



باسم تعالی
جمهوری اسلامی ایران
شورای عالی انقلاب فرهنگی

شماره: ۴۷: ۱۱: ۱۴۰۰
تاریخ: ۱۴۰۰/۰۴/۰۸
پوست:

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
وزارت اطلاعات
سازمان تبلیغات اسلامی
سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران
مرکز ملی فضای مجازی
ستاد هماهنگی نقشه مهندسی فرهنگی کشور
دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی

مصوبه «سیاستهای راهبردی رسانه‌ای در شرایط بحران‌های طبیعی مثل شرایط ظهور ویروس فراگیر کرونا» که در جلسه ۸۳۳ مورخ ۱۳۹۹/۸/۲۷ شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسیده است، به شرح ذیل برای اجراء ابلاغ می‌شود:

مقدمه

در شرایط بحران، رسانه‌ها به واسطه سرعت در اطلاع‌رسانی و دارا بودن نقش آگاهی‌بخشی، معنابخشی و در برخی موارد تجویز سیاست، از موقعیت ممتازی برخوردارند. بر خلاف دوره رسانه‌ای کلاسیک، با شکل‌گیری رسانه‌های نوین و شبکه‌ای، تراکم زمانی و مکانی نقش مهمی در تصویرسازی مناسب از ابعاد مختلف بحران، جلب اعتماد و مشارکت مردمی به منظور مدیریت و مهار بحران بر عهده دارند. اولین و بدیهی‌ترین قدم در این راستا اطلاع‌رسانی مناسب، ایجاد اعتماد و پیشگیری از تأثیرات مخرب رسانه‌های معاند از طریق مدیریت یکپارچه رسانه‌ای کشور در شرایط بحران است. ایجاد مرجعیت و نام‌نمای مورد اعتماد رسانه‌ای، هم در فضای رسانه ملی و هم در رسانه‌های اجتماعی نسبت به واقعیت‌های فراگیر بحران‌های طبیعی مثل سیل، زلزله و ویروس‌های فراگیر آسیب‌زا یک ضرورت انکارناپذیر است. این سند در بردارنده ۶ ماده و تبیین‌کننده ۹ راهبرد و الزامات مربوطه تحت عنوان «سیاست‌های راهبردی رسانه‌ای در شرایط بحران‌های طبیعی مثل شرایط ظهور ویروس فراگیر کرونا» است که مسیری راهبردی و ملی برای مواجهه رسانه‌ای با بحران‌های طبیعی را فراهم می‌سازد.



باسم تعالی
جمهوری اسلامی ایران
شورای عالی انقلاب فرهنگی

شماره:
تاریخ:
پوست:

ماده ۱- تعاریف:

- ۱- بحران طبیعی: امری که یکباره و تصادفی از راه می رسد و زیان های انسانی، مادی، اقتصادی و زیست محیطی بسیاری به جوامع وارد می کند. بحران ها و یا فاجعه ها، وضعیت یا حادثه ای است که ظرفیت جامعه فاجعه دیده را تحلیل داده و در برخی موارد در هم می شکند.
- ۲- عملیات رسانه ای: عملیات رسانه ای به معنای مجموعه اقدامات هماهنگ برنامه ریزی شده، برای ارائه پیام و تحلیل دقیق، صحیح، شفاف و سریع به جامعه و دستیابی به راهبردهای هدف گذاری شده با استفاده از فعالیت منسجم رسانه ای است.

ماده ۲- اهداف:

- آموزش مهارتی و اطلاع رسانی رسانه ای موثر نسبت به بحران های طبیعی از طریق مرجعیت بخشی و نام نمای رسانه ای
- عملیات یکپارچه رسانه ای برای حداکثر هم افزایی در شرایط بحران
- استفاده حداکثری از ظرفیت رسانه های جدید برای مدیریت بحران
- عملیات اطلاع رسانی بهنگام برای جلوگیری از تشدید فاجعه در ابعاد مختلف

ماده ۳- راهبردها:

- راهبرد ۱: ارائه آموزش و اطلاعات مفید و موثر پیرامون بحران با توجه به تبدیل شدن مخاطب به کاربر با روحیه استقلال گرایی و گونه بندی مخاطب از منظر نگرش نسبت به بحران
- الزامات:

- (۱) پرهیز از پیام های سطحی، کلیشه ای، الزام گرا (در قالب دستوری جملات امر و نهی) در انتقال آموزش و اطلاعات پیرامون بحران
- (۲) تقویت قدرت انتخاب کاربر و توانمندسازی کاربران در تشخیص در سطح ساختار، فرم و محتوای پیام ها (از جمله شیوه بیان) در آموزش و اطلاع رسانی پیرامون بحران
- (۳) تاکید بر رقابتی بودن و خلاقانه بودن پیام ها و تلاش در تولید محتوا و خدمات برتر در آموزش های مهارتی و اطلاع رسانی نسبت به بحران طبیعی
- (۴) شناسایی و گونه بندی کاربران از نظر نگرش نسبت به بحران به وجود آمده و تدبیر محتوای متناسب



باسم تعالی
جمهوری اسلامی ایران
شورای عالی انقلاب فرهنگی

شماره:
تاریخ:
پوست:

۵) بهره گیری از قالب های رسانه ای و محتوایی متناسب با هر تیپ اجتماعی در پلت فرم حامل اطلاعات

۶) ایجاد حساب برند (نام نما) رسانه ای برای بحران در پلت فرم های جهانی پرقابیت و پرمخاطب

۷) تشخیص اولویت ها، متناسب با فضای محتوایی و مزیت پلت فرم ها
راهبرد ۲: افزایش مضاعف تاب آوری اجتماعی و مقابله با هراس افکنی غیر واقعی ضمن پرهیز از تغییر نگرش کاربران نسبت به شرایط بحران
الزامات:

۱) عدم تعویق اعلام خبرهای مربوط به بحران به بهانه عدم اطمینان از تائید (ضرورت اطلاع رسانی پیوسته)

۲) نداشتن هراس از تصحیح، تکمیل یا تکذیب خبرهایی که قبلاً منتشر شده

۳) تطبیق سرعت پخش اخبار و اطلاعات مربوط به بحران طبیعی با امکانات جدید رسانه ای
راهبرد ۳: پاسخگویی به نیازهای معنوی و روحی افراد آسیب دیده با بهره گیری از ارزش ها، نمادها و اسطوره های دینی در پرتو دعا و بازنمایی پیام های آموزشی و اطلاع رسانی دینی متناسب با شرایط بحران
الزامات:

۱) بهره گیری از مکانیسم دلالت ضمنی در استفاده از ارزش ها، نمادها و اسطوره های دینی، دعا و معنویات در پیام های آموزشی و اطلاع رسانی

۲) استفاده از ساختارهای منطقی ساده برای ایجاد دلالت ضمنی ارزش ها و معنویات دینی در پیام های آموزشی و اطلاع رسانی

۳) خودداری از تشبیه انسان ها به اشیاء، جانوران یا گیاهان به استناد بیان آموزه های دینی و معنوی در تولید پیام های آموزشی و اطلاع رسانی

۴) توجه به شبکه ارتباطات انسانی مساجد، خیریه ها و توجه به نقش شخصیت های مرجع در شرایط بحران

راهبرد ۴: تقویت و بازتولید مستمر انسجام ملی، همدلی و همگرایی جامعه در شرایط بحران و ایجاد همیاری اجتماعی جهت غلبه بر بحران



باسم تعالی
جمهوری اسلامی ایران
شورای عالی انقلاب فرهنگی

شماره:
تاریخ:
پوست:

الزامات:

- ۱) تقویت مصادیق میهن دوستی و تضعیف باورهای ضدانسانی و ضدالهی ناسیونالیسم، لیبرالیسم و نقد تلخ منتهی به بن بست در تولید محتواهای مرتبط با بحران
 - ۲) توجه به تقویت مصادیق میهن دوستی و همبستگی بین قومیت و دین / مذهب در ایران
 - ۳) توجه به دین اسلام هم به عنوان یک «دین ملی» و هم دین جهانی در تقویت انسجام ملی و همدلی جهانی در تولید محتواهای مرتبط با بحران
- راهبرد ۵: هم افزایی کلیه قابلیت‌ها برای دریافت، پالایش و عرضه تقاضاها و پاسخگویی به پرسش‌های جدی جامعه در شرایط بحران

الزامات:

- ۱) تطبیق نسبت جغرافیایی استفاده و دستیابی مردم به رسانه های اجتماعی با آمارهای شیوع بحران به تفکیک استان‌های کشور
 - ۲) تحلیل و رصد مستمر محتوای رسانه های اجتماعی به عنوان شاخص افکار عمومی در ارتباط با بحران طبیعی
 - ۳) توجه به تنوع پلت فرم ها و شبکه های فعال برای آموزش و اطلاع رسانی در بازبینی افکار عمومی
- راهبرد ۶: شناسایی واقعیت‌های ترجیحی (و نه مفهوم ذاتی واقعیت) کاربران در شرایط مواجهه با بحران

الزامات:

- ۱) شناسایی واقعیت های ترجیحی مشترک و عمومی مردم نسبت به بحران طبیعی
 - ۲) نزدیک سازی ذهنیت کارگزاران رسانه ای به ذهنیت کاربران نسبت به واقعیت بحران
 - ۳) مواجهه واقعی کارگزاران رسانه ای (پرهیز از مواجهه صوری و نمایشی) نسبت به بازخوردهای کاربران
- راهبرد ۷: ارائه آموزش و اطلاعات بحران طبیعی از طریق رسانه‌ها منطبق با سه انتظار عینی، ادراکی و هیجانی کاربران به عنوان مهمترین عامل اعتبار

الزامات:

- ۱) ارزیابی مستمر میزان تحقق انتظارات کاربران جدید در حوزه اطلاع رسانی و آموزش بحران و اقدام نسبت به رفع موانع تحقق انتظارات راجع به موضوع بحران
- ۲) محاسبه دلایل عدم تحقق انتظارات منفی در سه بخش عینی، ادراکی و هیجانی و بازخورد رسانه‌ای متناسب



باسمه تعالی
جمهوری اسلامی ایران
شورای عالی انقلاب فرهنگی

شماره:
تاریخ:
پوست:

راهبرد ۸: بهره گیری از عنصر حضور رسانه‌ای برای فراگیری عقلانیت دانشی و تخصصی با شرایط

بحران

الزامات:

(۱) روزرسانی و توسعه مسیرهای تعامل با مردم، از طریق افراد دارای تجربه و تخصص نسبت به بهبود شرایط مردم

(۲) اختصاص بخشی از محتوای رسانه ای به بازتاب بازخوردها، خصوصاً از سوی آسیب دیدگان بحران

(۳) بازنمایی مستمر روندهای موفق اقدامات تخصصی در مواجهه با بحران

(۴) شناسایی فهرستی از نیازهای هیجانی (و نه واقعی) مخاطب در موضوع بحران

(۵) توجه به نیازهای بالقوه جامعه برای کم اثر کردن نیازهای هیجانی

راهبرد ۹: کنترل و هدایت فضاهاى عمومى رسانه‌هاى غیر رسمى و جلوگیری از عملیات روانی

دشمن در شرایط بحران

الزامات:

(۱) استفاده از رسانه های واجد حداکثر ابزارهای فرایند کردن برای میزبانی آموزش و اطلاع رسانی بحران

(۲) فراهم کردن بیشترین و مهمترین تعداد و تنوع ابزارهای فرایند کردن پیام‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی برای همه کاربران

(۳) پرهیز از استفاده از روش‌ها و ابزارهای کنترلی و چندمرحله‌ای برای فرایند کردن پیام‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی بحران

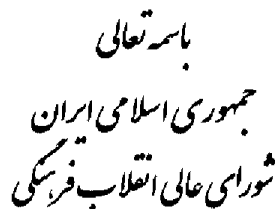
(۴) مخالفت با واقعیت‌های ادعا شده راجع به بحران طبیعی یا موضوعات مرتبط با آن به جای مخالفت با تفسیرهای مختلف از بحران

(۵) شناسایی محورهای اطلاعاتی مرتبط با شرایط بحرانی در رسانه‌های معاند

(۶) رسانه ای کردن پرسش‌های تکرارپذیر افکار عمومی راجع به بحران طبیعی و ارائه پاسخ مطلوب

(۷) پاسخ به پرسش‌های مخاطره برانگیز عمومی راجع به مسئولیت‌های افراد و نهادها در موضوع مدیریت بحران

(۸) رصد، ارزیابی و پاسخ مناسب نسبت به محتوای تولید شده رسانه‌های دشمن نسبت به ابعاد متنوع بحران و ارائه تکنیک‌های دروغ پردازی



..... شمارو:

..... تاريخ:

..... بوست:

ماده ۴- نحوه و فرایند اجرا:

در چارچوب بند ۲ اقدامات ملی راهبرد کلان ۱۰ نقشه مهندسی فرهنگی کشور، قرارگاه رسانه‌ای کشور ذیل ستاد هماهنگی نقشه مهندسی فرهنگی کشور با محوریت سازمان صدا و سیما و با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت اطلاعات، سازمان تبلیغات اسلامی و مرکز فضای مجازی مسئولیت برنامه‌ریزی و هماهنگی و هدایت و نظارت بر فعالیت‌های رسانه‌ای کشور در این زمینه را بر عهده خواهند داشت.

تبصره: دستگاه‌های اجرایی و نهادهای عمومی کشور در چارچوب مفاد این مصوبه موظفند تصمیمات این قرارگاه را بدون ایجاد تعهد مازاد بر اعتبار و با استفاده از منابع مالی در اختیار رعایت نمایند.

ماده ۵- نظارت و ارزیابی:

ستاد هماهنگی نقشه مهندسی فرهنگی کشور، مسئولیت نظارت بر حسن اجرای این مصوبه را بر عهده دارد و سازمان صدا و سیما، گزارش اجرای این مصوبه را به صورت دوره‌ای به ستاد هماهنگی نقشه مهندسی فرهنگی کشور ارائه می‌نماید.

ماده ۶- این مصوبه در یک مقدمه و ۶ ماده و یک تبصره در جلسه ۸۳۳ مورخ ۱۳۹۹/۸/۲۷ شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید. منصوصات عالی ۸۳۳/۲

سید ابراہیم رئیس

رئیس جمهور و رئیس شورای عالی انقلاب فرهنگی

رونوشت به انضمام یک نسخه مصوبه، به:

دفتر مقام معظم رهبری (مدظله العالی)

دفتر رئیس جمهور

مجلس شورای اسلامی

شورای نگهبان قانون اساسی

قوله قضائيه

۳ اداره کل تدوین و تنقیح قوانین و مقررات نهاد ریاست جمهوری

دفتر بازرسی ویژه رئیس جمهور

وزارت دادگستری (برای درج در روزنامه رسمی کشور)

دفتر دبیر شورای عالی

دفتر امور شورای عالی و شورای معین

اداره کل حقوقی و تدوین و تنقیح مقررات

دیوان محاسبات کشور

معاونت حقوقی ریاست جمهوری

و معاونت امور مجلس ریاست جمهوری، ابلاغ می شود

دیرخانہ مرکزی ریاست جمہوری

شماره: ۸۱۴۳۰

تاریخ : ۱۴۰۰/۰۸/۰۱

ساعت: ۱۲:۴۹

www.sccr.ir

نشانی: خیابان طالقانی، بعد از تقاطع ولیعصر (عج)، پلاک ۴۳۶، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، تلفن: ۶۶۱۰۶۶۱۷ و ۶۶۱۷۶۶۶