



تهران؛ پایتخت تجارت ایران

مدیریت پیامدهای اجتماعی جنگ اسرائیل علیه ایران با تمرکز بر نقش اتاق بازرگانی



معاونت مطالعات اقتصادی و آینده پژوهی

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران



اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران

معاونت مطالعات اقتصادی و آینده‌پژوهی

مدیریت پیامدهای اجتماعی جنگ اسرائیل علیه ایران با تمرکز بر نقش اتاق بازرگانی

تیر ماه ۱۴۰۴

از طریق بستر الکترونیکی زیر می‌توانید پیشنهادهای و نظرات اصلاحی خود را به واحد مربوطه منعکس کنید:

Economic_research@tccim.ir



فهرست مطالب

۵	خلاصه مدیریتی.....
۶	مقدمه.....
۶	آثار اجتماعی جنگ در کوتاه مدت.....
۷	سیاست‌های پیشنهادی برای مدیریت بحران.....
۷	• کمک به جامعه، بنگاه‌ها و تشکل‌های اقتصادی.....
۸	• حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی.....
۸	• افزایش تاب‌آوری اقتصادی- اجتماعی.....
۱۱	جمع‌بندی.....

خلاصه مدیریتی

جنگ‌ها همواره فراتر از مرزهای جغرافیایی و نظامی، اثرات عمیقی در لایه‌های اجتماعی، روانی، فرهنگی و اقتصادی برجای می‌گذارند. تجربه‌های تاریخی در جهان و منطقه نشان می‌دهد که در شرایط بحرانی، بی‌توجهی به پیامدهای اجتماعی جنگ، به تضعیف انسجام ملی، فرسایش اعتماد عمومی و افزایش آسیب‌پذیری جامعه می‌انجامد. جنگ اخیر اسرائیل علیه ایران نیز بی‌تردید، آثار روانی قابل توجهی، از اضطراب عمومی تا گسست‌های اجتماعی و تهدیدهای امنیت شغلی و اقتصادی در جامعه داشته است.

در چنین شرایطی، نهادهای واسطه و مردم‌نهاد همچون اتاق بازرگانی، می‌توانند در تقویت حکمرانی اجتماعی و مشارکت در مدیریت بحران‌های چندبعدی به عنوان ضرورت‌های جدید در مسیر بقا، نقش‌آفرینی کنند.

گزارش حاضر که بر مبنای مباحثات کارشناسی و نتایج یکی از جلسات اتاق فکر اجتماعی با موضوع «مدیریت پیامدهای اجتماعی جنگ اسرائیل علیه ایران با تمرکز بر نقش اتاق بازرگانی» تهیه شده، با هدف بررسی نقش اتاق در دوران جنگ و پس از آن، مجموعه‌ای از تحلیل‌ها و سیاست‌های پیشنهادی را در سه محور اصلی ارائه می‌دهد:

۱. حمایت از جامعه، بنگاه‌ها و تشکل‌های اقتصادی؛ از طریق ایجاد نهادهای گفت‌وگو با حاکمیت، تشکیل شوراهای تخصصی در سطوح ملی، پایش صنایع آسیب‌پذیر و طراحی برنامه‌های حمایتی برای گروه‌های پرریسک مانند فریلنسرها و جوانان.

۲. ارتقاء امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی؛ با تأکید بر تقویت تاب‌آوری روانی، ترویج فرهنگ خودمراقبتی، تضمین دسترسی به اینترنت و فضای رسانه‌ای آزاد، روایت‌سازی مثبت، مستندسازی تجربه‌ها و ارائه خدمات حمایتی و مشاوره‌ای.

۳. افزایش تاب‌آوری اقتصادی-اجتماعی؛ از طریق اقداماتی مانند برگزاری نشست‌های اجتماعی، بازتعریف رابطه مردم و دولت، مشارکت در رگولاتوری و حمایت از کمپین‌های ملی با محوریت سرمایه اجتماعی.

در مجموع، ۱۸ پیشنهاد سیاستی در این سه حوزه تنظیم شده که هم‌زمان دارای نگاه کوتاه‌مدت برای پاسخ فوری به بحران و دیدگاه میان‌مدت برای بازسازی اعتماد عمومی و همبستگی ملی هستند. این پیشنهادها، اتاق بازرگانی را از نهاد صرفاً اقتصادی به یک بازیگر فعال در حکمرانی اجتماعی ارتقا می‌دهند؛ بازیگری که با جسارت، عقلانیت و انعطاف، می‌تواند در عبور کشور از بحران‌ها و شکل‌گیری آینده‌ای مقاوم و منسجم، نقشی کلیدی ایفا کند.

مقدمه

سوابق تاریخی جنگ‌های بین‌کشوری یا منطقه‌ای، چه در قرن بیستم و چه در دهه‌های اخیر، نشان می‌دهد که این رویدادها تنها به تغییرات در توازن قدرت سیاسی و اقتصادی منجر نمی‌شوند، بلکه پیامدهایی عمیق، ماندگار و پیچیده در حوزه‌های اجتماعی، روانی و فرهنگی بر جای می‌گذارند. جنگ‌ها اغلب به فروپاشی سرمایه اجتماعی، تضعیف همبستگی ملی، گسترش ترس و نااطمینانی و آسیب به هویت جمعی منجر می‌شوند. جامعه مدنی، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، معمولاً فاقد آمادگی ساختاری برای مواجهه با این تبعات است؛ از این رو، نهادهای واسطه یا سازمان‌های مردم‌نهاد همچون اتاق‌های بازرگانی می‌توانند نقش کلیدی در کاهش پیامدهای اجتماعی، حفظ انسجام اقتصادی و روانی جامعه و ترمیم اعتماد عمومی ایفا کنند.

در این میان، جنگ اسرائیل علیه ایران نه تنها می‌تواند دارای تأثیرات ژئوپلیتیک و اقتصادی باشد، بلکه ممکن است پیامدهای عمیق و ماندگاری در لایه‌های اجتماعی، روانی و فرهنگی جامعه ایران بر جای گذارد. در چنین شرایطی، اتاق بازرگانی به‌عنوان نهاد میانی بین دولت و بخش خصوصی، ظرفیت منحصر به فردی برای کاهش پیامدهای اجتماعی و روانی، تقویت تاب‌آوری ملی و بسیج منابع برای حفظ پایداری اقتصادی دارد. در همین راستا، اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران یکی از جلسات اتاق فکر خود را به موضوع «مدیریت پیامدهای اجتماعی جنگ اسرائیل علیه ایران با تمرکز بر نقش اتاق بازرگانی» اختصاص داده است. در این گزارش، ضمن تمرکز بر نظرات کارشناسان این حوزه، سعی شده سیاست‌های پیشنهادی در چارچوبی عملیاتی برای اجتناب از پیامدهای منفی احتمالی جنگ بر حوزه اجتماعی ارائه گردد.

آثار اجتماعی جنگ در کوتاه‌مدت

جنگ‌ها، حتی در کوتاه‌مدت، آثار چندوجهی و لایه‌لایه‌ای بر ساخت اجتماعی جامعه دارند. جنگ اسرائیل علیه ایران نیز با وجود زمان محدود، به دلیل ماهیت پرتنش آن و تمرکز رسانه‌ای جهانی، بی‌تردید، برانگیختگی عاطفی و روانی را در میان شهروندان به همراه داشته است. تبعات اجتماعی در چنین شرایطی به صورت ذیل قابل دسته‌بندی هستند:

۱. **تشدید اضطراب اجتماعی و روان‌فروودگی جمعی:** سطح بالای تهدیدات موشکی و سایبری، همزمان با فضای مبهم اطلاع‌رسانی رسمی، منجر به بروز نوعی بی‌ثباتی روانی در جامعه خواهد شد. مردم نه تنها از تهدیدات بیرونی، بلکه از ناتوانی در پیش‌بینی رفتار حاکمیت و تصمیمات آن دچار اضطراب ساختاری می‌شوند. چنین مسائلی در دوران بحران، گروه سنی جوانان را بیش از سایر افراد جامعه تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۲. **فروپاشی سرمایه اجتماعی و گسترش بی‌اعتمادی نهادی:** در شرایط بحران، قطع یا محدودسازی اینترنت، عدم شفافیت رسانه‌ای، فضای بی‌اعتمادی به نهادهای رسمی را افزایش می‌دهد. این امر روند گسست میان جامعه مدنی و حاکمیت را تشدید خواهد کرد و نهادهایی که در کشور به‌عنوان حلقه‌های واسطه میان دولت و بخش خصوصی عمل می‌کنند، در موقعیت حساسی قرار خواهد داد.

۳. **افزایش حس انزوای اجتماعی و تضعیف احساس تعلق:** روایت‌های رسمی یک‌دست، در غیاب مشارکت اجتماعی واقعی، موجب کاهش حس تعلق شهروندان به تصمیمات کلان خواهد شد. در چنین شرایطی، اگر نهادها با نگاه امنیتی با فضای اقتصادی و رسانه‌ای برخورد کردند، بخشی از مردم احساس طرد شدگی اجتماعی و اقتصادی را تجربه خواهند کرد.
۴. **اختلال در چرخه‌های روزمره زندگی و کار:** قطع اینترنت، اختلال در زنجیره تأمین و نااطمینانی از آینده، به‌ویژه بر گروه‌های شغلی حساس مانند فریلنسرها و کسب‌وکارهای خدماتی آسیب خواهد زد. این اختلالات، پیامدهایی مانند کاهش تاب‌آوری اقتصادی، افزایش مهاجرت ذهنی و اجتماعی و فرسایش امید به آینده را به‌همراه خواهد داشت.
۵. **تقویت گسل‌های اجتماعی پنهان:** جنگ مانند یک منشور عمل کرده و شکاف‌های موجود در جامعه (میان طبقات، مناطق جغرافیایی و نسل‌ها) که بعضاً تاکنون پنهان مانده است، آشکار خواهد کرد. در غیاب برنامه‌ای برای روایت‌سازی مشترک از بحران، امکان شکل‌گیری روایت‌های متعارض از جنگ و نقش بازیگران مختلف افزایش یافته و می‌تواند به دوقطبی یا چندقطبی‌های جدید منجر شود.

سیاست‌های پیشنهادی برای مدیریت بحران

با توجه به آثار اجتماعی، روانی و اقتصادی جنگ اسرائیل علیه ایران، اتاق بازرگانی به‌عنوان یک نهاد میانی و تسهیل‌گر می‌تواند در سه محور اصلی سیاست‌گذاری فعال شود: حمایت از بنگاه‌ها و تشکل‌ها، ارتقای امنیت روانی و اجتماعی و افزایش تاب‌آوری اقتصادی-اجتماعی. پیشنهادهای ارائه‌شده در این بخش، حاصل تحلیل کارشناسی و مباحثه در جلسه اتاق فکر اجتماعی است و به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که هم در کوتاه‌مدت و میان‌مدت قابلیت اجرا داشته باشند. هدف از این سیاست‌ها، ایفای نقش مؤثرتر اتاق در حکمرانی بحران و ارتقای تاب‌آوری اجتماعی و اقتصادی کشور است.

کمک به جامعه، بنگاه‌ها و تشکل‌های اقتصادی

۱. ایجاد کارگروهی برای ارتباط مؤثر بخش خصوصی با سه قوا برای انتقال مطالبات و نظرات تخصصی تشکل‌های اقتصادی به سطوح عالی تصمیم‌گیری
۲. طراحی سازوکاری برای ارزیابی عملکرد سازمان پدافند غیرعامل با مشارکت اتاق برای افزایش کارایی زیرساخت‌های حمایتی
۳. طراحی سازوکاری برای شناسایی صنایع آسیب‌پذیر و پایش مستمر وضعیت اشتغال و زنجیره تأمین در آنها
۴. تدوین برنامه ویژه برای حمایت اتاق بازرگانی و سایر سازمان‌های مرتبط از گروه جوانان و فریلنسرها به‌عنوان یکی از اقشار آسیب‌پذیر در بازار کار

حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی

۵. ترویج فرهنگ خودمراقبتی و آموزش مهارت‌های روانی در فضای عمومی با همکاری رسانه‌ها و سازمان‌های اجتماعی
۶. جلوگیری از قطع اینترنت به عنوان ابزار ارتباط اجتماعی و اقتصادی با تأکید بر حفظ اعتماد عمومی، مقابله با روایت‌سازی رسانه‌های خارجی و استمرار فعالیت‌های کسب‌وکارها
۷. شناسایی صنایعی که در شرایط جنگی نقش پشتیبان داشته‌اند و استخراج روایت‌های تاریخی آنها توسط اتاق بازرگانی برای ارتقای امید اجتماعی
۸. بازخوانی وقایع جنگ به صورت همزمان با رخداد آنها؛ نه پس از آن، با هدف پیشگیری از تحریف و خلق روایت‌های تفرقه‌افکن
۹. استفاده از ابزارهای آموزشی و رسانه‌ای برای توسعه فرهنگ مدیریت مصرف، صرفه‌جویی و تاب‌آوری اقتصادی
۱۰. آزادسازی فضای رسانه‌ای و دفاع از حق اظهارنظر عمومی به‌ویژه در بسترهای دیجیتال
۱۱. برگزاری کارگاه‌های تاب‌آوری روانی و مدیریت استرس برای اعضای اتاق و خانواده‌های آنها
۱۲. ایجاد دسترسی رایگان به خدمات مشاوره روان‌شناختی تخصصی برای اقشار آسیب‌پذیر

افزایش تاب‌آوری اقتصادی – اجتماعی

۱۳. تولید محتوا و استفاده از شعارهای ملی‌گرایانه مثبت برای تقویت انسجام ملی در برابر تهدید خارجی
۱۴. تشویق جامعه به بازتعریف نگاه به دولت و کاهش دوگانگی جامعه از مسیر اقدامات ارتباطی بخش خصوصی
۱۵. تدوین سازوکاری برای مشارکت اتاق در رگولاتوری هوشمند برای حذف مقرراتی که منجر به اصطکاک اجتماعی می‌شود.
۱۶. برگزاری نشست‌های گفتگو محور (اتاق و جامعه) با هدف ایجاد وفاق اجتماعی و انتقال مسئولانه مطالبات مردمی
۱۷. تقویت ارتباط اتاق با رسانه‌ها و نهادهای بین‌المللی برای بهبود تصویر کشور و اعتمادسازی در افکار عمومی جهانی
۱۸. تشویق کمپین‌های ملی با محوریت مصرف کالای ایرانی و معرفی نقش فعالان اقتصادی در عبور از بحران

جدول ۱- سیاست‌های پیشنهادی برای تقویت تاب‌آوری اجتماعی در شرایط بحران

ردیف	موضوع اصلی	عنوان اقدام	ماهیت زمانی	دستگاه / سازمان مرتبط
۱	کمک به جامعه، بنگاه‌ها و تشکل‌های اقتصادی	ایجاد کارگروهی برای انتقال مطالبات و نظرات تخصصی تشکل‌های اقتصادی به سطوح عالی تصمیم‌گیری	کوتاه‌مدت	اتاق بازرگانی، سه قوه
۲	کمک به جامعه، بنگاه‌ها و تشکل‌های اقتصادی	ارزیابی عملکرد سازمان پدافند غیرعامل با مشارکت اتاق	کوتاه‌مدت	اتاق بازرگانی، سازمان پدافند غیرعامل، وزارت کشور
۳	کمک به جامعه، بنگاه‌ها و تشکل‌های اقتصادی	شناسایی صنایع آسیب‌پذیر و پایش مستمر وضعیت اشتغال و زنجیره تأمین	کوتاه‌مدت	اتاق، وزارت کار، تشکل‌ها، انجمن‌ها و سندیکا
۴	کمک به جامعه، بنگاه‌ها و تشکل‌های اقتصادی	حمایت از جوانان و فریلنسرها به‌عنوان اقشار آسیب‌پذیر در بازار کار	کوتاه‌مدت	اتاق بازرگانی، وزارت کار
۵	حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی	ترویج فرهنگ خودمراقبتی و آموزش مهارت‌های روانی در فضای عمومی	میان‌مدت	اتاق بازرگانی، رسانه‌ها و نهادهای اجتماعی
۶	حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی	جلوگیری از قطع اینترنت و حفظ دسترسی به ابزارهای ارتباطی و اقتصادی	کوتاه‌مدت	اتاق بازرگانی، وزارت ارتباطات
۷	حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی	مستندسازی روایت صناعی که نقش پشتیبان داشته‌اند برای ارتقای امید اجتماعی	میان‌مدت	اتاق بازرگانی، تشکل‌ها و رسانه‌ها
۸	حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی	بازخوانی وقایع جنگ همزمان با رخداد آنها برای پیشگیری از تحریف و تفرقه	کوتاه‌مدت	اتاق بازرگانی، رسانه‌ها
۹	حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی	آموزش فرهنگ صرفه‌جویی و تاب‌آوری اقتصادی از طریق ابزارهای رسانه‌ای	میان‌مدت	اتاق، رسانه ملی، وزارت آموزش و پرورش
۱۰	حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی	آزادسازی فضای رسانه‌ای و دفاع از حق اظهار نظر عمومی	کوتاه‌مدت	اتاق، رسانه‌ها
۱۱	حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی	برگزاری کارگاه‌های تاب‌آوری روانی و مدیریت استرس برای اعضا و خانواده‌های آنها	کوتاه‌مدت	اتاق‌های بازرگانی
۱۲	حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی	ارائه مشاوره روان‌شناختی رایگان به اقشار آسیب‌پذیر	کوتاه‌مدت	اتاق، وزارت بهداشت، تشکل‌ها

ردیف	موضوع اصلی	عنوان اقدام	ماهیت زمانی	دستگاه / سازمان مرتبط
۱۳	افزایش تاب‌آوری اقتصادی - اجتماعی	استفاده از شعارهای ملی‌گرایانه مثبت برای تقویت انسجام ملی	کوتاه‌مدت	اتاق، رسانه‌ها
۱۴	افزایش تاب‌آوری اقتصادی - اجتماعی	بازتعریف نگاه جامعه به دولت از مسیر اقدامات ارتباطی بخش خصوصی	میان‌مدت	اتاق بازرگانی
۱۵	افزایش تاب‌آوری اقتصادی - اجتماعی	مشارکت در رگولاتوری هوشمند و حذف مقررات زائد	میان‌مدت	اتاق، مجلس شورای اسلامی
۱۶	افزایش تاب‌آوری اقتصادی - اجتماعی	برگزاری نشست‌های گفت‌وگو محور برای انتقال مسئولانه مطالبات مردم	کوتاه‌مدت	اتاق، رسانه‌ها
۱۷	افزایش تاب‌آوری اقتصادی - اجتماعی	تقویت ارتباط با رسانه‌ها و نهادهای بین‌المللی برای بازسازی تصویر کشور	میان‌مدت	اتاق، وزارت امور خارجه
۱۸	افزایش تاب‌آوری اقتصادی - اجتماعی	حمایت از کمپین‌های ملی مصرف کالای ایرانی و روایت‌سازی از نقش بخش خصوصی در عبور از بحران	کوتاه‌مدت	اتاق، تشکل‌ها و انجمن‌ها

جمع بندی

در شرایط بحرانی مانند جنگ، نهادهایی مانند اتاق بازرگانی می‌توانند فراتر از مأموریت‌های اقتصادی خود، نقش فعالانه در مدیریت روانی - اجتماعی بحران ایفا کنند. تقویت تاب‌آوری روانی، بازآفرینی اعتماد عمومی، تسهیل فعالیت بنگاه‌ها و حضور در سطح سیاست‌گذاری کلان، همگی گام‌هایی ضروری برای عبور از وضعیت فعلی و ایجاد پایه‌ای برای آینده‌ای پایدارترند. اتاق باید با جسارت و عقلانیت، خود را به‌عنوان شریک راهبردی دولت و جامعه بازتعریف کند.

پیشنهاد‌های ارائه‌شده در این گزارش را می‌توان در سه محور اصلی طبقه‌بندی کرد:

۱. **کمک به جامعه، بنگاه‌ها و تشکل‌های اقتصادی:** اتاق بازرگانی باید به‌عنوان بازوی تسهیل‌گر و حامی در دوران بحران عمل کرده و سازوکارهایی همچون کارگروه بحران اقتصادی، تیم‌های عملیاتی ویژه، و دستورالعمل‌های واکنش سریع را برای حمایت فوری از بنگاه‌ها فعال کند. توسعه مهارت‌های مدیریتی کسب و کارها در شرایط خاص و ارائه مشاوره‌های تخصصی نیز از دیگر اقدامات کلیدی است.

۲. **حمایت‌های اجتماعی برای افزایش امنیت روانی، فرهنگی و اجتماعی:** اتاق می‌تواند با برگزاری کارگاه‌های تاب‌آوری، ارائه خدمات مشاوره‌ای به خانواده‌ها، حمایت از روایت‌های مثبت و امیدبخش، و بازتعریف ادبیات رسمی، در کاهش اضطراب جمعی و افزایش حس اعتماد عمومی نقش آفرینی کند. تقویت آزادی رسانه‌ها و جلوگیری از انحصار روایت رسمی نیز در این چارچوب جای می‌گیرد.

۳. **افزایش تاب‌آوری اقتصادی - اجتماعی و بازآفرینی سرمایه اجتماعی:** تدوین بسته‌های سیاستی برای مشارکت مؤثر اتاق در حکمرانی، ایجاد بستر گفت‌وگوی مستقیم با مردم و نخبگان اقتصادی، تعامل مؤثر با رسانه‌ها و نهادهای بین‌المللی، و حمایت از مصرف کالای ایرانی، همگی اقداماتی است که می‌تواند به هم‌افزایی ملی و بازسازی انسجام اجتماعی کمک کند.

نقش آفرینی اتاق در این سه حوزه، تنها به کاهش تبعات جنگ محدود نمی‌شود، بلکه می‌تواند الگویی نوین از حکمرانی مشارکتی و هوشمند را برای آینده ایران ترسیم کند. این مشارکت اگر با اعتماد عمومی و حمایت حاکمیتی همراه شود، می‌تواند بستر شکل‌گیری اقتصادی مقاوم، جامعه‌ای تاب‌آور و کشوری با همبستگی بالاتر را فراهم آور



تهران: خیابان استاد مطهری - پلاک ۲۷۵

صندوق پستی: ۳۸۱۸-۱۵۸۷۵

نمابر: ۱۶-۸۸۷۱۳۴۱۵