

فرایند تصمیم‌گیری در بحران و نقش رسانه‌ها

دکتر سیامک ره‌پیک*

چکیده

بحران‌ها با وجود گونه‌های مختلف، از برخی ویژگی‌های مشترک مانند زمان کوتاه برای تصمیم‌گیری و فشار بسیار در زمان اندک برخوردارند. فرایند تصمیم‌گیری فرایندی است که طی آن، برای حل یک یا چند مسئله مشخص، گزینه‌هایی طرح و مطلوب‌ترین آنها با ارزیابی‌های گوناگون انتخاب می‌شود. تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی از حساسیت و احتمال خطر بالاتری نسبت به شرایط عادی برخوردار است. شرایط خاص بحرانی گاه به خودداری از تصمیم‌گیری منجر می‌شود و این در صورتی که به عمد و آگاهانه باشد، خود یک تصمیم شمرده می‌شود. در یک نظام بحران‌زده، رسانه‌ها می‌توانند در فرایند تصمیم‌گیری نقش‌های مثبت یا منفی را به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر عهده بگیرند. از سوی دیگر، رسانه‌ها در موارد لازم می‌توانند با شفاف کردن وقایع و شرایط بحرانی از سوءاستفاده دولت یا گروه‌ها و اشخاص بانفوذ جلوگیری کنند. همچنین می‌توانند با افراط و تفریط در اطلاع‌رسانی و تحت‌تأثیر قرار دادن اشخاص یا گروه‌های خاص، تصمیم‌گیران را تحت فشار قرار دهند، به نحوی که اوضاع را بحرانی سازند یا خود را در شرایط بحران تصور کنند یا امکان اتخاذ تصمیم مناسب را از دست بدهند.

واژگان کلیدی: بحران، تصمیم‌گیری در بحران، رسانه، مسئله‌سازی، مسئله‌سوزی

مقدمه

تعدد و پیچیدگی مسائل و پدیده‌ها، تأثیرات گوناگونی بر درک هویت، نقش‌ها و روابط بین آنها دارد. نگاه ساده به یک موضوع و پدیده، هویت محدود و نقش‌های کم‌رنگ برای آن قابل تصور می‌سازد، اما هرچه اطلاعات و تحلیل درباره آن پدیده و سایر پدیده‌ها افزایش می‌یابد هویت‌ها پیچیده‌تر و نقش‌ها متراکم‌تر می‌شود.

شاید ابداع‌کنندگان انواع رسانه‌های مکتوب، دیداری، شنیداری و ... در ابتدا کارکردها و اهداف محدودی برای آنها متصور بوده‌اند، اما با توسعه رسانه به عنوان پدیده‌ای در کنار سایر پدیده‌ها، هویت و نقش‌آفرینی آن نیز دچار تحولات چندسویه شد. هم‌پوشانی موضوعات، یکی از آثار این تحولات است. امروزه به سختی می‌توان بین حوزه‌های سستی تقسیمات علوم و موضوعات، به معنای واقعی تفکیک قایل شد. به عبارتی، پزشکی و مهندسی، جامعه‌شناسی و فیزیک، هنر و سیاست و ... حوزه‌های مشترکی پیدا کرده‌اند.

تصمیم‌گیری، رفتاری انسانی است که با رویکردهای مختلف روان‌شناختی، مدیریتی، ریاضی، سیاسی و ... مورد بررسی قرار می‌گیرد. متغیرهای دخالت‌کننده در فرایند تصمیم‌گیری بسیار زیاد و گاه غیرقابل شمارش هستند. تصمیم‌گیران در حوزه‌های کلان باید با زمینه‌های مختلف علمی و عملی آشنا باشند یا سازوکارهایی را طراحی کنند که در حد مطلوب از این زمینه‌ها آگاهی یابند.

نکته قابل توجه آن است که موضوعات مختلف با یکدیگر رابطه متقابل بلکه دیالکتیکی دارند. همان‌گونه که زمینه‌های سیاسی، اجتماعی، روانی و ... بر تصمیم، تأثیر دارند، تصمیم نیز بر مسائل و زمینه‌های یادشده مؤثر است و این تأثیر و تأثر در مراحل دیگر، مسائل جدیدتری را تولید می‌کند. رسانه‌ها نیز پدیده‌هایی چندوجهی هستند. امروزه نمی‌توان هویت رسانه را تنها هویتی فرهنگی دانست. هویت رسانه، ابعاد اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فنی و امنیتی کاملاً روشنی دارد. همچنین، کارکرد رسانه نیز در وجه تبلیغی یا خبررسانی آن خلاصه نمی‌شود. رسانه‌ها تنها وسیله بازتاب حوادث و وقایع نیستند، بلکه تولیدکننده مسائل و سازنده توجه‌ها، تمایل‌ها و گرایش‌ها نیز هستند. بحران‌ها نیز چنین وضعی دارند؛ قلمرو بحران‌ها متنوع و متعدد شده است. شکل‌گیری، افزایش، کاهش و خاتمه بحران تحت تأثیر عوامل گوناگونی قرار می‌گیرد و هر مرحله بر موضوعات مختلف تأثیر می‌گذارد.

با توجه به مطالب یادشده می‌توان دریافت تعداد بی‌شماری از روابط قابل بررسی در محیط انسانی وجود دارد که هر کس براساس شرایط و نیازمندی‌های خود به بررسی برخی از آنها می‌پردازد (ساندرز^۱، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۰).

مقاله حاضر درصدد بررسی روابط بین سه پدیده تصمیم‌گیری، بحران و رسانه و به‌طور خاص پاسخ به این پرسش اصلی است که رسانه‌ها بر مراحل مختلف تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی چه تأثیراتی دارند؟ توجه به نوع روابط متقابل این متغیرها می‌تواند درک شفاف‌تر موضوع را موجب شود، ضمن اینکه چنین درکی امکان مدیریت و حل مسائل موجود در روابط را بیش از پیش فراهم می‌سازد.

گفتار اول - مفهوم بحران

واژه بحران^۲ همواره مفاهیم دیگری مانند فشار، غافلگیری، اضطراب، سختی و شدت را به ذهن متبادر می‌کند. این تعبیر که تا حدی توأم با ابهام و کلیت است، از سوی اشخاص و گروه‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد. نظامیان، سیاستمداران، مدیران، روان‌شناسان و آتش‌نشانان و نیروهای پلیس به‌طور معمول این واژه و مفهوم آن را حتی در امور روزمره خود به‌کار می‌برند.

از سوی دیگر، ممکن است بحران در سطوح مختلف فردی، اجتماعی، ملی، منطقه‌ای، بین‌المللی و جهانی نیز بررسی شود. در یک نگاه می‌توان بحران را وضعیتی با شرایط خاص دانست که بر بخش‌های مختلف بویژه حوزه تصمیم‌گیری تأثیر می‌گذارد. برخی از صاحب‌نظران بحران، بیش از ده ویژگی را برای وضعیت بحرانی برمی‌شمارند (رابینسون^۳، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۷۸، ص ۱۱۷) که از میان آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

وجود پیامدهای مهم، تهدید اهداف و مقاصد، کمبود اطلاعات در دسترس، افزایش فوریت، تردید در ارزیابی موقعیت و تدوین گزینه‌ها، افزایش تنش در روابط به‌نظر می‌رسد شرایط و اوصاف اوضاع بحرانی یا بحران، با توجه به نوع و محیط

1. Sanders

2. crisis

3. Robinson

پیدایش هریک، متنوع و گوناگون است و از این جهت، تفاوت‌هایی در مدیریت بحران در محیط‌های مختلف مانند روابط بین‌الملل، سیاست داخلی و تجارت و بازرگانی وجود دارد (ویکی‌پدیا^۱، مدیریت بحران). اما در عین حال، نقاط مشترک یا ویژگی‌های عام بحران‌ها را می‌توان در عناصر زیر خلاصه کرد:

۱. وجود تهدید علیه ارزش‌های اساسی یک واحد

۲. آگاهی از زمان محدود برای پاسخ به تهدید

۳. احتمال زیاد بروز وقایع یا رفتارهای سخت، مانند جنگ (برچر^۲ و ویکلفلد^۳،

۱۳۸۲، ترجمه علی صبحدل، ص ۳۵)

با توجه به رهیافت‌های روان‌شناسانه در بحران، تصور و درک تصمیم‌گیران اصلی واحد مفروض، نقشی کاملاً اساسی در تشخیص موقعیت‌های بحرانی ایفا می‌کند و از این جهت در تحلیل بحران‌ها، توجه به عوامل شخصیتی مانند نظام باوری و عوامل موقعیتی مانند تأثیر محیط بر انگیزه‌ها ضروری است (مور^۴، ۱۹۹۳).

رهیافت سازنده‌انگاری^۵ در حوزه روابط بین‌الملل و مطالعات امنیتی نیز ساخت تهدید و بحران از طریق ذهن و درک بازیگران را مورد تأکید قرار می‌دهد (بوزان^۶، ویور^۷ و وایلد^۸، ۱۹۹۸، ص ۲۰۳). براساس این رهیافت و رهیافت‌های مشابه، نقش عواملی (مانند رسانه) که بر ادراک تصمیم‌گیران بیشترین تأثیر را دارند، بی‌نظیر است. به‌طور معمول یک بحران با پیدایش عمدی یا غیرعمدی یک محرک آغاز می‌شود. این محرک باید به عنوان تهدیدی غیرعادی درک شود (برچر، ترجمه قریشی، ۱۳۸۲، ج ۱، ص ۱۰۲).

محرک ابتدایی بحران می‌تواند در قالب کلام (مانند سخنرانی)، نوشته (مانند یک نامه یا مقاله)، فیلم یا اقدام عملی سخت مانند درگیری، تخریب و ... شکل گیرد. به همین دلیل تأثیر پدیده‌هایی که توانایی تحریک‌کنندگی آنها بالاست یا از زمینه‌های تشدیدکننده برای محرک‌ها برخوردارند، در این مرحله جدی است. بدیهی است عناصر سه‌گانه یادشده نسبی هستند و می‌توانند در واحدهای مختلف، سطوح گوناگونی داشته

1. Wikipedia

2. Bercher

3. Wilkenfeld

4. Mor

5. constructivism

6. Buzan

7. Waever

8. Wilde

باشند. همچنین در هر واحد نیز شدت و ضعف آنها یکسان نخواهد بود. برای مثال زمان پاسخگویی به تهدید (تصمیم‌گیری) با توجه به متغیرهای بحران، ظرفیت ادراکی و شیوه‌های تصمیم‌گیری، میزان تعقل، قطعیت و شمار تصمیم‌گیران در هر مورد متفاوت است (رایبسون، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۷۸، ص ۱۲۲).

نکته دیگر این است که بقای یک بحران تا حد زیادی به رفتار طرف‌های درگیر ارتباط دارد. به عبارت دیگر، تمایل طرف‌ها به داشتن سطحی از برخورد غیرمسالمت‌آمیز می‌تواند وضع بحرانی را استمرار بخشد (برچر، ترجمه قریشی، ۱۳۸۲، ج ۱، ص ۱۱۰) در حالی که انواع رفتارهای دیگر می‌تواند نتایج دیگری در پی داشته باشد. بحران در حوزه‌های بین‌المللی و منطقه‌ای نشان‌دهنده تعاملات مخرب و خصمانه بین دولت‌هاست (برچر و ویکلفلد، ترجمه صبحدل، ۱۳۸۲، ص ۳۵). احتمال درگیری نظامی و جنگ، شدیدترین بحران‌ها در این حوزه تلقی می‌شوند. در حوزه ملی و داخلی نیز بحران‌های متنوعی قابل تصورند. برخی از نویسندگان توسعه، دوره توسعه را دوره‌ای توأم با بحران‌هایی از قبیل بحران مشروعیت، هویت، مشارکت، توزیع و نفوذ می‌دانند (پای^۱ و دیگران، ترجمه خواجه‌سروی، ۱۳۸۰، ص ۸۹). همچنین تغییرات بنیادی در یک واحد مانند تغییر رژیم سیاسی یا اعمال خشونت‌آمیز مانند جنگ داخلی، ترور، آشوب‌ها و شورش‌ها نیز بر وجود بحران‌های داخلی دلالت دارند (ساندرز، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۰، ص ۴۳۴).

با توجه به مطالب یادشده، به‌طور خلاصه می‌توان بحران را وضعیتی ادراک شده بویژه از سوی تصمیم‌گیران تلقی کرد که دست‌کم سه عامل تهدید ارزش‌ها، محدودیت زمان تصمیم و خطر پیامدهای بزرگ در آن جمع شده‌اند. این وضعیت، انتخاب‌ها و جستجوی راه‌حل‌ها را با دشواری‌های زیادی روبه‌رو می‌کند.

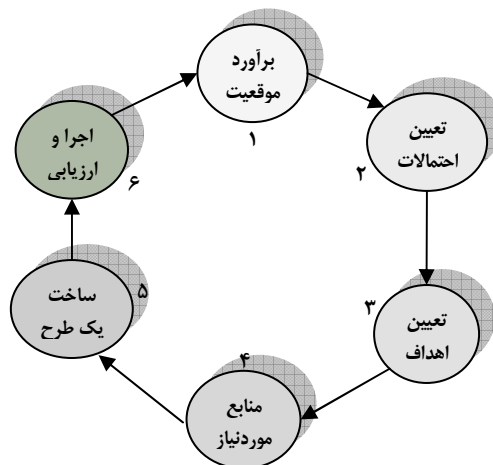
گفتار دوم - تصمیم‌گیری بحران

تصمیم‌گیری^۲ از مهم‌ترین فعالیت‌ها در زندگی فردی و جمعی انسان است. ماهیت تصمیم‌گیری انتخاب و گزینش است و انسان‌ها همواره در حال انتخاب هستند. مدیران

1. Pai 2. decision making

و سیاستگذاران اهمیت تصمیم را بیش از دیگران احساس و درک می‌کنند. تصمیم‌گیران برای پاسخ به پرسش‌هایی مانند موارد زیر، باید دست به انتخاب بزنند: چه چیزی به چه مسئله‌ای تبدیل شود؛ چه اطلاعاتی گزینش شود؛ کدام راهبرد و سیاست انتخاب شود؛ اهداف و ابزارها چیست؛ اجرا و ارزیابی چگونه باشد؟ در واقع سیاستگذاران و تصمیم‌گیران با انتخاب نقطه یا نقاطی از زمان، مکان و موقعیت‌ها به تخصیص ارزش‌ها می‌پردازند و به همین دلیل تصمیم‌گیری را می‌توان تخصیص ارزش‌ها تعریف کرد (پارسونز^۱، ترجمه ملک‌محمدی، ۱۳۸۵، ص ۱۷ و صص ۲۸۱-۱۷۳). به دلیل گستره موضوع تصمیم‌گیری، رهیافت‌های مختلفی در تعریف و تبیین فرایندهای تصمیم‌گیری شکل گرفته است. برای مثال، در یکی از الگوهای حل مسئله^۲ می‌توان شکل ۱ را پیگیری کرد:

شکل ۱- چرخه مراحل تصمیم‌گیری در بحران (الگوی حل مسئله)



هریک از مراحل فوق حاوی مسائل و پرسش‌های ریزتری است که مدیریت تصمیم‌گیری باید به آنها پاسخ دهد. مسلم این است که تصمیم‌گیری، فرایند و مجموعه‌ای از مراحل عینی و ذهنی است.

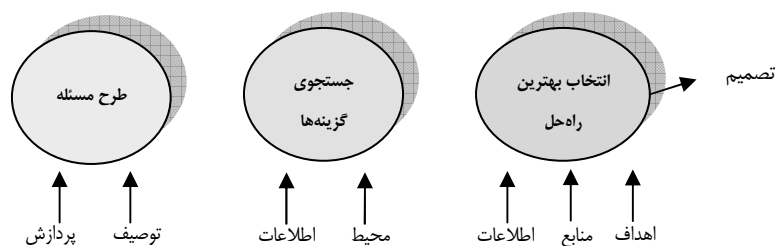
1. Parsons

2. problem-solving model

به عبارت دیگر، تصمیم‌گیر برای حل یک مسئله یا تغییر یک وضعیت، در تعامل بین واقعیات عینی و برداشت‌ها و قضاوت‌های خود دست به انتخاب می‌زند. شاید بتوان مراحل کلی و اساسی فرایند تصمیم‌گیری را به شکل زیر تعیین کرد:

۱. طرح مسئله: در این مرحله، برخی وقایع و حوادث خارجی در ادراک تصمیم‌گیر به عنوان معضل یا مسئله‌ای که حل آن لازم است، پدید می‌آیند.
۲. جستجوی گزینه‌ها و راه‌حل‌ها: در این مرحله، تصمیم‌گیر راه‌های گوناگونی را برای حل مسئله در نظر می‌گیرد. بدیهی است این اقدام با توجه به اطلاعات قابل دسترس و محیط تصمیم‌گیری انجام می‌شود.
۳. انتخاب بهترین راه‌حل: مهم‌ترین نقطه فرایند تصمیم‌گیری، انتخاب اصلی و اساسی در گزینش راه‌حل نهایی است. در این مرحله، علاوه بر اطلاعات پیشین، باید به میزان توانایی و منابع قدرت تصمیم‌گیر، اهداف، شیوه‌ها، ابزارهای در دسترس و امکان اجرای تصمیم توجه شود.

شکل ۲- مراحل کلی و اساسی فرایند تصمیم‌گیری



شرایط خاص بحرانی، ویژگی‌ها و ملاحظات نیز با خود به همراه دارد که می‌تواند بر انتخاب‌های تصمیم‌گیران مؤثر باشد.

۱. فشار شدید بر تصمیم‌گیران: ویژگی‌های بحران ذهن تصمیم‌گیران را به شدت تحت فشار قرار می‌دهد تا سرعت و دقت را در بالاترین مراتب انتخاب خود اعمال کنند. مدیران بحران باید با روش‌ها و مهارت‌های روان‌شناختی که در کنترل اضطراب و فشار در موقعیت‌های تصمیم‌گیری مؤثر هستند، آشنا باشند (فلین^۱، ۲۰۰۵، صص ۸-۶).
۲. بالا بودن هزینه‌های تصمیم‌گیری: هر نوع تصمیم‌گیری می‌تواند خطاها یا

هزینه‌هایی را دربر داشته باشد، اما هزینه‌های تصمیم‌گیری در بحران بسیار بالاست (برچر، ترجمه قریشی، ۱۳۸۲، ج ۱، ص ۱۲۳).

۳. **نیاز به اجماع و قاطعیت:** درجه اجماع در شرایط تصمیم‌گیری اهمیت زیادی دارد، اما در شرایط بحرانی بویژه هرچه زمان کوتاه‌تر باشد، اجماع و قاطعیت در تصمیم‌گیران بیش از هر شرایط دیگری ضروری است (رابینسون، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۷۸، ص ۱۲۲).

۴. **محدودیت‌های تصمیم‌گیری:** کوتاه بودن زمان پاسخگویی به تهدید و نگرانی‌های فوری تصمیم‌گیران موجب می‌شود تصمیم‌گیری با محدودیت‌هایی روبه‌رو شود. در شرایط بحرانی، مدیریت سنجیده‌تر و دقیق‌تر عمل می‌کند اما محدودیت‌هایی چون اطلاعات ناکافی، راه‌حل‌های محدود و در شرایط شدید بحرانی، کمبود اعتماد و محدود شدن مشاوران وفادار، تصمیم‌گیری را با دشواری روبه‌رو می‌سازد (برچر، ترجمه بلوچی، ۱۳۸۲، ج ۲، ص ۱۲۵). در هر حال، ویژگی‌های یادشده در کنار سایر ملاحظات، تصمیم‌گیری در شرایط بحران را سخت‌تر و حساس‌تر می‌سازد. از سوی دیگر، شروع یک بحران ممکن است به نقاط دیگر یعنی کاهش یا افزایش یا خاتمه بحران منتهی شود. تمایل تصمیم‌گیران و طرف‌های بحران به انتخاب هر یک از نقاط یادشده می‌تواند جهت‌گیری تصمیم‌گیری را مشخص سازد. عقب‌نشینی، چانه‌زنی، سازش و مذاکره، افزایش خشونت، اقدامات تحریک‌کننده و ... از انتخاب‌های مختلف تصمیم‌گیران در شرایط بحرانی است (برچر، ترجمه بلوچی، ۱۳۸۲). بدیهی است حوزه تصمیم‌گیری در انتخاب‌های خود تحت‌تأثیر عوامل گوناگونی قرار می‌گیرد که علاوه بر واقعیات، خود بر چگونگی شکل‌گیری ارزیابی‌ها و قضاوت‌های تصمیم‌گیران در مراحل مختلف بحران مؤثرند.

گفتار سوم - تأثیر رسانه بر تصمیم‌گیری در بحران

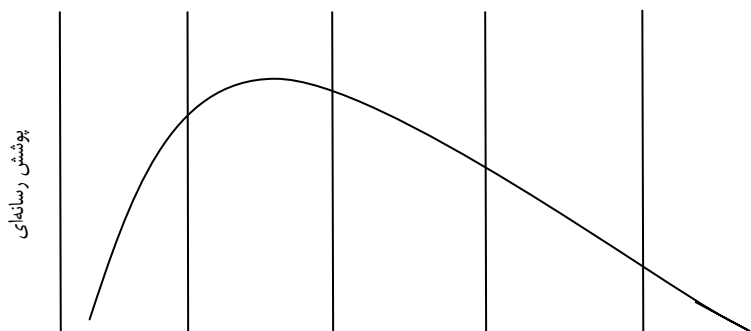
بررسی نقش رسانه در بحران‌ها به اشکال گوناگون قابل طرح است. برخی محققان با استفاده از الگوی چرخه حیات بحران^۱ و مطالعات موردی، نقش رسانه‌ها را در مراحل زیر توضیح داده‌اند (هاول^۲ و میلر^۳، ۲۰۰۶، ص ۳).

1. crisis life cycle

2. Hawell

3. Miller

نمودار ۱- نقش رسانه‌ها در تصمیم‌گیری به هنگام بحران



حل یا اصلاح رسانه بر حل بازخوانی و آموزش: تیز کردن رسانه مسئله آماده‌سازی رسانه: کشف علایم: پیدا مسئله اصلی یا انتقال آن به رسانه بر تعیین اصلی را از سایر مسائل تمرکز بر یک زمینه کردن زمینه‌هایی که وضعیت پنهان متمرکز مسئولیت و سرزنش جدا می‌کند تا موضوع اصلی را آغاز می‌کند. می‌توانند پوشش یک بحران را توجیه کنند. اصلی بحران را توضیح اصلی بحران را توضیح دهد.

درواقع در الگوی فوق، همراهی رسانه در مراحل مختلف بحران و کارویژه‌های آن در این مراحل مورد توجه قرار گرفته است. در نمودار، بیشترین فعالیت و کارکرد رسانه در ساخت و پردازش مسائل نمایش داده شده است. این مسئله، از سوی دیگر به تصمیم‌گیری در بحران ارتباط پیدا می‌کند. درواقع، ترکیب مدل و فوق مدل‌های مشابه با الگوهای فرایند تصمیم‌گیری می‌تواند ملاحظات را در زمینه نقش رسانه‌ها برجسته سازد:

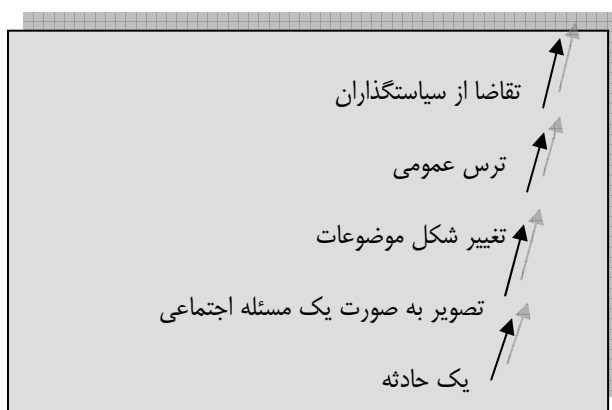
۱. مسئله‌سازی و مسئله‌سوزی

همان‌گونه که گفته شد، اولین مرحله از مراحل تصمیم‌گیری، طرح مسئله است. از منظر سازنده‌گرایی، مسئله، در فرایند برچسب‌زنی تولید می‌شود (پارسونز، ترجمه ملک‌محمدی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۵). درواقع، مسئله‌عنوانی را پیدا می‌کند که بر یک مشکل، معضل یا نیاز دلالت دارد.

رسانه‌ها در تولید و ایجاد مسائل نقش مهمی دارند، زیرا توانایی‌های فنی گوناگون این امکان را به آنها می‌دهد که با بزرگ‌نمایی، حساس کردن، تقویت کردن، تکرار یک کد یا عنوان، ایجاد ترس و اضطراب و ... سیاستگذاران را تحت فشار قرار دهند تا با یک حادثه یا واقعه به عنوان یک مسئله برخورد کنند (فلین، ۲۰۰۵، ص ۶).

برخی، این فرایند را به صورت شکل ۳ نمایش داده‌اند (پارسونز، ترجمه ملک‌محمدی، ۱۳۸۵، ص ۱۶۶):

شکل ۳- نقش رسانه‌ها در تولید بحران



اگرچه به ظاهر رسانه‌ها اخبار را تولید می‌کنند و اشاعه می‌دهند، در واقع ظرفیت‌های رسانه در حال تولید مسائل است. یکی از ویژگی‌های مسئله این است که باید در چرخه تصمیم‌گیری، بررسی و حل شود. در مقابل، ممکن است رسانه‌ها در فرایند تصمیم‌گیری با کوچک‌نمایی، از میان بردن حساسیت جلب توجه به نقاط دیگر و ... در جهت خارج کردن یک مسئله از دستور کار تصمیم‌گیری اقدام کنند یا به دلیل تحت فشار قرار دادن مدیریت بحران، آن را بی‌نیاز از تصمیم‌گیری بدانند. همسویی کردن یا همسویی نکردن رسانه با قدرت حاکم و منافع تصمیم‌گیران نیز باید مورد توجه قرار گیرد. در مواردی، رسانه‌ها هم‌جهت با تصمیم‌گیران، در ایجاد و استمرار بحران مؤثر واقع می‌شوند و با ایجاد نفرت از دشمن (پیش از جنگ) و ساختن چهره نامطلوب از آن نقش‌آفرینی می‌کنند (کمالی اردکانی، ۱۳۸۰، ص ۱۷۲).

۲. جستجوی گزینه‌ها و راه‌حل‌ها

بخش دیگری از فرایند تصمیم‌گیری به طرح، بررسی و انتخاب گزینه‌ها و راه‌حل‌ها ارتباط دارد. تصمیم‌گیران در مراحل ابتدایی مدیریت بحران، با جمع‌آوری و تجزیه و

تحلیل اطلاعات سعی می‌کنند دامنه مشورت‌های خود را گسترش دهند، البته هرچه به نقاط بالاتر بحران نزدیک شویم، دایره مشاوره‌ها نیز محدودتر می‌شود (برچر، ترجمه بلوچی، ۱۳۸۲، ج ۲، ص ۱۲۵).

کارکرد مثبت رسانه‌ها در چنین شرایطی این است که با استفاده از شبکه‌های دریافت اخبار و اطلاعات، دیدگاه‌های کارشناسان برجسته در مسئله بحران را طرح، نقد و ارائه کنند، به نحوی که تصمیم‌گیران و حلقه‌های مشاوره آنها بتوانند از این دیدگاه‌ها بهره ببرند. البته بدیهی است در شرایط بحرانی، زمان و سنجیدگی دیدگاه‌ها بسیار اهمیت دارد. کارکرد منفی رسانه‌ها نیز این است که در جستجوی راه‌حل‌ها، کمترین همکاری را با تصمیم‌گیران داشته باشند یا حتی با طرح اختلاف‌ها و قطبی کردن فضای تصمیم‌گیری، امکان تصمیم‌گیری مناسب را کاهش دهند (ره‌پیک، ۱۳۸۰، ص ۲۵۴).

در برخی از کشورها، رسانه‌ها بویژه مطبوعات، با شناسه جناحی بودن و اپوزیسیون^۱ مشربی (تاجیک، ۱۳۸۰، ص ۵۷) بیشتر بر برخوردها، اختلاف‌ها و رسوایی‌ها تأکید دارند تا صلح، ثبات، تداوم و وفاق (عطارزاده، ۱۳۸۰، ص ۲۶). در برخی از موارد رسانه‌ها به دلیل عملکرد غیرحرفه‌ای و بی‌توجهی به رسالت‌های خود به رسانه‌های خصوصی تبدیل می‌شوند و با قلب واقعیت‌ها تنها از منافع پشتیبانان خود دفاع می‌کنند. به همین دلیل پیشنهادهایی در خصوص تصویب قوانین برای مبارزه علیه تعارض منافع در رسانه‌های جمعی مطرح شده است. در بیان عناصر بحران اشاره شد که تهدید ارزش‌های اساسی، در درک یک بحران کاملاً مؤثر است، حال اگر تلقی حوزه تصمیم‌گیری از ارزش‌ها و تهدید آنها مخدوش و مبهم شود، درک بحران و پیدا کردن راه‌حل‌ها دشوار می‌گردد.

رسانه از طریق افکار عمومی یا افکار نخبگان و یا به‌طور مستقیم با تأثیر بر ذهن تصمیم‌گیران می‌تواند با ایجاد تردید در ارزش‌های مورد تهدید یا طرح ارزش‌های متفاوت، تصمیم‌گیری را با دشواری مواجه کند.

مسئله دیگر در بخش راه‌حل‌ها و گزینه‌ها، بررسی و پیش‌بینی پیامدها و آثار بحران است. این امر در چگونگی انتخاب گزینه‌ها و تنوع آنها مؤثر است. رسانه‌ها (بویژه

مطبوعات و تحلیل‌گران آنها) به دلیل طبیعت حرفه‌ای خود، به پیش‌بینی و تحلیل وضعیت‌های غیرقطعی علاقه‌مندند و به‌طور معمول با علایمی کوچک به مفاهیمی همچون بی‌ثباتی و بحران می‌پردازند (ساندرز، ترجمه پژوهش‌شکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۰، ص ۱۰۸). ممکن است این تحلیل‌ها در قالب هشدار به تصمیم‌گیران اعلام شود. البته طراحی سازوکارهای ارتباطاتی بین رسانه‌ها، مدیران و تصمیم‌گیران عالی بحران مسئله مهمی است که اعتبار آن را می‌توان از طریق بررسی تأثیر هشدارها بر تصمیمات مشاهده کرد (رابینسون، ترجمه پژوهش‌شکده مطالعات راهبردی، ۱۳۷۸، ص ۱۲۶).

۳. کنترل اقدامات دولت‌ها

تهدید ارزش‌های اساسی یک نظام در واقع تهدید امنیتی تلقی می‌شود و بحران‌های مهم، بحران‌های امنیتی هستند. از آنجا که امنیت مهم‌ترین ارزش یا منفعت هر واحد به‌شمار می‌رود، پرداخت بالاترین هزینه برای حفظ آن طبیعی است؛ هزینه‌هایی که ممکن است به حقوق اشخاص نیز ارتباط پیدا کند. به‌طور معمول در چنین شرایطی دولت‌ها به راحتی، با استناد به «امنیت»، محدودیت‌ها و محرومیت‌هایی را ایجاد می‌کنند. به‌عبارت دیگر، شرایط بحرانی، تقدم امنیت بر آزادی‌ها را توجیه می‌کند (ساندرز، ترجمه پژوهش‌شکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۰).

البته این قاعده کلی، عقلایی و صحیح است و بیشتر مقررات بین‌المللی و داخلی نیز چنین اولویتی را پیش‌بینی کرده‌اند، اما تشخیص مصادیق و رعایت حدود اعمال این قاعده ممکن است مورد سوءاستفاده یا بی‌توجهی دولت‌ها قرار گیرد. جمع بین آزادی بیان، آزادی جریان اطلاعات و ایجاد اطمینان برای رسانه‌ها در مقابل برخی اقدامات پیشگیرانه یا کنترلی مانند لزوم مشاوره با مدیریت بحران پیش از انتشار اخبار و اطلاعات مربوط، می‌تواند به عنوان راه‌حل مشکل یادشده مطرح شود (پیتر^۱، ۱۹۹۶، ص ۱۱۴).

در جریان جنگ خلیج فارس (۱۹۹۱) پنتاگون^۲، با ساماندهی جریان اخبار، دسترسی گزارشگران، عکاسان و رسانه‌ها را به‌طور کامل محدود و سانسور کرده بود، حتی تولید خبرها نیز از سوی پنتاگون سازماندهی می‌شد. به همین دلیل پس از جنگ مشخص شد

1. Peter

2. Pentagon

که بسیاری از خبرها، نادرست و دروغ بوده‌اند. به تعبیر برخی از نویسندگان، در دوره جنگ خلیج، تلویزیون به پنتاویزیون تبدیل شده بود (ساندرز، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، ۱۳۸۰). چنانچه رسانه‌ها به وظایف حرفه‌ای خود عمل کنند، حدود مصالح عمومی و امنیت و نظم، مشخص‌تر می‌شود و دولت‌ها در شرایط بحرانی بیشتر مراقب رفتار و اطلاع‌رسانی خود خواهند بود. وجود رسانه‌های جهانی و خارج از کنترل دولت‌ها نیز می‌تواند از این جهت آثار مثبتی داشته باشد، هرچند در بسیاری از موارد رسانه‌های مشهور و معتبر جهانی تحت تأثیر قدرت‌های بزرگ و دولت‌های خود به انعکاس واقعی مطالب نمی‌پردازند و همین امر درجه اعتبار و شهرت آنها را مخدوش می‌سازد. بنابراین، در شرایط بحران، رسانه‌های داخلی کشورها باید ضمن رعایت مصالح ملی، براساس موازین و مقررات به وظایف حرفه‌ای خود در پخش و انتشار اخبار تأثیرگذار بر افکار عمومی، نخبگان و تصمیم‌گیران عمل کنند.

۴. آسیب‌پذیری در رسانه‌های شبکه‌ای

فناوری اطلاعاتی و ارتباطی علاوه بر نکات مثبت، از برخی جنبه‌های منفی نیز برخوردار است. از جمله مهم‌ترین جنبه‌های منفی، آسیب‌پذیری نظام‌های ارتباطی نسبت به امکان دسترسی به اطلاعات، تخریب، رهگیری و تغییر در برنامه‌هاست (آلبرتز^۱ و پاپ^۲، ترجمه آبادی و نخجوانی، ۱۳۸۵، ص ۴۶). این آسیب، به کشورهای ضعیف یا بسیار قدرتمندی که به‌شدت به نظام‌های ارتباطی و شبکه‌ای وابسته هستند، وارد می‌شود. سرعت انتقال و انعطاف‌پذیری گردش اطلاعات به نحوی که هر کس بتواند در صورت نیاز به آن دسترسی پیدا کند، از ویژگی‌های رسانه‌های شبکه‌ای است که در شرایط بحرانی می‌تواند اطلاعات مورد نیاز تصمیم‌گیران را در معرض خطر قرار دهد. از سوی دیگر، رسانه‌های جدید مانند اینترنت به‌مثابه ابزار بحران‌ساز نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند. بهره‌برداری تروریست‌ها و مجرمان از رسانه‌ها، بویژه رسانه‌های شبکه‌ای از بزرگ‌ترین مشکلات دولت‌هاست (لاکو^۳ و ریچاردسون^۴، ۲۰۰۷، ص ۱).

1. Alberts 2. Pop 3. Lachow

4. Richardson

۵. بحران‌های توسعه

دوران توسعه بویژه توسعه سیاسی از نظر برخی نویسندگان، دورانی بحرانی تلقی می‌شود. گذار از وضع نامطلوب به مطلوب، نیازمند حرکتی متعادل است. چنانچه در این مسیر بین مهم‌ترین ارکان توسعه، یعنی تقاضای برابری، توسعه نهادها و توانمندی و ظرفیت مدیریت، تعادل برقرار نشود - که به‌طور معمول همین‌گونه است - بحران‌هایی مانند هویت، مشروعیت یا مشارکت بروز می‌کند (پای و دیگران، ترجمه خواجه‌سروی، ۱۳۸۰، صص ۴۵۰-۴۴۹). کنترل این بحران‌ها از طریق روش‌هایی که نظام را به تعادل نزدیک‌تر می‌کند، ممکن است، اما در صورتی که چنین امری تحقق نیابد، بحران‌ها تشدید می‌شوند و به بی‌ثباتی و سایر تغییرات اساسی می‌انجامند. رسانه‌ها از یک‌سو می‌توانند به تعادل یادشده کمک کنند و از سوی دیگر خود نیز باید در چارچوب تعادل تعریف شوند.

در دوره بحران‌های توسعه که از استمرار برخوردار هستند و در فرایندهای تدریجی سیاسی-اجتماعی قرار می‌گیرند، اصل تعادل درخصوص رسانه‌ها نیز اعمال می‌شود. تأثیر رسانه‌ها بر مطالبات مساوات‌طلبانه باید هماهنگ با ظرفیت‌ها باشد، ضمن آنکه رسانه‌ها می‌توانند در فرایند تخصصی شدن و انفکاک نهادها به تصمیم‌گیران کمک کنند و با طرح دیدگاه‌های کارشناسان، راه‌حل‌هایی را که منجر به افزایش ظرفیت حاکمیت می‌شود، ارائه دهند.

نتیجه‌گیری

رسانه‌ها، بویژه رسانه‌های جمعی در جهان معاصر، به عنوان بازیگرانی مهم و مؤثر در عرصه‌های مختلف حیات بشری شناخته می‌شوند. نقش رسانه‌ها در تصمیم‌گیری‌های بزرگ در سطح ملی و فراملی غیرقابل انکار است. به همین دلیل مراحل گوناگون فرایند تصمیم‌گیری متأثر از رفتار رسانه‌هاست. کارویژه‌های خاص رسانه‌ها (بویژه برخی از آنها مانند رادیو و تلویزیون و مطبوعات) می‌تواند تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی را در جهت کاهش، تشدید یا خاتمه بحران تسهیل کند.

شهرت و اعتبار رسانه نیز متغیری است که نفوذ و تأثیر آن را بر افکار عمومی، افکار نخبگان و ذهن تصمیم‌گیران دوچندان می‌کند. از سوی دیگر، رسانه‌های داخلی یا خارجی با توجه به میزان همسویی یا تعارض با واحد یا واحدهای درگیر بحران می‌توانند

سمت و سوی تصمیم‌گیری را تقویت کنند یا برعکس، مورد چالش قرار دهند. توانایی برچسب‌زنی یا ساخت مسئله در فرایند تصمیم‌گیری و همچنین خارج کردن یک مسئله از این فرایند، از جمله نقش‌های مهم رسانه در حوزه تصمیم‌گیری بحران است. تصمیم‌گیران در برابر فشار رسانه‌ها در حوزه مسائل بحرانی، در معرض خطا و اشتباه هستند، اما همین امر باعث می‌شود دولت‌ها و تصمیم‌گیران عالی احساس کنند بازیگران دیگری نیز وجود دارند که می‌توانند قدرت و تصمیمات آنها را تحت‌تأثیر خود قرار دهند و این مسئله خود، به نوعی سازوکار نظارتی و کنترلی تبدیل می‌شود. توجه به منافع خصوصی و عملکرد غیرحرفه‌ای رسانه‌ها بویژه در شرایط بحرانی، در امر تصمیم‌گیری آثار منفی به دنبال دارد. این نوع رفتار رسانه‌ای، دولت‌ها را در برابر اعمال محدودیت و سانسور رسانه‌ها بیش از پیش تحریک می‌کند. نتیجه این اقدام آن است که رسانه کارکرد و نقش‌های مهم خود را از دست می‌دهد. بهترین راه‌حل در شرایط بحرانی این است که دولت‌ها نقش رسانه‌ها را در تأثیرگذاری بر افکار، اطلاع‌رسانی و جریان آزاد اطلاعات به رسمیت بشناسند و رسانه‌ها نیز با توجه به ویژگی‌های حرفه‌ای خود عمل کنند. در عین حال، دولت‌ها و تصمیم‌گیران باید با توصیه‌های بیشتر پیشگیرانه و کمتر مقابله‌ای، رسانه‌ها را از خطوط قرمز اطلاعات و تصمیم‌گیری در شرایط بحرانی آگاه سازند.

منابع

- آلبرتز، دیویدس؛ پاپ، دانیل س. (۱۳۸۵). *گزیده‌ای از عصر اطلاعات: الزامات امنیت ملی در عصر اطلاعات*. ترجمه علی‌آبادی و رضا نخجوانی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- برچر، مایکل. (۱۳۸۲). *بحران در سیاست جهان: ظهور و سقوط بحران‌ها (ج ۱)*. ترجمه میرفریدین قریشی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- برچر، مایکل. (۱۳۸۲). *بحران در سیاست جهان: یافته‌ها و مطالعات موردی (ج ۲)*. ترجمه حیدرعلی بلوچی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- برچر، مایکل؛ ویکلنفلد، جان‌اتان. (۱۳۸۲). *بحران، تعارض و بی‌ثباتی*. ترجمه علی صبحدل، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

- پارسونز، واین. (۱۳۸۵). مبانی سیاست‌گذاری عمومی و تحلیل سیاست‌ها (ج ۱ و ۲). ترجمه حمیدرضا ملک‌محمدی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- پای، لوسین و دیگران. (۱۳۸۰). بحران‌ها و توالی‌ها در توسعه سیاسی. ترجمه غلامرضا خواجه سروی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- تاجیک، محمدرضا. (۱۳۸۰). رسانه، وانموده و امنیت: آسیب‌شناسی رسانه‌ها در ایران امروز، مجموعه مقالات همایش رسانه و ثبات سیاسی-اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- رابینسون، جیمز. (۱۳۷۸). بحران، در گزیده مقالات سیاسی-امنیتی ج ۱، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران: مترجم
- ره‌پیک، حسن. (۱۳۸۰). حقوق امنیتی، کنترل اجتماعی و رسانه‌ها، مجموعه مقالات همایش رسانه و ثبات سیاسی-اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- ساندرز، دیوید. (۱۳۸۰). الگوهای بی‌ثباتی سیاسی. ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران: مترجم.
- عطارزاده، مجتبی. (۱۳۸۰). مطبوعات و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران، مجموعه مقالات همایش رسانه و ثبات سیاسی-اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- کمالی‌اردکانی، علی‌اکبر. (۱۳۸۰). کارکرد امنیتی مطبوعات: بررسی تطبیقی چند رویداد سیاسی، مجموعه مقالات همایش رسانه و ثبات سیاسی-اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران. تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.

Buzan, Barry; Waeber, Ole & Wilde, Jaap de. (1998). **Security, A New Framework for Analysis**. London: Lynne Rienner Publishers.

Flin, Rhona. (2005). **Managing Crises in European**. Scotland, School of psychology, University of Aberdeen.

Howell, G.; Millr, R. (2006). **How the Relationship Between the crisis life Cycle and mass Media Content Can Better Inform Crisis Communication**, Retrieved from: <http://praxis.Massey.As.Nz/prism>.

Lachow, I. & Richardson D. (2007). **Terrorist Use of the Internet**, Joint force Quarterly, 2nd quarter, Retrieved from www.au.af.mil/au/awc

Mor, Ben D. (1993). **Decision and Interaction in Crisis**. London: Praeger publishers.

Peter, Carey. (1996). **Media Law**: London, Sweet & Maxwell. **Wikipedia encyclopedia**, Retrieved from www.Wikipedia.org/wiki/Crisis_management
Wikipedia-Crisis Management. Retrieved from wikipedia.org/wiki/Crisis-Management-Initiative

