

تأملی بر نقش رسانه ملی در رصد و مدیریت بحران‌های پنهان

اجتماعی: مدیریت قومیت‌ها

دکتر آرین قلی‌پور*

دکتر علی اصغر پورعزت**

چکیده

رسانه ملی نقش به‌سزایی در مدیریت بحران‌های طبیعی دارد؛ چنان‌که مدیریت مؤثر این بحران‌ها بویژه پس از وقوع، بدون نقش‌آفرینی رسانه ملی غیرممکن به نظر می‌رسد. مقاله حاضر درصدد تبیین این مسئله است که نقش و کارکرد رسانه ملی در مدیریت بحران‌های پنهان اجتماعی به مراتب حیاتی‌تر است؛ به‌این منظور، یکی از این بحران‌های پنهان، یعنی تهدید انسجام ملی مدنظر قرار می‌گیرد و کارکردها و کژکارکردهای رسانه ملی در این باره تحلیل می‌شود.

در این مقاله، ضمن بررسی راهبردهای پیش‌بینی بحران‌های اجتماعی و راهبردهای پیشگیری از این بحران‌ها به مدیریت بحران‌های اجتماعی پرداخته می‌شود؛ ضمن اینکه نحوه مدیریت مؤثر بحران قومیت‌ها از طریق رسانه ملی، با هدف تقویت و تحکیم اتحاد و انسجام ملی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

واژگان کلیدی: بحران، بحران‌های پنهان اجتماعی، رسانه ملی، مدیریت قومیت‌ها

Email: agholipoor@ut.ac.ir

* دکترای مدیریت دولتی، دانشیار دانشگاه تهران

Email: pourezzat@ac.ir

** دکترای مدیریت دولتی، دانشیار دانشگاه تهران

پذیرش نهایی: ۸۷/۷/۳

تجدیدنظر: ۸۷/۵/۳۰

تاریخ دریافت: ۸۷/۲/۳۱

مقدمه

محیط اجتماعی ما، به دلیل تحولات ناشی از نوگرایی (افزایش جمعیت، شهرنشینی، وابستگی فزاینده به فناوری و تحولات سیاسی، اقتصادی و فرهنگی) به جهانی بحران‌زا تبدیل شده است (ریچاردسون^۱، ۱۹۹۴). جهان مدرن، بر اثر انقلاب ارتباطات و حضور رسانه‌ها، به گونه‌ای به هم وابسته و پیوسته شده است که بحران کوچکی در یک بخش از آن، اثرات زیادی بر سایر نقاط بر جای می‌گذارد (ریچی^۲، ۲۰۰۴). برخلاف نگرش نظریه تکامل که بحران‌ها را ضروری و مفید می‌داند و آنها را سازوکار نیل به بقای اصلح برمی‌شمارد و معتقد است در سایه بحران‌ها، نهادهای اجتماعی قوی، ابقا و نهادهای اجتماعی ضعیف و ناکارآمد مضمحل می‌شوند (روزنتال^۳، ۱۹۹۶)، این مقاله بحران را به مثابه عامل برهم‌زننده تعادل نظام اجتماعی یا آفت حیات اجتماعی فرض می‌کند و بر ضرورت توسعه قابلیت‌های مقابله با بحران تأکید می‌ورزد.

بحران، یعنی شرایطی خارج از وضعیت عادی که الگوهای مدیریتی متداول به هنگام بروز آن کارایی خود را از دست می‌دهند. مدیریت این بحران‌ها به دلیل محدودیت‌های ناشی از فشار زمانی، کنترل محدود و نبود اطمینان زیاد، بسیار مشکل‌تر است (بورنت^۴، ۱۹۹۸، ص ۴۷۶).

بحران‌های اجتماعی به‌طور معمول پیامد زنجیره‌ای از علل متنوع هستند که این تنوع و تعدد، شناسایی علل واقعی آنها را بسیار مشکل می‌سازد (تورنر^۵، ۱۹۷۸). در واقع، بحران‌های اجتماعی را می‌توان نتیجه عناصر علی متعددی و زنجیره‌ای از خطاها و اشتباهات دانست (آش^۶ و راس^۷، ۲۰۰۴، ص ۵۰)؛ چنان‌که گاه یک مشکل ساده به دلیل بی‌توجهی و بروز خطاهای متوالی، به صورت مضاعف و خیم‌تر می‌شود و به بحرانی لاینحل تبدیل می‌گردد (ریسون^۸، ۱۹۹۰).

رسانه‌های جنجال‌برانگیز قادرند حادثه‌ای کوچک را به بحرانی خطرناک تبدیل کنند. نهادهای رسانه‌ای به مثابه «گلوله‌هایی جادویی و سحرآمیز»، تأثیر خارق‌العاده‌ای بر تغییر

-
- | | | |
|---------------|-------------|--------------|
| 1. Richardson | 2. Rithchie | 3. Rosenthal |
| 4. Burnett | 5. Turner | 6. Ash |
| 7. Ross | 8. Reason | |

نگرش و رفتار انسان‌ها دارند و می‌توانند ابزار بسیار مؤثری، حتی برای ایجاد فرهنگ جدید و شکل‌دهی هویت ملی و قومی در جامعه باشند. پرسش اساسی در این زمینه این است که رسانه‌ها تا چه حد می‌توانند با در نظر گرفتن حساسیت‌های قومی در برنامه‌های خود به حفظ استحکام هویت ملی کمک کنند، تا ضمن اتحاد ملی از بحران‌های قومی جلوگیری شود.

مسئله پژوهش

بروز وقایعی همچون انتشار کاریکاتور توهین‌آمیز در مورد ترک‌ها در روزنامه ایران در سال ۱۳۸۵ و توسعه آشوب‌های قومی در میان مردم استان‌های آذربایجان غربی، شرقی، اردبیل و زنجان و نیز واکنش اقوام عرب، لر، کرد، بلوچ و ترک به تمسخر لهجه و فرهنگ این قومیت‌ها در برنامه‌های طنز تلویزیونی نشان داد که حساسیت قومی در کشور ایران بالاست.

به طریق منطقی می‌توان با درایت و حسن تدبیر، این عوامل بالقوه بحران‌زا را به فرصت تبدیل کرد. اقوام ایرانی ممکن است بر حسب مذهب، زبان و نژاد ویژگی‌های متمایزی داشته باشند، اما هویت مشترک اسلامی-ایرانی مجموعه این اقوام، این تنوع قومی را از ویژگی منحصربه‌فردی برخوردار می‌سازد که از آن می‌توان در جهت سازندگی و تعالی کشور استفاده کرد. ضمن اینکه مؤلفه‌های مشترک فرهنگ ملی نیز هم‌شکلی‌هایی را در نحوه تفکر و ارزش‌های اجتماعی ایجاد می‌کند (توماس^۱ و بندیکسن^۲، ۲۰۰۰). تردیدی نیست که دولت می‌تواند در روند شکل‌دهی به قومیت‌ها دخالت کند (براون^۳، ۱۹۹۴)، بنابراین، مدیریت قومیت‌ها از جانب مدیریت دولتی، موضوعیت دارد و رسانه ملی یکی از ابزارهای کارآمد آن است.

برخی از بحران‌ها پیامد پیش‌بینی نشده اعمال و فعالیت‌های رسانه‌ها محسوب می‌شوند (مترون^۴، ۱۹۳۶). اثر رسانه‌ها بر عموم، معادل مجموع اثر آنها بر تک‌تک افراد

1. Thomas 2. Bendixen 3. Brown
4. Metron

نیست و در روندی هم‌افزا و به‌طور مضاعف توسعه می‌یابد (کپلینگر^۱ و روث^۲، ۱۹۷۹). رسانه‌های جمعی، شکل‌دهنده تصویری از خود، محرک ارزش‌های فرهنگی و موجد هویت اجتماعی (ملی و قومی) در هر جامعه هستند و روشی برای دیدن و تفسیر جهان فراهم می‌کنند (سابرامانین^۳، ۱۹۹۹). البته در اینجا، ویژگی رسانه ملی از حیث بالا به پایین، زیرجلدی^۴ و گلوله جادویی بودن مدنظر نیست، بلکه توان واقعی آن در جریان‌سازی بحران قومیت‌ها در نظر است.

مقاله حاضر درصدد پاسخ به این پرسش است: مدیریت نهادهای رسانه‌ای با چه راهبردهایی می‌توانند از بحران‌های قومی پیشگیری کنند یا پس از بحران، مانع از بروز پیامدهای آنها شوند؟

مفروضات بنیادین مدیریت قومیت‌ها

مدیران رسانه‌ها به منظور پیشگیری از بحران باید به مفروضات زیر توجه کنند:

۱. هویت قومی و مرزهای میان قومی، در طول زمان شکل می‌گیرند. مرزهای قومی تعیین می‌کنند که چه کسانی خودی و جزء آن قوم محسوب می‌شوند.
۲. تفاوت بین قومیت‌ها امری طبیعی و اجتناب‌ناپذیر است، اما تضاد بین قومیت‌ها را باید مدیریت کرد. هنگامی که قومیت‌ها بر تمایزها یا برتری‌ها تکیه می‌کنند، شکل‌گیری تضاد اجتناب‌ناپذیر می‌نماید. در این حالت به جای هویت ملی، هویت قومی یا زبانی یا منطقه جغرافیایی مهم‌تر تلقی می‌شود. توسعه دموکراسی نیز به معنی از بین رفتن تضادهای قومی نیست، بلکه به معنی مشروعیت بخشیدن به تنوع قومیت‌هاست.
۳. قومیت می‌تواند هم به صورت ابزار و هم به صورت هدف در نظر گرفته شود. بدیهی است که هدف شدن قومیت در رسانه‌ها، عواقب خطرناکی در پی دارد.
۴. نام هر قومیت، نام جمعی افراد آن قوم است و موجب بسیج عمومی اعضای آن

1. Kepplinger

2. Roth

3. Subramanian

4. hypodermic

می‌شود. وقتی افراد یک قوم احساس آسیب‌پذیری جمعی کنند، علیه عاملی که برای آنان ایجاد ناامنی ایجاد کرده است بسیج می‌شوند. در این حالت، عقلانیت توده‌ای غلبه می‌یابد و راهکارهای احساسی بیشتر به کار گرفته می‌شود. اگر رهبران یا نخبگان محلی هم بتوانند در این شرایط اوضاع را به دست بگیرند، بر جنبه قومی تضاد و بحران تأکید بیشتری می‌کنند تا بتوانند بسیج عمومی را به نحو مؤثرتری انجام دهند (آزاریا، ۲۰۰۳، ص ۸).

خاصیت بحران‌زایی هویت قومی

سازه هویت قومی، بخشی از تصور هر فرد نسبت به خودش را شکل می‌دهد و به لحاظ روان‌شناختی، متغیر معنی‌داری است که بخش مهمی از «خود» فرد به‌شمار می‌رود (فینی^۱، ۱۹۹۶). در ایران، اکثر افراد خود را برحسب قومیت نیز تعیین هویت می‌کنند و به سنت‌های قومی متعهد و پایبندند. هویت قومی با انگیزش، شکل‌گیری احساسات، عزت‌نفس، خوش‌بینی و خودباوری رابطه مستقیم دارد و رابطه آن با متغیرهایی نظیر احساس کهنتری، اضطراب و افسردگی منفی است (کراس^۲، ۱۹۸۷؛ پرهام^۳ و هلمس^۴، ۱۹۸۵؛ فینی و چاویرا^۵، ۱۹۹۲، رابرتز^۶ و دیگران، ۱۹۹۹).

افرادی که هویت قومی قوی‌تری دارند، نسبت به اعضای قوم خود، احساس صمیمیت روان‌شناختی بیشتری می‌کنند و از تعامل با آنها لذت می‌برند (میتچل^۷ و دل^۸، ۱۹۹۲). هویت قومی در شکل‌دهی ادراکات افراد هر قوم مؤثر است و آشنایی با آن برای پیشگیری و کنترل بحران‌های اجتماعی از سوی رسانه‌های جمعی ضرورت دارد. هویت و مرزهای قومی، امری پویا و متغیر هستند که به صورت اجتماعی در طول تاریخ شکل می‌گیرند (ایروس^۹، ۱۹۹۹) و مبنایی برای معنابخشی، تفسیر و عمل در شرایط متفاوت فراهم می‌آورند (افرین^{۱۰} و هوپور^{۱۱}، ۲۰۰۶). تفکر قومی، رقابت را برای کسب منابع کمیاب تشدید می‌کند و این تلقی را متداول می‌سازد که «به ما کمتر

-
- | | | |
|------------|-------------|------------|
| 1. Azarya | 2. Phinney | 3. Cross |
| 4. Parham | 5. Helms | 6. Chavira |
| 7. Roberts | 8. Mitchell | 9. Dell |
| 10. Yeros | 11. Efferin | 12. Hoppor |

رسید، چون آنها بیشتر بردند» (فتون^۱، ۱۹۹۹). احساسات قومی عاملی بسیار قوی برای توسعه رقابت در کسب ثروت و قدرت است (دیاموند^۲، ۱۹۹۸). بین تضاد یا همکاری قومی و ماهیت نهادهای سیاسی رابطه‌ای قوی وجود دارد (یونگ^۳، ۱۹۸۵ و هورویتز^۴، ۱۹۹۳). این تضادهای قومی در طول تاریخ جنگ‌های داخلی بسیاری را موجب شده و خسارات زیادی به ملل گوناگون تحمیل کرده‌اند؛ تضادهایی که به‌طور بالقوه بحران‌زا هستند. اگر از بحران و تضاد قومیت‌ها با ابزارهای مؤثری پیشگیری نشود، مدیریت بحران قومی کاری بس مشکل خواهد شد (اوساگی^۵، ۲۰۰۵، ص ۸۴).

موضوع بسیار مهم در زمینه مدیریت قومیت‌ها این است که تا چه اندازه استقلال آنها از سوی دولت و حکومت به رسمیت شناخته می‌شود. در ایران، استقلال قومیت‌ها در حفظ آداب و رسوم خود، تکلم و تدریس و تدریس به زبان مادری و مواردی از این قبیل، نشان‌دهنده این است که قومیت‌ها به رسمیت شناخته می‌شوند. این موضوع در بحث رسانه‌های جمعی، با توجه به وجود و فعالیت مطبوعات محلی و صداوسیما استان‌ها آشکار می‌شود.

البته استقلال قومیت‌ها ممکن است موجب وفاداری قومی شود و وفاداری شهروندان به حکومت مرکزی را تحت‌الشعاع قرار دهد؛ از این‌رو، بحث از قومیت‌ها جنبه‌های سیاسی مهمی را نیز دربر دارد. بعضی مواقع قومیت‌ها، بر استفاده شفاهی و کتبی از زبان خاص، آداب و رسوم و استقلال سیاسی نسبی خود تأکید می‌ورزند و برخی از دولت‌ها نیز با تقاضاهای معقول و منطقی قومیت‌ها موافقت می‌کنند.

راهبردهای رسانه ملی در مدیریت قومیت‌ها

تردیدی نیست که رسانه ملی نیز مانند هر سازمان دیگری از قومیت‌ها تأثیر می‌پذیرد و بر آنها تأثیر می‌گذارد (هلمس و پیپر^۶، ۱۹۹۴ و فینی، ۱۹۹۶). راهبردهای متفاوتی برای مدیریت قومیت‌ها قابل اتخاذ است؛ راهبردهایی مانند انکار، بی‌تفاوتی، قوم‌مداری و فوق‌فعال

1. Fenton

2. Diamond

3. Young

4. Horowitz

5. Osaghae

6. Piper

۱. راهبرد انکار: خطرناک‌ترین راهبرد در مدیریت قومیت‌ها از سوی نهادهای دولت مرکزی، انکار قومیت‌هاست که به شدت به بحران‌های اجتماعی مزمن دامن می‌زند.
۲. راهبرد بی‌تفاوتی: اتخاذ راهبرد بی‌تفاوتی و خنثی نیز خطرناک است و عرصه را به صحنه رقابت مخرب بین قومیت‌ها تبدیل می‌کند. این راهبرد، گاه با مفاهیم دموکراسی و تکثرگرایی اشتباه گرفته می‌شود.
۳. راهبرد قوم‌مداری: راهبرد قوم‌مدار یا بخشی نیز خطرناک است. زیرا با صحنه‌گذاران بر سلطه یک قوم و نادیده گرفتن سایر اقوام، به توسعه بحران‌های اجتماعی و خیم در بلندمدت دامن می‌زند.
۴. راهبرد فوق‌فعال: بهترین راهبرد برای مدیریت قومیت‌ها در رسانه ملی که می‌تواند به پیشگیری از بحران کمک کند، راهبرد فوق‌فعال است که برتری را در عالم انسانی مردود می‌داند و به همه اقوام و انسان‌ها به دیده احترام می‌نگرد.

نمودار ۱- راهبرد مدیریت قومیت‌ها در رسانه ملی



اگر فضای احترام به همه قومیت‌ها در رسانه‌های جمعی چندان مشهود نباشد، زمینه نامناسبی برای «دموکراسی چند قومیتی»^۱ ایجاد می‌شود (هوروئیتز، ۱۹۹۳). اتخاذ رویکرد مجموع صفر^۲، دال بر اینکه برنده، همه منابع را در اختیار بگیرد، تضاد قومی را

1. multiethnic democracy

2. zero-sum or winner-takes-all

تشدید می‌کند. از این رو، دو رویکرد اساسی در مسئله قومیت‌ها در رسانه ملی مدنظر قرار می‌گیرد:

۱. مداخله‌گری رسانه‌های جمعی

۲. اجتناب و پرهیز از مداخله

در رویکرد اول، نخبگان رسانه‌ها در مسئله قومیت‌ها دخالت می‌کنند. تلاش برای مداخله و مهندسی اجتماعی در بطن نیروهای اجتماعی و تاریخی سابقه دارد و بر ضرورت توجه به تأثیر تاریخ گذشته بر تغییرات اجتماعی تأکید می‌کند (پوپر^۱، ۱۹۶۴). ممکن است مداخله در جهت حل بحران یا تضاد باشد (مداخله مثبت) یا اینکه قومیت‌ها را سرکوب کند و مشارکت سیاسی قومیت‌ها را محدود سازد و تسلط و غلبه سلسله مراتب قومی^۲ را تحکیم بخشد (مداخله منفی). مداخله مثبت موجب همکاری و همدلی بین قومیت‌ها می‌شود و انسجام بین قومی^۳ را قوت می‌بخشد و اعتماد بین قومیت‌ها و حکومت را افزایش می‌دهد مداخله منفی نیز عواقبی همچون بحران قومی، خشونت، نسل‌کشی و تروریسم در پی دارد.

مداخله منفی بر مبنای آموزه «تفرقه بینداز و حکومت کن» طراحی می‌شود (انلوئه^۴، ۱۹۷۷). این نوع مداخله، نوعی استعمار درونی بین مرکز و استان‌ها (قومیت‌ها) ایجاد می‌کند؛ برای مثال ممکن است تهران، استعمارگر و استان‌ها مستعمرات آن تلقی شوند. مشروعیت‌زدایی از قومیت‌ها، استهزا، سرکوب کردن و ندیدن تفاوت‌ها، راهبردهای شکست‌خورده‌ای هستند که ریشه در دوران قدرت رژیم پهلوی دارند. تبعیت رسانه‌های جمعی از راهبرد ذوب کردن^۵ و یکسان‌سازی همه اقوام در الگوهای فرهنگ وارداتی غرب نیز حاصلی در پی نداشت؛ این الگو نه تنها آداب و رسوم قومیت‌ها را تضعیف نکرد، بلکه اثری معکوس^۶ به جا گذاشت و به تحکیم مبانی فرهنگ‌های قومی اصیل در ایران انجامید. شاید درخشان‌ترین دوران موفقیت رسانه‌های جمعی را در مدیریت قومیت‌ها، بتوان در زمان جنگ ایران و عراق دانست که تنوع قومی به صورت فرصتی استثنایی ظاهر شد.

1. Poper

2. ethnic hierarchy

3. inter-ethnic integration

4. divide and rule

5. Enloe

6. melting pot

7. boomerang effect

مدیران رسانه‌ها باید توجه داشته باشند که منظور از مدیریت قومیت‌ها، توسعه نظام قبیله‌ای (الر^۱ و کائوگن^۲، ۱۹۹۳) در کشور نیست. نباید تصور شود که انسجام قومی، موجب تضعیف انسجام ملی می‌شود، بلکه در مدیریت صحیح قومیت‌ها، انسجام قومی و ملی باید به‌مثابه دو پدیده «هم‌آیند»^۳ در کنار یکدیگر تقویت شوند. بویژه در تدوین سند چشم‌انداز و راهبردهای بلندمدت رسانه ملی، این مسئله باید مورد توجه جدی قرار گیرد؛ زیرا سیاستگذاری مناسب در این زمینه، موجب بسیج عمومی قومیت‌ها برای توسعه جامعه‌ای دموکراتیک می‌شود (سابرامانین، ۱۹۹۹، ص ۱).

قابل تأمل است که سیاسی کردن مقوله قومیت نیز یکی از راهبردهای رسانه‌های جمعی برای بسیج قومیت‌هاست که رهبران سیاسی می‌توانند از آن در جهت منافع خود استفاده کنند. البته در مقاله حاضر تأکید بر استفاده از رسانه‌های جمعی و نقشی است که این رسانه‌ها به‌مثابه واسطه‌های بین مردم و رهبران ایفا می‌کنند. این نکته بسیار مهم است که نحوه تلقی و رفتار حاکم بر رسانه‌های جمعی با اعضای قومیت‌ها چگونه باشد و چگونه به بحران‌های ناشی از قوم‌گرایی واکنش نشان داده شود زیرا تردیدی نیست که رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی هویت قومی و ملی نقش دارند (همان).

ضمن اینکه رفتار دولت با قومیت‌ها همواره از چشم‌انداز خاصی که با انواع جلوه‌های عدالت ارتباط دارد، ارزیابی می‌شود. اقوام گوناگون، رفتار دولت‌ها را رصد می‌کنند و آثار این رفتار را از حیث انطباق با عدالت در رویه، توزیع امکانات، مرادده، اطلاعات و احساسات مورد ارزیابی قرار می‌دهند.

به‌کارگیری مدل پنج بعدی عدالت اجتماعی در مدیریت قومیت‌ها

عدالت از جمله ارزشمندترین مفاهیمی است که بشریت به درک آن نائل آمده است چنان‌که حتی می‌توان گفت مفهوم بنیادین حقوق بشر عدالت است. با توسعه بلوغ اجتماعی و شعور عامه، نیاز به عدل نیز افزایش می‌یابد (پورعزت، ۱۳۸۲)، به این ترتیب، که اگر فردی بخواهد از چشم‌انداز رفیع مازلو، به انگیزش انسانی در

1. Eller

2. Couglan

3. epiphenomenal

عالم جدید بنگرد، احتمالاً با ایجاد تغییراتی در جزئیات ساختار سلسله مراتب نیازها، عدالت را در شمار نیازهای اولیه انسانی قرار می‌دهد و در هر سطح از سلسله مراتب، جلوه‌ای از آن را در نظر می‌گیرد. البته مازلو، خود نیز با وجود آنکه عدالت را به‌طور ویژه در فهرست سلسله مراتب نیازها نیاورده است، از آن به‌منزله نوعی «نیاز اولیه غالب» یاد کرده و پیامدهای بی‌عدالتی را یادآور شده است؛ ضمن اینکه به جای عدالت، از مفاهیمی همچون «انصاف»^۱، صداقت و سامان‌مندی به‌مثابه مجموعه‌ای که پیش‌زمینه ارضای نیازهای اولیه را فراهم می‌آورد، نام می‌برد. شاید بتوان گفت عدالت مرکز ارزش‌های اخلاقی، سیاسی و از مفاهیم تجلی‌بخش شأن والای انسانی است (به نقل از مک‌لیش^۲، ۱۹۹۳، ص ۴۰۳).

عدالت ازجمله مفاهیم ریشه‌دار فلسفه سیاسی است که از گذشته تا امروز، همواره جزء آرمان‌های دیرپا و نیازهای پایدار بشر بوده اما متأسفانه هرگز به‌طور کامل ارضا نشده است. عدالت ازجمله اصولی است که در اکثر جنبه‌های زندگی انسان رخنه کرده است و با مرور زمان به‌روز می‌شود همچنین اولین فضیلت نهادهای اجتماعی به‌شمار می‌رود و همانند صداقت در پندار شناسایی می‌شود (راولز^۳، ۱۹۷۱، ص ۱۰). مفاهیم معدودی همچون عدالت، در شأن بنیان سلامت در تعاملات اجتماعی انسان قرار می‌گیرند (گرینبرگ^۴، ۱۹۹۰، ص ۴۰۰).

بحث از عدالت در مدیریت و سازمان به تحقیقات آدامز درباره مفهوم «برابری»^۵ برمی‌گردد (آدامز^۶، ۱۹۶۵). این موضوع از حدود سال ۱۹۹۰ به بعد بیشتر مورد توجه قرار گرفت اما به نظر می‌رسد به تازگی پژوهش درباره «عدالت سازمانی»^۷ از شهرت و محبوبیت زیادی برخوردار شده و بویژه در پژوهش‌های فراتحلیلی به اوج خود رسیده است (کوهن چاراش^۸ و اسپکتور^۹، ۲۰۰۱؛ کول کوئیت^{۱۰} و دیگران، ۲۰۰۱).

-
- | | | |
|---------------------------|------------------|------------|
| 1. fairness | 2. McLeish | 3. Rawls |
| 4. Greenberg | 5. equity | 6. Adams |
| 7. organizational Justice | 8. Cohen-Charash | 9. Spector |
| 10. Colquitt | | |

درواقع، ابتدا پژوهش‌ها بر دو بُعد عدالت توزیعی و عدالت مراوده‌ای متمرکز بودند (گرینبرگ، ۱۹۹۰؛ لیند^۱ و تایلر^۲، ۱۹۸۸). اما با توسعه مطالعات، با افزودن عدالت رویه‌ای، مدل سه بعدی عدالت برای درک بهتر ادراک مردم از عدالت ارائه شد و عمده پژوهش‌های بعدی درباره عدالت بر این سه بُعد متمرکز شدند.

عدالت توزیعی اولین مفهوم از عدالت بود که مدنظر روان‌شناسان اجتماعی قرار گرفت. عدالت توزیعی به ادراک عدالت از نحوه تخصیص منابع مربوط می‌شود. در این مفهوم عدالت بر ستاده‌هایی مانند افزایش حقوق، قوانین حاکم بر تخصیص منابع و پایگاه‌های اجتماعی تأکید دارد. عدالت توزیعی را می‌توان در قالب ادراک عادلانه بودن دریافتی‌های افراد در مبادلات اجتماعی تعریف کرد. قومیت‌ها عادلانه بودن را براساس مقایسه داده‌ها و ستاده‌ها و همچنین مقایسه آنها با استانداردها و نسبت‌های توزیع منابع در سطح ملی ادراک می‌کنند؛ ضمن اینکه وضعیت خود را با کشورهای دیگر نیز مورد مقایسه قرار می‌دهند، یعنی مرجع مقایسه قومیت‌ها الزاماً افراد درون کشور نیستند؛ بویژه هنگامی که یک قوم شهروندانی در چند کشور متفاوت دارند. برای مثال، قوم بلوچ در ایران و پاکستان، با مقایسه وضعیت زندگی خود، مراتبی از عدالت یا بی‌عدالتی را ادراک می‌کنند.

نتایج برخی مطالعات حاکی از آن است که افراد نه تنها به ستاده‌های خود، بلکه به رویه‌هایی که منجر به دریافت ستاده‌هایشان می‌شود، واکنش نشان می‌دهند. حتی در برخی از شرایط، واکنش افراد در برابر «عدالت رویه‌ای» بیشتر از «عدالت توزیعی» است (لیند و تایلر، ۱۹۸۸). عدالت رویه‌ای، به ادراک عدالت از رویه‌های به‌کار رفته در اتخاذ تصمیم مربوط می‌شود. درواقع، این مفهوم از این نوع عدالت، بر رویه‌های انجام کار تأکید می‌کند و کیفیت انصاف در روابط بین افراد، جامعه و دولت را مدنظر قرار می‌دهد. هرگاه افراد قومی مشاهده کنند که سایر اقوام به‌راحتی و بدون دردسر به خواسته‌هایی می‌رسند که آن برای نیل به آنها باید بسیار تلاش کنند، احساس بی‌عدالتی خواهند کرد.

1. Lind

2. Tyler

تحقیقات صورت گرفته درباره عدالت رویه‌ای حاکی از آن است که ادراک بهتر از عدالت رویه‌ای منجر به پیامدهای مناسبی مانند تعهد، تمایل بیشتر به باقی ماندن در کشور، سطح بالایی از عملکرد و رضایت و شکل‌گیری پدیده مشترکی چون هویت ملی می‌شود (کول کوئیت، ۲۰۰۱). با توجه به این مطالعات می‌توان نتیجه گرفت که هرچه ادراک عدالت رویه‌ای در استفاده و بهره‌برداری از رسانه ملی بیشتر باشد، تعهد و وفاداری افراد به جامعه (مشارکت فعال در امور جامعه) بیشتر می‌شود و پدیده قوم‌مداری تضعیف می‌گردد و احتمال تعیین هویت با مشترکات ملی افزایش می‌یابد.

برخی از محققان پیشنهاد کرده‌اند که در صورت امکان عدالت رویه‌ای از عدالت مراوده‌ای متمایز شود. عدالت مراوده‌ای بر چگونگی رفتار جامعه با مردم و میزان صداقت، تکریم و احترام در روابط دو طرف دلالت دارد (رگو^۱ و کانها^۲، ۲۰۰۴) و (بلیکی^۳ و دیگران، ۲۰۰۵). به این ترتیب، میزان اعتبار و احترامی که اقوام گوناگون کشور در محیط و فضای ایجاد شده در رسانه ملی (فیلم، سریال، خبر و حتی کاراکترهای انتخاب شده برای اقوام) احساس می‌کنند، ادراک آنها را از عدالت مراوده‌ای تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. هرچه بهره‌مندی مردم از احترام بیشتر و رفتار صادقانه‌تر رسانه ملی با ارزش‌های فرهنگ قومی افزایش یابد، عدالت مراوده‌ای بیشتری را ادراک می‌کنند. بعدها برخی از پژوهشگران مفهوم عدالت اطلاعاتی را از عدالت مراوده‌ای یا عدالت بین فردی متمایز ساختند.

عدالت اطلاعاتی، به تبیین رفتار کنشگران انتقال‌دهنده اطلاعات اشاره دارد که برحسب نحوه، مکان و زمان ارائه اطلاعات ضروری ادراک می‌شود. به‌طور کلی، در عدالت اطلاعاتی بیشتر بر بیانات و رفتارهای افراد در مقام تصمیم‌گیری درباره توزیع اطلاعات تمرکز می‌شود؛ در حالی که در سایر ابعاد عدالت، تأکید بر ویژگی‌های نظام یافته یا ساختاری رویه‌ها و برون‌دادهاست (کول کوئیت و دیگران، ۲۰۰۱)؛ و کوهن و اسپکتور، ۲۰۰۱). در اینجا بحث بر سر این است که تا چه اندازه اطلاعات مورد نیاز جامعه، به لحاظ مکانی، زمانی و موقعیتی، عادلانه ارائه می‌شود؛ اینکه اقوام گوناگون به‌طور برابر به اطلاعات مورد نیاز خود دسترسی دارند یا نه، محور بحث مربوط به عدالت اطلاعاتی را شکل می‌دهد، بحثی که به یقین رسانه ملی نقش غیر قابل انکاری در آن دارد.

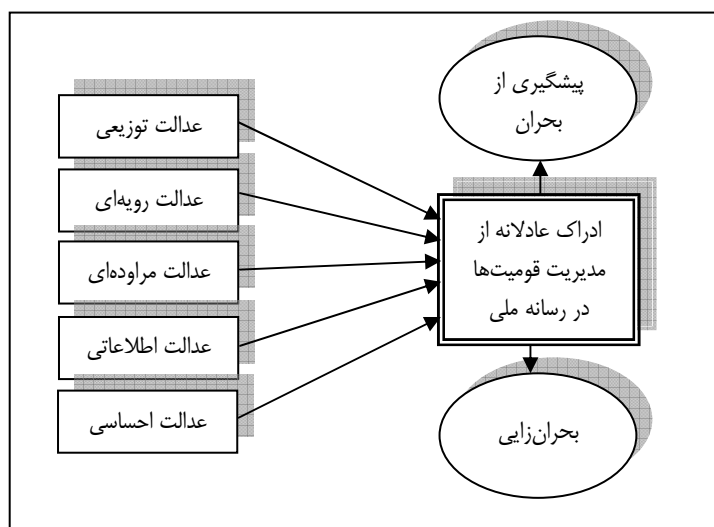
1. Rego

2. Cunha

3. Blakely

طی سال‌های متمادی، تحت‌تأثیر مطالعات تجربی و آزمایشگاهی، علوم انسانی بخش مهمی از وجود آدمی، یعنی احساسات وی را نادیده گرفته بود؛ اما در دهه‌های اخیر، مبحث احساس در علوم انسانی، علایق مطالعاتی زیادی را برانگیخته است؛ مباحثی که هم فراگرد ابراز احساسات و هم فراگرد خواندن احساسات را دربر می‌گیرد. به این ترتیب، نوعی مفهوم جدید از عدالت تبیین می‌شود که بر توزیع عادلانه فرصت ابراز و خواندن احساسات در بین آحاد مردم تأکید دارد. به نظر می‌رسد این بعد، در مقایسه با ابعاد دیگر عدالت، کمتر مورد توجه است. باید توجه داشت قومیت‌ها به دلیل ویژگی متمایز خود، دارای احساسات متمایزی هستند و حق دارند به‌طور مقتضی احساسات خود را ابراز کنند و به بازخوانی آن در متن جامعه پردازند.

نمودار ۲- نقش ادراک عادلانه بودن برنامه‌های صداوسیما در بحران‌های قومی



نتیجه‌گیری

یکی از مهم‌ترین عوامل بروز بحران‌های اجتماعی، نادیده گرفتن اقوام یا اعمال تبعیض میان آنهاست. رسانه ملی در نقش وثیق‌ترین نظام اطلاع‌رسانی در میان مردم، از قدرت

و ظرفیت فوق‌العاده اثربخشی برای تحقق عدالت در میان اقوام گوناگون برخوردار است. نکته قابل تأمل این است که رفتار این رسانه به‌مثابه سخنگوی حاکمیت، اثر تعیین‌کننده‌ای بر ادراک عامه از رفتار عادلانه حکومت دارد.

از این‌رو، رسانه ملی باید به‌گونه‌ای هدایت شود که اقوام گوناگون بتوانند نیازهای متنوع خود به ادراک عدالت را برحسب رفتار آن توجیه کنند؛ نیاز به ادراک عدالت رویه‌ای از طریق یکسان‌سازی و شفاف کردن روندهای دسترسی اقوام گوناگون به امکانات رسانه‌ای؛ نیاز به ادراک عدالت اطلاعاتی از طریق توزیع اطلاعات مورد نیاز عامه به زبان‌های محلی برای همه اقوام؛ نیاز به ادراک عدالت احساسی از طریق توسعه برابری در امکان ابراز احساسات و تمایلات درونی همه اقوام و بویژه نیاز به ادراک عدالت مرادده‌ای از طریق حفظ حرمت همه آحاد جامعه و رعایت احترام همه اقوام و ابراز رفتار صادقانه نسبت به همه آنها

توصیه می‌شود رسانه ملی از میان چهار راهبرد توصیف‌شده، بر راهبرد فوق‌فعال تأکید کند. در حال حاضر، در برنامه‌های رسانه ملی، کاربرد سه راهبرد دیگر بیشتر به چشم می‌خورد اما به نظر می‌رسد که ضروری است در طول افق رسانه حرکت به سمت راهبرد فوق‌فعال باشد.

به این منظور رؤسای شبکه‌های ملی و مدیران برنامه‌ساز و کارگردانان باید دوره‌های آموزشی مدیریت تنوع، مدیریت فرهنگ متنوع و تنوع‌آموزی را طی کنند. پیش از هر چیز باید در این افراد دانش لازم نسبت به قومیت، حساسیت‌های قومی و پیامدهای آن ایجاد شود و نگرش‌هایشان به پدیده قومیت متناسب با مفاهیم جهانی به‌روز شود.

بدیهی است آموزش نمی‌تواند نارسایی‌های انتخاب نادرست را جبران کند، از این‌رو، مسئله دیگر در این زمینه، توجه به انتصابات مدیران شبکه‌های استانی است، بویژه در استان‌هایی که بیشتر جمعیت آنها را اقوام تشکیل می‌دهند. ظرفیت‌سازی برای مدیریت بومی و انتخاب مدیران از خود استان یکی از راه‌های پیشگیری از بحران‌های قومی است.

تدارک سفرهای استانی برای برنامه‌سازان و رؤسای شبکه‌های ملی از راهکارهای دیگر است که مدیران را با حساسیت‌های قومی آشنا می‌کند و موجب می‌شود از

قوم‌مداری و تأکید بر حقانیت فرهنگ خودی بپرهیزند. این سه راهکار در چارچوب راهبرد فوق‌فعال، رسانه ملی را به برخی از ابزارهای لازم برای پیشگیری و مدیریت بحران‌های قومی مجهز می‌سازد.

بدیهی است در این صورت رسانه ملی در کاهش بحران‌های اجتماعی به ایفای نقش بارزتری خواهد پرداخت و از جایگاه مناسبی برای کمک به حل بحران‌های احتمالی برخوردار خواهد شد.

منابع

پورعزت، علی‌اصغر. (۱۳۸۲). طراحی سیستم خط‌مشی‌گذاری عمومی برای تحقق عدالت اجتماعی، بر مبنای مدل حکومت حق‌مدار علوی در نهج‌البلاغه. رساله دکتری مدیریت سیاست‌گذاری عمومی، تهران: دانشکده علوم انسانی دانشگاه تربیت مدرس.

Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. In L. Berkowitz (Ed.), **Advances in experimental social psychology**, 2, 267-299, New York: Academic Press.

Ash, S. R. & Ross, D. K. (2004). Crisis Management through the Lens of Epidemiology. **Business Horizons**, 47 (3).

Azarya, V. (2003). Ethnicity and Conflict Management in Post-Colonial Africa. **Nationalism and Ethnic Politics**, 9 (3).

Blakely, G. L.; Andrews, M.C. & Moorman, R. H. (2005). The Moderating Effects of Equity Sensitivity on the Relationship Between Organizational Justice and Organizational Citizenship Behaviors. **Journal of Business and Psychology**, 20 (2).

Brown, D. (1994). **The State and Ethnic Politics in Southeast Asia**. London: Routledge.

Burnett, J. J. (1998). A Strategic Approach to Managing Crisis, **Public Relations Review**, 24 (4).

Cohen-Charash, Y. & Spector, P. E. (2001). The Role of Justice in

- Organizations: A Meta-analysis. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 86 (2).
- Colquitt, J. A. (2001). On the Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of a Measure. **Journal of Applied Psychology**, 86 (3).
- Colquitt, J. A.; Conlon, D. E.; Wesson, M. J.; Porter, O. L. H. & Ng, K. Y. (2001). Justice at the millennium: A meta-analytic review of 25 years of organizational justice research. **Journal of Applied Psychology**, 86 (3), 425-445.
- Cross, W. E. (1987). A two-factor theory of Black identity: Implications for the study of identity development in minority children. In J. Phinney & M. Rotheram (Eds.), **Children's Ethnic Socialization: Pluralism and Development**. Newbury Park, CA: Sage.
- Diamond, L. (1988). **Class, Ethnicity and Democracy in Nigeria: Failure of the First Republic**. Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- Efferin, S. & Hopper, T. (2006). **Management control, culture and ethnicity in a Chinese Indonesian company, Accounting, Organizations and Society**. In press.
- Eller J. D. & Coughlan, R. M. (1993). The Poverty of Primordialism: The Demystification of Ethnic Attachments. **Ethnic and Racial Studies**. 16 (2).
- Enloe, C. (1977). **Internal Colonialism, Federalism and Alternative State Development Strategies**, Publius 7 (4).
- Fenton, S. (1999). **Ethnicity: Racism Class and Culture**. Basingstoke: Macmillan.
- Greenberge, J. (1990). Organizational Justice: yesterday. Today and tomorrow. **Journal of Management**, 16.

- Helms, J. E. & Piper, R. E. (1994). Implications of Racial Identity Theory for Vocational Psychology. **Journal of Vocational Behavior**, 44.
- Horowitz, D. L. (1993). Democracy in Divided Societies. **Journal of Democracy** 4 (4).
- Kepplinger, J. & Roth, B. (1979). Creating a Crisis: German Mass Media and Oil Supply in 1973-74. **Public Opinion Quarterly**, 43 (3).
- Lind, E. A. & Tyler, T. R. (1988). **The Social psychology of procedural justice**. New York: Plenum.
- McLeish, K. (1993). **Key ideas in human thought** (Ed.), London: Bloomsbury.
- Merton R. K. (1936). Unanticipated consequences of Purposive social action. **American Sociological Review**, 1.
- Mitchell, S. L. & Dell, D. M. (1992). The relationship between Black students' racial identity attitude and participation in campus organizations. **Journal of College Student Development**, 33.
- Osaghae, Eghosa E. (2005). Explaining the Changing Patterns of Ethnic Politics in Nigeria ... **Nationalism and Ethnic Politics**, 11 (1).
- Parham, D. & Helms, K. (1985). Relation of racial identity attitudes to self-actualization and affective states of black students. **Journal of Counseling Psychology**, 32 (3).
- Phinney, J. (1996). **Understanding ethnic diversity**. American Behavioral Scientist, 40.
- Phinney, J. & Chavira, V. (1992). Ethnic identity and self-esteem: An exploratory longitudinal study. **Journal of Adolescence Research**, 15.
- Popper, K. R. (1964). **The Poverty of historicism**. New York: Harper & Row.
- Rawls, J. (1971). **A theory of justice**. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Reason, J. (1990). **Human error**. Cambridge: Cambridge university press.

- Rego, A. & Cunha, M. (2006). A Five-Dimensional Model of Organizational Justice. **Documents de Trabalho em Gestao**. Universidade de Aveiro, DEGEI.
- Richardson, B. (1994). Crisis Management and Management Strategy-time to Loop the Lopp?. **Disaster prevention and management**, 3 (3), 59-80.
- Rithchie, B. W. (2004). Chaos, Crises and Disasters: A Strategic Approach to Crisis Management in the Tourism Industry. **Tourism management**, 25.
- Roberts, R.; Phinney; J., Masse, L.; Chen, Y.; Roberts, C.; & Romero, A. (1999). The Structure of Ethnic Identity in Young Adolescents from Diverse Ethnocultural Groups. **Journal of Early Adolescence**, 19.
- Rosenthal, U. & Kouzmin, A. (1996). Crisis Management and Institutional Resilience. **Journal of contingencies and crisis management**, 4 (3).
- Subramanian, N. (1999). **Ethnicity and Populist Mobilization: Political Parties, Citizens and Democracy in South India**. Delhi: Oxford University Press.
- Thomas, A. & Bendixen, M. (2000). Management Implications of Ethnicity in South Africa. **Journal of International Business Studies**, 31.
- Turner, B. A. (1978). **Man-made Disasters**. London: Wykeham.
- Yeros, Paris. (1999). Towards a Normative Theory of Ethnicity: Reflections on the Politics of Constructivism. **In Ethnicity and Nationalism in Africa**.
- Young, Crawford. (1985). **The Politics of Cultural Pluralism**. Madison, WI: University of Wisconsin Press.