بسمه‌تعالی

لیست مسائل و نیازهای حوزه نرم در شرایط بحران و جنگ

**مسئله 1. ضعف در فناوری‌های خلق تا بازخوردگیری از روایت در شرایط بحران (شناسایی، تولید، توزیع و بازخوردگیری از روایت)**

**الف. فقدان ابزارهای بومی‌شده برای خلق روایت با کمک هوش مصنوعی (شروع روایت‌سازی)**

خلق روایت مؤثر در بحران نیازمند ابزارهای تولید متن، تصویر و ویدیو بر پایه هوش مصنوعی است. نبود نمونه‌های بومی و امن از این فناوری‌ها باعث شده امکان تولید سریع، خلاقانه و متناسب با بحران از بین برود؛ به‌ویژه در زمان‌هایی که دسترسی به پلتفرم‌های خارجی محدود است.

**ب. ضعف در شناسایی و بهره‌برداری از محتوای روایت‌پذیر (شناسایی محتوای روایت‌پذیر)**

خلق روایت در بحران نیازمند دسترسی سریع و هدفمند به منابع محتوایی همچون خاطرات جنگ، احادیث، داستان‌های ملی و منطقه‌ای، و تاریخ شفاهی است. مشکل اصلی، نبود ابزارهایی همچون سامانه‌های هوش مصنوعی، موتورهای جستجوی معنایی، و تحلیل روایت‌پذیری است که بتوانند این منابع را از مخازن موجود شناسایی، دسته‌بندی و متناسب‌سازی کنند. در نتیجه، تولید روایت همچنان وابسته به تلاش فردی، دستی و غیراستاندارد باقی مانده و از ظرفیت‌های بالقوه‌ی فرهنگی کشور بهره کافی نمی‌برد.

**ج. نبود الگوهای استاندارد بومی برای روایت‌پردازی در بحران (استانداردسازی روایت‌ها)**

یکی از موانع اثرگذاری روایت‌ها، نبود چارچوب‌های بومی و قابل آموزش در روایت‌پردازی است؛ مانند ساختار روایی چندپرده‌ای، قهرمان‌سازی، گره‌افکنی، و لحن مخاطب‌پسند. این الگوها اگرچه در جهان شناخته‌شده‌اند، اما نسخه بومی‌سازی‌شده و آموزشی آن‌ها برای بحران‌های فرهنگی و اجتماعی کشور تولید نشده است.

**د. ضعف در میکرو‌رسانه‌های تخصصی و اقشارمحور (توزیع روایت)**

در شرایط بحرانی، مخاطبان به دنبال رسانه‌هایی هستند که با زبان و دغدغه‌های خاص آن‌ها سخن بگویند. با این حال، تعداد کمی از میکرورسانه‌های تخصصی فراگیر و تأثیرگذار برای گروه‌هایی مانند نوجوانان، مادران، اقشار آسیب‌پذیر و نیروهای جهادی وجود دارد که بتوانند روایت‌های مؤثر را در سطح وسیع و قابل اعتماد منتشر کنند. این خلأ موجب می‌شود روایت‌ها یا به مخاطب نرسند یا با او ارتباط مؤثر برقرار نکنند.

**ه. نبود چرخه بازخورد-اصلاح در روایت‌های منتشرشده**

روایت مؤثر نیاز به تعامل دارد؛ باید دید مردم چه چیزی را باور می‌کنند، چه چیزی را بازنشر می‌دهند و چه بخشی از روایت را پس می‌زنند. در حال حاضر هیچ سازوکار موثری برای دریافت بازخورد و اصلاح روایت‌ها بر اساس واکنش مخاطب وجود ندارد.

**و. ضعف در بهره‌برداری از کانال‌های نوین توزیع روایت**

تولید روایت بدون استفاده از رسانه‌های جذاب امروزی مانند ویدیوهای کوتاه (Shorts)، پادکست‌های داستانی، بازی‌های ساده روایت‌محور یا اپلیکیشن‌های تعاملی، ناکارآمد است. این ظرفیت‌ها در نظام روایت‌پردازی کشور یا دیده نشده‌اند یا به‌صورت جزیره‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرند.

**2. مساله تاب آوری و مدیریت فضای روانی با تمرکز بر استرس و اضطراب (شناخت بحران روانی، ابزارهای مواجهه فوری، حمایت اجتماعی، آرام‌سازی ذهنی، بازیابی ارتباطی و تاب‌آوری بلندمدت)**

**الف. فقدان ابزارهای شناخت سریع و مداوم وضعیت روانی جامعه در بحران**

مدیریت مؤثر روان جامعه مستلزم شناخت فوری از وضعیت احساسی، اضطرابی و استیصال گروه‌های مختلف (کودکان، نوجوانان، مادران، سالمندان) است. اما زیرساخت‌هایی برای افکارسنجی لحظه‌ای، پایش احساسات شبکه‌های اجتماعی و ارزیابی وضعیت روانی شهروندان به‌صورت داده‌محور با تحلیل هیجانات بر اساس سن، منطقه و جنسیت وجود ندارد. سامانه‌هایی مشابه آنچه در اپیدمی کرونا مانند ۴۰۳۰ تجربه شد، در سطح گسترده و پیشرفته‌تر توسعه نیافته‌اند.

**ب. ضعف در ارائه خدمات روان‌یار فوری و تخصصی برای اقشار حساس**

در زمان بحران، گروه‌هایی مانند نوجوانان، مادران دارای کودک، سالمندان تنها، و بیماران زمینه‌ای نیازمند پشتیبانی روانی سریع و قابل فهم هستند. اما سامانه‌های تلفنی، چت‌بات‌های حمایتی، یا دستیارهای دیجیتال تعاملی (مانند دستیار هوش مصنوعی مشاور) هنوز توسعه نیافته‌اند. این خلأ موجب می‌شود اضطراب به فرسودگی روانی و حتی آسیب‌های اجتماعی تبدیل شود.

**ج. نبود جایگزین‌های فرهنگی و سرگرمی‌محور برای کاهش تنش و پر کردن اوقات فراغت**

شرایط بحران اغلب با بی‌نظمی، قطع ارتباطات، و محدودیت در فعالیت‌های عادی همراه است. در چنین شرایطی، نبود بازی‌ها، داستان‌ها، فیلم‌ها و بسته‌های سرگرمی آموزشی ویژه بحران (به‌ویژه برای کودکان و نوجوانان) باعث تشدید احساس سردرگمی و ناامنی روانی می‌شود. محتوای سرگرمی مقاومتی باید با هدف «آرام‌سازی و آگاه‌سازی همراه با آموزش» طراحی شود. این تولیدات می‌تواند شامل تولید مجموعه بازی‌های رومیزی، قصه‌گویی، کاردستی و پازل با محوریت «زندگی در بحران» با توزیع فیزیکی (کمک بهNGOها و پویش‌ها)، توسعه اپلیکیشن‌هایی با انیمیشن‌های ساده، تمرین‌های ذهن‌آگاهی برای کودک، بازی‌های بدون اتصال اینترنت، و مأموریت‌های خانوادگی سرگرم‌کننده و جعبه‌های سرگرمی قابل حمل با عنوان «کیف نشاط بحران» حاوی سرگرمی، آموزش و دستورالعمل‌های آرام‌سازی برای مناطق آسیب‌دیده باشد.

**د. فقدان محتوای آموزشی عملیاتی برای والدگری و روابط انسانی در بحران**

بحران نه‌تنها کودک، بلکه والد را نیز دچار اختلال روانی می‌کند. اما آموزش‌های لازم درباره مدیریت هیجانات کودک، گفت‌وگوی روان‌افزا، یا تصمیم‌گیری آرام در شرایط آوارگی، جنگ، یا قطع ارتباطات، در دسترس خانواده‌ها نیست. نبود محتوای چندرسانه‌ای برای والدین و مربیان یکی از عوامل تخریب پیوندهای خانوادگی در بحران است.

**هـ. ضعف در تولید ابزارهای تعامل اجتماعی ایمن و تسکین‌دهنده**

در بحران‌ها، افراد دچار گسست ارتباطی و احساس تنهایی می‌شوند. نبود اپلیکیشن‌ها یا پلتفرم‌هایی که ارتباط انسانی سالم، همدلی دیجیتال، و گفت‌وگوی روان‌افزا را ترویج دهند، موجب می‌شود ترس و ناامنی جمعی تشدید شود. حتی گفت‌وگوهای گروهی ساده در بسترهای امن و کنترل‌شده، می‌توانند نقش مهمی در بازسازی روانی داشته باشند.

**و. نبود سیاست‌های پایدار برای تقویت تاب‌آوری روانی بلندمدت جامعه**

مدیریت روانی بحران نباید صرفاً موقت یا واکنشی باشد. در حال حاضر، برنامه‌ای برای آموزش عمومی مهارت‌های تاب‌آوری، خودتنظیمی هیجانی، و همیاری روانی در سطح مدارس، خانواده‌ها، و نهادهای اجتماعی طراحی نشده است. این خلأ موجب می‌شود جامعه در برابر بحران‌های مکرر، فرسوده و آسیب‌پذیر باقی بماند. فعالیت‌هایی همچون طراحی «پادکست‌های تاب‌آوری» شامل مصاحبه با افراد دارای تجربه بحران، با راهبردهای حفظ آرامش و امید اجتماعی می‌تواند به حل این مسئله کمک نماید.

**3. مساله آموزش و توانمندسازی مخاطبین در حوزه بحران و جنگ**

**الف. نبود مهارت‌های پایه بقا در بحران**

در بسیاری از مناطق، مردم حتی نمی‌دانند هنگام شنیدن آژیر چه کنند، یا در صورت فقدان دارو، آب یا برق، چگونه خود را برای چند روز مدیریت کنند. آموزش‌هایی مثل کمک‌های اولیه، روش‌های ساده حفاظت از جان در بمباران، یا مدیریت پانیک دسته‌جمعی، محدود به گروه‌های خاص (مثلاً نیروهای امدادی) است. در حالی‌که اگر این دانش به زبان ساده و در قالب‌های ملموس در اختیار عموم قرار گیرد – مثلاً در قالب فیلم‌های آموزشی کوتاه، تمرین‌های خانوادگی یا بسته‌های تصویری – می‌توان انتظار داشت واکنش عمومی جامعه در زمان بحران عقلانی‌تر، سریع‌تر و کم‌خطرتر باشد.

**ب. ضعف در شناخت عمومی از تهدیدات امنیتی، سایبری و روانی**

در دوران جنگ ترکیبی، تهدید فقط از آسمان نمی‌آید؛ بلکه ممکن است از طریق پیام‌های جعلی در شبکه‌های اجتماعی، نفوذ در ذهن نوجوانان، یا شایعات محلی وارد شود. متأسفانه بیشتر مردم در این حوزه نه‌تنها بی‌اطلاع‌اند، بلکه ابزار تشخیص اطلاعات درست از نادرست را هم ندارند. آموزش‌های عمومی درباره امنیت روانی، شناسایی عملیات روانی دشمن، حفاظت از اطلاعات شخصی و ارتباطات امن، اگر به‌درستی ارائه شود، می‌تواند از بسیاری از خسارت‌های غیرمستقیم جلوگیری کند.

**ج. ضعف در آموزش رفتار حین بحران**

وقتی بحران فرا می‌رسد، والدگری به یکی از سخت‌ترین وظایف تبدیل می‌شود. در شرایطی که خانه‌ای در کار نیست، مدرسه‌ای وجود ندارد، و فرزند با ترس و بی‌ثباتی زندگی می‌کند، رفتارهای ساده والدین می‌تواند عمیقاً اثرگذار یا آسیب‌زننده باشد. آموزش‌هایی مثل چگونه درباره جنگ با کودک صحبت کنیم، چگونه اضطراب کودک را بدون دروغ مدیریت کنیم، و چگونه امید را منتقل کنیم، هنوز به بخشی از سواد عمومی تبدیل نشده‌اند. اما اگر در قالب‌هایی مثل داستان‌کوتاه، انیمیشن، تمرین‌های خانوادگی یا تجربه‌های دیگران منتقل شوند، می‌توانند در دل بحران آرامش‌ساز باشند.

**د. ضعف در آموزش برای نقش‌آفرینی در زمان بحران**

جوانان معمولاً یا منفعل می‌مانند یا دچار کنش‌گری هیجانی و گاه مضر می‌شوند. اگر به آن‌ها آموزش داده شود که چگونه در شرایط بحران مفید باشند – چه در قالب کمک به دیگران، چه تولید محتوا، چه خدمت در مناطق امن – می‌توان از انرژی و هیجان این گروه به‌صورت هدفمند استفاده کرد. این آموزش‌ها نباید دستوری و فرمایشی باشند، بلکه باید بر اساس گفت‌وگو، روایت، تجربه هم‌سالان، و ساختن حس افتخار فردی طراحی شوند.

**هـ. نبود مهارت زیستن در فضای بحران**

افراد برای زنده ماندن در بحران فقط به پتو و کنسرو نیاز ندارند، بلکه به مهارت‌هایی مانند تصمیم‌گیری در شرایط نامطمئن، تحمل بی‌برنامگی، کنار آمدن با فقدان‌ها، و حفظ روحیه نیاز دارند. این مهارت‌ها اگرچه در هیچ کتاب درسی نیستند، اما می‌توان آن‌ها را از طریق تمرین، گفتگو، و آشنایی با تجربه‌های مشابه آموخت. اگر افراد پیش از بحران با چنین سناریوهایی آشنا شده باشند، در زمان واقعی با ترس و استیصال کمتری روبرو خواهند شد.

**و. نبود الگوهای آموزشی فراگیر، قابل‌دسترس و محلی‌سازی‌شده**

در شرایط فعلی، بیشتر آموزش‌ها به‌صورت متمرکز، ناپیوسته و ناهماهنگ انجام می‌شود؛ مخاطب‌محور نیست، شرایط اقلیمی یا فرهنگی را در نظر نمی‌گیرد، و زبان و رسانه مناسب هر گروه سنی را نمی‌شناسد. برای اثرگذاری واقعی، باید آموزش‌ها متناسب با منطقه، سطح سواد، و ابزار در دسترس هر گروه طراحی شوند. مثلاً آموزش‌های مخصوص مناطق روستایی با دسترسی محدود به اینترنت باید از طریق بلندگو، بروشور، و ارتباط چهره‌به‌چهره انجام شود، در حالی‌که برای نوجوانان شهری، قالب‌های دیجیتال، بازی‌محور و شبکه‌ای کارایی بیشتری دارد.

**4. مساله شناخت برخط از وضعیت میدان کنشگری**

**الف. فقدان رصد لحظه‌ای افکار عمومی**

در میانه بحران، سرعت تغییر احساسات، نگرانی‌ها و ادراک مردم بسیار بالاست. یک شایعه یا تصویر می‌تواند در چند ساعت فضای ذهنی یک منطقه یا قشر را دگرگون کند. اما ابزارهایی برای دریافت داده‌های معتبر از لایه‌های مختلف جامعه – مثل نظرسنجی‌های سریع، تحلیل احساسات شبکه‌های اجتماعی، یا رصد پیام‌های مردمی – یا وجود ندارد، یا محدود به مراکز خاصی است که به‌دلیل ملاحظات امنیتی یا فنی، اطلاعات را با تأخیر یا به‌صورت خام ارائه می‌کنند. به همین دلیل، واکنش‌های نهادهای رسمی گاهی با فضای واقعی جامعه فاصله دارد، و این فاصله خود، بحران دوم‌تری می‌سازد. ایجاد زیرساخت‌های افکارسنجی برخط در لایه‌های مختلف اجتماعی مانند محصولات مجموعه‌هایی مانند هشتگ و لایف وب که به‌صورت عمومی وضعیت افکار عمومی را مشخص می‌کنند، می‌تواند یکی از راه حل‌ها باشد.

**ب. نبود بانک زنده کنشگران فرهنگی و رسانه‌ای**

در بحران، افراد، گروه‌ها و مجموعه‌هایی هستند که داوطلبانه یا سازمان‌یافته، در تولید محتوا، خدمات رسانه‌ای، روایت‌سازی یا کمک به افکار عمومی نقش ایفا می‌کنند. اما معمولاً شناسایی این کنشگران، ارتباط‌گیری با آن‌ها، و توزیع مأموریت یا منابع به آن‌ها به‌صورت غیررسمی، موردی و گسسته انجام می‌شود. در نتیجه، ظرفیت‌های ارزشمند بومی، مردمی و داوطلبانه یا شناسایی نمی‌شوند، یا دوباره‌کاری و بی‌اثر می‌شوند.

**ج. فقدان زیرساخت به‌هم‌رسانی نیاز و توان**

بسیاری از بحران‌ها در سطح فرهنگی یا رسانه‌ای قابل کنترل‌اند، اما بین نیازهایی که از میدان می‌رسند (مثلاً نیاز به محتوای خاص در یک منطقه) و گروه‌هایی که توان تولید دارند، پل ارتباطی وجود ندارد. اگر سازوکاری ایجاد شود که کنشگران بتوانند به‌صورت داوطلبانه یا رسمی به این نیازها پاسخ دهند، هم ظرفیت اقدام افزایش می‌یابد و هم از موازی‌کاری و اتلاف انرژی جلوگیری می‌شود. ایجاد پلتفرم‌های به‌هم‌رسانی کنشگران و بازیگران حوزه‌های نرم مانند پلتفرم هم آپ می‌تواند یکی از راه حل‌ها باشد.

**د. شکاف میان داده خام و تحلیل قابل‌استفاده**

حتی وقتی داده‌هایی در سطح کلان یا منطقه‌ای تولید می‌شود – مثلاً از سوی مراکز پایش یا سامانه‌های داده‌کاوی – معمولاً این اطلاعات خام باقی می‌مانند. در حالی‌که آنچه برای تصمیم‌گیری لازم است، تحلیل‌های قابل فهم و کاربردی برای مسئولان اجرایی، مدیران فرهنگی و نیروهای میدانی است. حلقه ترجمه داده به تصمیم در اغلب مواقع از کار افتاده یا بسیار کند است.

**5. مساله عمومی سازی نبرد با رژیم در لایه های مختلف اجتماعی**

**الف. غفلت از ظرفیت جهانی‌سازی صدای مردم در بحران**

بحران‌ها فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای رساندن صدای یک ملت به جهانیان فراهم می‌کنند. نگاه دنیا به کشوری که درگیر جنگ یا بحران است، باز می‌شود و اگر صدای مردم آن کشور از دل خودشان، با زبان زندگی، توسط نسل جدید، فعالان فرهنگی یا مهاجران جوان منتشر شود، می‌تواند روایتی تازه و انسانی از آن ملت ارائه دهد. با این حال، زیرساختی برای بهره‌برداری مردم‌محور از این فرصت وجود ندارد؛ نه در سطح ابزار، نه در سطح آموزش، و نه در زمینه شبکه‌سازی فراملی. شکل‌دهی زیرساخت‌ها و شبکه‌های لازم برای ارتباطات بین‌المللی و شکل‌دهی خیزش‌های اجتماعی در خارج از مرزها مانند ایده نوجوانان بدون مرز و یا بلاگرهای مقاومت می‌تواند به این موضوع کمک کند.

**ب. نبود الگوهای محله‌محور برای مقاوم‌سازی خدمات پایه**

بسیاری از خدماتی که اکنون در سطح ملی یا متمرکز ارائه می‌شوند – مانند تهیه غذا، تأمین انرژی، مراقبت سلامت یا آموزش – می‌توانند در وضعیت بحران به صورت غیرمتمرکز، محله‌ای یا حتی خانوادگی سازماندهی شوند (همچون بیمارستان خانگی). اما به‌جای آن‌که این ظرفیت‌سازی از قبل آموزش داده شود و الزامات آن فراهم گردد، همچنان نگاه رسمی بر تمرکزگرایی استوار مانده است. در حالی‌که اگر آموزش، ابزار و انگیزه فراهم باشد، محله‌ها می‌توانند در شرایط بحران نه‌تنها خودکفا باشند (محله‌های مقاوم)، بلکه به دیگران نیز یاری برسانند. در این خصوص نه تنها الگوها و مصادیق مرتبط استخراج نشده است بلکه حتی ادبیات موضوعی نیز تولید نشده است.

**ج. نبود شبکه‌های فرهنگی فرامرزی برای روایت مقاومت**

نسل جدید مهاجران ایرانی در کشورهای مختلف، توانایی‌های کم‌نظیری در روایت‌سازی، تولید محتوا و تعامل اجتماعی دارند. این ظرفیت، اگر به صورت هدفمند و داوطلبانه در قالب شبکه‌هایی شکل بگیرد که روایت مقاومت را به زبان مردم کشور میزبان منتقل کند، می‌تواند اثرگذارتر از بسیاری از پیام‌های رسمی باشد. تاکنون این شبکه‌ها یا شکل نگرفته‌اند یا بسیار پراکنده‌اند و پشتیبانی سازمان‌یافته‌ای از آن‌ها صورت نمی‌گیرد.

**د. فاصله روایت‌های مقاومت با زندگی روزمره مردم**

یکی از دلایل سردی عمومی نسبت به گفتمان مقاومت آن است که این گفتمان به‌ندرت به زبان زندگی مردم تبدیل می‌شود. اگر مقاومت در سطح کوچه، خانه، مدرسه و بازار معنا پیدا نکند، صرفاً به یک شعار رسمی تبدیل می‌شود. باید زمینه‌هایی فراهم شود که روایت مقاومت از دل زندگی، روابط، زیبایی‌ها، خدمات و رفتارهای روزمره مردم شکل بگیرد. این کار نیازمند طراحی‌های خلاقانه و پیوسته، نه برنامه‌های مناسبتی یا مقطعی است.

**هـ. غیبت سازوکار برای تبدیل مردم به کنش‌گران روایت**

مردم نه‌تنها مخاطب روایت‌اند، بلکه می‌توانند خالق و بازآفرین روایت باشند؛ اگر که ابزار و بستر آن برایشان فراهم شود. وقتی مردم بتوانند تجربه‌شان از جنگ، مهاجرت، امید یا کمک‌رسانی را به زبان خود بازگو کنند – با فیلم موبایلی، پادکست، شعر، نقاشی، یا حتی گفتگوهای خانوادگی – روایت از حالت رسمی و تحمیلی خارج شده و به چیزی زنده، چندلایه و باورپذیر بدل می‌شود. اما این امکان تاکنون ساختارمند نشده و اغلب کنش‌های مردمی، پراکنده و بی‌اثر باقی می‌ماند.

**و. کم‌توجهی به ظرفیت‌های نوجوانان در نقش‌آفرینی اجتماعی**

نوجوانان در بسیاری از بحران‌ها ظرفیت بالایی برای یادگیری، سازماندهی خودجوش، روایت‌سازی و حرکت دارند، اما نگاه رایج به آن‌ها یا کنترل‌گرایانه است یا نادیده‌گیرنده. اگر فضاهایی برای مشارکت معنادار نوجوانان در روایت، کمک‌رسانی، و سازمان‌دهی اجتماعی فراهم شود – متناسب با دغدغه‌ها، زبان و نیازهای این نسل – می‌توان از این گروه به‌عنوان یکی از پیشران‌های مقاومت نرم بهره برد. طراحی پویش‌ها و بسترهایی برای دعوت فعالانه نوجوانان به روایت‌سازی، رسانه‌سازی و کنش اجتماعی مانند طرح جت نوجوانان، بخشی از این فرآیند است که نیازمند حمایت، تسهیل‌گری و مدل‌سازی است.

**6. چالش تامین منابع مالی برای خلق فناوری های نرم رسانه ای و ... در شرایط بحران**

**الف. نبود الگوهای مشارکت مالی ساده و مردمی**

در شرایط بحران، بسیاری از مردم – از خانواده‌های عادی گرفته تا فعالان فرهنگی – تمایل دارند که حتی با مبالغ اندک در تولید روایت، آموزش یا ابزارهای روان‌یار سهیم شوند. برای مثال، مادری که محتوای یک داستان صوتی برای کودکان جنگ‌زده را شنیده و احساس مفید بودن آن را دارد، ممکن است بخواهد هزینه تولید یک اپیزود دیگر را تأمین کند. اما نه می‌داند چطور باید این کار را انجام دهد، نه مسیری امن، آسان و شفاف برای این مشارکت وجود دارد. در حال حاضر، بسترهای جذب منابع مالی فرهنگی بیشتر در فضای سنتی یا دولتی جریان دارند و امکان درگیر شدن احساسی مردم در پروژه‌های فرهنگی فراهم نیست.

**ب. ضعف در طراحی سازوکارهای جمع‌سپاری مالی**

در سطح حرفه‌ای‌تر، گروه‌های مستقل فرهنگی یا تیم‌های خلاق که در بحران ایده‌هایی برای تولید ابزار روایت‌محور، سامانه آموزش والدگری، یا بسته‌های روان‌یار دیجیتال دارند، راهی برای تأمین مالی از جامعه ندارند. نه پلتفرم بومی و معتبر برای جمع‌سپاری پروژه‌های فرهنگی وجود دارد، نه مدل حقوقی مشخصی برای جذب و هزینه‌کرد مشارکت عمومی. حتی اگر چنین تیمی ایده‌ای قابل دفاع و جامعه‌ای مشتاق داشته باشد، نبود بستر قانونی، پرداخت امن، و ساختار شفاف اجرا، مانع جذب منابع مردمی می‌شود. در حالی‌که در بسیاری از کشورها، پروژه‌های فرهنگی در بسترهایی دقیقاً برای این کار شکل می‌گیرند.

**ج. نبود الگوهای ترکیبی پویش-محور برای جذب منابع مالی به‌سوی فناوری‌های نرم**

در شرایط بحران، پویش‌های مردمی گسترده‌ای در حوزه کمک‌رسانی شکل می‌گیرند، اما کمتر پیش می‌آید که این انرژی اجتماعی به سمت تولید محتوای فرهنگی، آموزش عمومی یا فناوری نرم هدایت شود. در واقع، بین پویش‌های احساسی و کانال‌های مالی فرهنگی شکاف وجود دارد. اگر طراحی پویش‌ها به‌گونه‌ای باشد که به‌صورت طبیعی، فرصت تأمین مالی پروژه‌های نرم در آن دیده شود – مثلاً بخشی از کمک‌ها صرف ساخت ابزارهای بومی روایت‌پردازی، بازی‌های تعاملی، یا سامانه‌های آموزش بحران شود – می‌توان از انرژی مردمی، به‌صورت هدفمند در زیرساخت‌های نرم بهره گرفت. در حال حاضر، هیچ مدل یا سازوکاری برای چنین اتصال ترکیبی وجود ندارد (طراحی پویش‌هایی مانند پویش ایران همدل).

**د. کمبود منابع برای حمایت سریع از پروژه‌های نرم کوچک و پراکنده**

در بحران، بسیاری از ایده‌ها و کنش‌ها در مقیاس‌های کوچک شکل می‌گیرند؛ مثلاً یک گروه محلی شروع به ساخت محتوای ساده آموزشی یا روان‌یار برای نوجوانان می‌کند. اما دسترسی این گروه‌ها به منابع رسمی ممکن نیست، و اغلب پیش از دیده شدن، فرسوده می‌شوند. اگر صندوق‌هایی برای حمایت فوری، کم‌مبلغ، و بدون پیچیدگی اداری از این نوع اقدامات وجود داشته باشد، می‌توان بخش زیادی از پویایی فرهنگی در بحران را زنده نگه داشت.

**هـ. نبود مشوق‌های غیرمستقیم برای جذب منابع غیردولتی**

همه منابع مالی لزوماً نباید از مردم عادی تأمین شود. بسیاری از فعالان اقتصادی، کسب‌وکارها یا نهادهای وابسته حاضرند در بحران مشارکت کنند، اما برای این کار نیاز به انگیزه دارند: دیده شدن، احساس اثرگذاری، یا حتی مشوق‌های رسمی. نبود چارچوب‌های شفاف برای ارائه مشوق‌های ساده و غیرمادی (مثلاً فرصت دیده‌شدن، ارتباط با پروژه‌های مؤثر، یا مشوق‌های مالیاتی کوچک) باعث شده ظرفیت حمایت غیردولتی از فناوری‌های نرم، بالفعل نشود.

**7. مساله فقدان زیرساخت عقلانیت جهت ارائه برخط یا آینده پژوهانه راهکارهای سیاستی و اقدامات کلیدی**

**الف. تصمیم‌گیری بدون داده و شناخت میدانی**

در بسیاری از بحران‌ها، تصمیم‌های فرهنگی بدون داده‌، شهودی و بالادستی اتخاذ می‌شوند. اما واقعیت میدان، احساسات مردم، کیفیت روایت‌ها یا اثرگذاری اقدامات را می‌توان با ابزارهایی مانند تحلیل شبکه‌های اجتماعی، شنیدن روایت‌های محلی، یا پایش روایت‌های پرانتشار درک کرد. در این میان، بسیاری از کنشگران، پژوهشگران و حتی گروه‌های داوطلب می‌توانند به تولید داده و تحلیل محلی کمک کنند؛ اگر از آن‌ها خواسته شود یا برایشان سازوکار مشارکت فراهم شود. در واقع چگونه می‌توان فرایند جمع‌آوری و تحلیل داده‌های فرهنگی را مردمی کرد؟ چه ابزارهای ساده‌ای می‌توان طراحی کرد؟

**ب. شکاف بین تصمیم‌سازان و کنشگران میدان**

نهادهای تصمیم‌گیر فرهنگی، اغلب در تماس مستقیم با فعالان محلی، روایت‌سازان مستقل یا شبکه‌های داوطلب نیستند. نتیجه آن می‌شود که سیاست‌های فرهنگی، کلی، انتزاعی یا نامرتبط با واقعیت می‌شوند. اما چه می‌شد اگر فعالان می‌توانستند هر هفته یا حتی روزانه، تصمیم‌سازان را در جریان میدان قرار دهند؟ اگر نشست‌های فشرده بحران، شبکه‌ای، چندصدا و میان‌رشته‌ای می‌بود؟ در واقع چگونه می‌توان پلی میان نهاد تصمیم‌گیر و فعال فرهنگی محلی ساخت؟ چه نوع ارتباط یا ساختاری برای این منظور ساده‌تر و سریع‌تر است؟ یکی از پیشنهادات در این خصوص می‌تواند راه‌اندازی سامانه‌های جمع‌سپاری سیاستی باشد.

**ج. نبود چرخه بازخورد و اصلاح فوری**

سیاست‌های فرهنگی وقتی منتشر می‌شوند، معمولاً تا مدت‌ها ثابت می‌مانند، حتی اگر ناکارآمدی آن‌ها مشخص شود. در بحران، پیام‌ها باید مثل یک روایت زنده، با بازخوردهای میدان اصلاح شوند. می‌توان سازوکارهایی طراحی کرد که مردم، فعالان و مخاطبان بتوانند به‌سرعت بگویند «این پیام اثر نداشت»، «این برنامه نامفهوم بود» یا «اینجا اشتباه برداشت شد». در حقیقت چه شکل‌هایی از بازخورد جمعی یا میدانی برای اصلاح سریع پیام‌ها قابل پیاده‌سازی است؟ مردم چطور می‌توانند صدای نقد خود را به گوش تصمیم‌ساز برسانند؟

**د. تبدیل تحلیل به نسخه اجرایی**

حتی اگر داده و تحلیل‌های درست به‌دست آید، بسیاری از نهادها نمی‌دانند چطور آن را به تصمیم مشخص و عملیاتی تبدیل کنند. مثلاً می‌دانند اعتماد مردم به پیام رسمی کم شده، اما نمی‌دانند گام بعدی چیست. در این نقطه، فعالان رسانه‌ای، تولیدکنندگان روایت، و حتی معلمان یا مشاوران می‌توانند وارد شوند و از دل هر تحلیل، چند مسیر عملیاتی پیشنهاد دهند. در واقع چه سازوکاری می‌تواند فعالان میدانی را وارد مرحله «تبدیل تحلیل به اقدام» کند؟ چطور می‌شود حلقه سیاست تا میدان را کوتاه کرد؟

**8. فقدان نگاه آفندی و بسندگی به نگاه پدافندی در عرصه نرم**

**الف. میکرو رسانه برای مواجهه کنش گرانه (نه واکنشی)**

میکرو رسانه‌های فراگیر تخصصی حوزه بین‌الملل به‌گونه‌ای که بتوان پیام و تصویر مقاومت جامعه ایرانی را به دنیا مخابره کرد مانند میکرو رسانه هیسطوری به زبان انگلیسی که تاریخ استعمار را برای مخاطب بین‌الملل روایت می‌کند.

**ب.** **تولید محصولات مربوط به صنایع خلاق برای مواجهه کنش گرانه (نه واکنشی)**

بازی‌ها و سرگرمی‌های تخصصی بین‌المللی باهدف تخریب چهره جهانی رژیم مانند تجربه‌ای که غرب در تولید بازی‌های ضدایرانی در کنسول‌ها و تلفن‌های همراه دارد.