

فصلنامه مطالعات سیاسی
سال هشتم، شماره ۳۰، زمستان ۱۳۹۴
صفحات: ۱۵۷-۱۸۰
تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۷/۷؛ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۴/۹/۲۲

رسانه ملی و مدیریت بحران‌های فرهنگی-اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران

دکتر علی اصغر جعفری*

چکیده

موضوع مدیریت بحران در حوزه‌های مختلف مطرح است. سازمان‌ها و نهادها به عنوان بخشی از اجزای اصلی جامعه امروزی نیز از این امر مستثنی نیستند. بر این اساس نوشتار حاضر با بهره‌گیری از روش توصیفی - تحلیلی به بررسی نقش رسانه ملی در فرایند مدیریت بحران‌های فرهنگی-اجتماعی می‌پردازد. بروز بحران‌های فرهنگی-اجتماعی در جوامع بشری امری گریزناپذیر است؛ حال اگر این مساله از زوایای مختلف به‌درستی مدیریت نشود، تبعات زیادی به دنبال خواهد داشت. با توجه به اینکه مدیریت بحران‌های اجتماعی و کاهش آسیب‌های اجتماعی ناشی از آن مطالبه‌ای ملی و همگانی است رسانه ملی می‌تواند با تولید محتوا و برنامه‌های مختلف در شناخت بحران‌های فرهنگی-اجتماعی و معرفی، مدیریت و جلوگیری از رشد آن‌ها اثرگذار باشد.

کلید واژه‌ها

رسانه، بحران، مدیریت بحران، بحران‌های فرهنگی-اجتماعی

مقدمه

زندگی بشر از آغاز همواره با ناملایمت‌ها و دشواری‌هایی هموار بوده و به تدریج که ابعاد اجتماعی و نظام‌یافتگی زندگی بیشتر و روابط و همکاری‌های درون اجتماعی در قالب علایق، منافع فردی و اجتماعی اشکال عینی‌تری به خود گرفته و در نتیجه مرزبندی‌هایی را در سازمان اجتماعی و در حوزه‌ی منافع گروهی و رقابت‌های سیاسی و اجتماعی ایجاد کرده، این ناملایمت‌ها اشکال جدید و پیچیده‌تری به خود گرفته است. در عصر جدید و شکوفایی تمدنی و همزمان با افزایش آگاهی‌های مدنی که سطح خواسته‌ها و نیازهای اجتماعی را افزایش داده، این ناملایمت‌ها در اشکال «بحران‌های» مختلف بر عرصه‌ی زندگی و حیات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جوامع سایه افکنده و محدودیت‌ها و الزام‌هایی را در حوزه‌های مختلف روابط اجتماعی و در ساختار نظام تصمیم‌گیری به وجود آورده است. در حقیقت، امروز هیچ نظام سیاسی و جامعه‌ای نمی‌تواند مصون از بحران و پیامدهای کوتاه و بلندمدت آن باشد. بحران‌ها بخش جدانشدنی زندگی و لازمه‌ی توسعه‌ی همه جانبه به ویژه در «جوامع در حال گذار» می‌باشند. بحران‌ها در ذات خود بستر شکل‌گیری تهدیدها و فرصت‌هایی هستند که بر حسب نوع، شدت و گستره‌ی محیطی بحران، می‌تواند نظام سیاسی و نخبگان حاکم را در شرایط دشوار و پرمخاطره‌ای قرار دهند. افزایش ظرفیت‌های ساختاری و کارکردی نظام سیاسی جهت پاسخ‌گویی مناسب و عادلانه به نیازها و احتیاجات مردم، عامل مؤثری برای شکل دادن به سازه‌های مقاوم مردمی مقابله با بحران می‌باشد.

کنترل و مهار بحران براساس یک تفکر نظام‌گرا و یکپارچه و در قالب مدیریت بحران، ضرورتی راهبردی است که مورد اتفاق نظر همه‌ی اندیشمندان و صاحب‌نظران مسائل سیاسی امنیتی و راهبردی می‌باشد و بر اهتمام دولت‌ها در سرمایه‌گذاری کلان در استقرار و توسعه‌ی این سامانه‌ی مدیریتی تأکید می‌ورزند. در این راستا رسانه‌ها و در این تحقیق رسانه ملی مکانیسمی مؤثر در مدیریت مراحل مختلف بحران بشمار می‌آید.

نوشتار حاضر که با هدف شناخت راهبردهای مدیریتی اثر گذار در نظام بخشی و جهت‌گیری تولیدات برنامه‌های رسانه ملی به منظور مدیریت بحران‌های فرهنگی-اجتماعی مبتنی بر باورها و ارزش‌های اسلامی-ایرانی و نیز شناخت ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل رسانه ملی و تاثیر آن بر مدیریت بحران‌های فرهنگی-اجتماعی به رشته تحریر در آمده است تلاش دارد به

این سوال که نقش رسانه ملی در مدیریت بحران های فرهنگی - اجتماعی فررا روی جامعه ایرانی در سال های پس از پیروزی انقلاب چیست؟ پاسخ دهد.

۱. مبانی نظری

نگرش سنتی به مدیریت بحران، بر این باور بود که مدیریت بحران یعنی فرو نشاندن آتش؛ به این معنی که مدیران بحران در انتظار خراب شدن امور می نشینند و پس از بروز ویرانی، سعی می کنند تا ضرر ناشی از خرابی ها را محدود سازند. ولی به تازگی نگرش به این واژه عوض شده است. براساس معنای اخیر، همواره باید مجموعه ای از طرح ها و برنامه های عملی برای مواجهه با تحولات احتمالی آینده در داخل سازمان ها تنظیم شود و مدیران باید درباره اتفاقات احتمالی آینده بیندیشند و آمادگی رویارویی با وقایع پیش بینی نشده را کسب کنند؛ بنابراین، مدیریت بحران بر ضرورت پیش بینی منظم و کسب آمادگی برای رویارویی با آن دسته از مسائل داخلی و خارجی تاکید دارد که به طور جدی شهرت، سودآوری و یا حیات یک جامعه، نهاد یا سازمان را تهدید می کنند. مدیریت بحران به منزله یک رشته علمی، به طور کلی در حوزه مدیریت استراتژیک قرار می گیرد و به طور خاص به مباحث کنترل استراتژیک مرتبط می شود (Mitroff, Shrivastava & Udwardia, 1978: 60).

۱-۱. تعریف بحران

بحران از ریشه یونانی به معنی قضاوت، لحظه حساس، مشاجره، نقطه تصمیم گیری است. یعنی رسیدن به مرحله ای که پس از آن اوضاع می تواند به نفع یا به ضرر خود تمام شود هر موقعیت بحرانی دو سویه و دو لبه است وضعیت ناپایدار و تزلزلی که در چهارچوب آن تغییر قطعی - بدتر یا - در شرف وقوع است، هر نوع بی ثباتی که به تغییرات اساسی منجر شود، شرایط، اوضاع یا دوران خطرناک و فاقد اطمینان. هر گاه پدیده ای به صورت منظم و معمولی و آن طور که از قبل پیش بینی می شد جریان نیابد، نابسامانی ایجاد شود یا نظمی مختل گردد و یا حالتی غیرطبیعی به وجود آید بحران مطرح می شود (قاسمیان ۱۳۸۲: ۲۵). بحران از نظر لغوی معانی مختلفی را به خود اختصاص داده است؛ برخی از دانش پژوهان، بحران را معادل فشار، اضطراب، نقطه ای عطف، فاجعه و خشونت به کار برده اند (آریان پور، ۱۳۸۳). برخی دیگر بحران را مترادف با از هم گسیختگی، بی نظمی، شکنندگی بیش از حد معمول، تهدید ارزش ها، بی ثباتی سیاسی - اجتماعی و مخاصمه ای نظامی تعریف کرده اند (ابهری، ۱۳۸۶: ۳).

۲-۱. انواع بحران

برای اینکه بتوان بحران‌ها را شناسایی و تفکیک کرد بهتر است که آن‌ها را دسته‌بندی کرده و مبناهایی را برای تفکیک آن‌ها در نظر گرفت.

الف) طبقه‌بندی بحران‌ها از لحاظ ناگهانی بودن یا تدریجی بودن آن‌ها: بعضی از بحران‌ها به صورت ناگهانی و یک دفعه به وجود می‌آیند و اثرات ناگهانی بر محیط درونی و بیرونی رسانه ملی می‌گذارند. به این بحران‌ها، بحران‌های ناگهانی^۱ می‌گویند. در مقابل این بحران‌ها، بحران‌های تدریجی^۲ وجود دارند که از یکسری مسائل بحران‌خیز شروع می‌شوند و در طول زمان تقویت شده و تا یک سطح آستانه ادامه و سپس بروز پیدا می‌کنند. برای مقایسه بحران‌های ناگهانی و تدریجی می‌توان از ۵ ویژگی کلیدی استفاده کرد. بحران‌های ناگهانی با سرعت به وجود می‌آیند، قابلیت پیش‌بینی کمی دارند، صراحت و روشنی آن‌ها متمرکز است، آشکارند، از یک رویداد مشخص یک‌دفعه‌ای شروع می‌شوند، در یک زمان ثابت به وقوع می‌پیوندند. در مقایسه، بحران‌های تدریجی، به صورت تدریجی و تجمعی به وجود می‌آیند، قابلیت پیش‌بینی زیادی دارند، واضح و روشن نیستند، نقطه شروع آن‌ها از یک سطح آستانه است، با گذشت زمان احتمال وقوع آن‌ها بیشتر می‌شود (Hwang & Lichtenthal, 1999: 13-15).

ب) طبقه‌بندی بحران‌ها به اعتبار گستردگی (فراگیری): می‌توان بحران‌ها را به بحران‌های محلی، ملی، فراملی (یا محدود و فراگیر) تقسیم کرد. به اعتبارهای دیگر، نظیر علل و عوامل، دامنه و سطح، اهداف مورد هجمه و...، نیز می‌توان به گونه شناسی دیگری از بحران‌ها پرداخت (تاجیک، ۱۳۸۳).

ج) طبقه‌بندی بحران‌ها از منظر موضوع: به اعتبار موضوع، بحران‌ها را می‌توان به بحران‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، نظامی، قومی و... صورت بندی کرد.

د) طبقه‌بندی بحران‌ها به اعتبار شدت تهدید، تداوم زمانی و درجه آگاهی: بر این اساس بحران‌ها را به بحران‌های شدید، نوظهور بدعتی، کند، موردی، انعکاسی، برنامه‌ای، عادی و اداری تقسیم بندی کرده‌اند.

ه) طبقه‌بندی بحران از دیدگاه «پارسونز»: پارسونز سه نوع بحران را بیان می‌کند که عبارتند از:

1. Abrupt Crises
2. Cumulative Crises

۱. بحران های فوری: این بحران ها دارای هیچگونه علامت هشداردهنده قبلی نیستند و جوامع و سازمان ها نیز قادر به تحقیق در مورد آنها و نیز برنامه ریزی برای دفع آنها نیستند.
۲. بحران هایی که به صورت تدریجی ظاهر می شوند: این بحران ها به آهستگی ایجاد می شوند. می توان آنها را متوقف کرد و یا از طریق اقدامات سازمانی آنها را محدود ساخت.
۳. بحران های ادامه دار: این بحران ها هفته ها، ماه ها و یا حتی سال ها به طول می انجامند. استراتژی های مواجهه شدن با این بحران ها در موقعیت های متفاوت بستگی به فشارهای زمانی، گستردگی کنترل و میزان عظیم بودن این وقایع دارد (رضوانی، ۱۳۸۵).

۳-۱. مدیریت بحران

مدیریت بحران به نوعی تدبیر راهبردی دلالت می ورزد که در فرایند آن، محیط های داخلی و خارجی یک بحران مورد تحلیل قرار می گیرد، شناخت لازم کسب می شود، مسیر راهبردی پایه گذاری و راهبردهایی خلق می شوند که بتوانند نخبگان را برای رسیدن به اهداف تعیین شده و تدبیر شایسته و بایسته بحران یاری رسانند. از این منظر، می توان گفت که مدیریت بحران، اقدامی است که، در بسیاری موارد، شبیه به جنگ محدود است و هدفش نه محو کامل جنگ، بلکه تهدید و ممانعت از تکرار آن است. به بیانی دیگر، هدف اصلی مدیریت بحران، دستیابی به راه حلی معقول برای برطرف کردن شرایط غیرعادی به گونه ای است که منافع و ارزش های اساسی، حفظ و تأمین گردند. این هدف در برگیرنده سیاست جاری است نو از طریق فرایندهای اجبار و انطباق پیگیری می شود تا، در نهایت، به گرفتن بیشترین امتیازات ممکن از دشمن بیانجامد و موقعیت و جایگاه خودی، تا حد امکان، بدون هر گونه تزلزلی حفظ گردد.

مدیریت بحران هم شامل هدف مثبت یا سنتی حفظ اهداف ملی است و هم شامل هدف منفی، یعنی اطمینان از این که شرایط از کنترل خارج نگردد و به جنگ تبدیل نشود. بحران نه تنها ایجاد کننده خطر عمدی است، بلکه خالق چیزی است که شاید بهترین توصیف آن، عنصر خودمختار خطر و عدم قطعیت باشد. به بیان دیگر، کاملاً قابل تصور است که بحران نه تنها در نتیجه تصمیمات عمدی، اقدامات معین یا انتخاب آگاهانه، بلکه به سبب وقایعی همچون فرایند خبرگیری و خبردهی یا از دست دادن تسلط بروقایع، منجر به اعمال خشونت شود.

براساس نظرات «پیرسون» و «کلایر»، مدیریت بحران عبارت است از، تلاش نظام یافته توسط اعضای سازمان همراه با ذی نفعان خارج از سازمان، در جهت پیشگیری از بحران ها و یا مدیریت اثر بخش آن در زمان وقوع (Mc Conkey, 1987: 40-45). فی الواقع مدیریت بحران

فرایندی است برای پیشگیری از بحران و یا به حداقل رساندن اثرات آن به هنگام وقوع برای انجام این فرایند باید بدترین وضعیت‌ها را برنامه‌ریزی و سپس روش‌هایی را برای اداره و حل آن جستجو کرد (AMA, 2003).

عده‌ای می‌گویند مدیریت بحران از سه مرحله اصلی تشکیل شده است که عبارت است از مدیریت بحران قبل، حین و بعد از وقوع بحران. قبل از وقوع بحران باید سه فعالیت کلیدی صورت گیرد: تشکیل تیم مدیریت بحران در سازمان، ایجاد یک سناریویی که بدترین حالت ممکن را نشان دهد، و تعریف رویه‌ای اجرایی استاندارد برای انجام فعالیت‌هایی قبل از وقوع بحران. در زمان وقوع بحران سه فعالیت اصلی باید انجام شود: تمرکز بر اشاعه اخبار و اطلاعاتی که مورد تمایل عموم باشد، مشخص کردن یک نفر به‌عنوان سخنگوی سازمان، و ارسال پیام‌ها و گزارشها به صورت حرفه‌ای در رسانه‌ها. بعد از وقوع بحران دو فعالیت اصلی باید صورت گیرد: شناسایی عوامل ایجاد کننده بحران برای استفاده‌های آینده و برقراری ارتباط با ذی‌نفعان برای آگاه‌سازی آن‌ها از نتایج و اثرات بحران (Rudolph, 1986: 53).

اگر مدیریت بحران را برنامه‌ریزی برای کنترل بحران تعریف کنیم در آن صورت چهار مرحله را برای برنامه‌ریزی برای کنترل بحران باید به انجام رساند. نخست باید پدیده‌های ناگوار پیش‌بینی شوند، سپس باید برنامه‌های اقتضایی تنظیم گردند، پس از آن باید تیم‌های مدیریت بحران تشکیل و آموزش داده شوند و سازماندهی گردند و سرانجام باید برای تکمیل برنامه‌ها، آن‌ها را به صورت آزمایشی و با تمرین عملی به اجرا در آورد (Kreitner, 1998: 618).

الف) پیش‌بینی بحران و بررسی نقاط بحران خیز و آسیب‌پذیر: در ممیزی بحران از روش‌های منظمی برای یافتن نقاط بحران خیز و آسیب‌پذیر استفاده می‌شود. هنگامی که مدیران یک سلسله از پرسش‌هایی نظیر «چه خواهد شد، اگر چنان شود؟» و «اگر چنین شود، چه پیش خواهد آمد؟» را مطرح می‌کنند، سناریوهای «حوادث ناگوار» موضوع بحث قرار می‌گیرند. در این مرحله، ممکن است استفاده از «طبقه‌بندی بحران‌ها» مفید و مثمرتر باشد. وقوع برخی از بحران‌ها نظیر مرگ ناگهانی یکی از مدیران کلیدی، برای همه سازمان‌ها محتمل است؛ از این رو به راحتی قابل تصور است؛ ولی باید توجه داشت که هر سازمان، با توجه به ویژگی‌های خاص خود، ضربه‌پذیری خاص خود را دارد و باید برای مقابله با آن‌ها برنامه‌ریزی کند؛ برای مثال سقوط هواپیما یک بحران مصیبت‌بار و قابل تصور برای شرکت‌های هواپیمایی مسافربری است.

ب) تهیه برنامه اقتضایی برای مواجهه با بحران: برنامه‌های اقتضایی برای مواجهه با بحران‌های احتمالی، در قالب یک مجموعه برنامه پشتیبانی تنظیم می‌گردند تا در صورت بروز مشکل، مورد استفاده قرار گیرد. برنامه‌های اقتضایی باید به گونه‌ای تنظیم شوند تا حتی‌المقدور؛ کلیه علائم هشدار دهنده حوادث و سوانح را مشخص کنند، اقداماتی برای خنثی‌سازی یا تعدیل وضعیت بحرانی طراحی، و نتایج مورد انتظار از هر اقدام را پیش‌بینی کنند. در تنظیم برنامه‌های اقتضایی باید کاملاً به جزئیات امور توجه شود؛ به طوری که حتی گاهی باید پیش‌بینی کرد که در هنگام مواجهه با بحران، چه کسانی باید از رسانه‌های جمعی برای آگاه ساختن مردم از وقوع یک سانحه مصیبت‌بار استفاده کنند. همچنین باید مشخص شود که دقیقاً در چه شرایطی چه اقداماتی باید صورت پذیرد و در صورت عملی نشدن اقدامات اولیه، چه اقداماتی باید جایگزین آن‌ها گردند، در برخی از سازمان‌ها، یک نفر را به عنوان «سخنگوی سازمان» معرفی می‌کنند تا پاسخگوی پرسش‌های مطبوعات و رسانه‌های جمعی باشد و در مواقع بروز حوادث بحرانی، با مردم ارتباط برقرار کند. همچنین گاهی فهرستی از اسامی افراد و مدیرانی که باید در جریان وضعیت‌های بحرانی و اضطراری قرار گیرند تهیه می‌شود و در اختیار عوامل ذیربط قرار می‌گیرد. در مواردی نیز شماره تلفن‌های برنامه‌های رادیو و تلویزیون محلی، در دفتر کار مدیران قرار دارند (رضوانی، ۱۳۸۵).

حداقل سالی یکبار باید برنامه‌های اقتضایی مواجهه با بحران را به‌نگام ساخت، بنابراین، ممیزی بحران نیز باید به‌نگام شود. البته در صورت ضرورت باید در فواصل زمانی کوتاه‌تری برای به‌نگام‌سازی ممیزی بحران و تنظیم برنامه‌های اقتضایی مقابله با تهدیدات ناشی از بحران اقدام کرد.

ج) تشکیل تیم مدیریت بحران و آموزش نیروی انسانی: تیم‌های مدیریت بحران در سازمان‌ها با گروه‌های ضربت در نیروی انتظامی که برای برخورد با وضعیت‌های فوق‌العاده (مانند گروگان‌گیری) تشکیل می‌شوند، شباهت دارند. این گروه‌ها برحسب نوع بحران‌هایی که احتمال وقوع دارند، از تخصص‌های متعدد و متنوعی برخوردار می‌گردند. برای مثال تیم بحران وزارت نیرو ممکن است از یک کارشناسی مصاحبه با مطبوعات، یک مهندس برق، یک کارشناسی امور مشترکان و یک مشاور حقوقی تشکیل شود. قابلیت ارائه واکنش سریع و آگاه کردن به موقع و اثربخش مردم، از ویژگی‌های اصلی و ضروری هر تیم مدیریت بحران است.

د) تکمیل برنامه‌ها از طریق اجرای آزمایشی: گروه‌های کنترل کننده بحران را می‌توان مانند گروه‌های ورزشی و یا تیم‌های اطفای حریق آموزش داد و برای افزایش «تجربه کار گروهی»، «اثربخشی» و «سرعت در واکنش» تحت تمرین و آزمایش قرار داد. در این مرحله، استفاده از «فنون شبیه‌سازی»، «تمرین عملی» و «تقلید کردن» بسیار سودمند است. البته مدیریت عالی باید از این گونه تمرین‌ها حمایت کند تا انگیزه افراد برای ایفای نقش‌های خود افزایش یابد و تمرین‌کنندگان، اهمیت کار خود را دریابند، بنابراین، باید سیستم‌های اثربخشی و مناسبی برای پاداش دادن به تلاش‌های کارکنان در این زمینه استفاده شود تا آنان به تمرین جدی برای رویارویی با بحران برانگیخته شوند.

۴-۱. ضرورت مدیریت بحران

جهان به طرف تشکیل دهکده جهانی در حرکت است. ما در یک جامعه جهانی به سر می‌بریم که اجزای آن به وسیله یک سیستم بسیار پیچیده به هم مرتبط شده‌اند. هنگامی که یک نفت‌کش غول‌پیکر در آلاسکا دچار سانحه می‌شود، یا زمانی که در یک کارخانه در هند گاز سمی نشت می‌کند و یا آنگاه که یک فروند هواپیما در «لانگ ای لند» سقوط می‌کند، در همان لحظه مردم دنیا از این خبرهای ناگوار آگاه می‌شوند و خبرها با سرعت نور به همه جا می‌رسند. پس از چند دقیقه مردم در سراسر دنیا از این رویدادها آگاه می‌شوند. رسانه‌ها و مردم بی‌صبرانه در انتظار شنیدن واقعیت‌ها و خبرهای دقیق و توضیحات لازم هستند. مسئولیت این اقدام برعهده کسانی است که عملیاتی اثربخش مدیریت بحران را برنامه‌ریزی و اجرا می‌کنند. برای جلوگیری از شدید شدن بحران‌ها، از بین رفتن روابط و مصون ماندن سازمان‌ها در مقابل تهدیدات و وقایع ناگوار وجود مدیریت بحران ضروری است.

۲. بحران‌های فرهنگی - اجتماعی در ایران

امنیت و ثبات فرهنگی - اجتماعی و سپس سیاسی، مهم‌ترین و برجسته‌ترین چهره و درونی‌ترین لایه نیاز امروز ملت و دولت (حاکمیت)، به شمار می‌آید. چرا که مؤلفه قدرت و ثبات فرهنگی - اجتماعی و سیاسی هر ملتی بنیادی‌ترین مؤلفه اقتدار و استعداد و لیاقت آن ملت در بستر توسعه و تعالی در عرصه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و عقب‌ماندگی در تمامی عرصه‌های زندگی فردی و اجتماعی افراد جامعه را فراهم می‌آورد. در یک رویکرد کلان، ابتدای کلیت نظام بر مؤلفه قدرت فرهنگ و اجتماع بوده و دوام و قوام هر

ملت و حاکمیتی در گروه بالندگی و توسعه یافتگی فرهنگی و اقتدار و اعتبار سیاسی - اجتماعی آن ملت و حاکمیت می باشد.

هر گاه بحران و آسیب پذیری به دو حوزه فرهنگ و اجتماع راه یابد، سایر حوزه ها در چالشی فرساینده و بحران زا فرو غلطیده و بستر و فضای مناسبی برای رشد و گسترش تمامی آثار و مظاهر شوم وابستگی، عقب ماندگی، مفاسد اجتماعی و ناهنجاری های گوناگون در کشور را فراهم خواهد ساخت. مختصات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی امروز جامعه ما به گونه ای است که بدون عنایت ویژه به فرآیند آسیب پذیری اقشار مختلف جامعه (خصوصاً در حوزه فرهنگ و اجتماع) و رشد فزاینده و رو به گسترش ناهنجاری های فرهنگی و سیاسی و اجتماعی فاجعه ای دردناک و غیر قابل جبران که کمترین آن فروپاشی اجتماعی و سلطه دوباره قدرتهای استعماری در کشور می باشد، به وقوع خواهد پیوست.

اگرچه نباید نقش مهم توطئه های گوناگون قدرت های بزرگی که منافع سرشار خود را با فروپاشی نظام پهلوی در ایران از دست داده اند و نیز خسارات و صدمات جبران ناپذیر جنگ فرساینده (طی ۸ سال)، فعالیت گسترده احزاب و دسته جات مخرب بخش مهمی از سرمایه های ملی توسط درباریان و وابستگان خاندان پهلوی را فراموش کرد. اما مهم تر از آن بی تجربگی و تأثیر مخرب ناآگاهی های مسؤولان و مدیران ارشد نظام در طراحی و اجرای برنامه های راهگشا و مفید در ایجاد زمینه های رفع بحران و آسیب های شکننده موجود را نیز نباید از نظر دور داشت. چرا که بدون شناخت دقیق و بی طرفانه علل و عوامل آسیب زا و بحران آفرین نمی توان به راهکارهای علمی و کاربردی در جهت مدیریت و مقابله ی با آنها بخصوص از ناحیه رسانه ملی دست یافت.

آنچه مسلم است، هیچ جامعه و سرزمینی را نمی توان مصون و مبرای از آسیب ها و بحران های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی سراغ گرفت، چرا که اصولاً بشر به دلیل برخورداری از صبغه و سرشتی دو گانه و متضاد (الهی - شیطانی) در دو جهت اعلی علین و اسفل السافلین در حرکت است و بر اساس آموزه های اسلامی و قرآنی و نیز احکام منبعت از تجربیات بشری، اکثر انسان ها بیشتر به خسران و زیان کاری تمایل و گرایش دارند، تا به کمال مطلق و حیات مطلوب. خصوصاً اینکه تمامی امکانات، شرایط و زمینه های تشدید کننده و تحریک کننده به منظور به فعلیت رسانیدن استعداد های غیر آسمانی و معنوی بشر فراهم آیند. باید خاطر نشان نمود که امروزه سردمداری و مدیریت ملت ها و دولت های جهان در اختیار قدرتهای بزرگ استعماری

است و به دلیل سیطره‌ی سیاسی و اقتصادی استعمارگران بر جهان و کنترل دستگاه‌ها و بنگاه‌های عظیم تبلیغاتی، تعلیماتی، تسلیحاتی و اطلاعاتی جهان توانسته‌اند تقریباً تمامی کره ارض را تحت پوشش درآورند. این امر موجب شد که اخیراً ادعای حاکمیت بر دهکده‌ی جهانی و نهادینه نمودن فرهنگ واحد جهانی را طرح و تکرار نمایند، لذا نباید از رشد و گسترش روزافزون ناهنجاری‌ها، آسیب‌ها و بحران‌های پی‌درپی فرهنگی-اجتماعی در جوامع مختلف (و از جمله ایران) چندان متعجب گردید (هاشمی طاری، ۱۳۸۴؛ فرجاد، ۱۳۸۳).

باید دانست که بحران‌های سیاسی و فرهنگی متنوع هستند. همچنین رویکرد محققان به این بحران‌ها نیز تنوعات چندگانه‌ای می‌پذیرد که بنا بر اجرای هر یک از این دیدگاه‌ها، شاهد پیامدهای متفاوتی در اجتماع خواهیم بود. لذا بررسی آگاهی‌های سیاسی، فرهنگی جامعه ایرانی که در معرض مواجهه‌ی مستقیم با انواع امواج اطلاعاتی ضد و نقیض قرار دارند، از آن حیث اهمیت می‌یابد که پیش‌بینی نحوه‌ی رویارویی آینده‌سازان کشور را با آسیب‌های مخالف نظام، نمود می‌بخشد.

تلقی نمودن جامعه به مثابه یک نظام متعادل که به دنبال حفظ بقای خویش، عناصر ضد نظام را دور ساخته و تعادل بخشی عناصر موجود را هدف قرار می‌دهد، مستلزم آگاهی‌های لازم از خرده سیستم‌های درون نظام می‌باشد. خرده سیستم‌های فرهنگی و اجتماعی در حفظ و بقای نظام، کارکرد ثبات و تبیین وضع موجود را ایفا نموده و رفتارهای افراد را سامان می‌بخشند. لذا با توجه به اهمیت این خرده نظام‌ها در رابطه با دیگر اجزا و نقش آن در حفظ بقای نظام، ضرورت بررسی عوامل بحران‌زا اهمیتی دو چندان می‌یابد. بنابراین آگاهی از وجود بحران‌های فرهنگی و اجتماعی و شناخت میزان و ابعاد آن از سویی به منزله برداشتن گام‌هایی برای کنترل و پیش‌بینی و پیشگیری عوامل بحران‌زاست و از سویی دیگر اطمینان از برقراری نظم و امنیت و حصول تعادل برای آینده نظام خواهد بود.

شناخت بحران‌ها، بدون شناخت ساخت‌ها و کارکردهای امور و پدیده‌های اجتماعی و نیز بدون ریخت‌شناسی یا مرفولوژی^۱ (شناخت هیأت و شکل در ارتباط با ساخت) و فیزیولوژی^۲ اجتماعی و بی‌توجه به جنبه‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، تربیتی و بهداشتی مقدور نیست و بی‌عنایت به ابعاد درونی و برونی جامعه هیچ‌گونه ثمری ندارد و به اصطلاح شمشیر بر هوا

1. Morphology

2. Physiology

زدن است و مشت بر کوه کوبیدن است. بی شک هر گونه ساختن بدون شناختن، تیر در تاریکی رها کردن است. بحران های فرهنگی - اجتماعی در خانواده، مدرسه، فاصله خانه تا مدرسه و جامعه بر افراد و اعضاء جامعه وارد می آیند.

وسایل و دستگاه های ارتباط جمعی، اماکن عمومی، مراکز پر جمعیت شهری، فقر مالی و نقایص مربوط به انواع تربیت ها و نظایر این ها محل بروز و ظهور علائم و عوامل بحران هاست و منشاء آسیب پذیری فرهنگی - اجتماعی است. در شناخت بحران های فرهنگی - اجتماعی باید تا زوایای تاریک سوسیال ایلوزن ها نفوذ کرد و علل و عوامل بازدارنده را در لابلای فرهنگی معنوی جست. یکی دیگر از جنبه های بارز آسیب ها اختلالات اجتماعی است، از جمله رفتارهای انحرافی مانند الکلیسم (زیاده روی در مصرف الکل) و سایر کژروی های دیگر است که در بسیاری از کشورها مسایل اقتصادی و اجتماعی ناگوار به دنبال می آورد. شارلاتانیسم^۱ نوعی دیگر از آسیب های سخت اجتماعی است که در آن از سادگی و زودباوری مردمان توسط افراد شارلاتان بهره برداری می شود و این در کنار سرقت، طلاق و اعتیاد به مواد مخدر از قدیمی ترین آسیب های اجتماعی به شمار می آید (شفیعی سروستانی، ۱۳۹۰؛ همیشه بهار، ۱۳۸۵).

بدون بررسی پژوهش علمی - عینی، بازنمایی مسایل بحران زا ممکن نیست و حل آن ها بدون ترسیم و تعیین خطوط برنامه های زمان بندی شده، نوعی در خلاء حرکت کردن است که نتیجه مطلوب ندارد. پس لازم است در جهت کاهش درجه ی آسیب های اجتماعی «به مفهوم عام»، مسایل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، تربیتی و... در کلیت خود و تأثیر و تأثر میان آن ها و اجزاء و عناصرشان دقیقاً شناسایی شوند و راه حل ها و عملکردشان در بستر مجموعه های امور مزبور (نظام ها و خرده نظام ها) ارائه گردند و از هر گونه اقدام انتزاعی پرهیز شود (دارابی، ۱۳۹۴).

هر قدر سطح دانش و بینش اعضاء جامعه ارتقا یابد درجه ی آسیب پذیری اعضاء آن کاستی می گیرد. اختلال و انحراف، منشاء های زیستی، بهداشتی و اخلاقی - اجتماعی مختلف دارد. آدمی قبل از زاده شدن در معرض آسیب های متعدد و متنوع قرار دارد. این آسیب ها منشاء های بیولوژیک (مربوط به زیست شناسی)، فیزیولوژیک و اجتماعی دارد. در روان شناسی اجتماعی، تعادل و توازن میان Id یا Ca (نیروهای بالقوه آدمی یا من او) و EGO (اتیک ها و توصیه های متعدد والدین پس از تولد) توصیه شده است. چیرگی یکی بر دیگری عوارض سوء ایجاد

1. Charlatan

می‌کند. تألیف و تلفیق موضوع و سنجیده‌ی این دو مقدماتی است برای جلوگیری از نفوذ مفسد و آفات و آسیب‌ها.

بی‌شک هماهنگی و سازواری امور و پدیده‌های اجتماعی از یک سو و نیازهای انسان اجتماعی از جانب دیگر و ترکیب متعادل متناسب امور فوق می‌توانند آدمی را از آسیب‌های تنی، روانی و اجتماعی مصون دارند. در آسیب‌شناسی روانی، بحث نظام(سیستم) از طریق روان‌شناسی گشتالت مورد توجه واقع شد و دامنه‌ی آن در همان زمان به روانپزشکی نیز کشیده شد. امور روانی-اجتماعی، تظاهرات تأثیر و تأثر، کنش و واکنش متقابل امور روانی و اجتماعی را رو می‌کند که هم در اجزاء و عناصر و هم در کلیت خود، این جریان بی‌امان را طی می‌کند.

در واقع شخصیت فرد، فردی شده امور فوق است. آسیب‌ها، در کارکردهای چند سویه‌ی خود هم در اجزاء و هم در کل سیستم یک ارگانسیم زنده مؤثر می‌شوند و آن جریان انرژی پتانسیل انسان را که به انرژی جنبشی باید بدل شود، مختل می‌سازد. ابن‌خلدون در کتاب «العبر» خود، شهر نشینی، تراکم بیش از حد جمعیت، مصرف گرایی، برقراری نظام مالیاتی، نفوذ تجمل و لوکس (فانتزی) در زندگانی، استبداد و ضعف و عصبیت قومی و از میان رفتن تعاون و همبستگی روحی و اجتماعی را اسباب آسیب‌پذیری اجتماعی بشمار آورد (آزاد ارمکی، ۱۳۸۶: ۳۰۲).

نکته اساسی در بحران‌های فرهنگی-اجتماعی (به مفهوم عام)، وجود سازمان‌ها و تشکیلات نادرست (از نظر ساخت) و نارسا (از لحاظ کارکرد) است، بویژه در کشورهای در حال توسعه و عقب‌نگهداشته شده: تقلید کورکورانه و بدور از تفکر ملی در تشکیل سازمان و عدم تناسب آن با اوضاع و احوال فرهنگ، بیکاری مزمن و پنهان و کم‌کاری، روحیه کسب‌مدرک خصوصاً در جهت اشتغال پست‌های سازمانی، فساد اداری و ارتشاء در بخش‌های سازمانی از جمله بخش‌های مالی، فقدان نظام مؤثر ارزشیابی و کنترل، ارجحیت هدف‌های فردی نسبت به هدف‌های عمومی و اجتماعی در نزد مسؤولان، غلو مدیران بدون در نظر آوردن شرایط ضروری تحقیق و در نتیجه سرخوردگی‌های ناشی از آن، نارضایتی مردم و هراس دولت‌ها از آن و سپس در جهت به کنترل درآوردن بیشتر مردم، اقدام به فربه کردن سازمان‌های اداری و...

وقتی شرایط مطلوب تربیت‌ها و عوامل آن‌ها فراهم آید شرایط، مقتضیات و روابط اجتماعی، نیز، درست سنجیده و عمل کند، آدمی از بحران‌ها و آسیب‌ها در امان می‌ماند. بی‌شک در فرایند مدیریت بحران، سیاست‌ها و جهت‌گیری‌های برنامه‌ای و عملی رسانه ملی در تولید،

پخش و پوشش گستره جمعیتی آن در سطح جامعه که قادر است هر گونه مخاطبی را پای صفحه تلویزیون بکشاند، سمت و سوی آن را با بحران فرهنگی - اجتماعی روشن می‌سازد.

۳. رسانه ملی و مدیریت بحران‌های فرهنگی و اجتماعی

بروز بحران‌های فرهنگی و اجتماعی در جوامع بشری امری گریزناپذیر است؛ حال اگر این مساله از زوایای مختلف به‌درستی مدیریت نشود، تبعات زیادی به دنبال خواهد داشت. در این زمینه رسانه ملی می‌تواند با تولید محتوا و برنامه‌های مختلف در شناخت بحران‌های فرهنگی و اجتماعی و معرفی و جلوگیری از رشد آن‌ها اثرگذار باشد.

امروزه یکی از مهم‌ترین استراتژی‌ها در حوزه بحران‌های فرهنگی و اجتماعی، توجه به سطوح مختلف پیشگیری است. در این سطوح پیشگیری سطح اول یعنی اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است زیرا برنامه‌ریزی دقیق و مناسب در این سطح، گرایش افراد به آسیب‌های اجتماعی را به حداقل می‌رساند و زمینه ارتقای کیفیت زندگی را فراهم می‌کند و بی‌شک باید در این سطح از همه ظرفیت‌های لازم استفاده شود. امروزه به‌دلیل گسترش تکنولوژی و نفوذ رسانه‌ها در زندگی مردم، توجه به نقش رسانه ملی در حوزه آسیب‌های اجتماعی بسیار چشمگیر است.

نقش رسانه در مدیریت بحران‌های فرهنگی و اجتماعی و کاهش آسیب‌های این حوزه غیر قابل انکار است و رسانه ملی حضور پررنگی در نمود معضلات اجتماعی و پیشگیری از آن‌ها دارد. بحران‌های فرهنگی - اجتماعی در صورت حادث شدن، مدیریت آن بسیار مشکل‌ونزدیک به غیر ممکن است و سیاست‌های رسانه ای و استراتژیک در راستای کنترل و هدایت آن نمی‌توانند چندان تأثیری داشته باشند زیرا تلاش هماهنگ کل نظام اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی را طلب می‌کند که عامل رسانه ملی، نقطه مرکزی همه آنهاست. در شرایط تهاجم فرهنگی و تأخر فرهنگی آشکار و پنهان که جامعه امروز ایران درگیر آن است، زمینه بروز بحران فرهنگی - اجتماعی به چشم می‌خورد. جهت اقدامات مقاومتی و پیشگیرانه، لزوم مدیریت رسانه ای این نوع بحران، در چارچوب سیاست‌های فرهنگی همگام با نظام اجتماعی، همدلی فرهیختگان و حضور فرهنگی مردم کاملاً احساس می‌گردد.

به‌طور کلی رسانه ملی می‌تواند با مطالعه و شناخت دقیق عناصر و نمادهای تهاجم و تأخر فرهنگی و مظاهر بحران‌های فرهنگی - اجتماعی و چهره‌های متنوع آن، به کنترل هدفمند و

هدایت مؤثر برنامه‌های تولید شده خویش پردازد و پیام‌ها و محتوای خبری، آموزشی، تبلیغی، هنری، اقتصادی، تفریحی و ورزشی خود را در راستای مقاوم سازی فرهنگی و تقویت و همگرایی هویت ملی در چارچوب ارزش‌ها و هنجارهای ایرانی-اسلامی در مقابل فرهنگ غربی و جهانی سازی عناصر زیانبار آن به گونه شایسته بکار گیرد. به‌ویژه آنکه بر اساس شواهد تاریخی دوران معاصر، ایران را می‌توان یک کشور بحران خیز سیاسی و فرهنگی در سطح منطقه و جهان تلقی نمود.

اولین و مهمترین گام در مدیریت بحران‌های فرهنگی-اجتماعی شناخت دقیق بحران و زمینه‌های شکل‌گیری و احتمال وقوع بحران است که به دور از خوش بینی و بد بینی‌ها، باید برای توصیف و تبیین علائم و ابعاد آن واقع بینی وجود داشته باشد. مساله اساسی دستیابی به اطلاعات دقیق، نگرش صحیح و شیوه‌های فرهنگی مطلوب است که می‌تواند در جهت کاهش دامنه بحران و پیامدهای منفی و در نهایت عادی سازی اوضاع کمک نماید. در فرایند رویارویی با بحران‌های فرهنگی-اجتماعی می‌توان سه راهبرد مدیریت بحران یعنی سازوکارهای قبل از بحران، هنگام وقوع بحران و پس از وقوع و مسلط شدن بر اوضاع را در نظر گرفت و برای هر کدام از قبل، پیش بینی‌ها و تمهیدات فرهنگی لازم را مشخص کرد.

در واقع مدیریت بحران‌های فرهنگی-اجتماعی و سیاست رسانه ای آن بخشی از مدیریت استراتژیک می‌باشد که نظام اجتماعی را در مقابل هر گونه حوادث و آسیب‌های طبیعی یا اقتصادی و فرهنگی حفظ می‌کند. رسانه ملی می‌تواند موجب تقویت مدیریت استراتژیک در عرصه فرهنگی گردد و از طریق نقد مدل‌های موجود، نیاز محوری، کاربردی بودن و قابلیت اجرای قدم به قدم را در سازمان‌ها و سیستم‌های گوناگون فرهنگی گوشزد نماید (رسولی، ۱۳۸۵: ۱۲۳). اصول مدیریت بحران عبارتند از:

۱. مواجهه با بحران: داشتن یک برنامه مدیریت بحران برای کاهش خسارت از بحران ضروری است؛

۲. بازاندیشی: ارزیابی خسارت بحران و آزمون میزان اثربخشی برنامه مدیریت بحران؛

۳. برنامه‌نوسازی: بهبود روش‌ها و تغییرات مثبت با جلب همکاری مخالفان؛

۴. احساس بحران: یافتن هشدارها و نشانه‌های اولیه خطر بحران تجزیه و تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات^۱؛

۵. مداخله و اقدام: درک به موقع علائم بحران و ارزیابی نشانه‌های بحران، برای تعیین استراتژی مداخله؛

۶. اقدامات نهایی: استفاده از تمام ظرفیتهای موجود برای مهار بحران شدید تجزیه و تحلیل محیطی (SWOT) در برنامه ریزی استراتژیک فرهنگی - اجتماعی ایران یک ضرورت است که با شناخت محیط داخلی و خارجی کشور، تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط قوت و نقاط ضعف برنامه ریزی فرهنگی صورت می‌پذیرد (صالحی امیری و کاووسی، ۱۳۸۵: ۱۴۸).

شناخت دقیق بحران‌های فرهنگی - اجتماعی از طریق کسب اطلاعات واقعی و زمینه‌های بروز آن باید در مدیریت بحران همواره مدنظر قرار گیرد و در فواصل معین زمانی مناسب با وضعیت موجود و آینده نگری فرهنگی - اجتماعی به سئوالاتی مبنی بر ماهیت، شاخص‌ها، زمینه‌ها، کارگزاران، علل و عوامل ریشه‌های بحران فرهنگی - اجتماعی پاسخ دهد و موقعیت و سطح واقعی آن را در جامعه ترسیم نموده و راهکارهای مناسب را انتخاب نماید. بدین ترتیب، راهبردهای رسانه ملی برای روبرو شدن با بحران‌های فرهنگی - اجتماعی بیش از همه چیز بر آینده نگری و شناخت وضعیت فرهنگی و عوامل بحران زای آن در جامعه استوار است که خود با محتوای برنامه‌ها و پیام‌های رسانه در تعامل و ارتباط متقابل می باشد.

مدیریت بحران‌های فرهنگی - اجتماعی و کنترل آن‌ها مستلزم، توجه به پیامدهای آسیب زا، حفظ آرامش و تحمل خطر، افزایش فرصت‌ها و کنترل تهدیدها، استفاده از روش‌های همگون و اثر بخش، بکاربردن شیوه‌های اقناعی و تشویقی در مقابل شیوه‌های قهری، سرعت اقدامات فرهنگی، هم اندیشی با فرهیختگان و اعتماد به چاره اندیشی‌های آنان، تکیه بر جریان‌های خود جوش گروه‌های مردمی، نظارت و کنترل نامحسوس مدیریت فرهنگی - اجتماعی ضمن ارائه خدمات لازم و حمایت‌های مالی و برنامه ای، اطلاع رسانی به هنگام و واقعی از وضعیت فرهنگی و عوامل و عناصر آن در جامعه و قشرهای گوناگون و پرهیز از شیوه‌های غیر فرهنگی و جانبدارانه و جناحی در همه اقدامات ممکن می‌باشد.

1. Strengths, Weak nesses, Opportunities and Threat = SWOT

مدیریت بحران‌های فرهنگی - اجتماعی نیازمند مدیران شایسته، فداکار و باتدبیر است لذا شایسته سالاری در مدیریت فرهنگی جامعه باید از قبل پیش بینی شود و ملاک‌های آن توسط رسانه ملی مورد بحث و اطلاع رسانی قرار گیرد. بی شک شایسته گماری زمانی محقق خواهد شد که شایسته خواهی، شایسته شناسی، شایسته سنجی، شایسته گزینی، شایسته گیری، شایسته‌داری و شایسته پروری مورد توجه قرار گیرد و همه فرایندهای شایسته سالاری در عزل و نصب مدیران فرهنگی بخصوص در رسانه ملی رعایت گردد (ناظمی‌اردکانی، ۱۳۸۶:۱۲۸).

در مدیریت بحران از تکنیک‌های مناسب برای تهدید و تدبیر بحران نام برده شده است که در یک طبقه‌بندی کلی می‌توان از تکنیک‌های انضباطی، روانی، چانه زنی، پیشگیرانه، جریان سازی و تکنیک استقرار دولت بحران یاد کرد که طی پنج فرایند مدیریت بحران دنبال می‌گردد:

۱. دریافت و ضبط نشانه‌های بحران (وضعیت سفید)؛
 ۲. مهیا شدن برای ممانعت از وقوع بحران (وضعیت سفید- زرد)؛
 ۳. مقابله با بحران پس از وقوع و محدود کردن دامنه خسارات (وضعیت قرمز)؛
 ۴. بازسازی و ترمیم آثار بحران (وضعیت آبی)؛
 ۵. مدیریت بحران (تلاش برای استقرار وضعیت سفید).
- مراحل ۲ و ۱ استراتژی بازدارنده و مراحل ۳ و ۴ استراتژی واکنشی مدیریت بحران است. (تاجیک، ۱۳۷۹: ۱۰۷ و ۱۳۰)

رسانه ملی در هنگام مواجهه با بحران‌های فرهنگی - اجتماعی با بکارگیری بسیاری از تکنیک‌های فرهنگی با توجه به فرایندهای بازدارنده و واکنشی، می‌تواند به مؤثرترین عامل مدیریت و کنترل بحران ارتقاء یافته و در کاهش و عادی سازی اوضاع فرهنگی - اجتماعی بحران زا نقش حیاتی ایفا نماید.

راهبردهای رسانه ملی در رابطه با مدیریت بحران‌های فرهنگی - اجتماعی مبتنی بر نگرش‌های ممنوعیت یا مصونیت نتایج و پیامدهای متفاوتی دارند که تأثیرات آن‌ها ممکن است کوتاه یا قاعده مند باشند (نواح، ۱۳۸۲: ۸). در فرایند مدیریت فرهنگی، دولت می‌تواند به گمانه زنی اطلاعات، گزینش اطلاعات و پردازش اطلاعات در سطح اعتقادی، نظری و کاربردی بپردازد و نقش محوری بر عهده گیرد (رضایی، ۱۳۸۲: ۴). همگونی رسانه ملی با مدیریت فرهنگی

جامعه بویژه در زمینه بحران فرهنگی بسیار ضروری است. رسانه ملی از دو طریق بحران های فرهنگی - اجتماعی را خنثی می نماید:

راه اول: هدایت مواجهه اطفال، نوجوانان، جوانان و به طور کلی خانواده ها و شهروندان با رسانه های تصویری بویژه تلویزیون؛

راه دوم: دقت در محتوای برنامه ها و نقدهای منطقی از آن ها.

رسانه ملی برای اثر بخشی مؤثر برای مدیریت و کنترل آسیب ها و بحران فرهنگی در جامعه می تواند به شیوه های متنوع خود آگاهی بر وسایل ارتباط جمعی را افزایش داده و بر تأمل و اندیشه ورزی درباره محتوای برنامه های رسانه های تصویری تأکید ورزد و با اطلاع رسانی و آموزش، نحوه بکارگیری و استفاده از آن ها را در جامعه هدایت نماید و آنچنان که دانیل پستمن در کتاب «زندگی در عیش، مردن در خوشی» تأکید می نماید آموزش و پرورش را تقویت کند (پستمن، ۱۳۷۵: ۳۳۹).

مدیریت بحران های فرهنگی - اجتماعی توسط رسانه ملی از طریق توجه به روند توسعه اجتماعی و اقتصادی در زمینه های فرهنگی آن امکان پذیر است. در واقع خصوصیات منفی و مثبت توسعه به فرهنگ نسبت داده می شود. پیوندها و مناسبات میان فرهنگ و توسعه و بحران های فرهنگی و توسعه باید بررسی شود. سیاست های فرهنگی باید همراه سیاست های اقتصادی و اجتماعی باشد تا ارزش های فرهنگ ملی و محلی در مدیریت همراه به حساب آیند. در فرایند توسعه باید به عناصر مختلفی مانند قومیت، سیاست، جوانان و زنان، محیط زیست و شهر نشینی و آسیب های اجتماعی ناشی از آن توجه شود (آربسیه، ۱۹۹۸: ۵۲۷) و رسانه ملی با ارزیابی و بازنگری برنامه ها و روند توسعه و افزایش آگاهی مردم درباره پیامدهای فرهنگی و اجتماعی آن موجب کاهش زمینه های بحران زای فرهنگی می گردد.

در مجموع، رسانه ملی ضمن تعامل با نظام اجتماعی داخلی و رسانه های ارتباطی در سطح جهان از طریق ارزیابی و باز تولید برنامه های خود در زمینه های متنوع مربوط به تبلیغات تجاری، فیلم های سینمایی، کنترل خشونت و امور جنسی و برنامه های مربوط به کودکان و نوجوانان می تواند به اقدامات پیشگیرانه فرهنگی اقدام نموده و زمینه های بروز بحران های فرهنگی - اجتماعی را در جامعه کنترل نماید.

راهکارهای پیشنهادی

بحران وضعیت ناخوشایندی است که همه‌ی نظام‌های سیاسی و حکومتی و جوامع به نوعی آن را تجربه کرده و ناگزیر می‌بایست با کارکردها و پیامدهای آن دست و پنجه نرم کنند. امروزه بحران جزء جدانشدنی زندگی همه‌ی نظام‌ها و جوامع به ویژه جوامع در حال توسعه می‌باشد و همه‌ی دولت‌ها به ضرورت در مسیر اجرای سیاست‌ها و برنامه‌های خود، خواسته یا ناخواسته با بحران‌های مختلفی مواجه می‌شوند که هر کدام می‌تواند بخشی از ظرفیت‌ها، منابع و سرمایه‌های اجتماعی را از چرخه‌ی فعالیت‌های مولد خارج ساخته و مشکلات و موانعی را در دستیابی به هدف‌های توسعه به وجود آورد. هنر و شایستگی نهادها و سازمان‌های وابسته به نظام‌های سیاسی- اجتماعی همون رسانه ملی در مواجهه و کنترل کم‌هزینه‌ی بحران‌هاست؛ به‌گونه‌ای که این روند، مقاوم‌سازی حوزه‌های اجرایی و عملیاتی مقابله با بحران را افزایش داده و ظرفیت عمومی و آستانه‌ی تحمل جامعه در مواجهه با بحران‌ها و مدیریت بر آن‌ها را ارتقاء بخشد.

مدیریت بحران‌های فرهنگی- اجتماعی توسط رسانه ملی مستلزم طراحی و کارآمدسازی ساختارهای ستادی و عملیاتی مقابله با بحران، ارتقای مهارت‌های اطلاعاتی و عملیاتی مقابله با بحران، استفاده از ابزار و تکنیک‌های نوین و اثربخش پیشگیری و مقابله با بحران و مهم‌تر از همه بهره‌گیری از ظرفیت‌های مردمی و سرمایه‌های اجتماعی در مواجهه و کنترل بحران می‌باشد. برای دستیابی به این قابلیت و توانمندی‌ها و برای اینکه جامعه از گزند بحران‌های اجتماعی در امان بمانند و از آگاهی‌های مناسب بهره‌مند شوند، باید از طریق رسانه ملی فضای دینی را در جامعه حاکم ساخت. برای رشد فرهنگ جامعه اسلامی باید با ابزارهای مختلف، به بازسازی و اصلاح نفس و گسترش معنویت در جامعه پرداخت. بدین ترتیب می‌توان در شرایط حساس و بحرانی، بر اساس بینش صحیح، تصمیم درست گرفت. مقام معظم رهبری در این زمینه می‌فرمایند: «آنچه بصیرت و بینش انسان را در قضایای مختلف و در حوادث گوناگون زیر غبار تبلیغات جنجال‌آمیز دشمن تضمین و حفظ می‌کند، دل مؤمن و پاک و نورانی است. دلی که از ایمان برخوردار است و منشأ تقوا در اندیشه و عمل است، با تبلیغات دشمن گمراه نمی‌شود» (مقام معظم رهبری/۱۳۸۲/۶/۲۹). با توجه به نقش فرهنگ‌سازی رسانه ملی، این ابزار می‌تواند زمینه‌ساز گسترش معنویت در جامعه باشند. آنانکه در نوشتار حاضر بیان شد رسانه ملی با ساخت هنجارها و ارزش‌ها یا بازتعریف ارزش‌ها و هنجارهای جامعه در جهت‌دهی

افکار عمومی به ویژه نسل جوان، بسیار مؤثر می باشد. امروزه انسان ها در معرض نهادهای رسانه ای، متولد می شوند؛ می اندیشند؛ دنیا را از این رهگذر می شناسند و رفتارهای خود را بر اساس الگوهای برگرفته از رسانه های رایج عصر حاضر سامان می دهند. در نظام اسلامی، هر فردی، باید حفظ حدود و احکام الهی را وظیفه خود بداند. این وظیفه در مورد رسانه های جمعی از جمله رسانه ملی که عملکرد آنان در منظر عموم قرار می گیرد، اهمیت ویژه ای دارد. امام خمینی رحمه الله در مواضع مختلف، به برخی از این حدود اشاره کرده اند: «پرهیز از گمراه سازی، توهین به مقدسات، توهین به اشخاص حقیقی یا حقوقی، افشای اسرار محرمانه، اشاعه فحشا و نشر اکاذیب» (صحیفه نور، ج ۶: ۳۹۴). امام خمینی (ره)، رعایت این موارد را برای مطبوعات و رسانه های گروهی از جمله رسانه ملی، الزامی می دانند. در این نگاه، رسانه ملی وسیله ای برای جذب مشتری بیشتر نیست، بلکه مبنایی برای گسترش فضایل در جامعه است. ایشان در بسیاری موارد، نقش رسانه ملی را در جایگاه مربی و معلم گوشزد می کردند، چنانکه در دیدار مدیران سازمان صدا و سیما فرموده بودند: «باید رادیو تلویزیون مربی جوان های ما، مربی مردم کشور باشد. نه اینکه مطالبی در او گفته شود که مخالف با وضعیت کشور است، مخالف با مصلحت کشور است و جوان های ما را جووری بار می آورند که برای خودشان نباشند، برای دیگران باشند» (صحیفه نور، ج ۶: ۳۹۳). باید رسانه ملی در به کارگیری اشخاص و استفاده از هنر آنانی که به ارزش های اسلامی و انقلابی پایبند هستند و با آگاهی در راه اصلاح جامعه و تربیت مردم قدم می گذارند، دقت کند. در این مسیر نباید از اصلاح خود غافل بود. نکته مهم این است که باید اشخاص متعهد به اسلام و جمهوری اسلامی، برنامه تولید کنند. با این مبنا، در تعامل دین و رسانه، دین در طول رسانه قرار می گیرد و در تمام ارکان تولیدی با رسانه درهم می آمیزد. اگر این اتفاق نیفتد، ارتباط دین و رسانه به اشکال صوری و نمایشی، کاهش می یابد. پس به طور کلی، رسانه ملی با ایجاد فضای معنوی و دینی در برنامه ها و مطالب خود، در سالم سازی فضای جامعه و مدیریت بحران های اجتماعی بسیار مؤثر است. رسانه ملی در این زمینه، نقشی کلیدی و مهم دارد. با توجه به وظایفی که برای رسانه ملی می توان تصور کرد، کارکردهای شش گانه آموزشی، رهبری و راهنمایی، همبستگی اجتماعی، تفریح و سرگرمی، اطلاع رسانی و بسیج و تبلیغ را می توان جزو مهم ترین کارکردهای رسانه ملی در فریند مدیریت بحران شمرد. کارکرد آموزش رسانه ملی شامل مواردی است که سواد مردم را بالا ببرد و در هدفی بالاتر، اهداف آموزشی و پرورشی ای را محقق کند که مورد نظر اسلام و

انقلاب است. این آموزش‌ها در برخی موارد، همه شئون زندگی را در تمام جنبه‌ها دربر می‌گیرد. به طور کلی، برنامه‌هایی هستند که به اشکال مختلف سطح کیفی رفتار جامعه را بالا می‌برند. از یک رویکرد، می‌توان برنامه‌های آموزشی را به دو دسته کلاسیک و عمومی تقسیم‌بندی کرد. هدف از آموزش کلاسیک در دو رسانه رادیویی و تلویزیونی، کمک به دستگاه آموزش و پرورش کشور از راه طراحی، تولید و اجرای برنامه‌های آموزش در سطوح مختلف تحصیلی است. در اینجا آموزش کلاسیک از رادیو و تلویزیون، بخشی از همبسته چندرسانه‌ای آموزش و پرورش به شمار می‌آید. در آموزش‌های عمومی، مخاطبان عام‌تر و گسترده‌تر هستند و هدف آن بر مبنای تعالیم دین مبین اسلام، بهبود رفتارها و نگرش‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه مخاطبان است و معمولاً شکلی غیر مستقیم دارد. دومین کارکرد رسانه ملی، رهبری و راهنمایی است که بیشتر جنبه ارشاد و هدایت مردم را به سوی ارزش‌های اسلامی ایرانی دارد؛ در واقع مجموعه وظایفی است که صدا و سیما برای بالا بردن فضای آگاهی، ارشاد جامعه و جهان، با توجه به اهداف نظام بر عهده دارد. همچنین شتاببخشی جامعه نیز مورد نظر است و آنچه مردم باید بدانند به آن‌ها معرفی کند. این‌ها پیام‌هایی هستند که بر اساس اصول و اعتقادات اسلام، نیروی معنوی و اعتقادی را تقویت می‌کند، مفاهیم نظام ارزشی اسلام در جامعه استوار را ژرف و استوار می‌سازد، به سوی تعالی در ابعاد روحی، رفتاری، اجتماعی طی طریق می‌کند و به امر به معروف و نهی از منکر، تذکر و تنبیه، تبلیغ و ترویج می‌پردازد. سومین کارکرد رسانه ملی را می‌توان همبستگی اجتماعی دانست. این نقش شامل مجموعه وظایفی است که رسانه به عنوان عضوی از جامعه اسلامی ایرانی بر عهده دارد و به نقش فعال حضور رسانه در همه ابعاد جامعه، اشاره دارد و می‌تواند در تحقق چشم‌اندازهای تعریف‌شده نظام، مکمل و یاری‌گر دیگر نهادهای وحدت‌بخش نیز باشد و هر آنچه سبب تثبیت و تقویت هر چه بیشتر پیوندهای اجتماعی شود، ترویج کند. این‌ها برنامه‌هایی هستند که روابط اجتماعی را بر مبنای ارزش‌های اسلام پویا می‌کنند و به تنگناهای ارتباطی، مناسبات مردم با یکدیگر و با دولت، نقد و بررسی هنجارها و ناهنجاری‌های اجتماعی، حقوق و تکالیف افراد در برابر یکدیگر می‌پردازد و مشکلات اجتماع و بحران‌های ناشی از آن را بیان می‌کند و در رده‌بندی‌های اجتماعی قرار می‌گیرد. چهارمین کارکرد رسانه ملی، تفریح و سرگرمی است. لازم است همه اقداماتی که صدا و سیما برای شاد کردن مردم و پر کردن اوقات فراغت آن‌ها با پخش برنامه‌های مفرح انجام می‌دهد، لازم است ابزاری برای تحقق اهداف نظام

باشند، بدین معنا که بار آموزشی داشته باشند. این‌ها برنامه‌هایی هستند که هدف اصلی آن‌ها گذراندن اوقات فراغت بوده، سبب شادی و آرامش اعصاب می‌شود و هرگونه هدف دیگری در آن‌ها جنبه فرعی دارد. این برنامه‌ها به پرورش و تربیت بدن، رشد و سلامت جسم انسان، کمک کرده، روح و جسم را صفا می‌بخشد و ابزار فرهنگی تربیتی در جامعه است و برای پیشگیری و حل بسیاری از مسائل اجتماعی مانند اعتیاد و انحرافات اخلاقی به کار می‌رود. پنجمین کارکرد رسانه ملی، اطلاع‌رسانی است. این کارکرد دربردارنده آگاه کردن مردم و چگونگی اطلاع‌رسانی به آن‌ها است. پیام‌هایی که سطح آگاهی مردم را بالا می‌برد و معرفت دینی را افزایش می‌دهد تا مردم در مورد موضوعات و پدیده‌های مختلف بیشتر بیندیشند. همچنین نظارت کامل بر رویدادهای ایران و دیگر کشورهای جهان و بازتاب آن‌ها به پیام‌گیران به منظور بالا بردن آگاهی‌های اطلاعاتی و خبری را شامل می‌شود. آخرین و ششمین کارکرد رسانه ملی، بسیج و تبلیغ است. این کارکرد دربردارنده جنبه سیاسی و مذهبی است و آگاه‌سازی مردم از شرایط سیاسی و مذهبی و بسیج مردم برای پیشبرد اهداف اسلام و انقلاب مد نظر است. اذا برای عملیاتی سازی این مهم توجه به نکات ذیل ضروری است:

۱. کمیته مدیریت بحران‌های فرهنگی و اجتماعی تشکیل و مأموریت و وظایف این سازمان‌ها تدوین و رسمیت نهادی پیدا کند.
۲. مدیران مورد نیاز سطوح عالی و عملیاتی سازمان مدیریت بحران گزینش و تحت تربیت و آموزش‌های ویژه و مداوم قرار گرفته و تمرین‌های متنوع مقابله با بحران براساس سناریوهای واقعی به مرحله اجرا درآید تا مهارت و قدرت عمل آنان در پیشگیری و مهار بحران ارتقاء یابد.
۳. سامانه‌ی اطلاعات راهبردی و تاکتیکی مدیریت بحران راه‌اندازی، تجهیز و شبکه‌سازی شود و راهبردهای امنیت شبکه‌ی اطلاعاتی (سخت و نرم‌افزاری) تدوین و ابزار فنی امنیت‌ساز شبکه تهیه و به کار گرفته شوند.
۴. ابزار و تجهیزات نوین و کارآمد پیشگیری و مقابله با بحران تهیه و در اختیار مدیران، تیم‌های عملیاتی و بخش‌های مختلف مقابله با بحران قرار گیرد. آموزش و مهارت ترکیب و به‌کارگیری این تجهیزات در صحنه‌ی عمل و پشتیبانی از اقدام‌ها و تکنیک‌های مهار بحران، به توسعه‌ی ظرفیت‌های عملیاتی مقابله با بحران کمک مؤثری خواهد کرد.

۵. امکانات و تجهیزات شبیه‌سازی صحنه‌ی بحران به‌منظور تمرین و بالابردن آمادگی و قدرت عمل مدیران و عناصر عملیاتی مقابله با بحران تهیه و در اختیار حوزه‌های مختلف مدیریت بحران قرار گیرد.
۶. برنامه‌ریزی عملیاتی به‌منظور بالابردن قابلیت و ظرفیت چرخش و انتقال بخش‌های اداری و اجرایی از وضعیت و فضای کار عادی به شرایط و موقعیت بحرانی.
۷. تدوین راهبردهای بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و کارکردهای رسانه‌ای در مسیر تحقق اهداف مدیریت بحران.
۸. برنامه‌ریزی راهبردی استفاده از ظرفیت‌های مردمی جهت پیشگیری و مقابله با بحران‌های فرهنگی - اجتماعی.

فهرست منابع

الف) منابع فارسی

- ابه‌ری، مریم (۱۳۸۶). **مدیریت بحران نظامی**، تهران: دانشگاه صنعتی مالک‌اشتر، دانشکده پدافند غیر عامل.
- آریان‌پور، منوچهر (۱۳۸۳). **فرهنگ پیشرو انگلیسی به فارسی**، تهران: نشر الکترونیکی و اطلاع‌رسانی جهان رایانه.
- آزاد ارمکی، تقی (۱۳۸۶). **تاریخ تفکر اجتماعی در اسلام از آغاز تا دوره معاصر**، چاپ سوم، تهران: نشر علم.
- پستمن، نیل (۱۳۷۵). **زندگی در عیش، مردن در خوشی**، تهران: انتشارات اطلاعات.
- تاجیک محمد رضا (۱۳۷۹). **مدیریت بحران**، انتشارات فرهنگ گفتمان.
- خمینی، امام روح اله (۱۳۶۸). **صحیفه نور**، جلد ششم، تهران: سازمان اسناد و مدارک انقلاب اسلامی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- دارابی، علی (۱۳۹۴). **آینده پژوهی انقلاب اسلامی؛ بیم‌ها و امیدها**، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- رضوانی، حمیدرضا (۱۳۸۵). «مدیریت بحران سازمانی»، **ماهنامه تدبیر**، سال هجدهم، شماره ۱۷۰، تیرماه.
- صالحی امیری، سیدرضا و کاووسی، اسماعیل (۱۳۸۵). «بررسی علل فقدان پویایی در سازمان‌های فرهنگی و آموزشی کشور»، **راهبرد**، شماره ۴۲.

- فرجاد، محمدحسین (۱۳۸۳). *آسیب شناسی کج روی های اجتماعی*، تهران: قوه قضاییه.
- قاسمیان، عابد (۱۳۸۲). *بحران اطلاعات*، رشت: نشر ستوده.
- مقام معظم رهبری (۱۳۸۲). *بیانات در اجتماع بسیجیان و سپاهیان لشکر ۲۵ کربلا*، ۲۹ شهریور.
- ناظمی اردکانی، مهدی (۱۳۸۶). «تجربه مدیریت نهادهای انقلاب اسلامی به عنوان سازمان های نوین، الگویی برای مهندسی فرهنگی سازمان ها»، *مصباح*، مرداد و شهریور، شماره ۷۰.
- نواح، حسام (۱۳۷۸). «بحران در مدیریت فرهنگی»، *مقالات برگزیده همایش نقش و جایگاه دولت در توسعه فرهنگی*، تهران: سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور.
- هاشمی طاری، سید مرتضی (۱۳۸۴). *جامعه شناسی انحرافات اجتماعی*، تهران: دانشگاه تهران.
- همیشه بهار، محمد (۱۳۸۵). *اعتیاد*، مشهد: دامینه.

ب (منابع انگلیسی

- American Management Association (AMA). (2003) AMA Survey: Crisis Management and Security issues .
- Hwang, Peter & Lichtenthal, J. David (1999). "Anatomy of organizational Crises", **Institute for the Study of Business Markets (ISBM) Report 28**, the Pennsylvania.
- Kreitner, Robert (1998). **Management**, 7th ed., Boston: Houghton Mifflin Co.
- Mc Conkey, Dale (1987). "Planning for Uncertainty", **Business Horizons Journal**, Vol 30.
- Mitroff, Ian I.; Paul Shrivastava & Ferdaus E. Udwardia (1978). "Effective Crisis Management", **Academy of Management Executive Journal**, Vol. 1.
- Rudolph, Barbara (1986). "Coping with catastrophe", **Time Journal**, February.

