نیره ساری

پرونده

سواد رسانه‌ای و دفاع مقدس ۱۲ روزه

مردم چگونه در جنگ تحمیلی ۱۲ روزه خط مقدم جنگ رسانه‌ای را حفظ کردند؟!

شکست دشمن مقابل بلوغ رسانه‌ای مردم ایران

در شرایطی که جهان درگیر پیچیده‌ترین اشکال جنگ‌های نوین است، ایران طی جنگ تحمیلی ۱۲ روزه اخیر نشان داد قدرت یک ملت، فقط در تجهیزات نظامی یا موشک‌های نقطه‌زن نیست، بلکه در بصیرت، همبستگی و سواد رسانه‌ای عمومی مردمش نهفته است؛ جنگی که شاید در ظاهر کوتاه بود، اما از حیث عمق شناختی و فشارهای روانی و رسانه‌ای با هیچ نبردی قابل مقایسه نیست. رفتار مردم در این مدت، بسیار تحسین‌برانگیز بود آن‌چنان‌که تحلیلگران داخلی و خارجی و حتی برخی مخالفان نیز نتوانستند از اشاره به آن چشم‌پوشی کنند. مردم نه تنها صحنه را خالی نکردند، بلکه خود به رسانه تبدیل شدند. آنها روایتگر، تحلیلگر، جبهه‌ساز و حتی پاسدار امنیت روانی جامعه بودند و این اتفاق، یکی از ارزشمندترین دستاوردهای جنگ ۱۲ روزه است.

■ جنگ شناختی؛ نبردی بی‌صدا اما ویرانگر

این جنگ، پیش از آغاز فیزیکی، مدت‌ها در فضای شناختی و رسانه‌ای آغاز شده بود. دشمن با تمرکز بر مشکلات اقتصادی، تحریک برخی اعتراضات صنفی و موج‌سازی از طریق رسانه‌های فرامرزی تلاش داشت افکار عمومی را نسبت به حاکمیت بی‌اعتماد و جامعه را دچار انفعال، خشم و در نهایت فروپاشی روانی کند اما اتفاقی که رخ داد، خلاف انتظار آنان بود. مردم با تجربه‌ای که از حوادث گذشته و درک دقیق‌تری که از «جنگ روایت‌ها» پیدا کرده بودند، این بار منفعل باقی نماندند. در فضای مجازی، موجی از روایتگری اصیل، هوشمند و هدفمند شکل گرفت.

■ از مخاطب به راوی؛ نقطه عطف بلوغ رسانه‌ای مردم

یکی از مهم‌ترین پیامدهای جنگ تحمیلی ۱۲ روزه، تبدیل مردم از مصرف‌کننده منفعل اطلاعات به تولیدکننده فعال محتوا بود. آنان فهمیدند اگر روایت اول را خودشان نگویند، روایت‌های دوم و سوم از آنِ دشمن خواهد بود. این تغییر، فقط یک تحول رسانه‌ای نبود، بلکه نوعی بلوغ فکری و بصیرتی در سطح عمومی جامعه بود که باید آن را قدر دانست و حفظ کرد. افرادی که تا پیش از این صرفاً مخاطب اخبار بودند، حالا خودشان روایتگر صحنه‌ها شدند. فیلم‌های لحظه‌ای، تحلیل‌های مختصر، نقل قول‌های آگاهانه و حتی طنزهای هوشمندانه کاربران فضای مجازی، در کنار روایت‌های رسمی رسانه‌های داخلی توانست افکار عمومی را تثبیت کند.

■ نقش آموزش‌نیافته اما غریزی مردم در سواد رسانه‌ای

شاید مردم در دانشگاه‌ها کلاس سواد رسانه‌ای نگذرانده باشند اما در متن یک بحران واقعی، سواد رسانه‌ای را به صورت کاربردی و مؤثر نشان دادند. تمایز میان اطلاعات جعلی و واقعی، تشخیص اهداف پنهان رسانه‌های بیگانه و همراهی با صدای رسمی کشور، نشانه‌های مهمی از درک عمومی جامعه بود. این رفتار جمعی نشان داد سواد رسانه‌ای فقط یک مهارت فنی یا دانشگاهی نیست، بلکه می‌تواند به عنوان یک ظرفیت فرهنگی-اجتماعی عمومی در جامعه نهادینه شود به‌ویژه اگر نهادهایی مثل مساجد، مدارس، فرهنگسراها و رسانه‌های رسمی، آموزش آن را در قالب‌های ساده و بومی به مردم منتقل کنند.

■ مساجد، مدارس و رسانه ملی؛ پایگاه‌های ارتقای سواد رسانه‌ای

اگر مساجد، هر روز حتی پنج دقیقه به آموزش مهارت‌های رسانه‌ای بپردازند، اگر مدارس، جای درس کلیشه‌ای انشا، بچه‌ها را با روایت‌سازی آشنا کنند و اگر رسانه ملی ضمن استمرار روایتگری صادقانه، بخشی از آنتن خود را به تبیین تکنیک‌های رسانه‌ای دشمن اختصاص دهد، بدون شک ما در جنگ رسانه‌ای آینده، بسیار آماده‌تر خواهیم بود. نکته مهم اینجاست که سواد رسانه‌ای نباید فقط یک مبحث نخبگانی باشد، بلکه باید تبدیل به یک جنبش عمومی شود.

■ جنگ شناختی را مردم بردند

جنگ ۱۲ روزه، فقط یک حادثه نظامی نبود، بلکه صحنه‌ای بی‌سابقه از بلوغ اجتماعی، فرهنگی و رسانه‌ای مردم ایران بود. همان‌طور که در دفاع مقدس، جوانانی بی‌ادعا خاکریزها را حفظ کردند، این بار نیز مردم عادی، ولی آگاه از مرزهای ذهنی و روانی جامعه حفاظت کردند. اگر این دستاورد بزرگ به‌درستی ثبت، تحلیل و آموزش داده شود، می‌تواند به الگویی ماندگار برای مقابله با جنگ‌های آینده تبدیل شود؛ جنگی که دیگر در میدان مین نیست در میدان ذهن است و خط مقدم آن امروز در دست مردم است.

امیدعلی مسعودی، رئیس دانشکده فرهنگ و ارتباطات دانشگاه سوره:

نهضت سواد رسانه‌ای می‌تواند ما را از جنگ شناختی عبور دهد

در جهانی که رسانه‌ها دیگر صرفاً ابزار اطلاع‌رسانی نیستند، بلکه تبدیل به میدان‌های نبرد شناختی، روانی و هویتی شده‌اند، نقش نهادهای فرهنگی، خانواده‌ها و سیاستگذاران رسانه‌ای بیش از هر زمان دیگری حیاتی به نظر می‌رسد. تربیت فرزندان در عصر دیجیتال، تشخیص جریان‌های اصیل از انحرافی و حفظ اتحاد اجتماعی در برابر روایت‌های تفرقه‌افکنانه، دغدغه‌ای ملی است که اگر بی‌پاسخ بماند، نسل آینده را با بحران‌های عمیق فرهنگی و هویتی مواجه خواهد کرد. در همین راستا، گفت‌وگویی اختصاصی با دکتر امیدعلی مسعودی، رئیس دانشکده فرهنگ و ارتباطات، مدیر گروه ارتباطات اجتماعی و عضو هیئت علمی دانشگاه سوره داشتیم که در ادامه می‌خوانید:

در عصر دیجیتال که همه چیز با چند کلیک قابل دسترسی است، نقش تربیتی خانواده برای فرزندان چگونه باید تعریف شود؟

خانواده، همچنان نخستین و مهم‌ترین نهاد تربیتی در جامعه ماست حتی در عصر دیجیتال. در شرایطی که فضای مجازی با سرعت و وسعتی بی‌سابقه، ذهن و جان فرزندان ما را هدف گرفته است، خانواده باید نقش فعال، آگاهانه و مستمر در تربیت رسانه‌ای، اخلاقی و هویتی فرزندان ایفا کند. ما دیگر نمی‌توانیم با الگوهای تربیتی دهه ۶۰ یا ۷۰ وارد میدان شویم. پدر و مادر امروز، باید سواد رسانه‌ای، درک شناختی از جریان‌ها و مهارت‌های تحلیل محتوا داشته باشند. اگر چنین نباشد، فرزندان ما در برابر موج‌هایی چون جعل عمیق، تحریف مفاهیم، تفرقه‌افکنی و بازنویسی تاریخ بی‌دفاع می‌مانند.

بسیاری از خانواده‌ها می‌پرسند چطور می‌توان خط فکری‌های اصیل را از جریان‌های انحرافی در فضای مجازی تشخیص داد؟

این یکی از مهم‌ترین چالش‌های حال حاضر ماست. باید بپذیریم امروز نه فقط با شایعه و دروغ، بلکه با جنگ شناختی مواجهیم؛ جنگی که هدفش تغییر فهم مردم از واقعیت است. در گذشته، جنگ روانی بود؛ تلاش می‌کردند روحیه رزمندگان ما را تضعیف یا افکار عمومی را ناامید کنند، اما امروز، قبل از هر گلوله، حمله به ادراک مردم است. شناخت خط فکری‌های اصیل، نیازمند سواد رسانه‌ای است. باید بتوانیم تفاوت میان نقد و تخریب، اطلاعات صحیح و جعلی، دغدغه‌مندی و دشمنی را تشخیص دهیم. مثلاً اگر مطلبی دیدید که سعی دارد کلیت نظام را زیر سؤال ببرد، بدون اینکه راه‌حل دهد یا پیشنهاد اصلاحی داشته باشد، باید بدانید با یک عملیات تخریبی مواجهید. یا اگر فردی با ادبیات تحقیرآمیز، تلاش می‌کند باورهای دینی یا ملی را به سخره بگیرد، باید هشیار باشیم که هدف، تضعیف همبستگی ملی است.

به نظر شما نقش مساجد و روحانیون در این میان چیست؟

ما باید به مساجد برگردیم. آنجا هم محل عبادت است، هم پایگاه تربیتی و رسانه‌ای. در ایام دفاع مقدس، وقتی عملیات روانی دشمن از طریق رادیو و ابزارهای اطلاعاتی شکل می‌گرفت، مساجد و روحانیون بودند که روحیه را حفظ می‌کردند. امروز هم همین نقش را می‌توانند ایفا کنند. حتی فراتر از آن باید نهضت سواد رسانه‌ای از مساجد آغاز شود. مثلاً بین دو نماز، ائمه جماعت هر روز ۱۰دقیقه برای مردم از سواد رسانه‌ای، جنگ شناختی و تحلیل روایت‌ها صحبت کنند. این کار، اگر به صورت شبکه‌ای و برنامه‌ریزی‌شده انجام شود، در عرض دو ماه، یک نهضت ملی شکل می‌گیرد. امروز بقا و امنیت جامعه، وابسته به درک درست از روایت‌هاست.

با اشاره به حوادث اخیر و هجمه‌های رسانه‌ای، تحلیل شما از نوع تهدیدی که کشور با آن مواجه است چیست؟

آنچه در جنگ ۱۲روزه اخیر اتفاق افتاد، مصداق کامل جنگ شناختی بود. دشمن از مدت‌ها قبل، بستر ذهنی مردم را آماده می‌کرد، از اعتصابات کامیون‌داران تا اعتراض بازنشستگان، موضوع افزایش قیمت‌ها و نارضایتی عمومی. این فضا با عملیات فریب رسانه‌ای تکمیل شد. آنها وانمود کردند قصد مذاکره دارند، اما حمله را همزمان با ایام جشن غدیر و در زمانی که افکار عمومی انتظار آرامش داشتند، آغاز کردند. در گذشته، دشمن اول حمله، بعد عملیات روانی را آغاز می‌کرد. امروز اما با ساختار جدیدی مواجهیم: پیش‌زمینه ذهنی را تخریب می‌کنند، باور را از بین می‌برند، وحدت را می‌شکنند و بعد به کشور حمله می‌کنند. این یک تغییر پارادایم است که باید آن را جدی بگیریم.

در چنین شرایطی، چطور می‌توان اتحاد اجتماعی را تقویت کرد؟

اتحاد اجتماعی فقط با سخنرانی رسمی به دست نمی‌آید. باید مردم در میدان باشند. تجربه نشان داده است وقتی مردم در صحنه باشند، دشمن مأیوس می‌شود. اقدام حکیمانه مقام معظم رهبری در تعیین جانشین در روزهای ابتدایی جنگ ۱۲ روزه، همراه با حضور سراسری مردم در حمایت از نظام، بار دیگر وحدت ملی را به نمایش گذاشت. در این شرایط، باید بر نقش اینفلوئنسرها، هنرمندان، ورزشکاران و حتی معلمان و پزشکان تأکید کنیم. هر کس که دنبال کننده دارد، باید از این بستر برای ترویج همدلی، وطن‌دوستی و مقاومت فرهنگی استفاده کند. اتحاد اجتماعی وقتی معنا دارد که در خانواده‌ها نهادینه و از آنجا به جامعه منتقل شود.

شما از جنگ روایت‌ها گفتید. در این میدان، وظیفه رسانه‌های داخلی چیست؟

رسانه، ابزار اصلی پیروزی یا شکست در جنگ روایت‌هاست. باید بپذیریم که امروز، اگر بهترین روایت از ما نباشد، ماجرای روایت دوم هم به نفع ما نخواهد بود. در جنگ روایت‌ها ما باید بهترین روایت را بگوییم. عملکرد رسانه ملی در ۴۸ ساعت نخست جنگ اخیر، یک نقطه قوت تاریخی بود. آنها در لحظه اولیه بحران، اخبار را به صورت مدیریت‌شده، سریع و مسئولانه منتشر کردند و توانستند اعتبارسازی کنند.

کلاس‌ها و دوره‌های مختلف باید در حوزه سواد رسانه‌ای برگزار شود، مسئله ما فقط دانش نیست، بلکه نهضت است. ما نیازمند حرکت ملی در سطح خانواده‌ها، مساجد، مدارس، رسانه‌ها و نهادهای عمومی هستیم. سواد رسانه‌ای، مجموعه‌ای از شناخت‌هاست که به فرد کمک می‌کند بداند چه پیامی را دریافت کند، چگونه تحلیل کند، چطور منتقل کند و کدام روایت را معتبر بداند. ما نیازمند دوره‌های تخصصی در نهادهای حاکمیتی، شهرداری‌ها، سازمان‌های مردمی و حتی هیئت‌های مذهبی هستیم. دشمنی اسرائیل و امریکا با ملت ایران فقط در زمین جنگ نیست، در ذهن، روان و ادراک ماست. اگر این را نادیده بگیریم، ضربه می‌خوریم. باید برای مقابله با تهاجم ادراکی، آمادگی اجتماعی ایجاد کنیم. در پایان باید گفت دوران ساده‌لوحی رسانه‌ای به سر آمده است. همان‌طور که برای مقابله با حمله فیزیکی، آموزش نظامی می‌بینیم برای مقابله با تهاجم ادراکی و جنگ شناختی، نیازمند آموزش سواد رسانه‌ای، هوش شناختی و تحلیل جریان‌ها هستیم. اگر در هر خانه ایرانی، یک نفر تحلیلگر روایت‌ها باشد، دشمن هیچ‌گاه موفق نخواهد شد. ما یک وطن، یک ملت و یک تمدن هستیم و این سرمایه، قابل تکرار نیست.

محمدصادق افراسیابی، معاون بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای خبر داد

همراهی ۶ میلیون و ۱۵۲ هزار نوجوان و ۹ میلیون کودک در پویش «ایران برنده بازی»

محمدصادق افراسیابی، دکترای سیاستگذاری فرهنگی، پژوهشگر، مدرس سواد رسانه‌ای و عضو هیئت مدیره و معاون راهبردی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای در گفت‌وگویی با «جوان» می‌گوید: برای تولید محتوای مؤثر و انجام فعالیت‌های فرهنگی و برنامه‌ریزی باید به ذائقه گروه‌های مختلفی که در جامعه ایرانی زیست می‌کنند توجه کرد. بخشی از جامعه ما را کودکان شکل می‌دهند، در حوزه کودکان باید محتوایی تولید کرد که نشاط و عشق به وطن را به شکل توأمان در کودک تقویت و او را از نگرانی‌های حاکم بر جامعه دور کند. به گفته وی در حوزه نوجوانان نیز لازم است فرهنگ مقاومت و روحیه حماسه‌سازی و مسئولیت پذیری را در این قشر تقویت و او را برای حماسه‌سازی آماده کرد. در حوزه جوانان و بزرگسالان ضرورت دارد این نسل در جریان شرایط خاص حاکم بر جامعه و ضرورت ایفای نقش جدی برای اعتلای نام ایران اسلامی و تلاش برای حفظ میراث منتقل شده از نسل‌های قبلی به نسل امروز قرار بگیرند. به اعتقاد این مدرس سواد رسانه‌ای هر قشری از جامعه با هر تخصصی باید بداند اکنون دقیقاً چه نوع کمکی می‌تواند به کشورش کند تا تمام اعضای جامعه بتوانند به سهم خود اقداماتی برای تقویت مقاومت و همبستگی ملی (در شرایطی مثل شرایط مبهم امروز که آتش‌بسی شاید موقت یا شاید دائم برقرار شده) داشته باشند.

وی به صورت خاص در مورد بازی‌های رایانه‌ای می‌گوید: باید توجه کنیم بازی فقط سرگرمی نیست، بازی، می‌تواند بهانه‌ای برای با هم بودن باشد تا لحظه‌هایی پر از شور، امید و همدلی بسازد. بازی‌ها و قهرمانان دنیای مجازی می‌توانند با پرورش حس تخیل و خیال در جامعه مرهم زخم‌های نادیده روزهای سخت باشند.

وی خبر خوبی در این زمینه دارد و بیان می‌کند: بازی‌سازهای ایرانی با مشارکت بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای و سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور یک پویش ملی برای کودکان ایران‌زمین شکل داده‌اند تا به کم شدن تنش‌های روانی کودکان و نوجوانان ایرانی از طریق بازی‌های ایرانی کمک کنند. در این پویش که «همه بازی» نام دارد، بازی‌های مختلفی که ویژه کودکان هستند به شکل رایگان عرضه می‌شوند. با مشارکت تولیدکنندگان بازی، نمادهای میهنی و وطنی نظیر پرچم جمهوری اسلامی ایران در فضای مناسبی به بازی اضافه شده است. کودکان می‌توانند از این بازی‌ها در یک فضای سالم و امن استفاده کنند. علاوه بر این پویش دیگری به نام «ایران برنده بازی» ویژه نوجوانان طراحی شده است. این پویش هم با همکاری بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شبکه امید، مرکز تولیدات کودک و نوجوان سیما، مرکز بسیج سازمان صدا و سیما، برخی نهادها و دستگاه‌های دیگر با مشارکت بازی سازان حوزه مقاومت تهیه شده است. بازی‌های منتخب برای پویش «همه بازی»، بازی‌های آرامش بخش و دور از فضای استرس و اضطراب هستند تا بتوانند فضای امن و مناسبی را ایجاد و آرامش روان را به کودکان این سرزمین هدیه کنند. همچنین با توجه به اینکه در حال حاضر در فضای نه جنگ و نه صلح قرار داریم باید روحیه مقاومت را در افراد زنده نگه‌داریم که به این موضوع در پویش ایران برنده بازی توجه شده است. هویتی که برای این دو پویش در نظر گرفته شده با هم متفاوت است، یعنی در پویش کودکان فضای آرام و نشاط بخشی را دنبال و در پویش نوجوانان فرهنگ و روحیه مقاومت را در نسل نوجوانان نهادینه می‌کنیم.

افراسیابی در ادامه می‌افزاید: با توجه به اینکه پویش #همه_بازی برای کودکان و پویش #ایران_برنده_بازی برای نوجوانان علاقه‌مند به بازی‌های ویدئویی سالم و جذاب از آخرین روزهای جنگ ۱۲ روزه تحمیلی آغاز شده است، پدران، مادران و نوجوانان علاقه‌مند برای شرکت در این پویش می‌توانند به نشانی اینترنتی hamebaazi.ir مراجعه کنند و بازی‌های مناسب برای نوجوانان را دانلود و بازی‌های مناسب برای کودکان را از طریق مراجعه به فروشگاه‌های عرضه بازی‌های آنلاین به صورت کاملاً رایگان دریافت کنند. طبق گفته معاون راهبردی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، جامعه آماری مخاطبان پویش «ایران برنده بازی» شامل نوجوانان علاقه‌مند به بازی‌های مقاومت ۶ میلیون و ۱۵۲ هزار نفر است که ۵ میلیون و ۶۵۲ هزار نفر کاربران بازی‌های شرکت کننده در این پویش هستند و ۵۰۰هزار نفر هم اشخاصی هستند که از طریق فراخوان بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای از طریق مراجعه به تارنمای «همه بازی» در پویش مشارکت کردند. همچنین دامنه مخاطبان پویش «همه بازی» ویژه کودکان، ۹ میلیون نفر است. به اعتقاد معاون راهبردی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، بازی‌های رایانه‌ای از نقش و اهمیت ویژه‌ای به دلیل ایجاد حس همذات پنداری میان بازیکنان و شخصیت‌های بازی برخوردار هستند. وی تصریح می‌کند: دور از ذهن نیست اگر بگوییم بیشترین تأثیر عمیق را از جهت تأثیر بر افکار، کنش و رفتار جامعه، بازی‌های رایانه‌ای خصوصاً در ارتباط با نسل کودک و نوجوان دارند اما قطعاً سایر رسانه‌ها نظیر شبکه نمایش خانگی از جهت تأثیرگذاری سریال‌ها و در درجه بعد فیلم‌های سینمایی نیز مهم هستند. نمایش سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی که فرهنگ مقاومت را در جامعه افزایش می‌دهند بسیار مهم هستند. در همین ایام شاهد پخش برخی فیلم‌ها و سریال‌ها از شبکه‌های تلویزیونی بودیم اما من احساس می‌کنم متأسفانه هنوز تلویزیون از استفاده از ظرفیت شبکه نمایش خانگی غافل است. به عنوان مثال سریال «آمرلی» سال گذشته به عنوان محصول مشترک ایران و عراق از شبکه نمایش خانگی پخش شد اما این سریال هنوز به شبکه‌های تلویزیونی راه پیدا نکرده است یا سریال «آلپ ارسلان سلجوقی و رستاخیز سلجوقیان» اگر چه یک سریال ترکی در مورد قدرت ایران در دوره سلجوقیان است اما با کمی ممیزی می‌تواند به عنوان سریالی تاریخی با رویکرد افزایش فرهنگ مقاومت و روحیه حماسی در میان ملت ایران از شبکه‌های تلویزیونی پخش شود. حتی به نظرم سریال «صلاح‌الدین ایوبی» از این حیث که از منظر تاریخی دشمنی صهیونیست‌ها را با ملت‌های مسلمان در طول تاریخ اسلام به نمایش می‌گذارد، سریال مناسبی است و جای خالی پخش این سریال از شبکه‌های تلویزیونی احساس می‌شود. به نظرم سازمان صدا و سیما خوب است در شرایط امروز کشور از ظرفیت شبکه نمایش خانگی هم از حیث تولیدات و هم از حیث دوبله استفاده کند و خود را صرفاً محدود به تولیدات رسانه ملی نکند. افراسیابی درباره جنگ روایت‌ها نیز بیان می‌کند: قطعاً در این حوزه، خبرگزاری‌ها و رسانه‌های خبری کشور از جمله بخش‌های خبری شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و خبرگزاری‌ها و رسانه‌های دارای مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی نقش مهمی دارند. لازم است این رسانه‌ها هم در روایت اول و هم در مقابله با شایعات و خبرپراکنی‌های دروغ رسانه‌های صهیونیستی و برخی رسانه‌های امریکایی ایفای نقش کنند. علاوه بر این لازم است این رسانه‌ها نسبت به طراحی محتوای ویژه شبکه‌های اجتماعی رویکردی متفاوت داشته باشند و با تولید محتوای ویژه شبکه‌های اجتماعی بتوانند تأثیرگذاری لازم را برای تبیین دقیق و اثرگذار ماجرا داشته باشند. الان در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در ایجاد روایت فراگیر از موضوعات در افکار عمومی دارند، بنابراین باید حتماً در این حوزه و برنامه‌ریزی برای تبیین روایت‌ها در فضای مجازی برنامه‌ریزی دقیقی داشت.