

مدیریت بحران رسانه

مصاحبه با دکتر محمدرضا تاجیک^۱

مقدمه

«ساماندهی» رسانه در کشور ما، به دلیل حوادث و وقایعی که سیر طبیعی گذار را مختل کرده‌اند، جهتی غیرطبیعی یافته است. انقلاب، جنگ و تحولات عمیق اجتماعی سهم عمده‌ای در به هم زدن «نظم تغییر» در تمامی زیرساخت‌های فرهنگی، من جمله رسانه‌ها، داشته‌اند. همچنین از نگاه تاریخی، جغرافیای سیاسی و اقتصادی، ایران همواره متضمن بحران‌ها و کنش‌های اجتماعی، فرهنگی بوده است. از این رو، مطالعه ساماندهی رسانه نیز متضمن رویکردی «بحران جو» است. در این راستا، مصاحبه با دکتر محمدرضا تاجیک، با اشاره به مفاهیم و تعاریف بحران و مدیریت بحران و ابعاد مختلف آن، ضرورت‌های این رویکرد را در سیاستگذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها یادآور می‌شود.

● لطفاً از مدیریت بحران تعریفی ارائه کنید و مفاهیم اصلی آن را شرح دهید؟
مدیریت بحران به نوعی تدبیر راهبردی دلالت می‌ورزد که، در فرایند آن، محیط‌های داخلی و خارجی یک بحران مورد تحلیل قرار می‌گیرد، شناخت لازم کسب می‌شود، مسیر

۱. مشاور رئیس‌جمهور و رئیس مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری.

راهبردی پایه‌گذاری و راهبردهایی خلق می‌شوند که بتوانند نخبگان را برای رسیدن به اهداف تعیین شده و تدبیر شایسته و بایسته بحران یاری رسانند. از این منظر، می‌توان گفت که مدیریت بحران، اقدامی است که، در بسیاری موارد، شبیه به جنگ محدود است و هدفش نه محو کامل جنگ، بلکه تحدید و ممانعت از تکرار آن است. به بیان مک‌کارتی، «هدف اصلی مدیریت بحران، دستیابی به راه‌حلی معقول برای برطرف کردن شرایط غیرعادی به گونه‌ای است که منافع و ارزش‌های اساسی، حفظ و تأمین گردند. این هدف دربرگیرنده سیاست جاری است و از طریق فرایندهای اجبار و انطباق پیگیری می‌شود تا، در نهایت، به گرفتن بیش‌ترین امتیازات ممکن از دشمن بیانجامد و موقعیت و جایگاه خودی، تا حد امکان، بدون هرگونه تزلزلی حفظ گردد».

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

• انواع بحران‌ها کدامند و نوع برخورد رسانه‌ها در مدیریت بحران چه می‌تواند باشد؟

از منظر ریخت‌شناختی، بحران را می‌توان به اعتبار جنبه‌های گوناگون گونه‌شناسی طبقه‌بندی کرد. برای نمونه، به اعتبار موضوع، بحران‌ها را می‌توان به بحران‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، نظامی، قومی و ... صورت‌بندی کرد. به اعتبار «شدت تهدید»، «تداوم زمانی» و «درجه آگاهی» نیز برخی بحران‌ها را به بحران‌های «شدید»، «نوظهور بدعتی»، «کند»، «موردی»، «انعکاسی»، «برنامه‌ای»، «عادی» و «اداری» تقسیم‌بندی کرده‌اند.

به اعتبار گستردگی (فراگیری)، می‌توان بحران‌ها را به بحران‌های محلی، ملی، فراملی (یا محدود و فراگیر) تقسیم کرد. به اعتبارهای دیگر، نظیر علل و عوامل، دامنه و سطح، اهداف مورد حمله و ...، نیز می‌توان به گونه‌شناسی دیگری از بحران‌ها پرداخت.

در دنیای امروز، کم‌تر کسی در ربط وثیق و تنگاتنگ رسانه‌ها با امنیت ملی و مدیریت بحران (یا بحران‌سازی)، تردید روا می‌دارد. چنان‌چه امنیت را، افزون بر هر چیزی، پدیده‌ای ذهنی (Subjective) بدانیم و رسالت اصلی رسانه‌ها را نیز، مقدم بر هر چیزی، ذهنیت‌سازی و انگاره‌پردازی فرض کنیم، این رابطه خود را به شکلی آشکارتر و شفاف‌تر نمایان خواهد کرد. اهمیت این رابطه زمانی عمیق‌تر درک خواهد شد که بدانیم امروزه ما در جهانی زندگی می‌کنیم که:

۱. اطلاعات در آن بیش‌تر و معنا در آن‌ها کم‌تر است. به باور بودریار، تنها راه ممکن برای پایداری در جامعه امروزی گرفتار از انباشت اطلاعات، نپذیرفتن مقصود آن‌ها است. ما در هر لحظه از زندگی خود، با انگاره‌هایی سرشار از اطلاعات بمباران می‌شویم، از این رو، تنها راه روبه‌رو شدن و ایستادگی ما در برابر قدرت اطلاعات - که بر زندگی ما سیطره می‌یابد - تلقی از انگاره‌ها تنها به عنوان معنادهنده یا سطح‌های ظاهری و رد کردن معنا با مصداق‌های آن‌ها است.

۲. دیگر صحنه و آینه (بازتاب‌دهنده) وجود ندارند و به جای آن‌ها صفحه و شبکه قرار گرفته‌اند. دوره زمانی تولید و مصرف جای خود را به عصر پیوستگی‌ها و بازخورد داده است و فضای عمومی ناپدید شده است. هم‌زمان با از دست رفتن فضای عمومی به نحوی ظریف، محدوده خصوصی نیز از بین می‌رود. دیگر، چیزی به عنوان تماشایی یا (در نقطه مقابل آن) پوشیده وجود ندارد. زمانی تفاوت مشخص بین بیرونی و درونی وجود داشت اما اینک این تقابل به نحوی وقیحانه محو گردیده است و خصوصی‌ترین فرایندهای زندگانی ما زمینه خوراک مجازی برای رسانه‌ها شده‌اند.

۳. کار ویژه تلویزیون و رسانه‌های گروهی مانع شدن از ابراز پاسخ، محروم کردن افراد، قرار دادن آن‌ها در جهانی از صورت‌های خیالی است به گونه‌ای که تمیز دادن بین

نمایش و واقعیت ناممکن شود. در مورد اخبار تلویزیون، تنها چیزی که به بیننده نشان داده می‌شود، جابه‌جا کردن انگاره‌های ظاهری و معنی‌دهنده‌ها به جای یکدیگر است. اخبار اختلافی از انگاره‌های جداگانه است که هر یک دیگری را تکثیر و گزارش می‌کند و هر انگاره یک صورت خیالی است - روگرفتی کامل که نسخه اصل ندارد. اخبار به این شکل نمایی از نمای نماهای دیگرند که آخرین آن‌ها یک فراواقعیت است. بنابراین، نقش رسانه‌ها عبارت است از:

یکم) رسانه‌ها دنیایی از وانموده‌ها را به وجود می‌آورند که از خردگرایی انتقادی مصون است.

دوم) رسانه‌ها تزايد اطلاعات را به شیوه‌ای بازنمایی می‌کنند که مخاطبان از امکان پاسخ‌گویی محروم می‌شوند.

سوم) این واقعیت و انمایی شده ما به ازای پایه و منبعی ندارد و بیرون از منطق بازنمایی فعالیت می‌کند.

بنابراین، در دنیای اطلاعات کنونی، رسانه‌ها هم می‌توانند منبع و منشأ بسیاری از بحران‌ها در سطوح مختلف باشند و هم می‌توانند تحدید و تدبیرکننده بحران‌ها باشند. رسانه‌ها حتی می‌توانند از «نیست»، «هست» بسازند و بر قامت بحرانی که تولد نیافته است جامعه هستی ببوشانند (وبالعکس). به بیان دیگر، رسانه‌ها هم می‌توانند مشروعیت، مشارکت، مقبولیت، اعتماد و ثبات‌ساز باشند و هم می‌توانند جامعه را در متن و بطن بحران‌های مشروعیت، مشارکت و ... قرار دهند.

• در مدیریت بحران با چه روش‌ها و تکنیک‌هایی می‌توان، تعارض‌ها را حل کرد؟

در کتاب مدیریت بحران، از تکنیک‌هایی نظیر «تکنیک انضباطی^۱»، «تکنیک روانی^۲»، «تکنیک چانه‌زنی^۳»، «تکنیک پیشگیرانه^۴»، «تکنیک استقرار دولت بحران^۵»، «تکنیک جریان‌سازی^۶» و «تکنیک افزایش اعتبار^۷»، نام برده‌ام. البته، می‌توان از تکنیک‌های دیگری همچون تکنیک بحران‌سازی (مدیریت بحران از طریق ایجاد بحران)، «تکنیک مشت

۱. تکنیک انضباطی: در این تکنیک، قدرت انضباطی بدون سرکوب متقاعدکننده است و کنش‌های سرکوب‌گر خود را روی احساسات و روی حوزه رفتاری اعمال می‌کند. و، بدین ترتیب، قدرت انضباطی می‌تواند خود را در پیکر جامعه مثل یک داده قابل قبول باز تولید کند.

۲. تکنیک روانی: استفاده طراحی شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن نفوذ و به خدمت در آوردن گروه‌های دشمن، دوست یا بی‌طرف است. در این تکنیک، از شیوه‌های اعتماد سازی، فریب، تفرق، منفعل سازی، روشننگری یا افشاگری، ارباب و... نیز استفاده می‌شود.

۳. تکنیک چانه زنی: این تکنیک با استفاده از فنونی همچون ترغیب، تطمیع، تشویق، تهدید یا ترکیبی از همه این‌ها است که با عزم و اراده بیش‌تر به اقناع مقابل می‌پردازد.

۴. تکنیک پیشگیرانه: در این شیوه سعی می‌شود، به منظور جلوگیری از وقوع حوادث تکراری بحران‌زا و پیدایش زمینه‌های مربوط، راهبردهای مؤثر و کارآمدی طراحی و انجام شوند. در طراحی این راهبردها، تکنیک‌هایی از قبیل ایجاد مجاری تخلیه اعتراض، تأمین خواسته، افزایش قدرت انتظامی در ریز بدنه‌های جامعه و بسط قواعد بازی سیاسی، طرف توجه قرار دارند.

۵. تکنیک استقرار دولت بحران: مفهوم دولت بحران در برگیرنده ۱. تمرکز کار ویژه‌های قدرت به همراه ساده سازی فرایند حکومت در چارچوب دولت مسئولی که صلاحیت قانونگذاری و محاکم را دست نخورده باقی می‌گذارد ۲. مفهوم دیکتاتوری موقتی که با تعلیق سیستم دمکراتیک و حاکمیت قانون مترصد قدرت بخشیدن به قوه مجریه جهت تصویب قوانینی با مبنای اقتدار خود آن است.

۶. تکنیک جریان سازی: از جمله اقدامات پنهانی، جریان سازی است؛ که از جنبه‌های عملی و نظری در ساختارها، کار کردها، فرهنگ و خصلت‌های سیاسی، اجتماعی و نیز در امر تعمیم سازی اعمال نفوذ می‌کند. همین‌طور در این تکنیک اعمال نفوذ از طریق راه اندازی جریان‌های موازی و نیز مجازی صورت می‌پذیرد.

۷. تکنیک افزایش اعتبار: از جمله تکنیک‌هایی است که با نمایش قدرت، بهره‌گیری از عملیات روانی، قراردادن عوامل بحران ساز در مقابل مردم، و ... درصدد است تا حریف احساس کند که هزینه‌های زیادی برای ایجاد و استمرار بحران پرداخت می‌کند.

آهنین»، «تکنیک نیش و نوش (یا هویج و چماق)»، «تکنیک یک گام به پس و دو گام به پیش»، «تکنیک مردمی کردن مقابله با بحران» و ... نیز نام برد.^۱

بی تردید، در هر نظامی که براساس اصول و قواعد عقلایی مدیریت می‌شود، تکنیک‌های پیشگیرانه مقدم و مرجح بر سایر تکنیک‌ها شناخته می‌شوند. از منظر یک فرد خردمند، همواره «یک انس پیشگیری بهتر از یک پوند معالجه» است. به گفته مک کارتی، در اجرای عملکردهای واکنشی، راهبردهای مقابله با بحران باید به گونه‌ای طراحی و انجام شوند که جلوی وقوع حوادث تکراری و پیدایش زمینه‌های مربوط را بگیرد.

• چه رابطه‌ای میان بحران‌های جهانی و ملی وجود دارد؟

بی تردید، در جهان جهانی شده امروز که در آن مرزها شیشه‌ای شده و فاصله‌ها از میان رفته‌اند، رابطه تنگاتنگ و فشرده‌ای میان بحران‌های ملی و فراملی وجود دارد. به گفته کارل یاسپرس، ما در آستانه تحول تاریخی بزرگی قرار داریم. دیگر، برون (Outside) وجود ندارد، و جهان به هم نزدیک شده است. یک زمین واحد داریم. در این فضا، تهدیدات و فرصت‌های تازه رویدن گرفته است. تمامی مسائل ضروری ما صیغه جهانی دارند. موقعیت فعلی ما بشری است.

شاید در این جهان، دیگر نتوان از بحران کاملاً ملی سخن به میان آورد و به موردی (کشوری) اشاره کرد که از بحران‌های اقتصادی و سیاسی بین‌المللی تأثیر نپذیرد. ملموس‌تر سخن بگویم، تحقیقاً در دنیای کنونی، هیچ واحد ملی را نمی‌توان یافت که از بحران ۱۱ سپتامبر و تلاطمات و تحولات بعد از آن مصون مانده باشد. اجازه بدهید یک گام به جلو تر بنهیم و بگویم که، در فضای فشرده کنونی، بحران‌های محلی نیز به شدت بازتاب‌های فرا - محلی (فرا - ملی) می‌یابند و هیچ کشوری نمی‌تواند مرزهای خود را به

۱. برگرفته شده از: محمدرضا تاجیک (۱۳۷۹)؛ مدیریت بحران: نقدی بر شیوه‌های تحلیل و تدبیر بحران؛ تهران: فرهنگ گفتمان، صص ۱۰۷-۱۲۶.

روی تأثیرات ناشی از تغییر حکومت در کشوری دیگر یا تحولات اقتصادی و سیاسی و اجتماعی در کشور ثالث بیند.

• شاخص های بحران های سیاسی در سطح ملی کدامند؟

بحران های سیاسی، نظیر هر بحران دیگر، یک سلسله شاخص های عام همچون: «فشرده گی زمان»، «شدت تنش»، «تهدید جدی نسبت به اهداف اولویت دار»، «آثار استهلاکی طولانی» و ... دارند. اما، از منظری معطوف به بحران های سیاسی، می توان شاخص های برجسته این نوع بحران را در پدیده هایی نظیر «بی ثباتی سیاسی»، «بی اعتمادی سیاسی»، «عدم مشارکت سیاسی»، «ناکارآمدی سیاسی»، «تشدید تنش های سیاسی درون نظام و میان رهبران»، «تعمیق شکاف میان مردم و نظام»، دانست.

در واپسین تحلیل، شاید بتوان گفت که بحران سیاسی، بحران مشروعیت نظام حاکم و گفتمان سیاسی مسلط است. آنگاه که نخبگان سیاسی جامعه استعداد و قابلیت تولید و باز تولید ارتباطات و مناسبات مبتنی بر اعتماد و مقبولیت خود را از دست می دهند و نظام سیاسی دچار ناکارآمدی می شود، بحران های سیاسی حادث می شوند. آرنولد توین بی، جوامع سیاسی را همچون نهادهایی که به دنبال هدف مشخصی هستند فرض می نماید و علل بروز بحران در آنها در سه لایه یا سطح زیر جستجو می کند:

۱. از کف رفتن قوه خلاقه در اقلیت حاکمه بعد از آغاز دوره زوال؛ قدرت حاکم خاصیت خود را از دست می دهد و تنها مبدل به یک اقلیت حاکمه می گردد.
۲. پاسخ و عکس العمل اکثریت به اثر مزبور که عبارت است از عقب نشینی و خودداری از همکاری و اتحاد با اقلیت حاکمه و نیز خودداری از اصل تقلید در طریق نمو و ترقی.

۳. فقدان وحدت اجتماعی در مجموع پیکر جامعه که نتیجه دو اثر فوق است.
از منظر دیگر، می توان گفت که نظام سیاسی زمانی در معرض بحران قرار می گیرد که توانایی و استعداد خود را در حفظ و تثبیت مرکز ثقل (نقطه کانونی یا گره ای) یا عامل انسجام، ثبات و مشروعیت بخش خود (از رهگذر تولید و بازتولید مستمر ایستارها، هنجارها

و ارزش‌ها) از دست داده باشد؛ امکان تعریف دقیق عناصر (مؤلفه‌های قدرت) سازنده و پردازنده خود را در یک ساختار با معنا، سازواره، منطقی و کارکردی نداشته باشد؛ استعداد تطابق محیطی نداشته باشد؛ امکان پاسخ مناسب و بهنگام به تقاضای وارد شده به نظام را نداشته و توانایی خود در تولید و بازتولید گفتمانی را نیز از دست داده باشد.

• **علل و عوامل آسیب‌پذیری و آسیب‌زایی رسانه‌ها کدامند؟**

نخست بگویم، که به علت شرایط سیاسی حاکم بر جامعه ما، رسانه‌ها با خصیصه‌ها، شناسه‌ها و کارکردهای خاصی ظاهر شده‌اند که اهم آن‌ها را می‌توان به گونه زیر برشمرد:

۱. **شناسه اکولوژیکی:** این شناسه تأکید بر وسعت و قابلیت تأثیرگذاری رسانه‌ها در تحولات اجتماعی - سیاسی جامعه دارد. رسانه جدید چیزی به چیزهای موجود نمی‌افزاید، بلکه همه چیز را دگرگون می‌کند.

۲. **شناسه جهان - هویتی و همه‌جایی:** بسیاری از رسانه‌ها به سرعت هویت، مقبولیت و مشروعیتی جهانی یافته‌اند. به علل سیاسی و نیز به علت فناوری‌های گوناگون رایانه‌ای (از قبیل اینترنت)، رسانه‌ها امکان حضور در «همه جا» را کسب کرده و از این رهگذر نیز مصونیتی جهانی یافته‌اند.

۳. **شناسه منزلت و تأثیر فرا - رسانه‌ای:** در جامعه کنونی ما، رسانه‌ها نه تنها به مثابه جایگزینی برای احزاب، بلکه به عنوان حامل رسالت سازندگان و تثبیت‌کنندگان جامعه مدنی نیز نقش ایفا می‌کنند.

۴. **شناسه جناحی:** جناحی (در برابر ملی) بودن از شناسه‌های بارز رسانه‌ها در این سرزمین است. اساساً انگیزه و انگیزه‌رویش و پیدایش قارچ گونه بسیاری از نشریات، صرفاً تمایلات جناحی بوده است و لاغیر.

۵. **شناسه فرد (شخصیت) - ممداری:** رسانه‌های ما عمدتاً پیرامون شخصیت نخبه (الیت)‌های خاصی شکل گرفته است. رسانه معمولاً به مثابه یک ارگان شخصی، وظیفه ترویج گفتمان سیاسی آنان را برعهده دارد.

۶. شناسه اپوزیسیون مشربی: بسیاری از مطبوعات مشروعیت و مقبولیت خود را از رهگذر نوعی مشرب و سمت و سیاق مخالف گرایانه (اپوزیسیونستی) کسب می کنند. این شناسه در مورد بعضی از مطبوعات به اندازه‌ای غلظت و برجستگی یافته است که گوی و میدان را از اپوزیسیون رادیکال و خارج کشورنشین نیز ربوده‌اند.

۷. شناسه شخصیت پردازی و مقام پروری: فرهنگ سیاسی ما ایرانیان کماکان به شدت شخصیت مدار است. بیش از آن که دغدغه پردازش ابعاد «اندیشه» و «مشرب نظری» داشته باشیم، دل مشغول برجسته کردن افراد خاص، قرار دادن آن‌ها در هاله‌ای از تقدس، تعریف کردن از آنها به عنوان نماد و نمود تمامی ارزش‌ها و خوبی‌ها و ... هستیم. بدیهی است که در چنین حالتی، هر تعرض لطیف، قانونی یا نقدگونه‌ای به ساحت چنین افرادی، چالشی بس عظیم و گسترده به دنبال دارد.

۸. شناسه تلاقی سیاست‌بازی و سیاست‌سازی: در پس اکثر رسانه‌های مؤثر، نه صرفاً عناصر ژورنالیست حرفه‌ای، بلکه سیاستمداران حرفه‌ای نهفته‌اند. لذا، از یک منظر، رسانه‌ها محل تلاقی سیاست‌بازی و سیاست‌سازی شده‌اند.

۹. شناسه دیجیتال: اکثر رسانه‌های ما اهل افراط و تفریط و بزرگ‌نمایی و کوچک‌نمایی حوادث‌اند. کم‌تر مشرب متعادلی در میان آنان می‌توان یافت و کم‌تر مطبوعه‌ای را می‌شناسیم که به حوادث به نحوی بایسته و شایسته پرداخته باشد.

افزون بر این شناسه‌ها و خصوصیات، علل و عوامل دیگری نیز زمینه‌ساز بروز و ظهور آسیب‌هایی در عرصه فعالیت‌های رسانه‌ای در ایران امروز شده‌اند. در یک نگاه کلی و گذرا، شاید بتوان مهم‌ترین این علل و عوامل را در محورهای زیر خلاصه کرد:

- فقدان تعریف مشترک از منافع و امنیت ملی در خانواده رسانه‌ای ایران و تقلیل و تحدید این مفاهیم در سطح تمایلات جناحی؛

- فقدان شفافیت در مواضع مطبوعات و عدم تمایز خودی از غیرخودی؛

- کدر بودن مرزها و اصول مترتب بر فعالیت‌های رسانه‌ای؛

- ایفای نقش یک حزب تمام و حاملان جامعه مدنی؛

- توسعه نیافتگی، عدم قاعده‌مندی بازی‌های مطبوعاتی - سیاسی و پایین بودن سطح آستانه تحمل؛

- فقدان نهاد نظارتی - کنترلی درون رسانه‌ای؛

- نارسایی‌های قانونی؛

- فقدان مجاری نهادی - قانونی مناسب برای انعکاس نظرات و انتقادات مخالف گرایانه (اپوزیسیونیستی).

علاوه بر این عوامل عمده‌تاً درون رسانه‌ای، باید به علل و عوامل بیرونی نیز اشاره کرد. در ایران امروز، برخی رسانه‌ها (البته برخی از رسانه‌ها) را به مثابه «تهدید» تعریف کرده و راهبرد خود را «تحدید» و «تعطیل» آنان قرار داده‌اند. چنین فضای پراشتاب و خشونت‌آمیزی، خود بستر ساز بروز و ظهور بسیاری از آسیب‌های رسانه‌ای در جامعه ما شده است. تردیدی ندارم که بسیاری از علل و عوامل درون رسانه‌ای فوق، ریشه در چنین شرایط محیطی دارند و اعتقاد دارم که در فضای آزاد، قانونمند و سالم، می‌توان به تدبیر اصولی آسیب‌های رسانه‌ای پرداخت و شرایطی را فراهم آورد که رسانه‌ها به مثابه یک مؤلفه نرم‌افزاری قدرت، جزئی از «راه‌حل مشکلات» جامعه خود تعریف شوند نه جزئی از «مشکل».

● راهبرد کارآمد در رویارویی مطلوب با رسانه‌ها در شرایط گوناگون چیست؟
مقدم و مرجع بر هر اقدامی، نخست می‌باید به رفع ابهامات و ایهامات قانون مطبوعات همت گماشت. سپس با فعال کردن دادگاه مطبوعات و هیأت منصفه، موانع قانونی لازم را در مقابل دخالت سایر واحدهای قضایی و ... ایجاد کرد. در قدم سوم، باید تمهید و تدبیری اندیشید که امر رویارویی با رسانه‌ها برعهده خود رسانه‌ها گذارده شود (به اصطلاح، رسانه‌ای کردن کنترل و نظارت رسانه‌ها)، و در قدم چهارم، می‌باید جرم مطبوعاتی کاملاً تعریف شود و از برخوردهای گوناگون با فعالان این عرصه ممانعت به عمل آید. افزون بر این، اقدامات زیر نیز می‌تواند در دستور کار قرار گیرند:

- تدوین و تنظیم طرحی کاربردی برای تعریف اصول و تحلیل توافق عملی رسانه‌ها بر رعایت آنان (تدوین و تعریف انتظام و قواعدی در پراکندگی و کثرت موجود)؛
- تعریف مقررات تشویقی و تنبیهی (بازدارنده) با تضمینات کافی؛
- فعال و درگیر کردن بیش تر انجمن صنفی مطبوعات در امور نظارتی - کنترلی با تفویض پاره‌ای از حقوق و مسئولیت‌های دولتی؛
- تضعیف هویت‌های فردی و گروهی افراطی و نامعقول و تقویت خط معقول رسانه‌ای؛

- اعتمادسازی / مقبولیت‌سازی در مورد رسانه‌ها؛
- ایجاد تمهیداتی برای تغییر و تحول مناسب ساختاری، کارکردی و مدیریتی رسانه ملی (صداوسیما) و جناح‌زدایی و تعریف و تثبیت مواضعی کاملاً ملی برای فعالیت‌های آن؛
- ایجاد جبهه‌های رسانه‌ای (هرچند محدود و کوچک).

