



دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت رسانه

تدوین راهبردهای مدیریت رسانه‌ای بحران هسته‌ای
در سیمای جمهوری اسلامی ایران

دانشجو :

احمد امین فرد

استاد راهنما:

دکتر عبدالعلی علی‌عسگری

استاد مشاور:

دکتر علی دارابی

تابستان ۱۳۹۲

چکیده

هدف این تحقیق، دستیابی به مطلوب‌ترین راهبردهای مدیریت رسانه‌ای بحران انرژی هسته‌ای در سیمای جمهوری اسلامی ایران با تاکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران می‌باشد. با توجه به ارزیابی محیط داخلی و خارجی، سناریوی تداوم وضع موجود از بین سه سناریوی محتمل برای این تحقیق برگزیده شد. این راهبردها به سیمای جمهوری اسلامی ایران این امکان را می‌دهد که با توجه به نظریه قدرت هوشمند، از بحرانی شدن مسأله هسته‌ای در آینده، تا حد امکان جلوگیری کرده و به افزایش قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران کمک نماید.

این تحقیق با استفاده از روش دلفی، طی سه مرحله و با بهره‌گیری از الگوی برنامه‌ریزی استراتژیک انجام شد. به همین منظور برای دستیابی به اهداف تحقیق از نظرات خبرگان در این حوزه (مدیران ارشد سازمان صدا و سیما و وزارت امور خارجه، اساتید و نخبگان رشته‌های علوم سیاسی و روابط بین‌الملل و علوم ارتباطات و مدیریت رسانه) کمک گرفته شد. نتیجه این تحقیق نشان داد راهبردهای رقابتی مناسب‌ترین راهبردها برای سیما جهت مدیریت رسانه‌ای بحران هسته‌ای می‌باشند. در انتها راهبردهای رقابتی تدوین شده برای سیما اولویت‌بندی شدند و مهمترین راهبرد این تحقیق «فرهنگ‌سازی در مورد تبدیل موضوع هسته‌ای به موضوعی فرا جناحی، ملی و حتی فراملی از طریق برنامه‌سازی و مستندسازی و گزارش خبری در باب افشاگری سیاسی عمل کردن نهادهای بین‌المللی و گزینشی عمل کردن آن در مقابل جمهوری اسلامی ایران همچون سازمان ملل متحد، آژانس بین‌المللی انرژی هسته‌ای است» می‌باشد، که به خوبی با راهبرد فوق‌فعال در مدیریت رسانه‌ای بحران و نظریه قدرت هوشمند مطابقت دارد.

کلید واژه‌ها: راهبرد، مدیریت رسانه‌ای بحران، بحران انرژی هسته‌ای، قدرت هوشمند، سیمای جمهوری اسلامی ایران.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱	فصل اول : کلیات تحقیق.....
۲	۱ - ۱ - مقدمه.....
۴	۲ - ۱ - طرح مسأله.....
۶	۳ - ۱ - ضرورت و اهمیت تحقیق.....
۷	۴ - ۱ - اهداف تحقیق.....
۸	۵ - ۱ - سوالات تحقیق.....
۸	۶ - ۱ - فرضیه‌های تحقیق.....
۸	۷ - ۱ - تعریف مفاهیم و اصطلاحات.....
۱۲	فصل دوم : مبانی نظری تحقیق.....
۱۳	۱ - ۲ - مقدمه.....
۱۳	۲ - ۲ - بررسی تحقیقات پیشین.....
۱۳	۱ - ۲ - ۲ - تحقیقات پیشین داخلی.....
۱۶	۲ - ۲ - ۲ - تحقیقات پیشین خارجی.....
۱۸	۳ - ۲ - بخش دوم : ادبیات تحقیق.....
۱۸	۱ - ۳ - ۲ - مفهوم بحران.....
۲۰	۲ - ۳ - ۲ - حجم بحران.....
۲۱	۳ - ۳ - ۲ - رویکردها به بحران.....

- ۲۳ ۴ - ۳ - ۲ - فرایند شکل‌گیری بحران.
- ۲۴ ۵ - ۳ - ۲ - فرآیند مدیریت بحران.
- ۲۵ ۶ - ۳ - ۲ - الگوی میتراف و به پیرسون.
- ۲۵ ۷ - ۳ - ۲ - الگوی مک کانکی.
- ۲۶ ۸ - ۳ - ۲ - الگوی لچات.
- ۲۶ ۹ - ۳ - ۲ - الگوی لیتل جان.
- ۲۷ ۱۰ - ۳ - ۲ - الگوی جامع مدیریت بحران.
- ۲۸ ۱۱ - ۳ - ۲ - مرحله پیش از بحران.
- ۲۸ ۱۲ - ۳ - ۲ - مرحله شروع بحران.
- ۲۹ ۱۳ - ۳ - ۲ - مرحله حین بحران.
- ۲۹ ۱۴ - ۳ - ۲ - مرحله پس از بحران.
- ۳۰ ۱۵ - ۳ - ۲ - ارتباط جمعی.
- ۳۱ ۱۶ - ۳ - ۲ - ساخت رسانه‌ها.
- ۳۱ ۱۷ - ۳ - ۲ - ویژگی اساسی رسانه‌ها.
- ۳۳ ۱۸ - ۲ - ۲ - اثرات رسانه‌ها.
- ۳۴ ۱۹ - ۳ - ۲ - نقش و کارکرد رسانه‌ها.
- ۳۶ ۲۰ - ۳ - ۲ - رسانه و بحران.
- ۳۷ ۲۱ - ۳ - ۲ - تیغ دولبه؛ بحران‌زایی یا بحران‌زدایی.
- ۳۷ ۲۲ - ۳ - ۲ - رابطه بحران و پیام.

- ۲۳ - ۳ - ۲ - نقش رسانه در مدیریت بحران از دیدگاه نظری..... ۳۹
- ۲۴ - ۳ - ۲ - انواع راهبردهای رسانه‌ای در مواجهه با بحران..... ۴۱
- ۲۵ - ۳ - ۲ - نقش رسانه در مراحل مدیریت بحران..... ۴۳
- ۲۶ - ۳ - ۲ - سیر تکاملی برنامه هسته‌ای ایران..... ۴۵
- ۲۷ - ۳ - ۲ - چالش‌های مهم پیش روی جمهوری اسلامی ایران..... ۴۷
- ۲۸ - ۳ - ۲ - مطالعه تطبیقی رویکردهای آمریکا و اسرائیل در قبال موضوع هسته‌ای ایران (۲۰۰۸-
۲۰۱۲)..... ۵۲
- ۲۹ - ۳ - ۲ - صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران و مسأله هسته‌ای..... ۶۱
- ۴ - ۲ - نظریه‌های مربوط به موضوع تحقیق..... ۶۳
- ۵ - ۲ - چارچوب نظری تحقیق..... ۶۶
- فصل سوم: روش تحقیق..... ۷۲
- ۳-۱- ضرورت انتخاب یک روش تحقیق مناسب..... ۷۳
- ۳-۲- ویژگی‌های مورد انتظار از یافته‌های تحقیق..... ۷۳
- ۳-۳- برخی از ویژگی‌های روش دلفی..... ۷۴
- ۳-۴- نظری بر تاریخچه و دلایل شکل‌گیری دلفی..... ۷۶
- ۳-۵- مراحل اجرایی یک مطالعه دلفی..... ۷۶
- ۳-۵-۱- انتخاب کارشناسان..... ۷۷
- ۳-۵-۲- تنظیم پرسشنامه..... ۷۸
- ۳-۶- انواع سئوالات پرسشنامه دلفی..... ۷۹

۷۹ ۳-۷- روند تهیه پرسشنامه تحقیق
۸۰ ۳-۸- بازخورد و تحلیل پرسشنامه‌ها(وفاق)
۸۱ ۳-۹- انواع روش های دلفی
۸۱ ۳-۹-۱- دلفی کلاسیک
۸۲ ۳-۹-۲- دلفی سیاست
۸۳ ۳-۹-۳- دلفی تصمیم
۸۴ ۳-۹-۴- دلفی گروه/ کارگاه کارشناسی
۸۵ ۳-۱۰- اعتبار روش دلفی
۸۷ ۳-۱۱- پایایی روش دلفی
۸۸ ۳-۱۲- روش انجام این تحقیق
۸۹ ۳-۱۳- اعتبار و پایایی در این تحقیق
۹۰ فصل چهارم: یافته‌های تحقیق
۹۱ ۴- ۱- مراحل تدوین استراتژی
۹۱ ۴- ۱- ۱- مرحله شروع
۹۱ ۴- ۱- ۱- ۱- چشم‌انداز
۹۷ ۴- ۱- ۱- ۲- مأموریت
۱۰۳ ۴- ۱- ۲- مرحله ورودی
۱۰۳ ۴- ۱- ۲- ۱- بررسی عوامل داخلی
۱۱۵ ۴- ۱- ۲- ۲- بررسی عوامل خارجی

۱۲۷مرحله مقایسه. ۳- ۱- ۴-
۱۳۷مرحله تصمیم‌گیری. ۴- ۱- ۴-
۱۴۵فصل پنجم : نتیجه‌گیری.
۱۴۶نتایج تحقیق. ۱- ۵-
۱۵۶۱-۱-۵- تحلیل و تفسیر یافته‌ها با استفاده از نظریه‌های مربوط به تحقیق و چارچوب نظری تحقیق..
۱۶۰محدودیت‌های تحقیق. ۲- ۵-
۱۶۱پیشنهادات. ۳- ۵-
۱۶۴فهرست منابع و مآخذ.
۱۷۲ضمائم.

فهرست نگاره‌ها و نمودارها

صفحه	عنوان
۲۴	نگاره ۱ - ۲ . فرآیند شکل‌گیری بحران.....
۲۵	نگاره ۲-۲ . الگوی میتراف و پیرسون.....
۲۶	نگاره ۲-۳ . الگوی مک‌کانکی.....
۲۶	نگاره ۲-۴ . الگوی لجات.....
۲۷	نگاره ۲-۵ . الگوی لیتل جان.....
۲۷	نگاره ۲-۶ . الگوی چرخه مدیریت بحران.....
۳۷	نگاره ۲-۷ . تعامل «بحران - رسانه - جامعه».....
۴۲	نگاره ۲-۸ . انواع راهبردهای رسانه‌ای در مواجهه با بحران.....

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول ۳-۱ - ماتریس آنالیز SWOT	۶۵
جدول ۴-۱ - رتبه بندی چشم اندازها	۹۵-۹۶
جدول ۴-۲ - رتبه بندی مأموریت ها	۱۰۲-۱۰۳
جدول ۴-۳ - تعیین رتبه، ضریب و امتیازات نقاط قوت	۱۱۳-۱۱۴
جدول ۴-۴ - تعیین رتبه، ضریب و امتیازات نقاط ضعف	۱۱۴-۱۱۵
جدول ۴-۵ - تعیین رتبه، ضریب و امتیازات فرصت ها	۱۲۵-۱۲۶
جدول ۴-۶ - تعیین رتبه، ضریب و امتیازات تهدیدها	۱۲۶-۱۲۷
جدول ۴-۷ - تعیین استراتژی های SO	۱۲۸-۱۲۹
جدول ۴-۸ - تعیین استراتژی های ST	۱۲۹-۱۳۰
جدول ۴-۹ - تعیین استراتژی های WO	۱۳۱-۱۳۲
جدول ۴-۱۰ - تعیین استراتژی های WT	۱۳۲-۱۳۳
جدول ۴-۱۱ - ماتریس SWOT	۱۳۴-۱۳۷
جدول ۴-۱۲ - اولویت بندی استراتژی ها	۱۳۹-۱۴۳

فصل اول:
کلیات تحقیق

دولت‌ها به منظور بقا و ادامه حیات سیاسی و حضور فعال در عرصه روابط بین‌الملل در قرن ۲۱ ناگزیر به استفاده حداکثری از ظرفیت رسانه‌های خود می‌باشند. به عبارت روشن‌تر رسانه‌ها می‌توانند با عبور از مرزهای جغرافیایی و تاثیر بر نگرش انسان‌ها، رفتار سیاسی آن‌ها را مطابق با میل و نظر صاحبان رسانه تغییر دهند و در کمتر از چند ثانیه علائم و اشارات سیاسی و پیام‌های دیپلماتیک را به اقصی نقاط دنیا ارسال کنند. همچنین رسانه‌ها می‌توانند دولت‌ها را وارد جنگ کنند یا یک کشور را از مداخله نظامی در کشور دیگر برحذر دارند و بحران‌های سیاسی را مدیریت کنند. با توجه به اینکه در عصر انفجار اطلاعات و ارتباطات به سر می‌بریم و در جامعه جهانی امروز روابط پیچیده قدرت، حاکمیت دولت‌ها را هر چه بیشتر کم‌رنگ کرده است نظریه قدرت هوشمند مطرح شده است.

از دید نظریه‌پردازان، قدرت هوشمند در قرن ۲۱؛ «روایت قدرت هوشمند در قرن ۲۱، در مورد پیشینه ساختن قدرت یا حفظ سلطه نیست. این روایت در مورد یافتن راه‌هایی است برای ترکیب منابع و تبدیل آن‌ها به راهبرد موفقیت‌آمیز در زمینه‌ی توزیع قدرت و ظهور دیگران» (نای^۱، ۱۳۹۰: ص ۳۱۰). کشور ما نیز نیازمند ساز و کار «قدرت هوشمند»، متناسب با سند چشم‌انداز خود است.

بر طبق سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران، در حوزه‌ی سیاست خارجی و روابط بین‌الملل، بایستی شاخص‌های الهام‌بخش بودن و موثر بودن جمهوری اسلامی ایران در جهان اسلام و تعامل سازنده و موثر در جهان محقق گردد. (کمیسیون چشم‌انداز و نخبگان مجمع تشخیص مصلحت نظام، ۱۳۸۹)

از آنجا که در یک نگرش کلان، حصول به چنین موقعیتی، پیشاپیش مستلزم مطالعه و شناخت چالش‌های تاثیرگذار بر فرایند تبدیل ایران به قطب اقتصاد سیاسی و فرهنگی جهان اسلام و منطقه خاورمیانه است بر این اساس، مهمترین مسائل پیش روی جمهوری اسلامی ایران را می‌توان در شش محور عمده زیر توضیح داد:

- ۱ - مساله توسعه ایران در چهارچوب الگوی توسعه ایرانی اسلامی
- ۲ - مساله نحوه تعامل ایران با محیط بیرونی (به‌ویژه در زمینه انرژی هسته‌ای)
- ۳ - مساله بیداری اسلامی و خاورمیانه جدید در حال نضج
- ۴ - مساله ساختار جدید موازنه قدرت در خاورمیانه
- ۵ - مساله فشارهای اقتصاد سیاسی بین‌الملل در قالب تحریم‌های اقتصادی و تجاری
- ۶ - مساله رقابتهای جهانی قدرتهای بزرگ به‌ویژه در خاورمیانه (بازی بزرگ ژئوپلیتیک)

بر این اساس و در چهارچوب اهداف و سند چشم‌انداز، رسانه‌ی ملی نیز باید به تدوین راهبردهای کارآمد و موثری در عرصه‌های شش‌گانه مزبور و به‌ویژه در عرصه سیاست هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران

^۱. Nye

اقدام کند. در اینجا نکته‌ی اساسی آن است که کارایی و اثربخشی رسانه ملی در تمهید و تسهیل زمینه‌های حصول جمهوری اسلامی ایران به اهداف سند چشم‌انداز و مدیریت مسائل شش‌گانه فوق از جهتی در گروی میزان قدرت نرم و و بعبارت بهتر، قدرت هوشمند رسانه ملی است.

اساساً در چهارچوب تفکر استراتژیک اندیشمندان حوزه قدرت نرم در غرب (به‌ویژه جوزف نای) حصول به چنین قدرتی (نرم) متفاوت از روش و نظریه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران است. به عبارت دیگر، نوعی تفاوت میان مبنای منابع، اهداف و غایت قدرت نرم در اندیشه‌های راهبردی غرب و جمهوری اسلامی وجود دارد. این تفاوت را می‌توان اینگونه نشان داد؛

۱ - از دیدگاه جوزف نای ؛

الف) کشورهای دارای قدرت نرم و هوشمند خواهند بود که بر فرهنگ و اندیشه‌هایی مسلط می‌شوند که به هنجارهای غالب جهانی نزدیک‌ترند. (امروزه این هنجارها بر لیبرالیسم، تکثرگرایی و استقلال حکومت تکیه دارند).

ب) کشورهایی که بیشترین دسترسی را به راه‌های متعدد ارتباطاتی دارند و به همین علت بر شیوه چهارچوب بندی مسائل [در عرصه سیاست جهانی] تاثیر بیشتری می‌گذارند.

ج) کشورهایی که اعتبارشان با عملکرد داخلی و بین‌المللی‌شان، افزایش می‌یابد. این ابعاد قدرت در عصر اطلاعات کنونی، از افزایش اهمیت قدرت نرم در مقایسه با مجموعه منابع قدرت حکایت دارد و مزیتی عمده برای ایالات متحده به حساب می‌آید « (نای، ۱۳۸۷، ص ۱۵۵).

۲ - اما در روش و نظریه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران؛

جمهوری اسلامی ایران، قدرت نرم خود را در تضاد با فرهنگ و اندیشه‌ی مسلط در جهان و در راستای قاعده‌ی نفی سیل پایه‌ریزی کرده است. با وجود این باید توجه داشت که غرب در کلیت خود (آمریکا و اروپا) در چهارچوب تحریم‌های اعمال‌شده، در صدد محدود نمودن دسترسی جمهوری اسلامی ایران به ابزارهای متعدد ارتباطاتی است (در آخرین گام غرب در این مورد، شرکت «هیسپا ست» شبکه‌های انگلیسی‌زبان پرس تی‌وی و اسپانیایی زبان هیسپان تی‌وی ایران را به خاطر تحریم رئیس سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران از فهرست پخش ماهواره‌ای خود در اسپانیا و امریکای لاتین حذف کرد).

در نتیجه به دلیل محدود بودن ابزارهای ارتباطی جمهوری اسلامی ایران در عرصه تبلیغات بین‌المللی، مهمترین و اصلی‌ترین مکانیزم تاثیرگذاری جمهوری اسلامی ایران، بهبود و تدقیق راهبردهای خود برای بهره‌برداری حداکثری از حداقل امکانات خود بویژه در حوزه رسانه ای است. لذا رسانه ملی ایران باید اعتبار خود را با عملکرد داخلی و بین‌المللی منظم‌تر و علمی‌تر افزایش دهد و تحقق این امر مستلزم تدوین

راهبردهای کارا و موثر در عرصه های مختلف و بخصوص در زمینه مدیریت فشارهای جهانی مختلفی است که علیه جمهوری اسلامی اعمال شده و در جهت تشدید بحران در ایران است.

۲ - ۱ - طرح مسأله

اساسا بحران یکی از واقعیت‌های اجتناب‌ناپذیر حیات سیاسی هر کشور و جامعه ای است. بحران با برهم‌زدن نظم سیستم اصلی یا قسمت‌هایی از آن، موقعیت‌هایی که مستلزم پاسخ‌دهی آنی و اختصاص منابع فوق‌العاده است را به وجود آورده، موجب سردرگمی و غافلگیری نهادهای تصمیم‌گیرنده می‌شود. در این معنا رشد فزاینده فن‌آوری‌های ارتباطی، نه تنها مفهوم بحران را تغییر داده، بلکه از منظری معرفت‌شناختی سیمای آن را نیز دگرگون ساخته و به آن چهره‌ای متکثر، چند بعدی، سیال و نامتعیین بخشیده است.

«با توجه به این واقعیت، بازنگری و تبیین مرزهای جدید برای رسانه‌ها در فرایند تکثیر یا مدیریت بحران حایز اهمیت است. رسانه‌ها با استفاده از شبکه‌های دریافت اخبار و اطلاعات، دیدگاه‌های کارشناسان سرشناس در مسأله بحران را طرح، نقد و ارائه می‌کنند؛ به نحوی که تصمیم‌گیرندگان و حلقه‌های مشاوره آنها بتوانند از این دیدگاه‌ها بهره ببرند. که این از کارکردهای مثبت رسانه‌هاست. البته بدیهی است در اوضاع بحرانی، زمان و سنجیدگی دیدگاه‌ها بسیار اهمیت دارد» (نصرالهی، ۱۳۸۹، ص ۱۹۳).

لکن از شرایط و قرائن چنین برمی‌آید که ایفای این نقش در رسانه‌ی ملی صرفا به مرحله‌ی «بحران بحران» خلاصه شده و به مراحل «قبل و پس از بروز بحران‌ها» آنطور که باید و شاید توجه نمی‌شود زیرا «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 دامنه‌ی مشورت‌های خود را گسترش دهند؛ البته هر چه به نقاط بالاتر بحران نزدیک شویم، دایره‌ی مشاوره‌ها نیز محدودتر می‌شوند». (برچر، ۱۳۸۲، ص ۱۲۵) بنابراین سیاست زیربنایی رسانه‌ی ملی باید بر این اصل اساسی متمرکز شود که مشکلات به تنش و تنشها به بحران منجر نشود.

در چند سال اخیر، آمریکا و دول غربی، استفاده صلح‌آمیز از انرژی هسته‌ای ایران را بهانه قرار داده و سعی می‌کنند که از این موضوع سوءاستفاده کرده و از طرف نظام بین‌الملل، بحران سیاسی و چالشی عمیق بر نظام جمهوری اسلامی ایران تحمیل کنند. بی‌تردید رسانه‌ی ملی می‌بایست در شرایط بحران‌های جامعه و خصوصا بحران‌های سیاسی‌ای مانند مسأله انرژی هسته‌ای، که از سوی نظام بین‌الملل کشور ما را درگیر چالشهایی کرده، نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد و با توجه به سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران با هوشمندی، نه تنها چالشهای ناشی از این فشارهای چندوجهی (روانی، سیاسی، اقتصادی و ...) را مدیریت نماید بلکه شرایط مزبور را به فرصتی برای نشان دادن حقانیت ایران در داخل و نیز نظام بین‌الملل تبدیل نماید.

پژوهش حاضر در صدد است از دیدگاه مدیران ارشد سازمان و با توجه به آرای متخصصان به ارائه راهبردهایی مطلوب برای مدیریت رسانه ملی بپردازد.

با توجه به نقش بی بدیل سیمای جمهوری اسلامی ایران در رسانه ملی، می‌توان سیما (تلویزیون) را کارآمدترین ابزار رسانه ملی در تحقق اهداف خود، به ویژه اهداف سیاسی به‌شمار آورد. این تحقیق می‌کوشد، راهبردهای مطلوبی جهت مدیریت هوشمند چالش‌های ناشی از تحریم‌های اقتصادی و روانی اروپا و آمریکا در حوزه مسائل هسته‌ای برای سیمای جمهوری اسلامی ایران ارائه دهد. در واقع این پژوهش، گامی خواهد بود در جهت نیل به مدیریت هوشمند فشارهای روانی و اقتصادی وارده در حوزه مسائل هسته‌ای برای سیمای رسانه ملی.

سناریوهای میان مدت و بلند مدت چالش هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران:

قبل از ورود به عنوان و مسأله اصلی تحقیق، با بررسی و تحلیل اولیه از طریق مصاحبه با کارشناسان و نخبگان روابط بین‌الملل و وزارت امور خارجه و واقعیت موجود فضای بین‌الملل بطور اکتشافی، سه سناریوی محتمل در مورد چالش هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران به دست آمد.

۳ سناریوی محتمل در مورد چالش هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران به شرح زیر می‌باشند؛

۱ - **نزاع نظامی:** { حفاظت اطلاعات سپاه پاسداران انقلاب اسلامی نزاع نظامی غرب (به ویژه آمریکا و

اسرائیل) بر علیه جمهوری اسلامی ایران را به چهار مرحله زیر تقسیم‌بندی کرده است }

الف) مقطعی - محدود: ۱ تا ۵ نقطه بمباران می‌شود.

ب) مقطعی - وسیع: ۱۵۰ تا ۲۵۰ نقطه بمباران می‌شود و واکنش ایران.

ج) اشغال سرزمینی محدود: ۲ تا ۳ استان از ۱ تا ۳ مرز.

د) اشغال کامل سرزمین جمهوری اسلامی ایران و تهران.

۲ - **تداوم وضع موجود:**

الف) تداوم تحریم‌ها.

ب) تشدید تحریم‌ها.

ج) تداوم تحریم‌ها و اضافه کردن مسأله حقوق بشر به تحریم‌ها.

د) تشدید تحریم‌ها و اضافه کردن مسأله حقوق بشر به تحریم‌ها.

۳ - **مصالحه با غرب:**

الف) برد-برد: ایران و غرب هر دو برنده این چالش باشند.

ب) باخت-برد: ایران بازنده و غرب برنده این چالش باشد.

ج) باخت-باخت: ایران و غرب هر دو بازنده این چالش باشند.

د) برد-باخت: ایران برنده و غرب بازنده این چالش باشد.

با توجه به اینکه برای تصمیم‌گیری کارا و اثربخش در بُعد راهبردی و کلان و تدوین راهبردهای کارا و اثربخش، نیاز به یک نگاه جامع و آینده‌پژوهانه مبتنی بر واقعیت موجود و انتخاب محتمل‌ترین سناریو در بین سناریوهای محتمل دیگر، در باب هر مسأله داریم. ما در این تحقیق جهت تدوین راهبردهای کارا و اثربخش مدیریت رسانه‌ای بحران هسته‌ای، با توجه به واقعیت موجود نیاز به انتخاب یک سناریو از بین سناریوهای محتمل داریم. به این ترتیب، با توجه به انتخاب جناب آقای دکتر حسن روحانی به عنوان رئیس جمهور منتخب جمهوری اسلامی ایران در انتخابات ریاست جمهوری اسلامی ایران و حماسه سیاسی ملت قهرمان ایران در ۲۴ خرداد ۱۳۹۲ ه.ش. (مشارکت کم‌نظیر مردم در انتخابات) و به رسمیت شناختن رئیس جمهور منتخب از طرف جامعه جهانی به ویژه کشورهای آمریکا و انگلستان و فرانسه و آلمان (که از اعضای مذاکره‌کننده پنج به علاوه یک در مسأله هسته‌ای با جمهوری اسلامی ایران می‌باشند)، نتیجه می‌گیریم که؛ بر اساس واقعیت موجود، سناریوی اول نامحتمل به نظر می‌رسد و با توجه به رویکرد خصمانه غرب و سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران سناریوی سوم نیز دور از انتظار به نظر می‌رسد، از این رو در تحقیق حاضر سناریوی دوم یعنی سناریوی تداوم تحریمها را به عنوان سناریوی محتمل انتخاب می‌کنیم.

۳ - ۱ - ضرورت و اهمیت تحقیق :

رسانه‌ها به دلیل کارکردهای متعدد، به صورت ابزار موثر مدیریت انواع بحران‌ها در آمده‌اند؛ چنان‌که بحرانی را نمی‌توان بدون حضور رسانه‌های جمعی در آن تصور کرد. از ویژگی‌های تکنولوژیکی و محیط بین‌المللی عصر کنونی، عدم اطمینان، پیچیدگی و تغییرات فزاینده است. موفقیت هر سازمانی، به ویژه سازمان‌های رسانه‌ای دولتی، مستلزم انطباق به موقع، با این شرایط است. در دوران معاصر، بررسی و پیش‌بینی رویدادهای غیرمترقبه و بحران‌زا، بخش مهمی از روند تحلیل محیط در نظر مدیران است تا با تدوین راهبردهای لازم، کشور خود را از آسیب‌ها، حفظ کنند. بنابراین تدوین راهبردهای مقابله با بحران‌های بین‌المللی از ضروری‌ترین و مهمترین نیازهای سازمان صداوسیما به‌شمار می‌آید.

بحران‌های سیاسی در تمامی کشورها و به ویژه کشورهای جهان سوم همواره خودنمایی می‌کنند و موضوع مدیریت این بحران‌ها از اهمیت خاصی برای مسولان و دولتمردان برخوردار است. کشور ما نیز بنا به موقعیت ژئوپلیتیک خود و دیگر عوامل موثر، همچون دخالت دول غربی و استکبار جهانی (آمریکا)، جزء کشورهای بحران‌خیز از این حیث محسوب می‌شود. در چند سال اخیر، آمریکا و دول غربی، استفاده صلح‌آمیز از انرژی هسته‌ای ایران را بهانه قرار داده و سعی می‌کنند که از این موضوع سوءاستفاده کرده و از طرف نظام بین‌الملل، بحران سیاسی و چالشی عمیق بر نظام جمهوری اسلامی ایران تحمیل کنند. این

موضوع از چالش‌های مهم و اساسی حال حاضر نظام جمهوری اسلامی ایران در مقابل نظام بین‌الملل تحت تسلط غرب می‌باشد. از طرف دیگر رسانه‌ها بطور معمول در مواقع عادی نسبتاً خوب عمل می‌کنند، اما در بحران‌ها موفق نیستند، رویکردشان سنتی، راهبردها انفعالی یا واکنشی و در نتیجه خروجی‌شان مطلوب نیست و از فرصت بحران برای جذب مخاطبان استفاده نمی‌کنند، بلکه آنان را به رسانه‌های بیگانه سوق می‌دهند.

هرچند که، مدیریت بحران در سازمان صدا و سیما، مفهومی ناآشنا نیست و راهبردهایی را برای مواجهه با آن اتخاذ می‌کنند اما ضروری است این راهبردها بطور مداوم به روز شود و متناسب با تغییرات محیطی تدوین شوند تا از کارآمدی لازم برخوردار باشند. صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با توجه به جایگاهی که در نظام دارد یکی از بازیگران اصلی در مهار بحران‌های سیاسی بین‌المللی محسوب می‌شود که انتظارات فراوانی از آن از سوی جامعه و مردم وجود دارد، بنابراین دستیابی به راهبردهای کارآمد جهت مدیریت بحران انرژی هسته‌ای (در مرحله پیش از بحران) توسط رسانه‌ی ملی بسیار حایز اهمیت است. در واقع، یکی از تغییرات محیطی موثر بر رسانه‌ی ملی در حال حاضر، مساله انرژی هسته‌ای است که در این تحقیق به دنبال آن هستیم با شناسایی راهبردهای لازم مقابله با این بحران در آینده، به مدیریت کارآمدتری برسیم.

۴ - ۱ - اهداف تحقیق

هدف اصلی تحقیق: تدوین راهبردهای مدیریت رسانه‌ای بحران انرژی هسته‌ای (با تاکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تاکید بر سناریوی تداوم تحریم‌ها) برای سیما جمهوری اسلامی ایران.

اهداف فرعی تحقیق:

۱ - تعیین مأموریت مطلوب برای سیما جمهوری اسلامی ایران در مدیریت رسانه‌ای بحران انرژی هسته‌ای (با تاکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تاکید بر سناریوی تداوم تحریم‌ها).

۲ - تعیین چشم‌انداز مطلوب برای سیما جمهوری اسلامی ایران در مدیریت رسانه‌ای بحران انرژی هسته‌ای (با تاکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تاکید بر سناریوی تداوم تحریم‌ها).

۵ - ۱ - سوال‌های تحقیق

سوال اصلی تحقیق:

مناسب‌ترین راهبردهای رسانه‌ای مقابله با فشارهای وارده بر ایران در حوزه مباحث هسته‌ای (با تأکید بر بعد بین‌المللی فشارها) در شرایط کنونی و آتی در سیمای جمهوری اسلامی ایران چیست؟

سوال‌های فرعی تحقیق:

۱ - مأموریت و اهداف کلان سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت رسانه‌ای بحران انرژی هسته‌ای (با تأکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تأکید بر سناریوی تداوم تحریم‌ها) چه می‌باشد؟

۲ - چشم‌انداز سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت رسانه‌ای بحران انرژی هسته‌ای (با تأکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تأکید بر سناریوی تداوم تحریم‌ها) چیست؟

۳ - نقاط ضعف و قوت سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت رسانه‌ای بحران انرژی هسته‌ای (با تأکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تأکید بر سناریوی تداوم تحریم‌ها) کدامند؟

۴ - فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی سیمای جمهوری اسلامی ایران در مدیریت رسانه‌ای بحران انرژی هسته‌ای (با تأکید بر زیر سیستم سیاسی بحران انرژی هسته‌ای در بعد بین‌المللی در مرحله پیش از بحران و با تأکید بر سناریوی تداوم تحریم‌ها) کدامند؟

۶ - ۱ - فرضیه‌های تحقیق

به دلیل اینکه تحقیق حاضر تدوین راهبرد بوده و اکتشافی می‌باشد، فرضیه‌ای برای آن تعیین نمی‌شود.

۷ - ۱ - تعریف مفاهیم و اصطلاحات

بحران:

بحران‌ها موقعیت‌هایی هستند که مستلزم پاسخ‌دهی آنی و اختصاص منابع فوق‌العاده‌اند. در این مواقع هدف‌های برتر نهاد تصمیم‌گیرنده به خطر افتاده، زمان لازم برای پاسخ‌دهی و اجرای تصمیم‌های گرفته شده به شدت محدود می‌گردد. وقوع چنین موقعیتی به سردرگمی و غافلگیری اعضای نهاد تصمیم‌گیرنده نیز منتهی می‌شود (هرمان^۲، ۱۹۶۳).

^۲ . Hermann

تدوین راهبرد :

تدوین راهبرد (استراتژی) برای یک سازمان به این مفهوم است که، ما برای سازمان راهبردهای (راهکارهای بلندمدت) کارا و موثری جهت نیل به انجام بیانیه مأموریت سازمان ارائه می‌دهیم که این راهبردها به روش زیر تدوین می‌گردند،

گام اول: مرحله‌ی ورودی نامیده می‌شود، در این مرحله عوامل خارجی و داخلی سازمان مورد بررسی و ارزیابی دقیق قرار می‌گیرند و اطلاعات اصلی مورد نیاز برای تدوین راهبردهای سازمان مشخص می‌گردند. در گام دوم: مرحله‌ی مقایسه نامیده می‌شود، در این مرحله به انواع راهبردهای امکان‌پذیر توجه می‌شود و به همین منظور بین عوامل خارجی و داخلی سازمان نوعی توازن و تعادل برقرار می‌گردد.

و در نهایت در گام سوم: که آن را مرحله‌ی تصمیم‌گیری می‌نامند، از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک (راهبردی) کمی استفاده می‌شود. در ماتریس مزبور از اطلاعات ارائه شده در مرحله‌ی اول استفاده می‌شود تا بتوان انواع راهبردهای قابل اجرا را که در مرحله‌ی دوم شناسایی شده‌اند، به شیوه‌ای عینی و بدون اعمال نظر شخصی مورد ارزیابی و قضاوت قرار داد و راهبردهای متناسب با هدفهای بلند مدت سازمان تعیین می‌گردند (دیوید^۳، ۱۳۹۰).

ابعاد ایجاد راهبرد :

یکی از راه‌های کاهش پیچیدگی در حوزه‌ی نظریات راهبرد، طبقه‌بندی یا سازماندهی نظریات راهبردی طرح‌هایی را ارائه داده‌اند. در اینجا از طبقه‌بندی‌های جانسون^۴ ۱۹۸۷ و چافی^۵ ۱۹۸۵ اقتباس می‌کنیم، در این روش مدل‌های راهبردی را در سه مکتب اصلی قرار می‌دهد که بصورت پیوسته از رویکردهای عقلانی در یک سو، به طرف رویکردهای تفسیری در سمت دیگر حرکت می‌کند. این طبقه‌بندی راهی برای کاهش پیچیدگی موجود در این حوزه و تطبیق مفاهیم متفاوت، ناسازگار و کلیدی ایجاد می‌کند.

سازماندهی نظریه‌ی استراتژیک، که شامل سه مرحله‌ی زیر است:

- ۱ - عقلانی: به پاسخ به سوالات، کدام تغییرات و چرا می‌پردازد همانند: تحلیل، انتخاب، اجرا.
- ۲ - انطباقی: به پاسخ به سوالات، چگونه تغییرات پدید می‌آیند و چرا می‌پردازد همانند: فرایندها، ساختار، سیستم‌ها، افراد.
- ۳ - تفسیری: ابعاد رده بالاتر و تاثیر آنها بر تغییر را شامل می‌شود همانند: فرهنگ، شناخت رهبری (کونگ^۶، ۱۳۹۱، ص ۲۲۷).

^۳ . David

^۴ . Johnson

^۵ . Chaffee

^۶ . Kung

مساله انرژی هسته‌ای جمهوری اسلامی ایران :

برنامه هسته‌ای ایران در سال ۱۳۵۳ با تأسیس سازمان انرژی اتمی ایران و امضای قرارداد ساخت نیروگاه اتمی بوشهر شکل جدی به خود گرفت. ایران در سال ۱۹۵۸، به عضویت آژانس بین‌المللی انرژی اتمی (I.A.E.A) درآمد و در سال ۱۹۶۸، پیمان عدم تکثیر سلاح‌های هسته‌ای (N.P.T) را امضا کرده و در سال ۱۹۷۰ آن را در مجلس شورای ملی به تصویب رسانده بود.

بعد از پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی ساخت نیروگاه اتمی بوشهر به دلیل لغو یک‌طرفه قراردادها از طرف غربی‌ها متوقف شد. بعد از سالها در سال ۲۰۰۲ میلادی، سازمان مجاهدین خلق ایران (منافقین) با همکاری سرویس‌های اطلاعاتی آمریکا و انگلیس و رژیم صهیونیستی، در حال ساخت بودن دو مرکز هسته‌ای جدید در ایران را که طبق قرارداد پادمان، ایران وظیفه‌ای برای افشای آن‌ها نداشت، فاش کرد. و پس از آن در دستور کار آژانس بین‌المللی انرژی اتمی و شورای امنیت سازمان ملل متحد قرار گرفته و به بروز بحران‌هایی در روابط ایران و جامعه بین‌المللی منجر شد. در تاریخ ۹ فوریه سال ۲۰۰۳ میلادی سید محمد خاتمی، رئیس جمهور وقت ایران، خبر از تهیه سوخت هسته‌ای توسط متخصصین ایرانی برای نیروگاه‌های هسته‌ای ایران داد.

از سرگیری غنی‌سازی :

در آوریل سال ۲۰۰۶ محمود احمدی‌نژاد رئیس‌جمهور وقت ایران، اعلام کرد که ایران موفق به غنی‌سازی اورانیوم به میزان ۵ درصد شده است. در تاریخ ۲۶ بهمن ۱۳۹۰ (۱۵ فوریه ۲۰۱۲) ایران از ساخت میله سوخت هسته‌ای ۲۰ درصد غنی شده و بارگذاری آن در رآکتور تحقیقاتی ۵ مگا وات تهران خبر داد. پس از توافق‌نامه پاریس در سال اول فعالیت دولت نهم جمهوری اسلامی ایران، ایران اعلام کرد تعلیق داوطلبانه غنی‌سازی به پایان رسیده است و با فک پلمب، فعالیت‌های UCF اصفهان را تحت نظارت آژانس ادامه می‌دهد. همچنین ایران در ژانویه ۲۰۰۶ در حضور بازرسان آژانس بین‌المللی انرژی هسته‌ای تأسیسات مجتمع تحقیقاتی هسته‌ای نطنز را نیز فک پلمب کرد، اما شورای امنیت در مارس همان سال به ایران یک ماه فرصت داد تا فعالیت‌های هسته‌ای خود را متوقف کند.

بدین ترتیب در آوریل ۲۰۰۶ دانشمندان ایرانی موفق به تولید چرخه کامل سوخت هسته‌ای در مقیاس آزمایشگاهی شدند و ایران به کشورهای عضو باشگاه اتمی پیوست. شورای امنیت در ژوئیه ۲۰۰۶ قطعنامه ۱۶۹۶ را تصویب کرد که خواستار تعلیق غنی‌سازی اورانیوم در ایران بود. شورای امنیت در دسامبر همان سال قطعنامه ۱۷۳۷ را تصویب کرد که بیشتر فعالیت‌های تجاری، مالی، صنایع موشکی و هسته‌ای ایران را براساس بند ۴۱ فصل هفتم منشور ملل متحد، هدف قرار داده بود. این قطعنامه نخستین سند بین‌المللی حقوقی بود که فعالیت‌های هسته‌ای ایران را به عنوان تهدیدی علیه صلح و ثبات منطقه‌ای معرفی می‌کند.

تهران با تأکید بر بند ۴ معاهده ان پی تی این اتهامات را غیر مستند می خواند و خواستار رفتار غیر تبعیضی با فعالیتهای اتمی این کشور بود.

گروه ۱+۵ در راستای ادامه فشار بر توقف برنامه اتمی ایران، قطعنامه‌های ۱۷۴۷، ۱۸۰۳ و ۱۸۳۵ را نیز تصویب کردند؛ بر اساس این قطعنامه‌ها محدودیت‌های مالی بر شرکت‌ها و افراد وابسته به سپاه پاسداران و سازمان انرژی اتمی افزایش یافته بود. (گلشن‌پژوه، ۱۳۸۶)

راهبردهای رسانه‌ای مدیریت در بحران:

الف) رسانه‌ها بر اساس اوضاع حاکم بر بحران و محیط پیرامونی آن و نیز بر اساس رسالت و خط مشی خود، یکی از دو راهبرد کلی زیر را در خصوص بحران‌ها در پیش می‌گیرند؛

راهبردهای دوگانه: ۱ - موافقت با بحران و ۲ - مخالفت با بحران

ب) بر اساس نگرش مثبت و یا منفی مدیران نسبت به بحران راهبردهای چهارگانه زیر را به کار می‌برند:

۱ - انفعالی^۷، ۲ - واکنشی^۸، ۳ - فعال^۹ و ۴ - فوق فعال^{۱۰}. (نصرالهی، ۱۳۸۹، ص ۲۶۰)

۱ . Inactive^۷

۲ . Reactive^۸

۳ . Active^۹

۴ . Proactive^{۱۰}

^۷ . Inactive

^۸ . Reactive

^۹ . Active

^{۱۰} . Proactive