

پس گرفتن مرجعیت رسانه‌ای باراه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات و قرار گاه‌های رسانه‌ای

تقریباً یک هفته از ترور دانشمند هسته‌ای کشورمان شهید محسن فخری‌زاده گذشته‌اما همچنان رسانه‌ها و مسئولان روایتی یکسان از نحوه ترور این دانشمند شهید برجسته حوزه هسته‌ای و دفاعی اعلام نکرده‌اند. این مسئله باعث شده است افکار عمومی در یک فضای مبهم و گیج‌شونده قرار بگیرند و به همین علت مرجعیت رسانه‌ای در دست رسانه‌های ضدنظام افتاده است.
برواضح است که در یک چنین فضای پراپهام و مشوه رسانه‌ای و اطلاعاتی نقش هدایتگری و افشاح افکار عمومی از سوی مسئولان و رسانه‌ها به شرط ارائه روایتی یکسان ذیل یک وحدت رویه هماهنگ می‌تواند جلوی سوءاستفاده‌های بعدی و نیز دروغ‌پرازی و افسانه‌سرایی رسانه‌های مخالف کشور را بگیرد.

از دست دادن بحث مرجعیت رسانه‌ای و نقش آفرینی رسانه‌های «خرد» و «کلان» داخلی (عم از دیداری، شنیداری، مطبوعاتی و مجازی) در اتفاقات مهمی نظیر سقوط هواپیمای اوکراینی و همین ترور اخیر و میداننداری «روایت» رسانه‌های ضدنظام از بی‌بی‌سی فارسی تا ایران‌اینترنشنال و دیگر رسانه‌های همسو با دشمن، اسباب بی‌اعتمادی افکار عمومی و عدم احراز مرجعیت رسانه‌ای توسط رسانه‌های داخلی در ارائه «روایت اول» شده است.
علت اهمیت «روایت اول» این است که اولاً همیشه روایت اول است که در ذهن مخاطب نقش اصلی و مبنایی را ایفا می‌کند، ثانیاً از نظر «فناقی» و «ادراکی» افکار عمومی برای روایت و خبر اعلام شده از سوی رسانه‌های داخلی سلامت و قطعیت قائل می‌شوند (البته در صورت به‌تواتر رسیدن چنین رویکردی)، ثالثاً فضای ابهام‌آفرینی و شبهه‌افکنی در ذهن مردم از سوی رسانه‌های معاند و مخالف نظام گرفته می‌شود، رابعاً لازم نیست انرژی و توان رسانه‌ای حاکمیت و نظام در مسیر فرسایشی پاسخگویی به دروغ‌پرازی‌های رسانه‌ای دشمن مستهلک شود.

در سال‌های منتهی به پیروزی انقلاب اسلامی مردم برای اطلاع‌رسانی اخبار و اتفاقات عمدتاً از دو رسانه خرد آن ایام یعنی تکثیر نوار کاست و چاپ و تکثیر اعلامیه‌ها، نهایت استفاده را می‌بردند. در سال‌های ابتدایی پیروزی انقلاب تا سال‌های پایانی جنگ تحمیلی مرجعیت رسانه‌ای همچنان در اختیار رسانه‌های داخلی بود. متأسفانه با سرکار آمدن دولت سازندگی روند پر سوسه به محاق رفتن رسانه‌ها به دلیل داشتن نگاه صفر و صدی و سیاه و سفیدی مسئولان سیاسی شروع شد. این اتفاق در حالی بود که رسانه‌های مخالف نظام دنبال تقویت و برطرف کردن معایب‌شان با انجام اقدامات عملی و پژوهش‌های متنوع در حوزه روان‌شناختی و آنالیز افکار عمومی ایران بودند.

امروزه به لطف اینترنت و متولد شدن شبکه‌های اجتماعی نحوه و سرعت اطلاع‌رسانی از روز و ساعت به دقیقه و ثانیه رسیده است اما متأسفانه همچنان نگاه سیاست‌زده و انتفاع‌محور برخی مدیران و مسئولان اجازه شکل‌گیری و جمعیت رسانه‌های خرد را که توسط افراد آتش به اختیار و به صورت گلخانه‌ای در حال فعالیت هستند، نمی‌دهد. عدم توجه و باور برخی تصمیم‌گیران به مؤلفه بسیار مهم اِزام ایجاد و راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات و نیز ایجاد پلتفرم‌های وطنی و شبکه‌های اجتماعی داخلی به منظور تقویت آفرینی رسانه‌ای در بزنگاه‌هایی مثل میداننداری رسانه‌ای حین هزسته‌ای اتفاقاتی مثل ترور شهید محسن فخری‌زاده، دانشمند اوکراینی، باعث شدن مرجعیت رسانه‌ای در ارائه روایت اول خبری همچنان در دست مخالفان و دشمنان کشور و ملت ایران اسلامی باشد.

تقویت زیرساخت‌ها، راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات و ارتکستراسیون کردن تک‌مضارب‌ها و ایجاد قرار گاه‌های رسانه‌ای به منظور عدم فعالیت گلخانه‌ای در کنار ایجاد سدهای قانونی و ایجاد هزینه برای رسانه‌های معاند از طرق مختلف و البته قابل اجرا می‌تواند مرجعیت رسانه‌ای را به داخل کشور برگرداند.

واقعیت این است که در بین مسئولان مرتبط با فضای رسانه‌ای هنوز کسانی وجود دارند که هزینه کردن برای تقویت رسانه‌ها و فرهنگ‌سازی به منظور اصلاح نگاه غلط به رسانه‌های داخلی را حیث و میل بیبت‌المال می‌دانند. این در حالی است که هزینه‌های ایجاد شده از سوی دشمنان و رسانه‌های تحت امرشان برای کشورمان از حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی تا حتی اقتصادی و امنیتی با نقش آفرینی رسانه‌ای در حال عملیاتی شدن است. قطعاً ایجاد همگرایی و جلوگیری از عملکرد گلخانه‌ای و پراکنده با راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات و ایجاد قرار گاه‌های رسانه‌ای با محوریت تأمین و تقویت منافع ملی و ایجاد امنیت روانی جامعه‌می‌تواند ضمن بازگرداندن مرجعیت رسانه‌ای به داخل از هزینه‌آفرینی و برهم زدن امنیت روانی جامعه جلوگیری کند.

✚ اخبار



روزنامه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی صبح ایران
صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز
مدیرعامل و مدیر مسئول: عبدالله گنجی
سر‌دبیر: غلامرضا صادقیان
آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری
تقاطع میزای شیرازی، پلاک ۲۸۴
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۴۱۶۵۴
روابط عمومی: ۸۸۴۹۸۴۴۸، نامبر: ۶-۸۸۴۵۶۳۴۴
توزیع: شرکت نشر گستر امروز ۸۸۸۶۲۱۹۴
چاپ تهران: چاپخانه روزنامه جوان
www.javanonline.ir

| روزنامه جوان | شماره ۶۰۸۰ | پنج‌شنبه ۱۳ آذر ۱۳۹۹ | ۱۷ ربیع‌الثانی ۱۴۴۲ | اذان ظهر: ۱۱:۵۴ | غروب آفتاب: ۱۶:۵۱ | مغرب: ۱۷:۱۱ | نیمه‌شب: ۰۱:۲۰ | اذان‌صبح فردا: ۵:۲۹ | طلوع آفتاب: ۶:۵۸ |

معاون صداوسیما در گفت‌وگو با «جوان»:

«HD» شدن شبکه‌های تلویزیون تحریم‌کنندگان ایران را شگفت‌زده کرد



■ **محمدصادق عابدینی**

نهمین روز از آذرماه که در تقویم یک دهه اخیر رندترین روز بود، هم‌زمان شد با تغییر کیفیت چند شبکه تلویزیونی و آغاز پخش HD تصاویر در ۱۳ شبکه که در نوع خود اتفاقی تاریخی در صداوسیما به شمار می‌آید؛ اتفاقی مهم که در شرایط تحریمی رخ داده است. رضا علیزاده، معاون توسعه و فناوری رسانه ملی در گفت‌وگو با «جوان» دربارهٔ این رخداد توضیحاتی داده است.

چه شد که بعد از چند سال از HD شدن چند شبکه محدود، صداوسیما این حجم از شبکه‌ها را HD کرد؟

HD شدن، یک فرآیند محوری و راهبردی در هر سازمان برودکست در سراسر جهان است. در اکثر سازمان‌های رسانه‌ای HD شدن یک یادو شبکه محدودیت زیادی در پی ندارد اما تغییر کیفیت تصاویر در این حجم نیازمند تأمین منابع و تربیت نیروی متخصص است.

چرا این فرآیند اینقدر به طول انجامید؟
در این فرآیند سیستم استاندارد «SD» به صورت کلی با تجهیزات «HD» هم‌گامین می‌شود و هیچ کدام از تجهیزات قبلی در سیستم جدید کارایی ندارد و قابل بهره‌برداری نیست. در اصل ما بیش از ۱۰ شبکه جدید را از ابتدا راه‌اندازی کردیم. بعضی‌ها شاید فکر کنند که تغییر کیفیت «SD» به «HD» صرفاً جای‌جایی چند قطعه و تجهیزات است، در حالی که ما یک شبکه فعال را هم‌زمان با پخش و فعالیت، تغییر دادیم، یعنی زمانی که عوامل شبکه در حال کار بودند و استودیوها فعال بود، تکنیسین‌ها در حال تغییر تجهیزات بودند. با تصمیمی که گرفته شد و کاری که به نمر رسید، استاندارد تصاویر حداقل تا ۱۰ سال آینده پاسخگوی نیازهاست.

تحریم‌ها چقدر در این کار مشکل‌ساز بودند؟ چه میزان کار انجام شده محصول فناوری ایرانی است؟

بالاخره بخشی از تجهیزات مانند دوربین‌ها یا میکسرها و پایه‌های دیجیتال خارجی است، ما حتی برای خرید تجهیزات و انتقال بول با مشکل تحریم روبه‌رو بودیم ولی خوشبختانه در سال‌های اخیر به واسطه پیشرفت‌های زیادی که در عرصه نرم‌افزاری و سخت‌افزاری داشته‌یم توانستیم با کمترین هزینه بخش‌های زیادی از تجهیزات را در داخل تأمین کنیم. این اتفاق در مدت کوتاهی و در شرایط تحریم رخ داد و می‌توان گفت با این حجم

روزنامه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی صبح ایران
صاحب امتیاز: پیام‌آوران نشر روز
مدیرعامل و مدیر مسئول: عبدالله گنجی
سر‌دبیر: غلامرضا صادقیان
آدرس: تهران، خیابان شهید مطهری
تقاطع میزای شیرازی، پلاک ۲۸۴
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۴۱۶۵۴
روابط عمومی: ۸۸۴۹۸۴۴۸، نامبر: ۶-۸۸۴۵۶۳۴۴
توزیع: شرکت نشر گستر امروز ۸۸۸۶۲۱۹۴
چاپ تهران: چاپخانه روزنامه جوان
www.javanonline.ir

| روزنامه جوان | شماره ۶۰۸۰ | پنج‌شنبه ۱۳ آذر ۱۳۹۹ | ۱۷ ربیع‌الثانی ۱۴۴۲ | اذان ظهر: ۱۱:۵۴ | غروب آفتاب: ۱۶:۵۱ | مغرب: ۱۷:۱۱ | نیمه‌شب: ۰۱:۲۰ | اذان‌صبح فردا: ۵:۲۹ | طلوع آفتاب: ۶:۵۸ |

معاون صداوسیما در گفت‌وگو با «جوان»:

«HD» شدن شبکه‌های تلویزیون تحریم‌کنندگان ایران را شگفت‌زده کرد

اصلی تأمین منابع است. HD شدن شبکه‌های سراسری با حداکثر صرفه‌جویی و حداقل هزینه انجام شده است. اکنون چه در بخش منابع و چه در بخش تجهیزات نیازمند تخصیص اعتبار هستیم. امیدوارم دولت به این کار کمک کند.

شبکه «فرا تر» هم به تاژی فعالیت خود را آغاز کرده است، اما کمتر شناخته شده

شبکه فرا تر با کیفیت «ولترا HD» یا همان «4k» پخش می‌شود و اولین شبکه فارسی‌زبان در جهان است که دارای کیفیت «4k» است. تعداد شبکه‌های «4k» در سراسر جهان بسیار محدود است و شبکه‌های موجود به غالباً برای موضوعات خاصی ایجاد شده‌اند. شبکه «فرا تر» کاملاً بر اساس زیرساخت‌های بومی راه‌اندازی شده است. شبکه «فرا تر» اکنون در تهران و برخی از مراکز استان‌ها روی کانال ۵۴ یا بالاتر از ۵۰ قابل دریافت است.

درباره فرق تصویر 4k با کیفیت فعلی تصویر تلویزیون احتمالاً مردم اطلاع دقیقی نداشته باشند، این فرق را توضیح می‌دهید؟

کیفیت تصویر 4k چهار برابر HD است و HD کیفیتش چهار برابر کیفیت «SD» است. این حداقل برای تصاویر این شبکه بین ۱۲ تا ۱۶ برابر کیفیت تصویری است که شبکه‌های معمولی تلویزیون دارند. خیلی‌ها فکر می‌کردند که راه‌اندازی چنین شبکه‌ای برای صداوسیما خیلی زود است، با یکی از مدیران شرکت‌های داخلی که صحبت می‌کردم می‌گفت «تصور نمی‌کردم تا ۱۰ سال آینده شبکه 4k در ایران داشته باشیم.» ارزش راه‌اندازی شبکه فرا تر در این است که حداقل برای تولید محتوای آکسون به فکر آینده خواهیم بود که کیفیت تولیدات را بر اساس ۴k انجام خواهیم داد تا در آینده از نظر تأمین محتوای ایرانی با مشکل روبه‌رو نشویم.

مردم چطور می‌توانند تصاویر HD را دریافت کنند؟

در این‌چند روزه بعضی‌ها درباره رعایت نشدن «عدالت رسانه‌ای» سخن گفته‌اند. این توضیح لازم را باید بدهم که اگر می‌خواهیم به همان شرایط قبل کیفیت تصاویر را افزایش دهیم، حداکثر سه یا چهار شبکه HD می‌شد و مردم نمی‌توانستند باقی حداقل‌ها را دریافت کنند. در جلسه‌ای که با رئیس سازمان داشتم قرار بر این شد که تمامی شبکه‌ها در بسته‌ای به صورت SD در اختیار همه قرار گیرد. انهایی‌هم که کیفیت تصویر بالاتری خواهند صرفاً با تغییر ست‌آپ‌کس می‌توانند تصاویر HD ببینند.

تغییر ست‌آپ‌کس با چه ویژگی‌ای داشته باشد که توانایی در یافت HD را داشته باشد، آیا نیازی به تغییر تلویزیون است؟

گیرنده‌های HD هستند اما باید دارای کد HEVC باشند که با استاندارد H. 265 شناخته می‌شود. معمولاً ست‌آپ‌کس‌هایی که بعد از سال ۲۰۱۶ تولید شده‌اند این استاندارد را دارند و فعال است. بعضی‌ها هم استاندارد را دارند اما فعال نیست و مردم باید از شرکت سازنده درخواست فایل به‌روزرسانی را بکنند. از نظر تلویزیون مشکلی برای دریافت HD وجود ندارد، مگر اینکه تلویزیون خیلی قدیمی باشد.



✚ **خبر**

نشست جشنواره «سینماحقیقت» برگزار شد

جایزه ویژه سینماحقیقت برای تبیین نقش سردار سلیمانی

از مجموعه مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی در زمینه تولید انیمیشن، سینمایی و تولیدات مختلف بودجه مستقل دارد و به واسطه موضوع مورد بحث هزینه می‌شود. برگزار نکردن جشنواره نمی‌توانست بودجه را به بخش‌های دیگر تزییق کند.

حمیدی مقدم نیز در پاسخ به «جوان» گفت: با توجه به عملکرد شفاف سازمان سینمایی، چیزی حدود ۳ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان بودجه سال گذشته بود که با توجه به تورم، در این دوره افزایش خواهیم داشت. ما هزینه‌هایی در حوزه محتواسازی و برنامه‌سازی‌های تلویزیونی و سامانه‌های برخط داریم. تا الان اسبانسری نداریم اما حامیانی هستند که در کار‌های اجرایی همراه ما هستند، مانند همین چهار سامانه برخط که بخشی از پشتیبانی لجستیکی را بر عهده دارند و جزو حامیان مستر جشنواره محسوب می‌شوند. وی در ادامه درباره سازوکار اهداف جایزه بهترین مستند از نگاه مخاطبان جشنواره در این دوره گفت: نگاه مردمی کار متفاوتی است. کلاً بهترین فیلم از نگاه تماشاگران ربطی به جشنواره‌ها ندارد، امری است که توسط نمایندگان خانه سینما انجام می‌شود و متولی این امر صنف مستندسازان است و به این فکر می‌کنند که آن را به چه شکل پیش ببرند و تلاش می‌کنند این بخش را امسال داشته باشیم.

حمیدی مقدم در پاسخ به سؤالی با موضوع حمایت از ساخت مستند با محوریت کرونا، گفت: در مورد سوزهایی از این دست اول باید شرایط تحلیل شود و فیلمساز باید تحقیق و سوزه را برای خود کند. برخی فیلمسازان معتقد بودند باید با تأمل به سمت این موضوع رفت ولی برخی دیگر می‌گفتند ثبت سند از دست می‌ود. نگاه ما در «سینماحقیقت» یک نگاه همه‌جانبه است و همه آثاری را که دارای شرایط فرمی و محتوایی بودند، انتخاب کردند. دبیر جشنواره درباره زمان برگزاری چهاردهمین دوره جشنواره سینماحقیقت، توضیح داد: قرار ما این بود که طبق زمانبندی ۱۸ تا ۲۵ آذر ماه جشنواره را برگزار کنیم ولی با توجه به شرایطی که پیش آمد و شهر تهران در شرایط قرمز قرار دارد، تصمیم گرفتیم جشنواره را هشت روز با تأخیر شروع کنیم و خدمات را در صورت بی‌نقص ارائه دهیم. از ۲۵ آذر تا دوم دی جشنواره برگزار می‌شود و بعد از این اتفاق و ثبت‌نام فیلم‌ها قرار شد شورا‌های انتخاب کارشان را شروع کنند. شهنام صفاجو، مدیر روابط عمومی جشنواره سینماحقیقت در پاسخ به «جوان» درباره هزینه برگزاری آنلاین جشنواره، گفت: هر بخش

✚ **خبر**

دبیر سومین جشنواره مد و لباس کودک مطرح کرد

تهاجم فرهنگی در عرصه پوشاک از کم‌کاری خودمان بود

■ سیدمهر تفضی ذاکر
دبیر سومین جشنواره مدل‌لباس کودک و نوجوان با تأکید بر اینکه لباس به نوعی تشکیل‌دهنده زندگی و فرهنگ فرزندان ماست، معتقد است: ما از تهاجم فرهنگی در زمینه پوشاک رنج می‌بریم، اما اطلاع نداریم که خودمان باعث تهاجم فرهنگی شده‌ایم. غزاله بهمنی، دبیر سومین جشنواره مد و لباس کودک و نوجوان درباره کمبود طراحی مناسب برای لباس کودکان و نوجوانان به خبرنگاران جوان گفت: هدف اصلی مادر این دوره از جشنواره، کمک به ارتقای دانش علمی و فنی در بخش لباس کودک و نوجوان است. در طراحی و تولید لباس نوجوانان نواقص فراوانی وجود دارد. عموماً دختران نوجوان در سن ۱۴ تا ۱۸ سالگی لباس زنانه و پسران لباس مردانه می‌پوشند. تلاش ما این است که فقر موجود در طراحی لباس نوجوان برطرف شود.

این کارشناس حوزه پوشاک کودک و نوجوان درباره تهاجم فرهنگی در این زمینه اظهار کرد: ما از تهاجم فرهنگی در زمینه پوشاک رنج می‌بریم، اما اطلاع نداریم که خودمان باعث تهاجم فرهنگی شده‌ایم. اگر تولیدکنندگان پوشاک مردانه و زنانه به صورت تخصصی وارد بحث پوشاک نشوند، اقتصاد این بخش با بحران مواجه می‌شود و کالای مورد استفاده بچه‌ها، تولیدات وارداتی خواهد بود. به این ترتیب بچه‌ها در سن رشد لباس‌هایی را به تن می‌کنند که مملو از المان‌هایی متضاد با فرهنگ غنی کشورمان است. نبود تولید مناسب در داخل باعث مورد استقبال واقع شدن محصولات نامناسب خارجی شده است. وی در ادامه با اشاره به کم‌شدن انگیزه تولیدکنندگان پوشاک در دوران کرونا اظهار داشت: خیلی از فعالان پوشاک نسبت به ادامه کودک و نوجوان به جشنواره امسال اضافه شده است.

دبیر سومین جشنواره مدل‌لباس کودک و نوجوان با تأکید بر اینکه لباس به نوعی تشکیل‌دهنده زندگی و فرهنگ فرزندان ماست، معتقد است: ما از تهاجم فرهنگی در زمینه پوشاک رنج می‌بریم، اما اطلاع نداریم که خودمان باعث تهاجم فرهنگی شده‌ایم. غزاله بهمنی، دبیر سومین جشنواره مد و لباس کودک و نوجوان درباره کمبود طراحی مناسب برای لباس کودکان و نوجوانان به خبرنگاران جوان گفت: هدف اصلی مادر این دوره از جشنواره، کمک به ارتقای دانش علمی و فنی در بخش لباس کودک و نوجوان است. در طراحی و تولید لباس نوجوانان نواقص فراوانی وجود دارد. عموماً دختران نوجوان در سن ۱۴ تا ۱۸ سالگی لباس زنانه و پسران لباس مردانه می‌پوشند. تلاش ما این است که فقر موجود در طراحی لباس نوجوان برطرف شود.

این کارشناس حوزه پوشاک کودک و نوجوان درباره تهاجم فرهنگی در این زمینه اظهار کرد: ما از تهاجم فرهنگی در زمینه پوشاک رنج می‌بریم، اما اطلاع نداریم که خودمان باعث تهاجم فرهنگی شده‌ایم. اگر تولیدکنندگان پوشاک مردانه و زنانه به صورت تخصصی وارد بحث پوشاک نشوند، اقتصاد این بخش با بحران مواجه می‌شود و کالای مورد استفاده بچه‌ها، تولیدات وارداتی خواهد بود. به این ترتیب بچه‌ها در سن رشد لباس‌هایی را به تن می‌کنند که مملو از المان‌هایی متضاد با فرهنگ غنی کشورمان است. نبود تولید مناسب در داخل باعث مورد استقبال واقع شدن محصولات نامناسب خارجی شده است. وی در ادامه با اشاره به کم‌شدن انگیزه تولیدکنندگان پوشاک در دوران کرونا اظهار داشت: خیلی از فعالان پوشاک نسبت به ادامه کودک و نوجوان به جشنواره امسال اضافه شده است.



فعالیت خود دل‌سرد شده‌اند. تلاش می‌کنیم امید را به آنها برگردانیم و آنها را متقاعد کنیم که با انگیزه مضاعف فعالیتشان را ادامه دهند. بهمنی افزود: طراحان ما باید تمام تمرکز خود را روی علاقه بچه‌ها بگذارند. نمی‌توان این موضوع را نادیده گرفت که کودکان و نوجوانان با لباس‌های خود زندگی می‌کنند و این‌س لباس به نوعی تشکیل‌دهنده زندگی و فرهنگ فرزندان ماست. کودکان تنها درایی‌شان لباس است. آنها در سنین پایین حتی با طراحی‌های لباس حرف می‌زنند و با آنها بازی می‌کنند. چطور می‌توان منکر نقش بالای لباس در رشد و یادگیری فرزندان شد.

این فعال حوزه لباس درباره جشنواره امسال نیز بیان کرد: برای اولین بار در جشنواره مد و لباس کودک و نوجوان ویدئوهای آموزشی به زبان عادی برای شرکت‌کنندگان تدارک دیده شده که از طریق آن اطلاعات مناسب در زمینه‌های تخصصی پوشاک به آنها داده می‌شود. بخش کیف و کفش و سلامت آن منتاسب با سن کودک و نوجوان به جشنواره امسال اضافه شده است.