

مدیریت رسانه‌ای بحران

دکتر اصغر افتخاری*

چکیده

پیچیده شدن جوامع انسانی آثار متعددی در پی داشته است که از آن جمله می‌توان به افزایش احتمال وقوع بحران‌های مختلف اشاره کرد. همین امر موجب شده است پرسش از الگوی مطلوب مدیریت بحران به دغدغه‌ای جدی برای تمام نظام‌های سیاسی تبدیل شود. بر این اساس، پژوهش در باب نقش عوامل مختلف در بحران، موضوعیت می‌یابد و به‌طور مسلم «رسانه» یکی از مهم‌ترین این عوامل است. در این مقاله، نویسنده با عطف توجه به ماهیت رسانه‌های نوین که امکان انحصار آنها را در شأن ابزاری متعارف منتفی می‌سازد، به بررسی جایگاه «رسانه» در مقام مدیریت بحران پرداخته است. برای این منظور، نظریه‌ای سه‌وجهی و جامع مبتنی بر «رسانه - بحران - سرمایه اجتماعی» طراحی و عرضه و بر مبنای آن الگویی عملیاتی طراحی شده است که سیر تکوین، تحول و فعالیت بحران را شامل می‌شود. در پایان نیز شش گزاره راهبردی که بایسته‌های فعالیت رسانه‌ای را در مقام مدیریت بحران‌ها دربر می‌گیرد، ارائه شده است.

واژگان کلیدی: افکار عمومی، بحران، رسانه، مدیریت رسانه‌ای، نظام سیاسی

مقدمه

چنان‌که مایکل برچر^۱ و جان‌تان ویلکنفلد^۲ به‌درستی بیان کرده‌اند: «تعدد و تنوع بحران‌ها این پدیده را به موضوعی تأمل‌برانگیز در حوزه مطالعات سیاسی-امنیتی تبدیل کرده است» (برچر و ویلکنفلد، ترجمه صبحدل، ۱۳۸۲). اینکه «بحران‌ها» ثبات و نظم حاکم را به چالش می‌کشند، دلیل قانع‌کننده‌ای است تا پرسش از «چگونگی مدیریت بحران» را از جمله دغدغه‌های جدی و مهم تمام دولت‌مردان بدانیم. حجم مطالعات انجام‌شده در این زمینه و حمایت‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت‌ها از مراکز مطالعاتی و اجرای طرح‌های تحقیقاتی، برای ارائه پاسخ‌هایی درخور و کارآمد به این پرسش (نحوه مدیریت بحران) خود مؤید این مدعاست (تاجیک، ۱۳۷۹، صص ۳۴-۲۰).

در این میان «رسانه‌ها» از موقعیت منحصر به‌فردی در بحث «مدیریت بحران» برخوردارند؛ زیرا گذشته از نقش تاریخی و سستی‌ای که در پیدایش و مدیریت بحران‌ها دارند به‌مثابه ابزاری کارآمد تلقی می‌شوند که تحلیلگرانی چون عباس مالک (۱۹۹۷) دو نقش مهم نظارتی و کنترلی برای آن قائل هستند. امروزه «رسانه» کاربردهای نوینی یافته است که به ضرورت نمی‌توان آنها را در قالب نقش ابزاری رسانه‌ها، تحلیل و تحدید کرد. بنیاد این بحث جدید را مفهوم «فضای مجازی»^۳ شکل می‌دهد که در آن «واقعیت»^۴ به‌گونه‌ای متفاوت از آنچه در «فضای عینی»^۵ نشان داده می‌شود، تعریف شده است. وجود همین تفاوت است که «رسانه» را به‌دلیل نقش محوری‌ای که در «فضای مجازی» ایفا می‌کند، از ابزاری ساده به «محیطی پیچیده»^۶ تبدیل می‌سازد. رسانه در این فضا، در تولید معنا و تجویز سیاست تأثیرگذار است و دیگر نمی‌توان آن را در قالب ساده یک «ابزار» تصور کرد.

با این توضیح، پرسش اصلی نگارنده در مقاله حاضر مشخص می‌شود: «نقش رسانه در مدیریت بحران در فضای مجازی چیست؟» با اندکی تأمل در این پرسش، باید وجه متمایزکننده نوشتار حاضر را از سایر منابع موجود، تأکید بر «فضای مجازی» و طرح

1. Brecher

2. Wilkenfeld

3. virtual space

4. reality

5. objective space

6. complex environment

موضوع در این سطح دانست. به این ترتیب فرضیه‌ای هم که مؤلف به دنبال آزمون آن است، عبارت است از:

رسانه در فضای مجازی از طریق ایجاد تعادل بین انتظارات ارزشی و توانمندی‌های جامعه؛ تصویرسازی مناسب از سازمان قدرت و سرانجام جلب اعتماد و مشارکت مردمی، در جلوگیری از بروز بحران یا مهار آن ایفای نقش می‌کند. به منظور تبیین فرضیه یادشده، نگارنده با استفاده از نظریه‌های محرومیت نسبی، واقعیت مجازی و سرمایه اجتماعی، نظریه‌ای ترکیبی را بنیاد می‌نهد که مبنای شناخت، تحلیل و تجویز در حوزه مدیریت رسانه‌ای بحران است. نظر به اهمیت این بنیاد نظری، نویسنده در بخش نخست مقاله به تبیین و تشریح آن خواهد پرداخت.

۱. چارچوب مفهومی - نظری؛ کنش مجازی در فضای واقعی

شناخت بحران و تحلیل جایگاه عوامل مؤثر بر آن، بیش از هر چیز، در گرو ارائه نظریه‌ای جامع است که بتواند ابعاد و سطوح مختلف بحران‌ها را به ما بنمایاند. به همین دلیل است که پژوهندگان حوزه «مدیریت بحران» بیش از هر چیز - و پیش از هر عامل دیگر - بر اصل «نظریه‌پردازی» برای شناخت بحران انگشت گذارده‌اند (تاجیک، ۱۳۷۹؛ برچر، ترجمه قریشی، ۱۳۸۲؛ مک‌کارتی، ترجمه کلاهیچیان، ۱۳۸۱؛ کاظمی، ۱۳۶۶). بر همین اساس، نگارنده نیز متناسب با موضوع نوشتار حاضر، نظریه «کنش مجازی در فضای واقعی» را طراحی و ارائه کرده است که در بیان و تشریح حوزه‌های تأثیرگذار رسانه بر بحران، از کارآمدی بالایی برخوردار است. به منظور آشنایی با این نظریه، نخست مفاهیم اصلی و سپس ارکان تحلیلی نظریه بیان می‌شود و در ادامه، نقش مدیریتی رسانه‌ها برای پیشگیری، مهار و خاتمه بخشیدن به بحران‌ها مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

۱-۱ مفاهیم

۱-۱-۱ بحران

بحران واژه‌ای با کاربردهای عام بسیار (از قبیل فشار، اضطراب، اضطراب، فاجعه و ...)

است که از سوی طیف گوناگونی از اندیشمندان (اعم از سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ...) مورد بحث و بررسی قرار گرفته و در نتیجه معانی متعددی برای آن ارائه شده است. شاید بتوان تعریف «جیمز رابینسون»^۱ را که از ترکیب تعاریف ماهوی و صوری بحران به دست آمده است، تعریفی جامع و کاربردی ارزیابی کرد، آنجا که از بحران با عنوان یک مقطع متراکم زمانی برای تصمیم‌گیری یاد می‌کند که می‌تواند به دلیل حجم تهدیدهای ناشی از نوع تصمیم، مخاطرات بسیاری را متوجه منافع بازیگر سازد (رابینسون، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۷۵، صص ۱۲۳-۱۲۲).

۱-۱-۲ کنش مجازی

چنان‌که هوور^۲ و لاندبای^۳ به تفصیل بیان کرده‌اند، از رهگذر توسعه فناوری ارتباطات، شاهد تراکم زمانی و مکانی موقعیت فعلی انسان هستیم؛ به گونه‌ای که عوامل مختلف در موقعیت‌های متفاوت به یکدیگر مرتبط شده و کل واحدی را شکل داده‌اند. از این موقعیت جدید می‌توان به «شبکه ارتباطی» یاد کرد که زمینه شکل‌گیری «کنش‌ها» به‌شمار می‌رود. «کنش»^۴ فعالیتی است که از روی انگیزه و قصد و در ارتباط با فعالیت سایر بازیگران- به صورت سلبی یا ایجابی- شکل می‌گیرد. خلاصه کلام آنکه، با ورود رسانه‌ها به شبکه ارتباطی بازیگران، عنصر «تصاویر ذهنی» اهمیتی دوچندان یافته است؛ زیرا کنش‌ها- به دلیل پیچیدگی جوامع و تعدد عوامل- بر پایه «تصاویر» شکل می‌گیرند و تعریف می‌شوند (هوور و لاندبای، ترجمه آریایی‌نیا، ۱۳۸۲، صص ۱۱-۱۳ و ۱۸۷-۱۸۹).

مفهوم «کنش مجازی» را نگارنده بر مبنای تحلیل معنایی بالا ارائه کرده است و غرض از آن کنش‌هایی است که بر بنیاد تصاویر در عالم واقع رخ می‌دهند. مطابق رویکرد رسانه‌ای نوشتار حاضر، تمامی کنش‌ها از این قبیل هستند و کنش ناب (به معنای عاری از نقش و تأثیر تصاویر) در اصل وجود ندارد.

1. Robinson

2. Hover

3. Lundby

4. action

۱-۱-۳ مدیریت

به دلیل وجود مکاتب متعدد مدیریتی، از واژه مدیریت تعاریف مختلفی ارائه شده است، اما تعریف «فردریک وینسلو تیلور»^۱ که به «مدیریت علمی» شهرت دارد، چارچوب کلانی را ارائه می‌دهد که مورد اجماع نسبی اندیشه‌گران مدیریتی است و از این حیث می‌تواند تعریف برگزیده در این نوشتار باشد. به زعم وی، مدیریت فرایندی علمی است که از رهگذر اعمال کنترل بر عوامل مؤثر در تحقق یک هدف، حاصل می‌آید؛ به گونه‌ای که بتوان با اعمال نوع خاصی از چپش عوامل و تعریف مناسبات بین آنها، به حداکثر هدف مطلوب - با کمترین هزینه ممکن - دست یافت (به نقل از مؤمنی، ۱۳۸۴، صص ۱۳۶-۱۳۴). این تعریف از مدیریت با توجه به تأکیدی که بر عنصر «کنترل» دارد، می‌تواند مبنای بحث ما را در «مدیریت بحران» شکل دهد.

۱-۲ ارکان نظری

«نظریه کنش مجازی در فضای واقعی» از حیث نظری بر سه نظریه مشهور در حوزه سیاست و اجتماع استوار است که عبارتند از:

۱-۲-۱ محرومیت نسبی

بنیاد این نظریه در حوزه سیاسی-امنیتی از سوی تد رابرت گر^۲ (۱۹۷۱) گذارده شده است. از نظر وی، بروز هرگونه ناآرامی، خشونت و اعتراض در جامعه تابعی از نسبیتی است که بین «انتظارات ارزشی» (خواسته‌ها) و «توانایی‌های ارزشی» (داشته‌ها) به وجود می‌آید. اگر در جامعه‌ای، بین خواسته‌ها و داشته‌ها نسبت معقولی برقرار باشد و در افراد، تولید رضایت کند، آن جامعه در وضعیت ثبات خواهد بود و اگر نسبت «داشته-خواسته» از حالت تعادل خارج شود، افراد به دلیل تأمین نشدن خواسته‌هایشان احساس نارضایتی می‌کنند و در نتیجه جامعه در معرض ناآرامی قرار می‌گیرد.

1. Fredrik Vinslu Taylor

2. Ted Robert Gurr

براساس این نظریه، حجم فعالیت‌های صورت گرفته و خدمات ارائه شده، به‌طور ضروری با ثبات یا بی‌ثباتی جوامع در ارتباط مستقیم نیست؛ بلکه مهم‌تر آن است که این دستاوردها چه نسبتی با توقعات بازیگران داشته باشند. بر این اساس می‌توان در دو وضعیت بسیار متفاوت انتظار وقوع بحران‌ها را داشت:

۱. در وضعیتی که کارآمدی نظام سیاسی به‌شدت افت می‌کند و تناسبی با انتظارات ارزشی جامعه ندارد.

۲. در وضعیتی که کارآمدی نظام سیاسی روندی رو به رشد دارد، اما با شتاب افزون‌تر رشد توقعات جامعه همخوان نیست و در عمل، جامعه را دچار احساس محرومیت نسبی می‌کند. به عبارت دیگر، براساس این نظریه، احتمال وقوع بحران در هر دو حالت افزایش و کاهش کارآمدی نظام سیاسی، وجود دارد (گر، ۱۹۷۱، فصل‌های ۱-۳).

نظریه «محرومیت نسبی» با توجه به ویژگی‌هایی که برشمرده شد، از قابلیت بالایی برای توصیف فضای واقعی برخوردار است؛ به همین دلیل، بسیاری از تحلیلگران حوزه «بحران‌شناسی» در سال‌های اخیر به این نظریه و کاربرد آن در شناخت وضعیت موجود، روی آورده‌اند (افتخاری، ۱۳۷۹ و ۱۳۸۰).

۲-۲-۱ سرمایه اجتماعی

باولز^۱ معتقد است: «اجتماعات نیز مانند بازارها و دولت‌ها ممکن است شکست بخورند.» اگرچه اصطلاح «سرمایه اجتماعی»^۲ معانی متفاوتی یافته و این تنوع تا آنجاست که امثال استیون دورلاف^۳ آن را واژه‌ای بی‌معنا و غیرکاربردی می‌دانند (دورلاف، ۱۳۸۴، صص ۴۰۹-۴۰۳)، چنین به نظر می‌رسد که مصادیق بیرونی «سرمایه اجتماعی»، عینی‌تر و مؤثرتر از آن هستند که بتوان آنها را نادیده گرفت.

در این خصوص شاید کمتر حوزه‌ای چون «ثبات اجتماعی» را بتوان یافت که از «سرمایه اجتماعی» تأثیر پذیرفته باشد. حتی تحلیل‌های اولیه نویسندگانی چون «رابرت

1. Bawels 2. social capital 3. Durlough

پاتنام^۱ در کشور «ایتالیا»، مؤید این معناست و نشان می‌دهد که چگونه «سرمایه اجتماعی» توانسته است راه را بر بروز بسیاری از بحران‌ها سد نماید یا در صورت وقوع، به مهار و مدیریت آنها در کمترین زمان ممکن و با حداقل هزینه، کمک کند.^(۱) از این منظر، «سرمایه اجتماعی» آن دسته از ویژگی‌های یک جامعه یا گروه اجتماعی را شامل می‌شود که ظرفیت سازماندهی جمعی و داوطلبانه را برای حل مشکلات متقابل یا مسائل عمومی افزایش می‌دهد و نقش سیاسی-امنیتی آن نیز- چنان‌که در ابتدای این قسمت از قول «پاولز» گفته شد- در جلوگیری از بروز «شکست» در جامعه تبلور می‌یابد (تاجبخش، ۱۳۸۴، ص ۱۰).

به این ترتیب مشخص می‌شود که احتمال وقوع بحران در جامعه، در ارتباط مستقیم با میزان سرمایه اجتماعی نظام سیاسی است. به همین دلیل است که «بن فاین»^۲ از ضرورت توجه به ابعاد و سپهر اجتماعی «سرمایه اجتماعی» سخن می‌گوید و مدعی می‌شود که بدون درک و سنجش «سرمایه اجتماعی» نمی‌توان به الگوی مناسبی از اداره جامعه دست یافت (فاین، ترجمه سروریان، ۱۳۸۵، فصل ۷). با این رویکرد، مشخص می‌شود که «سرمایه اجتماعی» از چند طریق می‌تواند در بحث بحران تأثیرگذار باشد: (پاول^۳ و کلمنز^۴ ۱۹۹۸ و بکر^۵ ۱۹۶۴)

۱. ضعف سرمایه اجتماعی زمینه مساعد را برای فعال شدن عوامل ضد ثبات اجتماعی فراهم می‌سازد. به عبارت دیگر، میزان اعتبار سرمایه اجتماعی با توسعه قلمرو آسیب‌ها رابطه غیرمستقیم دارد.

۲. ضعف سرمایه اجتماعی به تقویت عوامل معارض با نظم حاکم کمک می‌کند. به بیان دیگر، میزان اعتبار سرمایه اجتماعی با میزان مقاومت اجتماعی رابطه غیرمستقیم دارد.

۳. ضعف سرمایه اجتماعی به کاهش میزان نفوذ اقدامات دولت در مدیریت بحران منتهی می‌شود. به عبارت دیگر، میزان اعتبار سرمایه اجتماعی با میزان کارآمدی نظام سیاسی رابطه مستقیم دارد. با تأمل در نظریه محرومیت نسبی «گر»، مشخص می‌شود که

1. Robert Putnam

2. Ben Fine

3. Pawell

4. Clemens

5. Becker

این نظریه به دلیل بی‌توجهی به عنصر «سرمایه اجتماعی» از بیان تحلیلی جامع برای چرایی شورش‌ها باز می‌ماند. درواقع «سرمایه اجتماعی» می‌تواند بر افزایش یا کاهش انتظارات ارزشی بازیگران یا تلقی شهروندان از توانایی‌های ارزشی دولتمردان مؤثر باشد. به گونه‌ای که چه‌بسا منابع توانمندی‌های ارزشی اندک باشد، اما از ناحیه اعتماد مردم، کارآمدی آنها افزایش یابد یا مردم با اعتماد به وعده‌های دولتمردان، به نفع ثبات اجتماعی، تأمین خواسته‌های خود را به آینده واگذارند. در هر صورت، سرمایه اجتماعی می‌تواند در حفظ تعادل بین دو گونه از انتظارات - با وجود فرایندهای برهم زننده تعادل - مؤثر افتد و در نهایت ثبات را حفظ و حتی تقویت کند.

۳-۲-۱ واقعیت مجازی

ازجمله آسیب‌های جدی در حوزه شناخت و تحلیل «ثبات اجتماعی»، دستیابی به تصویری از جامعه است که حداکثر انطباق را با شرایط و مقتضیات جاری آن داشته باشد. به عبارت دیگر، حاکمیت گرایش‌های انتزاعی و ناکجاآبادی، نوعی نارضایتی را از تحلیل‌های فلسفی به وجود آورد که با گرایش به «واقع‌گرایی»، مَهر پایانی بر آنها زده شد. واقع‌گرایان با تأکید بر اصولی چون «تمیز حقیقت از عقیده»، «اصالت نتایج» و «وجود امکان شناخت علی» درواقع تصویر جدیدی از جامعه عرضه کردند که در آن ثبات و بی‌ثباتی تعریفی مشخص داشت (افتخاری و نصری، ۱۳۸۳، صص ۱۵۲-۱۴۰).
دستاورد واقع‌گرایی، «عینیت‌گرایی»^۱ بود که به محقق امکان می‌داد شناخت را با امور عینی و ملموس آغاز کند. این تجربه‌انگاری، با وجود تمام کاستی‌ها، توانست نظر بسیاری از تحلیلگران امنیتی را به خود معطوف دارد؛ تا آنجا که بنیاد مطالعات سنتی و فراستنی امنیت را شکل داد.^(۲) از این منظر، امنیت وضعیتی مبتنی بر نبود تهدید عینی برای منافع یک بازیگر تعریف می‌شد که می‌توانست اشکال متعدد و متنوعی داشته باشد، اما در نهایت از قابلیت شناخت و سنجش با شاخص‌های کمی برخوردار بود (لیتل^۲ و مک‌کین^۳، ترجمه افتخاری، ۱۳۸۰، صص ۲۴-۱۴).

1. objectivity

2. Little

3. McCain

اگرچه گرایش به واقع‌گرایی به جریانی عمده در شناخت «بحران» تبدیل شده است و از همین رو، بیشتر نظریه‌های موجود سعی در معرفی و تحلیل بحران براساس شاخص «مناسبات قدرت» درون واحد سیاسی (اعم از داخلی یا خارجی؛ کوچک یا بزرگ و ...) دارند (برچر و ویلکنفلد، ترجمه صبحدل، ۱۳۸۲؛ برچر، ترجمه قریشی، ۱۳۸۲)، طرح مفهوم «جامعه شبکه‌ای»^۱ که اصولاً با «فضای مجازی» سروکار داشت، در عمل «واقع‌گرایی» را با چالش روبه‌رو ساخت. ایده برآمده از این مفهوم جدید آن بود که انحصار واقعیت به «عینیت»، ناقص است و به دلیل بی‌توجهی به «مجازها»، از اعتبار لازم برای سیاستگذاری برخوردار نیست. از دیدگاه این تحلیلگران، ابعاد «ذهنی» در شناخت جامعه، مناسبات و الگوهای رفتاری بازیگران، به مراتب تأثیرگذارتر از عینیت‌های متعارف هستند (کاستلز^۲، ترجمه علیقلیان و خاکباز، ۱۳۸۰، صص ۵۹-۲۷). به همین دلیل است که در حوزه مطالعات امنیتی نیز مقوله «احساس تهدید» مطرح و بر اهمیت شناخت و تحلیل آن تأکید دوچندان می‌شود.

حوزه «مطالعات بحران»^۳ از این حیث، منحصربه‌فرد و دارای یک ویژگی متمایز است و آن اینکه از تلاقی دو جریان فکری قائل به عینیت‌گرایی و مجازگرایی در این حوزه، مفهوم تازه‌ای متولد می‌شود که از آن می‌توان به «واقعیت مجازی» یاد کرد. واقعیت‌های مجازی پدیده‌هایی هستند که با وجود برخوردار نبودن از هویت حقیقی در خارج، از سوی رسانه تعریف می‌شوند و هویت می‌یابند. اعتبار این هویت‌ها تا آنجاست که جایگزین حقیقت می‌شوند و به مثابه امری واقعی مبنای تجویز (و عمل) قرار می‌گیرند. برای مثال، وجود سلاح‌های کشتار جمعی به عنوان دلیلی برای حمله به عراق از سوی امریکا، ابتدا در فضای مجازی ساخته و پرداخته و سپس در شبکه رسانه‌ای به مخاطبان ارائه می‌شود. این ایده، پس از واقعی‌سازی، در نهایت مبنای صدور فرمان برای حمله به عراق قرار می‌گیرد؛ حال آنکه در اصل چنین پدیده‌ای در فضای واقعی عاری از حقیقت است. مشابه این امر را می‌توان در جریان حمله امریکا به افغانستان نیز مشاهده کرد.^(۳)

1. network society

2. Castells

3. crisis study

آنچه در گستره مقاله حاضر مورد توجه قرار گرفته است، نقش «واقعیت‌های مجازی» در تولید بحران در جوامع مختلف است که ازجمله حوزه‌های مهم برای فعالیت رسانه - به صورت سلبی و ایجابی - به شمار می‌رود.

۲. الگوی عملیاتی

مایکل برچر پس از بررسی تعداد قابل توجهی از بحران‌ها در حوزه‌های مختلف، به این نتیجه می‌رسد که طراحی نوعی الگوی عملیاتی مناسب از «بحران»، رسالت مهمی است که بدون تحقق آن نمی‌توان به الگوی کارآمد مدیریت بحران‌ها دست یافت. برای این منظور وی الگویی ترکیبی را پیشنهاد می‌کند (برچر، ترجمه صبحدل، ۱۳۸۲، فصل ۱) که با توجه به سال نگارش کتاب (بحران در سیاست جهان، ۱۹۹۳)؛ از قابلیت بسیار بالایی برای تحلیل و مدیریت بحران‌ها برخوردار است.^(۴) با این حال، ضعف اصلی الگوی پیشنهادی برچر بی‌توجهی آن به عنصر محوری «محیط» است که امروزه متأثر از پدیده «جهانی‌شدن» و ظهور شبکه ارتباطات، به شدت متحول شده است. این نکته که «شبکه» تمام معادلات و مناسبات پیشین را تحت تأثیر قرار می‌دهد، موجب می‌شود که ما نیز الگوی عملیاتی بحران‌ها را متناسب با شرایط جدید بازخوانی کنیم.^(۵)

از این منظر جدید، می‌توان بحران را معلول سه دسته از فرایندها - به شرح زیر - دانست. این فرایندها برگرفته از الگوهای متعارف وقوع بحران هستند که متناسب با فضای شبکه‌ای در این مقاله، بازتعریف شده‌اند:

۱-۲ مداخله در فرایند رشد انتظارات ارزشی (بحران نفوذ)

بررسی جوامع انسانی حکایت از روند رو به رشد توقعات شهروندان و گروه‌های اجتماعی دارد. این روند البته طبیعی به نظر می‌رسد، اما نوع مدیریت این فرایند می‌تواند زمینه تکوین و ظهور بحران را فراهم سازد. از این منظر الگوهای رفتاری بحران‌ساز در این حوزه را می‌توان چنین برشمرد:

الگوی اول: آزادسازی انتظارات ارزشی

الگوی دوم: سرکوب انتظارات ارزشی

در حالی که در الگوی نخست، فضا برای رشد فزاینده انتظارات باز گذاشته می‌شود، در دومین الگو، به دلیل محدودیت منابع، جلوی رشد این انتظارات گرفته می‌شود و خواسته‌ها سرکوب می‌شوند. تجربه نشان داده است، همان‌گونه که رشد لجام‌گسیخته انتظارات می‌تواند به بروز بحران ناکارآمدی منجر شود (گر، ۱۹۷۱، ص ۸۵)، تحدید و سرکوب آنها نیز می‌تواند تولید نارضایتی و واکنش منفی کند که به صورت اعتراض، شورش و حتی انقلاب نمایان می‌شود (همان، ۸۷).

نتیجه آنکه، «انتظارات ارزشی» در هر جامعه، رکن اولیه تعریف ثبات به شمار می‌رود و مداخله‌های افراطی در آن می‌تواند به پیدایش نارضایتی و شکل‌گیری بحران نفوذ در جامعه کمک کند. براساس این الگو، به دلیل پیدایش تصویری نامطلوب از وضعیت فعلی بازیگر در ذهن او، میزان همگرایی و تبعیت وی از قدرت مرجع کاهش می‌یابد و پدیده‌های منفی‌ای چون بی‌تفاوتی، نافرمانی مدنی و ... که زمینه‌ای مناسب برای ظهور بحران هستند، نمایان می‌شوند.

۲-۲ مداخله در فرایند افزایش توانمندی نظام سیاسی (بحران کارآمدی)

«کارآمدی» را باید موضوع اصلی جوامع امروزی قلمداد کرد که با استفاده از فناوری‌های نوین و قابلیت‌های بالای شبکه، معنایی متفاوت از گذشته یافته است. از همین رو، مانوئل کاستلز از پیدایش جریان‌های جدیدی در مقام اداره جامعه سخن می‌گوید که اقتضای تحول در ماهیت، شکل و حتی کارکردهای دولت را دارد. بر این اساس، دولت‌هایی که نتوانند خود را متناسب با جایگاه شبکه‌ای شان بازسازی کنند، در هزاره سوم در معرض بحران قرار می‌گیرند و و فروپاشی آنها دور از ذهن نیست. به عبارت دیگر، به دلیل تعدد و تنوع انتظارات ارزشی درون شبکه، دولت‌های مدرن نمی‌توانند به تنهایی پاسخگوی این نیازها باشند. بنابراین با نوع تازه‌ای از بحران کارآمدی روبه‌رو هستیم که تنها راه برون‌رفت از آن، ورود دولت به درون فضای شبکه‌ای و خدمات‌رسانی از این طریق است (کاستلز، ۱۹۹۰). درواقع روایت بالا را

می‌توان برداشتی تازه از تحلیل «جوئل میگدال»^۱ دانست؛ آنجا که ریشه بحران در جوامع جهان سومی را «قوی شدن جوامع» و همزمان با آن «ضعف دولت‌ها» در برآورد خواسته‌های شهروندان می‌داند (میگدال، ۱۹۸۸). به نظر می‌رسد شبکه‌ای شدن جوامع، بار دیگر معضل بحران کارآمدی را برای تمام کشورها احیا و مطرح ساخته است.

۲-۳. مداخله در فرایند تولید سرمایه اجتماعی (بحران مشروعیت)

هابرماس^۲ معتقد است: «مشروعیت به معنای تأیید و به رسمیت شناختن شایستگی یک نظم سیاسی است.» (به نقل از نوذری، ۱۳۸۱، ص ۵۵۰).

مطالعات دقیق و وسیع هابرماس درخصوص بحران مشروعیت، از آن‌رو که بر مفهوم محوری «شایستگی» تأکید دارد، درخور توجه و متناسب با بحث حاضر است. درواقع اضلاع مثلث مفهومی «سرمایه اجتماعی- بحران - مشروعیت» از طریق واژه و مفهوم «شایستگی» به هم مربوط می‌شوند. به این صورت که «سرمایه اجتماعی» عامل اصلی در شکل‌گیری و تقویت این ایده در اذهان مردم است که «دولت حاکم، شایستگی اعتماد و تبعیت را دارد». در نقطه مقابل، ضعف و زوال این باور در اذهان مردم، زمینه را برای بروز ناآرامی و در نهایت بحران در جامعه مساعد می‌سازد. به همین دلیل است که هابرماس از شکل‌گیری روندهای بحران‌ساز درون نظام‌های سیاسی سخن گفته و معتقد است که بحران مشروعیت از درون نظم سیاسی حاکم پدیدار می‌شود و رشد می‌کند (نوذری، ۱۳۸۱، صص ۶۴۴-۶۰۲). نتیجه آنکه، بحران در فضای شبکه‌ای به سه صورت «بحران‌های کارآمدی»، «نفوذ» و «مشروعیت» تجلی می‌یابد و رسانه متناسب با شرایط هریک، دارای رسالت و نقشی متفاوت است.

۳. ارکان راهبرد مدیریت رسانه‌ای بحران

با توجه به اشکال سه‌گانه بحران‌ها، لازم به نظر می‌رسد از نقش رسانه‌ها در هر سه مورد سخن گفته شود و از این طریق تصویری جامع از راهبرد مدیریت رسانه‌ای بحران‌ها ارائه شود:

1. Joel Migdal

2. Habermas

۳-۱ رسانه و هدایت افکار عمومی

از آنجا که رشد فزاینده «انتظارات ارزشی» می‌تواند نظام سیاسی را در معرض توقعات بی‌شماری قرار دهد که موجب تحلیل توانایی نظامی شود، رسانه‌ها به‌منظور مدیریت بحران‌های احتمالی لازم است چند سیاست اصلی را در دستور کار خود قرار دهند. نگارنده، این سیاست‌ها را به‌صورت گزاره‌های سلبی (آنچه رسانه نباید انجام دهد) و ایجابی (آنچه رسانه باید انجام دهد) متناسب با مراحل عمومی یک بحران (پیش از بحران - حین بحران - پس از بحران) به شرح زیر پیشنهاد می‌دهد:

گزاره اول: رسانه لازم است در جذب، تجمیع و بیان انتظارات ارزشی جامعه، اصول بنیادین نظام را محترم شمارد.

از آنجا که هویت هر نظام سیاسی بر اصولی خاص و محدود بنیاد گذارده شده است که تغییر و تحول در آنها به تغییر ماهیت نظام سیاسی منجر می‌شود، لازم است این حدود از سوی رسانه‌ها پاس داشته شود.^(۶) از این منظر اقدام رسانه‌ها در راستای نقد، نقض یا نفی اصول بنیادین نظام (اصولی چون جمهوریت، اسلامیت، ولایت و ... که در قانون اساسی از آنها با عنوان اصول لایتغیر یاد شده است) می‌تواند به وقوع شرایط بحرانی کمک کند. این گزاره از ارزش چندگانه‌ای برخوردار است. به این معنا که در دوره پیش از بحران، ارزش پیشگیری دارد؛ در زمان وقوع بحران، از ارزش کاربردی برای مهار و تحدید بحران برخوردار است و در دوره پس از بحران، ارزش ترمیمی آن، جامعه را از درگیر شدن در بحرانی دیگر حفظ می‌کند. به همین دلیل لازم است، رسانه خود را در چارچوب «اصول بنیادین نظام» فهم و بازتعریف کند (افتخاری، ۱۳۸۱-الف، صص ۱۳۶-۱۰۸).

گزاره دوم: رسانه باید در مقام دریافت، تجمیع و بیان انتظارات ارزشی جامعه، نسبت به پالایش و مدیریت عرضه خواسته‌ها فعال - و نه منفعل - باشد.

رسانه‌ها در مقام بیان توقعات جامعه، می‌توانند دو سیاست اصلی را پیشه کنند: نخست: بزرگ‌نمایی که در نهایت، تصویری به‌مراتب بزرگ‌تر از آنچه مدنظر شهروندان است، تولید و به درون نظام سیاسی برای دریافت پاسخ مقتضی، تزریق می‌شود. دوم: کوچک‌نمایی که در نهایت، به ارائه تصویری به‌مراتب کوچک‌تر از خواست عمومی به نظام سیاسی منتهی می‌شود (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۳، صص ۲۹۳-۲۶۹).

اگرچه تأکید دولتمردان و تحلیلگران بر «واقع‌نمایی» (به معنای پرهیز از هر دو

سیاست بالا) است، مقتضای یک جامعه رسانه‌ای فعال و پویا نه تنها پرهیز از سیاست‌های بزرگ‌نمایی یا کوچک‌نمایی است؛ که افزون بر آن رسانه باید قابلیت دریافت، پالایش و سپس عرضه تقاضاها را داشته باشد. در این صورت است که واقعیت، به شکلی تدریجی (متناسب با توانمندی نظام سیاسی) وارد نظام می‌شود و پاسخ مقتضی را دریافت می‌کند. «پالایش» این امکان را به رسانه می‌دهد که ضمن احتراز از «سانسور» با انتقال واقعیت‌ها به شکل مقتضی از بروز بحران جلوگیری کند. درواقع تراکم خواسته‌ها و انتقال یک‌باره آنها به درون نظام می‌تواند منجر به بروز بحران ناکارآمدی درون نظام شود و بی‌ثباتی را دامن بزند (افتخاری، ۱۳۸۰-الف، صص ۸۶-۸۳). درواقع رسانه، به‌منظور تأثیرگذاری مثبت بر مدیریت بحران‌ها، موظف به «هدایت افکار عمومی» است. در اینجا، منظور از «هدایت» آمیزه‌ای از «تربیت» و «تعامل» با افکار عمومی است. به این صورت که:

۱. رسانه باید نقش آگاهی‌بخشی خود را به یاد داشته باشد و از برخورد ابزاری با جریان افکار عمومی (در راستای تحصیل منافع خاص حزبی یا صنفی) به‌شدت پرهیزد. در مقابل، باید در ارائه آموزش نظری و عملی به مخاطبان خود (توده مردم) فعال باشد و از این طریق در هدایت آن ایفای نقش کند.

۲. رسانه باید جایگاه خود را در میانه «قدرت - مردم» پیدا کند نسبت به خواسته‌های عموم و ضرورت‌های قدرت - هر دو - احساس تکلیف کند. تنها در این صورت است که رسانه، به جا توسعه دامنه بحران، می‌تواند به‌عنوان یک عامل راهبر، در مهار و تحدید مرزهای بحران ایفای نقش کند.

در مجموع به‌دلیل اینکه انتظارات ارزشی از مجرای رسانه به درون نظام منتقل می‌شود، رسانه با درک نقش حساس خود در رویارویی با افکار عمومی، می‌تواند عاملی مؤثر برای جلوگیری از وقوع بحران یا در صورت وقوع، مدیریت ابعاد آن باشد.

۳-۲ رسانه و اصلاح نظام سیاسی

رسانه نهادی متعلق به حوزه جامعه مدنی^(۷) است. بنابراین در ارتباط با «قدرت سیاسی» چند وظیفه مشخص دارد که انجام آنها می‌تواند از بروز یا توسعه بحران درون جامعه جلوگیری کند:

گزاره سوم: رسانه با نقد سازنده عملکرد قدرت رسمی، باید به فعال‌سازی ظرفیت‌های بالقوه حاکمیت کمک کند.

اگرچه حکومت برای اداره بهتر جامعه، پیوسته از بدنه کارشناسی جامعه کمک می‌گیرد، بنا به دلایل متعدد، این مساعدت به صورت کامل و فراگیر صورت نمی‌پذیرد. برای مثال «مایرون واینر»^۱ و «ساموئل هانتینگتون»^۲ با بررسی جوامع در حال توسعه به مواردی مانند: احتراز گروهی از نخبگان فکری از همراهی با قدرت رسمی، هزینه‌های معنوی و بالای مشاوره، صعوبت درک ایده‌های نخبگان از سوی حوزه اجرا، و ... اشاره دارند که در نهایت بهره‌مندی قدرت از منابع فکری را با مشکل روبه‌رو می‌کند (واینر و هانتینگتون، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۷۹). در چنین شرایطی است که به طور معمول ساخت رسمی قدرت به سمت بسته شدن گرایش پیدا می‌کند. به این معنا که «قدرت» یا خود را از دیدگاه‌های اصلاحی و تکمیلی بی‌نیاز و محروم می‌سازد؛ یا اقدام به تأسیس نهادهای رسمی و تحقیق و مشاوره در دل ساخت رسمی قدرت می‌کند که طبعاً محدود و با قابلیت علمی پایین ارزیابی می‌شوند. در هر دو حالت، «قدرت» از دریافت دیدگاه‌های اصلاحی محروم می‌شود و در نتیجه کارآمدی کاهش می‌یابد (هانتینگتون، ترجمه ثلاثی، ۱۳۷۰).

در چنین وضعیتی است که رسانه با قرار گرفتن در میانه جامعه فکری و سازمان قدرت، فرصت و امکان تبادل نظر و تعامل «فکر- قدرت» را فراهم می‌سازد. این نقش رسانه در مدیریت بحران بسیار تأثیرگذار است. به این معنا که رسانه می‌تواند رابط قدرت با گروه‌های مرجع باشد و دست‌کم دو هدف ویژه زیر را به هنگام بروز بحران محقق سازد: نخست: ممانعت از گسترش نارضایتی در حوزه نخبگان و تسری آن به درون جامعه

دوم: استفاده از ظرفیت گروه‌های مرجع در مهار بحران

اما نقش مهم‌تر رسانه، در دوره پیش از بروز بحران است. به این صورت که رسانه با نقد قدرت می‌تواند آن را از کاستی‌های احتمالی برحذر دارد و به افزایش کارآمدی

1. Myron Weiner

2. Samuel Huntington

نظام سیاسی کمک کند. در این صورت است که تصویر دولت در جامعه، اصلاح و تقویت می‌شود و در عمل احتمال بحران‌سازی، کاهش می‌یابد. گزاره چهارم: رسانه در تصویرسازی از قدرت، باید به‌صورت توأمان از تخریب دولت و ایجاد غفلت راهبردی، پرهیز کند.

این واقعیت که امروزه تمام سیاست‌ها بر بنیاد تصاویر شکل می‌گیرند و این رسانه‌ها هستند که طلایه‌دار جریان «تصویرسازی»^۱ به‌شمار می‌روند، ما را به نقش حساس رسانه واقف می‌سازد. از این منظر رسانه قادر است عملکرد مثبت قدرت را نادیده بگیرد و به تولید تصویری منفی از قدرت (با تأکید بر نواقص و کاستی‌های آن) اهتمام ورزد؛ یا از طریق تبلیغات و بزرگ‌نمایی محورهای مثبت، به تصویری کاملاً مثبت از قدرت برسد. آنچه در بحث «بحران» مهم به نظر می‌رسد این است که:

۱. تصویرسازی منفی از قدرت، منجر به تضعیف بنیادهای نظام سیاسی در جامعه و در نتیجه آسیب‌پذیری آن در مقابل تهدیدات خارجی و در نهایت تسریع در تولید بحران می‌شود (سیاست تخریب).

۲. فقط بزرگ‌نمایی وجوه مثبت قدرت سیاسی، به‌دلیل ایجاد غفلت راهبردی در درون جامعه، در میان‌مدت یا بلندمدت، به بروز ناهنجاری‌های شدید (همچون انقلاب) می‌انجامد و آینده نظام سیاسی را با بحران روبه‌رو می‌سازد (سیاست غفلت). نتیجه آنکه، رسانه در مقام تصویرسازی از قدرت باید از تخریب و کارگزاری صرف قدرت دوری جوید؛ زیرا پیامد هر دو حالت، بروز بحران در درون جامعه خواهد بود.

۳-۳ رسانه به‌مثابه سرمایه اجتماعی

گزاره‌های پیشین ناظر بر نوع رابطه رسانه با مخاطبان و قدرت سیاسی بودند، در این قسمت گزاره‌هایی طرح می‌شوند که موضوع آنها خود رسانه است. رسانه برای آنکه عاملی مثبت در عرصه مدیریت بحران باشد و در اجرای گزاره‌های چهارگانه پیشین موفق عمل کند، باید چند شرط را در ارتباط با خود و جامعه رسانه، محقق سازد.

1. image making

گزاره پنجم: رسانه باید بتواند اعتماد مردم را جلب کند.

ویژگی بارز فضای بحران، فروپاشی نظم‌های مسلط و ظهور دیدگاه‌های رقیب (اعم از مخالف یا معارض) است که با ارائه الگوی نوینی از نظم به دنبال حاکم‌سازی خود هستند. در چنین فضایی شاید هیچ عنصری را نتوان سراغ گرفت که به اندازه «اعتماد» تأثیرگذار باشد. هرچه میزان اعتماد مردم به یک رسانه قوی‌تر باشد، رسانه در مهار بحران (از طریق کارویژه‌هایی چون اطلاع‌رسانی، دعوت به مقاومت، تحلیل شرایط و ...) توفیق بیشتری خواهد داشت. برای این منظور لازم است رسانه‌ها شرایط زیر را در خود محقق سازند:

۱. توان ارائه اطلاعات دقیق درباره موضوعات مربوط به بحران را افزایش دهند تا از این طریق از مراجعه مخاطبان به رسانه‌های بیگانه و دریافت آمیزه‌ای از اخبار صحیح و نادرست ممانعت به عمل آید.

۲. توان ارائه اطلاعات به‌روز درباره موضوعات مربوط به بحران را افزایش دهند تا از این طریق از رواج اخبار ناصحیح و انواع شایعه جلوگیری شود.

۳. توان ارائه تحلیل‌های مناسب از شرایط را ارتقا دهند تا از این طریق از توسعه دامنه بحران از رهگذر توسعه به بدفهمی‌های جاری ممانعت شود.

مجموع سه توانمندی بالا که از آن می‌توان به اصل «حرفه‌ای عمل کردن» رسانه تعبیر کرد، ارزش و اعتبار رسانه را نزد مخاطبان افزایش می‌دهد و آن را تبدیل به عنصری مهم متعلق به سرمایه اجتماعی جامعه می‌سازد. در این صورت، رسانه از ابزاری ساده برای انتقال پیام (ولو به شکل پیچیده امروزی) به کانونی برای هدایت افکار عمومی تبدیل می‌شود؛ کانونی که می‌تواند با ارائه خبر، تحلیل و حتی تجویز، به کاهش یا افزایش دامنه بحران‌ها کمک کند.

گزاره ششم: رسانه باید بتواند مشارکت مردم را جلب کند.

آخرین موردی که در مدیریت رسانه‌ای بحران لازم است به آن اشاره شود، جلب مشارکت مردمی در فعالیت رسانه‌ای است. درواقع توسعه مکتب فکری «مردم‌سالاری» صرفاً عرصه قدرت و مدیریت کلان جامعه را تحت الشعاع قرار نداده و چنین به نظر می‌رسد که اراده مردم، تمام حوزه‌های ارتباطاتی را در جوامع مدرن امروزی فرا گرفته است. «رسانه» نیز از این امر مستثنی نیست چنان‌که ضرورت مشارکت مردم در فعالیت‌های رسانه‌ای، بیش از پیش حس می‌شود. این اقدام از آن‌رو اهمیت دارد که به

تولید رسانه‌های مردمی که قادر به جذب دیدگاه‌ها و هدایت مخاطبان خود هستند، منجر می‌شود؛ یعنی همان ویژگی‌ای که برای ممانعت از بروز بحران یا مهار آن – در صورت وقوع – نقش اصلی را ایفا می‌کند.

نتیجه‌گیری

«برخی انسان‌ها برای خلق کردن پا به عرصه گذاشته‌اند و برخی دیگر برای حفظ تمدن ... امروزه نسل ما ... باید به خلق و ابداع اشکال تازه‌ای دست زند» (تافلر^۱، ترجمه خوارزمی، ۱۳۶۶، ص ۶۰۷).

در تحلیل جمله آلفین تافلر شاید بتوان چنین اظهار داشت که «رسانه‌های نوین» مهم‌ترین «خلق تازه» انسان معاصر به‌شمار می‌آیند که توانسته‌اند تمام ابعاد حیات را تحت‌تأثیر خود قرار دهند. این وضعیت تازه – که از آن می‌توان به جامعه شبکه‌ای تعبیر کرد – گذشته از مزایای بسیار، امکان و قابلیت آسیب‌های فراوانی را نیز فراهم آورده که در این میان «بحران‌زایی» از جمله مهم‌ترین آنهاست. منظور از «بحران‌زایی» استعداد جوامع نوین برای تبدیل موضوعات معمولی به بحران‌هایی بزرگ است. برای مثال آب‌وهوا، محیط‌زیست، اشتغال، روابط اجتماعی و ... که تا چند دهه پیش مسائل پیچیده و دشواری برای اجتماع انسانی به‌شمار نمی‌آمدند، هم‌اکنون تبدیل به معضلات لاینحلی شده‌اند که هریک از آنها می‌تواند به‌تنهایی ثبات جامعه‌ای را به‌مخاطره افکند. با این حال، معنای تحلیل بالا، نبود امکان مدیریت مناسب بحران‌ها به نفع ایجاد ثبات در جامعه نیست؛ زیرا فضای مجازی همان‌گونه که تولید بحران می‌کند، امکان مدیریت آن را نیز فراهم می‌آورد. نقش‌آفرینی رسانه‌ها نیز از همین ناحیه موضوعیت می‌یابد. بنابراین رسانه دیگر به‌مثابه یک ابزار – همچون دوره‌های پیشین – مطرح نیست، بلکه تبدیل به گفتمانی می‌شود که در تولید فضای مجازی نقش اساسی دارد. به همین دلیل است که رسانه به همان اندازه که در تولید بحران نقش‌آفرین است، در مدیریت بحران نیز حضور مؤثر دارد. به عبارت دیگر، می‌توان چنین ادعا کرد که در جوامع امروزی، اثبات و نفی بحران‌ها با رسانه‌ها ممکن شده است.

1. Toffler

مدیریت رسانه‌ای بحران ❖ ۴۹

اینکه چرا رسانه به چنین مقام مهمی دست یافته است، به توانایی آن در ایجاد «واقعیت مجازی» باز می‌گردد. بررسی‌های تحلیلی حاکی از آن است که تمامی روابط بازیگران (اعم از ملی، خرده‌ملی یا فراملی) بر بنیاد «واقعیت‌های مجازی»- یعنی تصاویر ذهنی که جایگزین حقایق بیرونی می‌شوند و تا آنجا معتبر و قابل اعتماد می‌نمایند که مبنای تصمیم‌گیری واقع می‌شوند- قرار دارند. به این صورت که تمام بازیگران براساس تصاویر ذهنی خود با دیگران تعامل می‌کنند. حال اگر بتوان نسبت به حک و اصلاح این تصاویر اقدام کرد، طبعاً می‌توان انتظار تغییر در رفتارها را نیز داشت. از آنجا که رسانه‌ها قوی‌ترین عامل در تولید، اصلاح یا تغییر این تصاویر هستند، چنین به‌نظر می‌رسد که نقش اصلی را در تغییر رفتار برعهده داشته باشند. از این‌رو می‌توان ادعا کرد که در اختیار داشتن رسانه و مدیریت مناسب آن، رمز مدیریت بحران‌های عصر ماست.

پیشنهادهای

رسانه‌ها باید از دامن زدن به فرایند رو به رشد انتظارات ارزشی جامعه پرهیز کنند زیرا افزایش لجام‌گسیخته توقعات می‌تواند به افت کارآمدی نظام سیاسی و در نتیجه گسترش میزان نارضایتی‌ها و تقویت احتمال وقوع بحران در جامعه بینجامد. رسانه‌ها به هنگام وقوع بحران باید در پی تعدیل انتظارات ارزشی با هدف تقویت تعادل میان «خواسته‌ها- داشته‌ها»، باشند تا از این طریق میزان محرومیت نسبی کاهش یابد و مهار بحران میسر شود (برای مثال نک. پالتز^۱، ترجمه شفقتی، ۱۳۸۰).

رسانه‌ها باید به‌عنوان نهادی مرجع در حوزه تربیت افکار عمومی ظاهر شوند و با آموزش علمی و عملی راه‌های پیگیری خواسته‌ها، افراد را از اقدام در قالب الگوهای خشونت‌آمیز باز دارند. تقویت تربیت مدنی شهروندان و دولتمردان، بهترین مانع برای جلوگیری از وقوع بحران در جامعه است (برای مثال نک. هنیس^۲، ترجمه کیانی، ۱۳۸۱).

1. Palts

2. Henis

رسانه‌ها باید به ارتقای اخلاق حرفه‌ای در سطح فعالیت رسانه‌ای اهتمام ورزند و از این طریق اعتماد مردم را به خود جلب کنند. افزایش اعتماد ملی به عملکرد رسانه‌ها، ازجمله عوامل مثبتی است که به هنگام مدیریت بحران می‌توان از آن برای مهار بحران بهره گرفت (اعتضادالسلطنه، ۱۳۸۴).

رسانه‌ها باید از هرگونه فعالیتی که به ضعف یا زوال سرمایه اجتماعی کمک می‌کند، بپرهیزند. از این حیث رسانه‌ها مانند سایر بازیگران ملی، موظف به تقویت سرمایه اجتماعی هستند. برای این منظور التزام عملی رسانه به اصول بنیادین نظام (و به عبارتی تعرض نکردن به خطوط قرمز جمهوری اسلامی)، به شدت توصیه می‌شود (افتخاری، ۱۳۸۱-الف).

پی‌نوشت

۱. رابرت پاتنام در کتاب خود به بررسی تجربه توسعه در ایتالیا در دهه ۱۹۷۰ پرداخته است. او نشان داده که نتیجه اجرای این طرح در بخش‌های مختلف ایتالیا یکسان نبوده است. مطابق بررسی وی، در مناطقی که مقوله‌هایی از قبیل اعتماد، مردم‌سالاری و ... بیشتر نهادینه شده‌اند، فرایند توسعه بهتر و کارآمدتر محقق شده است. حال آنکه در سایر مناطق ضعف سرمایه اجتماعی به تضعیف فرایند توسعه منتهی شده است. همچنین میزان اعتراض‌ها و ناآرامی‌ها در ارتباط غیر مستقیم با میزان سرمایه اجتماعی بوده است. به این ترتیب توانست سرمایه اجتماعی را به عاملی مهم در فهم شرایط اجتماع و مدیریت آن تبدیل سازد (پاتنام، ۱۹۹۳).
۲. نظریه‌های امنیت با رویکرد واقع‌گرایانه، تحولات بسیاری را پشت‌سر گذاشته‌اند چنان‌که امروزه با طیف متنوعی از نظریه‌های امنیتی واقع‌گرای سنتی، فراستنی و مدرن روبه‌رو هستیم که وجه مشترک آنها تأکید بر اصل عینیت است زیرا به دلیل وجود همین ویژگی است که درک نظریه‌های واقع‌گرا و کاربرد آنها در عمل، نسبت به نظریه‌ها و گونه‌های آرمانی از امنیت، ساده‌تر است. برای مطالعه بیشتر و آشنایی با این مکتب و مکتب مقابل آن- یعنی آرمان‌گرایی- رجوع کنید به: افتخاری، (۱۳۸۱-ب) و افتخاری و نصری (۱۳۸۳).
۳. کاربرد واقعیت‌های مجازی در راهبردهای امنیتی از سال ۲۰۰۱ به این سو، به شدت مورد توجه بوده است. آنچه درخصوص این آثار درخور توجه می‌نماید، نقشی است که برای رسانه قائل هستند. این موضوع دلالت بر آن دارد که رسانه امروزه تنها یک ابزار نیست بلکه دستگاه تولیدکننده واقعیت مجازی است که می‌تواند جنگ و صلح را تحت تأثیر قرار دهد. به منظور بررسی بیشتر در این زمینه مطالعه دو رخداد مهم حمله امریکا به عراق و افغانستان پیشنهاد می‌شود.
۴. الگوی تلفیقی - ترکیبی برچر بر سه دسته از متغیرها استوار است:
الف) متغیر وابسته که شامل عناصر سه گانه «احتمال وقوع بحران»، «آسیب‌پذیری‌های سیستم» و «عوامل موجد بحران» است.
ب) متغیرهای مستقل که شامل سه دسته از ویژگی‌هاست: ویژگی‌های نظام تشابه و تفاوت رژیم‌ها،

مدیریت رسانه‌ای بحران ❖ ۵۱

فاصله جغرافیایی و سرانجام ویژگی‌های بازیگر (عمر، دوام رژیم، اندازه سرزمین و ثبات داخلی).
 ج) متغیرهای دخیل که دو موضوع الگوی کنش متقابل و تهدیدات معطوف به ارزش‌ها را شامل می‌شود.
 براین اساس برچر الگویی را طراحی می‌کند که دربرگیرنده عوامل سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در تحلیل و مدیریت یک بحران است (برچر، ترجمه صبحدل، ۱۳۸۲، صص ۱۲۶-۱۰۲).
 ۵. در مقام نقد و بررسی الگوی پیشنهادی «برچر» می‌توان به نقاط ضعف متعددی اشاره کرد که حکایت از بی‌توجهی به مؤلفه‌هایی چون دامنه، زمان، سرعت تحول، زنجیره ارتباطی بحران‌ها با یکدیگر یا نسبت آنها با قدرت مرجع و ... در مقام سنجش بحران‌ها- از سوی برچر- دارد. با این حال در نوشتار حاضر چون این نواقص مدنظر نبوده، نظریه برچر از این حیث مورد نقد قرار نگرفته و فقط بر ارائه ملاحظات رسانه‌ای بسنده شده است. برای مطالعه بیشتر و گسترده‌تر دیدگاه انتقادی برچر، به الگوی پیشنهادی «تحلیل تهدید» مؤلف مراجعه شود (افتخاری، ۱۳۸۵).
 ۶. اصول بنیادین به‌عنوان معادل واژه «خطوط قرمز» در نظام‌های سیاسی، از سوی نگارنده پیشنهاد شده است. ویژگی بارز این اصول «قانونی بودن»، «حساسیت بالا»، «قلت عددی» و ... است که نگارنده به‌صورت مبسوط و با نگاه به جمهوری اسلامی ایران در اثر به آن اشاره کرده است (افتخاری، ۱۳۸۱-الف).
 ۷. Civil Society: جامعه مدنی عبارت است از مجموعه نهادهایی که در حفاصل بین قدرت رسمی و توده مردم قرار دارند و به‌دلیل ارتباط با مردم و فارغ بودن از مداخله مدیریتی قدرت رسمی، در دریافت، تجمع و انتقال خواسته‌های مردم به درون نظام سیاسی، از توفیق بیشتری نسبت به سایر نهادها برخوردارند. جامعه مدنی افزون بر این باید کارویژه‌های نظام را دریافت و به درون جامعه منتقل کند. به‌این‌ترتیب جامعه مدنی با دو رسالت اصلی بالا تعریف و شناسانده می‌شود.

منابع

- اعتضادالسلطنه، محمد. (۱۳۸۴). دغدغه‌های رسانه‌ای جهان عرب. مجموعه مقالات همایش امنیت رسانه‌ای جهان عرب. تهران: اداره کل پژوهش‌های رادیو. افتخاری، اصغر. (به اتمام). (۱۳۷۹). خشونت و جامعه. تهران: سفیر. افتخاری، اصغر. (۱۳۸۰). ثبات سیاسی رسانه‌ای، در مجموعه مقالات همایش رسانه و ثبات سیاسی- اجتماعی جمهوری اسلامی ایران. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی. افتخاری، اصغر. (۱۳۸۱-الف). درآمدی بر خطوط قرمز در رقابت‌های سیاسی. تهران: مرکز بررسی‌های راهبردی ریاست جمهوری. افتخاری، اصغر. (۱۳۸۱-ب). مراحل بنیادین اندیشه در مطالعات امنیت ملی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی. افتخاری، اصغر و قدیر نصری. (۱۳۸۳). روش و نظریه در امنیت پژوهی. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

۵۲ ❖ پژوهش‌های ارتباطی (۱۵) ۵۵

- افتخاری، اصغر. (۱۳۸۵). کالبدشکافی تهدید. تهران: دانشکده فرماندهی و ستاد دانشگاه امام حسین (ع).
- بولز، ساموئل. (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی حکمرانی و جامعه، در: کیان تاجبخش، سرمایه اجتماعی. تهران: شیرازه.
- برچر، مایکل و جانانان ویکنفلد. (۱۳۸۲). بحران، تعارض و بی‌ثباتی. ترجمه علی صبحدل، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- برچر، مایکل. (۱۳۸۲). بحران در سیاست جهان (ج ۱). ترجمه میرفریدین قریشی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- پالتز، دیوید. (۱۳۸۰). ارتباطات سیاسی در عمل. ترجمه مهدی شفقتی، تهران: سروش.
- تاجبخش، کیان. (۱۳۸۴). سرمایه اجتماعی. تهران: شیرازه.
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۷۹). مدیریت بحران. تهران: فرهنگ گفتمان.
- تافلر، آلین. (۱۳۶۶). موج سوم. ترجمه شهین‌دخت خوارزمی، تهران: نو.
- دورلاف، استیون. (۱۳۸۴). اندیشمندان علیه سرمایه اجتماعی، در: کیان تاجبخش، سرمایه اجتماعی. تهران: شیرازه.
- رابینسون، جیمز. (۱۳۷۵). بحران، گزیده مقالات سیاسی - اجتماعی. ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران: مترجم.
- ضیایی‌پور، حمید. (۱۳۸۳). جنگ نرم (ج ۱ و ۲). تهران: مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران.
- فاین، بن. (۱۳۸۵). سرمایه اجتماعی و نظریه اجتماعی. ترجمه محمدکمال سروریان، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای. ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز (ویراستار ارشد) و علی پایا، تهران: طرح نو.
- کاظمی، علی‌اصغر. (۱۳۶۶). مدیریت بحران‌های بین‌المللی. تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
- لیتل، آر؛ مک‌کین، آردی. (۱۳۸۰). امنیت جهانی: رویکردها و نظریه‌ها. مترجم اصغر افتخاری، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- مؤمنی، هوشنگ. (۱۳۸۴). اندیشمندان مدیریت. تهران: ستاره سپهر.

مدیریت رسانه‌ای بحران ❖ ۵۳

- مک‌کارتی، شاون. پی. (۱۳۸۱). نقش اطلاعات در مدیریت بحران. مترجم محمود کلاهچیان، تهران: مرکز بررسی‌های راهبردی ریاست‌جمهوری.
- نوذری، حسینعلی. (۱۳۸۱). بازخوانی هابرماس. تهران: چشمه.
- هانتینگتون، ساموئل. (۱۳۷۰). سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی. محسن ثلاثی، تهران: علم.
- هنیس، جف. (۱۳۸۱). دین، جهانی‌شدن و فرهنگ سیاسی در جهان سوم. ترجمه داود کیانی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- هوور، استوارت و نات، لاندبای. (۱۳۸۲). رسانه، دین و فرهنگ. ترجمه مسعود آریایی‌نیا، تهران: سروش.
- واینر، مایرون و ساموئل هانتینگتون. (۱۳۷۹). درک توسعه سیاسی. ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران: مترجم.
- Becker, Gary. (1964). **Human Capital**. New York: Columbia University Press.
- Castells, Manuel. (1990). **The Rise of the Network Society; End of Millennium**. Oxford: Blackwell Pub. Ltd.
- Gurr, Ted Robert. (1971). **Why Men Rebel**. Princeton: P.U.P.
- Malek, Abbas.(Ed). (1997). **News Media & Foreign Relation: A Multifaceted Perspective**. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Migdal, Joel. (1988). **Strong Societies & Weak States**. New Jersey: Princeton.
- Powell, Walter & E. Clemens, eds. (1998). **Private Action & The Public Good**. New Have: Yale University Press.
- Putnam, Robert. (1993). **Making Democracy Work: Civict Traditions in Modern Italy**. New Jersey: Princeton University press.