



Prioritizing the impact of Persian language satellite and television channels on lifestyle after the Corona crisis

Shahin Mozafari¹, Morteza shafiee² & Hamid Mamoodian AtaAbadi³

1. Ph.D. Candidate of Cultural Management and Planning, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran.
2. Associate Prof. Department of Industrial Management, Faculty of Economics and Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz. (Corresponding Author) ma.shafiee277@gmail.com
3. Associate Prof. Department of Industrial Management, Faculty of Economics and Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz.

Abstract

Aim and Background: Our country is one of the most vulnerable countries in terms of suffering natural disasters in such a way that during the 20th century, the statistics of human and material losses resulting from incidents have placed Iran among the top ten countries in the world in terms of disaster and vulnerability; on the other hand, considering the role of the media in the representation era or the age of media in shaping our understanding and imagination of disasters in today's world, one of the important dimensions of disasters is to know how visual, audio and virtual media work during a disaster. Therefore, without knowing the performance of the mass media, we cannot practically know many aspects of the disasters and society's response to it at the national and international level. The media not only informs, encourages and persuades the society to provide relief and mobilize facilities when a disaster occurs but also they are very effective in the renewal and revival of the society and the changes that occur in the beliefs, behaviors and lifestyles of the members of the society before, during and after it.

Method: In this research, it has been tried to determine the prioritization and effect of Persian language satellite and television networks on the lifestyle after the Corona crisis with a mathematical model of rough data envelopment analysis. This research is an applied study and its method is case-based and in order to measure the before mentioned Channels, field and library studies were conducted on the variables and indicators of lifestyle after Corona, at first; and after reviewing the articles, in order to calculate the research indicators, a guided interview was conducted with experts in this field who had at least 10 years of experience in the fields of lifestyle, media and culture.

Findings: The findings of this research indicate that MANOTO Channel has had the greatest impact on the people's lifestyles after the Corona disaster and after that the NASIM and GEM channel are in the second and third places.

Results: According to the ranking of the channels, it is important that the lack of actions of the domestic channels, such as lack of quick, accurate and clear information and concealment of facts and statistics, gives the opportunity to the satellite channels and reduces their social capitals; on the other hand, in the case of producing high-quality programs that suit the audience's taste, such as entertainment and family programs in NASIM channel provides the possibility of competition and influence for domestic channels.

Keywords: Media, Lifestyle, Post-Disaster Management, Corona, Rough Data Envelopment Analysis Model.

► **Citation (APA 6th ed.):** Mozafari Sh, shafiee M, Mamoodian AtaAbadi H. (2022, Autumn). Prioritizing the impact of Persian language satellite and television channels on lifestyle after the Corona crisis. *Disaster Prevention and Management Knowledge Quarterly (DPMK)*, 12(3),365-381.

اولویت‌بندی میزان اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی زبان بر سبک زندگی

پس از بحران کرونا

شاهین مظفری^۱، مرتضی شفیع^۲ و حمید محمودیان عطاآبادی^۳

۱. دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.
۲. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران (نویسنده مسئول) ma.shafiee277@gmail.com
۳. دانشیار گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران.

چکیده

زمینه و هدف: سرزمین ما از نظر مصائب و بلایای طبیعی در زمره کشورهای آسیب‌پذیر می‌باشد. به گونه‌ای که در طول قرن بیستم، آمار زیان‌های انسانی و مادی حاصل از حوادث، ایران را در شمار ده کشور اول جهان از حیث حادثه‌خیزی و آسیب‌پذیری قرار داده است. از طرفی با توجه به نقشی که رسانه‌ها در عصر رسانه یا عصر بازنمایی در شکل دادن به فهم و تخیل ما از فاجعه در دنیای امروز دارند، یکی از ابعاد مهم فاجعه، شناخت شیوه عمل رسانه‌های دیداری و شنیداری و مجازی در هنگام بروز فاجعه است. از این رو بدون شناخت عملکرد رسانه‌های جمعی عملاً نمی‌توانیم بسیاری از ابعاد بحران و واکنش جامعه به آن را در سطح ملی و بین‌المللی بشناسیم. رسانه‌ها نه تنها در هنگام بروز فاجعه، در اطلاع‌رسانی، تشویق و ترغیب جامعه به امداد رسانی و بسیج امکانات نقش اساسی دارند، بلکه در نوسازی و احیای جامعه و تغییراتی که در باورها، رفتارها و سبک زندگی افراد جامعه پیش، حین و پس از آن وجود دارد، بسیار مؤثر می‌باشند.

روش: در این پژوهش سعی شده است که به تعیین اولویت‌بندی و اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی‌زبان بر سبک زندگی پس از بحران کرونا با یک مدل ریاضی تحلیل پوششی داده‌های ناهموار پرداخته شود. این پژوهش کاربردی و روش آن زمینه-موردی است و به منظور سنجش شبکه‌های مورد مطالعه پژوهش، ابتدا مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای بر روی متغیرها و شاخص‌های سبک زندگی پس از کرونا صورت گرفت و بعد از بررسی مقالات، جهت احصاء شاخص‌های پژوهش، مصاحبه‌های هدایت‌شونده با متخصصین این حوزه که حداقل ۱۰ سال سابقه فعالیت در حوزه‌های سبک زندگی، رسانه و فرهنگ را داشتند، انجام شده است. یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که بیشترین تأثیر سبک زندگی پس از بحران کرونا را شبکه من و تو داشته است و پس از آن شبکه نسیم و شبکه جم در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند.

نتایج: با توجه به رتبه‌بندی شبکه‌ها این نکته حائز اهمیت است که کوتاهی و عدم اقدام شبکه‌های داخلی مانند عدم اطلاع‌رسانی سریع، دقیق و شفاف و کتمان حقایق و آمارها، فرصت را در اختیار شبکه‌های ماهواره‌ای قرار داده است و سرمایه اجتماعی این شبکه‌ها را کاهش می‌دهد. از طرفی در صورت تولید برنامه‌های با کیفیت و متناسب با سلیقه مخاطب مانند برنامه‌های تفریحی و خانوادگی در شبکه نسیم، امکان رقابت و نقش‌آفرینی و تأثیرگذاری برای شبکه‌های داخلی فراهم می‌آید.

واژه‌های کلیدی: رسانه، سبک زندگی، مدیریت پس از بحران، کرونا، مدل تحلیل پوششی داده‌های ناهموار

◀ **استناد فارسی (شیوه APA، ویرایش ششم ۲۰۱۰):** مظفری، شاهین؛ شفیع، مرتضی؛ محمودیان عطاآبادی، حمید. (پاییز، ۱۴۰۱). اولویت‌بندی میزان اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی زبان بر سبک زندگی پس از بحران کرونا. *فصلنامه دانش پیشگیری و مدیریت بحران*. ۱۲ (۳)، ۳۶۵-۳۸۱.

مقدمه

به عنوان نمونه، تأکید و تمرکز بیش از حد بر جنبه‌های مخرب حادثه و زیان‌های آن، تأثیر منفی عاطفی و روحی بر آسیب‌دیدگان می‌گذارد و مانع از التیام دردهای روحی می‌شود و افراد در وضعیت انفعال دائمی قرار می‌دهد، که این موضوع، مانع مشارکت فعال آسیب‌دیدگان در بازسازی زندگی و بازگشت به روال عادی می‌شود (فاضلی، ۱۳۹۹:۴۲). لذا یکی از ابعاد مهم بحران و فاجعه، شناخت شیوه عمل رسانه‌های سمعی و بصری و مطبوعات در هنگام بروز فاجعه و تأثیر آن‌ها بر ابعاد سبک زندگی^۱ مانند؛ شیوه خرید و نوع کالاهای مصرفی، شیوه گذراندن اوقات فراغت، شیوه رفتار بین فردی و مدیریت بدن می‌باشد. به همین منظور در این پژوهش به اولویت‌بندی میزان اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی‌زبان بر سبک زندگی پس از بحران کرونا پرداخته شده است.

اهداف و سؤال‌های پژوهش

سؤال‌های پژوهش

۱. چگونه می‌توان یک مدل ریاضی برای اولویت‌بندی میزان تأثیرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و با در نظر گرفتن شاخص‌های سبک زندگی پس از بحران کرونا طراحی کرد؟
۲. میزان اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی‌زبان بر سبک زندگی پس از بحران کرونا چقدر است؟

اهداف پژوهش

۱. تعیین یک مدل ریاضی برای اولویت‌بندی میزان تأثیرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و با در نظر گرفتن شاخص‌های سبک زندگی پس از بحران کرونا
۲. تعیین میزان اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی‌زبان بر سبک زندگی پس از بحران کرونا

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تعریف بحران

تحلیل‌گران و مفسران، درباره بحران تعریف روشن و بازاری ارائه ندادند، لیکن در چارچوب روش‌های تصمیم‌گیری و روش‌های نظام‌مند، بحران را این‌گونه تعریف کرده‌اند:

برای ایجاد تغییر در سبک زندگی می‌توان از ابزارهای مختلفی استفاده کرد. یکی از این ابزارها رسانه‌ها هستند. رسانه را فضایی بازنمایی شده از واقعیت می‌خوانند که با وجود همه محدودیت‌هایش در حوزه سبک زندگی الگوسازی می‌کند و یکی از مهم‌ترین ابزارها در تبلیغ سبک زندگی می‌باشد. لذا سبک زندگی به عنوان ملموس‌ترین سطح از فرهنگ، متأثر از سرعت تحولات اجتماعی و گستره رقابت در عرضه محصولات، به واسطه رسانه‌های متنوع، به سرعت تغییر می‌کند (فتحی و جعفری، ۱۳۹۶). در واقع، رسانه‌های همگانی مانند تلویزیون و ماهواره، در عرصه‌های گوناگون ملی و بین‌المللی در جایگاهی قرار دارند که علاوه بر معرفی و نشر فرهنگ‌های مختلف، با ارائه و توسعه سبک‌های مختلف زندگی بر شیوه زندگی و علایق عمومی مردم جوامع مختلف تأثیر به‌سزایی دارند؛ به طوری که سنت‌ها را به چالش می‌کشند و به صورت یک عامل مؤثر در دگرگونی نگرش‌ها و رفتارهای مخاطبان عمل می‌کنند (سلاجقه و کاظم‌خانی، ۱۳۹۸). از سوی دیگر امروزه در جوامع بحران‌هایی به وجود می‌آید که بدون حضور و نقش فعال رسانه‌های جمعی و به‌ویژه رسانه ملی، به نحو شایسته قابل مدیریت و پایش نمی‌باشد. چراکه رسانه‌ها نه تنها می‌توانند با آگاهی‌بخشی و ایفای نقش نظارتی از بروز بسیاری از بحران‌های بالقوه پیشگیری و در صورت بروز آن‌ها را پایش کنند، بلکه می‌توانند به فرصت‌سازی از بحران نیز همت بگذارند (رشیدی و همکاران، ۱۳۹۳). یکی از این بحران‌ها شیوع جهانی پاندمی کرونا بود که شیوه رویارویی با آن را می‌توان شاخص مهمی برای سنجش میزان توانمندی دولت‌ها به شمار آورد. در این بین، رسانه‌ها به عنوان قدرتمندترین ابزار مدیریت افکار عمومی، نقش اساسی را در مدیریت بحران کرونا داشتند؛ نقشی که در مرحله پیش، حین و پس از بحران کرونا قابل ردیابی می‌باشد. در واقع، رسانه‌ها به زایه دید و افکار افراد برای رویارویی با این پدیده شکل می‌دادند و می‌توانستند بحران را بزرگ‌تر و یا کوچک‌تر از ابعاد واقعی آن نشان دهند (حق‌گو و سلیمانی، ۱۴۰۰)، چرا که رسانه‌ها نه تنها در اطلاع‌رسانی، تشویق و ترغیب جامعه به امدادسانی و بسیج امکانات نقش اساسی در هنگام بروز فاجعه دارند، بلکه در نوسازی و احیای نیروی انسانی آسیب‌دیده نیز تأثیر مهمی به‌جای می‌گذارند.

۱. ابعاد چهارگانه سبک زندگی از منظر بوردیو (pierre bourdieu)

رفتن تعادل عملکردی و نظم منجر می‌شود. ناگهانی بودن، فشرده‌گی و محدودیت زمانی و مکانی، کنترل نکردن، پاسخ‌های نامنظم با فواصل زمانی زیاد، اطلاعات و داده‌های اندک و مخدوش در ارتباط با آن، افزایش تنش و اضطراب و آثار طولانی مدت و استهلاکی بودن، از مهم‌ترین ویژگی‌های این بحران‌ها می‌باشد (احمدی، ۱۳۹۹:۹). یکی از نقش‌های مهم جامعه‌شناسی فاجعه، بررسی تغییر باورهای غلط، شایعات و کلیشه‌های ذهنی و کاهش آثار اجتماعی فاجعه در میان بازماندگان و توجه به رفتارهای خلاق مبتنی بر تجربه بازماندگان است. به عنوان نمونه، کریس (۱۹۸۹) معتقد است، قربانیان فاجعه سعی می‌کنند با ترکیبی از آمادگی و ابتکار (رفتارهای فی‌البداهه) تأثیرات فیزیکی مخاطرات را کاهش دهند و یا اینکه اقدامات واکنشی مردم در برابر بحران‌ها، به طرز چشم‌گیری با کلیشه‌های مرتبط با فجایع ارتباط دارد؛ به‌طور نمونه ترسیم قربانیان به صورت انفرادی منفعل، وحشت‌زده یا بی‌نظم (فیشر). در حالی که تحقیقات و مشاهدات رفتارهای اجتماعی نشان داده است که اکثریت مردم سازگاران به فجایع طبیعی پاسخ می‌دهند، اگرچه ممکن است این تطبیق را با تأخیر انجام دهند، یا برخلاف کلیشه خودخواهی فردی، اغلب قربانیان فاجعه، خود را وقف حمایت و کمک به سایر افراد و دارایی‌های آن‌ها می‌کنند. به‌طور نمونه این موضوع به وفور در رفتار بازماندگان زلزله بم مشاهده شد که همسایگان با وجود احساس خطر، در خارج کردن افراد از زیر آوار و یا بخشش لباس و مایحتاجشان به بقیه دریغ نمی‌کردند و همگرایی اجتماعی و مادی قابل‌توجهی در مناطق آسیب‌دیده بم دیده می‌شد (کمال‌الدینی، ۱۳۹۹:۶۹). دامبروسکی نیز معتقد بود بحران محرک اقدامات اجتماعی است که ممکن است در شرایط غیر از بحران وجود نداشته باشد و از لحاظ همبستگی اجتماعی مبنای عمل را فراهم آورد (همان: ۸۲). تحقیقات و مطالعات در علوم رفتاری نشان می‌دهد که عوامل تعیین‌کننده‌ای بر نوع و الگوی رفتاری در مواقع بحران نقش دارند و این عوامل عبارت‌اند از:

۱. ساختار ارتباطی جامعه در طول بروز بحران
۲. عوامل فرهنگی و مذهبی
۳. فشارهای روانی و روحی که در این دوره بروز می‌کند. آسیب دیدگان حوادث غیرمترقبه دچار یک سری واکنش‌های

بحران عبارت است از «به وجود آمدن شرایط غیرمعمول یا غیرمتعارف در روند حرکت» و به بیان دیگر، «وضعیتی ناپایدار است که در آن تغییری ناگهانی در یک یا چند قسمت از عناصر متغیر نظم موجود ایجاد می‌شود» (پاکباز خسروشاهی، ۱۳۹۷).

نویسندگان تعاریف دیگری را نیز مطرح کرده‌اند، به عنوان نمونه (نجات‌بخش اصفهانی و باقری گیگل، ۱۳۸۷):

- بحران یعنی ضربه‌ای شدید به نظام مدیریت که آن را از تعادل خارج می‌کند.
- بحران یعنی مجموعه حوادثی که به سرعت حادث می‌شوند و تعادل نیروها را در نظام اصلی و فرعی بیشتر از حد متعارف برهم می‌زنند.

با توجه به تعاریف یاد شده باید بررسی کرد که در هر نظام مدیریتی، کدام‌یک از عناصر و عوامل تشکیل‌دهنده، در برابر بحران‌های اجتماعی آسیب‌پذیری بیشتری دارند. با طراحی نظام‌های انعطاف‌پذیر می‌توان تا حدود زیادی از ضربه‌های ناشی از بحران جلوگیری کرد و مانع از اضمحلال و فروپاشی آن‌ها شد. روی هم رفته از خصوصیات هر بحران این است که (رضائیان، ۱۳۹۹):

۱. هدف‌های عالی و حیاتی واحد تصمیم‌گیرنده را تهدید می‌کند.
۲. زمان واکنش را برای اخذ تصمیم محدود می‌کند.
۳. عناصر و عوامل تصمیم‌گیرنده را با بروز ناگهانی خود غافلگیر می‌کند.

بنابراین، از دیدگاه روش تصمیم‌گیری، سه عامل مهم؛ تهدید، زمان و غافل‌گیری در تعریف و تشخیص بحران نقش اساسی دارند. از سوی دیگر امروزه حوادث و بحران‌هایی که در گوشه‌ای از جهان رخ می‌دهند، به‌واسطه رسانه‌ها تجربه‌ای جهانی را فراهم می‌آورند که همه این‌ها موجب می‌شود بشر نسبت به آن رنج کشیده، درس آموزد و سبک زندگی خود را تغییر دهد. لذا در ادامه به نقش رسانه‌ها در بحران‌ها پرداخته می‌شود.

۱. بحران و سبک زندگی

بحران‌های طبیعی با ایجاد اختلالی وسیع در فعالیت‌های عادی و در هم شکستن انگاره‌های متعارف زندگی همراه می‌باشند که به از بین

بحرانی و جلوگیری از بازگشت طبیعی جامعه آسیب دیده به وضعیت تعدیل و آرامش در زمره این موارد می باشند. کارکرد مثبت رسانه ها در مرحله پس از بحران، به معنای سرعت بخشیدن به ایجاد توازن و تعامل مجدد پس از فاجعه طبیعی و جلوگیری از بحران مضاعف است.

بحران کرونا و نقش رسانه ها در مدیریت آن

رسانه های مختلف نیز در دوره شیوع کرونا از شرایط پیش آمده مصون نماندند و به همین دلیل تلاش کردند تا سهم خود را در سبد مصرفی مخاطبان افزایش دهند و شرایطی را پیش آوردند که در دوران شیوع بیماری که ماه ها به طول می انجامد، مردم را با توجه به نقش های خبری، آگاهی بخشی، تفریحی، احساس تعلق اجتماعی، تبلیغاتی و... به خود جلب کنند. به همین دلیل در مدت شیوع بیماری و گسترش آن به کشورهای مختلف و پیش آمدن قرنطینه، مصرف رسانه ای مردم در بسیاری از کشورها افزایش یافت و با تغییراتی نیز همراه بود. در پژوهشی که از مارس ۲۰۲۰ در کشورهای ایتالیا، اسپانیا، فرانسه، آلمان، ایالات متحده، انگلیس، سنگاپور، استرالیا، برزیل، ژاپن، فیلیپین و آفریقای جنوبی انجام شد، نتایج نشان داد که مصرف رسانه ای مردم در این کشورها دستخوش تغییر بوده است و نسبت به رسانه های مختلف افزایش یافته است. به عنوان نمونه:

- از نظر مشاهده و پی گیری اخبار از تلویزیون در کشورهای مورد مطالعه، کمترین آن ۵۰ درصد و بیشترین آن ۷۹ درصد بوده است.
- از نظر گوش دادن به رادیو، کمترین آن ۱۵ و بیشترین آن ۳۶ درصد را شامل می شود.
- از نظر تماشای فیلم های ارائه شده در سرویس های پخش به عنوان نمونه Netflix در کشورهای مورد بررسی، کمترین آن ۲۱ و بیشترین آن ۶۳ درصد را شامل شده است.
- از نظر تماشای برنامه های مختلف شبکه های تلویزیونی، کمترین آن ۳۱ درصد و بیشترین آن ۷۰ درصد را در بر گرفته است.
- از نظر گوش دادن به خدمات پخش به عنوان نمونه اپل موسیقی، Spotify و...، کمترین درصد، ۱۱ و بیشترین آن ۴۶ درصد را شامل شده است.
- از نظر صرف وقت در بازی های رایانه ای، کمترین درصد آن در کشورهای مذکور ۲۰ و بیشترین ۴۸ درصد را به خود

فیزیولوژیک و روان شناختی می شوند که شدت و نوع آن به فاکتورهای متفاوتی بستگی دارد که عبارت اند از: تجربه قبلی در مورد همان حادثه یا شبیه به آن، شدت مخرب بودن حادثه، فاصله زمان وقوع حادثه تا بروز علائم، احساسات و عواطف فردی (حسینی، ۱۳۹۷: ۸).

۲. نقش رسانه ها در بحران

امروزه در عصر ارتباطات و اطلاعات، هرگاه بحرانی رخ می دهد، آن چه ذهن را به خود مشغول می کند، این است که آیا رسانه ها با محرک بحران همراه خواهند شد یا در مهار و برون رفت از آن گام بر خواهند داشت. به عبارتی، در همان حال که رسانه ها می توانند ابزاری در خدمت بحران زدایی و یا کاهش اثرات آن باشند، می توانند ابزاری در خدمت بحران سازی و تشدید بحران به شمار روند (روشندل اربطانی، ۱۳۸۷). در واقع، کمتر بحرانی وجود دارد که رسانه ها در آن نقش (مثبت یا منفی) نداشته باشند. این نقش را می توان در سه مرحله خلاصه کرد (محکی، ۱۳۸۶):

۱. نقش رسانه ها پیش از بحران: در این مرحله که بسیار با اهمیت است، برنامه ریزان به آموزش همگانی شهروندان و توانمندسازی نیروها برای مقابله با بحران احتمالی، آگاه سازی و حساس سازی مسئولان و اقشار مختلف جامعه می پردازند.
۲. نقش رسانه ها در حین بحران: در این مرحله، نقش و کارکرد رسانه ها بسیار آشکارتر و تأثیرگذارتر است. در این موقعیت، رسانه ها با توجه به ظرفیت اطلاع رسانی خود می توانند موجب هدایت اعمال شهروندان و آسیب دیدگان، برانگیخته شدن عواطف و احساسات مردم و آگاهی نهادهای داخلی و بین المللی شوند. بیشترین تحقیقات انجام شده درباره نقش رسانه ها در بحران ها مربوط به فجایع طبیعی و در این مرحله بوده است.
۳. نقش رسانه ها پس از بحران: بسیاری از بحران ها پس از محو شدن مشخصات ظاهری، پیامدها یا پس لرزه های دیگری به دنبال دارند که آن ها را می توان به ۲ دسته تقسیم کرد:
 - عوارض بلند مدت غیر ملموس و ناخواسته
 - عوارض کوتاه مدت: تأخیر در بازگشت جامعه به وضعیت پیش از بحران، تأثیر کارکرد رسانه ها در وضعیت

سوم، به‌طور مؤثر وارد کار ساختن ادراک عمومی از مخاطره شد و توانست علاوه بر آموزش بهداشتی مناسب و ایجاد مشارکت همگانی در مدیریت مسأله، برنامه‌های مختلفی را جهت پُر کردن اوقات فراغت و سرگرمی و رفع برخی از نگرانی‌های مردم، تولید و پخش کند. در دوره چهارم هم با وجود اشکالات متعدد، در زمینه کاهش سفرهای نوروزی و سیاست در خانه ماندن مردم، نقش قابل توجهی ایفا کرد. در دوره پنجم، صدا و سیما ناگزیر از پرداختن به حوزه مدیریت پیامدهای کرونا، درگیر دوگانه سلامت-معیشت شد و همه تلاش خود را معطوف به سیاست دولت جهت توجه دادن به دیگر آسیب‌های این بیماری از جمله امور اقتصادی و معیشتی مردم کرد و به دنبال عقلانی نشان دادن فاصله‌گذاری اجتماعی، با وجود برخی نقایص بود (طیب طاهر، ۱۳۹۹:۴).

صدا و سیما با تلاش‌های بسیار، در کل توانست نقش واسطه‌گری خود بین دولت و مردم را در مخاطره کرونا انجام دهد، البته در این مسیر اشتباهاتی هم داشت که بعضی از آن‌ها قابل چشم‌پوشی نمی‌باشند. یعنی در دو دوره نخست (از ابتدای بهمین تا سوم اسفند) با مداخله ضعیف یا گاهی معیوب، در دو عنصر سازنده مخاطره یعنی جدیت آسیب و احتمال آن در موقعیت‌های زمانی پیش‌آمده، نتوانست جامعه را آن‌چنان‌که باید در عبور از مخاطره یاری نماید. از سوم اسفند به بعد، این عملکرد تا حد زیادی بهبود یافت و صدا و سیما توانست به جایگاه مناسبی در ارتباطات مخاطره برسد و تا حدی اعتماد مخاطب را حتی بیش از گذشته به دست بیاورد. البته پس از ورود مؤثر در این دوره، در دوره‌های بعد، پس از مدتی به تکرار افتاد و تا حدی با وجود پُر بیننده ماندن، ملال‌آور شد (همان: ۶). برخی صاحب‌نظران معتقدند که اهمیت رسانه در تشکیل توده‌ها نمی‌باشد، بلکه در خلق راه‌های مشترک نگرستن به رویدادها است که روایت‌های یکسان و مورد وفاق از واقعیت را ارائه می‌کند. بر همین مبنا صدا و سیما در مقطع شیوع بیماری کرونا سه گونه مفهوم‌سازی کرد:

- مفهوم‌سازی مبتنی بر دانش پزشکی با رویکرد خبری؛
- مفهوم‌سازی رسانه‌ای بعضاً ناهمگون با دانش پزشکی؛
- مفهوم‌سازی برای اقدام مشترک جامعه با رویکرد آگاهی‌بخشی.

اختصاص داده است.

- از نظر حضور در رسانه‌های اجتماعی (به عنوان نمونه فیس‌بوک، اینستاگرام، توئیتر و غیره)، کمترین درصد ۲۱ و بیشترین آن ۷۱ درصد بوده است.
- از نظر مطالعه کتاب نیز، کمترین سهم آن ۱۸ درصد و بیشترین سهم در کشورهای مورد مطالعه، ۴۴ درصد را شامل شده است.
- از نظر استفاده از خدمات پیام‌رسان‌ها به عنوان نمونه WhatsApp، Facebook Messenger و ...، کمترین درصد، ۱۷ و بیشترین آن، ۶۰ درصد بوده است. نتایج فوق‌الذکر نشان می‌دهد که شیوع این بیماری و قرنطینه ناخواسته، تأثیر مستقیمی بر مصرف رسانه‌ها در کشورهای مختلف داشته است (نعمتی انارکی، ۱۴۰۱:۵).

رسانه‌ها در جامعه ما در بحران اخیر نشان داده‌اند که ورود به همه زوایای یک رویداد و توجه به اصل اختلاف مشروع در بیان و تحلیل رویدادها، عبور از خط قرمزها و ارائه اخبار دقیق و شفاف و توجه به اخبار محرمانه‌ای که برای مخاطب حائز اهمیت است (مانند تعداد کشته‌شدگان کرونا)، سرعت عمل در انتقال اخبار و بهره‌گیری از هنر مبتنی بر دانش روز، نقش اساسی در جلب توجه مخاطب دارد. هرچند این اصول به عنوان اصول پذیرفته شده در نظام‌های رسانه‌ای مورد توجه بوده است، لیکن تا پیش از کرونا در نظام رسانه‌ای کشور، چندان به این اصل توجه نشده بود (نعمتی انارکی، ۱۴۰۱:۸).

همچنین عملکرد صدا و سیما را می‌توان به پنج دوره تقسیم کرد:

۱. دور بودن خطر و انکار ورود؛
۲. تحت کنترل بودن اوضاع؛
۳. جدی بودن خطر، ضرورت آموزش و مشارکت عمومی؛
۴. امتداد خطر، کلیشه شدن آموزش و افتادن به تکرار؛
۵. کاهش خطر، مدیریت‌پذیری و خروج.

ادراک صدا و سیما در دوره‌های اول و دوم از مخاطره، به دلیل عدم شناخت کامل کرونا و میزان ایجاد خطر ناشی از آن، بسیار پایین است و سهل‌انگاری‌هایی دارد. سرریز چالش‌های سیاسی پیشین علاوه بر برداشت‌های اشتباه و ناقص نهادهای متولی امر سلامت، مزید بر دلیل این عملکرد شد. این سازمان در دوره

دلیل واکنشی که از چنین مدیران و سازمان‌هایی انتظار می‌رود، نوعی همراهی با بحران است.

۳. راهبرد فعال: رسانه‌هایی که در قبال بحران راهبرد فعال دارند، به محض وقوع آن وارد عمل می‌شوند و فعالانه در جهت کنترل و مهار بحران بر می‌آیند. چنین سازمان‌هایی بحران را جزئی از طبیعت بشری می‌پندارند و بر این اساس، خود را به اقدام فعالانه در مواجهه با بحران‌ها ملزم می‌دانند.

۴. راهبرد فوق فعال: راهبرد فوق فعال با تأکید بر کشف فرصت‌های جدید و چشم‌اندازهای نو برای رشد و پویایی، نه تنها وجود بحران‌ها را می‌پذیرد و در مواجهه با آن‌ها فعالانه وارد عمل می‌شود، بلکه فراتر از آن، به منظور مقابله با شرایط بحرانی، پیش‌بینی‌های لازم را به عمل می‌آورد. در رسانه‌هایی که راهبرد فوق فعال دارند، نوع نگرش به بحران کاملاً مثبت و فرصت‌آفرین است.

به‌طور کلی تجزیه و تحلیل برنامه‌های ارتباطی از جمله تحلیل محتوای مطبوعات و افکارسنجی برون‌سازمانی توسط روابط عمومی، می‌تواند هم در شناسایی عوامل بحران‌زا و هم در حین بحران و هم پس از بحران مؤثر باشد. در شکل (۱) راهبردهای ارتباطی رسانه‌ها در بحران ارائه شده است:

پیشینه

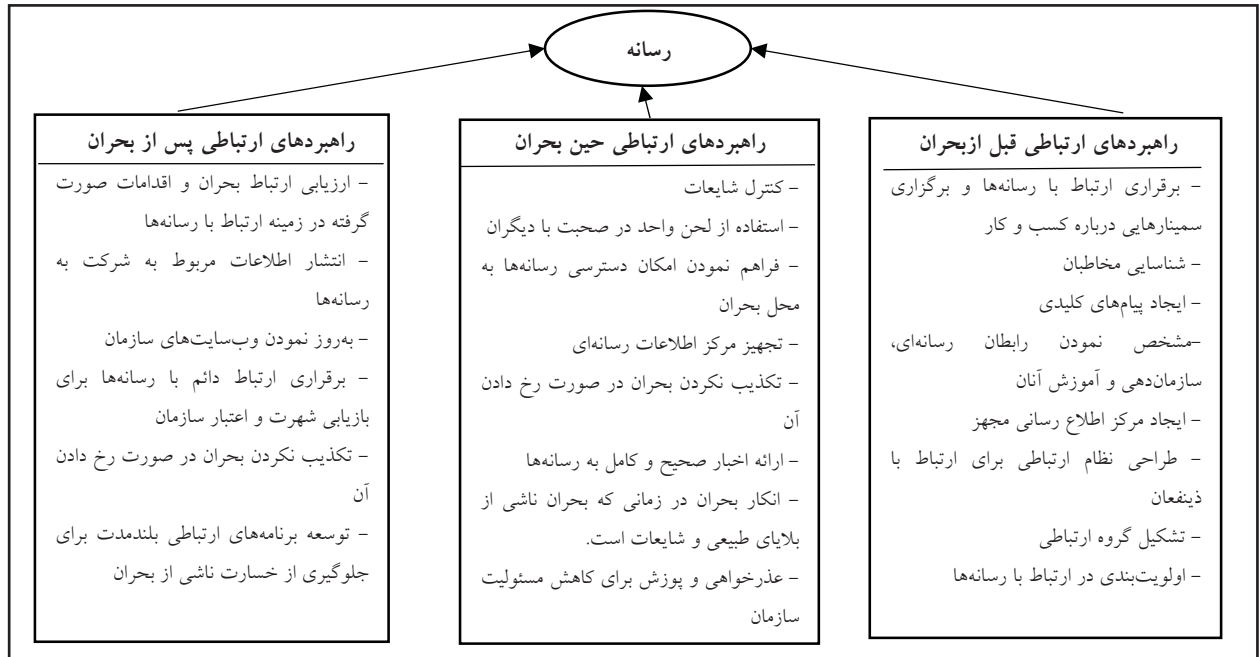
مظفری و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان طراحی مدل تحلیل پوششی داده‌های ناهموار (RDEA) برای سنجش عملکرد شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان با توجه به شاخص‌های سبک زندگی جوانان، راه‌کارهای لازم را جهت جلوگیری از آثار منفی شبکه‌های ماهواره‌ای برون‌مرزی بر سبک زندگی جوانان و جذب بیشتر مخاطبان به شبکه‌های فارسی‌زبان داخلی ارائه دادند.

نعمتی انارکی و زابلی زاده (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان کرونا و صدا و سیما، آگاهی‌بخشی و رفع شبهات دینی؛ مختصات احتمالی مدل رسانه‌ای در پساکرونا، به این نتیجه رسیدند که صدا و سیما توانست به شیوه‌های گوناگون و تا حدودی با ایجاد تغییرات در گستره یا اولویت خواست‌های شهروندی، نقش شتاب‌دهنده در مقابله با بحران ایفا کند. این رسانه توانست با اجرای کار ویژه‌هایی

در مفهوم‌سازی اول، رسانه با بهره‌گیری از نقش خبری خود سعی در بازتاب واقعیت بیماری کووید ۱۹ داشت و در این مفهوم‌سازی پزشکان و کادر پزشکی نقش داشتند. در واقع، صدا و سیما به دنبال بازنمایی واقعیت بیماری بود و اخبار رویدادهای مرتبط با بیماری را منتشر می‌کرد. در مفهوم‌سازی دوم، آنچه در ابتدای شیوع بیماری بعضاً منتشر می‌شد، سنخیتی با دانش پزشکی و ماهیت بیماری نداشت، نظیر پیام‌هایی که در اصطلاح بر مبنای طب سنتی یا اسلامی منتشر می‌شد. به عنوان نمونه خراشیدن پوست نارنج و بو کردن آن - که مناسب با مقابله با بیماری کرونا است - یا ساده‌سازی بیماری، مانند گزارشی که خبرنگار صدا و سیما منتشر کرد و بیماری کرونا را به بیماری سرماخوردگی ساده تشبیه کرده بود. در مفهوم‌سازی سوم نیز که به نظر می‌رسد بیشترین تأثیر را بر مخاطبان داشته است، مفهوم‌سازی برای اقدام مشترک جامعه با رویکرد آگاهی‌بخشی بود. به عنوان نمونه، آگاهی دادن به مخاطبان در خصوص ماندن در خانه، چگونگی رفتار در این دوران، دلایل ماندن در خانه که از نتایج این مفهوم‌سازی‌های رسانه‌ای بود (نعمتی انارکی، ۱۷:۱۴۰۱).

۳. راهبردهای عملی برای مواجهه سازمان‌های رسانه‌ای با بحران نگرش به مقوله بحران و موضوع بحران‌ساز، مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده برای نوع اقدام و عمل در برابر بحران محسوب می‌شود. رویکردها به بحران شامل سه رویکرد بحران‌گریزی، بحران‌ستیزی و بحران‌پذیری می‌باشد. بر این اساس، چهار راهبرد عملی برای مواجهه سازمان‌های رسانه‌ای با بحران وجود دارد (صلواتیان، ۱۳۹۰):

- ۱. راهبرد انفعالی:** بر اساس راهبرد انفعالی، رسانه ترجیح می‌دهد به هنگام مواجهه با شرایط بحرانی سکوت اختیار کند و واکنش آن، از نوع انکار یا بی‌توجهی باشد.
- ۲. راهبرد واکنشی:** راهبرد واکنشی با تأکید بر ضرورت پاسخگویی به فشارها و تحرکات محیطی تهدیدکننده، سازمان رسانه‌ای را به واکنش برای حفظ حیات خود ترغیب می‌کند. سازمان‌هایی که از راهبرد واکنشی استفاده می‌کنند، دیدگاه‌های برنامه‌ریزی بلندمدت ندارند. نوع نگرش حاکم بر سازمان‌هایی که از چنین راهبردی در مواقع بحرانی تبعیت می‌کنند، منفی و تهدیدآمیز است؛ به همین



شکل ۱: الگوی راهبردی و ارتباطی رسانه‌ها در بحران (احمدی، ۱۳۸۴: ۷۷)

تغییرات گرایش پاسخگوییان به سبک زندگی را پیش‌بینی می‌کند و بیشترین تأثیر، مربوط به میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشد.

شکری رفسنجانی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج.ا.ا برای تأمین منافع ملی در دوران بحران کرونا به این نتیجه رسیدند که کارکرد دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا را می‌توان به ۸ کارکرد شامل ۴ کارکرد جامع و کل‌نگرانه و ۴ کارکرد ژرفانگر تقسیم کرد. برای دستیابی ایران به منافع ملی حداکثری باید همه کارکردهای دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج.ا.ا. در دوران بحران کرونا متناسب با ارتقاء قدرت نرم ایران مورد استفاده بهینه قرار گیرد.

راویلهاک^۱ (۲۰۲۲) در مقاله‌ای با عنوان استقرار رسانه‌های اجتماعی توسط مقامات سیاسی و کارشناسان بهداشتی برای افزایش اطلاعات عمومی در طول همه‌گیری COVID-19 به این نتیجه رسیدند که نقش‌های متفاوتی توسط کارشناسان (سلامت) و مقامات سیاسی از نظر موضوعات و تأثیر بر زمان‌بندی خاص همه‌گیری ایفا می‌شود. همچنین نتایج این مطالعه موارد مفیدی را

مانند بررسی و نقد، اطلاع‌رسانی نسبت به رویداد و آگاهی‌بخشی عمیق به مخاطبان، این نقش را ایفا نماید.

حیدری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تأثیر قدرت نرم شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای بر الگوبرداری اجتماعی و تغییر سبک زندگی در بین زنان (مطالعه موردی: زنان شاغل آموزش و پرورش شهر زنجان) نیز به این نتیجه رسیدند که استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و محتواگرایی آن به عنوان یکی از منابع مهم چالشی برای نظام و تهدیدی چراغ خاموش برای قداست‌زدایی از ارزش‌های دینی و ضربه به کیان خانواده محسوب می‌شود؛ چنان‌که گرایش و غلبه مصرف‌محتویات این رسانه؛ تبلور خود را در یک دوره زمانی پنج تا ده‌ساله به شکل رسوب روحیه غرب‌گرایی، روحیه تجمل‌گرایی، مصرف‌گرایی، تغییرات ظاهری و... نشان داده است و این موضوع می‌تواند زمینه‌ساز هزینه‌های جدی برای نسل آینده یک ملت باشد.

اکبری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان نقش دیجیتالی شدن مصرف رسانه‌ای در سبک زندگی شهروندان بالای ۱۸ سال شهر تهران، به این نتیجه رسیدند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ ۵۰ درصد، مدت عضویت در شبکه‌های مجازی؛ ۲۲ درصد و میزان وابستگی به شبکه‌های مجازی؛ ۵۰ درصد از

1. Reveilhac

می‌نماید. از دیدگاه او وحشت و بحران ایجاد شده از رسانه‌های اجتماعی، سریع‌تر از انتشار ویروس کرونا به جوامع منتقل می‌شود. در ادبیات موضوعی سبک زندگی و بحران، تاکنون مطالعات متعددی از رابطه سبک زندگی و رسانه و بحران مورد پژوهش قرار گرفته است؛ لیکن بر اساس تحقیقات در دسترس و بررسی شده توسط پژوهشگر، تا به حال از روش کمی و متغیرهای ناهموار به همراه تحلیل پوششی داده‌ها در حوزه اولویت‌بندی میزان اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی‌زبان در سبک زندگی پس از بحران کرونا استفاده نشده است. همچنین، بررسی‌های علمی و پژوهش‌های جامعه‌شناختی پیرامون تأثیرات اجتماعی و فرهنگی فجایع طبیعی و بحران در کشورمان تا این اواخر کمتر مورد توجه پژوهشگران و علمای اجتماعی قرار گرفته است. لذا از نوآوری‌های پژوهش حاضر، استفاده از رویکرد ترکیبی تحلیل پوششی داده‌ها با متغیرهای ناهموار و یا به عبارتی استفاده از مدل RoughDEA می‌باشد و همچنین از دیگر نوآوری‌های پژوهش، طراحی مدل تحلیل پوششی داده‌های ناهموار (RDEA) برای اولویت‌بندی میزان اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی‌زبان در سبک زندگی پس از بحران کرونا می‌باشد.

روش

روش تحقیق مورد استفاده به لحاظ ماهیتی از نوع کاربردی است و روش آن زمینه‌ای-موردی می‌باشد. هدف از تحقیق کاربردی به دست آوردن درک یا دانش لازم برای تعیین ابزاری است که به وسیله آن، نیازی مشخص و شناخته شده برطرف گردد. در این نوع تحقیقات، هدف، کشف دانش تازه‌ای است که کاربرد مشخصی را درباره فرآورده یا فرایندی در واقعیت، دنبال کند. به عبارت دقیق‌تر، تحقیق کاربردی تلاشی است برای پاسخ دادن به یک معضل و مشکل عملی که در دنیای واقعی وجود دارد (لطفی و همکاران، ۲۰۱۲، مهدی و شفیعی، ۲۰۱۷، شفیعی و همکاران، ۲۰۱۴، شفیعی و صالح، ۲۰۱۹، شفیعی و احمدی، ۲۰۱۲). با توجه به این که برای نشان دادن کارایی مدل و یافته‌های تئوریک حاصل از مدل، تحلیل پوششی داده‌های ناهموار به صورت عملی به سنجش شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی‌زبان پرداخته است، لذا روش تحقیق از

برای ارتباط بین مقامات سیاسی، کارشناسان بهداشت و عموم مردم ارائه می‌کند.

میاه و همکارانش^۱ (۲۰۲۰) نیز در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر رفتار خرید آنلاین در طول همه‌گیری COVID-19 دیدگاه‌های مصرف‌کنندگان بنگلادشی به این نتیجه رسیدند که تأیید افراد مشهور، ابزارهای تبلیغاتی و نظرات آنلاین، تأثیر مثبت و معناداری بر رفتار خرید آنلاین در طول همه‌گیری COVID-19 داشته است و همچنین این مقاله پژوهشی، دستورالعمل‌های عملی را برای سازمان‌های تجاری مبتنی بر آنلاین، در مورد نحوه استفاده مؤثر از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی برای فعالیت‌های تبلیغاتی و تبلیغاتی هدف کسب و کار ارائه می‌کند. مشتریان همچنین به دلیل نقدهای آنلاین مثبت و تأیید افراد مشهور قابل اعتماد، برای خرید از طریق رسانه‌های اجتماعی انگیزه دارند.

همچنین چولی و کاس^۲ (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان تصورات سرزنش رسانه‌های اجتماعی در طول همه‌گیری ویروس کرونا به این نتیجه رسیدند که مردم عمدتاً دولت‌های ملی را مقصر همه‌گیری ویروس کرونا می‌دانند. علاوه بر این، نتایج انفجار تئوری‌های توطئه در میان کاربران رسانه‌های اجتماعی در مورد منشأ ویروس نیز این موضوع را تأیید کرد. در مراحل اولیه همه‌گیری، تمایل بیشتر به سرزنش به تئوری‌های توطئه و محدود کردن اطلاعات از سوی دولت، مرتبط بود، در حالی که در ماه‌های بعد، مسئولیت به رهبران سیاسی و رسانه‌ها منتقل شد. یافته‌ها نشان‌دهنده این است که بی‌اعتمادی به دولت در حال ظهور است که ممکن است منجر به بی‌توجهی به رفتارهای بهداشتی پیشگیرانه و تقویت تئوری‌های توطئه و پویایی در حال تکامل سرزنش شود. این مطالعه استدلال می‌کند که گفت و گوی شفاف و مستمر بین دولت‌ها و مردم برای جلوگیری از گسترش ویروس کرونا اهمیت فراوان دارد.

گوفری^۳ (۲۰۲۰) نیز در مقاله‌ای با عنوان نقش رسانه‌های اجتماعی در پاندمی ویروس کرونا در مورد شروع و گسترش ویروس کرونا در چین، شایعات گمراه‌کننده و نظریه‌های توطئه در مورد منشأ این بیماری توأم با ترس و نژادپرستی در رسانه‌ها بحث

1. Miah and et al.
2. Choli and Kuss
3. Godfrey

ایجاد نگاه و واژه‌ای به عنوان سبک زندگی پس از بحران بوده است. لذا جهت دستیابی به این مهم در پژوهش فوق، ضمن دستیابی به لیست شبکه‌های پربیننده تلویزیونی و ماهواره‌ای، با توجه به انجام مصاحبه هدایت‌شونده با اساتید، نخبگان و متخصصان و بهره‌مندی از نتایج پژوهش‌های انجام شده شبکه‌های نسیم، سه، یک و من و تو، بی‌بی‌سی فارسی، جم، برنامه‌های تأثیرگذار بر سبک زندگی، نیز احصا گردیده است (مظفری و همکاران، ۱۴۰۱) که در نمودارهای شماره (۱) و شماره (۲) این مهم ارائه شده است:



نمودار ۲: شبکه‌های ماهواره‌ای مورد مطالعه

نوع زمینه‌ای-موردی می‌باشد. برای جمع‌آوری داده‌ها، ترکیبی از دو روش میدانی و کتابخانه‌ای به کار رفته است، به این صورت که؛ در مرحله اول با استفاده از روش کتابخانه‌ای ادبیات موضوع؛ چارچوب نظری و پیشینه مناسب برای تحقیق فراهم شد و در مرحله دوم با استفاده از مستندات رسانه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای و تلویزیونی، اقدام به جمع‌آوری اطلاعات شده است. همچنین با توجه به تأثیرات و تغییرات شگرفی که در شیوه زندگی پس از بحران‌ها رخ می‌دهد، دغدغه‌ای نسبت به تأثیر رسانه‌ها و شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی وجود داشت. به همین منظور در این تحقیق سعی در



نمودار ۱: شبکه‌های تلویزیونی مورد مطالعه

جامعه، همه اعضای جامعه به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شدند و به روش سرشماری مورد پرسش قرار گرفتند و نتیجه آن انتخاب شبکه‌های من و تو، جم و بی‌بی‌سی فارسی در شبکه‌های ماهواره‌ای خارجی و شبکه‌های نسیم، سه و اول در شبکه‌های داخلی بود. همچنین ابزار گردآوری اطلاعات برای تعیین شاخص‌های عملکرد پژوهش شامل مصاحبه، فیش تحقیق، مستندات رسانه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای و تلویزیونی در زمینه سبک زندگی پس از بحران کرونا بوده است و به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات، از مدل ریاضی تحلیل پوششی داده‌های ناهموار استفاده گردید و به منظور حل مدل از نرم‌افزارهای Excel و WinQsb استفاده شده است.

۱. تعیین شاخص‌های پژوهش

لازمه هر پژوهش کاربردی، مطالعه و شناخت پارامترهای مؤثر در

لذا بر اساس نمودارهای (۱) و (۲) جامعه آماری پژوهش به دو دسته تقسیم می‌شود. به این صورت که جامعه آماری در این تحقیق از حیث شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی پربیننده و مورد مطالعه و سنجش پژوهش، شامل ۶ شبکه فارسی‌زبان (خارجی و داخلی) می‌باشد؛ و از حیث تعیین معیارها و شاخص‌های اثرگذار در انتخاب شبکه‌ها، شامل ۴۰ نفر از اساتید، مدیران علمی و اجرایی و کارشناسان موضوع تولیدات تلویزیونی، جامعه‌شناس، مدیریت فرهنگی، تبلیغات، رسانه، فضای مجازی و ارتباطات می‌باشد که با توجه به نمونه‌گیری هدفمند، ۸ نفر از اساتید دانشگاه، ۱۰ نفر از صاحب‌نظران مسائل تبلیغات در مرکز پژوهش‌های بازرگانی و مرکز تحقیقات استراتژیک و مرکز ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری تهران، ۸ نفر از مدیران حوزه روابط عمومی و ۱۴ نفر از کارشناسان حوزه رسانه انتخاب گردیدند. با توجه به محدود بودن

قلمرو کاری پژوهش می‌باشد. بدین منظور در راستای شناخت و استخراج شاخص‌های مؤثر ورودی و خروجی و واسطه‌ای، جهت سنجش شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی‌زبان مورد مطالعه پژوهش، مطالعات میدانی و کتابخانه‌ای گسترده‌ای بر روی متغیرها و شاخص‌های سبک زندگی پس از بحران کرونا صورت گرفت و بعد از بررسی و مطالعه مقالات، جهت شناخت

کامل تمام شاخص‌های پژوهش، مصاحبه‌ای هدایت‌شونده در این زمینه با مسئولین مربوطه و متخصص این حوزه - که حداقل ۱۰ سال سابقه فعالیت در حوزه‌های سبک زندگی، رسانه و فرهنگ را داشتند- انجام گرفت و سرانجام فهرستی از ۲۱ معیار که شامل ۱۰ ورودی و ۱۱ خروجی بود استخراج شد، که در جدول (۱) و جدول (۲) به شرح آن‌ها پرداخته شده است.

جدول ۱: شاخص‌های ورودی مورد مطالعه پژوهش

شاخص‌های ورودی ناهموار				
توجه به ارزش‌های دینی، فرهنگی، تاریخی و ... (درصد)	بهره‌مندی از مجوزهای قانونی تأسیس و فعالیت (درصد)	بهره‌مندی از متخصصان و پزشکان خبره و به نام (شهیر) (درصد)	دسترسی به اطلاعات محرمانه و به روز در مورد کرونا، شیوه‌های شیوع، شیوه درمان، تعداد بیماران، تعداد فوتی‌ها، منبع شیوع، زمان پایان و ... (درصد)	بودجه شبکه (میلیارد تومان)
شاخص‌های ورودی قطعی				
نوآوری در مدل و شیوه‌های ارائه مفاهیم پزشکی و درمانی (درصد)	تکنولوژی‌های مورد استفاده (درصد)	میزان حمایت‌های مادی و تبلیغات (میلیارد تومان)	تعداد ابنیه (واحد)	تعداد نیروی انسانی (نفر)

همان‌طور که از جدول (۱) مشخص است، به خاطر وجود عدم قطعیت شاخص‌های بودجه شبکه، دسترسی به اطلاعات (علمی، روز، محرمانه در مورد کرونا)، بهره‌مندی از متخصصان و پزشکان خبره و به نام (شهیر)، بهره‌گیری و توجه به ارزش‌های فرهنگی و دینی (زبان ملی، زبان‌های بومی، آداب و سنن) و بهره‌مندی از مجوزهای قانونی تأسیس و فعالیت، این شاخص‌ها به عنوان متغیرهای ناهموار ذکر شدند و سایر شاخص‌های ورودی قطعی هستند. همچنین، شاخص‌های خروجی این پژوهش نیز قطعی و در جدول (۲) آورده شده است که واحد تمامی شاخص‌ها به جز ساعات و تعداد برنامه‌های تولیدی به صورت درصد می‌باشد.

جدول ۲: شاخص‌های خروجی مورد مطالعه پژوهش

ردیف	شاخص‌های خروجی قطعی
۱	ساعات و تعداد برنامه‌های تولیدی
۲	ارائه حس همبستگی و دیگر دوستی جهت مساعدت در بحران، رعایت حال دیگران، جمع‌آوری کمک‌های مالی و بشردوستانه
۳	تبیین، اقناع و تشویق به استفاده از پروتکل‌های بهداشتی
۴	تغییر در شیوه‌های گذران اوقات فراغت و روابط بین فردی با رویکرد حضور مستمر در خانه، عدم برپایی میهمانی و دور همی، پرهیز از سفر / عدم حضور در اماکن عمومی، توجه به بازی‌های آنلاین
۵	تغییر در نحوه برگزاری آداب و رسوم سنتی و فرهنگی مانند، جشن عروسی، مراسم تدفین و بزرگداشت، برگزاری جلسات اداری، همایش‌ها و ... به شکل آنلاین
۶	ارتقا سطح آگاهی مخاطبان با رویکرد حفظ سلامتی و سواد رسانه‌ای مخاطبان و مقابله با شایعات
۷	افزایش آگاهی و تشویق شهروندان به کاهش وزن، ورزش و عدم مصرف دخانیات
۸	هشدار و اطلاع‌رسانی سریع در مورد سوبه‌ها، تغییر رفتار ویروس، مراکز واکسیناسیون، مراکز دریافت دارو
۹	تجلیل از زحمات کادر درمان، قهرمان سازی و حفظ روحیه جان‌فشانی در بین اقشار جامعه
۱۰	آموزش شیوه‌های اقتصادی، کسب درآمد در شرایط بحران، صرفه‌جویی و ... جهت مقابله با فشارهای اقتصادی حاصل از بحران
۱۱	ارائه محتوا سرگرم‌کننده، نشاط‌آفرین و امیدبخش جهت حضور بیشتر در منزل

۲. ساخت مدل

تعریف ۶: فرض کنید (ξ) یک متغیر ناهموار باشد، $\in [0, 1]$

α باشد آنگاه:

رابطه ۲: $\xi_{sup}(\alpha) = \sup\{r | Tr\{\xi \geq r\} \geq \alpha\}$

که مقدار $1-\alpha$ خوش‌بین متغیر (ξ) نامیده می‌شود و

رابطه ۳: $\xi_{inf}(\alpha) = \inf\{r | Tr\{\xi \leq r\} \geq \alpha\}$

که در این حالت مقدار $1-\alpha$ بدبین متغیر (ξ) نامیده می‌شود.

قضیه ۱: فرض کنید $\xi_{sup}(\alpha)$ و $\xi_{inf}(\alpha)$ به ترتیب مقادیر $1-\alpha$

خوش‌بین و α بدبین متغیر ناهموار ξ باشند، آنگاه ویژگی‌های

زیر برقرار است (لیو، ۲۰۰۴):

$$Tr\{\xi \leq \xi_{inf}(\alpha)\} \geq \alpha \text{ و } Tr\{\xi \geq \xi_{sup}(\alpha)\} \geq \alpha$$

$\xi_{inf}(\alpha)$ یک تابع صعودی و از چپ پیوسته α است.

$\xi_{sup}(\alpha)$ یک تابع نزولی و از راست پیوسته α است.

اگر $0 \leq \alpha \leq 1$ باشد، آنگاه: $\xi_{inf}(\alpha) = \xi_{sup}(1-\alpha)$ و

$$\xi_{sup}(\alpha) = \xi_{inf}(1-\alpha)$$

$0 \leq \alpha \leq 0.5$ باشد، آنگاه: $\xi_{inf}(\alpha) \leq \xi_{sup}(\alpha)$

$0.5 \leq \alpha \leq 1$ باشد، آنگاه: $\xi_{sup}(\alpha) \leq \xi_{inf}(\alpha)$

بنابراین با توجه به تعاریف و قضیه ذکرشده، به‌طورکلی یک

مجموعه ناهموار (نامعین، نادقیق) را می‌توان با چند بازه شناسایی

کرد که تقریب حد بالا و پایین آن را مشخص می‌کند و با (\underline{X}, \bar{X})

نشان داده می‌شود. برای مقابله با عدم قطعیت یا عدم اطمینان،

متغیرهای ناهموار باید به مقادیر قطعی تبدیل شوند؛ که در این

مقاله برای غلبه بر این مشکل از عملگر مقدار $1-\alpha$ خوش‌بین و

$1-\alpha$ بدبین استفاده شده است. در نتیجه با شناسایی سطح اطمینان

α متغیرهای ناهموار، مدل به بازه تبدیل گردیده است و یک مدل

تحلیل پوششی داده‌های بازه‌ای تشکیل می‌شود. به عنوان نمونه

اگر $\xi = [a, b], [c, d]$ به عنوان یک متغیر ناهموار باشد که در آن

$a \leq b \leq c \leq d$ باشد، سپس مقدار خوش‌بینانه برای ξ را می‌توان

به‌صورت رابطه (۴) محاسبه کرد (سو و همکاران، ۲۰۰۹):

رابطه ۴:

$$\xi_{sup}(\alpha) = \begin{cases} (1-\alpha)d + \alpha c \\ \frac{r(1-\alpha)d + (r\alpha - 1)c}{d(b-a) + b(d-c) - r\alpha(b-a)(d-c)} \\ (b-a) + (d-c) \end{cases}$$

فرض کنید U مجموعه‌ای از اشیا باشد که مجموعه مرجع یا کل

نامیده می‌شود و R یک رابطه هم‌ارزی روی U است، به‌طوری‌که

$U \times U \subset R$ باشد. لذا در این صورت رابطه R در اصل، شناخت

در مورد اعضای U را نشان می‌دهد. اگر X یک زیرمجموعه U باشد،

قصد داریم X را با توجه به رابطه R مشخص کنیم. برای درک مفهوم

تئوری مجموعه‌های ناهموار می‌توان تعاریف ابتدائی زیر را ارائه داد

(پاولاک، ۱۹۸۲):

تعریف ۱: تقریب بالا را با $R^*(X)$ نشان می‌دهند و بیان‌کننده

اعضایی می‌باشد که احتمالاً متعلق به X است. تعریف ۲: تقریب

پایین را با $R_*(X)$ نشان می‌دهند و بیان‌کننده اعضای هست که

حتماً متعلق به X می‌باشد.

تعریف ۳: اختلاف دو مجموعه تقریب بالا و پایین را به صورت

$RN_R(X)$ نشان می‌دهند و بیان‌کننده اعضای می‌باشند که نه دقیقاً

متعلق به X هستند و نه دقیقاً متعلق به متمم X .

با این تعاریف، تعریف مجموعه ناهموار عبارت است از:

تعریف ۴: مجموعه X هموار است، اگر مرز آن تهی باشد و

مجموعه X ناهموار است، اگر مرز آن غیر تهی باشد.

بنابراین یک مجموعه، ناهموار (غیردقیق) است اگر مرز غیر

تهی داشته باشد؛ در غیر این صورت مجموعه، هموار (دقیق)

می‌باشد.

تعریف ۵: یک متغیر ناهموار با علامت (ξ) نشان داده می‌شود و

بیان‌کننده یک تابع مقیاس‌پذیر^۲ از فضای ناهموار (π, A, Δ, Ω) به

مجموعه اعداد حقیقی است. به عبارت دیگر، برای هر مجموعه بورل

B از R می‌توان موارد زیر را ارائه داد (لیو، ۲۰۰۴):

$$\text{رابطه ۱: } \{\lambda \in \Omega | \xi(\lambda) \in B\} \in A$$

همچنین یک متغیر ناهموار به شکل $[a, b], [c, d]$ که

$a \leq b \leq c \leq d$ است که نشان‌دهنده تابع مشخصه $\xi(\lambda) = \lambda$ از

فضای ناهموار (π, A, Δ, Ω) به مجموعه اعداد حقیقی است که $\Omega =$

$\{\lambda | c \leq \lambda \leq d\}$ و $\Delta = \{\lambda | a \leq \lambda \leq b\}$ جبر بورل روی Ω و

π سنج لبگ است.

1. Pawlak
2. Measurable Function
3. Liu

$$\begin{aligned} & \theta \text{Min} \\ & \text{s. t.} \begin{cases} \sum_{j=1}^n \lambda_j X_j^{\text{sup}(\alpha)} + \lambda_0 X_0^{\text{inf}(\alpha)} \leq \theta X_0^{\text{inf}(\alpha)} \\ \sum_{j=1}^n \lambda_j Y_j^{\text{inf}(\alpha)} + \lambda_0 Y_0^{\text{sup}(\alpha)} \leq Y_0^{\text{sup}(\alpha)} \\ \lambda_j \geq 0, j = 1, \dots, n \end{cases} \end{aligned}$$

رابطه ۶:

$$\begin{aligned} \text{اگر } \alpha & \leq (d-b)/[r(d-c)] \\ \text{اگر } \alpha & \geq (d-b)/[r(d-c)] \end{aligned}$$

در غیر صورت

و مقدار بدینانه برای ξ را می‌توان به صورت رابطه (۵) محاسبه کرد:

رابطه ۵:

$$\xi_{\text{inf}}(\alpha) = \begin{cases} (1-r\alpha)c + r\alpha d \\ r(1-\alpha)c + (r\alpha-1)d \\ \frac{c(b-a) + a(d-c) + r\alpha(b-a)(d-c)}{(b-a) + (d-c)} \end{cases}$$

$$\text{اگر } \alpha \leq (a-c)/r(d-c)$$

$$\text{اگر } \alpha \geq (b+d-r)/r(d-c)$$

در غیر صورت

که رابطه (۶) حد بالای متغیر ناهموار در مدل RDEA می‌باشد و

حد پایین این متغیر ناهموار به صورت رابطه (۷) می‌باشد:

$$\begin{aligned} & \theta \text{Min} \\ & \text{s. t.} \begin{cases} \sum_{j=1}^n \lambda_j X_j^{\text{inf}(\alpha)} + \lambda_0 X_0^{\text{sup}(\alpha)} \leq \theta X_0^{\text{sup}(\alpha)} \\ \sum_{j=1}^n \lambda_j Y_j^{\text{sup}(\alpha)} + \lambda_0 Y_0^{\text{inf}(\alpha)} \leq Y_0^{\text{inf}(\alpha)} \\ \lambda_j \geq 0, j = 1, \dots, n \end{cases} \end{aligned}$$

رابطه ۷:

$$\xi_{\text{inf}}(\alpha) = \begin{cases} (1-r\alpha)c + r\alpha d \\ r(1-\alpha)c + (r\alpha-1)d \\ \frac{c(b-a) + a(d-c) + r\alpha(b-a)(d-c)}{(b-a) + (d-c)} \end{cases}$$

$$\text{اگر } \alpha \leq (a-c)/r(d-c)$$

$$\text{اگر } \alpha \geq (b+d-r)/r(d-c)$$

در غیر صورت

با حل دو مدل برنامه‌ریزی فوق برای هر یک از واحدهای

تصمیم‌گیرنده، یک بازه برای کارایی فنی هر یک حاصل می‌شود که می‌توان آن را همانند جدول (۳) نمایش داد:

اکنون با در نظر گرفتن این دو مقدار، مدل DEA برای یک

متغیر ناهموار می‌تواند به صورت رابطه (۶) فرموله شود:

جدول ۳: کارایی بازه‌ای

DMU	DMU1	DMU2	DMU _n DMU3
بازه‌هایی کارایی	$[\theta_1^L, \theta_1^U]$	$[\theta_2^L, \theta_2^U]$	$[\theta_n^L, \theta_n^U] \dots [\theta_3^L, \theta_3^U]$

بنابراین، معیار Minimax، بازه کارایی با شرایط زیر را به عنوان بهترین بازه کارایی انتخاب خواهد کرد:

رابطه ۹:

$$\min\{\max(r_i)\} = \min\{\max[\max(\theta_j^{\text{inf}(\alpha)}) - \theta_i^{\text{sup}(\alpha)}, 0]\}$$

لذا با توجه به رابطه‌های ۸ و ۹ روش رتبه‌بندی حداکثر افت

کارایی (کمینه حداکثر ضرر) یا MRA به شرح زیر می‌باشد (سو و همکاران (۲۰۰۹):

مرحله (۱) حداکثر افت کارایی را محاسبه کنید و کوچک‌ترین حداکثر افت کارایی را انتخاب کنید. به‌طور نمونه فرض کنید A_{i_1} انتخاب شود.

مرحله (۲) A_{i_1} را از نظر حذف کنید، حداکثر افت کارایی را مجدداً محاسبه کنید و کوچک‌ترین حداکثر افت کارایی را از بین

که به‌منظور تعیین واحدهای کارا و ناکارا در حالت بازه‌ای

داریم:

تعریف ۷: اگر برای واحد تصمیم‌گیری DMU_0 مقدار کران

بالا، کارا و یک باشد، یعنی $\theta_{j_0}^U = 1$ ، آن‌گاه DMU_0 کارا است،

در غیر این صورت $\theta_{j_0}^U < 1$ DMU_0 ناکارا است.

پس از مشخص شدن مدل بازه‌های کارایی با Rough DEA،

طبق تعریف ۷، نیاز است تا با استفاده از تکنیکی خاص، این

DMUهای بازه‌ای را ارزیابی و رتبه‌بندی کرد که در این پژوهش

برای رتبه‌بندی DMUها از روش کمینه حداکثر ضرر (MRA)

استفاده شده است. حداکثر افت کارایی که ممکن است یک

تصمیم‌گیرنده متحمل شود، به صورت رابطه ۸ محاسبه می‌شود:

$$\text{رابطه ۸: } \max(r_i) = b - \theta_i^{\text{sup}(\alpha)} = \max\{\theta_j^{\text{inf}}\} - \theta_i^{\text{sup}(\alpha)}$$



با توجه به قضیه ۱، اگر $0.5 \leq \alpha \leq 1$ باشد، آن‌گاه:
 $\xi_{sup}(\alpha) \leq \xi_{inf}(\alpha)$ ؛ بنابراین $\xi_{sup}(\alpha)$ و $\xi_{inf}(\alpha)$ یک بازه تشکیل می‌دهند که کران بالای آن $\xi_{inf}(\alpha)$ و کران پایین آن $\xi_{sup}(\alpha)$ است؛ و به صورت $[\xi_{sup}(\alpha), \xi_{inf}(\alpha)]$ نشان داده می‌شود.
 در این پژوهش با توجه به نظر اساتید و داده‌های مسأله، از سطح آلفای ۰/۹ استفاده شد و سپس بر اساس این سطح از برش آلفا، برابر رابطه‌های ۴ و ۵، متغیرهای ناهموار به متغیرهای بازه‌ای تبدیل شدند.

در این پژوهش، شبکه‌های مورد مطالعه به صورت یک واحد تصمیم‌گیرنده^۱ یا همان DMU در نظر گرفته شدند، به طوری که DMU1 = شبکه من و تو، DMU2 = شبکه جم، DMU3 = شبکه بی‌بی‌سی فارسی، DMU4 = شبکه سه، DMU5 = شبکه نسیم و DMU6 = شبکه یک می‌باشد و پس از مشخص شدن داده‌های متغیرهای قطعی و متغیرهای ناهموار (که به متغیرهای بازه‌ای تبدیل شدند)، آن‌ها وارد مدل RDEA برابر رابطه‌های ۶ و ۷ شدند و مقدار کارایی کران بالا و پایین را به منظور سنجش شبکه‌ها در سبک زندگی پس از بحران کرونا به دست آورده‌ایم که نتایج آن در جدول (۴) نشان داده شده است:

جدول ۴: مقادیر کارایی بازه‌ای هر یک از شبکه‌ها

واحد تصمیم‌گیرنده	کارایی بازه
DMU1 = شبکه من و تو	[./1.9999]
DMU2 = شبکه جم	[./1.9995]
DMU3 = شبکه بی‌بی‌سی فارسی	[./9992./9999]
DMU4 = شبکه سه	[./9997./9999]
DMU5 = شبکه نسیم	[./1.9998]
DMU6 = شبکه یک	[./9991./9999]

که به طور نمونه مراحل محاسبه DMU1 یعنی شبکه من و تو با توجه به داده‌های تعیین شده برای هر یک از شاخص‌های ورودی و خروجی و برابر رابطه‌های ۶ و ۷ به ترتیب در زیر آورده شده است:

$$\text{Min } \theta^L$$

$$-1982-6580-622-76-36-41+2528 \geq 2528$$

$$-68-30-78-58-48-68+77 \geq 77$$

$$-76-10-76-76-46-76+94 \geq 94$$

بازه‌های بازده $(n-1)$ انتخاب کنید. فرض کنید A_{i+} انتخاب شود.
 مرحله ۳) A_{i+} را از نظر حذف کنید، محاسبه مجدد حداکثر افت کارایی و کوچک‌ترین حداکثر افت کارایی را از بین بازه‌های بازده باقی‌مانده $(n-2)$ انتخاب کنید. فرض کنید A_{i+} انتخاب شود.

مرحله ۴) الگوریتم فوق را به همین صورت تکرار کنید تا فقط یک بازه کارایی A_{in} باقی بماند. لذا رتبه‌بندی نهایی به صورت زیر است:

$$A_{i_1} > A_{i_2} > \dots > A_{i_r}$$

در نتیجه، برای رتبه‌بندی DMU، حداکثر افت بازه برای هر بازه محاسبه می‌شود و DMU با کمترین حداکثر افت کارایی، کارآمدترین است.

یافته‌ها

همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد به خاطر وجود عدم قطعیت و اهمیت بعضی از شاخص‌های ورودی، از متغیرهای ناهموار و مدل ریاضی تحلیل پوششی داده‌های ناهموار استفاده شد. همان‌طور که ذکر شد هر متغیر ناهموار به صورت $\xi = [a, b], [c, d]$ و $c \leq a < b \leq d$ می‌باشد که شامل چهار پارامتر است. برای تخصیص پارامترهای متغیرهای ناهموار مسأله از داده‌های موجود استفاده شد، بدین صورت که کم‌ترین مقدار به پارامتر c ، بیشترین مقدار به پارامتر d و سایر مقدار برحسب بزرگی به پارامترهای a و b داده شدند. متغیرهای ناهموار نیاز به تبدیل دارند تا بتوان از مدل‌های موجود استفاده کرد. یکی از روش‌های تبدیل متغیرهای ناهموار روش برش آلفا است. مفهوم برش آلفا در بخش مختلف مهندسی و تئوری ریاضی بسیار استفاده می‌شود، لیکن ساختار این روش در تئوری مجموعه‌های ناهموار بسیار متفاوت می‌باشد. در این روش، متغیر ناهموار در سطح α برش داده می‌شود. α مقدار اطمینان و عددی بین صفر و یک باشد. قابل ذکر است α نشان‌گر مقدار ریسک در نظر گرفته شده توسط تصمیم‌گیر در برخورد با مسأله است. به طور نمونه:

اگر $0.5 < \alpha$ باشد، تصمیم‌گیر، خوش‌بین و به دنبال ریسک زیاد است.

اگر $0.5 = \alpha$ باشد، تصمیم‌گیر خواهان ریسک متعادل است.

اگر $0.5 > \alpha$ باشد، تصمیم‌گیر، بدبین و مقدار ریسک او کم است.

1. Decision Making Unit(DMU)



که با وارد کردن این اطلاعات در نرم افزار WinQsb نتیجه کارایی ۱ به دست آمد.

همچنین به منظور تعیین واحدهای کارا و ناکارا در حالت بازه‌ای با توجه به تعریف ۷ و نتایج جدول (۴) مشخص شد که واحدهای تصمیم‌گیرنده ۱ و ۲ و ۵ کارا و واحدهای ۳ و ۴ و ۶ ناکارا می‌باشند. پس از نمایش کارایی واحدهای تصمیم‌گیری به صورت بازه، ما نیازمند یک روش رتبه‌بندی برای این بازه‌های کارا هستیم که همان‌طور که در بخش قبل ذکر شد، از روش رتبه‌بندی MRA استفاده می‌کنیم؛ چراکه از سطح اطمینان بالایی برخوردار است، که نتایج آن به شرح زیر می‌باشد:

$$R(DMU1) = \text{Max} \{[1, 1, 1]-0/9999, 0\} = 0/0001$$

$$R(DMU2) = \text{Max} \{[1, 1, 1]-0/9995, 0\} = 0/0005$$

$$R(DMU5) = \text{Max} \{[1, 1, 1]-0/9998, 0\} = 0/0002$$

بدیهی است که DMU1 دارای کمترین حداکثر افت کارایی است. بنابراین، بیشترین کارایی را دارد. در ادامه DMU1 را حذف و بین دو واحدهای تصمیم‌گیرنده دیگر، دوباره الگوریتم بالا را تکرار می‌کنیم که به شرح زیر است:

$$R(DMU2) = \text{Max} \{[1, 1, 1]-0/9995, 0\} = 0/0005$$

$$R(DMU5) = \text{Max} \{[1, 1, 1]-0/9998, 0\} = 0/0002$$

همان‌طور که مشخص است DMU5 کمترین حداکثر افت کارایی را دارد و بنابراین نسبت به واحد تصمیم‌گیری دوم کارایی بیشتری دارد و بدین ترتیب رتبه‌بندی نهایی واحدهای تصمیم‌گیری به شرح زیر می‌باشد:

$$DMU1 > DMU5 > DMU2$$

لذا از دیدگاه شبکه‌هایی که کارایی‌شان یک هستند و بیشترین تأثیر را در سبک زندگی پس از بحران کرونا داشتند، می‌توان گفت که ابتدا شبکه ماهواره‌ای من و تو در رتبه نخست است و پس از شبکه تلویزیونی نسیم در رتبه دوم قرار دارد و شبکه ماهواره‌ای جم نیز در رتبه سوم قرار دارد.

همچنین از دیدگاه شبکه‌هایی که کارایی‌شان یک نبوده است نیز، ابتدا شبکه تلویزیونی سوم بیشترین تأثیر را در سبک زندگی پس از بحران کرونا داشته است و پس از آن، شبکه ماهواره‌ای بی‌بی‌سی و نهایتاً شبکه تلویزیونی یک تأثیرگذار بوده‌اند و

$$\begin{aligned} -88-88-88-88-88-88+97 &\geq 97 \\ -65-48-58-64-64-78+80 &\geq 80 \\ -180-400-200-100-75-200+180 &\geq 0 \\ -1-3-1-1-1-1+1 &\geq 0 \\ -600-15120-200-500-400-400+600 &\geq 0 \\ -80-60-100-50-60-45+80 &\geq 0 \\ -80-20-70-65-60-90 &\geq -80 \\ -75-10-65-75-60-80 &\geq -75 \\ -80-10-60-90-85-90 &\geq -80 \\ -90-50-65-70-80-60 &\geq -90 \\ -90-5-40-40-15-30 &\geq -90 \\ -80-5-70-40-20-25 &\geq -80 \\ -90-10-70-60-30-35 &\geq -90 \\ -70-5-65-30-5-50 &\geq -70 \\ -30-5-10-70-40-80 &\geq -30 \\ -90-70-20-50-75-90 &\geq -90 \end{aligned}$$

که با وارد کردن این اطلاعات در نرم افزار WinQsb، نتیجه کارایی ۰/۹۹۹۹ به دست آمد. همچنین به منظور به دست آوردن کارایی حد بالای DMU1 یعنی شبکه من و تو مراحل زیر طی شد:

$$\text{Min} \theta^U$$

$$\begin{aligned} -2528-6820-688-94-54-59+1982 &\geq 1982 \\ -77-45-87-67-57-77+68 &\geq 68 \\ -94-25-4-94-64-94+76 &\geq 76 \\ -97-97-97-97-97-97+88 &\geq 88 \\ -80-57-67-76-76-87+65 &\geq 65 \\ -180-400-200-100-75-200+180 &\geq 0 \\ -1-3-1-1-1-1+1 &\geq 0 \\ -600-15120-200-500-400-400+600 &\geq 0 \\ -80-60-100-50-60-45+80 &\geq 0 \\ -80-20-70-65-60-90 &\geq -80 \\ -75-10-65-75-60-80 &\geq -75 \\ -80-10-60-90-85-90 &\geq -80 \\ -90-50-65-70-80-60 &\geq -90 \\ -90-5-40-40-15-30 &\geq -90 \\ -80-5-70-40-20-25 &\geq -80 \\ -90-10-70-60-30-35 &\geq -90 \\ -70-5-65-30-5-50 &\geq -70 \\ -30-5-10-70-40-80 &\geq -30 \\ -90-70-20-50-75-90 &\geq -90 \end{aligned}$$

شد، چراکه سهم بزرگی در آرامش مردم داشتند و این موضوع را در چهارم شدن شبکه سوم با نشان دادن این کمک‌ها و برنامه‌هایی که به این قضیه دامن می‌زد، می‌توان مشاهده کرد و نکته مهم این است که به‌طور کلی کارکرد ضعیف رسانه‌ها موجب می‌شود رسانه‌ها نقش منفعلانه‌ای داشته باشند و نتوانند مطالبات مردم را منعکس کنند، بنابراین مردم از آن‌ها عبور می‌کنند و به آن‌ها اهمیت نمی‌دهند، لذا نیازمند تربیت نیروی متخصص و کارآمد در این زمینه هستیم.

نتیجه‌گیری

رسانه‌ها از موقعیت منحصر به فردی در بحث مدیریت بحران برخوردار می‌باشند؛ زیرا گذشته از نقش تاریخی و سنتی که در پیدایش و مدیریت بحران‌ها دارند، به‌مثابه ابزاری کارآمد جهت همراه‌سازی و هدایت مخاطبان تلقی می‌شوند. رسانه‌ها با توجه به قدرتی که در جذب توده مخاطبان و مشارکت در فرایند شکل‌دهی به افکار عمومی دارند، نقش قابل ملاحظه‌ای در مدیریت بحران و سبک زندگی افراد دارند. یکی از مهم‌ترین بحران‌های قرن اخیر - که پهنه‌ای جهانی یافت - بحران کرونا بود. لذا این پژوهش ضمن قبول نقش رسانه‌ها در بحران، به بررسی و اولویت‌بندی میزان اثرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی‌زبان در سبک زندگی پس از بحران کرونا با یک مدل ریاضی تحلیل پوششی داده‌های ناهموار پرداخته است و به این نتیجه رسید که مؤثرترین شبکه بر سبک زندگی افراد پس از بحران کرونا، شبکه من و تو بوده است و به دنبال آن شبکه تلویزیونی نسیم و پس از آن، شبکه‌های ماهواره‌ای جم نقش داشته است. لذا نیاز است تا رسانه ملی، با برنامه‌های دقیق و منسجم، گوی رسانه را از رقبا برآید و جایگاه خود را در میان مخاطبان ارتقا بخشد.

همچنین نتایج این پژوهش از نظر تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌ها بر سبک زندگی پس از بحران کرونا با پژوهش‌های نعمتی انارکی و زابلی زاده (۱۴۰۰)، شکری رفسنجانی و همکاران (۱۳۹۹)، راویلهاک (۲۰۲۲)، میاه و همکارانش (۲۰۲۰)، گوفری (۲۰۲۰) و چولی و کاس (۲۰۲۱) همسو می‌باشد و از نظر تأثیر شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌ها بر سبک زندگی با پژوهش‌های مظفری و همکاران (۱۴۰۱)، حیدری و همکاران (۱۳۹۹) و اکبری و همکاران (۱۳۹۹) همسو می‌باشد.

به‌طور کلی نیز رتبه‌بندی نهایی شبکه‌ها در جدول شماره (۵) ارائه شده است:

جدول ۵: نتایج رتبه‌بندی و اولویت‌بندی تأثیرگذاری هریک از شبکه‌ها در رابطه با سبک زندگی پس از بحران کرونا

شبکه‌های مورد مطالعه پژوهش	امتیاز رتبه‌بندی
شبکه من و تو	اول
شبکه نسیم	دوم
شبکه جم	سوم
شبکه سه	چهارم
شبکه بی‌بی‌سی فارسی	پنجم
شبکه یک	ششم

از نتایج این پژوهش و شبکه‌هایی که بیشترین تأثیر را در سبک زندگی پس از بحران کرونا داشتند می‌توان به این نتیجه رسید که کرونا، اضطراب و استرس را به‌طور جدی و فزاینده به تمام اقشار جامعه منتقل کرد، تا جایی که سازمان بهداشت جهانی توصیه کرد مردم برای رهایی از استرس اخبار منفی کرونا، در روز ۲ بار بیشتر سراغ اخبار نروند. این پیام نیازمند این بود که به برنامه‌های شاد و مفرح و فیلم‌ها و سریال‌های پرمحتوا و جذاب بیشتر توجه شود چراکه رسانه‌ها دارای سه کارکرد اصلی اطلاع‌رسانی، تفریحی و آموزشی هستند که در دنیای مدرن، در کنار سایر فعالیت‌ها، بخش مهمی از اوقات فراغت را به خود اختصاص می‌دهند و از راه کارهای مختلفی برای جذب مخاطب در ایام تعطیلی بهره می‌گیرند. به‌طوری‌که در آمریکا و اروپا این بخش از رسانه‌ها در روزهای تعطیل نیز منتشر می‌شوند و با استفاده از صنعت سرگرمی‌سازی، برنامه‌های مختلفی را برای مخاطب تولید می‌کنند. لذا با دوم شدن شبکه نسیم، بسی جای امیدواری است که رسانه‌های ایرانی اگر بکوشند تا کیفیت برنامه‌های تولیدی خود را بالا ببرند و به نظرات و سلیقه مردم به‌ویژه جوانان نزدیک‌تر شوند؛ می‌توانند پاسخگوی نیازهای مخاطبان خود باشند و سبب بی‌نیاز شدن مخاطبان خود به شبکه‌های برون‌مرزی فارسی‌زبان گردند و از آثار و پیامدهای منفی آن شبکه‌ها بر سبک زندگی در زمان بحران و پس از آن جلوگیری نمایند. البته از نقش مثبت شبکه‌های تلویزیونی در ارائه حس همبستگی و دیگر دوستی جهت مساعدت در بحران، رعایت حال دیگران، جمع‌آوری کمک‌های مالی و بشردوستانه نیز نباید غافل

مدلی برای اولویت‌بندی تأثیرگذاری شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی فارسی‌زبان و تأثیر آن‌ها بر سبک زندگی پس از بحران کرونا بوده است. همچنین دسترسی به منابع لاتین نیز با مشکلات عدیده‌ای روبرو بوده است.

منابع

- احمدی، مهرداد (۱۳۸۴). ارائه الگو راهبردهای ارتباط سازمان با رسانه‌ها در طول بحران، فصلنامه پژوهش و سنجش سازمان صدا و سیما، سال دوازدهم، شماره ۴۲ و ۴۳.
- احمدی، عبدالمجید، منوچهری، سوران (۱۳۹۹). سنجش وضعیت و تحلیل عوامل مؤثر بر مطلوبیت مدیریت بحران مخاطرات طبیعی در شهرستان قائنات، مجله برنامه‌ریزی فضایی (جغرافی)، سال نهم، شماره پیاپی ۳۴.
- اکبری، شیمیا، جعفری، علی، سلطانی فر، محمد (۱۳۹۹). نقش دیجیتالی شدن مصرف رسانه‌ای در سبک زندگی شهروندان بالای ۱۸ سال شهر تهران، نشریه مطالعات جامعه‌شناختی شهری (مطالعات شهری)، دوره ۱۰، شماره ۳۶.
- پاکبازخسروشاهی، علی (۱۳۹۷). طراحی الگوی مدیریت بحران در رسانه، فصلنامه علمی رسانه، ۲۹(۳)، ۱۲۵-۱۴۵.
- حسینی، سیدید الله، (۱۳۹۷)، الگوهای رفتاری در بحران، فصلنامه علمی ابن‌سینا
- حق‌گو، جواد، سلیمانی، غلامعلی (۱۴۰۰). واکاوی عملکرد رسانه‌های دولتی ایران در بحران کرونا از منظر بایسته‌های سرمایه اجتماعی، نشریه مدیریت بحران، سال دهم، شماره ۲ (ویژه‌نامه)، صص ۸۴-۷۱.
- حیدری، خدیجه، حیدری، محمدتقی، قدیمی، مهدی (۱۳۹۹). تأثیر قدرت نرم شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای بر الگوبرداری اجتماعی و تغییر سبک زندگی در بین زنان (مطالعه موردی: زنان شاغل آموزش و پرورش شهر زنجان)، نشریه: پژوهش‌های انتظامی - اجتماعی زنان و خانواده، دوره ۸، شماره ۱ (پیاپی ۱۴)، ۱۷۰-۱۴۹.
- رضاییان، علی (۱۳۹۹). مبانی مدیریت رفتار سازمانی، تهران: انتشارات سمت، چاپ ۱۹.
- رشیدی، احتشام، نوری، مهدی، نکوئی، محمدعلی (۱۳۹۳). شناسایی کارکردهای رسانه‌های جمعی در مدیریت بحران بلایای طبیعی بر اساس فرایند تحلیل شبکه‌ای، نشریه مدیریت بحران، سال سوم شماره ۲ (پیاپی ۶، پاییز و زمستان ۱۳۹۳)، ۲۴-۱۵.
- روشندل ارتباطی، طاهر (۱۳۸۷). نقش مدیریت رسانه در تحول بحران از تهدید به فرصت، فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های ارتباطی، سال پانزدهم، شماره ۵۵.
- سلاجقه، علیرضا، خانی، کاظم (۱۳۹۸). بررسی نقش ماهواره‌ای من و تو در تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: شهروندان ۲۰ تا ۳۵ سال غرب استان تهران). فصلنامه علمی دانش انتظامی غرب استان تهران، دوره ششم، شماره ۲۳، صص ۶۴-۴۵.
- شکری رفسنجانی، رضا، انوشه، ابراهیم، حسینی، سید محمد (۱۳۹۹). کارکرد

همچنین از نظر ارزیابی شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی با پژوهش مظفری و همکاران (۱۴۰۱) همسو می‌باشد و از نظر ارزیابی کارایی با مدل تحلیل پوششی داده‌های ناهموار نیز با پژوهش‌های پاولاک (۱۹۸۲) لیو (۲۰۰۴)، سو و همکارانش (۲۰۰۹) و یه و همکارانش (۲۰۰۹) همسو می‌باشد.

در ادامه و با توجه به نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- اطلاع‌رسانی دقیق و به‌هنگام، صحیح، سریع، رسا و شفاف در شرایط وقوع بحران‌ها به منظور افزایش اثربخشی و ارتقا سطح اعتماد اجتماعی به رسانه‌های رسمی کشور
- بهره‌مندی از ظرفیت‌های فرهنگی، تاریخی، دینی و ارزشی جهت تولید محتوای آموزشی، اطلاع‌رسانی با رویکرد هویت بخشی، ایجاد حس همبستگی و نوع‌دوستی با هدف جلب مشارکت عمومی و دریافت کمک‌های نقدی و غیر نقدی در پیش، حین و پس از بحران‌ها
- به‌کارگیری نیروهای متخصص، هنرمند و آموزش‌دیده جهت ارتقاء کیفیت برنامه‌های ارائه شده به مخاطبین
- دقت در میزان انتشار اخبار ناگوار با توجه به میزان آسیب روانی وارده از اخبار به مخاطبان
- توجه ویژه به موضوع اوقات فراغت، شادمان‌سازی مخاطبان و نشاط اجتماعی مطابق با شرایط جدید حاصل از بحران
- همچنین انجام این پژوهش مانند بیشتر پژوهش‌ها، با محدودیت‌هایی مواجه بوده است که اهم این محدودیت‌ها به شرح زیر می‌باشد:
- با توجه به اهمیت و به‌روز بودن و حساسیت موضوع، روند در دسترس بودن نمونه‌های آماری و اطلاعات کامل و شفاف به محقق دارای محدودیت بودند و علی‌رغم همکاری بسیار مؤثر مدیران علمی و اجرایی و کارشناسان مرتبط با تولیدات تلویزیونی، جامعه‌شناس، مدیریت فرهنگی، تبلیغات، رسانه، فضای مجازی و ارتباطات، موضوع، تحت تأثیر این محدودیت قرار گرفته است.
- محدودیت دیگر این پژوهش با توجه به جدید بودن موضوع، کمبود منابع فارسی اعم از کتب و مقالات در ارتباط با تلفیق



- during the COVID-19 pandemic. *SSM-Population Health*, 19, 101165.
- Shafiee, M., Sangi, M., & Ghaderi, M. (2014). Bank performance valuation using dynamic DEA: A slacks-based measure approach. *International Journal of Applied Operational Research*, 4(3), 81-90.
- Shafiee, M., & Saleh, H. (2019). Evaluation of Strategic Performance with Fuzzy Data Envelopment Analysis. *International Journal of Data Envelopment Analysis*, 7(4), 1-20.
- Shafiee, M., & Ahmadi, M. (2012). Performance Evaluation with DEA and Shannon's Entropy. *American Journal of Scientific Research*, 52.
- Xu J, Li B, Wu D. Rough data envelopment analysis and its application to supply chain performance evaluation, *International Journal of Production Economics*, 2009, Vol. 122, pp.
- دیپلماسی رسانه‌ای صدا و سیما ج.ا. برای تأمین منافع ملی در دوران بحران کرونا، جستارهای سیاسی معاصر، ۱۱(۴)، ۲۶۷-۲۹۱.
- صلواتیان، سیاوش (۱۳۹۰). بررسی نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران با تأکید بر سه وظیفه پیش‌بینی، پیشگیری و آمادگی، همایش علمی تخصصی مدیریت بحران و بحران مدیریت.
- طیب طاهر، امین، تحلیل عملکرد سیاسی صدا و سیما در مواجهه با کرونا، (۱۳۹۹)، معاونت پژوهش‌های اجتماعی - مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی
- فاضلی، محمد (۱۳۹۹)، مصرف و سبک زندگی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ ۱.
- فتحی، حبیب اله، جعفری، علی (۱۳۹۶). رابطه مصرف رسانه‌ای با تغییر سبک زندگی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی)، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال سوم، شماره ۹، صص ۲۵۵-۲۲۲.
- کمال‌الدینی، معصومه، (۱۳۹۹)، جامعه‌شناسی فاجعه: مروری بر مفاهیم اجتماعی فجایع طبیعی، انتشارات اندیشه احسان
- نجات‌بخش اصفهانی، علی، باقری، گیگل اکبر (۱۳۸۷). نقش رسانه‌های جمعی در پیشگیری از بحران‌ها، دوره ۱۵، شماره ۵۶، صص ۱۵۸-۱۳۷.
- نعمتی‌انارکی، داود، زابلی‌زاده، اردشیر (۱۴۰۱). کرونا و صدا و سیما، آگاهی‌بخشی و رفع شبهات دینی؛ مختصات احتمالی مدل رسانه‌ای در پساکرونا، مرکز پژوهش‌های صدا و سیما.
- محکی، علیرضا (۱۳۸۶). احیای مردم بحران‌زده، تهران: انتشارات دانشکده ارتباطات دانشگاه تهران.
- مظفری، شاهین، شفیعی، مرتضی، محمودیان، حمید (۱۴۰۱)، طراحی مدل تحلیل پوششی داده‌های ناهموار (RDEA) برای سنجش عملکرد شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان با توجه به شاخص‌های سبک زندگی جوانان، مطالعات رسانه‌های نوین.
- Choli, M., & Kuss, D. J. (2021). Perceptions of blame on social media during the coronavirus pandemic. *Computers in Human Behavior*, 124, 106895.
- Godfrey, L. (2020), Social Media's role in Coronavirus Pandemic, <https://www.business2community.com/social-media/social-medias-role-in-the-coronavirus-pandemic-02296280>.
- Liu BD. *Uncertain Theory: An Introduction to its Axiomatic Foundation*, Berlin, Springer, 2004.
- Lotfi, F. H., Eshlaghy, A. T., & Shafiee, M. (2012). Providers ranking using data envelopment analysis model, cross efficiency and Shannon entropy. *Applied Mathematical Sciences*, 6(4), 153-161.
- Mehdi, R., & Shafiee, M. (2017). Role-building and capacity building of fourth generation universities for local and regional development. *Industry and University Quarterly*, 10(53), 1-22.
- Miah, M. R., Hossain, A., Shikder, R., Saha, T., & Neger, M. (2022). Evaluating the impact of social media on online shopping behavior during COVID-19 pandemic: A Bangladeshi consumers' perspectives. *Heliyon*, 8(9), e10600.
- Pawlak Z. Rough sets, *International Journal of Parallel Programming*, 1982, Vol. 11, pp. 341-356.
- Reveilhac, M. (2022). The deployment of social media by political authorities and health experts to enhance public information

Disaster Prevention and Management Knowledge (DPMK) Quarterly is a scholarly, peer-reviewed journal that publishes research (original) papers, review articles and case studies on issues related to disaster management, mitigation, preparedness, response, recovery, risk management... We welcome articles from practitioners and scholars in all disciplines applying various methodologies to the studies of disaster management. Manuscripts should be submitted to the journal address or e-mail. Be sure that the manuscript has not been published elsewhere nor it is under consideration by any other publication (e.g. Journal or book chapter) at the same time. The papers should not be presented at any national or international seminars or conferences.

CONTENTS

Predicting the susceptibility of landslide occurrence in order to manage landslide risk in Bar Neyshabur watershed.....	253
Ali Dastranj & Samad Shadfar	
Provide a model of social responsibility in the management of reducing natural hazards with an interpretive structural approach	269
Hossein Sheikhi, Esmaeil hasanpour, Serajjedin mohebi & Mahdi bagheri	
Low-risk camps and medical service centers locating before an earthquake using the COCOSO MCDM method, case study: Rudbar, Gilan.....	289
Fatemeh Kheildar & Parvaneh Samouei	
Sustainable temporary shelter design via lightweight and recyclable materials.....	300
Zoha Zahraee & Amirabbas Fatemi	
Analysis of spatial vulnerability of threatened strategic urban centers from the point of view of passive defense (case study: Bojnurd city)	324
Rasul Afsari, Hamid Foruzan & Mohammad Sina Shahsavari	
Development of COVID-19 Crisis Management System of Tehran Municipality: Combined Approach of Soft Systems Methodology (SSM) and Social Network Analysis (SNA)	347
Ali Nasiri, Marzieh Samadi-Foroushani, Seyedeh Samaneh Mirasmaeeli & Narges Ramek4	
Prioritizing the impact of Persian language satellite and television channels on lifestyle after the Corona crisis.....	365
Shahin Mozafari, Morteza shafiee & Hamid Mamoodian AtaAbadi	

In His Name



Tehran Disaster Management
and Mitigation Organization

**DISASTER
PREVENTION AND
MANAGEMENT
KNOWLEDGE DPMK
QUARTERLY**

**Journal of Tehran Disaster Management and Mitigation
Organization (TDMMO)**

Volume 12, No.3, serial 45, Autumn 2022



Editorial Board

Asgary, A., PhD, Associate Professor, Disaster and Emergency Management, York University, Toronto, Canada

Fallahi, A., PhD, Full Professor of Shahid Beheshti University

Ghayamghamian, M. R., PhD, Associate Professor of IIEES

Hajirasouliha, I., PhD, Associate Professor, Department of Civil and Structural Engineering, University of Sheffield, Sheffield, United Kingdom

Hassani, N., PhD, Associate Professor in Power Water, University of Technology

Jalali, A., PhD, Full Professor of Science & Technology University

Kalantari, M., PhD, Associate Professor of Zanjan University

Kazemian-shirvan, G., PhD, Assistant Professor of Allameh – Tabatabai University

Moradi, A., PhD, Assistant Professor in Tehran University

Tasnimi, A., PhD, Full Professor of Tarbiat Modares University

Yamini-Fard, F., PhD, Assistant Professor of IIEES

Zare, M., PhD, Full Professor of IIEES

Managing Director

Ali Nasiri, *PhD*

Editor-in-Chief

Mahdi Zare, *PhD*

Scientific Editor

Fatemeh Jahadi

Farsi Editor

Zahra Tahery

English Editor

Maryam Tasdighi

Executive Manager

Seyed Mohammad Arfaei

Technical Affairs Manager

Ali Ahadi

Pagemaking

Abulfazl Amorzesh

Cover Design

Saeid Tajaddod

Address: West Jalal-Al-E-Ahmad
Ave, Tehran Disaster Management
& Mitigation Organization

Tel: +9821-44244040

E-mail:

rsc.tdmmo@gmail.com

Journal link: www.dpmk.ir