

سعید توری آزاد / جام جم

چرا از ابتدای تاسیس آثار کارهای این معاونت در بیرون دیده نشده است و به نوعی سکوت اختیار کرده‌اید؟
این موضوع را قبول دارم، اما دلیلش این بود که نمی‌خواستیم در مورد موضوعی صحبت کنیم که هنوز نمره کارمان مشخص نشده است. اما از یکی ۲ ماه گذشته که مراسم افق رسانه بر گزار شد اولین حرکت جدی ما در نشان دادن نمره کار مان آغاز شد و حالا با یا گرفتن معاونت می‌توانیم حضورمان در فضای مجازی را در شأن ملت ایران و سازمان صدا و سیما نشان دهیم. امیدواریم بتوانیم دیگر پیگیری کنیم.

چه لزومی برای تشکیل این معاونت وجود داشت؟

دلیل و پایه تشکیل چنین معاونتی این بود که فضای رسانه‌ای به طور جدی تغییر کرده است. تا پیش از این بزرگ‌ترین رسانه تلویزیون و بعدرادیو بود مطبوعات و کتب و امثال آنها بودند، اما در عصر حاضر رسانه‌های نوظهوری آمده‌اند که ارزان، گسترده، تاثیرگذار و با دسترسی آسان هستند که به همین دلیل اگر رسانه ملی وارد این حوزه نمی‌شد وزین بودن و تاثیر گذاریش به نوعی دچار کمبود می‌شد. پس دلیل اصلی را این طور باید بیان کنیم که فضای مجازی که به عنوان فضای مکمل رسانه ملی به کار گرفته شد، چرا که مخاطبان از رسانه‌های دم‌دست‌تر هم استفاده می‌کنند و رسانه ملی برای تکمیل چرخه رسانه‌ای خود تصمیم گرفت حداقل کار را از این ببیند که این فضا مکمل رسانه باشد.

مهوریت استراتژیک این معاونت چیست؟

این معاونت برای آرایش رسانه‌های جدید کار آمد و جایک و البته ارزان قیمت ایجاد شد تا رسانه ملی مخاطبان خود را حفظ کند و روز روز بیشتر و بیشتر آنها را در دسترس داشته باشد و آنها نیز از این فرصت‌ها استفاده کنند.

اینها باید در نظر داشته باشیم که در قانون اساسی صدا و سیما مانند قوای سه گانه دیده شده است و می‌توان این را نماد دانست که هیچ سازمانی مانند صدا و سیما در قانون اساسی دارای فصل مجزا نیست. پس به دلیل اهمیت جایگاه و توجه به سازمان در قانون اساسی می‌توان گفت صدا و سیما رسانه ملی ایران است و در دنیا و بی شک فصل الخطاب رسانه‌ای در این حوزه محسوب می‌شود.

با وجود این همه سازمان و نهاد پرهزینه و ناموفق حوزه فضای مجازی، شما مشکل ما را در چه می‌بینید؟

مشکل ما در فضای مجازی ندانستن مدیریت فضای مجازی است، یعنی این آگاهی وجود ندارد که فضای مجازی همان قضای حقیقی است یا ضریب بالاتر تاثیر چراکه زمان و مکان در آن معنی ندارد این دیدگاه وجود ندارد که این فضا واقعی است و فقط اسمش مجازی است. چطور است ما در فضای واقعی که در قید زمان و مکان نقل



سیاه‌کلی؛

سال‌هاست در کشور شعارهای زیادی در حوزه فناوری اطلاعات می‌شنویم. درباره موضوع زیر، مرور گر، موتور جستجو و موزیس ریز، ساخت مواد کار خوبی شده است، اما در رقیبه‌های تاری خاصی صورت نگرفته است

هستیم مدیریت تعریف می‌کنیم، اما برای فضای مجازی که این قيود را ندارد هیچ کاری نمی‌کنیم؟ و این می‌انجامد به بی استفاده ماندن موقعیت‌های فضای مجازی. اشکال دیگر در نبود یک تمرکزگرایی است. یعنی وقتی تمرکز وجود ندارد نمی‌توان نیازها را به طور واحد شناخت. مشکل سوم، نبود هم‌افزایی است یعنی در کشور ما مدنها سایت یا موضوع احکام دینی هست، اما وقتی من یا شما سوال دینی داریم باید سایت‌ها را بشناسیم تا وارد آنها شویم. اما در فضای مجازی کسی سایت نمی‌شناسد و اصلا با این روش‌ها نمی‌شود مخاطبلی جلب کرد. هم‌افزایی سایت‌ها در کنار موتورهای جستجوی هوشمند معنی پیدا می‌کند.

مشکل بزرگ دیگر این است در کشور تولید محتوا شده است، اما این محتوا تولید شده کار کرد مجازی ندارد، چرا که چیزی مثل کتاب باید به رسانه مجازی با کلید واژه و ماندتیا تبدیل شود و با فهم از معماری موتور سرچ‌ها محتوا طوری تهیه شود که با کوچک‌ترین اثری در موضوع مربوط محتوای شما به فرد نمایش داده شود. محتوا زیاد داریم اما تولید محتوا برای فضای مجازی صورت نگرفته است. موضوع دیگر هم قوانین و مقررات است که در کشور ما روی آن کار نشده و فقط برای جرایم رایانه‌ای یک قانون داریم، اما سایر موارد قانونمند نشده و همه چیز سلیقه‌ای و مقطعی انجام می‌شود.

فعالیت‌های صدا و سیما را در فضای مجازی چطور ارزیابی می‌کنید؟
سازمان هنوز در فضای مجازی کاری نکرده است. در سازمان صدا و سیما فقط چند سایت وجود دارد، اما راه انداختن چند وب سایت به معنی فضای مجازی نیست. وب‌سایت یکی از نمودهای کوچک فضای مجازی است. به عقیده من با راهاندازی سیستم‌هایی که در برنامه داریم تازه اقدام ما در این حوزه شروع می‌شود و ما می‌توانیم آن را فعالیت مجازی قلمداد کنیم. در نهایت چون اعتقاد داریم هنوز در فضای مجازی فعالیتی صورت نگرفته است پس برایش ارزیابی هم نداریم.

جایگاه اقتصادی موضوع فناوری اطلاعات و جامعه مجازی را بسطع جهان چطور ارزیابی می‌کنید؟
دنیای فناوری اطلاعات دنیای پراردمی است و دلپیش این است که معاملات و زندگی جهانی می‌شود، عرضه و

ورود رسانه ملی به عرصه رسانه‌های مجازی ارزان

اشاره

طی دهه گذشته ساختار جامعه شهری واداری، تغییرات زیربنایی زیادی را تجربه کرده که این تغییر ساختار به دلیل تغییر فناوری رخ داده است.تحول درسیستم عملیاتی بانک‌ها و ادارات و حتی رسانه‌ها نیز نمودهای این تغییر است. موضوع فضای مجازی از زمانی آغاز شد که فناوری اطلاعات حالت اجتماعی به خود گرفت و مجموعه‌ای از مردم در خود در گیر کرد که این روند همچنان ادامه دارد. در کشور ما موضوع رسانه‌های دیجیتال یا رسانه‌های حوزه مجازی تاکنون در حد خبر گزار ی‌هاو سایت‌ها باقی مانده و مدیران، عملی‌ان دورنگه داشته‌اند. بسا دیدگاهی اقتصادی درباره فعالیت‌های جدید رسانه ملی به سراغ لطف‌الله سیاه‌کلی، معاون رسانه‌های مجازی سازمان صدا و سیما و رقیتمو گفت‌وگویی انجام داده‌ام که در ادامه می‌خوانید.

تولید جهانی می‌شود و حتی یک نقاش روستایی می‌تواند نمایشگاهی جهانی در فضای مجازی داشته باشد. پس این فضا مستعد کار و کاسبی است. در همین کشور های مصیبت دیده اروپا مثل یونان و امثال آن تنها صنعت و اقتصادی که هنوز سسریا و سووده است، فناوری اطلاعات است اما در کشور ما اصلا کاری نشده است.

پس دنیایی از شغل و درآمد در فناوری اطلاعات وجود دارد که هنوز استخراج نشده و به مردم عرضه نکرده‌ایم. **وضعیت طرح‌های کلان فناوری اطلاعات کشور را چطور می‌بینید؟**

سال‌هاست در کشور شعارهای زیادی در حوزه فناوری اطلاعات می‌شنویم. یک داشتن سیستم عامل، دو داشتن مرور گر، سه داشتن موتور جستجو، چهارمین موضوع هم زیر ساخت که فقط در همین خصوص فعالیت‌های خوبی شده است، اما در بقیه موارد کار خاصی صورت نگرفته و همه چیز در حد شعار و طرح‌های غیر عملیاتی باقی مانده است.

این روزها می‌بینیم شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های خارجی به صورت عمده به شبکه‌های اجتماعی گرایش پیدا کرده‌اند و خودشان را در این فضاها به مخاطب نزدیک می‌کنند. در این شرایط حاکم بر فضای مجازی کشور فکر می‌کنید چه ظرفیتی برای موفقیت در این عرصه وجود دارد؟

وظیفه ما به عنوان رسانه بر آورده کردن و تامین نیاز مخاطب است، اما وقتی صحبت از شناخت نیاز مخاطب می‌شود مستقیم می‌رویم سرر موضوعاتی که در دین و فرهنگ ما به آنها حساسیت وجود دارد در حالی که مخاطبان و میزان افرادی که دنبال رسانه‌های ناپاک، ضد اساسلام انقلاب هستند به ۲ یا ۳ درصد هم نمی‌رسد و متاسفانه ۹۰ درصد جامعه را امطل این چند قشر معدود کرده‌ایم. چرا نباید به مردم متدین، به مردم تحصیلکره و به فرهنگ اعتماد شود تا خود آنها در این عرصه حضور داشته باشند؟ مشترکات فرهنگی مانند زبان فارسی را که در نظر بگیریم کافی است تا بیشتر جامعه را تحت پوشش داشته باشیم. در آماری که ما به دست آوردیم نزدیک به ۷۸ درصد مردم به دنبال سایت‌های فارسی زبان می‌گردند، پس باید برای آنها محتوای فارسی تهیه کنیم. خود این تولید محتوا یک عامل بازدارنده در مقابل رسانه‌های بیگانه است.

این محیط را تهدید می‌بینید یا فرصت؟

نتکته این است که دنیای مجازی دنیای اندیشه بهتر است و دارنده اندیشه نو می‌تواند گوی سبقت را از دیگران برآید. در این میان باید ببینیم آیا ما دارای اندیشه برتر هستیم یا نه؟ اگر نیستیم که برویم برای خودمان فکری کنیم، اما وقتی دارنده دین جامعی به نام اسلام هستیم و این دین در جمهوری اسلامی نام‌شکلی نو یافته است باید در جهان بتوانیم عرض اندام کنیم، ما در دنیا هنوز پیام خودمان را ارسال نکرده‌ایم، چرا که محصور در یک جغرافیا بودیم و رسانه هم نداشتیم، پس دین اسلام هم هنوز به دنیا عرضه نشده است در مقابل، دنیای غربی که آخرین حرفشان سکولاریسم بود. سکولاریسم‌شان در حال نابودی است. حدود یک قرن است از فلاسفه غرب اندیشه نو می‌بینیم و در مقابل، اسلام هنوز اندیشه خود را اعلام نکرده است. پس ما باید به دنیا دانش و علم و محتوا بدهیم نه بر عکس. ما هستیم که باید پایگاه دانش دنیا را تحت تاثیر محتوای خودمان قرار بدهیم. نه بر عکس. من اعتقاد دارم دنیای اینترنت یک دروازه وسیعی به ما داده است برای اندیشه نوی ما که هرگز فکره از اندیشه ناب اسلامی است.

با توجه به این که صدا و سیما دارای شبکه‌های رادیو تلویزیونی یا دیدگاه‌های مختلف و جامعه مخاطبان گسترده است آیا قرار است تمام آن شبکه‌ها به طور تک تک به این فضا وارد شده و دارای یک بعد مکمل شوند یا فضای مجازی قرار است خود یک رسانه مستقل دیگر شود؟

مکمل بودن حداقل کار ما خواهد بود و به این نقطه رسیدن تازه نقطه آغاز کار ماست و ما بسیار فزاتر از این جایگاه را مدنظر خواهیم داشت، نه این که به آنجا فقط یک کمک فنی داشته باشیم. پس ما علاوه بر این که مکمل رسانه ملی هستیم می‌توانیم خودمان طیف رسانه‌ای تعریف کرده و جامعه مخاطبان خودمان را داشته باشیم. **یعنی می‌خواهید تعریفی غیر از تلویزیون ارائه کنید؟**
رسانه مجازی دارای رسانه‌ها و کارکردهایی است که در رسانه سنتی به طور محتوایی و تکنولوژیکی اصلا تعریف نمی‌شود که یکی از نمودهای شناخته شده آن شبکه‌های اجتماعی است. نمودهای دیگر هم مانند تلویزیون‌های اجتماعی (social tv) یا یاد کست‌ها که به نوعی رادیوهای مجازی هستند. در مراتب بالاتر آنالیز اجتماعی و هوش مصنوعی در رسانه مجازی وجود دارد، اما رادیو تلویزیون عرصه این فعالیت‌ها نیستند.

مخاطبان خود را در بین مخاطبان فعلی تعریف کرده‌اید یا گروه‌های دیگری را در نظر دارید؟

این طوری می‌توانیم تعریف کنیم که آیا می‌شود مخاطبانی که به دنبال سرعت هستند را پای رادیو و تلویزیونی نشان

با لطف الله سیاهکلی، معاون رسانه‌های مجازی سازمان صدا و سیما

گفت‌وگو

با لطف الله سیاهکلی، معاون رسانه‌های مجازی سازمان صدا و سیما

ورود رسانه ملی به عرصه رسانه‌های مجازی ارزان



انجام دادیم و تحت عنوان رسانه «مهر» که از جمله «مردم همراه رسانه» برداشت شده است و نامی است برای همان IPmedia، کار را جلو بردیم این سیستم با یک دستگاه تنظیم یا همان سست‌تاب پاکسی فعالیت می‌کند که با یک خروجی به هر صفحه نمایشی می‌تواند متصل شود و مردم با داشتن یک دستگاه رسانه مهر هم صاحب کامپیوتر می‌شوند، هم دی‌وی‌دی پلیر و هم تلویزیون و حتی اینترنت. دیگر نیازی نیست برای استفاده از هر پلتفرمی بروید پشت آن دستگاه بنشینید، با این دستگاه می‌توانید تمام آن کارها را انجام دهید و این سیستم در واقع تجمیع همه رسانه‌هاست.

به نظر ما این درنیا مدل نمونه‌نور دارد بر نصد و سیماست و با این مدل مردم هزینه کار کردشان کاهش می‌یابد علاوه بر آن می‌توانند از مزایای بسیار دیگر هم استفاده کنند. و مزیت برتر آن است که با آمدن رسانه مهر سرعت انتقال داده در فضای مجازی بسیار بالا خواهد رفت.

تعمای وجود دارد؟
ما با دانشگاه یزد همکاری داشتیم و موتور جستجوی ایرانی را که مبتنی بر فرهنگ و زبان فارسی است از این طریق پیاده کردیم. این سامانه در فاز صفر ۴۰۰ میلیون پرونده را می‌خواند که در فاز بعدی به ۴۰۰ میلیون پرونده می‌رسد.

برای همکاری یا بخش خصوصی برنامه دارید؟
اصلا مدل ما برای کار کردن با کارمند دولت نیست، مدل ما از پایه برای همکاری یا بخش خصوصی است. همین الان ما فقط ۳۳ نفر پرسنل داریم در حالی که کارهای زیادی انجام داده‌ایم. چطور می‌شود با این مقدار نیرو و این همه کار انجام داد؟ این به خاطر مدل کاری است. این افراد اجرایی نبودند بلکه نظارتی و سیاستگذار بودند، کار هم توسط بخش خصوصی انجام شده است که این مدل را ادامه خواهیم داد.

حالا اگر کسی بخواهد با شما همکاری کند چطور باید از برنامه‌ها و نیازهای شما با خبر شود؟ چطور باید با شما ارتباط برقرار کند؟
باید در نظر داشت ما کار را تازه شروع کردیم و ابتدای راه هستیم و هنوز می‌توان گفت کاری برای تبلیغات

شده است برویدند که انتقال سیگنال است بر بستر کابل و فیبر. حالا باید ببینیم با تغییر فناوری آیا ماهیت هم تغییر کرده است؟ پاسخ منفی است و ماهیت همان است پس باید قانون اصلاح شود و نه ماهیت قانون.

این که صدا و سیما ی کشور بشود متولی فضای مجازی نمونه دیگری در دنیا دارد؟

در سایر نقاط جهان هم این طور نیست که فضای رسانه‌ای تماما در اختیار افراد حقیقی و احزاب سیاسی باشد. در همه جا یک حاکمیت بر امور وجود دارد و اعمال سیاست‌های کلان هر جامعه از طریق یک حاکمیت اعمال می‌شود. در همه جا رسانه‌های گروهی مانند رادیو تلویزیون و اینترنت که اثر گذاری آنها شمول زیادی دارد را در اختیار کسی نمی‌گذارند و چیزی که عمومیت دارد اجرا و فعالیت بر بستر آن حیطه‌هاست که به عهده دیگران گذاشته می‌شود. در در آمریکا مجلس سناکلید اینترنت را به دست اوپاما داده است و یک کلید دیگر کلید بمب‌های هسته‌ای است. این یعنی اینترنت را در جهان خاموش بکنند. حالا در کشور ما آیا این درست است که فضای مجازی بدون متولی توزیع شود؟ ما اعتقاد داریم صدا و سیما باید متولی صوت و تصویر در فضای مجازی باشد، اما در حوزه متن و عکس جاهای دیگری مثل وزارت ارشاد و خبرگزاری‌ها و امثال آن می‌توانند وارد شوند. به طور شفاف می‌خواهم بدانم صدا و سیما چه قسمت‌از حاکمیت بر اینترنت را می‌خواهد به عهده بگیرد؟ یا به بیان

دیگر چه نوع اعمال حاکمیت را بر رسانه‌های مجازی می‌پسندد؟

چون الان قانون مصوب نداریم صحبت در این خصوص کمی سخت و شاید ناپخته است، اما چیزی که واضح است در کشور به یک سازمان تنظیم مقررات محتوایی نیازمندیم و باید به سمت این ایده‌آل حرکت کنیم. یعنی همان طور که سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در وزارت ارتباطات داریم برای نظارت بر امور فنی حوزه فرکانسی، باید یک تصمیم گیر و ناظر بر محتوا داشته باشیم. در آن محیط همه گروه‌های که می‌توانند عضو شوند و برای محتوا تنظیم مقررات کنند.

نیاز قانونی می‌طلبید که این محیط تشکیل شود، جاهایی مانند کمیته مبارزه با جرایم رایانه‌ای یا رسانه‌های مجازی و حتی قانونگذاری یا لایش محتوا باید در این نهاد گرد هم

سیاهکلی؛
در محیط مجازی مخاطب می‌تواند در طول روز یا هفته هزاران ساعت برنامه ببیند و استفاده کند آن هم در بین کارهای روزانه. در نتیجه چاره‌ای نداریم جز

جمع شوند تا در یک محیط همگراانه چندصدایی در این خصوص از بین برود. **کمی به کارکردهای معاونت رسانه‌های مجازی سازمان صدا و سیما پیرو داریم. پیش از تشکیل این معاونت فعالیت‌های پر اکتده‌ای داخل سازمان در این حوزه انجام می‌شد. از وقتی آمدید محیط را چطور ارزیابی کردید و برنامه‌شما برای کارهای عملیاتی و تحقیقاتی چیست؟**
باید همه چیز را از صفر شروع می‌کردیم چون باید مدل پیشنهاد می‌دادیم، نیرو می‌گرفتم و حتی کار تحقیقاتی و مطالعاتی را شروع می‌کردیم. نهاد یا دفتر و جایی نبود که بیایم از آنجا شروع کنیم به کار. خوشبختانه در این مدت شوق و قانون جدید هم باید این موضوع را تعریف کند. حالا قانونگذار است که باید این وسط در ست بیندیشد و با اعتقاد داریم اگر قانونگذاران قبلی امروز هم حضور داشتند امروز هم اداره و تمرکز این محیط را به صدا و سیما می‌سپردند. و نکته دیگر هم موضوع فناوری انتقال است که تغییر کرده. یعنی تا در یروز تکنولوژی فقط پرود کست بود یعنی ارسال امواج از طریق فرستنده‌های رادیو تلویزیونی و امروز