

**مصاحبه با بهمن ابراهیمی**، سردبیر اخبار چند رسانه ای واحد مرکزی خبر و مدرس دانشگاه

# تکنولوژی جدای از فرهنگ نیست

انفخم اقدمی

هر رسانه ای، هر ابزار و تکنولوژی که وارد می شود لاجرم فرهنگ آن هم همراه با کالا یا محصول وارد می شود و جدای از هم نیستند. تنها کاری که ما می توانیم انجام دهیم این است که آنها را بومی کنیم. فرهنگ هر تکنولوژی با خود تکنولوژی همراه است. می توانیم زمینه استفاده صحیح آن را در کشور با استفاده از آموزش رسانه ای و … به مردم بیاموزیم. تکنولوژی جدای از فرهنگ نیست و می شود راه صحیح آن را به مردم آموخت .

**\* جناب آقای ابراهیمی با توجه به روند رو به رشد فناوری ارتباطات و اطلاعات در جهان، گسترش این فناوری در کشورمان ایران را چگونه ارزیابی می کنید؟**

همان طور که می دانید ایران از فروردین ۷۳ وارد شبکه اینترنت شد و در آن زمان طرحی به تصویب رسید که تلاشی برای ایجاد فرآیندی ساخته شده و در عین همسویی اهداف اجرایی روشن و تبیین شده ای در سطح کشور بود. این طرح به نام طرح توسعه کاربری فناوری ارتباطات و اطلاعات (تکفا) نام گرفت. که با همکاری شورای عالی اطلاع رسانی، وزارت پست سابق، سازمان مدیریت آن زمان چارچوب نظری آن منطبق با برنامه های بین المللی بود و ده هدف را دنبال می کرد که بعضی از اهداف آن عبارت بودند از:

ارتقاء و کارایی خدمات، تشویق و گسترش مشارکت الکترونیکی مردم، تقویت نشر اطلاعات، ایجاد فرصت های شغلی ارزش افزا، دسترسی سریع مردم به اطلاعات، گسترش سواد دیجیتالی، گسترش زیر ساخت های نوین، گسترش فرهنگ ملی و خط فارسی در محیط دیجیتال .

هدف نهایی این طرح آماده سازی بستر تکنولوژی برای حضور همه جانبه در عصر ارتباطات به منظور نیل به توسعه فرهنگی، اقتصادی و توسعه اجتماعی بود.
فرصت ها در جهت تحرک بخش خصوصی به عنوان محور کلیدی، ایجاد زیر ساخت ها و سطح دسترسی مناسب به اطلاعات انبوه و تولید و ساماندهی محتوا و اطلاعات الکترونیکی کشور که تحت عنوان طرح (تسما ) در سال ۸۵ به تصویب رسید. طرح اولی ظاهرا با شکست مواجه شده بود و به خاطر همین در پی این بودند محتوایی که وارد چرخه اینترنتی می شود را ساماندهی کنند. به همین دلیل تکفا نیمه کاره رها شد و طرحی که از سال ۸۵ تقریبا پی ریزی شده و هنوز کاملا اجرایی نشده تسما است.

**\* شما گفتید زیر ساخت ها به بلوغ کامل نرسیده چگونه می توان زیر ساخت ها را به بلوغ کامل رسانده و این طرح را به طور کامل پیاده کرد؟**

همان طور که می دانید زیر ساخت های IT شامل سه بخش اصلی سخت افزار، نرم افزار و شبکه هستند. در بخش سخت افزار ما با مشکل عمده ای مواجه هستیم، از جمله مشکلات ما تولید سخت افزار هایی است که برای شبکه ها کارایی داشته باشند. مثلا ما هنوز سوره‌های بزرگی که بتوان از آن برای سایت های بزرگ ملی استفاده کرد را نداریم. در بخش نرم افزارها هنوز از سیستم عاملی استفاده می کنیم که به جرات می توان گفت حق کپی رایت آن پرداخت نشده است. ویندوز مهمترین سیستم عاملی است که در ایران از آن استفاده می شود. به ندرت ویندوز اورجینال را رجیستر شده را شما می توانید پیدا کنید و این نشان می دهد که ما در سطح ملی نتوانسته ایم کار مثبتی انجام دهیم. گرچه دانشگاه های ما به دنبال این هستند که بتوانند یک سیستم عاملی را طراحی کنند که بتوان در شبکه های ملی آن را مورد استفاده قرار داد. هنوز طرحی آن سیستم ها تمام نشده، در مراحل اولیه هستیم و به نتیجه نرسیده است. شبکه ها هم هنوز وابسته به خارج از کشور هستند. اکثر شبکه های ما، در خارج از کشور هستند. تعدادی که در داخل کشور داریم بسیار محدودند و ضریب اطمینان آنها بسیار پایین

محمدرضا شمس‌الدینی

قابل توجه اهالی رسانه و حوزه ارتباطات

## فصلنامه علمی –ترویجی رسانه

حسینعلی مهدوی

فصلنامه علمی-ترویجی رسانه شماره آتی خود را برای آخرین شماره به روش موضوعی منتشر می کند که به موضوع “رسانه ها و انقلاب اسلامی” اختصاص دارد. واز شماره بعد از آن به صورت موضوعی (ویژه نامه) منتشر نمی شود. چاپ و انتشار رسانه به صورت مجموعه‌ای از مقالات پژوهشی امکان مشارکت بیشتر نویسندگان و پژوهشگران در ارائه مقالات فراهم کرد.
محورهای موضوع “رسانه‌هاوانقلاب اسلامی” هم به شرح زیر است:

- \*انقلاب اسلامی و زیرساخت های ارتباطی؛ نقش ارتباطات سنتی در پیام رسانی انقلاب اسلامی
- \*تاثیر انقلاب اسلامی در نظریه پردازی های ارتباط و توسعه ضرورت نظریه پردازی ارتباطی با رویکرد دینی و اسلامی
- \*الگوی مطلوب رسانه ای بر اساس ارزش های فرهنگی و دینی
- \*دستاوردهای انقلاب اسلامی در توسعه کمی و کیفی شبکه های ارتباطی و محصولات رسانه‌ای
- \*بازنمایی انقلاب و نظام جمهوری اسلامی در رسانه های غرب
- \*استراتژی رسانه ای در مواجهه با تصویرسازی منفی رسانه های غرب
- \*رسانه، بیداری اسلامی و مقاومت فرهنگی در عرصه جهانی شدن
- \* اخلاق رسانه ای در نظام اسلامی

# رسالت



است که هر چند وقت یکبار با مشکل مواجه می شوند.

**\* جایگاه رسانه های الکترونیک در رشد فناوری ارتباطات و اطلاعات کیجاست؟**

رسانه های نوین و الکترونیک خود معلول فناوری ارتباطات و اطلاعات هستند. مثلا PODCAST یا پادکازیم، فضای وبلاگ را با صوت و آهنگ پر می کند و خود محصول دیجیتال شده صداست که می توان آن را در وب استفاده کرد.

اگر بخواهیم بگوییم رسانه های الکترونیک چقدر از فضای جدید استفاده می کنند که این امر درست است. کلید پیشرفت در فناوری وابسته به تفکیک پذیری فناوری در زندگی است.

عصر اطلاعات که در آغاز هزاره سوم و پایان دهه ۹۰ شروع شد زمینه را برای افزایش فناوری های جدید فراهم کرد.

گره خوردگی ابزار ارتباطی و اطلاعاتی در این دوره به طرز غیر قابل باور ضمن توسعه درونی بر پیشرفت

دیگری نیز تاثیر گذار است، به گونه ای که فناوری ارتباطی در خدمت سیستم اطلاعاتی قرار گرفت، اینترنت بزرگترین مولود گره خوردگی ابزارهای اطلاعاتی است. اینترنت خود مهمترین شاخص توسعه

**\* معضلات و مشکلات IT در ایران موضوع این مصاحبه نیست و ماهم بسیاری از این مشکلات را می دانیم اما اگر حتی در سطح کلان برای رفع این مشکلات انجام می شود؟**

همان طور که در سوال قبلی هم گفتم در سه سطح سخت افزار، نرم افزار و شبکه می توان به آن پرداخت. اکنون که برنامه پنجم توسعه می خواهد اجرا شود، به IT توجه نشده و هیچ تبصره و بندی برای آن در نظر گرفته نشده است. در برنامه توسعه پنجم هم هیچ جایگاهی برای آن در نظر گرفته نشد و تعریف نشده. صاحب نظران به دنبال این هستند که این بحث را وارد برنامه پنجم کنند.

**\* آقای ابراهیمی، از آنجایی که رسانه الکترونیک،**

**\* شما گفتید هر وسیله ای که وارد کشور می شود از همان ابتدا با تردید مصرف کننده مواجه می شود حتی رادیو و تلویزیون. چگونه می توان این تردید را از بین برد و اعتماد و اطمینان لازم را در مصرف کننده ایجاد کرد و او را متقاعد ساخت تا از محصولات به نحوی که فرهنگ و ارزش های ملی و مذهبی مان زیر سوال نرود، استفاده کند و به این طریق مانع نفوذ فرهنگ غربی در فرهنگ بومی و ملی خود شویم؟**

هر رسانه ای، هر ابزار و تکنولوژی که وارد می شود لاجرم فرهنگ آن هم همراه با کالا یا محصول وارد می شود و جدای از هم نیستند. تنها کاری که ما می توانیم انجام دهیم این است که آنها را بومی کنیم. فرهنگ هر تکنولوژی با خود تکنولوژی همراه است. ما می توانیم زمینه استفاده صحیح آن را در کشور با استفاده از آموزش رسانه ای و … به مردم بیاموزیم. تکنولوژی جدای از فرهنگ نیست و می شود راه صحیح آن را به مردم آموخت .

**\* گاهی می خواهیم شیوه و روشی را به مردم بیاموزیم اما مخاطب اطمینان لازم را ندارد تا به روش پیشنهادی ما عمل کند چون تردید دارد و اطمینان لازم حاصل نشده؛ چگونه می توان تردید مخاطب را از بین برد و اطمینان و اعتماد را جایگزین آن کرد؟**

کاملا درست است. مخاطب اعتمادش به سنت ها بیشتر است. در بحث رسانه ها همیشه مخاطبین ما اعتماد بیشتر را به رسانه های سنتی دارند. همین حالا اگر در نظر بگیرید اخبار رادیو، تلویزیون بیشتر مورد وثوق مردم است و مردم بیشتر قبول دارند تا رسانه های جدید مثل سایت های اینترنتی. اگر خبری از تلویزیون پخش شود مردم بهتر آن را می پذیرند تا این که یک خبر را در سایت ببینند. اینکه بتوانیم اعتماد مردم را به رسانه های جدید افزایش دهیم نیاز به زمان بیشتر دارد. ما باید طی پروسه زمانی مردم را به رسانه ها و اخباری که آنها منتشر می کنند کم کم عادت دهیم. اگر طی مدت زمان خاصی اخبار سایت هامعتبر باشند، مردم هم گرایش پیدای می کنند و آن اخبار هم می توانند مورد قبول و اطمینان مردم قرار گیرد و گر نه که رسانه های سنتی جای خود را در این زمینه حفظ می کنند.

**\* با این اوصاف چه تعریفی برای سواد رسانه ای می توان در نظر گرفت و با وجود در صد قابل توجه جوانان در عرصه اجتماع چطور می توان سطح سواد رسانه ای را افزایش داد؟**

همان طور که می دانید واژه سواد رسانه ای اولین بار در سال ۱۹۶۵ توسط مارشال مک لوهان کانادایی اندیشمند ارتباطات، در کتاب “برای درک رسانه‌ها” مطرح و به کار برده شد که البته تعریف دقیقی ارائه نکرد و چنین بیان داشت که: “زمانی که دهکده جهانی فرارسد باید انسان ها به سواد رسانه ای دست یابند” .اگر بخواهید که تعریف دقیقی از سواد رسانه‌ای به شما بگویم این است که سواد رسانه‌ای مهارتی است برای درک واقعیت ها و آنچه رسانه ها به مخاطبین خود تزریق می کنند(شناخت کدهای رسانه ها). برای افزایش سطح سواد رسانه ای می توانیم از ارائه برنامه‌ها برای مخاطبین خود استفاده کنیم یعنی تشریح برنامه ها برای مخاطبان و تفسیر و نقد برنامه ها و استفاده از تحلیلگران و کارشناسان. در این بحث می توانیم بگوییم که سواد رسانه ای نوعی مهارت برای بهبود زندگی در استفاده از رسانه است. بومی سازی محتوای رسانه برای فهم بهتر خروجی رسانه‌ها می تواند به ما کمک کند که جوان ها بهتر و بیشتر رسانه‌های جدید را درک کنند و سواد رسانه‌ای آنها را از این طریق افزایش دهیم. چرا که افراد با سواد رسانه ای در برابر اطلاعات رسانه ای کمتر آسیب پذیرند .

**\* آینده رسانه های الکترونیک را در جهان و**

۶

ایران چگونه ارزیابی می کنید؟
ما در دهه ۸۰ با موضوعی به نام جامعه اطلاعاتی مواجه شدیم و این جامعه اطلاعاتی مورد توجه اندیشمندان، سیاستمداران و جامعه شناسان قرار گرفت. جامعه اطلاعاتی را از جهات گوناگون بررسی کرده اند ووجه فناوری، اقتصادی، فرهنگی که فرصت برای بحث پیرامون این مباحث وجود ندارد ولیکن اگر بخواهیم آینده را از این بعد پیش بینی کنیم ؛ می توانیم بگوییم که حدود بیست سال آینده روزنامه های الکترونیک کاملا جایگزین روزنامه‌های چاپی خواهد شد،خبرهای تازه، اطلاعات عمومی، آگهی ها وارد رسانه های آن لاین می شوند و بخش های زنده در این رسانه ها به قدری فراگیر می شوند که دیگر جایی برای روزنامه های چاپی نخواهد ماند، ممکن است این نگرانی پیش آید که، افرادی که در رسانه های چاپی اشتغال دارند چه سرنوشتی خواهد داشت، بهترین گزارشگران خبری، سردبیران، طراحان خبری به سوی نشر الکترونیک پیش می روند و هر سر دبیر می تواند خبرهای سرویس جهانی را ماینیور کند و اخبار را به طور زنده و آن لاین رصد کند .

**\* نقش دانشگاه ها و مراکز آموزشی در ترویج رسانه های الکترونیک چیست؟**

در کنار رسانه ها، مراکز آموزشی نقش مهمی در این زمینه دارند. از طریق آموزش های تخصصی و ارتقای دانش حرفه ای، توسعه فضا و امکانات سخت افزاری و نرم افزاری، جذب دانشجویان مستعد، برگزاری نشست ها و سمینارهای تخصصی، کار گروه های تخصصی می تواند در ترویج رسانه‌های الکترونیک کمک کند.تجربه ای که من در دانشگاه‌ها داشتم نشان داده که دانشجویها بسیار به این حوزه علاقمند هستند و ما اگر بتوانیم امکانات مناسبی در اختیارشان قرار دهیم می توانند رشد کنند. اگر شما سایت ها و وبلاگ های مختلف را بررسی کنید ملاحظه خواهید کرد که اکثر این وبلاگ ها را دانشجویان راه اندازی و اداره می کنند. من کمتر وبلاگی را دیده ام که غیر دانشجویی باشد. اکثر وبلاگ نویسان دانشجویانی هستند که در زمینه علمی، فرهنگی، اقتصادی و … اطلاعات خود را به صورت فردی و گروهی از این طریق نشر می دهند که استفاده درست و خوبی از رسانه الکترونیک شده است.

**\* پس شما تجربیات فعلی در این عرصه را مثبت می دانید؟**

بله. کاملا! جوانان ما بسیار علاقه مندند. کشور در حال حاضر جزء ده کشوری است که در زمینه وبلاگ فعال است یعنی وبلاگ هایی که در کشور تولید می شوند یک سیر صعودی دارند و ما جزء چند کشور اول در این زمینه هستیم.

**\* نزدیک ایام انتخابات ریاست جمهوری هستیم، آیا رسانه های الکترونیک می توانند نقش موثر خود را در فضای سیاسی ایفا کنند؟**

در زمان‌های حساس رسانه‌های الکترونیک رشد سریعی می توانند داشته باشند. در انتخابات ریاست جمهوری دوره گذشته هم این رسانه‌ها بسیار مورد توجه کاندیداها بودند و تبلیغات اینترنتی و نظر سنجی های اینترنتی بسیار موثر بودند. در این دوره هم به نظر من این اتفاق افتاده و خواهد افتاد و احتمالا شاهد مناظره های آن لاین هم خواهیم بود. تبلیغات اینترنتی دوباره اتفاق خواهد افتاد. توجه بیشتر کاندیداها به این بخش معطوف است و از این رسانه استفاده می کنند.

چون می دانند مخاطب رسانه‌های جدیدی مثل اینترنت، جوانان هستند و از این طریق می توانند آنها را تحت تاثیر قرار دهند و آرای مورد نیاز را به سمت خود بکشانند.

**\* باتشکر از وقتی که در اختیار ما قرار دادید. من هم متشکرم.**

اخلاق رسانه‌ای

## رسانه میانجی میان هنجارها و ارزش های اجتماعی

اخلاق رسانه‌ای هر چند تابع اصول و قواعد کلی و جهان شمول است، اما سبب ریشه گرفتن آن از مجموعه ارزش های بطن جامعه می تواند از جامعه‌ای به جامعه و فرهنگ دیگر متفاوت و متغیر باشد. لذا تدوین اصول کلی اخلاق رسانه‌ای به سادگی تدوین قواعد کلی حقوق رسانه ها نیست و در هر فرهنگ و جامعه‌ای تعاریف خاص خود را دارد. رسانه به عنوان میانجی (media) میان هنجارها و ارزش های اجتماعی و طیف وسیعی از مخاطبان عمل می کند و باید حافظ مفاهیمی باشد که مخاطب توقع رعایت آنها را از رسانه دارد و این انتظار به هنجارها و ارزش های حاکم بر جامعه مربوط می شود. حفظ ارزش ها و هنجارها در ارتباط میان رادیو و مسئولین چگونه است؟ در مقابل نهادهای اجتماعی، رسانه چه مسئولیتی به عهده دارد و اخلاق رسانه‌ای در این مورد چه حکم می کند؟ نقش قانون اساسی در تدوین اخلاق رسانه‌ای چگونه شکل می گیرد؟ اینها موضوعاتی است که کتاب معیارهای اخلاق رسانه‌ای در رادیو در پی پاسخگویی به آنهاست. کتاب معیارهای اخلاق رسانه‌ای در رادیو به قلم جناب آقای محمدمهدی لیبیی در سه فصل نگاشته شده است که توسط دفتر پژوهش های رادیو چاپ و منتشر گردیده است.



محمدمهدی لیبی

همکاری برخی دانشگاه‌های معتبر برگزار خواهد شد، گفت: در حال حاضر فاز اول ثبت نام از دستگاه‌های دولتی در وب گاه sci.ir بخش جشنواره تسما فعال است و دستگاه ها تا نیمه خرداد ماه برای ثبت نام زمان دارند. مدیر اجرایی طرح ارزیابی وب گاه‌های دولتی افزوده: طی برگزاری اولین مرحله این طرح در سال گذشته که در مجموع ۱۸۶ دستگاه و وزارتخانه دولتی اقدام به ثبت نام کرده بودند، شهرداری تهران رتبه اول و جایزه بزرگ وب را به خود اختصاص داد و وزارت آموزش و پرورش و مرکز آمار ایران قابل تقدیر شناخته شدند؛ ضمن اینکه کلیه اطلاعات درخصوص معیارها و روند ارزیابی در کتابی به صورت مدون منتشر و توزیع شد.

سالاریان در پایان اظهار داشته: برتری های خدمات دهی و اطلاع رسانی مبتنی بر فناوری اطلاعات نسبت به سرویس های سنتی بر کسی پوشیده نیست، سرعت بالا، شفافیت اطلاعات، بهره مندی همگان از سرویس ها حتی در دورست ها، برهیز از تردهای درون شهری و بیرون شهری غیر لازم، همه و همه از مزیت های سرویس های مبتنی بر وب هستند که صرفه جویی های ارزی و ریالی شایان توجهی را نیز در درازمدت به دنبال دارد.