

سیاستنامه رسانه‌ای

مركز
مطالعات
راهبردی
تسنیم

خبرگزاری
Tasnim
News Agency



سیاستنامه رسانه‌ای برای
مواجهه با فتنه دی ماه ۱۴۰۴
و پیامدهای آن

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**سیاستنامه رسانه‌ای
برای مواجهه با فتنه دی ماه ۱۴۰۴
و پیامدهای آن**



سیاست‌نامه رسانه‌ای

مرکز مطالعات راهبردی خبرگزاری تسنیم

سیاست‌نامه رسانه‌ای برای مواجهه با فتنه دی ماه ۱۴۰۴

و پیامدهای آن

تاریخ:

دی ماه ۱۴۰۴



جامعه ایران امروز در مقطع پس از اتفاقات و آشوب‌های دی ماه ۱۴۰۴ با تجربه ناامنی مقطعی، ذهنیت و ادراک متفاوتی نسبت به مفاهیم اعتراض، آشوب، امنیت و نقش دشمنان خارجی پیدا کرده است. این بلوغ ادراکی باعث شده که جامعه توان تشخیص تفاوت بین اعتراض مشروع و آشوب خشونت‌بار را داشته باشد و کمتر تحت تاثیر روایت‌های رسانه‌ای معاند قرار گیرد. با این حال، پیش‌دستی در روایت‌سازی و ارائه شفاف موضع نظام، همچنان ضروری است تا هرگونه تلاش برای بازتولید نارضایتی اجتماعی و تحریف حقیقت، ناکام بماند.

در این چارچوب، تمرکز رسانه‌ای باید بر تقویت درک مردم از پیامدهای خشونت و آشوب، برجسته‌سازی هوشمندی حاکمیت در مدیریت بحران و نشان دادن نقش ابزارگونه و غیرواقعی پهلوی باشد. هم‌زمان باید با تقویت مشروعیت اجتماعی نظام و همراهی نخبگان و مردم، همسویی و انسجام در روایت اول ایجاد شود تا روایت دشمنان از همان ابتدا خنثی شود و ذهن و قلب جامعه، جایگاه اصلی خود در فهم واقعیت را حفظ کند.

هدف سیاست‌نامه

- ◀◀ ایجاد چارچوب واحد، منسجم و اقناعی برای روایت رسانه‌ای از آشوب‌های اخیر
- ◀◀ جلوگیری از انفعال رسانه‌ای و پیش‌دستی در روایت‌سازی
- ◀◀ تقویت همسویی رسانه‌ها، نخبگان و مسئولان در میدان ادراک عمومی

۱. تصویر جامعه هدف (شناخت مخاطب)

اصل راهبردی: جامعه امروز ایران «جامعه پسا جنگ ۱۲ روزه» است؛ نه جامعه سال‌های ۹۶، ۹۸ یا حتی ۱۴۰۱.

- ◀◀ جامعه با مفاهیم «آشوب، اعتراض، امنیت، جنگ و دشمن» مواجهه عینی و تجربه زیسته دارد

« سطح تشخیص و تمایز میان اعتراض مشروع و آشوب خشونت‌بار افزایش یافته است

« تحلیل جامعه با الگوهای قدیمی موجب خطای راهبردی در پیام‌رسانی می‌شود

« زبان رسانه‌ای باید مبتنی بر بلوغ ادراکی جامعه و نه آموزش بدیهیات باشد

خط قرمز تحلیلی: ساده‌انگاری جامعه یا القای ناآگاهی عمومی

۲. ارزیابی تهدید روایت‌های معاند

اصل راهبردی: روایت‌های معاند تهدید ادراکی پایدار نیستند، بلکه حداکثر تحریک احساسی کوتاه‌مدت ایجاد می‌کنند.

« جامعه تجربه تاریخی مواجهه با آشوب و رسانه معاند را دارد

« توان اقناعی رسانه‌های بیگانه نسبت به گذشته به شدت کاهش یافته است

« دنبال کردن رسانه‌های خارجی لزوماً به معنای مرجعیت بخشی به آنها نیست

« احتمال تغییر نگاه کلان جامعه علیه حاکمیت بسیار ضعیف است

خط رسانه‌ای: پرهیز از اضطراب، بزرگ‌نمایی و واکنش عصبی به روایت دشمن

۳. دلایل ناکارآمدی روایت دشمن (محورهای اقناع)

۳-۱. تجربه زیسته گسترده جامعه

« گستردگی جغرافیایی و شدت آشوب‌ها موجب درک ملموس پیامدهای ناامنی شد

« جامعه هزینه‌های اقتصادی، جانی و روانی آشوب را لمس کرد

۳-۲. انتظار اجتماعی از برخورد قاطع

« امنیت به مطالبه عمومی تبدیل شد

« برخورد با آشوبگران به عنوان ضرورت ثبات کشور درک شد

۳-۳. پیش‌دستی هوشمندانه حاکمیت در روایت اول

« تبیین پیشینی موضع نظام پیش از برخورد میدانی

« سخنرانی قاطع و شفاف مقام معظم رهبری به عنوان اتمام حجت

« همراهی نخبگان، چهره‌ها و خانواده‌ها در آگاه‌سازی

خط رسانه‌ای: برجسته‌سازی روایت اول، شفافیت پیشینی و اتمام حجت اخلاقی و سیاسی

۴. سیاست رسانه‌ای در مواجهه با پهلوی

اصل راهبردی: پهلوی «کنشگر اجتماعی» نیست؛ «ابزار رسانه‌ای دشمن» است.

۴-۱. نفی افسانه پایگاه اجتماعی

- « آشوب‌ها محصول فراخوان پهلوی نبود
- « برنامه‌ریزی میدانی توسط آمریکا و رژیم صهیونیستی انجام شد
- « فراخوان پهلوی صرفاً پوشش رسانه‌ای آغاز آشوب بود

۴-۲. تفکیک خشم اجتماعی از پهلوی خواهی

- « حضور محدود برخی افراد ناشی از نارضایتی یا خشم انباشته بود
- « شعارهای حمایتی لزوماً به معنای اعتقاد به صلاحیت پهلوی نیست
- « پهلوی ستایی بیشتر «نفی جمهوری اسلامی» است تا «ایجاب پهلوی»

۴-۳. اعتبارزدایی شخصیتی و سیاسی

- « بی‌ثباتی مواضع و فرار از مسئولیت
 - « فقدان شجاعت، قاطعیت و رهبری
 - « جایگاه ابزاری نزد آمریکا و رژیم صهیونیستی
- خط رسانه‌ای:** تصویرسازی از پهلوی به مثابه «عروسک خیمه‌شب‌بازی» نه آلترناتیو سیاسی

۵. تحلیل رفتار بدنه اجتماعی در آشوب‌ها

- « شکاف میان تصور ذهنی اعتراض و واقعیت خشن آشوب
 - « شوک اجتماعی ناشی از سطح بالای خشونت تروریستی
 - « جداسازی سریع بدنه اجتماعی از آشوبگران
 - « بازگشت ادراک عمومی به ضرورت امنیت و ثبات
- خط رسانه‌ای:** تمرکز مستمر بر خشونت، وحشت و ناامنی آشوب‌ها

۶. سناریوهای پیش‌روی دشمن

اصل راهبردی: دشمن متوقف نشده و تمرکز را تغییر می‌دهد.

«تداوم جنگ روایت‌ها با هدف القای فروپاشی ذهنی

«انتقال تمرکز از خیابان به زیرساخت‌ها و گلوگاه‌ها

«تلاش برای تولید نارضایتی اجتماعی ثانویه

خط رسانه‌ای: آماده‌سازی ذهنی جامعه بدون القای ترس یا اضطراب

۷. الزامات سیاست رسانه‌ای داخلی

۱-۷. انسجام گفتمانی

«پرهیز از چندصدایی تضعیف‌کننده

«مقابله با القای شکاف در حاکمیت

۲-۷. مدیریت فضای رسانه‌ای

«ردایده «بازبودن بی‌قید رسانه‌ای» در شرایط جنگ ادراکی و تبیین تبعات آن

«برخورد قاطع با محتوای تضعیف‌کننده منطق نظام

«محدود کردن فضای مناظرات فکری و سیاسی در مقطع کنونی

۳-۷. تقویت سرمایه روانی و اجتماعی

«تقویت روحیه مسئولان، نخبگان و مردم و جلوگیری از اختلال ادراکی

«تأکید بر افزایش سرمایه اجتماعی بالای نظام و رهبری پس از اتفاقات اخیر

۸. سرمایه اجتماعی و مشروعیت

«حضور گسترده مردم در ۲۲ دی به عنوان اتمام حجت اجتماعی

«هم‌راستایی ذهنی جامعه با برخورد با عوامل ناامنی

«جایگاه بالای اعتبار رهبری و نظام در افکار عمومی به ویژه در مقاطع پس از

بحران‌ها

خط رسانه‌ای: بازنمایی اعتماد متقابل مردم و حاکمیت

۹. راهبردهای اصلی

۹-۱. تثبیت و تعمیق آگاهی اجتماعی و عدم اکتفا به تجربه موفق روایت اول

«ارتقاء سطح ادراک عمومی نسبت به تفاوت میان اعتراض مشروع و آشوب خشونت آمیز.

«آموزش تدریجی جامعه نسبت به ماهیت رسانه‌های معاند و شگردهای روایت‌سازی دشمن.

«تاکید بر تجربه زیسته اخیر به عنوان منبع مرجع و اعتبارسنجی وقایع؛ نشان دادن هزینه‌های آشوب، اثرات اقتصادی و روانی آن و پیامدهای اجتماعی ناشی از بی‌ثباتی.

«ایجاد کانال‌های بازخورد برای سنجش درک و نگرش مردم و اصلاح پیام‌ها بر اساس واقعیت‌های میدانی و ادراک عمومی.

۹-۲. همگامی رسانه‌ها با سطح بلوغ جامعه

«تولید محتوای رسانه‌ای منطبق با بلوغ فکری و ادراکی مخاطب؛ پرهیز از ساده‌سازی بیش از حد یا توهین به شعور عمومی.

«هم‌راستاسازی پیام رسانه‌های رسمی و نخبگان با سطح آگاهی و تجربه جامعه؛ جلوگیری از شکاف میان سطح ادراک مردم و روایت رسمی.

«بهره‌گیری از روایت‌های اول به صورت هماهنگ و یکپارچه تا فضا برای نفوذ روایت‌های معاند به حداقل برسد.

«آموزش و هماهنگی سردبیران و خبرنگاران برای تولید محتواهای تحلیلی و مقایسه‌ای که هم واقعیت‌ها را نشان دهد و هم روایت دشمن را بی‌اثر کند.

۹-۳. تبدیل تجربه اخیر به الگوی پایدار مدیریت روایت

«استخراج درس‌ها و روش‌های موفق در مواجهه با آشوب اخیر و تبدیل آن به دستورالعمل رسانه‌ای و امنیتی برای مواجهه با بحران‌های آینده.

«ایجاد سامانه و پروتکل مشخص برای پیش‌بینی سناریوهای احتمالی و آماده‌سازی پیام‌های پیش‌دستانه.

«تثبیت «روایت اول» به عنوان مرجع رسمی و پیش‌دستی در هر بحران آینده؛ تمرکز بر اطلاع‌رسانی سریع، شفاف و مستند.

« تقویت ظرفیت‌های میدانی و رسانه‌ای برای واکنش هماهنگ و یکپارچه به تحرکات دشمن، پیش از آنکه بتواند روایت دوم بسازد.

۴-۹. پیش‌دستی مستمر در روایت‌سازی و اجتناب از واکنش منفعلانه

« شناسایی سریع عناصر و روایت‌های بالقوه مخرب و مقابله فعال قبل از شکل‌گیری جریان گسترده اجتماعی.

« تولید محتوای پیش‌دستانه با محور «شفافیت، واقعیت، مشروعیت و ثبات» برای هدایت افکار عمومی.

« ایجاد «شبکه هوشیاری رسانه‌ای» برای رصد دائمی فضای رسانه‌های داخلی و خارجی و هماهنگی واکنش‌ها.

« استفاده از ابزارهای متنوع رسانه‌ای (رسانه ملی، فضای مجازی، نخبگان، شخصیت‌های تأثیرگذار) به‌صورت همزمان برای تثبیت روایت کلان.

۵-۹. تقویت سرمایه اجتماعی و مشروعیت نظام

« بازنمایی نقش مردم در صحنه‌های اجتماعی و همراهی آن‌ها با حاکمیت، به‌ویژه در مقاطع حساس.

« نشان دادن اثرگذاری و هوشمندی رهبری و مسئولان در کنترل بحران و تأمین امنیت.

« تقویت اعتماد عمومی نسبت به رسانه‌های رسمی و نخبگان؛ جلوگیری از القای شکاف‌یابی‌اعتمادی.

۶-۹. ایجاد بازخورد و یادگیری مستمر

« ارزیابی مستمر اثرگذاری پیام‌ها و روایت‌ها و اصلاح راهبردها بر اساس داده‌های واقعی و بازخورد جامعه.

« یادگیری از تجربه جهانی و ملی در مدیریت بحران‌های مشابه، برای بهبود شیوه‌های پیش‌دستی در روایت‌سازی.

« مستندسازی اقدامات موفق و ناکام رسانه‌ای برای ایجاد بانک دانش و الگوسازی آینده.

