

الله اعلم
الكرن



گزارش فرهنگ، رسانه و اجتماع - ۳۹
«سناریوهای مدیریت سرمایه اجتماعی در بحران‌های طبیعی»

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
مرکز پژوهشی آرا
اندیشکده فرارویس آرا (افرا)
دپارتمان مطالعات و سیاست‌گذاری نظام‌های اجتماعی

ویرایش اول - زمستان ۱۳۹۷

طراحی جلد و صفحه‌آرایی و چاپ: واحد گرافیک مؤسسه پیام رسان حکمت و اندیشه

غیر قابل انتشار
داخلی و به منظور استفاده شخصی شما فرهیخته‌ی گرامی ارسال می‌گردد.
کلیه حقوق مادی و معنوی اثر متعلق به مرکز پژوهشی آرا می‌باشد.

شماره تماس: ۲ - ۸۸۱۶۳۹۶۱ - ۰۲۱

www.ararc.ir





«سناریوهای مدیریت سرمایه اجتماعی

در بحران‌های طبیعی»

■ گزارش فرهنگ، رسانه و اجتماع - ۳۹ ■



فهرست مطالب

۶	مقدمه: طرح مساله
۱۰	۱. روش شناسی طرح
۱۰	۱,۱ سناریونویسی
۱۳	۲. مروری بر مبانی نظری
۱۳	۲,۱ مفهوم سرمایه اجتماعی
۱۳	۲,۱,۱ ریشه شناسی سرمایه اجتماعی
۱۶	۲,۱,۲ تعریف سرمایه اجتماعی
۱۹	۲,۱,۳ ابعاد سرمایه اجتماعی
۲۲	۲,۱,۳,۱ شاخص های بعد شناختی سرمایه اجتماعی
۲۳	۲,۱,۴ کارکردهای سرمایه اجتماعی
۲۵	۲,۲ مدیریت بحران های طبیعی
۲۶	۲,۲,۱ تعریف بحران
۲۶	۲,۲,۲ نوع شناسی بحران
۳۲	۳. فرایند سناریو نویسی
۳۲	۳,۱ تحلیل محیطی
۳۲	۳,۱,۱ تعیین دامنه
۳۴	۳,۱,۲ محدوده و قلمرو پژوهش:
۳۸	۳,۱,۳ شناسایی عوامل کلیدی
۴۲	۱. پنداشت از موفقیت و عملکرد نظام در حل مشکلات و مدیریت بحران:
۴۲	۲. تعلقات تاریخی - اقلیمی:

۳. تمایلات جناحی: ۴۲
۴. پنداشت از وضعیت اقتصادی: ۴۳
۵. سابقه کنش سلبریتی‌ها: ۴۳
۶. سابقه کنش چهره‌های سیاسی: ۴۴
۷. شبکه‌های اجتماعی مجازی: ۴۴
۸. مطبوعات و خبرگزاری‌ها: ۴۵
۹. رسانه گروهی رسمی (صداوسیما): ۴۵
۱۰. رسانه گروهی غیررسمی (ماهواره): ۴۶
۱۱. تعلقات مذهبی: ۴۶
- ۳,۲ تعیین پیشران‌ها ۴۶
- ۳,۳ فضای سناریونویسی ۵۱
- ۳,۳,۱ منطق سناریوها ۵۴
- ۳,۴ شرح و وصف سناریوها ۵۵
- ۳,۴,۱ آرامش بعد از طوفان (سناریوی مطلوب) ۵۵
- ۳,۴,۲ آب بر آتش (کنش چهره‌ها مطلوب، توزیع امکانات نامناسب) ۵۸
- ۳,۴,۳ پنبه‌هایی که رشته می‌شوند (کنش چهره‌ها نامطلوب، توزیع امکانات مناسب) ۶۰
- ۳,۴,۴ سرپل ذهاب (بدترین سناریو) ۶۲
۴. بسته سیاستی ۶۵
۵. نتیجه گیری: ۷۱
۶. منابع ۷۳

مقدمه: طرح مساله

سرمایه اجتماعی؛ مفهومی است که این روزها بیشتر نخبگان و علاقمندان حوزه‌های سیاستی، حاکمیتی و اجتماعی درباره آن سخن می‌گویند. از همین‌رو، سرمایه اجتماعی تبدیل به یکی از مهم‌ترین روندهای پژوهشی در سالیان اخیر شده و موضوعات اقماری مختلفی پیرامون این مفهوم مرکزی شکل گرفته است. یکی از مهم‌ترین این موضوعات، مدیریت سرمایه اجتماعی، آنهم در شرایط گوناگون است که بنا به جزئیات موضوع، در فضای مستقلی تعریف و بررسی می‌شود.

از سوی دیگر و به موازات اهمیت موضوع سرمایه اجتماعی، روش پرداخت به آن نیز در اولویت توجه قرار دارد. به این معنا که پژوهش درباره سرمایه اجتماعی و تلاش برای مدیریت آن، با چه شیوه پژوهشی ممکن است و در عین حال مفید فایده واقع می‌شود. همچنین بهره‌گیری از روش، در کنار ترسیم چشم‌انداز موضوع، می‌تواند پژوهشگر را به سوی فهم نتیجه دقیق‌تر و به دنبال آن اثرگذاری بیشتر، رهنمون کند. یکی از کارآمدترین این چشم‌اندازها- به ویژه در ارتباط با مسائل و موضوعات علوم اجتماعی- آینده پژوهی است؛ رشته‌ای که این روزها نیز در فضای علمی کشور توجه زیادی به آن می‌شود و فرصت‌های زیادی را نیز پیش‌روی تصمیم‌سازان و

تصمیم‌گیران عرصه مدیریت کلان قرار می‌دهد.

آینده پژوهی^۱ مجموعه تلاش‌های مبتنی بر یک پشتوانه پژوهشی برای ترسیم آینده‌های ممکن و تصمیم‌گیری از میان آن‌هاست. به بیان روشن‌تر اینکه؛ هدف آینده پژوهی، حفظ و بهبود زندگی بشر است. در کلی‌ترین سطح، هدف آینده‌پژوهان تلاش برای تبدیل جهان به مکانی بهتر برای زندگی، سود رسانی به مردم و حفظ و گسترش آن دسته از ظرفیت‌های زیست‌بوم‌هاست که به پایداری حیات در آن کمک می‌کند. در نتیجه با نگاهی که به عوامل تغییر یا ثبات دارند، به تجسم آینده‌های بالقوه و برنامه‌ریزی برای رسیدن به آنها می‌پردازند. آینده پژوهی نه به معنای پیش‌بینی، بلکه به معنای شیوه نوینی از مدیریت درصدد است تا با رصد نظام تغییرات مثبت و منفی امروز، فرداهای محتمل را به ما نشان داده و البته در تمام این فردها، عدم قطعیت را نیز به ما یادآور شود. چه از این‌رو که برنامه‌ریزی و مدیریت در امروز، همنشین تحولات مداومی است که حتی برای ثانیه‌ای نیز متوقف نمی‌شود و در نتیجه گام برداشتن در این مسیر را مستلزم توجه به نکات ظریف و فراوانی می‌کند.

تنها چیزی که در دنیای امروز روشن و مشخص است این است که مدیران و سیاست‌گذاران باید برای مواجهه با عدم اطمینان در اتفاقات بسیاری آماده باشند. در واقع مدیران دنیای امروز، باید به قدری آماده کنش باشند که به تحولات احتمالی اجازه کنش اولیه را نداده و همواره توپ را در زمین خودشان نگه دارند. دنیای دیروز، اگر دنیای واکنش به رویدادها و شگفت‌زدگی از بحران‌ها بود، دنیای امروز و ابزارهای مدیریت نوین‌اش، امکان به دست گرفتن ابتکار عمل، آنهم در دوره پیش از رویداد را آفریده و شاید آن را تبدیل به یکی از بایسته‌های زیست در جهان معاصر کرده است.

مبتنی بر این دیدگاه؛ بحران‌ها لزوماً رویدادهای ناگواری نیستند که منجر به افول حاکمیت‌ها و سازمان‌ها شوند، بلکه نسیم‌های گذرایی هستند که از رهگذر عبورشان، هوای تازه‌ای را نیز به ارمغان می‌آورند. اما مسئولان و مدیرانی که در شناسایی بحران کوتاهی می‌کنند و هیچ برنامه‌ریزی برای مدیریت آن ندارند، هنگام بحران دچار گرفتاری‌های شدیدی خواهند شد.

بدون بهره‌مندی از منافع یک برنامه مدیریت بحران، مدیران دچار چالش‌های زیادی در فرایند مواجهه با بحران خواهند شد. همچنین آن‌ها باید فشار زیادی را از لحاظ احساسی و فیزیکی تحمل کنند. این هم درست نیست که گفته شود یک برنامه مدیریت بحران همه مسایل را حل خواهد کرد، اما در اکثر موارد، مواجهه با بحران با کمک یک برنامه مدیریت بحران، فشار ناشی از آن را حداقل قابل تحمل خواهد کرد. بدیهی است که در هر حال بحران به وقوع خواهد پیوست، چنانچه دچار بحران شود، راه‌گریزی از آن نخواهد داشت. مسئولان و راهبران باید با بحران روبه‌رو و بر آن چیره شوند. آن‌ها باید میزان حمایت مردم و همچنین دارایی‌های ارزشمند جامعه و حاکمیت شامل دارایی‌های ناملموس نظیر حسن نیت و تصویر ذهنی از آن را اندازه‌گیری کنند. از همه مهم‌تر اینکه، آن‌ها باید در مقابل بحران با شجاعت، اراده محکم و تعهد، متانت و پشتکار واکنش نشان دهند (قلی‌زاده و قادری، ۱۳۹۴).

یکی از مهم‌ترین مصادیق بحران‌ها، حوادث و بلایای طبیعی هستند. تهدیدهای بالقوه‌ای که همواره سلامتی و دارایی افراد جامعه را مورد هدف قرار داده‌اند. این امر، لزوم توجه ویژه انواع ساختارهای دولتی و حکومتی را به نحوه طراحی و پیاده‌سازی نظام‌های مدیریت بحران نمایان می‌کند (پورعزت و همکاران، ۱۳۹۱).

مدیریت سرمایه اجتماعی در هنگام بروز بحران‌های طبیعی، عنوان دقیق موضوعی است که در

این طرح بررسی می‌شود. همچنین ذکر این نکته ضروری است که استفاده از فضای آینده پژوهی به‌طور کلی و تاکید بر پرداخت و عرضه پژوهش در قالب سناریوپردازی، امر مهم دیگری است که باید به آن توجه داشت. تاکید بر سناریوپردازی در این پژوهش به دلیل اهمیت شناخت آینده محتمل برای بررسی عدم اطمینان‌های پیش رو و استفاده از سناریوپردازی در مدیریت اجتماعی به منظور ایجاد هماهنگی در شبکه‌های افراد جامعه و حکومت می‌شود.

سناریوها به مسئولان کمک می‌کنند تا نسبت به آینده هوشیار باشند و از سردرگمی و تصمیم نادرست اجتناب کنند. سناریوپردازی به شیوه راهبردی شامل مراحل هم‌چون تهیه و پردازش سیاست‌های بلندمدت، آگاهی دادن به مدیران ارشد برای پایش محیط، در نظر گرفتن سناریوهای جایگزین برای آینده‌های گوناگون سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و استفاده از تیم سناریوپردازی برای برنامه‌ریزی درست در تمام این مراحل است (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۳). مراحلی که در نهایت به سیاست‌گذاری می‌انجامد.

اما دلیل این تاکید بر استفاده از روش سناریوپردازی، همانطور که در بندهای ابتدای مقدمه نیز بدان اشاره شد، توجه به شیوه مدیریتی کنش محور یا واکنش محور است.

مدیران می‌توانند با بهره‌گیری از رویکردهای جدید، مدیریت بحران را ضمن پایش بینی کلیه حالت‌های محتمل، با مجموعه‌ای از طرح‌ها و برنامه‌های عملی رو به رو کنند و خود را برای برخورد اقتضایی با حوادث احتمالی آینده تنظیم نمایند (پورعزت و همکاران، ۱۳۸۳).

برای مطالعه، شناخت و در نهایت مدیریت بحران، برنامه‌ریزی سناریو مجموعه‌ای از داده‌های ارزشمند و مختلف را فراهم می‌کند که به عنوان منبعی برای تولید و نگهداشت، سرمایه اجتماعی استفاده می‌شود.

برنامه‌ریزی سناریو، در نهایت منجر به گسترش فهم مشترک از مسئله می‌شود. فهم مشترکی که از رهگذر تضارب آراء در میان نخبگان، مسئولان و ... حاصل شده و بُعد شناختی سرمایه اجتماعی را تحت تاثیر خود قرار می‌دهد.

بدین ترتیب هرچند که بخشی از منابع اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و ... از فراگرد تولید و توسعه خارج می‌شود، اما در صورت وجود اندیشه مدیریت سرمایه اجتماعی و بهره‌گیری از آن به هنگام بحران، می‌توان به راحتی حس انسجام ملی و ضریب امنیت را فزونی بخشید. اتخاذ این گونه تدابیر، هزینه فرصت‌های ازدست رفته را در صورت وقوع بحران به شدت کاهش می‌دهد و بر امید بازسازی هرچه سریع‌تر شرایط جامعه بحران زده و بازگشتن زندگی به روال عادی می‌افزاید.

۱. روش‌شناسی طرح

۱/۱ سناریونویسی

روش سناریونویسی پاسخگوی نگرانی‌ها در مورد روش‌های برنامه‌ریزی رسمی است و رویکردی انعطاف‌پذیر به برنامه‌ریزی دارد و جایگزین‌های ممکن زیادی را برای آینده در نظر می‌گیرد، اما تجربه یکسانی برای استفاده از سناریونویسی وجود ندارد. در ادبیات سناریونویسی، روش متکی به مدل‌های ازپیش‌تعریف شده وجود ندارد و سناریوها معمولاً از توانایی‌های منحصر به فرد افراد تاثیر می‌پذیرند. واقعیت این است که با وجود مطالعات زیادی که پیرامون سناریونویسی انجام شده است، پژوهشگران هنوز هم تردید دارند که کدام روش یا مدل یا تکنیک را در کدام شرایط به کار گیرند؛ طبق نظر زگراس و همکاران «هرکس براساس توانایی خود از روش‌های مرسوم استفاده می‌کند».

سناریونویسی به سیاستمداران کمک می‌کند تا درک بهتری از محیط خارجی خود داشته باشند و به سرعت هشدارهای دریافتی از محیط را شناخته و مشکلات موجود یا در حال ایجاد را پالایش کرده و برای حل آن‌ها، راهبردهایی را تدوین و اتخاذ کنند. همچنین، کمک می‌کند تا تعارض‌های بین منافع و ارزش‌های جامعه را مدیریت کرده و زمینه مناسبی برای فعالیت‌های آینده ایجاد کنند. (عظیمی و همکاران، ۱۳۹۳).

سناریونویسی یکی از شیوه‌های رایج آینده پژوهی است که از اطلاعات مربوط به احتمالات و روندهای آینده، تصاویری باورپذیر و به لحاظ درونی سازگار از آینده ایجاد می‌کند. طراحی سناریو یک روش برای توسعه و تفکر درباره موقعیت‌های آینده ممکن براساس چندین سناریوی مختلف است. برای درک صحیح از سناریو، در ابتدا لازم است «ماهیت عدم قطعیت‌ها» تبیین شود. عدم قطعیت‌ها به عواملی اشاره دارند که نتایج آن‌ها شناخته شده است، اما هنوز اتفاق نیفتاده‌اند. در نتیجه منظور از عدم قطعیت در این نوشتار، میزان غیرمترقبه بودن تحولات و اتفاقاتی است که در آینده «در افق زمانی سناریوها» رخ خواهد داد. (رمضانی و همکاران، ۱۳۹۶).

به طور کلی روش‌های مختلفی برای طراحی سناریو رواج یافته است که یکی از پرکاربردترین و قدرتمندترین روش‌های تدوین سناریو، روش «ماتریس عدم قطعیت‌ها» یا «روش دو محور» است که برای نخستین بار توسط شرکت نفتی شل مورد استفاده قرار گرفت. این الگو در تمام دنیا در سناریونویسی حاکم است. در این روش، تدوین یک سناریو یک روش سازمان یافته است که در آن با استفاده از کشف نیروهای پیشران کلیدی و عناصر نسبتاً معین و عدم قطعیت‌های موثر، سناریوها تدوین می‌شوند. سناریوها در واقع چندین الگوی متمایز از آینده‌های ممکن هستند که کشف و تعریف می‌شوند و همواره در مجموعه‌هایی که حاوی بیش از یک سناریو هستند،

برای بیان عدم قطعیت آینده ظاهر می‌شوند. منظور از «عدم قطعیت‌های» کلیدی مسائلی درباره آینده یک پدیده است که پیش بینی آن دشوار است، ولی تاثیر چشمگیری بر موفقیت برنامه‌های در دست اجرا دارد. در واقع آن دسته از عوامل محیطی را که در طراحی سناریوها، دارای بالاترین میزان اثرگذاری و عدم قطعیت باشند، عدم قطعیت‌های کلیدی گویند (همان).

درواقع در روش ماتریس عدم قطعیت‌ها، با تقسیم فضای رتبه‌بندی هر یک از پیشران‌ها می‌توان مسائل را به مناطق کلی زیر تقسیم کرد:

۱- تاثیر بالا- عدم قطعیت پایین،

۲- تاثیر پایین- عدم قطعیت پایین،

۳- تاثیر پایین- عدم قطعیت بالا،

۴- تاثیر بالا- عدم قطعیت بالا.

براین اساس مسائل دارای رتبه‌بندی تاثیر بالا- عدم قطعیت پایین، مسائلی عمده اما دارای ثبات نسبی هستند. می‌توان به مسائلی که دارای تاثیر پایین- عدم قطعیت پایین هستند، به سرعت پرداخت. به طور کلی این مسائل نیازی به صرف وقت زیاد برای تحلیل ندارند. عناصر این دو طبقه‌بندی بنا به تعریف، عناصر از پیش مشخصی هستند. مسائلی که به عنوان تاثیر پایین-عدم قطعیت بالا رتبه‌بندی می‌شوند، نیاز به تحقیقات بیشتر به دلیل رتبه‌بندی بالای عدم قطعیت دارند. رتبه‌بندی‌های عدم قطعیت بالا به معنای آن است که نتایج پایانی این مسائل ناشناخته هستند. سرانجام مسائل و عناصر دارای برچسب تاثیر بالا-عدم قطعیت بالا را «عدم قطعیت‌های بحرانی» می‌نامند. آن‌ها دارای توان بالقوه تغییر بنیادین فرض‌های دستور کار راهبردی و مسائلی

با نتایج بسیار قطعی هستند. از این عدم قطعیت‌های بحرانی برای ساخت منطق سناریوها استفاده می‌شود (همان).

بدین ترتیب می‌توان گفت در جهان کنونی که مشخصه‌های آن عدم قطعیت، نوآوری و تغییر مداوم است، تفکر سناریویی و سناریونویسی به عنوان یک ابزار یا تکنیک مفید برای مقابله با این عدم قطعیت‌ها و پیچیدگی‌ها ایجاد و توسعه یافته است که بر مبنای آن می‌توان با شناخت از آینده تغییر و تحولات به وجود آمده در آن، شرایط تهدید آفرین و بحران‌زا را به موقعیت‌های مناسب تبدیل کرد و شرایط و زمان کنونی را بر اساس آن مدیریت نمود. این امر مستلزم شناخت صحیح از آینده‌های ممکن پیش رو، عوامل تاثیرگذار بر آن و شناخت پدیده‌های نوظهور و شگفتی‌ساز است که آینده را در معرض تغییر و تحول چشمگیر قرار می‌دهند (همان).

۲. مروری بر مبانی نظری

۲/۱ مفهوم سرمایه اجتماعی

۲/۱/۱ ریشه‌شناسی سرمایه اجتماعی

اهمیت و نقش مفهومی به نام سرمایه اجتماعی - به عنوان مفهومی نسبتاً نوظهور - در عرصه مطالعات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی جوامع و کارکردهای مهم آن، نقشی روشن و غیرقابل انکار است. چه از اینرو که سرمایه اجتماعی یکی از اساسی‌ترین مفاهیمی است که به صورت مستقیم و روشن با حیات اجتماعی مردم درگیر است. وجود این مولفه اساسی، به قدری برای بقاء یک سرزمین و سیستم سیاسی اهمیت دارد که در خیلی از حوزه‌های مرتبط به دنبال برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای آن هستند. در نتیجه امروزه و در فضای مدیریتی نوین، حاکمان

و مدیران عنایت ویژه‌ای به سرمایه اجتماعی دارند. در کنار سایر انواع سرمایه‌ها؛ همچون سرمایه فرهنگی-انسانی، سرمایه فیزیکی و سرمایه اقتصادی، سرمایه اجتماعی نیز از اهمیت زیادی برخوردار شده و نگاه‌داشت، ساخت و توسعه آن در جوامع زیادی مورد توجه قرار گرفته است.

توجه به سرمایه اجتماعی البته منحصر به سیاست‌ورزی در دوره جدید نبوده و قبل از این نیز، وجود داشته است. ایده اساسی سرمایه اجتماعی در ارزشمند و مثبت قلمداد کردن تعاملات اجتماعی را می‌توان به آرای صاحب نظران کلاسیک جامعه‌شناسی برگرداند. لوکا آندریانی (۲۰۱۳) معتقد است که آدام اسمیت پیش‌تر با تأکید بر اهمیت چگالی شبکه‌ها و انجمن‌های تجاری به عنوان کانال‌ها اصلی انتقال شهرت و اعتماد‌پذیری هرچند در راستای منافع فردی، به شکلی بر نقش پیوندهای اجتماعی صحنه گذاشته است. همچنین آنتونیو ژنوسی نویسنده ایتالیایی قرن هجدهم، توسعه نیافتگی ناپل را در مقایسه با سایر مناطق ایتالیا به فقدان اعتماد عمومی نسبت داده است. جیمز فار نیز در تلاشی دیگر برای ردیابی ایده سرمایه اجتماعی در آرای اقتصاددانان سیاسی در قرن نوزدهم، به کسانی که چون کارل مارکس، هنری سیگویک، جان کلارک، ادوارد بلمی و به ویژه جان دیویی اشاره می‌کند که به اهمیت وجه اجتماعی سرمایه اجتماعی پی برده بودند.

اما اصطلاح سرمایه اجتماعی، به صورتی که امروز دیده و شنیده می‌شود، در تفکر دوره‌های پیش وجود نداشته و رهاورد تفکر مدرن است. تأکید زیادی که اهالی اندیشه و علم در حوزه‌های گوناگون به بهره‌گیری از این مفهوم داشته‌اند، منجر به این شده که سر این رشته، به حوزه‌هایی غیر از علوم اجتماعی نیز کشیده شود و در نتیجه گستره استفاده از این مفهوم بسیار وسیع‌تر از قبل شود.

امروزه رشته های مختلف درصددند که در بازار کار و حوزه مدیریت شان از پشتوانه یا اندوخته ای به نام سرمایه اجتماعی بهره بگیرند و در نتیجه پروژه های مختلف خود را به نوعی در پیرامون این مفهوم بازتولید و بازنگری کنند. آنها می دانند که جامعه مخاطب شان بخشی از همین سرمایه است و با مدیریت درست این عرصه می توان همراهی این مخاطبان را تبدیل به یک بایسته همیشگی کرد. البته این عنایت همگانی، از سوی دیگر نیز منجر به بروز آسیب هائی شده که ساحت سرمایه اجتماعی را به نوعی دچار آشفتگی و التقاط کرده است.

سلیمان پاک سرشت در کتاب بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی در ایران، به این نکته اشاره داشته و در این باره می نویسد که : «به دلیل گسترش کاربرد اصطلاح سرمایه اجتماعی طی دهه های اخیر و در حوزه های مختلف از یک سو و گستره وسیع ویژگی ها و مولفه هایی در حیات اجتماعی که قادر به تولید خیر جمعی هستند از سوی دیگر، نوعی آشفتگی در تعریف این مفهوم بروز کرده است (پاک سرشت، ۱۳۹۳).

این در حالی است که تلاش علاقمندان علوم اجتماعی برای دور نگه داشتن مفاهیم از ساحت دیگر علوم، موثر نبوده و نمی توان در دنیای امروز مرزبندی کلاسیک را اعمال نمود. به همین دلیل می توان گامی فراتر نهاد و ارتباط این دو عرصه را با رعایت موازین علمی و منطقی ، همچنان برقرار نگاه داشت و حتی در مواردی نیز تقویت کرد. از همین روست که مفهوم سرمایه اجتماعی، امروزه یک مفهوم بین رشته ای محسوب می شود. در واقع همکاری بین رشته ای برای بهره برداری از این مفهوم، هرچند که سود چندانی برای علوم اجتماعی در پی نداشته، اما منجر به این شده که سرمایه اجتماعی جایگاه خود را در عرصه مدیریتی پیدا کند و بتواند وارد فاز اجرائی و برنامه نویسی عملی شود. این گام مهمی است که شاید زمینه ساز همکاری های بیشتر میان

اندیشمندان علوم اجتماعی و مدیران را نیز در آینده نزدیک فراهم آورد.

از سوی دیگر نیز این همکاری هرچند در بعد نظری چندان دقیق عمل نکرده و نتوانسته کمک شایانی به تعریف اصطلاح سرمایه اجتماعی نماید. به بیان آکچوماک، محققان سرمایه اجتماعی خود از سرمایه اجتماعی بی بهره اند. به این معنی که محققان سرمایه اجتماعی در رشته‌های مختلف گرایش دارند که آرای صاحب نظران خاصی را در زمینه سرمایه اجتماعی در مطالعات خود مبنا قرار دهند و در نتیجه یافته‌های آنان به دلیل منابع نظری متفاوت خصلت تراکمی و هم‌افزایی پیدا نمی‌کند (پاک سرشت، ۱۳۹۳).

۲/۱/۲ تعریف سرمایه اجتماعی

بورديو اولین کسی است که به زعم پورتز تحلیل منظمی از سرمایه اجتماعی به دست داده است و این مفهوم را چنین تعریف کرده است:

«سرمایه اجتماعی حاصل انباشت منابع بالقوه و یا بالفعلی است که مربوط به مالکیت یک شبکه بادوام از روابط کم و بیش نهادینه شده در بین افرادی است که با عضویت در یک گروه ایجاد می‌شود».

کلمن سازمان اجتماعی را پدید آورنده سرمایه اجتماعی در نظر می‌گیرد و از همین رو معتقد است که سرمایه اجتماعی به وسیله کارکردش تعریف می‌شود. به زعم وی سرمایه اجتماعی شیء واحدی نیست بلکه انواع چیزهای گوناگونی است که دو ویژگی مشترک دارند: همه آن‌ها جنبه‌ای از ساخت اجتماعی هستند و کنش‌های معین افراد را در درون ساختار تسهیل می‌کنند. سرمایه‌های اجتماعی، مانند شکل‌های دیگر سرمایه مولد است و دست‌یابی به هدف‌های معین

را که در نبود آن دست یافتنی نخواهد بود امکان پذیر می‌سازد. کلمن برخی از روابط اجتماعی را که می‌تواند منابع سرمایه‌ای سودمند ایجاد کند شامل تعهدات و انتظارات، ظرفیت بالقوه اطلاعات، هنجارها و ایدئولوژی می‌داند.

همچنین رابرت پاتنام، در بررسی عناصر سرمایه اجتماعی، مشارکت‌های مدنی را از اشکال ضروری به شمار می‌آورد و معتقد است که هرچه این شبکه‌ها در جامعه‌ای متراکم‌تر باشند، احتمال همکاری شهروندان در جهت منافع متقابل بیشتر است و باعث می‌گردد که هزینه‌های بالقوه عهدشکنی در هر معامله‌ای افزایش یابد. هنجارهای قوی معامله متقابل را تقویت می‌کند، ارتباط را تسهیل و جریان اطلاعات را در مورد قابل اعتماد بودن افراد بهبود می‌بخشد و شبکه‌های مشارکت مدنی که تجسم موفقیت پیشینیان در همکاری است، را نیز تقویت کند. وی علاوه بر مشارکت‌های مدنی، از هنجارهای معامله متقابل و اعتماد نیز به عنوان عناصر ذهنی و شناختی سرمایه اجتماعی نام برده است.

افه و فوش؛ علاوه بر عناصری که در تعریف بوردیو، کلمن و پاتنام از سرمایه اجتماعی وجود دارد، بعد گرایش به آگاهی و توجه را نیز متذکر شده و آن را شامل مجموعه افکار، عقاید و حساسیت نسبت به زندگی اجتماعی و سیاسی و توجه به هر چیزی که در وسیع‌ترین معنا به امور عمومی اطلاق می‌شود که مربوط به شکل بالقوه فردی تمایل ضعیف نسبی در دنبال کردن موضوعات مشترک در رسانه‌های الکترونیکی و چاپی بوده و پیش شرط شناختی ضروری و شکل فعال‌تر مسئولیت مدنی است که باعث علاقه‌مندی و دل‌نگرانی می‌شود و نقطه مقابل آگاهی و توجه وضعیت شناختی چشم‌پوشی، بی‌تفاوتی و شکل‌گیری نگرش فرصت‌طلبانه است.

مبتنی بر تعاریفی که از سرمایه اجتماعی در نزد اندیشمندان مختلف ارائه شد، سرمایه اجتماعی

به عنوان منبعی جهت کنش جمعی تلقی م گردد و این منبع علاوه بر آگاهی و توجه یا دانش نسبت به امور عمومی اجتماعی یا سیاسی است. یعنی آگاهی که موجب علاقه‌مندی و دل‌نگرانی است. این آگاهی شامل هنجارهای اعتماد عمومی، اعتماد نهادی [آمدنی و یا هنجارهای رفتار معامله متقابل است که در درون شبکه‌های اجتماعی عمل کرده و عناصر ساختاری شبکه‌ها و مشارکت‌های رسمی و غیررسمی است. نتایج سرمایه اجتماعی در داخل شبکه شامل مجموعه‌ای از کنش‌های جمعی در اشکال و اندازه‌های مختلف است که در نهایت می‌تواند سرمایه اجتماعی را تقویت یا تضعیف کند (ناطق پور و فیروز آبادی، ۱۳۸۵).

نکته مهمی که باید در تعریف و بیان کارکردهای سرمایه اجتماعی به آن اشاره کرد، این است که سرمایه اجتماعی مثل بسیاری از مفاهیم موجود در علوم اجتماعی، شاید نزد اندیشمندان مختلف تعاریف متفاوتی داشته باشد. به این معنا که تعریف اندیشمندی از سرمایه اجتماعی، کارکرد این مفهوم در نزد دیگری باشد و کارکرد سرمایه اجتماعی نزد یکی، تعریف این مفهوم در اندیشه دیگری! اما آنچه در این میان مهم و قابل توجه است اینکه تمام مولفه‌های مورد اشاره در این تعاریف و اندیشه‌ها، تا حد زیادی همپوشانی دارند.

مبتنی بر همین زاویه نگاه می‌توان گفت؛ سرمایه اجتماعی عبارت است از شبکه روابط اجتماعی که منسجم کننده تعاملات انسان‌ها با یکدیگر و سازمان‌ها است. سرمایه اجتماعی مجموعه مفاهیمی است همچون اعتماد متقابل، پذیرش رقابت منصفانه، همکاری، در نظر داشتن منافع جمعی، مشارکت، قانون‌پذیری، مسئولیت‌پذیری و غیره که امروزه در ادبیات توسعه و جامعه‌شناسی توجه بسیار زیادی را به خود جلب کرده است. سرمایه اجتماعی مفهومی است که از بین هزاران کنش متقابل هر روز مردم به وجود می‌آید (سام آرام و همکاران، ۱۳۸۹).

پرداختن به سرمایه اجتماعی، با توجه به آنکه مفهومی پیچیده و با تعاریف و تقسیم بندی های مختلف است، می تواند گسترده و گاه پراکنده و مغشوش باشد. این پژوهش برای پرهیز از پراکندگی و نیز تدقیق مساله دو تمهید را به کار می برد:

از میان رویکردهایی که به سرمایه اجتماعی وجود دارد و سطوح مختلف آن (خرد، میانی، کلان) به رویکرد جمعی و سطح کلان گرایش دارد و همچنین سرمایه اجتماعی را براساس ابعاد ساختاری، شناختی، ارتباطی بررسی می کند. سرمایه اجتماعی ساختاری «با اشکال مختلف سازمان اجتماعی به خصوص نقش ها، قوانین، رویه ها و روش همراه است» و سرمایه اجتماعی شناختی ناشی از فرایند ذهنی است «که از فرهنگ و ایدئولوژی و به طور خاص هنجارها، ارزش ها، نگرش ها و اعتقادات استحکام و قوام یافته اند» (پیربابایی و همکاران، ۱۳۹۵). سرمایه اجتماعی رابطه ای روابط شخصی را توصیف می کند که افراد با هم به دلیل سابقه تعاملاتشان برقرار می کنند. مهمترین جنبه های این بعد از سرمایه اجتماعی عبارت است از اعتماد، هنجارها، الزامات، انتظارات و هویت (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۵).

۲/۱/۳ ابعاد سرمایه اجتماعی

همانطور که قبلا اشاره شد، سرمایه اجتماعی یکی از مفاهیمی است که دارای ابعاد گوناگون است. طرح حاضر برای مشخص کردن دامنه ارزیابی این مفهوم، حوزه مطالعه خود را به یک بعد محدود کرده و در نتیجه ابعاد دیگر را کنار گذاشته است. اما برای روشن شدن این مطلب، ابتدا تعریف مختصری از این ابعاد ارائه شده و بعد درباره ابعاد شناختی مفهوم، مطالب بیشتری مطرح می شود.

الف) بعد ساختاری

این بعد الگوی کلی روابط سازمان‌ها و محیط را در نظر دارد. میزان ارتباطی که افراد با یکدیگر در یک جامعه یا سازمان برقرار می‌کنند، شامل پیوندهای موجود در شبکه، شکل، ترکیب و تناسب آن می‌شود.

ب) بعد ارتباطی

این بعد از سرمایه اجتماعی، ماهیت روابط را شامل می‌شود. ماهیتی که مشتمل بر اعتماد، تعهدات و هویت است.

ج) بعد شناختی

دربرگیرنده میزان اشتراک حاضران درون یک شبکه اجتماعی در یک دیدگاه با فهم مشترک و همدلی میان آنان است که مواردی نظیر زبان و کدهای مشترک و روایت‌های مشترک را شامل می‌شود (گوشال و ناهاپیت، ۱۹۹۸).

طبق این رویکرد، سرمایه اجتماعی یک پدیده ذهنی است که از مجموعه‌ای از ارزش‌ها و نگرش‌های موثر یا تعیین‌کننده افراد در مورد نحوه ایجاد ارتباط با همدیگر تشکیل شده است. به این ترتیب، سرمایه اجتماعی بر آن دسته از ارزش‌ها و نگرش‌های فرهنگی تاکید می‌کند که افراد، جامعه و حاکمیت را به همکاری، تفاهم و همدلی با یکدیگر متمایل می‌سازد. همچنین موجب پیوند اعضای سازمان به همدیگر می‌شود و افراد را از انسان‌هایی خودخواه و خودپرست و دارای وجدان اجتماعی و حس تعهد متقابل ضعیف، به اعضای اجتماعی که دارای منافع و فهم مشترک درباره روابط اجتماعی و حس مشترک‌اند، تغییر می‌دهد (نیوتن، ۱۳۸۷: ۶۵).

بعد شناختی با استفاده از فهم و هم‌زبانی مشترک، بینش مشترکی از اهداف و ارزش‌ها را برای اعضای جامعه فراهم نموده و مقدمه فعالیت بهینه آنان را در سیستم اجتماعی فراهم می‌نماید (الوانی، ۱۳۸۱).

در جدول یک شاخص‌های سرمایه اجتماعی برای هر یک از ابعاد ساختاری، ارتباطی و شناختی بیان شده است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۴):

بعد ساختاری	بعد شناختی	بعد هنجاری
نقش‌ها و قواعد	هنجارها	کیفیت روابط و تعامل اعضا
شبکه‌ها و روابط بین فردی	ارزش‌ها	ارتباط متقابل بین اعضا
رویه‌ها	نگرش‌ها	اعتماد اجتماعی
روابط افقی	باورها	پیوند اجتماعی
روابط عمودی	همبستگی و انسجام	
ایجاد منافع مشترک	همکاری	

شاخص‌های بعد شناختی سرمایه اجتماعی ۲/۱/۳/۱

الف) نگرش^۱

به حالتی ذهنی یا عصبی حاکی از تمایل، که از طریق تجربه سازمان یافته و بر پاسخ‌های فرد به تمامی موضوعات و موقعیت‌هایی که با آن در ارتباط است، تأثیری جهت‌دار یا پویا دارد، نگرش گفته می‌شود (اتوکلاین برگ، ۱۳۶۸).

ب) ارزش^۲

ارزش‌ها عبارت از نتیجه غائی هدف و مقاصد کنش اجتماعی است. ارزش‌ها چندان مربوط به اصول موجود نیستند بلکه مربوط به اصول آرمانی اند. یعنی در حقیقت ارزش‌ها، گویای احکام اخلاقی اند.

ج) هنجار^۳

هنجارهای اجتماعی شیوه‌های رفتاری معینی اند که در گروه یا جامعه متداول اند و فرد در جریان زندگی خود آن را می‌آموزد، به کار می‌بندد و نیز انتظار دارد که دیگر افراد گروه یا جامعه آن را انجام دهند. هنجارها، رفتار، قاعده، معیار، یا میزانی است که با آن رفتار اجتماعی اشخاص در جامعه سنجیده می‌شود. هر رفتاری که با آن تطبیق کند، رفتاری است به هنجار و اگر نسبت به آن انحراف داشته باشد نابهنجار نامیده می‌شود.

1 . Attitude
2 .value
3 .Norm

■ (د) عقیده یا باور^۱

در یک تعریف ساده و رسا، باورها یا عقیده‌ها، اندیشه‌هایی هستند که فرد به درستی و حقانیت آن‌ها اعتقاد دارد. کرچ و کرچفلید باور را چنین تعریف کرده‌اند: «باور، سازمانی باثبات از ادراک و شناختی نسبی درباره جنبه خاصی از دنیای یک فرد است» (روشبلاو، ۱۳۷۱).

۲/۱/۴ کارکردهای سرمایه اجتماعی

نکته مهم دیگری که پس از تعریف سرمایه اجتماعی می‌توان به آن اشاره کرد، کارکردهای این مفهوم در اجتماعات انسانی است. کارکردهایی که هرچند در حوزه‌های مختلف دسته بندی می‌شود، اما به لحاظ مبنا و ماهیت یکسان تلقی شده و تعریف واحدی دارد.

سرمایه اجتماعی از سرمایه گذاری در روابط اجتماعی ایجاد می‌شود و مزایای سودمندی هم به دنبال دارد. همان‌گونه که در مقدمه اشاره شد، سرمایه اجتماعی به افراد و گروه‌های اجتماعی کمک می‌کند تا به نتایجی برسند که در صورت دیگری قابل حصول نبودند یا تنها با هزینه اضافی قابل حصول هستند. پژوهش‌ها و مطالعات جدید حاکی از آن است که وقتی سرمایه اجتماعی از برنامه ریزی سناریو ایجاد شود، سرمایه اجتماعی ایجاد شده می‌تواند: اولاً دسترسی به اطلاعات جدید و جریان آن را تسهیل کند؛ ثانیاً اتحاد یا علائق مشترک را افزایش دهد؛ به تعبیر دیگر، فرصت‌ها یا گزینه‌های استراتژیک بدیع را ایجاد کند؛ ثالثاً فرصت‌های جدیدی برای اقدام جمعی ارائه کند (لانگ و رامیرز، ۲۰۱۷).

اما مدیریت و همچنین تقویت سرمایه اجتماعی، فرآیندی نیست که بدون راهبری و وساطت در

1. Belief

جوامع قابل رسیدن باشد. در کنار مطالعات و برنامه‌ریزی‌های علمی در باب سرمایه اجتماعی، این واسطه‌ها هستند که می‌توانند به عنوان عوامل اجرائی، روند دستیابی به سرمایه اجتماعی را تسهیل یا با مشکل مواجه سازند. پس توجه به نقش آن‌ها، می‌تواند اهمیت زیادی در مطالعه سرمایه اجتماعی و به دنبال آن، مدیریت این مفهوم داشته باشد.

توانایی جامعه برای ایجاد سرمایه اجتماعی جدید در طول زمان با موفقیت آن ارتباط مثبت دارد. ساخت سرمایه اجتماعی جدید در محیط‌های بحرانی اهمیت ویژه‌ای دارد که در این محیط‌ها از سناریونویسی استفاده می‌شود. فرآیند مدیریت یا ایجاد سرمایه اجتماعی جدید به بازیگران این عرصه اجازه می‌دهد تا با دیگران ارتباط برقرار کنند و زمینه مشترکی ایجاد کنند که بر آن اساس باهم می‌توانند عامل بحران‌زا را هدف قرار دهند. امری و تریست، معتقدند که رویکرد مناسب برای غلبه بر شرایط بحرانی، «همدلی» است. با برجسته تر شدن بحران، پیدا کردن راه‌های مستقیم و سریع برای نگه‌داشت و تولید سرمایه اجتماعی جدید اهمیت استراتژیک زیادی پیدا می‌کند (لانگ و رامیرز، ۲۰۱۷).

بعد شناختی سرمایه اجتماعی ارتباط ویژه‌ای به سناریونویسی دارد، چون سناریونویسی بر مقوله شناخت، توجه ویژه‌ای دارد. این امر از دهه ۱۹۸۰ مورد بحث و مطالعه قرار گرفته است، زمانی که واک در توضیح تجربه خود در شرکت شل، توضیح داد که چگونه سناریوها توانستند با به چالش کشیدن این احتمال که آینده، مطابق پیش‌بینی آن‌ها پیش خواهد رفت و اینکه پیشنهاد مسیرهای دیگر و منطقی، می‌تواند بر مدل‌های ذهنی رهبران غلبه کنند. رایت و گودوین، معتقدند که سناریونویسی می‌تواند، رویه‌ای استاندارد باشد چون این روش می‌تواند جهان بینی‌های فردی و سازمان را به چالش بکشد. رایت، سناریوها را به عنوان «بازار درک دیدگاه

ها» تعریف کرد و هایدن، توضیح داد که چگونه سناریونویسی، برای تصمیم گیرندگان ابزار درک را فراهم می‌کند تا چیزی که ابتدا آشفته به نظر می‌رسد را بشناسند (لانگ و رامیرز، ۲۰۱۷).

در جستجو برای شناخت بحران، سناریونویسی مجموعه‌ای از منابع مختلف را فراهم می‌کند که به عنوان سرمایه گذاری مستقیم در ساخت بُعد شناختی سرمایه اجتماعی عمل می‌کنند. اول، سناریونویسی چهارچوب‌های مختلفی از بحران در هر مورد فراهم می‌کند که قرار است تجربه شود و در انجام این کار، اجازه می‌دهد چندین دیدگاه ایجاد و تایید اعتبار شوند. دوم، سناریونویسی فضایی امن ایجاد می‌کند که در آن دیدگاه‌های مختلف و حتی متعارض ظهور می‌کنند و مورد بحث قرار می‌گیرند و هیچگونه تعهدی نیز در آن وجود ندارد. سوم، فرآیند سناریونویسی به توسعه زبان و فهم مشترک در مورد شرایط جدید کمک می‌کند که تحت تاثیر بحران در هر مورد قرار می‌گیرد. چهارم، همانطور که سناریوها به عنوان داستان ایجاد می‌شوند، راهی برای ایجاد و انتقال معنای جدید و متضاد نیز فراهم می‌کنند و پنجم، سناریوها می‌توانند به ساخت سیستم‌های مشترک معنا یا بعد شناختی سرمایه اجتماعی جدید کمک کنند.

برای ساخت سرمایه اجتماعی جدید، کیفیت فرآیند سناریونویسی، ورودی آن‌ها و مباحث باید بسیار بالا باشد. در غیراین صورت، سناریونویسی سودمند نخواهد بود و سرمایه اجتماعی را ایجاد نخواهد کرد. این امر به طور خاص برای آن‌هایی صدق می‌کند که مستقیماً درگیر تولید و پرداخت سناریوها نیستند.

۲/۲ مدیریت بحران‌های طبیعی

موضوع مدیریت سرمایه اجتماعی، یک عنوان کلی است. به این معنا که این مدیریت حتماً

قرین بروز یا وجود شرایطی در جامعه می باشد و از همین رهگذر است که مدیران به اندیشه مدیریت می افتند. پس همچنانکه درباره سرمایه اجتماعی، ابعاد، سطوح و کارکردهای آن تعریف درست و روشنی ارائه شد، درباره این مفهوم نیز باید به ذکر نکاتی پرداخت تا فضا برای مخاطبان پژوهش روشن تر شود. مدیریت سرمایه اجتماعی در چه شرایطی صورت می گیرد و هدف از مدیریت آن، دقیقا چیست؟

۲/۲/۱ تعریف بحران

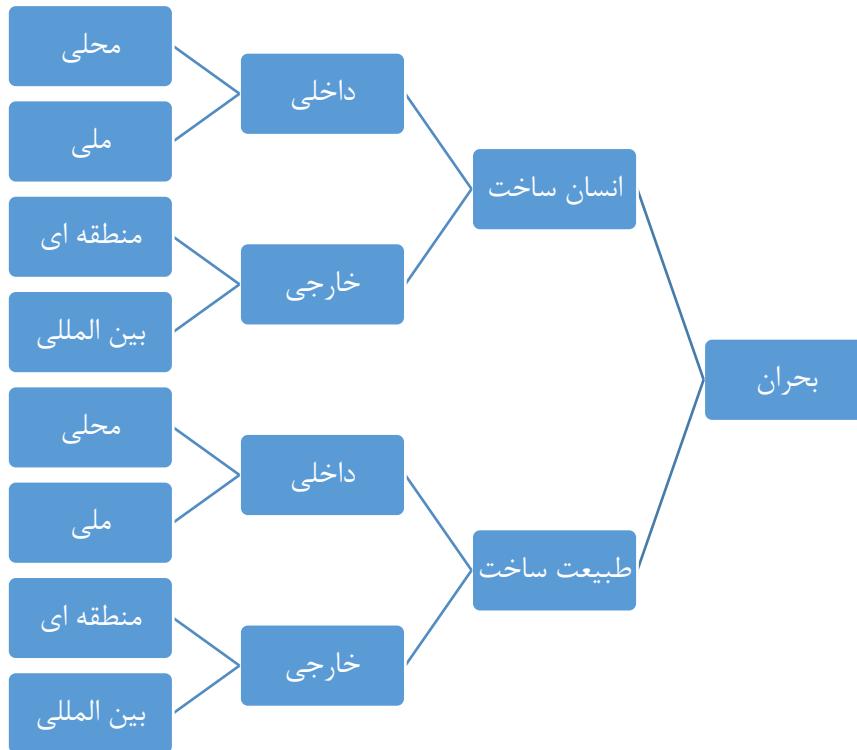
هرگونه تغییر ناگهانی در اثر رخ دادن حوادث غیرمترقبه که باعث اختلال در شرایط عادی جامعه شود و نیاز به اقدام ضروری داشته باشد، بحران تلقی می شود. از آنجا که بحران‌های طبیعی (بلايا) در مقایسه با بحران‌های انسان‌ساخت، خسارات و تلفات گسترده‌تری را به بار می آورند و کمتر قابل پیش بینی‌اند، آمادگی مردم و اجتماعات محلی به منظور مواجهه با چنین حوادثی اهمیت بیشتری می یابد. در نظر گرفتن این اصل که با توجه به عدم قطعیت فراوان در پیش بینی تأثیرات خاص محیطی، دستیابی به موفقیت در انطباق و سازگاری با محیط از طریق رویکردهای توسعه‌ای و انعطاف پذیر، ساده تر است (پورعزت و همکاران، ۱۳۹۱).

۲/۲/۲ نوع شناسی بحران

در نوع شناسی بحران، جداول بسیار متفاوتی از بحران را می توان ترسیم کرد. جداولی که هرچند در معنا تفاوت زیادی ندارند، اما به لحاظ مبنای دسته بندی و ساختار جدولی، تکثر چشم گیری را پیش روی ما قرار می دهند. اما به طور کلی دو نوع بحران به لحاظ ماهیت، قابل تصور است (شکل یک)

۱. بحران‌های انسان ساخت

۲. بحران‌های طبیعت ساخت



شکل یک

هر کدام از این دو نوع؛ یعنی بحران‌های انسانی و طبیعی ممکن است در شعاع متفاوتی رخ دهند. ممکن است دامنه بحران در سطح داخل کشور باشد یا اینکه فراتر از مرزهای کشور رفته و بین

المللی شود یا اینکه از کشورهای دیگر به داخل کشور سرایت کند. در داخل کشور نیز یک بحران ممکن است محلی باشد مثل بحران طبیعی زلزله شهرستان بم یا بحران انسانی اعتصاب کارگران یک شرکت و یا اینکه در سطح ملی باشد مثل بحران طبیعی خشکسالی یا بحران بیکاری (قلی پور و همکاران، ۱۳۸۷).

مدل هرمان یکی از عمده مدل‌هایی است که بر ادراک از وضعیت بحران تاثیرگذار بوده و مطالعات نظری و تجربی زیادی را سبب شده است. فرآیند تعریف یک وضعیت به عنوان بحران، مساله بسیار مهمی است. مدل هرمان بر مبنای سه عامل تهدید اهداف مطلوب، محدودیت و فشار زمانی برای تصمیم‌گیری و غافلگیری و عدم آگاهی تعریف شده است. طبق مدل هرمان، بحران مانع بالقوه برای اهداف مطلوب است که توسط خط مشی گذاران و مدیران سیستم تشخیص داده می‌شود و آن‌ها به این باور می‌رسند که عاملی سیستم را تهدید می‌کند. مفهوم تهدید به عنوان بعد اول در مدل هرمان، بدین معنی است که در وضعیت بحران تعادل سیستم دچار مشکل شده، نظم حاکم بر سیستم مختل می‌گردد. تغییرات ایجاد شده در عناصر سیستم مستلزم الگوی جدیدی است که بتوان در این وضعیت سیستم بحران زده را مدیریت کرد. با توجه به مدل دوم مدل هرمان، وقتی وضعیتی در زمان کوتاهی در آینده تغییر می‌کند، زمان تصمیم بسیار کوتاه است، در این شرایط فشار زمانی، یا اینکه اصلاً نمی‌توان تصمیم گرفت و یا تصمیم‌گیری با دشواری‌های زیادی صورت می‌گیرد. بعد سوم به غافلگیری اشاره دارد که منظور از آن عدم آگاهی تصمیم‌گیران از وضعیت بحران در حال وقوع است، ولی به معنی وجود پاسخ‌های برنامه‌ریزی شده برای آن وضعیت نیست. مفهوم غافلگیری به میزان آگاهی از وقوع بحران بستگی دارد. بحران شرایط غیرعادی است که مشکلات آن ناگهانی و کمتر قابل پیش‌بینی است. در چنین وضعیتی، مکانیزم‌های عادی مدیریت سیستم کارساز نیست. حتی در صورت

وجود برنامه های آماده برای پاسخ به چنین شرایط بحرانی، ممکن است سیستم غافلگیر شده و بحران به وقوع بپیوندد (قلی پور و همکاران، ۱۳۸۷).

در این مدل یک وضعیت مطلوب و یک وضعیت موجود ترسیم شده است. وقتی فاصله بین وضعیت مطلوب و وضعیت موجود زیاد می شود و از سوی دیگر مساله اهمیت زیادی دارد، بحران به وقوع پیوسته است و وضعیت به عنوان یک مشکل مطرح می شود.

بحران در همه مواقع پیامدهای منفی ندارد و بعضی مواقع پیامدهای مثبت نیز به همراه خود دارد. برای مثال در زلزله بم یک انسجام ملی ایجاد شد و بسیج عمومی برای کمک رسانی، اعتماد ملی را تقویت کرد. یکی از مسائل بسیار مهم در وضعیت های بحرانی، مدیریت سرمایه اجتماعی است. مدیریتی که اگر به شیوه درستی برنامه ریزی و عملیاتی شود، حتما می تواند نتایج مثبت زیادی برای جوامع به همراه داشته باشد. این همان روی فرصت گونه از بحران است که بنا به سبک مدیریت مدیران در هر جامعه، می تواند خود را مردم اجتماع نشان دهد.

اگر به بحران، به مثابه یک متن بنگریم، این متن بر «بومی» نقش می پذیرد که از فضایی خاص و رنگی ویژه برخوردار است. در این نگاه، بوم نقش پذیر بحران را اتمسفر یا «فضای گفتمانی بحران» می نامیم. نخستین بازتاب بوم نقش پذیر بحران، نوعی اضطراب و نگرانی ناشی از برهم خوردن وضع مالوف است. ممکن است این وضع مالوف، ناظر بر ثبات یا دگرگونی معطوف به وضعیت مطلوب تر باشد، اما آنچه که در این دیدگاه اهمیت پیدا می کند وجود نگرانی و اضطراب دربرهم خوردن وضع مالوف است. در این حالت تصمیم گیران و تصمیم سازان به نوعی ذهنیت یا احساس برهم خوردن وضع طبیعی مورد قبول خود را تجربه می کنند (مطهرنیا، ۱۳۸۱).

بنابراین، مهم‌ترین شاخصه فضای گفتمانی بحران، ذهنی بودن آن است. در همین فضای ذهنی بحران اولین یا زیرین‌ترین لایه‌های هویتی بحران شکل می‌پذیرد. ذهنیت عدم تعادل، در این لایه‌های هویتی، از قابلیت انقباض و انبساط بالایی برخوردار است. به بیان ساده‌تر در هنگامه بحران به جهت شاخصه‌های ناظر بر گونه‌گونگی بحران، این احساس قبض و بسط پیدا می‌کند و این خاصیت قبض و بسط در گستره وضعیت‌های متفاوت حاکم بر جوامع گوناگون و در مقاطع مختلف تاریخی آن‌ها، مضاعف می‌گردد. اتمسفر گفتمانی بحران، شکست عادت مالوف، برهم خوردن نظم موجود، اضطراب، نگرانی، تنش و ... را بر می‌تاباند (مطهرنیا، ۱۳۸۱).

در بین کشورهای جهان، ایران به لحاظ بروز حوادث غیر مترقبه جزو ۱۰ کشور بلاخیز است که از ۴۰ حادثه طبیعی شناسایی شده، بیش از ۳۰ مورد آن در ایران رخ داده است. ایران در حالی ۶ درصد تلفات بلایای طبیعی جهان را به خود اختصاص داده که فقط یک درصد جمعیت جهان را دارد. در بین حوادث طبیعی، تنها در طول یک قرن گذشته بیش از یک هزار و ۱۵۰ مورد زمین لرزه مرگبار در ۷۵ کشور جهان رخ داده است. بیش از ۸۰ درصد مرگ و میرهای حاصل از این رویداد طبیعی در ۶ کشور جهان به وقوع پیوسته است. ایران نیز با تلفاتی بالغ بر ۱۲۰ هزار نفر و خساراتی افزون بر میلیاردها ریال یکی از کشورهایی به شمار می‌آید که آمار بالایی در بروز حوادث طبیعی به خود اختصاص داده است.

بیش از چهل نوع بلایای طبیعی در سطح جهان تشخیص داده شده که هر گروه از آنها خود به چند زیر مجموعه دیگر تقسیم میشوند، با توجه به ارزیابی‌های به عمل آمده در سرزمین ایران حداقل وقوع ۳۱ نوع بلایای طبیعی شامل: زلزله، سیل، طوفان، آلودگی آب و هوا و محیط زیست، تسونامی (موج لرزه بزرگ دریا)، آفات و بیماری‌های نباتی، نوسانات زمین، خشکسالی

و روانه های گلی سابقه دارد. هر چند حوادث و رویدادهای متعدد طبیعی در طول حیات بشر در جوامع مختلف منجر به بروز خسارات جانی و مالی فراوانی شده و کماکان بسته به سطح توسعه نیافتگی کشورها و جوامع بشری، خساراتی وارد می شود؛ اما جوامع پیشرفته با استفاده از فناوری توان علمی و فنی و سازماندهی اصولی توانسته اند به مقابله با این بلایا برخاسته و میزان خسارات ناشی از وقوع حوادث را به حداقل کاهش دهند. روند وقوع حوادث طبیعی ایران نیز همانند روند کلی جهانی است. در زیر نمونه خسارات اقتصادی، افراد تحت تأثیر حوادث، درصد افراد کشته شده به وسیله حوادث و پرتکرارترین حوادث در ایران از بانک اطلاعات مرکز اپیدمیولوژی بلایا (EM-DAT) که از معتبرترین مراجع در زمینه حوادث طبیعی می باشد، آورده شده است.

ایران در برابر خطر بلایای متعدد به شدت آسیب پذیر است. این کشور که در یکی از کم باران ترین مناطق جهان قرار گرفته، از خشکسالی های فراوان رنج می برد. علاوه بر این، سیل ها، آتش سوزی جنگل ها و توفان های شن و غبار، مدام به بخش های مختلف آن آسیب می زند؛ اما نگرانی اصلی ایران همچنان خطر زلزله است. ایران به خاطر موقعیت ویژه خود در سلسله جبال آلپ هیمالیا نیز به شدت در برابر زلزله های متعدد و عموماً شدید آسیب پذیر است (قلی پور، ۱۳۹۵).

۳. فرایند سناریو نویسی

۳/۱ تحلیل محیطی

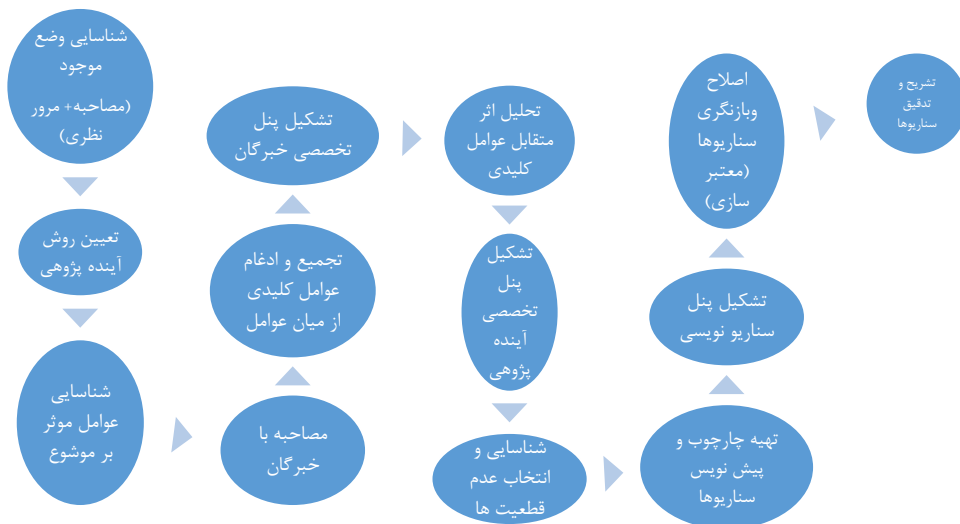
۳/۱/۱ تعیین دامنه

در این مرحله، حیطه کلی پروژه تعریف می‌شود. چارچوب مورد استفاده در این گام، فهرستی شامل مواردی هم‌چون تعیین موضوع و اهداف، سطح راهبردی تحلیل، مشارکت‌کنندگان، افق زمانی و ذی‌نفعان درگیر در پروژه است. این فهرست شامل پنج پرسش کلی است و گروه سناریوپردازی باید پیش از آغاز اجرایی فرایند سناریوپردازی، به این پرسش‌ها پاسخ دهند.

در این گام، در واقع، تعریف موضوع یا تصمیم‌های کلیدی سازمانی از موضوع که تأثیرات بلندمدتی دارند، مطرح می‌شود؛ هر قدر تصمیم یا موضوع مورد بحث محدودتر باشد، تدوین سناریوها، آسان‌تر خواهد بود. در این گام، گفت‌وگو و مصاحبه با اعضای تصمیم‌ساز برای تشخیص و روشن‌تر ساختن تصمیم‌ها یا موضوع‌های اصلی صورت می‌پذیرد. تعریف اهداف پروژه برای تبیین دامنه پروژه، فعالیتی بسیار ضروری است. این اهداف و سطح تحلیل مرتبط با آن ممکن است بین‌المللی، منطقه‌ای و یا ملی باشد.

در هنگام توسعه سناریوها، شروع کار با نگاه از «درون به بیرون» به جای نگاه از «بیرون به درون» صورت داده می‌شود و آن عبارت است از شروع فرایند با شناسایی و انتخاب موضوع یا تصمیمی خاص درون حاکمیت و سپس بنای سناریوها به سمت محیط بیرونی. از سوی دیگر، تعیین مشارکت‌کنندگان در پروژه سناریو پردازی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مشارکت افراد مناسب در فرایند سناریو پردازی، دارای حساسیت ویژه‌ای است. برای مؤثر بودن این فرایند، باید افرادی

که از سناریوها استفاده خواهند کرد و هم چنین نماینده هر گروه، حضور داشته باشند. در این طرح، ترکیبی از مدل‌های کمی و کیفی انجام گرفته است. همچنین شیوه‌های گردآوری اطلاعات، اسنادی و کتابخانه‌ای است. داده‌های کیفی با پرسشنامه باز و از طریق مصاحبه و بررسی اسناد و داده‌های کمی مورد استفاده در این پژوهش به صورت عددی و از طریق وزن‌دهی با نشست نخبگانی تهیه شده است. پس از گردآوری شاخص‌ها و متغیرها، ماتریس آثار متقابل در دو مرحله تشکیل شد، به طوری که شاخص‌ها در سطرها و ستون‌های آن قرار گرفته اند (شکل دو). برای تحلیل شاخص‌ها و متغیرها نرم افزار Mic Mac به کار گرفته شده است (زالی و عطریان، ۱۳۹۵).



شکل دو

بعد از مرور نظری بر منابع داخلی و خارجی و به دست آوردن مقوله‌های پژوهش، برای تکمیل یافته‌ها مصاحبه‌های عمقی از نخبگان را در دستور کار قرار دادیم. سوالات مصاحبه با توجه به کاستی‌های شاخص‌های سطح شناختی سرمایه اجتماعی در بحران‌های طبیعی آغاز شد. مدت زمان مصاحبه از ۵۰ دقیقه تا ۱۲۰ دقیقه ادامه یافت. تمامی مصاحبه‌ها ضبط شده و برای استخراج نکات کلیدی مورد بررسی قرار گرفتند.

در این پژوهش ابتدا متن مصاحبه پیاده‌سازی شده و سپس کدگذاری اولیه صورت گرفته و محققان لیستی طولانی از کدهای مختلف از مجموعه داده‌ها را در نرم افزار □□□□□□ ایجاد کردند. سپس براساس اهداف خاص پژوهش، مفاهیم شکل گرفتند. برای به کار گیری روش دلفی، در سه مرحله پرسش‌هایی تهیه شد:

مرحله اول، که در آن مهم‌ترین عوامل موثر در مدیریت بعد شناختی سرمایه اجتماعی در بحران‌های طبیعی در موضوعات محوری از کارشناسان پرسیده شد.

در مرحله دوم برای تعیین عوامل اصلی تاثیرگذار بر مدیریت بعد شناختی سرمایه اجتماعی از طریق وزن دهی که توسط دو نشست نخبگانی به دست آمد.

در مرحله سوم با توجه به نتایج به دست آمده، برای تعیین وضعیت‌های احتمالی پیش رو در آینده سرمایه اجتماعی در بحران‌های طبیعی به کار گرفته شد. در نهایت با تهیه سناریوهای مطلوب و باورکردنی، راهبردهایی برای مدیریت بهینه بیان شده است.

محدوده و قلمرو پژوهش: ۳/۱/۲

جامعه آماری این پژوهش خبرگانی هستند که می توان آن ها را به دو دسته تقسیم کرد:

الف) خبرگان علمی در دانشگاه ها و پژوهشکده ها

ب) خبرگان اجرایی در سازمان ها و نهادهای مرتبط با بحران

موقعیت های شغلی افرادی که برای مصاحبه انتخاب شدند به قرار زیر است:

۱. معاون آموزش ستاد مدیریت بحران شهرداری تهران

۲. هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی در گروه جامعه شناسی

۳. عضو هیات علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی (گروه پژوهشی آینده پژوهی)

۴. رییس پژوهشکده افکار سنجی مطالعات فرهنگی و اجتماعی دانشگاه تهران

۵. مدیر بخش حوادث روزنامه جام جم

۶. پژوهشگر حوزه سرمایه اجتماعی

نمونه گیری تحقیق، به وسیله روش گلوله برفی انجام شد. در این روش نفر اول، شخص دوم را به پژوهشگر معرفی می کند و نفر بعدی نیز همین طور و این روند ادامه می یابد تا اشباع اطلاعات حاصل گردد. باتوجه به بحث گسترده و میان رشته ای موضوع مدیریت سرمایه اجتماعی، دشواری کار و تنوع در تخصص های خبرگان، بخصوص خبرگان اجرایی باعث گردید تا روند به اشباع رسیدن کمی طولانی تر از حد معمول شود.

افق زمانی: بسیاری از برنامه ریزان و دولت ها هنگام برنامه ریزی حداکثر چهار الی پنج سال

آینده را در نظر می‌گیرند. در واقع آنچه امروز انجام می‌دهیم، در آفرینش دنیای پنج تا بیست سال آینده تاثیر بسزایی می‌گذارد. باید به خاطر داشته باشیم علیرغم پیوستگی و ارتباط گذشته، حال و آینده، تنها جایی که می‌توان تغییر داد، همین امروز است (زالی و عطریان، ۱۳۹۵).

براین اساس افق زمانی منتخب در این پژوهش، پنج سال آینده در نظر گرفته شده است.

هدف سناریو نویسی: ون تونن و همکاران به نوع شناسی انواع سناریو پرداخته اند که سه طبقه یا محور جامع و عمده براساس «چرایی» (هدف پروژه)، «چگونگی» (طرح فرایند) و «چه چیزی» (محتوا) وجود دارند.

سناریوی مورد نظر پژوهش حاضر براساس چرایی خواهد بود.

سطح راهبردی تحلیل: هر پژوهشی براساس روش شناسی ویژه اش مساله تحقیق را بررسی می‌کند. این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی از نظر ماهیت، بر اساس روش های جدید علم آینده پژوهی، تحلیلی و اکتشافی است.

اهداف پژوهش: تصویرسازی و ارائه آینده های محتمل -براساس افق زمانی منتخب- به تصمیم گیران بالادستی در راستای مدیریت سرمایه اجتماعی به هنگام بحران های طبیعی.

بازیگران: رسانه ها (صدا و سیما، خبرگزاری ها و ...)، چهره های حاکمیتی (دولت، مجلس، قوه قضاییه) و عاملان (ستادهای مدیریت بحران در تمامی دستگاه ها و سازمان ها، هلال احمر، فرمانداری و ...).

ذینفعان: از آنجایی که مدیریت بهینه سرمایه اجتماعی باعث حفظ و بقای جامعه می‌شود، فلذا ذینفعان کلیت دولت و حاکمیت در ایران اسلامی قلمداد می‌شود.

قوانین و سیاست‌ها: مرور سیاست‌های کلی با موضوع سرمایه اجتماعی و مدیریت بحران، مصداق روشنی را پیش روی پژوهشگران نگذاشت. پس آن‌ها ملزم به حرکت در چارچوب کلیات موجود در این باره شدند.

چشم انداز: رصد اسناد بالادستی و چشم اندازهای کلی کشور در این باره نتیجه‌ای نداشت. سرمایه اجتماعی بعنوان یک مفهوم در این اسناد دیده نشده و از این رو محققان به ترسیم چشم اندازی کلی در این باره بسنده کردند.

حفظ و نگهداشت سرمایه اجتماعی نظام در بحران‌های طبیعی، چشم انداز پژوهش ماست.

برای رسیدن به حل مساله طرح لازم است نکاتی بیان شود: نخست آنکه مدیریت سرمایه اجتماعی ناظر به سه سطح است؛

۱. مدیریت به منظور نگهداشت سرمایه اجتماعی برای حفظ وضع موجود و ممانعت از تنزل میزان سرمایه اجتماعی.
۲. مدیریت به منظور ارتقا و تقویت سرمایه اجتماعی برای افزایش میزان سرمایه اجتماعی.
۳. مدیریت به منظور ساخت و تولید سرمایه اجتماعی برای رسیدن به سرمایه‌های اجتماعی جدید.

و دیگر آنکه مدیریت بحران نیز در سه مرحله عملیاتی و اجرا می‌شود؛

۱. مدیریت قبل از وقوع بحران.

۲. مدیریت حین بحران.

۳. مدیریت پس از بحران.

سناریونویسی: برای رسیدن به فهم و منظور مشترک در سطح نخبگانی است و باعث می‌شود که جمع نخبگانی در مورد یک مساله به همدلی و درک مشترک برسند.

بعدشناختی سرمایه اجتماعی: یک فضای ذهنی که متشکل از ارزش‌ها، باورها، هنجارها، عقاید و ... است که افراد را به اعتماد، انسجام و مشارکت می‌رساند.

همانطور که گفته شد در این طرح ما به دنبال مدیریت به منظور نگهداشت سرمایه اجتماعی در حین بحران طبیعی هستیم.

براین اساس سوال مرکزی سناریو بدین‌گونه صورت‌بندی می‌شود:

عوامل محیطی که آینده بعد شناختی سرمایه اجتماعی را در بحران‌های طبیعی تحت تاثیر قرار می‌دهند، چه خواهد بود؟

۳/۱/۳ شناسایی عوامل کلیدی

در وهله اول مولفه‌ها، متغیرها و عوامل اصلی که بر سرمایه اجتماعی تاثیرگذار هستند، در قالب جدول STEEP (جدول دو) به دست آمد و تلاش شد تا از طریق مرور نظری و مصاحبه‌های تکمیلی عوامل اصلی مورد غفلت قرار نگیرند.

این جدول از پنج ستون و پنج ردیف تشکیل شده است. در ستون‌های جدول عوامل موثر بر سرمایه اجتماعی در حوزه‌های اجتماعی- فرهنگی، علم و فناوری، حوزه اقتصادی، زیست محیطی و حوزه سیاستی- حاکمیتی احصاء شده است. همچنین در ردیف‌های جدول به سطوح مختلف

اشاره شده است؛ در سطح رفتاری؛ عوامل عینی، قابل سنجش و ملموس، در سطح ساختاری؛ عوامل سیستمی، نهادی و قانونی، در سطح ادراکی و احساسی؛ عوامل مرتبط با احساسات و ادراکات، در سطح ارزشی اولویت‌ها و ارزش‌های مشترک در جامعه و پارادایم‌های حاکم فرهنگی و در نهایت در سطح فکری باورها، اعتقادات، بنیان‌های فکری و فلسفی و جهان بینی و ذکر شده است.

عوامل موثر	حوزه اجتماعی فرهنگی	علم و فناوری	حوزه اقتصادی	زیست محیطی	حوزه سیاسی و حاکمیتی
سطح رفتاری	ویژگی های جمعیتی (سن، جنس، وضعیت تحصیلات، وضعیت درآمد، تاهل، مهاجرت، بعد خانوار، انتظارات شغلی، سبک های زندگی (مدرن، سنتی، تلفیقی) محرومیت اجتماعی، نابرابری های اجتماعی، آسیب های اجتماعی سطح مشارکت زنان	میزان دسترسی به اینترنت شمار مراکز علمی پژوهشی رویکرد افراد به فناوری	رشد اقتصاد ملی نرخ بیکاری نرخ تورم مهارت نیروی کار کارآفرینی فردی و اشتراکی سرمایه مالی مردم قیمت مسکن، سکه، دلار، طلا	آلودگی هوا مدیریت زباله بلاخیزی (میزان وقوع بلایای طبیعی) آلاینده های محیطی آب آشامیدنی و بهداشت	کارآمدی حکومت وضعیت نظام سیاسی چهره های سیاسی

<p>قوانین و دستورات عمل‌ها بهینگی سیستم کاهش ابهام مشورت با خبرگان عمل به وعده‌ها</p>	<p>مدیریت یکپارچه منابع طبیعی</p>	<p>شفافیت مبارزه با فساد سیاست‌های بازتوزیعی اشتغال زود بازده</p>	<p>دولت الکترونیک سیستم ارزیابی عملکرد وجود زیرساخت‌های مناسب</p>	<p>نهادهای مدنی و روشنفکران و متفکران سلبریتی‌ها جریان رسانه‌های داخلی جریان رسانه‌های خارجی شبکه‌های اجتماعی مجازی هنجارهای اجتماعی</p>	<p>سطح ساختاری</p>
<p>امید به آینده و ارزشمند دانستن زندگی فرهنگ گفت و گو و مفاهمه نوع برخورد با رویدادهای زندگی (انفعالی یا واکنشی) اعتماد نهادی و ذهنیت مردم در مورد سابقه عملکرد دستگاه‌ها و دولت همگرایی فرهنگی با فرهنگ مسلط مشارکت سیاسی، مذهبی</p>					<p>سطح ادراکی و احساسی</p>

بعد از بررسی جدول، مشخص شد که عوامل احصاء شده بسیار کلی بوده و دامنه وسیعی را شامل می‌شوند، از این رو محققان جدول دیگری را بصورت تالیفی و با توجه به مساله طرح، بازسازی کردند و در آن به نکاتی توجه شد:

■ عوامل مورد نیاز در این تحقیق باید عواملی باشند که قابلیت کنترل داشته باشند، فلذا متغیرهای زمینه‌ای مانند: سن، جنس، تحصیلات، وضعیت تاهل، پایگاه اجتماعی- اقتصادی، محل سکونت در بررسی ما در عین مهم بودن تاثیری ندارند.

■ مولفه‌ها از چند وجه قابل احصاء هستند:

۱- اثرگذاری بلند مدت یا کوتاه مدت

۲- عوامل نهادی (عینی) یا ذهنی

بعد از بررسی‌های متعدد، عوامل ذیل به عنوان عوامل کلیدی به دست آمدند:

اقتصادی	سیاسی	اجتماعی	فرهنگی	عوامل موثر بعد شناختی سرمایه اجتماعی
- پنداشت از وضعیت اقتصادی	- پنداشت از موفقیت و عملکرد نظام در حل مشکلات - سابقه کنش چهره‌های سیاسی - تمایلات جناحی	- رسانه گروهی - غیررسمی (ماهواره) - رسانه گروهی رسمی (صداوسیما) - - - شبکه‌های اجتماعی مجازی	- مطبوعات و خبرگزاری‌ها - سابقه کنش سلبریتی‌ها - تعلقات تاریخی- اقلیمی - تعلقات مذهبی	ارزش نگرش باور هنجار

جدول سه

۳،۱،۳،۱ عوامل کلیدی موثر در بعد شناختی سرمایه اجتماعی در بحران‌های طبیعی:

۱. پنداشت از موفقیت و عملکرد نظام در حل مشکلات و مدیریت بحران:

مردم به عنوان کلیدی‌ترین عنصر سرمایه اجتماعی، برآورد و برآیند خاصی از حوزه‌های مختلف زندگی اجتماعی خود دارند. به این معنا که آن‌ها، نسبت به عملکرد نظام سیاسی متبوع‌شان، کارآمدی این نظام و مواردی شبیه به این، تجربیاتی دارند. انباشت این تجربه‌ها در طول زمان منجر به تشکیل یک حافظه تاریخی از آزمایش‌پس‌دادن نظام سیاسی در برهه‌های حساس می‌شود. انباشتی از تجربه که حافظه تاریخی اعضای اجتماع در برابر سیستم سیاسی را شکل داده و منجر به قضاوت آن‌ها درباره نظام می‌شود. همانطور که اشاره شد، یکی از مهم‌ترین این موارد، ذهنیت مردم درباره کارآمدی نظام سیاسی و توانائی آن در حوزه حل مشکلات و مدیریت است که در این پژوهش با عنوان □ پنداشت از موفقیت و عملکرد نظام در حل مشکلات و مدیریت بحران □ طرح شده است.

۲. تعلقات تاریخی - اقلیمی:

نتیجه نگارش و انتقال تجربیات تاریخی، در طول زمان‌های متمادی و در چارچوب اقلیم یک سرزمین، منجر به تشکیل مفهومی به نام وطن شده است. مفهومی که از رهگذر اوراق و اسناد تاریخی، به حافظه همه اعضای یک اقلیم راه یافته و جای خود را در اندیشه آنان باز کرده است. به همین سبب، خوانش هر ملت از تاریخ کشورش، منجر به ایجاد احساس تعلق در روند جامعه پذیری شده و زمینه‌های تصمیم‌گیری افراد را دچار تاثیرپذیری می‌کند.

۳. تمایلات جناحی:

در حوزه سیاست داخلی هر کشور، این مردم هستند که با ابراز تمایل به جریان‌ها و جناح‌های

سیاسی مختلف، به آن‌ها موجودیت سیاسی می‌بخشند. این پایگاه اجتماعی و حمایت مردمی، می‌تواند جریان‌ها را در روند مدیریت امور اجتماعی یاری رساند. پس در شرایط بروز بحران‌های طبیعی، یکی از مهم‌ترین عواملی که می‌تواند میزان همراهی مردم با نهادها و سازمان‌های دولتی یا غیر آن را متاثر سازد، وزن جناح بندی‌های سیاسی و میل مردم به هریک از آن‌ها در عرصه اجتماع است.

۴. پنداشت از وضعیت اقتصادی:

سنجش وضعیت اقتصادی و معیشت مردم، در همه جوامع با معیارهای نسبتاً یکسانی صورت می‌پذیرد. چه از اینرو که اگر وضعیت شاخص‌هایی مثل درآمد سرانه، خط فقر، پراکندگی اقشار در طبقات اقتصادی و غیره، وضعیت خوبی در یک جامعه نداشته باشد، سرمایه اجتماعی نیز در معرض تهدید واقع می‌شود. پس در شرایط بحران نیز مدیریت این سرمایه پذیر، به مراتب دشوارتر خواهد بود. عنصر اساسی در پنداشت مردم از وضعیت اقتصادی، خاطره و برداشت ذهنی آنان از توزیع عادلانه امکانات و سرمایه‌های مادی و اجتماعی است.

۵. سابقه کنش سلبریتی‌ها:

با نضج گرفتن مرجعیت شبکه‌های اجتماعی در میان مردم و رجوع روزانه به این ابزارهای ارتباطی، چهره‌های مختلفی از حوزه هنر، سیاست، ورزش، دانشگاه و ... نیز در جایگاه مرجعیت عام قرار گرفته‌اند. به این معنا که مردم در کنار نهادهای رسمی و متولیان امور اجتماعی، نگاهی به رفتارهای جمعی این افراد دارند و حتی در برخی کنش‌ها، سلبریتی‌ها را در اولویت اعتماد خود قرار می‌دهند. سابقه کنش مردم در ماجرای زلزله کرمانشاه و اعتماد به سلبریتی‌هایی که

عزم امدادسانی به مناطق بحران زده را داشتند، یکی از مهم‌ترین نمود بروز کنش سلبریتی‌ها در جامعه ایرانی بود. تجربه‌ای که البته تبدیل به یک سابقه برای اذهان عمومی شد. کاستی‌ها و مزایای این کنش، حتما مرجع تصمیم‌گیری مردم برای کنش‌های آینده شان خواهد بود.

۶. سابقه کنش چهره‌های سیاسی:

سابقه کنش چهره‌های سیاسی، به همان میزان که شبیه به کنش سلبریتی‌ها است، از لحاظ حوزه عملکرد و ضریب نفوذ با آن تفاوت دارد. به این معنا که سابقه کنش رئیس دولت در جریان بحران الف، حتما ارتباط زیادی با برداشت مردم از کارآمدی سیستم سیاسی دارد. سابقه این کنش چنان در ذهن اعضای اجتماع باقی می‌ماند، که به سختی می‌توان این کنش را از شخصیت حقوقی فرد مسئول جدا کرد.

۷. شبکه‌های اجتماعی مجازی:

شبکه اجتماعی مجازی زنجیره‌ای از ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی است که با حضور غیر فیزیکی افراد در یک محل مجازی ایجاد می‌شود. در شبکه اجتماعی مجازی ارتباط افراد و سازمان‌ها یا گروه‌ها رو در رو و بدون واسطه نیست، بلکه به ابزاری به نام اینترنت بستگی دارد. این روزها وقتی صحبت از شبکه اجتماعی در اینترنت می‌شود در واقع در حال صحبت از نوع مجازی و غیر قابل لمس شبکه‌ای از ارتباطات انسانی هستیم. همزمان با ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی اصطلاحات جدیدی مثل رسانه اجتماعی و مهندسی اجتماعی نیز به گوش می‌خورند.

۸. مطبوعات و خبرگزاری‌ها:

مطبوعات از ریشه طبع به معنای چاپ است و مشتمل بر هر نوشتاری است که بر روی کاغذ به چاپ برسد. گاه‌نامه‌ها، روزنامه‌ها، نشریه‌های کتابی و ویژه‌نامه‌ها نیز در این دسته بندی جای دارند و عنوان کلی مطبوعات شامل این موارد نیز می‌شود. مطبوعات در ایران دارای عناوین خاصی بر مبنای دوره انتشار است که شامل؛ روزنامه، دوروزنامه (سه شماره در هفته)، هفته‌نامه، دوهفته‌نامه، ماهنامه و فصلنامه می‌شود. خبرگزاری‌ها نیز شیوه‌های جدیدی از اطلاع‌رسانی به روش مطبوعات است. اما تفاوت این دو در شیوه به روز بودن و استفاده از ابزار اینترنت برای آگاه‌سازی مردم است. خبرگزاری‌ها دامنه‌هایی از ابزارهای اطلاع‌رسانی هستند که هر لحظه و هر دقیقه، اخبار تازه‌ای از سراسر دنیا را به مخاطبان خود ارائه می‌کنند و شاید مهم‌ترین منبع تغذیه خبری روزنامه‌ها نیز به حساب بیایند.

۹. رسانه گروهی رسمی (صداوسیما):

رسانه‌های گروهی یا رسانه‌های جمعی عبارت است از مجموعه‌ای از وسایل ارتباطی که عموماً ارتباطی یک سویه را دنبال می‌کنند. رسانه‌های دیداری و شنیداری مثل تلویزیون و رادیو و ... از جمله مهم‌ترین رسانه‌های گروهی هستند. امروزه با گسترش استفاده روزافزون از اینترنت، رسانه‌های برآمده از فضای اینترنت جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده‌اند و پای این رسانه‌های عمومی را به فضای اینترنت نیز باز کرده‌اند. در این پژوهش، به سبب ارائه یک دسته بندی محدود و مشخص از رسانه‌های رسمی-قانونی - که می‌توان آن‌ها را تریبون نظام سیاسی به حساب آورد، رسانه رسمی مترادف با صدا و سیما فرض شده است.

۱۰. رسانه گروهی غیررسمی (ماهواره ۵):

تعریف رسانه گروهی در عنوان قبل ذکر شد. از سوی دیگر و در نقطه مقابل عنوان رسانه گروهی رسمی، رسانه‌هایی وجود دارند که تریبون سیستم سیاسی ایران به حساب نمی‌آیند و برخلاف آن، اهداف و روش‌هایی برخلاف رسانه‌های رسمی دارند. مشخص‌ترین مصداق این عنوان، شبکه‌های ماهواره‌ای است که می‌توان در این دسته بندی به آن اشاره کرد.

۱۱. تعلقات مذهبی:

تعلقات دینی و مذهبی، بعنوان یکی از عناصر مهم در شکل‌گیری شناخت افراد قلمداد می‌شود. براساس قوانین ایران، کشوری مذهبی و با دین اسلام است که بخش کثیری از مردم معتقد به تشیع هستند. تمایلات و باورهای مذهبی مردم در موقعیت‌های مختلف مانند بحران‌های طبیعی بروز و ظهور بیشتری پیدا می‌کند. چه اینکه ممکن است علت وقوع یک بحران طبیعی را کثرت گناهان تلقی کنند، یا براساس تقدیرگرایی، معتقد به این باشند که وقوع یک حادثه در سرنوشت و تقدیر بوده است و راه‌گزینی برای آن نیست و یا اینکه با توکل و اعتماد به خدا برای عبور از بحران و کمک به بقیه هموطنان اقدام کنند.

۳/۲ تعیین پیشران‌ها

منظور از پیشران یا توصیف‌گر، هر متغیر تاثیرگذاری است که صحنه و محیط کلان مورد مطالعه ما را متحول کرده و تغییر می‌دهد. به عبارت روشن‌تر اینکه؛ پیشران‌ها، فاکتورهای اثرگذاری هستند که مدیران برای شناخت آنها دست به پژوهش، تحقیق و مصاحبه زده، پس از شناسایی این عوامل، از روش‌های مختلف مدیریت و آینده پژوهی، استفاده کرده و برای نیل به وضعیت

مطلوب، برنامه‌ریزی می‌کنند. پیشران‌ها از دوجهدت برای ما دارای اهمیت هستند؛ از یک سو در مقام توصیف، آینده را بر مبنای آن‌ها توصیف می‌کنیم؛ و از سوی دیگر در مقام تجویز و مبتنی بر پیشران‌ها، آینده را مطابق با اهداف مدیریت می‌کنیم.

نخستین وظیفه در این گام، تعریف حیطه و سیستم تحت مطالعه است. دومین وظیفه، ایجاد انباری شناخته شده از تمامی پیشران‌ها و یا عوامل داخلی یا خارجی است که به سیستم هویت بخشی می‌کند. این انبار تا حد ممکن باید جامع بوده و در تشکیل آن از هیچ نکته‌ای چشم پوشی نشود. نقش مهمی که نخبگان حوزه مورد مطالعه، در اینجا ایفا می‌کنند، بسیار مهم و قابل توجه است. به این معنا که اگر در نخبگان در تعیین پیشران‌ها دچار اشتباه یا لغزش شوند، تمام روند برنامه‌ریزی و مدیریت در ادامه راه دچار کج‌روی شده و سیستم به نتیجه مطلوب خود نیز نمی‌رسد. در ادامه این روند و به منظور دستیابی به یک فهرست همگن، باید تمام پیشران‌ها فهرست شده، در صورت نیاز، تکمیل، طبقه‌بندی و یا در برخی از موارد حذف و اضافه شوند. پس از نخستین طبقه‌بندی پیشران‌ها و تفکیک پیشران‌های داخلی و خارجی، واژه نامه این پیشران‌ها باید تدوین شود.

تدوین واژه نامه پیشران‌ها در واقع به این نیت صورت می‌گیرد که تعریف درست و یک دستی از این متغیرها برای همه افراد درگیر پروژه وجود داشته باشد. تعریفی ساده و درست که افزون بر ارائه درک فراگیر در تعریف پیشران‌ها، از سوء برداشت‌های احتمالی نیز جلوگیری کند. واژه نامه برای هر پیشران باید شامل تعریف پیشران از دیدگاه اعضای گروه، اشاره به مشکلات ایجاد شده از سوی آن، نشانه‌های گرایش تکاملی آن در گذشته و احتمالاً در آینده و همچنین شکست و توقف احتمالی در گرایش مفروض باشد (زالی و عطریان، ۱۳۹۵).

همانطور که در قسمت قبل بیان شد، از طریق آگاهی به دست آمده از محتوای مصاحبه‌ها و مرور منابع و اطلاعات، موارد کلیدی در تعیین پیشران‌ها بیان شد، سپس از آنجا که آینده نگاری فرآیندی نظام‌مند و مشارکتی بوده، مشارکت خبرگان صاحب نظر و آگاهان کلیدی در علوم اجتماعی، مدیریت رسانه، علوم ارتباطات و علوم سیاسی می‌تواند بسیار راهگشا باشد. بنابراین تحلیل‌ها و بررسی‌های موشکافانه عوامل احصاء شده در پنل خبرگان انجام شد. در این پنل‌ها همچنین به تحلیل اثر متقابل عوامل با روش نرم افزار میک مک پرداخته شده تا با کمی‌سازی نحوه ارتباط آن‌ها، ماهیت نسبی عوامل و ارزیابی آنان طبق نظرهای خبرگانی به دست بیاید. در تحلیل اثر متقابل با ورود عوامل منتخب و نمره‌گذاری میزان تاثیرگذاری دودویی آن‌ها توسط خبرگان، ماتریسی به دست آمده که از چهار ربع مجموعه عوامل پیشران کلیدی (فقط بسیار تاثیرگذار)، مجموعه عوامل سیاستی و برنامه‌ای یا دوگانه (بسیار تاثیرگذار و همچنین تاثیرپذیر)، مجموعه عوامل رصد و شاخص (فقط بسیار تاثیرپذیر) و عوامل بی اثر (نه تاثیرگذار و نه تاثیرپذیر) تشکیل شده است. این ماتریس خروجی و مختصات هر عامل در آن، علاوه بر کمک در تشخیص ماهوی عوامل، به انتخاب عدم قطعیت‌های سازنده محورهای سناریونویسی کمک شایانی می‌نماید (برومند و همکاران، ۱۳۹۵).

مجموع	صداوسیما	ماهوره	مطبوعات	شبکه اجتماعی	سیاسی	سلبریتی	اقتصادی	تمایلات جناحی	مذهبی	تعلقات تاریخی	عملکرد نظام
											عملکرد نظام
											تعلقات تاریخی
											مذهبی
											تمایلات جناحی
											اقتصادی
											سلبریتی
											سیاسی
											شبکه اجتماعی
											مطبوعات
											ماهوره
											صداوسیما
											مجموع

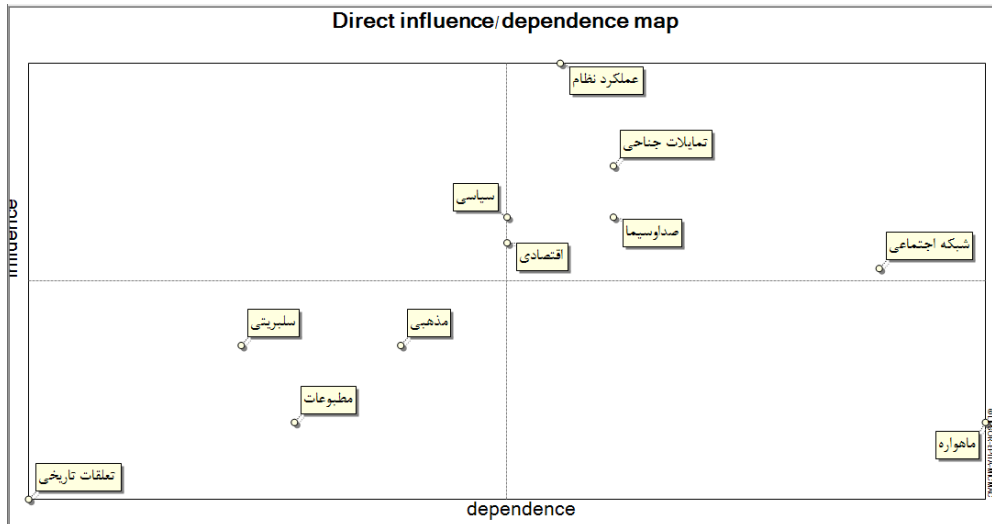
جدول چهار

در این مرحله نظرات هریک از خبرگان در ماتریس تاثیرگذاری/تاثیرپذیری وارد شد و با استفاده از مد داده‌ها (داده‌های با بیشترین تکرار در هر سلول)، ماتریسی تهیه شد که برآیند نظرات خبرگان پاسخ دهنده به پرسشنامه را نشان می‌دهد. این برآیند به صورت ماتریسی 11×11 است که به عنوان ورودی نرم افزار میک مک استفاده شده است. برای نمره گذاری اعداد ۱-۵ در نظر گرفته شد (عدد ۵ با بیشترین تاثیر و عدد ۱ با کمترین تاثیر شناخته شده است).

بعد از وارد کردن نمرات در نرم افزار میک مک، نمودار ذیل به دست آمد (شکل پنج) که موقعیت هر کدام از عوامل را در آن نشان می‌دهد. دو عامل پیشران یا عدم قطعیت «پنداشت از وضعیت اقتصادی» و «سابقه کنش چهره‌های سیاسی» در راس این نتیجه گیری قرار دارد. این پیشران‌ها در واقع همان فاکتورهای مهم و مورد توجهی هستند که با بیشترین تاثیرگذاری و

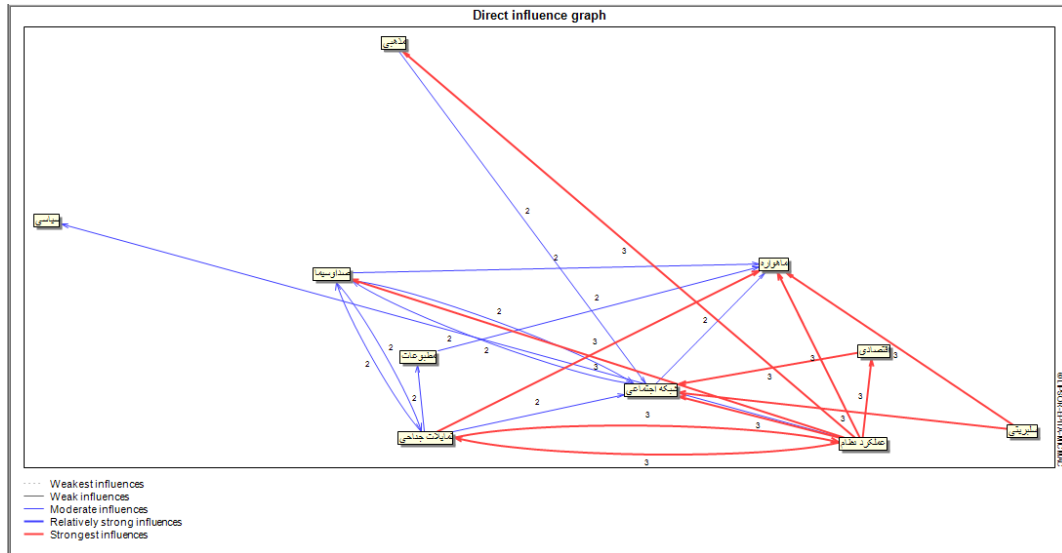
کمترین تاثیرپذیری در تدوین سناریوی های مدیریت و آینده پژوهی این پروژه باید مورد توجه واقع شوند.

عوامل سیاستی شامل: «پنداشت از موفقیت و عملکرد نظام در حل مشکلات و مدیریت بحران»، «تمایلات جناحی»، «رسانه گروهی رسمی (صداوسیما)»، «شبکه‌های اجتماعی مجازی» است که اثرگذاری بالا و تاثیرپذیری بالایی دارند. «رسانه گروهی غیررسمی (ماهواره)» عامل رصدی است که کم ترین اثرگذاری و بیشترین تاثیرپذیری را دارد و در نهایت «تعلقات مذهبی»، «مطبوعات و خبرگزاری‌ها»، «تعلقات تاریخی- اقلیمی»، «پنداشت از وضعیت اقتصادی» و «سابقه کنش سلبریتی‌ها» نیز متغیرهای مستقلى هستند که در جریان این تحقیقات حاصل شده اند.



شکل پنج

در شکل شش، نقشه روابط بین متغیرها را نشان می‌دهد.



شکل شش

۳/۳ فضای سناریونویسی

نخستین گام در مرحله سناریونویسی؛ تشکیل چارچوب سناریوها توسط دو عدم قطعیت شناخته شده و نهایتاً ارائه پیش نویسی از سناریوهای استقرایی است.

به طور کلی برای طراحی یک برنامه مدیریتی آن‌هم در شرایط وقوع بحران باید عدم قطعیت‌ها را شناسایی و مدیریت کرد، زیرا همه عدم قطعیت‌ها را نمی‌توان از آینده حذف نمود. نادیده گرفتن عدم قطعیت‌ها موجب کاهش توانایی مسئولان برای اقدامات اصلاحی و رسیدن به یک

موقعیت مطلوب می‌شود؛ همچنین نادیده گرفتن عدم قطعیت‌ها می‌تواند موجب از دست دادن شانس‌ها و فرصت‌های آینده و نهایتاً منجر به ایجاد یک مدیریت ناکارآمد شود. پس همانطور که در ابتدای این قسمت نیز اشاره شد، عدم قطعیت‌ها یا پیشران‌ها، میدان مانوری برای مدیریت آینده است. عواملی تاثیرگذار که از رهگذر آن‌ها می‌توان آینده‌ای را به صورتی مطلوب یا نامطلوب رقم زد.

بعد از بررسی این عوامل و گزینه‌های طرح شده در پرسشنامه، جمع‌بندی نشست نخبگانی دو گزینه اصلی را پیش‌روی پژوهشگران این پروژه قرار داد. «پنداشت از وضعیت اقتصادی» و «سابقه کنش چهره‌های سیاسی» دو عدم قطعیت پیش رو هستند که فرآیند سناریونویسی از رهگذر این فاکتورها ادامه خواهد داشت.

واقعیت و تصور از واقعیت، دو مساله متفاوت هستند و ما در اینجا به تصور از واقعیت می‌پردازیم. ممکن است به ذهن خطور کند که پنداشت از وضعیت اقتصادی، مبتنی بر واقعیت نباشد و برای مثال مردم براساس شاخص‌های اقتصادی در وضعیت مناسبی به سر ببرند، اما در این طرح تمرکز بر بعد شناختی است و تصور و پنداشت از واقعیت برای مهم است.

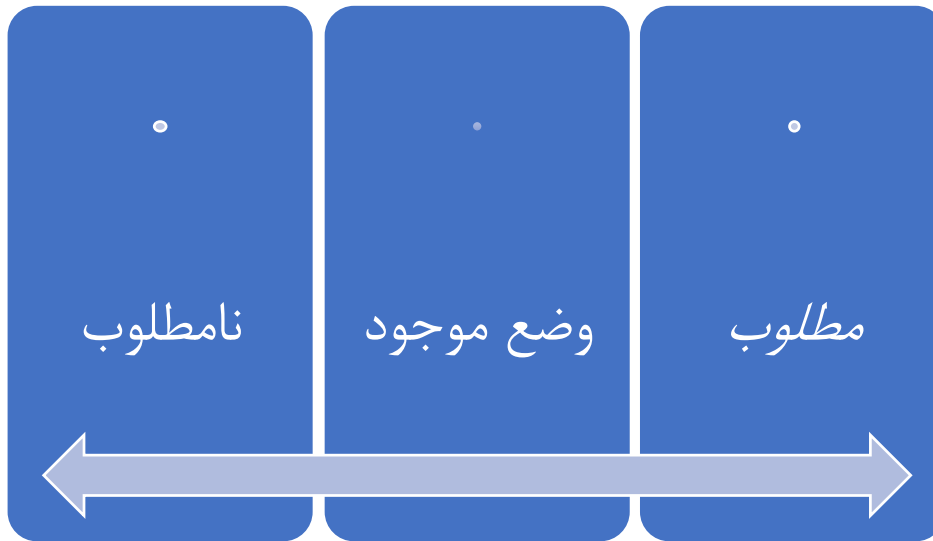
پنداشت مردم از وضعیت اقتصادی را با متغیرهایی همچون توزیع منابع ملی، امکانات و ثروت (توزیع متناسب یا توزیع نامتناسب) می‌توان سنجید. مردم معتقد هستند که منابع ملی، امکانات و ثروت ملی به طور مناسب توزیع شده (توزیع نشده) و سهم آنها از این درآمدها متناسب با هزینه‌های زندگی شان هست یا نه. همچنین از سوی دیگر نیز ذهنیت مردم درباره سرنوشت هزینه‌های جمع‌آوری شده توسط سازمان‌ها و نهادها و محل خرج آن‌ها نیز اهمیت زیادی دارد. به این معنا که پنداشت مردم درباره این درآمد و محل توزیع آن، می‌تواند تاثیر مهمی در کنش آن‌ها به

هنگام بحران داشته باشد. چه از اینرو که سهم عمده‌ای از این درآمدها، مخارج خانوارهای ایران در قالبی همچون مالیات، عوارض شهرداری، کمک‌های مردمی به نهادها و سازمان‌های مختلف و مواردی از این دست است. در نتیجه وقتی مرجع تامین این درآمد - یعنی مردم - اطمینانی از وضعیت هزینه کردن آن نداشته باشد، حتما روند تامین و پرداخت نیز با مشکلات جدی مواجه شده و مدیریت بحران در عرصه‌های مرتبط با اختلال روبه رو می‌شود.

سابقه ذهنی مردم از کنش چهره‌های سیاسی، با دو متغیر محتوای کنش چهره‌های سیاسی و زمان (موقع) کنش چهره‌های سیاسی می‌توان در نظر گرفت. محتوای کنش می‌تواند مفید و خوب و یا غیرمفید و بد باشد. زمان کنش می‌تواند به موقع و یا بی موقع باشد. به عبارت روشن‌تر اینکه، تجربه مردم از مدیریت چهره‌های سیاسی از یکسو و همچنین سبک کنش مدیران مسئول در موضوعات مختلف اجتماعی، می‌تواند تاثیر زیادی بر اعتماد آن‌ها نسبت به این چهره‌ها و مشارکت در حرکت‌های اجتماعی جدید داشته باشد. مردمی که تجربه کنش نامطلوب در موقعیت نامطلوبی همچون بحران طبیعی را داشته باشند، دچار خدشه‌ای جدی در اعتماد و مشارکت - به عنوان دو فاکتور اصلی سرمایه اجتماعی - می‌شوند. البته در این بین موقعیت‌های مشابهی نیز وجود دارد که می‌توان این وضعیت را تعدیل کند. مثلا کنش فردی مطلوب مدیران در هنگام بحران طبیعی، هرچند که در جایگاه رسمی‌شان فاقد این مطلوبیت باشد، می‌تواند اوضاع را تا حدودی به نفع بحران، آرام کند. احتمالات مختلفی که در جریان تدوین سناریو می‌توان به صورتی موسع‌تر از آنان سخن به میان آورد.

۳/۳/۱ منطق سناریوها

برای هر یک از پیشران‌ها، دو حالت مطلوب و نامطلوب را می‌توان متصور شد؛



شکل هفت

براین اساس، چهار فضای سناریو تشکیل می‌شود؛

۱. پنداشت مردم از شرایط اقتصادی مطلوب باشد و کنش چهره‌های سیاسی مطلوب باشد.
۲. پنداشت مردم از شرایط اقتصادی نامطلوب باشد و کنش چهره‌های سیاسی مطلوب باشد.
۳. پنداشت مردم از شرایط اقتصادی مطلوب باشد و کنش چهره‌های سیاسی نامطلوب باشد.

۴. پنداشت مردم از شرایط اقتصادی نامطلوب باشد و کنش چهره‌های سیاسی نامطلوب باشد. در قسمت بعد هریک از سناریوها توضیح داده می‌شود.

۳/۴ شرح و وصف سناریوها

۳/۴/۱ آرامش بعد از طوفان (سناریوی مطلوب)

سناریو اول زمانی شکل می‌گیرد که شناخت و نگرش مردم از کنش چهره‌های سیاسی و وضعیت توزیع منابع، امکانات و ثروت در جامعه مطلوب بوده و سطح قابل توجهی از اعتماد اجتماعی بین مردم و مسئولان، ایجاد شده باشد. اعتمادی که باعث می‌شود در زمان بروز بحران‌های طبیعی، مشارکت و انسجام اجتماعی به بهترین صورت بروز کرده و چه بسا بحران‌های طبیعی بستری برای تقویت سرمایه اجتماعی بین مردم و نهادهای دولتی نیز باشد.

حاکمیت در مدیریت سرمایه اجتماعی براساس سند چشم‌انداز حرکت می‌کند و موفقیت خود را علی‌الدوام در گرو پنداشت و نگرش مطلوب مردم از وضعیت اقتصادی و عملکرد چهره‌های سیاسی می‌بیند. از همین رو برای رسیدن به مطلوب‌ترین سناریو، که همه متغیرها در آن وضعیت مثبتی دارند، باید پیشران‌ها را نیز به اوضاع مطلوب خود برساند.

در این سناریو؛ وضعیتی را می‌توان در نظر آورد که امکانات، منابع و ثروت در سطوح مختلف جامعه از نظر مردم بصورت متناسبی توزیع شده، پنداشت و نگرش مردم نیز نسبت به این توزیع مثبت است. البته این پنداشت مثبت از وضعیت اقتصادی در میان مردم، ممکن است به روش دیگری نیز حاصل شود. آنهم اینکه مجریان و حاکمیت با چنان سیاستی در امور مدیریتی

خود رفتار کرده باشند که مردم تصور مطلوبی از وضعیت خود و هموعان‌شان در جامعه داشته باشند. هرچند که این نوع رفتار و توان اقلع، به سبب وجود ابزارهای گسترده ارتباط جمعی و خبررسانی در جوامع ممکن نیست، اما برای توسعه دایره شمول سناریو، باید به آن اشاره کرد. همچنین در این وضعیت؛ چهره‌های سیاسی - از جناح‌های مختلف- بین مردم توانسته‌اند برای خودشان اعتماد بوجود آورند، به طوریکه در صورت بروز بحران‌های طبیعی منشا و منبع اطلاعات و مشارکت مردمی می‌شوند. چهره‌های سیاسی اگر به موقع و در زمان مناسب واکنش نشان دهند و محتوا و پیامی که به مردم منتقل می‌کنند در نهایت صداقت و شفافیت باشد، چنان باور و نگرش اعتمادی در بین مردم به وجود می‌آورند که می‌تواند در هر موقعیتی قابل برداشت و استفاده باشد. همچنین حضور چهره‌های سیاسی در میان مردم و آگاهی از مسائل و مشکلات آن‌ها نیز می‌تواند در نگرش مردم منشا اثرات جدی باشد. چرا که با این حرکت مسئولان نظام «مردمی» عمل کرده و با درک درست از مشکلات مردم به اولویت بندی و تسریع در روند امور پرداخته‌اند.

عملکرد و موفقیت حاکمان مرهون شیوه مدیریت صداقت‌محوری است که در مدیریت و حل بحران‌های طبیعی نیز کارآمد جلوه می‌کند. به این معنا که این سبک از حکومت، سطح قابل توجهی از اعتماد-به عنوان مطلوبیت- را با خود به همراه آورده و در نهایت منجر به افزایش کارآمدی سیستم سیاسی می‌شود. مبتنی بر این سبک مدیریت؛ نظام بطور مستمر، عملکرد خود را اصلاح می‌کند و از گذر حوادث و وقایع گذشته برای بهبود کنشگری خود و دستیابی به موفقیت در آینده، از هیچ فعالیتی دریغ نمی‌کند. وقوع بحران‌های طبیعی ناگزیر است و ممکن است پس از وقوع این بحران، علت وقوع حادثه در مقایسه با عملکرد اشتباه مدیران کم‌رنگ شده

و سرمایه اجتماعی را با تهدیدهای جدی مواجه کند. بهترین گزینه برای مواجهه با این شرایط، توسط مسئولان پاسخگویی و عذرخواهی بخاطر اشتباهی است که به وجود آمده و تلاش برای اقدامات بهتر. در سایه چنین تدبیری توسط مدیران و چهره‌های سیاسی، سرمایه اجتماعی حفظ می‌شود و در حافظه تاریخی مردم می‌ماند و در صورت وقوع بحران‌های دیگر، مانند یک اهرم نقش کلیدی در مشارکت و انسجام اجتماعی ایجاد می‌کند.

جناح‌ها و گروه‌های سیاسی بعنوان بازوهای قدرتمند نظام در جامعه هستند، که باید با وجود اختلاف نظر و عقیده، در یک جهت و هدف، اعتماد و انسجام اجتماعی- حرکت کنند. جناح‌های سیاسی از طریق نهادهای مدنی و احزاب می‌توانند، نگرش و عقاید خود را در جامعه بیان کرده و در مواقع بحرانی به دور از اختلاف نظرها، در حفظ و نگهداشت سرمایه اجتماعی بکوشند.

از سوی دیگر؛ بایسته است که صدا و سیما بعنوان رسانه ملی ایران، صدای مردم و گروه‌های مختلف اجتماعی باشد و بعنوان مرجع رسمی به درستی ایفای نقش اعتمادسازی را در بین مردم و مسئولان را پیشوائی کند. از سویی به مطالبه‌گری مردم از مسئولان پرداخته و از سوی دیگر پاسخگوی شفاف و صحیح و به موقع از جانب مدیران به مردم باشد. در این صورت است که؛ مردم اخبار و اطلاعات منتشر شده از سوی صداوسیما را با اعتماد باور می‌کنند و رسانه‌های معاند مانند شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی بیگانه تأثیری در شناخت مردم ندارند و تلاش‌هایشان بی‌ثمر خواهد ماند. شبکه‌های اجتماعی مجازی هم‌راستا با جریان اصلی فرهنگی کشور- صدا و سیما- حرکت می‌کنند که منجر به انسجام هرچه بیشتر گروه‌های مردمی می‌شود.

حالت دیگری را نیز می‌توان متصور شد؛ که در آن شبکه‌های اجتماعی هم‌جهت با صداوسیما عمل نکرده و به تولید و پخش اخبار نادرست و معاند پردازند. در سناریوی اول و در شرایطی که

اکثر اعتماد مردم به گفته‌های مدیران است، اخبار منتشر شده از سوی این شبکه‌ها در نزد مردم جایگاه چندانی نداشته و نمی‌تواند تاثیری بر نگرش‌های مردم بگذارد.

۳/۴/۲ آب بر آتش (کنش چهره‌ها مطلوب، توزیع امکانات نامناسب)

سناریوی دوم در شرایطی به وقوع می‌پیوندد که چهره‌های سیاسی به درستی ایفای نقش کرده‌اند، اما پنداشت مردم از نحوه توزیع منابع، امکانات و ثروت مطلوب نیست.

مهم‌ترین نکته‌ای که باید درباره این سناریو به آن اشاره کرد اینک؛ چنین شرایطی یک حالت خاص به حساب آمده و معمولاً موقت است. شرایطی که مهم‌ترین عرصه نمود آن در اوضاعی مثل جنگ، تحریم‌ها و ... است. در این وضعیت است که مردم بین عملکرد چهره‌های سیاسی و توزیع منابع، امکانات و ثروت ملی تمایز قائل شده و پنداشت و نگرش‌شان نسبت به اوضاع اقتصادی جامعه را بخاطر شرایط و وضعیت بیرونی قلمداد می‌کنند. در واقع آنها نارسائی سیستم سیاسی در مدیریت عرصه اقتصاد و معیشت را مرهون فشارهای خارجی و اولویت‌های اساسی همچون امنیت به حساب می‌آورند. آنها مدیران را به خاطر تلاش در جنگ، تحریم یا شرایطی مشابه این‌ها مورد تحسین قرار داده و حاضرند برای حصول به نتیجه مطلوب در این زمینه‌ها، چندی با مشکلاتی معیشتی و اقتصادی دست و پنجه نرم کنند.

همچنین یکی دیگر از مصادیق سناریوی دوم، فعالیت قوی شبکه‌های مافیائی در جامعه است. به این معنا که مسئولان در رفتارها و گفتارهایشان خبر از وجود چنین شبکه‌هایی داده و همواره نشان می‌دهند که در حال مبارزه با آن هستند. در چنین شرایطی مردم به این باور رسیده‌اند که منابع، امکانات و ثروت در دست عده‌ای خاص قرار گرفته و به درستی در بین آحاد جامعه

توزیع نشده است. آن‌ها می‌دانند که منافع مافیائی در دستیابی به منابع اولویت دارد. اما در همین حین، مدیران سیستم سیاسی نیز تلاش زیادی برای مقابله با این جریان انحصاری دارند. در شکل‌گیری این برداشت و پنداشت رسانه‌ها نقش مهمی دارند، صداوسیما نتوانسته نگرش و شناخت درستی را راجع به امکانات، منابع و ثروت در جامعه داشته باشد و به ابهامات و شایعات به وجود آمده به خوبی پاسخ دهد و محافظه کارانه عمل کرده است. در واقع صداوسیما در شکل‌دهی به افکار عمومی در این باره ضعیف برخورد کرده است. از سوی دیگر، شبکه‌های اجتماعی مجازی به راهبری و هدایت مردم می‌پردازند. وقتی که مردم در وقوع بحران‌های طبیعی چنین برداشتی را در سابقه ذهنی خود داشته باشند، بنابراین احساس می‌کنند که وقوع بحران در همه جای کشور یکسان نیست و افراد بسته به میزان برداشت‌شان از منابع و امکانات خسارت و زیان می‌بینند و ممکن است عده‌ای کمترین آسیب را متحمل شده یا حتی از شرایط بحران به منافع زیادی برسند. از این رهگذر، احساس نارضایتی درون آن‌ها زیادتر شده و ممکن است در گذار به سناریوی دیگر، ناراحتی آن‌ها از کنش مسئولان و در نهایت ناکارآمدی کل سیستم سیاسی را نیز در پی داشته باشد.

در این سناریو، تا زمانی پس از آن، پنداشت مردم از کنش چهره‌های سیاسی مطلوب است، یعنی مسئولان و مدیران به خوبی توانسته‌اند در حل مشکلات و مدیریت بحران‌ها عمل کرده و اعتماد مردم را جلب کرده‌اند؛ یعنی به دور از ملاحظات و تمایلات سیاسی خود در واکنش به وقایع و پدیده‌ها به موقع اظهارنظر کرده‌اند و محتوای صحیح و مفیدی را به مردم ارائه کرده‌اند. برخورد درست و به موقع چهره‌های سیاسی به عنوان منبع ارزشمند سرمایه اجتماعی در بین مردم شکل می‌گیرد که در مواقع ضروری مانند بحران‌های طبیعی می‌تواند عامل انسجام‌دهنده بین مردم و مسئولان شود که منجر به مشارکت اجتماعی مردم شود. در دیگر حالت این اوضاع، ممکن

است چهره‌های سیاسی واقعا چنین عزمی را در سر نداشته باشند، اما نمایش فعالیت‌هایشان به صورتی است که مردم درباره آن‌ها به چنین باوری رسیده‌اند. این تا حدود زیادی نزدیک به نمایش‌های پوپولیستی است که در دوره‌های مختلفی از زمان و در جوامع مختلف شاهد بوده‌ایم. همراهی مردم با نمایش‌های پوپولیستی همیشگی نبوده و در نهایت دست این مدیران و جریانات سیاسی برای همگان رو خواهد شد. ضربه ای که از رهگذر اقدامات این چنین به سرمایه اجتماعی وارد می‌شود، چنان سهمگین خواهد بود که در طول سالیان طولانی قابلیت ترمیم اندکی دارد. همچنین بازنمایی کنش چهره‌های سیاسی در صدا و سیما، نیز ابزار کمکی مهمی است که توانسته آن‌ها را در بهره‌داری از این بستر ارتباطی یاری دهد.

۳/۴/۳ پنبه‌هایی که رشته می‌شوند (کنش چهره‌ها نامطلوب، توزیع امکانات مناسب)

سناریوی سوم، پنداشت مردم از توزیع منابع، امکانات و ثروت متناسب است، اما به دلیل عملکرد ضعیف چهره‌های سیاسی، نگرش مطلوبی از آنان در جامعه شکل نگرفته است. بنظر نگارندگان، امکان وقوع این سناریو در آینده پنج ساله در ایران بسیار بعید بنظر می‌رسد و جزء آینده‌های نامحتمل به حساب می‌آید، اما با این وجود به شرح ذیل است؛

مردم به این باور رسیده‌اند که منابع، امکانات و ثروت به درستی در جامعه توزیع شده است و پنداشت و تصور مثبت و مطلوبی از وضعیت خود در جامعه دارند که باعث می‌شود احساس تبعیض، فساد و رانت در جامعه نداشته باشند و در مقابل احساس امنیت، آرامش و اعتماد داشته باشند. در چنین شرایطی حاکمیت و نظام توانسته به خوبی و با موفقیت عمل کند و سابقه ذهنی و شناخت مردم در وقایع گذشته نشان دهنده آن بوده که توزیع متناسب و عادلانه‌ای از منابع و

امکانات در جامعه روی داده است.

صداوسیما توانسته بازنمایی درستی از منابع، امکانات و ثروت ملی داشته باشد و باورهایی را در مردم به وجود آورده که منجر به اعتماد مردم به مسئولان و مدیران شده است.

در کشور ما احزاب و چهره‌های سیاسی بعنوان یک نهاد مدنی نتوانسته‌اند به نقش آفرینی در جامعه بپردازند، در واقع عامل کلیدی «گفت‌وگو» در سطوح مختلف جامعه شکل نگرفته است و این سلسه مراتب زمانی که به احزاب می‌رسد اوج ناکارآمدی خود را نشان می‌دهد. چهره‌های سیاسی درگیر رسواسازی گروه دیگر می‌شوند و برای توجیه عملکرد خود، فرافکنی می‌کنند. در صورتی که باید با تعامل درست به بیان اهداف و خواسته‌های خود بپردازند و با وجود نظر متفاوت و یا مخالف در جناح رقیب به گفت‌وگوی سالم و متعادل بپردازند، تا مساله حل شود، نه اینکه مساله‌ای جدید خلق شود. جای بسی تاسف است که این شرایط به مراتب در جامعه ما بازتولید می‌شود و مسئولان به جای تمرکز و توجه به حفظ و نگهداشت سرمایه اجتماعی آن‌هم در شرایط وقوع بحران، به تسویه حساب‌های قبلی خود می‌پردازند. برای مثال در زلزله اخیر کرمانشاه، تنها چند روز پس از وقوع حادثه، عده‌ای (طرفداران دولت فعلی) علت کشته شدن هموطنانمان را سکونت در مسکن‌هایی دانستند که در دولت قبلی ساخته و ایجاد شده بود و از طریق شایعه پراکنی در شبکه‌های اجتماعی به تضعیف روحیه و احساس مردم پرداختند، در صورتی که هنوز آمار دقیق کشته شدگان از آن مناطق به دست نیامده بود.

چهره‌های سیاسی اگر در شرایط بحرانی به درستی عمل نکنند، در واقع خیانتی آشکار به نظام محسوب می‌شوند که در عین بی‌کفایتی، خود عامل مخرب نظام از درون شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی کمک به جریان سازی می‌کنند و سلبریتی‌ها در مجال ضعف چهره‌های سیاسی هویت

پیدا می‌کنند و به تشنج‌زایی موجود در جامعه دامن می‌زنند. در این وضع، علی‌رغم پنداشت مثبت مردم، اظهارات ناصحیح و ناموقع، پنداشت مردم را کم‌رنگ کرده تا جایی که در پشت ابری از شایعات، بی‌اثر می‌شود. در این وضع، اظهارات مجریان و مراجع سیاسی-اجتماعی، پیشران کاهنده سرمایه اجتماعی می‌شوند.

۳/۴/۴ سرپل ذهاب (بدترین سناریو)

سناریوی چهارم زمانی شکل می‌گیرد که؛ از یکسو پنداشت مردم از شرایط اقتصادی نامطلوب و از سوی دیگر سابقه کنش چهره‌های سیاسی نیز در نظر مردم نامطلوب باشد. در این شرایط وقوع بحران طبیعی به عنوان یک بحران در شرایط بحران مدیریت سرمایه اجتماعی روی داده و شاید مهم‌ترین سناریو برای مدیریت آینده یک جامعه در نظر آورده شود.

در این شرایط؛ برآورد و پنداشت مردم از وضعیت اقتصادی خود، بسیار وخیم است. آن‌ها به این باور رسیده‌اند که امکانات و منابع بصورت ناعادلانه در سطح کشور توزیع شده، سهم آن‌ها از درآمد کشور- در عرصه‌های گوناگون- در مقایسه با دیگران اندک و مجموعه این شرایط منجر به شکل‌گیری احساس نارضایتی ذهنی در میان آنان شده است. این احساس نارضایتی چه در میان مردم و چه در رابطه مسئولین و مردم پررنگ به نظر می‌رسد. نکته مهمی که در این مقال باید به آن اشاره کرد اینکه، احساس نارضایتی مردم از وضعیت اقتصادی زمان پررنگ‌تر می‌شود که آنها درباره وضعیت کلی کشور چنین اندیشه‌ای ندارند. به بیان روشن‌تر اینکه آنها فکر نمی‌کنند که کشور در شرایط بحران اقتصادی قرار دارد و این بحران، ناخواسته اثرات نامطلوبی در ابعاد مختلف زندگی مردم و مسئولان داشته است. بلکه آنان چنین می‌پندارند که شرایط اقتصادی کشور و همچنین وضعیت اقتصادی خودشان، نتیجه سیاست‌گذاری‌های نامطلوب

مسئولان و مدیران است. پس آنان مقصر این وضعیت شناخته می شوند و همین پنداشت است که رابطه مستقیمی با نوع کنش اجتماعی مردم در هنگام بحران طبیعی دارد. آنها با سابقه ای که از مدیران در ذهن خود داشته و همچنین با پنداشتی که از وضعیت اقتصادی دارند، نمی توانند کنش مطلوبی در هنگام بحران نشان دهند.

سابقه کنش چهره‌های سیاسی نزد مردم، یکی دیگر از عواملی است که باید در این سناریو به آن توجه داشت. وقتی چهره‌های سیاسی بد، بی‌وقع و بی‌محتوا عمل کرده باشند، حتما اثر زیادی در سابقه ذهنی مردم به جای خواهند گذاشت. به این معنا که در این شرایط پنداشت مردم از عملکرد و موفقیت نظام براساس تجربه‌های بی‌ثمر قبلی بوده و امیدی به آینده درون آنان کمرنگ می شود. در واقع سابقه ای که اعضای اجتماع از کنش چهره های سیاسی در ذهن خود دارند، ارتباط مهمی با وضعیت کارآمدی در نزد آنان دارد. برای اعضای اجتماع، مدیران یک نظام سیاسی، شخصیتی مستقل از سیستم ندارند. عمل آنان در حکم عمل سیستم و ناکارآمدی آنان در حکم ناکارآمدی سیستم ارزیابی می‌شود. پس وقتی یک مدیر یا مقام مسئول در هنگام بحران طبیعی، کنش نامطلوبی از خود به جای می‌گذارد، این سابقه در ذهن مردم باقی مانده و در هنگام بحران‌های دیگر، زمینه کنش آنان در برابر سیستم واقع می شود. حال در این وضعیت، اگر تریبون‌های رسمی نظام سیاسی، همچون صدا و سیما -بعنوان مرجع اصلی و سخنگوی مقامات رسمی-، اطلاعات را به صورت گزینشی و غیرشفاف ارائه کرده و بصورت جناحی به طرفداری یا سرکوب و تحقیر جناح مقابل سیاسی پردازد، نه تنها به وضعیت نامطلوب دامن زده، بلکه آینه‌ای برای انعکاس دوباره تناقض‌ها و کشمکش‌های موجود در جامعه می‌شود. در این شرایط اعضای اجتماع به فکر یک مرجع جایگزین برای دریافت اطلاعات و اخبار افتاده و در نتیجه بازار شبکه‌های اجتماعی داغ می شود. برخی مسئولین نیز که از طریق رسانه رسمی

یعنی صدا و سیما نتوانسته‌اند مواضع و تحلیل‌های خود را ابراز کنند، مسیر موازی آن، یعنی شبکه‌های اجتماعی را بستری ایمن برای خود می‌یابند.

در این فضای مسموم اطلاعاتی، هرکسی حرف خود را می‌زند، بی آنکه مشخص شود حرف راست و درست کدام است. جناح‌های سیاسی هم از این وضعیت برای رسیدن به اهداف خود سوء استفاده می‌کنند و عقده‌های قبلی را که از حریف به دل گرفته‌اند، در این مجال بروز می‌دهند.

در این شرایط سابقه ذهنی نامطلوبی که در ذهن مردم وجود دارد، در کنار وضعیت بغرنجی که در جامعه حاکم است منجر به سردرگمی می‌شود. شرایطی که شاید در ماجرای زلزله کرمانشاه -در سال ۱۳۹۶- در جامعه ایرانی نمود داشت. پنداشت مردم از وضعیت اقتصادی اصلا مناسب نبود. آن‌ها تورم و گرانی را نتیجه سیاست‌های ناکارآمدی می‌دانستند که نتیجه‌ای جز تضعیف وضعیت اقتصادی‌شان نداشته، همچنین در بحران‌های طبیعی که پیش از این رخ داده، رنجش‌هایی از کنش چهره‌های سیاسی داشتند که برای همیشه همراه آن‌ها باقی مانده بود. برای مثال، چندی قبل از زلزله کرمانشاه، حادثه آتش‌سوزی پلاسکو و درگیری‌های سیاسی نسبت به شهردار وقت تهران محمدرضا قالیباف- شکل گرفت که نتیجه عملکرد وی در مورد حادثه نبود. اما متأسفانه باید گفت که زلزله کرمانشاه بستری را برای تسویه حساب جناح رقیب فراهم آورد که فضا سازی ناجوانمردانه‌ای بود.

از این رو که این وضعیت نامطلوب در رسانه ملی و موضع گیری‌های رسمی مسئولین بازتابی نداشت، اعضای جامعه نیز به جریان موازی خبررسانی روی آوردند. آن‌ها شبکه‌های اجتماعی را مرجع اصلی اخبار خود قرار دادند و از این روی، درگیر حواشی زیادی شدند که نتیجه‌ای

جز تخریب اعتماد عمومی نسبت به نهادهای رسمی و کاهش مشارکت در فعالیتهای اجتماعی نداشت. مردم بحران زده، به دنبال جایگزین‌هایی برای این نهادها و سازمان‌ها بودند. آن‌ها سرانجام به سوی سلبریتی‌ها کشیده شدند و اینان را مرجع رسمی فعالیتهای خود قرار دادند. کمک‌های مردمی به جای سرازیر شدن به حساب نهادهایی همچون هلال احمر، کمیته امداد و ... به حساب شخصی سلبریتی‌ها واریز شد و البته سرانجام روشنی نیز برای این اعتماد روی نداد. سابقه کنش چهره‌های فرهنگی و اجتماعی نیز متحمل بار زیانی شد که شاید اصلی‌ترین اثر آن، تضعیف سرمایه اجتماعی در کشور بود.

۴. بسته سیاستی

الف) سیاست‌های عمومی مشترک سناریوها

یکی از مهم‌ترین بخش مدیریت سرمایه اجتماعی در هنگام بحران‌های طبیعی، تدبیر راهکارها و سیاست‌های عملی مدیریت، پیش از وقوع حوادث است. به این معنا که سیاست‌گذاران و متولیان امر در حوزه‌های مهم اجتماعی که به صورت مستقیم بر هیجان‌ات و ذهن مردم اثر دارند، ورود کرده و برای این حوزه برنامه‌ریزی کنند. مهم‌ترین محورهای این برنامه عبارتند از:

- تشکیل «ستاد مدیریت رسانه‌ها»، به موازات ستاد مدیریت بحران و در محل وقوع حادثه. این ستاد مرجع اخبار و اطلاع‌رسانی عمومی به همه مردم کشور شده و از به وجود آمدن جریان‌های خبری موازی و غیررسمی جلوگیری به عمل می‌آورد. تشکیل این ستاد، باید همزمان با اعلام پایگاه‌ها و سامانه‌های اعلان بحران و به موازات اقداماتی مانند قطع شریان‌های آب و برق و... اتفاق بیفتد.

- تشکیل یک «تیم واکنش سریع» که وظیفه تولید محتوا را بر عهده دارد. این تیم متشکل از

افراد کلیدی و صاحب اختیار به نمایندگی از ارگان‌های اصلی حاکمیتی حاضر در صحنه بحران است که البته از قبل آموزش تخصصی دیده اند.

- خط‌دهی و مدیریت تیم واکنش سریع در برابر تمام فعالان عرصه تولید و توزیع پیام. اطلاع‌رسانی به چهره‌هائی همچون ائمه جمعه، روحانیون محبوب در میان مردم و چهره‌های سیاسی از مهم‌ترین مصادیق جامعه مخاطب فعالیت‌های این تیم هستند.

- تهیه و هماهنگی لیستی از چهره‌های صاحب نفوذ و کاریزماتیک جامعه و تلاش برای ارتباط مستمر با آنان، یکی از مهم‌ترین وظایف این تیم واکنش سریع به حساب می‌آید. نکته مهم درباره این لیست، تاکید بر حفظ این ارتباط در مواقعی غیر از بحران است. تیم واکنش سریع باید در طول سال با این افراد ارتباط داشته و بر اساس برنامه‌ریزی‌ها و هماهنگی‌های گذشته برای عبور از بحران آینده، از آن‌ها بهره‌برداری کند.

- موضع‌گیری مسئولان ارشد نظام به ویژه، رهبر معظم انقلاب، در دقائق نخستین ماجرا.

ب) سیاست‌های مختص هر سناریو:

همانطور که در توضیح هر یک از سناریوها اشاره شد، چند ابزار یا تریبون اصلی در هنگام بحران وجود دارد که بخش مهمی از ساماندهی اوضاع و نزدیک شدن به شرایط مطلوب بر عهده مدیران این ابزارهاست. به طور روشن‌تر اینکه؛ صداوسیما یکی از ابزارهای اطلاع‌رسانی و مدیریت اجتماعی محسوب شده که می‌توان در هنگام وقوع بحران، بهره‌برداری زیادی از آن داشت. از این رهگذر، پس از اشاره به مهم‌ترین این ابزارها و جایگاه‌ها، وظایف و بایسته‌های فعالیت آنان در زمان وقوع بحران‌های طبیعی را نیز مورد اشاره قرار می‌دهیم.

نقش آفرینی صداوسیما

- آموزش خبرنگارانی با قابلیت حضور در محل بحران و اطلاع‌رسانی متناسب با فضای اجتماعی کشور. این خبرنگاران مدیران بحرانی هستند که از حوزه بحران برای تمام کشور خبررسانی کرده و هیجانات و احساسات مردم را به خوبی در این اخبار مدیریت می‌کنند.

- تهیه فهرستی از چهره‌ها با سابقه مثبت و منفی برای انعکاس طیف متنوع نظرات در هنگام بحران. یکی از مهم‌ترین وظایف رسانه ملی، انعکاس نظرات مختلف مردم و چهره‌های اجتماعی درباره مدیریت امور کشور-خصوصا هنگام بحران-است. رجوع صداوسیما به این شخصیت‌ها و همچنین شنیدن اظهارات مختلف و گاه متناقض، منجر به تقویت حس اعتماد به این تریبون رسمی در میان مردم شده و آن‌ها را از رجوع به رسانه‌های غیررسمی باز می‌دارد. همچنین شائبه سانسور که یکی از تهدیدهای سرمایه اجتماعی در هنگام بحران است، با این خط‌مشی مشکلات از میان رفته و مردم در نهایت به صداوسیما بازمی‌گردند.

- تاکید بر عملیاتی بودن ایماژها و تصاویری که از کنشگران و مجریان بحران به نمایش درمی‌آید.

- تولید و پخش اخبار و اطلاعات متناسب با فرهنگ بومی و محل بحران‌زده.

- ارائه گزارش‌های منظم از وضعیت فعالیت نهادهای مرتبط با بحران طبیعی در طول سال. این محور ارتباط مستقیمی با جریان تقویت اعتماد عمومی در کشور داشته و مردم را کمک می‌کند تا با آگاهی و اطمینان بیشتری نسبت به نحوه فعالیت نهادها با آنان همراه شوند.

- حذف چهره‌های مغرض سیاسی، حزبی و جناحی به هنگام وقوع بحران طبیعی از برنامه‌های تلویزیون و رادیو. صحنه بحران نمی‌تواند بستر خوبی برای بهره‌برداری‌های سیاسی و انتخابی باشد.

- عدم بازتاب انتقادات و کاستی‌های فعالیت دولت در حین بحران. انعکاس نظرات و انتقاداتی از این دست تنها باعث ناامیدی از وضع موجود و در پی آن کمرنگ شدن اعتماد به دستگاه‌های رسمی و مسئول در کشور می‌شود.

- پرهیز از اشباع‌شدن برنامه‌های صداوسیما با موضوع بحران اتفاق افتاده. پیشنهاد می‌شود در سایر برنامه‌های تلویزیون که مختص ارائه وضعیت بحران نیستند، به بازنمایی برنامه‌های آرام‌بخشی همچون نمایش طبیعت سایر مناطق بصورت مستند، نمایش فیلم‌ها و برنامه‌های نوستالژیک، مثبت و مواردی از این دست پرداخته و از این رهگذر آسایش ذهنی سایر مردم کشور را به آنان بازگرداند.

- پرداختن به تحلیل اطلاعات و اخبار بحران در کنار خبررسانی از مناطق بحران‌زده. در این شرایط صداوسیما با حفظ ضوابطی که در بندهای نخستین درباره مهمانان ذکر شد- باید به دعوت از تحلیل‌گرانی بپردازد که توانایی مناسبی برای توضیح و تفسیر شرایط بحران داشته باشند. آن‌ها نباید هیچ نوع محتوای دیگری، اعم از محتوای جناحی، اقتصادی یا سیاسی را تبلیغ کرده و فرصتی به رسانه‌های بیگانه برای جولان در این عرصه دهند.

مدیریت شبکه‌های اجتماعی

- تجربه کشورهای مختلف و همچنین کشور ما نشان از آن دارد که فعالیت شبکه‌های اجتماعی به هنگام بحران، سود چندانی برای مدیریت این عرصه به همراه نداشته و ندارد. پس یکی از محورهای سیاست‌گذاری در این زمینه، می‌تواند قطع دسترسی به شبکه‌های اجتماعی در مناطق بحران‌زده باشد. در صورت وجود این شبکه‌ها در صحنه بحران، بایسته است که حداکثر نظارت و فیلترینگ در این مسیر قرار داده شود. محدودیتی که هدف اصلی آن، جلوگیری از انتشار

اخبار نادرست و شایعات و در نهایت کمک به آرامش فکری مردم جامعه است.

- تشکیل ستاد قضایی ویژه برای پیگیری سریع جرایم رسانه‌ای و اعلام اخبار این حوزه از تریبون رسانه ملی، می‌تواند نقش مهمی در تثبیت اعتماد مردم نسبت به شبکه رسمی خبررسانی داشته باشد.

- جلوگیری از انتشار اظهارنظرهای نادرست و مختلف علمی، دینی، سیاسی و ... که تاثیر منفی بر مشارکت مردم و همچنین کارآمدی نظام سیاسی در هنگام بحران دارد.

- ارتباط با فعالین شبکه‌های اجتماعی مجازی و جهت‌دهی سریع به آن‌ها. ستاد مدیریت رسانه‌ها اقدام به فعالیت و ایجاد جریان‌های اجتماعی مثبت و سازنده داشته باشد و همچنین تلاش کنند که از رهگذر این فعالین، اقدامات و فعالیت‌های صورت گرفته درباره بحران را به بهترین وضع ممکن اطلاع-رسانی کند.

- بررسی فیلتر شبکه‌های اجتماعی در سناریوهای سه و چهار به ویژه در سناریوی چهارم

چینش چهره‌های سیاسی و سلبریتی‌ها

- پرهیز مدیران مسئول از شعار دادن. همچنین مردم باید احساس کنند که در جریان مدیریت بحران مهم و صاحب سهم بوده و مشارکت‌شان در عرصه مدیریت بحران نقش بسزایی دارد. این رویکرد نه فقط در زمان بحران بلکه در تمام مقاطع باید از سوی مسئولین رعایت شده و بر آن تاکید شود.

- پیشتازی کنشگران حکومتی برای حضور در صحنه بحران و امدادرسانی دستگاه‌های مسئول. پرهیز از انتقادات بیجا و بهره‌برداری‌های سیاسی در این بند، یکی از مهم‌ترین بایسته‌ها به حساب می‌آید.

- پایبندی مسئولان و متولیان امر بحران برای پاسخگویی به مردم، پذیرفتن عواقب مسئولیت و مدیریت نادرست و همچنین صراحت لهجه در عذرخواهی از مردم، مواردی مهمی است که می‌تواند منجر به تقویت سرمایه اجتماعی در جامعه شود.

- مدیریت سلبریتی‌ها. مراکز مدیریت بحران و رسانه، باید تلاش کنند که این قشر اثرگذار در جامعه امروز هم‌جهت با تیم واکنش سریع پیش رفته و از موضع‌گیری براساس تمایلات خود دوری کند.

بروز تمایلات جناحی

- منحصر شدن نخستین واکنش به شخص رهبری جمهوری اسلامی. مهم‌ترین چهره سیاسی که در صحنه بحران می‌تواند امیدبخش قشر بحران‌زده در تامین زندگی آنان در آینده باشد، فردی است که به لحاظ موقعیت سیاسی و حکومتی در بالاترین طراز قرار دارد. پس حضور و واکنش سریع رهبری به بحران، یکی از پایه‌های تقویت سرمایه اجتماعی در جامعه بحران‌زده است. تاکید بر اظهارنظر فردی از سوی ایشان و نه دفتر متبوع‌شان یکی از نکاتی است که در این باره باید به آن توجه کرد. همچنین واکنش رئیس جمهور، در درجه دوم اهمیت قرار دارد که با حضور در مناطق بحران‌زده می‌تواند منجر به تقویت سرمایه اجتماعی و اعتماد ملی شود.

- ممانعت از بروز هرگونه تنش و اضطرابی توسط جناح‌های سیاسی و تسویه حساب‌های گذشته به هنگام بحران.

- تقویت ارتباط جناح‌ها و احزاب سیاسی با مردم از طریق همدلی کردن و شنیدن صحبت‌های مردم آسیب‌دیده و حضور مشترک در این مناطق.

تثبیت کارآمدی و موفقیت نظام

- اهتمام مسئولان به بازتاب اقدامات و فعالیت‌هایی که درباره بحران داشته اند. از همین طریق، مردم به کارآمدی حکومت در عرصه های مختلف آگاه شده و در این مسیر همراه اقدامات جمعی سیستم می‌شوند.

- ارائه گزارش از عملکرد مدیران چه در حین بحران و چه بعد از وقوع بحران طبیعی، یکی از مهم‌ترین نشانه‌هایی است که مردم را همراه این اقدامات می‌کند. مسئولان با ارائه این گزارش‌ها نشان می‌دهند که تصمیم به شفاف‌سازی عملکرد خود دارند. آنها می‌خواهند تا مردم نسبت به اقدامات انجام شده مطلع باشند و همین اطلاع، بر سابقه ذهنی‌شان در آینده تاثیرات مهمی به جای می‌گذارد.

۵. نتیجه‌گیری:

در این طرح با استفاده از روش مصاحبه، نشست نخبگانی، جدول STEEP، تحلیل اثرات متقابل، تکنیک میک‌مک و سناریونگاری به آینده پژوهی در حوزه مدیریت سرمایه اجتماعی پرداخته شد. پارامترهای کلیدی تاثیرگذار بر آینده مدیریت سرمایه اجتماعی کشور با استفاده تلفیقی از روش‌های پنج‌گانه ذکر شده و قضاوت خبرگان شناسایی شدند و برای ترسیم آینده‌های ممکن بخش مدیریت سرمایه اجتماعی مورد استفاده قرار گرفتند.

«پنداشت از موفقیت و عملکرد نظام در حل مشکلات و مدیریت بحران»، «تمایلات جناحی»، «رسانه گروهی رسمی (صداوسیما)»، «شبکه‌های اجتماعی مجازی» به عنوان پارامترهای کلیدی موثر بر آینده مدیریت سرمایه اجتماعی در بحران‌های طبیعی شناسایی شدند و همچنین دو عامل پیش‌ران یا عدم قطعیت «پنداشت از وضعیت اقتصادی» و «سابقه کنش چهره‌های سیاسی»

شناسایی شد که اساس منطق سناریوها قرار گرفتند.

نتایج کسب شده از تجزیه و تحلیل و ارزیابی سناریوها، راهکارهایی را پیش‌روی حاکمیت قرار می‌دهد که با بهره‌برداری از آن‌ها می‌تواند به سمت آینده مطلوب حرکت کند. متعاقب نتایج حاصل از بررسی راهکارهای مدیریت سرمایه اجتماعی در بحران‌های طبیعی با استفاده از برنامه ریزی سناریو مشخص می‌گردد که سرمایه اجتماعی در ایران مدیریت نشده و نیازمند تدوین و پیاده‌سازی راهکارهای جدی در این حوزه است. بازنگری و تدوین مجدد این راهکارها تنها راه موفقیت بلند مدت و آتی سرمایه اجتماعی در کشورمان است.

۶. منابع

- اتو کلاین، برگ، (۱۳۶۸) روان شناسی اجتماعی، ترجمه علی محمد کاردان، تهران، نشر اندیشه، چاپ هشتم، ج ۲، ص ۵۳۸.
- الوانی، سیدمهدی. سیدنقوی، میر علی. (۱۳۸۱). سرمایه اجتماعی: مفاهیم و نظریه ها. مطالعات مدیریت بهبود و تحول. شماره ۳۳ و ۳۴. صص ۳-۲۶.
- برومند، احمد. داوری، حامد. اخوان، ناصر. (۱۳۹۵). آینده پژوهی خدمات فرهنگی معاونت تبلیغات و ارتباطات اسلامی آستان قدس رضوی. فصلنامه آینده پژوهی مدیریت. سال بیست و هشتم. شماره ۱۱۰. صص ۱-۱۸.
- پاک سرشت، سلیمان. (۱۳۹۳). ملاحظات و راهبردهای ارتقای سرمایه اجتماعی. راهبرد فرهنگ. شماره ۲۵. صص ۷۲-۱۰۴.
- پورعزت، علی اصغر. دامادی، سیدحسین. مصطفوی، شهرزاد. متحدین، مصطفی. صیادی زاده، علی. (۱۳۸۳). طراحی سیستم بسیج امکانات ملی برای مواجهه مناسب با بحران های طبیعی و اجتماعی. ویژه نامه مدیریت بحران. شماره ۵۰۴. صص ۷۵-۱۱۰.
- پورعزت، علی اصغر. فیروزپور، آرمین. سعدآبادی، علی اصغر. (۱۳۹۱). مطالعه و مقایسه رویکرد اجتماع محور مدیریت بحران در کشورهای منتخب. مدیریت سازمان های دولتی. شماره ۲. صص ۳۷-۵۲.
- پیربایی، محمدتقی. فیروزآبادی، سید احمد. حجت، عیسی. سلطان زاده، محمد. (۱۳۹۵). دین و سرمایه اجتماعی «واکاوی ظرفیت های اجتماعی جامعه اسلامی ایران». فصلنامه علمی پژوهشی نظریه های اجتماعی متفکران مسلمان. شماره یک. صص ۱۰۷-۱۲۸.
- جهانیان، رمضان. محمدی، دلبله. (۱۳۹۶). نقش آموزش عالی در توسعه سرمایه اجتماعی. پژوهش های جدید در مدیریت و حسابداری. شماره ۳۱. صص ۲۰۵-۲۱۱.
- دینانی، محمدحسین. پریخ، مهری. محمودی، حسن. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و میزان اجرای مدیریت دانش در کتابخانه های فردوسی و علوم پزشکی مشهد. کتابداری و اطلاع رسانی. شماره ۵۸. صص ۹۱-۱۱۸.
- رضانی، ملیحه. امام جمعه زاده، شهرام نیا، سیدجواد. مسعود، سیدامیر. عباسی، فرهاد. (۱۳۹۶). سناریوهای آینده جریان های سیاسی در ایران ۱۴۰۴. راهبرد. شماره ۸۳. صص ۱۳۱-۱۶۳.
- روشیلاو، آن ماری و بورفیون، ادیل. (۱۳۷۱). روان شناسی اجتماعی، سیدمحمد دادگران، تهران، مروارید، ۱۳۷۱، چاپ دوم، ص ۱۲۴.
- زالی، نادر. عطریان، فروغ. (۱۳۹۵). تدوین سناریوهای توسعه گردشگری منطقه ای براساس اصول آینده پژوهی (مورد مطالعه: استان همدان). آمایش سرزمین. دوره هشتم. شماره اول. صص ۱۰۷-۱۳۱.
- سام آرام، عزت الله. خاکساری رفسنجانی، علی. علینزاده، غلامرضا. حسینی حاجی بکنده ای، سید احمد. (۱۳۸۹). بررسی عوامل موثر بر میزان سرمایه اجتماعی در دانشگاه علامه طباطبایی. فصلنامه علوم اجتماعی. شماره ۵۱. صص ۳۹-۸۰.
- عظیمی، محدثه. پورعزت، علی اصغر. قلی پور، آرین. سعدآبادی، علی اصغر. (۱۳۹۳). کاربرد برنامه ریزی راهبردی عصر مدار در مدیریت بحران زلزله شهر تهران با تاکید بر سناریوپردازی. مطالعات مدیریت شهری. شماره ۱۹. صص ۵۵-۷۰.

- قلی پور، آرزو. (۱۳۹۵). مدیریت بلایای طبیعی در جمهوری اسلامی ایران و همکاری‌های منطقه‌ای بین‌المللی. سیاست (دانشگاه تربیت مدرس). شماره ۱۰. صص ۵۴-۷۴.
- قلی پور، آریین. روشن دل اربطانی، طاهر. پورعزت، علی اصغر. (۱۳۸۷). وضعیت شناسی بحران با رویکرد نظم و امنیت. پژوهش‌نامه نظم و امنیت انتظامی. شماره ۲. صص ۱۴۱-۱۶۴.
- قلیزاده زاوشتی، مهدی. قادری کوچکی، علی. (۱۳۹۴). کاربرد سناریو نویسی در بحران‌های سیاسی و امنیتی. مدیریت بحران و وضعیت‌های اضطراری. شماره ۲۵. صص ۱۱۳-۱۴۰.
- مطهرنیا، مهدی. (۱۳۸۱). مفهوم شناسی بحران: درآمدی بر مدیریت بحران و نقش بسیج در آن. مطالعات راهبردی بسیج. شماره ۱۶. صص ۲۹-۴۱.
- ناطق پور، محمد جواد. فیروز آبادی، سید احمد. (۱۳۸۵). شکل‌گیری سرمایه اجتماعی و فراتحلیل عوامل موثر بر آن. نامه علوم اجتماعی. شماره ۲۸. صص ۱۶۱-۱۹۰.
- نوروزی، حسین. موحدی فر، عرفان. احمدیه چلانسفلی، ابراهیم. (۱۳۹۵). تاثیر سرمایه اجتماعی بر مرحله آگاهی از نیاز برای تغییر: مطالعه نقش میانجی تسهیم دانش. مدیریت سرمایه اجتماعی. دوره سوم. شماره ۳. صص ۴۱۵-۴۳۴.
- نیوتن، ک. (۱۳۸۷). سرمایه اجتماعی و دموکراسی. ترجمه: محمدزاده. ش ۶۵ و ۶۶.