



اولویت های رسانه ای - ارتباطی دولت سیزدهم

رضایت مردمی با حکمرانی نوین

بهره برداری حداکثری از رسانه و فناوری های دیجیتال

متین شریفی

صفحه ۲



کلام شهید | سید مرتضی آوینی

هزارها سال از هبوط آدم بر سیاره ی زمین گذشته است و هنوز نبرد فی ما بین حق و باطل بر پهنه ی خاک جریان دارد، اگرچه دیگر دیری است که شب دیجور ظلم از نیمه گذشته است و فجر اول سر رسیده و صبح نزدیک است. این بندگان مخلص خدا طلیعه دار نورند و با دست آنان است که صبح شکافته می شود و تاریخ به عاقبت کار خویش نزدیک می گردد.



مقدمه

اگر بگوییم امروزه ساعت به ساعت زندگی های ما با دنیای دیجیتال و فناوری ها ارتباطی درآمیخته شده اغراق نکردیم این فناوری های در قالب پلتفرم های مختلف از سرگرمی تا کار از کسب علم تا ارتباط با اطرافیان را برای مامتنوع و آسان کرده اند و به نوعی میتوان گفت جزء لاینفک و مهم زندگی هایمان شده اند تا جایی که برجام و تمام داستانهایش به اندازه طرح صیانت از فضای مجازی نتوانست برای مردم اهمیت ایجاد کند و در کل مهم ترین همراه و همدم این روز های خیلی های مان و مهم ترین ابزار زندگی مان شده همین دنیای دیجیتال فلذا یکی از حیاتی ترین و مهم ترین حوزه های تصمیم گیری دولت همین فضای دیجیتال است راهی برای ارتباط با مردم و کسب همراهی آنان ضمن حفظ قوانین، فلذا همه این ها دلیلی شد تا در این شماره به اولویت های دولت در این حوزه پردازیم و از کاستی های دولت پیش بگوییم.



در این شماره | می خوانیم ...

صفحه ۳

دربرسی بازتاب نقش زنان در صدا و سیما باید گفت ...

زنان ویترونی! / الگوهای غرغرو!

صفحه ۳

معنا و رای کلمات شکل میگیرد ...

دنیای رسانه: مغناطیس واژه ها

صفحه ۴

نقش رسانه و فضای مجازی در روشننگری ...

سیمایی از کنشگری رسانه ای زنان

اولویت های رسانه ای - ارتباطی دولت جدید

رضایت مردمی با حکمرانی نوین

بهره برداری حداکثری از رسانه و فناوری های دیجیتال

متین شریفی



ارائه خدمت یکسان به تمامی هموطنان در سراسر کشور که مصداق تحقق عملی عدالت اجتماعی است، در صورت رفع موانع می تواند بازار منطقه را نیز هدف قرار دهند

۳- تقویت زیر ساخت های اینترنت ثابت:

وزارت ارتباطات دولت سیزدهم، باید بیش از گذشته به مقوله افزایش ظرفیت شبکه ثابت کشور و توسعه شبکه فیبر توجه کند و اولویت اولیه و اساسی خود را تحقق این مطالبه مردمی از بخش های دولتی و خصوصی قرار دهد، تا کشور با رفع کمبودهای زیرساختی، زودتر به چشم انداز روشن تری از توسعه زیرساخت های حوزه آی تی دست یابد. در این سال ها توسعه کند شبکه اینترنت ثابت به دلیل برخی انحصارها باعث شد تأمین تجهیزات، سرمایه گذاری و سطح دسترسی عموم مردم به خدمات باکیفیت خانگی و ارزان با مشکل روبه رو شود و کاربران مجبور شوند خدمات اینترنت را برعکس شیوه مرسوم و متداول دنیا در یک موازنه اشتباه بیشتر از خطوط ثابت بر روی تلفن همراه خود دریافت کنند. همین موضوع باعث شده تا یکی از شروط اصلی توسعه کسب و کارهای نوپا که اینترنت پهن باند و ارزان است آن چنان که باید تحقق نیابد. این موارد تنها مهم ترین اولویت های لازم اقدام در حوزه ارتباطات و رسانه های دیجیتال است، در نهایت همه این امور متصل به یک نقطه مهم است و آن تنظیم مدل حکمرانی نوین است که طی آن اعمال تنظیم گری و حاکمیت دولت همچنین رضایت عمومی و توسعه اقتصاد دیجیتال محقق خواهد شد.

همچنین تنظیم کننده آن، اما در این شرایط دولت نوپای سیزدهم که با شعار دولت مردمی، ایران قوی و با ایده شفافیت و عدالت بر مناسب اجرایی تکیه زده چه اولویت هایی در برابر رسانه و فضای مجازی دارد؟

امور زیادی است که میتوان آنها را در رابطه با دولت، رسانه و ارتباطات مهم دانست اما اهم آنها را میتوان موارد ذیل برشمرد:

۱- احیا و پویایی جایگاه شورای عالی فضای مجازی:

فارغ از اینکه وزیر ارتباطات چه برنامه هایی دارد اهتمام شخص ریاست جمهور به جهت تشکیل جلسات این شورا و استفاده از نظرات صاحب نظران این حوزه برای تهیه و اجرای الگوی مطلوب حکمرانی دیجیتال می بایستی مد نظر باشد.

۲- حمایت از اقتصاد دیجیتال:

فی الواقع اقتصاد دیجیتال که خود شامل چند حوزه ی ارزش های دیجیتال، کسب و کارهای بر بستر دیجیتال و استارت آپ ها می باشد، آینده اقتصادی کشور را رقم خواهد زد؛ اقتصاد مبتنی بر پلتفرم های دیجیتال، پيشران اقتصادی کشور است که توجه به آن برای رسیدن به رشد اقتصادی پایدار از ضرورت های غیر قابل اجتناب محسوب می شود. این حوزه به شدت نیازمند سرمایه گذاری است و بستر سازی برای ایجاد کانال های جدید تأمین مالی و رفع موانع در آن، از جمله اقداماتی است که باید مورد توجه وزیر ارتباطات قرار بگیرد. از نتایج سرمایه گذاری در این حوزه خلق برندهای ملی در اقتصاد دیجیتال است که علاوه بر

همه ما این روزها به اندازه خود از رسانه و کاربرد هایش چیزهایی میدانیم و از آن استفاده میکنیم اما به راستی رسانه چیست؟ آیا رسانه صرفا وسیله ای است که پیام را از فرستنده به گیرنده میرساند؟ آیا رسانه صرفا یک بلندگو برای بازتاب است؟ در حقیقت جواب تمام این سوالات «خیر» است، رسانه امروزه واجد ظرفیت هایی است که آن را از حالاتی که گفته شد جدا میکند امروزه رسانه ها و روایت هایشان از واقعیت است که به جامعه سمت و سو میدهد هر چند رسانه های کشور ما خصوصا رسانه ملی نسبت به ظرفیت ها و فرصت های خود ضعیف عمل میکنند ولیکن رسانه صرفا دیگر در نقش راوی نیست این نگاه مدیران که رسانه صرفا وسیله اطلاع رسانی عملکرد هایشان است نیز دیگر سال هاست که حقیقت ندارد، امروزه اطلاع رسانی یکی از کارکرد های رسانه است و نه تمام آن پس وقتی از رسانه میگوییم از دنیایی بزرگ سخن به میان می آید که پر است از کارکرد های متنوع، امروزه رسانه یکی از ابزار مطالبه گری و مشارکت اجتماعی مردم در حکمرانی نیز هست، ولیکن حکمرانی و ما ادراک مال حکمرانی حکمرانی در تعریف بسیار ساده خود روش پیاده سازی قدرت در حوزه های مختلف است رسانه نیز هم بستری است که به وسیله آن میتوان حکمرانی کرد و بر فضای جامعه غالب شد و هم مقوله ای است محکوم به حکمرانی چرا که آن فضایی که مجازی می پنداریم امروزه معادلات واقعیت را میسازد، فضای مجازی امروز امری واقعی است، جلوه گر واقعیت

زنان ویتربینی! / الگوهای غرغرو!

آسیب شناسی عملکرد دولت پیش در حوزه بازتاب فعالیت های زنان
و نقش آفرینی اجتماعی در رسانه

فاطمه میرزایی



و در تقابل با شوهرمنطقی و واقع بین خود که دارای حس مسئولیت و وظیفه شناسی هست غیرمنطقی، ظاهرین، بهانه گیر و به اصطلاح غرغروست.

توجه بفرمایید این بازتاب یک زن مومن در صدا و سیمای اسلامیست!

در صورتی که ما در الگوی زن مومن از صدر اسلام تا به امروز و در خطبه فدکیه حضرت زهرا(س) خطبه حضرت زینب (س) در مجلس یزید صبر و پایداری و مقاومت مادران و همسران شهدا و افتخار آفرینی های علمی و فرهنگی زنان عکس این قضیه را شاهد بوده ایم؛ زن مسلمان زنی توانمند است که با ایمان و اعتقاد و صبر می تواند مشکل ها را چه در خودش و چه در خانواده و چه در جامعه حل کند، در عین اینکه خانه دار است فعالیت اجتماعی داشته باشد، فرزندان خوبی تربیت کند، خودش و خانواده را رشد دهد در فضای علمی و فرهنگی ارتقا ایجاد کند و در زمان مناسب خودش حیات فکری جامعه را دگرگون کند اما متأسفانه رسانه ملی عمدتاً ترجیح داده است جای آن که به این افراد و موارد بپردازد به همین سطحی نگری درباره زن مسلمان بسنده کرده و صرفاً الگویی تک بعدی و قربانی برای یک زن مسلمان تعریف کند.

در بررسی بازتاب نقش زنان در صدا و سیما و نمایش خانگی باید گفت که نه تنها دولت دوازدهم بلکه دولت های قبل نیز الگوسازی مناسب و حتی بازتاب خوبی از واقعیت های جامعه نداشته اند و رسانه ملی جز در چند مورد سینمایی پیشرفتی در این زمینه حاصل نکرده است به طور کلی در رسانه ها برای معرفی زن موفق به الگوی واحدی برمیخوریم که در دولت دهم پریدخت و ستایش و در دولت دوازدهم کیما، دراکولا و غورباکه نمونه هایی از آن هستند برای مثال در سریال هایی مانند ستایش که زنان آرمانی به عنوان الگو نشان داده میشوند، اغلب نقش مردان کم رنگ است مثلاً به دلیل این که مرد زندانی است، معتاد شده و یا فوت شده، زن مجبور است که بار سنگین زندگی را به تنهایی بر دوش بکشد و در صدد گرفتن حق خودش برآید. در واقع، می توان گفت که در این سریال ها نقش زن در جایی اجازه ظهور و بروز دارد که نقش مرد کم رنگ شده و یا به طور کلی حذف شده است در صورتی که در اسلام زن و مرد باعث تکامل یکدیگر شده و رشد خانواده با حمایت از همدیگر حاصل میگردد.

مسئله دیگر ظاهر سازی زنان در رسانه هاست در سریال ها زنان معمولاً دارای شخصیت های سطحی هستند، برای مثال برای نشان دادن زنی مذهبی، فقط به همین موضوع بسنده می کند که این زن چادریست. اگر اهمیت بازیگر انتخابی و مسئولیت او در برابر نقشه ذهنی ترسیم شده از ظاهر او برای جوانان را کنار بگذاریم این زن در همان فیلم، با همان ظاهر مذهبی، در برابر حل کوچک ترین مشکل ها، ناتوان است و بیتابی میکند، شرایط را درک نمیکند، از جامعه خبر ندارد

مغنطیس واژه ها قسمت اول

معنا و رای کلمات شکل میگیرد. کلمات قراردادهای ما برای انتقال آن معنا هستند و هیچ نقش دیگری ندارند ما در گذران عمر، برای برقراری راحت تر ارتباط با یکدیگر تمامی معانی اطراف خود را به قراردادهایی تحت عنوان کلمات و واژه ها تبدیل کرده ایم تا مشقت انتقال معنا بر ما راحت شود. مطمئناً اگر زبان، کلمه و واژه نبود ما برای انتقال معنا کاری بس دشوار در پیش رو داشتیم. اما معنا کجاست؟

معنا را ما میسازیم. همانطور که بیان شد معنا در اختیار نوع گذران عمر ماست و تلاش ما برای برقراری ارتباط. این دو به هم وابسته اند. تلاش ما برای برقراری ارتباط و تلاش ما برای انتقال معنا. ما میخواهیم معنا رد و بدل شود؛ پس تلاش میکنیم به ساده ترین شکل آن وارد و بدل کنیم. اینجاست که قدرت خداوند در اعطای توان تولید زبان در انسان ها به میان می آید. این توان در حیوانات بسیار محدود است؛ نهایتاً در حد همان نیازهای روزمره خود میتوانند با هم ارتباط برقرار کنند. اما انسانها به وسیله زبان و انتقال معنا از مجرای آن میتوانند فرهنگ، تمدن و هنر تولید کنند. کار به رسانه ها که میرسد معما قدری پیچیده تر میشود. رسانه ها مجرای دوم انتقال یک معنا شده اند. معنایی که در افواه جامعه شکل گرفته و از مجرای اصلی خود یعنی زبان، واژه ها و کلمات میتواند انتقال یابد گاهی درگیر مجرای دیگری میشود به نام رسانه؛ به عبارتی ساده تر زبان و کلمات این روزها استقلال انتقال معنای خود را گم کرده اند و در حلقوم مجرای رسانه ها گیر افتاده اند. اگر چه که رسانه ها بدون کلمات و واژه ها هیچ هستند اما نکته اینجاست که سایه ی رسانه بر زبان و واژه ها باعث شده ما در فراگرد ارتباط، معنای مجزایی از معنای اول را ببینیم.

کلام رهبری

امروزه رسانه هادر مقام القاگر فرهنگ هستند



امروز رسانه‌ها در دنیا فکر، فرهنگ، رفتار و در حقیقت هویت فرهنگی انسانها را القاء میکنند و تعیین‌کننده هستند. رسانه‌ها میتوانند در بهبود وضعیت زندگی انسان مؤثر باشند؛ میتوانند در گسترش صلح و امنیت جهانی مؤثر باشند؛ میتوانند در ارتقای اخلاق و معنویت در میان انسانها مؤثر باشند و میتوانند انسانها را خوشبخت‌تر کنند؛ متقابلاً میتوانند وسیله‌ی برافروختن جنگهای خانمان‌سوز باشند؛ میتوانند عادات و آداب و رفتارهای مضر را در میان مردم رایج کنند؛ میتوانند ملت‌هایی را از هویت انسانی خودشان و هویت ملیشان تهی کنند و میتوانند احساس تبعیض را در انسانها زنده کنند. رسانه‌ها امروز نقش‌شان خیلی زیاد است. اگر در سطح بین‌المللی مدیریت و برنامه‌سازی رسانه‌ای بر اساس معیارهای اخلاق، فضیلت، برابری و تکیه‌ی بر مفاهیم واقعی انسانی باشد، ملتها سود خواهند برد. اگر رسانه‌ها برنامه‌سازی و مدیریتشان بر اساس منافع کمپانیهای اقتصادی، ثروتمندان بین‌المللی، قدرتمندان تمامیت‌خواه و انحصارطلب باشد، یقیناً بشر زیان خواهد کرد.

۱۳۸۵/۰۲/۲۶

سیمایی از کنشگری رسانه‌ای زنان

سیده ریحانه فاطمی

نقش رسانه و فضای مجازی در روشننگری و هدایت افکار عمومی بر کسی پوشیده نیست. وسایل ارتباط جمعی و از جمله مطبوعات با قدرت اطلاع رسانی سریع نقش اصلی را در دانش و بینش در عرصه‌های گوناگون اجتماعی، سیاسی، اقتصادی در جوامع ایفا می‌کنند و با تأثیرگذاری بر افکار می‌توانند در محو، حفظ و یا توسعه امری در جامعه اقدام کنند. مطبوعات و رسانه‌ها در کانون توجه تمامی اعضای جامعه از دولتمردان گرفته تا احزاب و سازمان‌های سیاسی و گروه‌ها و سازمان‌های دولتی و غیرانتفاعی قرار دارد و با توجه به قدرت تأثیرگذاری آن‌ها بر افکار عمومی، در اختیار داشتن یک رسانه به عنوان یکی از اهداف مهم به شمار می‌آید. حوزه زنان هم از این قاعده مستثنی نیست. با توجه به اقتضائات جنگ نرم دشمن، آسیب‌شناسی فضای داخلی فرهنگی- رسانه‌ای کشور، همچنین به دنبال احساس تکلیف، افراد در این عرصه پا پیش گذاشته‌اند. از سوی دیگر مطالبه‌گری اجتماعی از مسئولیت‌پذیری جدا نیست و اگر افراد درخواستی داشته باشند امداد رقیبال آن درخواست هیچ تعهد و مسئولیتی را نپذیرند، طرح مطالبه معنایی ندارد. طی سالیان متعدد هم تلاش شده موانع حضور زنان در عرصه‌های مختلف رفع و شاهد افزایش توانمندی آنان در عرصه‌های اقتصادی، مدنی، فرهنگی و سیاسی هستیم. یکی از مسائلی که جوامع

اسلامی پیش رو دارند، محو شدن فرهنگ سنتی در برابر سلطه فرهنگی خواهد بود. این شاخص در فعالیت‌های رسانه‌ای بانوان نمود بیشتری دارد ولیکن یا افراط شده یا تفریط، بسیاری از افرادی که به خیال خودشان خواستند با نگاه اسلامی دنبال حقوق بانوان باشند و فعالیت رسانه‌ای در این زمینه داشته باشند، در نهایت شاهد آن هستیم که درگیر دغدغه‌های کم‌اولویت دار شدند و گویی از آن‌ها دور افتادند شاید هم بهتر است بگوییم از دیگر فعالین حقوق زن هم تأثیر زیادی می‌پذیرند. سطح دغدغه مندی و شروع این‌گونه افراد بسیار پر شور می‌نماید و قابل تحسین است، اما نمی‌دانم کجای مسیر اشتباه می‌روند؟! البته که نمی‌شود منکر فعالیت‌های کم‌نظیر سایر افراد باشیم. بایستی در جهت شکوفایی فرهنگی و نیازهای متناسب جامعه امروز که در الگوی ایران- اسلامی هم به نوعی این فضا دنبال می‌شود، پیشرفت صحیح جریان داشته باشد و گرنه به صرف یک سری آمارهای افزایش در حوزه نقش‌آفرینی رسانه‌ای زنان و بدون تحلیل محتوا نمی‌توان به خروجی‌های امیدوارکننده‌ای رسید. در این راستا بحث توانمند سازی و آگاهی بخشی زنان بایستی هرچه بیشتر مورد توجه قرار گیرد، این آگاه‌سازی می‌تواند به بانوان کمک کند تا به اهمیت نقش و حضورشان چه در خانواده و چه در جامعه بهتری بپردازند.

کتاب گردی

درآمدی بر حکمرانی فضای مجازی

کتاب رشد دانشگاه امام صادق علیه‌السلام مراجعه نمایند.



کتاب درآمدی بر حکمرانی فضای مجازی، مجموعه‌ای از درس‌گفتارهای دبیر شورای عالی فضای مجازی، سید ابوالحسن فیروزآبادی، پیرامون تحولات فضای مجازی و تأثیرات آن بر نظام‌های اجتماعی و حکمرانی کشورها است توسط انتشارات دانشگاه امام صادق علیه‌السلام منتشر شد. این اثر به همت پژوهشگران هسته خط‌مشی فضای مجازی مرکز رشد دانشگاه امام صادق علیه‌السلام و مرکز ملی فضای مجازی تهیه و تنظیم گردیده و در اختیار پژوهشگران و سیاست‌گذاران فضای مجازی کشور قرار گرفته است. علاقه‌مندان جهت دریافت اطلاعات بیشتر و تهیه کتاب «درآمدی بر حکمرانی فضای مجازی» به فروشگاه اینترنتی

صاحب امتیاز: بسیج دانشجویی دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی (ره)

نشریه دانشجویی حنیفا

سردبیر: متین شریفی

مدیر مسئول: سهیل حجتی

hanifamag.atu@gmail.Com

hanifamag_

hanifamag

۰۹۱۸۲۱۱۳۴۷۱