموزش ایمنی برای عموم مردم	۱. آموزش مهارت‌های خود ایمنی در لحظه وقوع زلزله (منزل و مکان‌های عمومی) ۲. آموزش چیدمان ایمن لوازم (منزل و محیط کار و غیره) ۳. آموزش خودکنترلی (مدیریت استرس و ترس)
	آموزش ایمنی برای مسئولان	۱. آموزش نحوه مواجهه با بحران برای مسئولان ادارات و سازمان‌ها ۲. آموزش مسئولان نهادهای خاص مثل بیمارستان‌ها و غیره
آموزش ناظر بر آمادگی بعد از زلزله	جلوگیری از تسری دامنه بحران	۱. آموزش امداد و کمک‌های اولیه به‌منظور کمک‌رسانی در ساعات اولیه وقوع زلزله ۲. آموزش مهارت‌های اولیه برای تأمین مایحتاج فوری مثل (اسکان موقت - تغذیه و...) در بعد فردی و سازمانی ۳. هشداردهی و آموزش به مردم برای پیشگیری سایر خطرهای ثانویه ناشی از زلزله (مثل احتمال آتش‌سوزی، انفجار، اتصال کابل‌های برقی و غیره)
	ایجاد آمادگی روانی	۱. آموزش خود توانمندسازی روحی (مثبت‌نگری، صبوری، امید و غیره) ۲. توانمندسازی عموم برای افزایش تاب‌آوری در شرایط سخت از طریق نمایش ارائه تجربه‌های مشابه ۳. ایجاد فرهنگ همدلی، اعتمادسازی و همکاری در بین مردم و سازمان‌های دخیل در امر بحران

نیز توسط تلویزیون به عنوان یک رسانه عمومی فراگیر داده شود. البته در این بعد توجه به بعد آموزش عمومی باید پررنگ‌تر باشد و در قالب مؤلفه‌های آموزش مهارت‌های خود ایمنی در لحظه وقوع زلزله (منزل و مکان‌های عمومی) مانند آموزش پناه‌گیری، اقدام مناسب در هنگام رانندگی و غیره، آموزش چیدمان ایمن لوازم (منزل و محیط کار و غیره) برای جلوگیری از کمترین آسیب ناشی از برخورد وسایل منزل و آموزش خودکنترلی (مدیریت استرس و ترس) ارائه شود. آموزش ناظر بر آمادگی بعد از زلزله باید بیشتر ناظر به بعد کمک‌رسانی‌ها، امداد، خطرهای ثانویه و نحوه تأمین مایحتاج باشد. شاخص‌های اصلی در این بعد جلوگیری از تسری دامنه بحران و ایجاد آمادگی روانی است. در زمینه جلوگیری از تسری بحران باید گفت هر نوع بی‌دقتی در این مرحله از بحران به دلیل ناآگاهی می‌تواند به وقوع فاجعه انسانی، فجایی نظیر انفجار و غیره منجر شود. اهمیت ارائه این بعد از آموزش‌ها از طریق تلویزیون را با این فرض می‌توان توضیح داد که اگر فردی از وقوع یک زلزله جان سالم به در ببرد، اما به دلیل بی‌احتیاطی در محلی که بر اثر حادثه نشت گاز داشته، سیگار

روشن کند و سبب انفجار شود، به دلیل ناآگاهی و آموزش از خطر ثانویه جان خود را از دست داده است. با فرض مذکور می‌توان بر اهمیت آموزش‌های ناظر بر بُعد آمادگی بعد از وقوع زلزله از طریق تلویزیون جمهوری اسلامی به‌عنوان رسانه فراگیر ملی برای جلوگیری از تسری دامنه بحران تأکید کرد. همچنین در زمینه ایجاد آمادگی روانی باید گفت تلویزیون باید بتواند از طریق ارائه آموزش‌های مناسب، تاب‌آوری را بین مردم افزایش دهد. افزایش تاب‌آوری اجتماعی از طریق رسانه قابل دستیابی است. تاب‌آوری و آمادگی روانی به مردم حادثه‌دیده کمک می‌کند تا توان برگشتن به زندگی عادی و انطباق بر شرایط جدید را داشته باشند. به‌عنوان مثال کارشناسان این تحقیق معتقد بودند اگر تاب‌آوری فردی افراد زیاد باشد، آنها اگر عزیزان خود را در زلزله از دست بدهند راحت‌تر با آن کنار می‌آیند و فشار روانی کمتری را تحمل می‌کنند.

۲. چه موانعی و ظرفیت‌هایی برای ارائه و دریافت آموزش‌های عمومی مواجهه با زلزله از طریق تلویزیون جمهوری اسلامی ایران وجود دارد؟

دومین سؤالی که در بخش یافته‌های این پژوهش به آن پرداخته شده است، مهم‌ترین موانع و ظرفیت‌هایی است که برای ارائه و دریافت آموزش‌های عمومی مواجهه با زلزله را از طریق تلویزیون جمهوری اسلامی ایران در بر می‌گیرد. این موانع و ظرفیت‌ها در جدول ۴ فهرست شده است. موانعی که برای ارائه و دریافت آموزش‌های مواجهه با زلزله وجود دارد شامل دو دسته اصلی از موانع درون محیط رسانه و بیرون از محیط رسانه است. موانع درون‌سازمانی مؤلفه‌هایی را در این زمینه در بر می‌گیرد که متوجه درون ساختار سازمانی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران است. بیشتر این موانع به موضوع خلاقیت و برنامه‌ریزی بازمی‌گردد. موانع بیرون‌سازمانی نیز اغلب ناظر بر مخاطبانند. همه تلاش‌های آموزشی ناظر بر دریافت درست آن از سوی مخاطب است، اما گاهی خود تغییر ذائقه مخاطب و نگرش و باور او سبب مانعی برای دریافت این آموزش‌ها می‌شود. ظرفیت‌ها نیز سه شاخص عمده فنی و محتوایی، فرهنگی و سازمانی و بین‌سازمانی را در بر می‌گیرد. ظرفیت‌ها، به‌طور کلی مشتمل بر مؤلفه‌هایی است که استفاده از آنها قدرت ارائه و دریافت بهتر آموزش‌ها را ممکن می‌سازد. توانایی تولید و پخش برنامه‌های آموزشی در قالب‌های مختلف رسانه‌ای و پوشش فنی تلویزیون در بیشتر نقاط کشور و حتی روستاها و نقاط دورافتاده، بستر فنی مناسبی را برای ارائه آموزش‌ها و دریافت آنها از جانب مخاطب فراهم آورده است. امکان همکاری‌های بین‌سازمانی صداوسیما و ظرفیت خود سازمان صداوسیما و تلویزیون به‌عنوان بخشی بزرگی از این سازمان هم به ارائه و دریافت بهتر آموزش‌ها کمک می‌کند. براین دو بعد با بعد ظرفیت فرهنگی که ناظر بر درگیرسازی و اقناع مخاطبان است نیز به ارائه و دریافت بهتر آموزش‌های مواجهه با زلزله کمک می‌کند. به‌عنوان مثال یکی از کارشناسان این تحقیق به موضوع فرهنگ‌سازی «بستن کمر بند ایمنی» از طریق قدرت تأثیرگذاری

تلویزیون و توانایی آن در به کارگیری ژانرها و قالب‌های مختلف برنامه‌سازی نام برد و اذعان داشت که تلویزیون با استفاده از چنین ظرفیتی در ارائه آموزش مواجهه با زلزله نیز می‌تواند مفید باشد.

جدول ۴. موانع و ظرفیت‌های ارائه و دریافت آموزش‌های تلویزیون برای آمادگی عمومی در برابر زلزله

ابعاد	شاخص‌ها	زیر شاخص‌ها
موانع	درون سازمانی	۱. نگاه صرف سودآوری مدیران و متصدیان تولیدات رسانه‌ای تلویزیون ۲. نداشتن اعتقاد و باور مدیران رسانه‌ای به تأثیرگذاری نقش آموزشی صداوسیما در کاهش صدمات ناشی از بحران ۳. غیرخلاقانه و غیرجذاب بودن قالب‌های آموزشی ۴. استفاده نکردن از نیروهای جوان و خلاق برای ساخت برنامه آموزشی ۵. نبود کارشناسان متخصص برای ایده پردازی ۶. نبود برنامه‌ریزی مدون برای ارائه آموزش مواجهه با زلزله
	برون سازمانی	۱. سرگرمی محور شدن مخاطبان و کم توجهی به محتوای جدی آموزشی ۲. کاهش اعتماد مردم نسبت به تلویزیون ۳. حساس نبودن مردم نسبت به تهدیدهای بلیه طبیعی
	فنی و محتوایی	۱. توانایی تولید و پخش قالب‌های مختلف رسانه‌ای ۲. پوشش فنی تلویزیون در اکثر نقاط کشور ۳. ظرفیت تولید برنامه در ژانرهای مختلف
ظرفیت‌ها	فرهنگی	۱. نقش تلویزیون به عنوان سیستم آموزش موازی ۲. فراوانی مخاطب ۳. قدرت اقناع و اثرگذاری تلویزیون ۴. امکان درگیرسازی خانواده‌ها ۵. توانایی در سرگرم‌سازی مخاطب ۶. استفاده از ظرفیت سلبریتی‌ها برای تأثیرگذاری و نفوذ آموزش‌ها
	سازمانی و بین سازمانی	۱. امکان حضور کارشناسان سازمان‌ها در تلویزیون ۲. همکاری سازمان‌ها برنامه‌ریز مدیریت بحران با تلویزیون ۳. امکان هم‌آفرینی ایده آموزشی به کمک نیروهای خلاق خارج از سازمان ۴. وجود ساختار مدیریت بحران در سازمان صداوسیما ۵. برنامه‌ها و شبکه‌های پرمخاطب ۶. وجود شبکه‌های مختلف تلویزیونی ملی و محلی ۷. امکان پخش برنامه‌های آموزشی با گویش‌های محلی و متناسب با خرده‌فرهنگ‌ها

۳. الزامات پرداختن به نقش آموزش عمومی مواجهه با زلزله در تلویزیون جمهوری اسلامی

ایران چیست؟

به‌طور مسلم ارائه هر یک از نقش‌های رسانه‌ای مستلزم رعایت الزاماتی از جانب رسانه است. تلویزیون نیز برای پرداختن به نقش آموزش عمومی در مواجهه با زلزله از این قاعده مستثنا نیست. براساس نظر کارشناسان مشارکت‌کننده در این تحقیق، الزامات در قالب چهار بُعد دسته‌بندی شد

که در جدول ۵ آمده‌اند. این چهار بعد شامل الزاماتی است که ناظر بر هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی، مخاطب‌شناسی و نیازسنجی، سازمانی و محتوایی می‌شود. الزاماتی که ناظر بر هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی است، هدفمند بودن و درست بودن برنامه‌های آموزشی تلویزیون در مواجهه با زلزله را مدنظر قرار می‌دهد. الزامات مخاطب‌شناسی و نیازسنجی نیز بعد دیگری از ثمربخشی آموزش تلویزیون را مورد مذاقه قرار می‌دهد که می‌تواند روند آموزش‌ها را تصحیح و تأثیر اثرگذاری پیام را افزایش دهد. نیازسنجی آموزش‌های مخاطبان جهت‌دهنده آموزشی‌های تلویزیون می‌تواند باشد و مخاطب‌شناسی دقیق اثربخشی پیام آموزشی تلویزیون را افزایش خواهد داد. الزامات سازمانی ناظر بر مواردی است که تلویزیون باید در داخل ساختار و چارت خود به رعایت آنها مبادرت ورزد. الزامات محتوایی بر بعد روایت و تولید محصول متمرکز است. این الزامات چهار شاخص را در بر می‌گیرد که رعایت آنها برای اثربخشی بیشتر و بهتر پیام آموزشی مؤثر است.

جدول ۵. الزامات ارائه آموزش‌های عمومی مواجهه با زلزله توسط تلویزیون جمهوری اسلامی ایران

ابعاد	شاخص‌ها
هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی	۱. لزوم برنامه‌ریزی در سه سطح بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت ۲. تدوین سرفصل‌های آموزشی ۳. نظم و تداوم و تکرار در ارائه آموزش ۴. تبیین اهداف آموزشی با استفاده از نظر خبرگان ۵. توجه به زمان‌بندی پخش برنامه (زمان‌های پرمخاطب و کم مخاطب) ۶. بهره‌گیری از تجارب کشورهای دیگر در آموزش
مخاطب‌شناسی و نیازسنجی	۱. سنجش اثرگذاری برنامه آموزشی ۲. مخاطب‌شناسی ۳. نیازسنجی آموزشی مخاطبان ۴. استفاده از نظرها و پیشنهادهای مخاطبان برای اصلاح آموزش
سازمانی	۱. به‌کارگیری ظرفیت‌های ساختار مدیریت بحران سازمان صداوسیما ۲. وجود گروه تخصصی از خبرنگاران و گزارشگران و مددکاران و غیره ۳. آموزش مجریان ویژه بحران ۴. ایجاد شبکه‌های آموزشی تخصصی ۵. تخصیص بودجه مناسب ۶. باور مدیران به نقش تلویزیون در کاهش صدمات بحران
محتوایی	۱. لزوم ساده بودن و در عین حال سطحی نبودن محتوای آموزشی ۲. ایجاد جذابیت‌های محتوایی در ارائه آموزش ۳. چندجانبه بودن آموزش‌ها ۴. متناسب‌سازی آموزش‌ها برای سنین مختلف

۴. مناسب‌ترین قالب‌های ارائه آموزش در حوزه آمادگی عمومی مقابله با زلزله از طریق تلویزیون جمهوری اسلامی ایران چیست؟

محققان برای ارائه یک بسته به نسبت کامل از یافته‌ها در زمینه آموزش مواجهه با زلزله از طریق تلویزیون جمهوری اسلامی ایران از کارشناسان و متخصصان مشارکت‌کننده در این پژوهش خواستند تا مناسب‌ترین قالب‌ها را برای ارائه محتوای آموزشی در زمینه زلزله که تلویزیون از طریق آن می‌تواند محتوا و پیام آموزشی را انتقال دهد نام ببرند. تجمیع نظر متخصصان که در جدول ۶ هم آمده است، محققان را به دو بعد اصلی درباره این قالب‌ها رساند. بعد نخست قالب‌هایی بودند که آموزش‌ها در آنان جنبه هشدار و کاملاً جدی و مستقیم داشت. به عنوان مثال یک گزارش میدانی که ایجاد حساسیت را در برابر مخاطره زلزله تولید کند در این دسته از قالب‌ها می‌گنجد. در این بعد چهار قالب جای می‌گرفت. بعد دیگر قالب‌های آموزشی سرگرمی محور بود. در این بعد پنج قالب مورد توجه کارشناسان بود که سرگرمی مخاطب مؤلفه اصلی آنها به شمار می‌رود. به عنوان مثال مستند مسابقه‌های آموزشی با استفاده از فرایند شبیه‌سازی زلزله پیشنهاد یکی از کارشناسان این تحقیق برای ارائه آموزش سرگرمی محور به مردم بود.

جدول ۶. مناسب‌ترین قالب‌های ارائه آموزش‌های مواجهه با زلزله از طریق تلویزیون جمهوری اسلامی ایران

نوع قالب‌ها	ابعاد
۱. برنامه گفت‌وگو محور آموزشی ۲. کلیپ کوتاه آموزشی ۳. تیزر آموزشی ۴. گزارش‌های میدانی واقع‌گرا ۵. هشدارهای کوتاه (مانند زیرنویس)	قالب‌های آموزشی جدی
۱. برنامه‌های طنز نظیر استندآپ کمدی با بار آموزشی ۲. فیلم و سریال داستانی با محتوای آموزشی ۳. انیمیشن‌ها با محتوای آموزشی ۴. موشن‌گرافیک‌های آموزشی ۵. مستند مسابقه‌های آموزشی	قالب‌های آموزشی سرگرمی محور



### بحث و نتیجه‌گیری

زلزله بنا به ماهیت خود از اهمیت زیادی برخوردار است، چراکه این بلیه طبیعی هم نسبت به سایر حوادث طبیعی از فراوانی بیشتری برخوردار است و هم صدمات و آسیب‌های فراوانی را به همراه دارد [۶]. صلواتیان و فرهنگي (۱۳۹۵) اذعان می‌دارند رسانه ملی در بعد آموزشی باید آموزش در سطح ملی را معطوف به ۲۰ درصد از بلیه طبیعی‌ای گرداند که دارای ۸۰ درصد آسیب‌های جانی و مالی هستند. زلزله نوعی از این بلایای طبیعی مخرب است که در کشور ما باید برنامه‌های آموزشی مواجهه با آن توسط رسانه ملی در نظر گرفته شود. برای ایفای این وظیفه مهم توسط تلویزیون جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان یک رسانه ملی لازم بود تا الزامات، سازوکارها، ظرفیت‌ها، کارکردها و نقش‌های آموزشی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران شناسایی شود. تحقق این هدف براساس پاسخ متخصصان و کارشناسان حوزه رسانه به سؤالات این تحقیق ممکن می‌شد. این تحقیق ابتدا به شناسایی نقش‌های تلویزیون برای ایجاد آمادگی عمومی در برابر زلزله پرداخت. دلیل تبیین منسجمی از این نقش‌ها در این تحقیق آن بود که تلویزیون بتواند کارکردهای متناظر با این نقش‌ها را هدف‌گذاری کند. سه نقش پیش‌بین، مرجع ارتباطی و اقناع و ترغیب دستاورد مورد نظر این بخش بود. صلواتیان (۱۳۸۹) در مدل پروانه‌ای به نقش پیش‌بینی‌کننده رسانه‌ها در مرحله پیش از بحران اشاره کرده و مؤلفه رصد محیطی را کارکرد متناظر با این بخش معرفی کرده است که مطابق یافته این تحقیق است. نقش اقناع و ترغیب و وظایف متناظر آن نظیر گفتمان‌سازی، فرهنگ‌سازی و غیره در سایر تحقیقات مورد توجه قرار گرفته است. بیکر و همکاران وی (۲۰۱۷) به موضوع باورسازی و ایجاد باور توسط رسانه‌ها برای آمادگی در برابر زلزله اشاره کرده‌اند و صلواتیان (۱۳۹۵) فرهنگ‌سازی را یکی از کارکردهای رسانه‌های ملی و محلی دانسته است، همچنین دومنیک (۲۰۱۰) فرهنگ‌سازی را مهم‌ترین نقش رسانه در مرحله پیش از عنوان برشمرده است و همه این موارد همراستا با یافته‌های این تحقیق ارزیابی می‌شود. مرجع ارتباطی بودن عمدتاً نقشی است که در مرحله پیش از بحران مورد توجه نبوده است؛ اما کارشناسان این تحقیق معتقد بودند که برای آمادگی در برابر زلزله نیز رسانه باید وظایفی نظیر مطالبه‌گری، شفاف‌سازی، گزارش‌دهی و غیره را بر عهده بگیرد. از نظر محققان دلیل چنین تمایزی در این تحقیق با یافته‌های پیشین مورد بررسی امکان آگاه‌سازی و دبدبانی است که در تحقیق رشیدی و همکاران (۱۳۹۴) بر آنها تأکید شده است؛ چراکه رسانه برای پاسخ به نیاز اطمینان و آگاهی باید هم بتواند به‌عنوان یک واسطه ارتباطی بین مردم و متولیان بحران عمل کند و هم با جلوگیری از بروز شایعات،

شفاف‌سازی و گزارش دهی آرامش و اطمینان را برای مردم به وجود آورد تا آمادگی آنها برای مواجهه با بحران افزایش یابد.

بخش دیگری از یافته‌های این تحقیق به کارکردهای آموزشی تلویزیون برای ایجاد آمادگی عمومی در برابر زلزله اختصاص داشت. یافته‌های این بخش نشان می‌دهد که آموزش‌ها باید ناظر بر سه مرحله قبل از وقوع زلزله، هنگام وقوع رخداد زلزله و پس از وقوع زلزله باشد. در مرحله پیش از بحران، شاخص‌های شناساندن علمی بحران و فرهنگ‌سازی صحیح قرار دارد. تأکید خجسته (۱۳۸۴) بر آموزش شامل شناساندن بحران و وضعیت‌های آن با شاخص شناساندن علمی بحران در این تحقیق تطابق دارد. آموزش فرهنگ‌ساز مورد توجه صلواتیان و روش‌شناسان (۱۳۹۰) و تأکید راتین (۱۹۹۰) بر نقش رسانه‌ها در چگونگی درک بروز خطرهای طبیعی توسط عموم مردم به برخی مؤلفه‌های فرهنگ‌سازی صحیح اشاره می‌کند. موردی که در تحقیقات گذشته مورد بررسی محققان در موضوع آموزش برای ایجاد آمادگی مواجهه با زلزله کمتر بدان توجه شده، مؤلفه سواد رسانه در شاخص فرهنگ‌سازی صحیح است که تحقیق مهربان (۱۳۹۳) بدان اشاره کرده است. از نظر نگارندگان این مؤلفه چنان حیاتی است که باید سرفصلی جداگانه در تلویزیون برای آن تعریف شود. آموزش سواد رسانه‌ای، باورپذیری مخاطب در زمینه شایعه و عملیات روانی را کاهش می‌دهد و از این طریق به ارتقای آمادگی روانی منجر خواهد شد. به‌عنوان مثال در هنگام وقوع زلزله تهران در سال ۱۳۹۶، شایعات متعددی در خصوص وقوع یک زلزله بزرگ در تهران از طریق شبکه‌های اجتماعی منتشر شد و عملاً تلاش‌های رسمی و اطلاع‌رسانی رسمی تحت شعاع این شایعه قرار گرفت، درحالی که در صورت وجود سواد رسانه‌ای، مردم باید آگاه می‌بودند که این خبر کذب است. رعایت تأکید صلواتیان و فرهنگ‌سازی (۱۳۹۵) بر چگونگی ارائه آموزش در مرحله پیش از بحران جهت عرضه آموزش در مرحله پیش از بحران ضروری است. آموزش ایمنی برای عموم مردم و آموزش ایمنی برای مسئولان از شاخص‌های آموزش ناظر بر وقوع بحران به حساب می‌آید. تأکید سید علی‌یوا (۲۰۰۶) درباره اینکه رسانه‌ها باید اطلاعاتی درباره نحوه واکنش نشان دادن به زلزله و محافظت از خود منتشر کنند با برخی مؤلفه‌های موجود در این بعد از آموزش مطابقت دارد. همچنین خجسته (۱۳۸۴) نیز ایجاد آمادگی در بخش‌های سازمانی و مسئولان مواجهه با بحران و چگونگی راه‌های مقابله با بحران و یا کمک به آسیب‌دیدگان احتمالی را از جمله وظایف رسانه‌ها برشمرده که با این بخش از یافته‌های این تحقیق در تطابق کامل است. جلوگیری از تسری دامنه بحران و ایجاد آمادگی روانی شاخص‌های تشکیل‌دهنده آموزش‌های ناظر بر بعد از وقوع زلزله‌اند. ارائه این آموزش‌ها از آن جهت مهم است که صلواتیان و فرهنگ‌سازی (۱۳۹۵) نیز

نیاز به آموزش‌های پس از وقوع را مورد توجه قرار داده‌اند. در جمع‌بندی این بخش باید گفت آموزش بر اساس این سه بعد و مؤلفه‌های آن باید از جانب تلویزیون پیگیری شود، چراکه کارشناسان معتقدند آموزش بعد مهمی برای کاهش خسارات محسوب می‌شود. یکی از کارشناسان رسانه‌ای می‌گوید: «... در مقابل بحران‌های طبیعی کسی به داد ما نمی‌رسد جز خودمان؛ یعنی مردم، مسئولان و رسانه. آموزش مستمر و تمرین پیش از بحران بسیار تأثیرگذار است وقتی حادثه‌ای رخ می‌دهد چون آموزشی ندیده‌ایم هیچ‌ان زده می‌شویم و به زبان مادری واکنش نشان می‌دهیم. وقتی بحران ایجاد می‌شود، ترسی به سمت ما می‌آید که این ترس غریزی است و چون آموزش ندیده‌ایم بیشتر نمود پیدا می‌کند» [۱]. بخش دیگری از یافته‌های این تحقیق به موانع و ظرفیت تلویزیون برای پرداختن به آموزش‌های آمادگی در برابر زلزله و دریافت این آموزش‌ها از جانب مخاطب پرداخته است. اغلب این موانع و ظرفیت‌ها مواردی هستند که برای تلویزیون در ارائه هر نوع آموزش و دریافت آن از جانب مخاطب با آن مواجهه است؛ اما برخی از موضوعات نظیر باور نداشتن مدیران رسانه‌ای به نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران که در تحقیق پارس‌زاده و پیش‌نمازی (۱۳۹۵) مورد توجه بوده است، مانعی خاص مربوط به این فضای آموزشی است. آنها در تحقیق خود که صداوسیما، خبرگزاری‌ها و روزنامه‌ها را بررسی کرده تأکید می‌کنند که «باور مدیران رسانه‌های بررسی‌شده به مدیریت و کنترل پیامدهای سوء ناشی از زلزله بسیار ضعیف است». مؤلفه‌های نبود کارشناسان متخصص برای ایده‌پردازی و غیرخلاقانه و غیرجذاب بودن قالب‌های آموزشی هم به‌عنوان یکی از موانع مورد توجه برخی کارشناسان غیر از کارشناسان این تحقیق بوده است. در تأیید این یافته، خدیو عضو شورای سردبیری سایت عصر ایران در این زمینه می‌گوید: «... بحث آموزش در رسانه‌های ما مغفول مانده است، صداوسیما ما برنامه‌های آموزشی‌اش جاذبه لازم را ندارد. از کارشناسانی استفاده می‌کند که تکراری شده‌اند. رسانه‌های دیگر هم احساس می‌کنند با آموزش به نتیجه نمی‌رسند، اما آموزش بسیار مهم است...» [۱]. ظرفیت‌های احصاشده در این تحقیق به عقیده نگارندگان، فهرستی یکپارچه از ظرفیت‌های آموزشی برای تلویزیون به شمار می‌رود. تحقیقات مورد بررسی محققان خالی از ارائه چنین فهرستی بوده، اما در این تحقیق بدان پرداخته شده است. تأکید مورفی و وس (۲۰۱۴) بر ارائه آموزش ترکیبی از طریق رسانه‌ها، مدرسه و تلاش‌های جامعه برای کاهش خطر فاجعه بر ظرفیت آموزش موازی تلویزیون که در این تحقیق مورد توجه بوده صحه می‌گذارد. در ضمن آمار ارائه‌شده در زمینه مخاطبان تلویزیون نیز که با عنوان ظرفیت فراوانی مخاطب بدان پرداخته شده نیز در این تحقیق تبیین شده است. وجود شبکه‌های مختلف تلویزیونی ملی و محلی که صلواتیان (۱۳۹۵) در زمینه آنها به تحقیق

پرداخته به‌عنوان یک ظرفیت مهم در این تحقیق لحاظ شده است. در مجموع موانع و ظرفیت‌های احصاشده در سایر اهداف آموزشی نیز تبیین‌پذیرند، اما این تحقیق علی‌رغم به‌دست آوردن موانع و ظرفیت‌های کلی، موانع و ظرفیت‌های خاص آموزش برای آمادگی در برابر زلزله را نیز احصا کرده و ارائه داده است. در زمینه الزامات نیز اشاراتی به تحقیقات دیگر به‌طور پراکنده صورت گرفته است. به‌عنوان مثال صلواتیان (۱۳۹۵) به ارائه آموزش از طریق کارشناسان و تداوم آموزش، پارارس-کریانیس (۲۰۱۴) به تکرار آموزش و صلواتیان (۱۳۸۹) به افزایش غنای آموزش، افزایش تنوع در آموزش، توجه به جذابیت در آموزش، استفاده از قالب‌های متنوع، به‌کارگیری همزمان آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم اشاره کرده‌اند. در این تحقیق برای ارائه آموزش‌های مواجهه با زلزله الزامات متنوع‌تری به‌دست آمده است و محققان معتقدند با رعایت این الزامات، تلویزیون می‌تواند نقش آموزشی درست و صحیحی را ایفا کند. برشمردن مناسب‌ترین قالب‌های ارائه آموزش‌های مواجهه با زلزله از طریق تلویزیون جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان بخشی از یافته‌های این تحقیق نیز همراستا با تأکید صلواتیان (۱۳۸۹) بر به‌کارگیری همزمان آموزش‌های مستقیم و غیرمستقیم بوده است. البته احصای قالب‌های ارائه آموزش در تحقیقات مورد بررسی پیشین مورد توجه نبوده است، اما تأکید پیشین صلواتیان و همچنین تأکید پارارس-کریانیس (۲۰۱۴) بر انتشار مطالبی حول محور یادبود مراسم قربانیان بلایایی نظیر سونامی و دیگر خطرهای دریایی به‌عنوان یک روش غیرمستقیم آگاهی‌بخشی و ایجاد آمادگی نشان‌دهنده آن است که ارائه آموزش‌ها باید از طریق قالب‌های آموزشی جدی و سرگرمی‌محور به‌دست‌آمده در این تحقیق انجام گیرد.

در مجموع می‌توان گفت یافته‌های این تحقیق نقصان و پراکندگی موجود در زمینه نقش آموزشی تلویزیون جمهوری اسلامی ایران را برای ارائه آموزش برای آمادگی عمومی در برابر زلزله پر می‌کند. ادعای کامل بودن به دور از هرگونه واقعیت علمی است، اما تحقیق حاضر تلاشی برای رفع مسئله مورد نظر بوده است. تلویزیون جمهوری اسلامی ایران باید بتواند با به‌کارگیری درست ظرفیت‌های خود و کاستن از موانع و ضمن رعایت الزامات برشمرده در قالب برنامه‌های جدی و سرگرمی‌محور نسبت به ارائه آموزش‌های ناظر بر قبل از بحران، حین بحران و پس از بحران با هدف گفتمان‌سازی، پیش‌بینی، واسطه‌گری ارتباطی و غیره پردازد. البته طبیعتاً در این بین تلویزیون با به‌کارگیری ظرفیت رسانه‌های دیگر می‌تواند به عملکرد بهینه در این زمینه دست یابد؛ از این رو پیشنهاد می‌شود تلویزیون جمهوری اسلامی ایران با بهره‌گیری از ساختار مدیریت بحران در سازمان، استفاده از ظرفیت ارتباطات بین‌سازمانی، بهره‌گیری از کارشناسان خبره، بهره‌گیری از ظرفیت خبرگان ایده‌پرداز خارج از سازمان، تعیین سرفصل‌ها و

برنامه‌های آموزشی و تداوم و تکرار آموزش‌ها، تغییر نگاه درست مدیران به مسئله تأثیر تلویزیون در کاهش بحران، تعیین بودجه مناسب برای امور آموزشی و استفاده از ظرفیت رسانه‌های نوین، وظیفه مهم آموزشی خود را برای ایجاد آمادگی در عموم مردم برای مواجهه با زلزله انجام دهد. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی با موضوع تحقیق حاضر و با محوریت رسانه‌های دیگر به‌ویژه رسانه‌های نوین صورت پذیرد. ضمن اینکه شناسایی تهدیدهای محیطی و فرصت‌های خارجی تلویزیون برای ایفای نقش در مدیریت بحران می‌تواند موضوع پژوهشی برای آینده باشد.

### منابع

- [۱]. ایسنا (۱۳۹۶). آموزش مجری ویژه بحران در رادیو و تلویزیون. بازیابی ۱۶ شهریور ۱۳۹۷، از <https://www.isna.ir/news/96112514765>
- [۲]. ایمان، محمدتقی؛ و نوشادی، محمودرضا (۱۳۹۰). «تحلیل محتوای کیفی. عیار پژوهش در علوم انسانی»، ۶(۳)، ص ۴۴-۱۵.
- [۳]. بی، ازل (۱۳۹۲). «روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی (نظری - عملی)»، (رضا فاضل، مترجم) (ج اول). تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها.
- [۴]. بشیر، حسن (۱۳۸۷). «رسانه‌ها و معناشناسی بحران»، دوفصلنامه علمی- پژوهشی دین و ارتباطات، ۱۴(۳۱)، ص ۱۳۰-۱۱۱.
- [۵]. بیرویدیان، نادر (۱۳۸۹). مدیریت بحران: اصول ایمنی در حوادث غیرمنتظره (حسین حاتمی‌نژاد، ویراستار)، انتشارات جهاد دانشگاهی مشهد.
- [۶]. پارسی‌زاده، فرخ؛ پیشنمازی، پروانه و نصراللهی، اکبر (۱۳۹۶). «ارزیابی میزان و چگونگی آگاهی مدیران رسانه‌ها از زلزله و مدیریت آن»، فصلنامه مدیریت مخاطرات محیطی، ۴(۲)، ص ۱۹۱-۱۷۵.
- [۷]. جلالی، رستم (۱۳۹۱). «نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی»، مجله تحقیقات کیفی در علوم سلامت، ۱(۴)، ص ۳۲۰-۳۱۰.
- [۸]. جهانگیری کتایون؛ آذین سیدعلی؛ محمدکاظم؛ و رحیمی فروشانی عباس (۱۳۸۹). «تحلیل برخی عوامل مؤثر بر آمادگی مردم شهر تهران در برابر زلزله- سال ۱۳۸۵»، مجله پژوهشی حکیم، ۱۳(۳)، ص ۱۶۴-۱۵۵.
- [۹]. خجسته، حسن (۱۳۸۴). «بحران بلایای طبیعی و نقش ویژه رادیو در کنترل آن»، پژوهش‌های ارتباطی، ۴۲-۴۳(۱۲)، ص ۲۶-۷.

- [۱۰]. رشیدی، احتشام؛ نوری، مهدی؛ و نکوئی، محمدعلی (۱۳۹۳). «شناسایی کارکردهای رسانه‌های جمعی در مدیریت بحران بلایای طبیعی بر اساس فرایند تحلیل شبکه‌ای»، *مدیریت بحران*، ۳(۲)، ص ۲۴-۱۵.
- [۱۱]. رنجبر، هادی؛ حق دوست، علی اکبر؛ صلصالی، مهوش؛ خوشدل، علیرضا؛ سلیمانی، محمدعلی؛ و بهرامی، نسیم (۱۳۹۱). «نمونه‌گیری در پژوهش‌های کیفی: راهنمایی برای شروع»، *سالنامه پژوهش علوم سلامت و نظامی*، ۱۰(۳)، ص ۲۵۰-۲۳۸.
- [۱۲]. زنگی آبادی، علی؛ و تبریزی، نازنین (۱۳۸۵). «زلزله تهران و ارزیابی فضایی آسیب‌پذیری مناطق شهری»، *پژوهش‌های جغرافیایی*، ۳۸(۵۶)، ص ۱۳۰-۱۱۵.
- [۱۳]. صلواتیان، سیاوش (۱۳۹۵). «طراحی الگوی جامع نقش رادیو و تلویزیون‌های محلی و ملی در مدیریت مخاطرات طبیعی ایران»، *دانش مخاطرات*، ۹(۳)، ص ۲۳۲-۲۱۱.
- [۱۴]. صلواتیان، سیاوش (۱۳۸۹). *رسانه‌ها و مدیریت بحران (پیش‌بینی، پیشگیری، آمادگی)*، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- [۱۵]. صلواتیان، سیاوش؛ و روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۰). «مدیریت رسانه ای بحران؛ رویکردی پیشگیرانه»، *پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۸(۶۶)، ص ۱۷۶-۱۴۹.
- [۱۶]. صلواتیان، سیاوش؛ و فرهنگی، علی اکبر (۱۳۹۵). *مدیریت رسانه‌ای بلایای طبیعی محلی با رویکرد به نقش شبکه‌های استانی صداوسیما (ابراهیم حقیقی، ویراستار)*، انتشارات دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- [۱۷]. عباس‌زاده، محمد (۱۳۹۱). «تأملی بر اعتبار و پایایی در تحقیقات کیفی. جامعه‌شناسی کاربردی»، ۲۳(۱)، ص ۳۴-۱۹.
- [۱۸]. قنبری، سعید؛ و آزاددوست، مصطفی (۱۳۹۵). «کارکردها و رویکردهای رسانه در مدیریت بحران». مقاله ارائه‌شده در دومین همایش ملی رسانه، ارتباطات و آموزش‌های شهروندی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.
- [۱۹]. مهربان، فاطمه (۱۳۹۳). *مدیریت بحران زلزله احتمالی شهر تهران به کمک رسانه‌های اجتماعی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت رسانه)*. دانشگاه علامه طباطبایی.
- [۲۰]. میرباقری، مرتضی (۱۳۹۶، ۲۱ تیر). *تلویزیون ایران ۸۷ درصد بیننده دارد/فیلترینگ مذهبی و سیاسی نداریم*. بازبانی ۱۹ مرداد ۱۳۹۷، از <https://www.mehrnews.com/news/4029187>
- [۲۱]. یاری، ارسطو؛ و پریشان، مجید (۱۳۹۶). «بررسی نقش آموزش در مدیریت ریسک مخاطرات طبیعی (زلزله) مورد: مناطق روستایی شهرستان قزوین»، *تحلیل فضایی مخاطرات محیطی*، ۱۳(۴)، ص ۶۲-۴۹.

- [22]. Abarquez, I; & Murshed, Zubair. (2004). "Community-Based Disaster Risk Management: Field Practitioners", *Handbook', ADPC, Klong Luang*.
- [23]. Alexander, David E. (2014). "Social media in disaster risk reduction and crisis management", *Science and engineering ethics*, 20(3), pp: 717-733.
- [24]. An, Seon-Kyoung; & Gower, Karla K. (2009). "How do the news media frame crises? A content analysis of crisis news coverage", *Public Relations Review*, 35(2),pp: 107-112.
- [25]. Anderson-Berry, Linda; & King, David. (2005). "Mitigation of the impact of tropical cyclones in northern Australia through community capacity enhancement", In *Mitigation of Natural Hazards and Disasters: International Perspectives*, pp: 35-60. Springer.
- [26]. Becker, Julia S.; Paton, Douglas; Johnston, David M.; Ronan, Kevin R.; & McClure, John. (2017). "The role of prior experience in informing and motivating earthquake preparedness", *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 22, 179-193. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2017.03.006>
- [27]. Burns, Nancy; & Grove, Susan K. (1993). "The practice of nursing research", *Conduct, critique & utilization*, 4(5).
- [28]. Dominick, Joseph R. (2010). *The dynamics of mass communication: Media in the digital age*. Tata McGraw-Hill Education.
- [29]. Downe-Wamboldt, Barbara. (1992). "Content analysis: method, applications, and issues", *Health care for women international*, 13(3), PP: 313-321.
- [30]. Elo, Satu; & Kyngäs, Helvi. (2008). "The qualitative content analysis process", *Journal of advanced nursing*, 62(1), pp: 107-115.
- [31]. Ghafory-Ashtiany, M. (1999). "Rescue operation and reconstruction of recent earthquakes in Iran", *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 8(1), pp: 5-20. <https://doi.org/10.1108/09653569910258174>
- [32]. Ghassabi, Fateme; & Zare-Farashbandi, Firoozeh. (2015). "The role of media in crisis management: A case study of Azarbayejan earthquake", *International Journal of Health System and Disaster Management*, 3(2), pp: 95.
- [33]. Harrison, Shirley. (2016). *Disasters and the media: Managing crisis communications*. Springer.
- [34]. Hashemnejad, Fatemeh; & Bidaki, Mohammad Sadegh. (2018). "The Role of National Media in Crisis Management and Maintaining Peace of the Citizens (Case Study: Citizens of District 22 of Tehran)", *Information and Communication Technology in Educational Sciences*, 8(2(30)), pp: 41-56. Retrieved from [http://ictedu.iausari.ac.ir/article\\_30855.html](http://ictedu.iausari.ac.ir/article_30855.html)
- [35]. Hilding-Hamann, Sidsel. (2012). *The effects of social media on crisis communication: A case study of the response strategy performed by Research in Motion*. Aarhus University.
- [36]. Hsieh, Hsiu-Fang; & Shannon, Sarah E. (2005). "Three approaches to qualitative content analysis", *Qualitative health research*, 15(9), pp: 1277-1288.
- [37]. Ismail-Zadeh, Alik; & Takeuchi, Kuniyoshi. (2007). "Preventive disaster management of extreme natural events", *Natural hazards*, 42(3), pp: 459-467.

- [38]. Jin, Yan; Liu, Brooke Fisher; & Austin, Lucinda L. (2014). "Examining the role of social media in effective crisis management: The effects of crisis origin, information form, and source on publics' crisis responses", *Communication research*, 41(1), pp: 74-94.
- [39]. Kim, Yong-Chan; & Kang, Jinae. (2010). "Communication, neighbourhood belonging and household hurricane preparedness", *Disasters*, 34(2), pp: 470-488.
- [40]. Krippendorff, Klaus. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. London: SAGE.
- [41]. Latonero, Mark; & Shklovski, Irina. (2013). "Emergency management, Twitter, and social media evangelism", In *Using Social and Information Technologies for Disaster and Crisis Management*, pp: 196-212. IGI Global.
- [42]. Mäkinen, Maarit; & Wangu Kuira, Mary. (2008). "Social media and postelection crisis in Kenya", *The International Journal of Press/Politics*, 13(3), pp: 328-335.
- [43]. Mcanany, Emile G. (1983). "Television and crisis: Ten years of network news coverage of Central America", 1972-1981. *Media, Culture & Society*, 5(2), pp: 199-212.
- [44]. Pararas-Carayannis, George. (2014). "Mass media role in promotion of education, awareness and sustainable preparedness for tsunamis and other marine hazards", *Science of Tsunami Hazards*, 33(1).
- [45]. Rattien, Stephen. (1990). "The Role of the Media in Hazard Mitigation and Disaster Management", *Disasters*, 14(1), pp: 36-45. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7717.1990.tb00970.x>
- [46]. Reis, C., Mattedi, M., & Barrios, Y. R. (2017). "Media and disasters: overview of international scientific production from 1996 to 2016", *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 40(2), pp: 77-92.
- [47]. Romo-Murphy, Eila; & Vos, Marita. (2014). "The role of broadcast media in disaster preparedness education: Lessons learned in the scientific literature 2002–2012", *Media Asia*, 41(1), pp: 71-85.
- [48]. Salavatian, Siavash; Akbar Farhangi, Ali; & Jamaledin Tabibi, Seyed. (2015). *The Role of Local and National Radio and TVs in Disaster Management: A case study of 2012 East Azerbaijan – Iran earthquake* (Vol. 5).
- [49]. Salavatian, Siavash; & Gharagozlou, Alireza. (2011). "The Butterfly Model: the role of mass media at the pre-crisis stage of crisis management", *Asia Pacific Public Relations Journal*, Vol. 12 No. 2, PP: 60-73.
- [50]. Seid-Aliyeva, Dinara E. (2006). "Role of mass media in the disaster preparedness and sustainable development of society", pp. 79-83. Presented at the AIP Conference Proceedings.
- [51]. Shiwaku, Koichi; & Shaw, Rajib. (2008). "Proactive co-learning: a new paradigm in disaster education", *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 17(2), pp: 183-198. <https://doi.org/10.1108/09653560810872497>
- [52]. Syvertsen, Trine. (1991). "Public television in crisis: Critiques compared in Norway and Britain", *European Journal of Communication*, 6(1), pp: 95-114.



- [53]. White, Connie M. (2016). *Social media, crisis communication, and emergency management: Leveraging Web 2.0 technologies*. CRC press.
- [54]. Yates, Dave; & Paquette, Scott. (2010). Emergency knowledge management and social media technologies: A case study of the 2010 Haitian earthquake (p. 42). Presented at the Proceedings of the 73rd ASIS&T Annual Meeting on Navigating Streams in an Information Ecosystem-Volume 47, American Society for Information Science.