

## کوتاه تراز گزارش

مدت هاست که مطرح شدن نام ستاد اجرایی فرمان امام (ره) همه را باد و اکسن داخلی کرونا می‌اندازد؛ و اکسنسی که شنیدن خبرهای متعدد درباره گذراندن فازهای مختلف تست‌های آن، امیدمان برای نزدیک شدن به پایان همه‌گیری بیماری کرونا را بیشتر می‌کند. دیروز محمد مخبر، رئیس این ستاد درباره تازه‌ترین خبر تولید و اکسن داخلی گفت: «از شش مسیر ساخت و اکسن را بنیان گردیم که در یک مسیر با سرعت بیشتری جواب گرفتیم که آن روش، تولید و اکسن از ویروس کشته شده بود؛ امری که در ایران سابقه داشته است و خوب‌بختانه از هفته‌ای‌نده، تولید انبوه آن را شروع می‌کنیم».

به گزارش جام جم، محمد مخبر ظهر دیرerer در دیدار با آیت‌الله سید محمد سعیدی، تولیت آستانه مقدسه حضرت معصومه (س) و نماینده ولی‌فقیه در استان قم به دیگر فعالیت‌های ستاد در حوزه کرونا اشاره کرد و ادامه داد: «در دنیا هر دارویی به عنوان داروی مؤثر بر درمان کرونا مطرح می‌شد، قیمت آن بسیار بالا می‌رفت؛ به همین علت مادر مجموعه‌های تخصصی خود به سرعت اقدام به تولید آن دارویی کردیم تا با استفاده از بسترهای داخلی، هزینه‌ای بر کشور تحمیل نشود».



**۱۶۰ هزار واحد مسکونی ساخت** رئیس ستاد اجرایی فرمان امام (ره) روز گذش  
در قسم در مراسم آغاز عملیات اجرایی واحد  
۱۸۰۰ واحد مسکونی طرح اقدام ملی پروژه برنا  
نیز حاضر شد. او علاوه بر خبرهای خوش  
حوزه تولید واکسن و دارو به فعالیت‌های  
ستاد در حوزه مسکن اشاره کرد و گفت: «از  
هزار مسکن ملی که قرار بود در کشور ساخته  
شود، ستاد اجرایی فرمان امام (ره) ۱۰۰۰  
واحد آن را تقلیل کرده است که بخشی از این  
ساخت و سازها در زمینهای ستاد اجرای  
انجام می‌شود».

براساس اظهارات رئیس ستاد فرمان امام (مردم مجموع عربی به ۱۶۰ هزار واحد باساز و کاره مختلف، از جمله کمک مالی و اقام مسکن حال ساخت است که بخش اعظم آن مردم به طرح اقدام ملی است. مخبر درباره دفعاتیت‌های ستاد ادامه داد: « ستاد اجر علاوه بر عملیات عمرانی و ساخت مسکن بازسازی منازل در روستاهای به دلیل سیل با توجه به شدیدتر شدن دلخواه است».

**۳) راه اندازی تولیدی چادر مشکی در قرق**  
سفر رئیس سたاد اجرایی فرمان امام (ره) به  
خبرهای دیگری هم به همراه داشت: اعیان  
تفاهم نامه‌ای با مشارکت ستاب اجرایی فرق

امام در خصوص احداث بزرگترین کارخانه تولید چادر مشکی به عنوان بند شهر کرد.  
اهل بیت(ع) در شهر قم یکی دیگر از آنها بهرام سرمست، استاندار قم در آئین انعقاد تفاهم نامه همکاری سرتاسری فرد حضرت امام(ره) و استانداری قم بیان کرد.  
راه اندازی این واحد، چادر مشکی به عنوان یکی از اجزای بسته سوغات استان به بازارهای داخلی و بین المللی عرضه می شود. این که مشخص است، براساس برآورد انجام شد.  
سالانه ۸۰ میلیون مترمربع چادر مشکی کشور می شود. در حالی که مجموع تولید مدخل رقیب بین ۱۵-۲۰ میلیون مترمربع است، موضعی که برای کشوری مانند ایران که سصرف چادر مشکی بالایی دارد، قابل تأمینه است. محمد مخبر در اینباره گفت: «در کارخانه پارچه‌ای مورد استفاده قرار گیرد. جنس خارجی قطعاً بهتر خواهد بود.»  
استاندار قم نیز درباره جزئیات بیشتر این تفاهم نامه گفت: «با احداث این واحد ۱۸ میلیون مترمربع سالانه چادر مشکی در کشور تولید خواهد شد و این طرح به ۲۰۰۰ نفر اشتغال ایجاد خواهد کرد.» وی اداد: «مجموع اعتباری که براساس تفاهم من برای احداث این واحد در نظر گرفته شده اس بیش از ۱۱۳۰ میلیارد تومان خواهد بود. سرمایه‌گذاری بسیار چشمگیر و تحول آفرین خواهد بود.»

## ۱۴۰۰ تا تیر سالمندان کرونای واکسیناسیون تکمیل

علیرضا رئیسی، معاون بهداشت وزارت بهداشت با اشاره به برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته برای تزریق واکسن کرونا به سالمدنان، گفت: با توجه به ورود واکسن‌های تولید داخل، پیش‌بینی می‌کنیم از فورورده اکسیناسیون این افراد را آغاز و تا آخر تیرماه به اتمام برسانیم. وی افزود: در سطح کشور حدود هشت میلیون نفر بالی، ۶۵ سال، دارایم که این تعداد را فاقد می‌باشیم؛ قار، گفتند. /حامد دبلیو.



وقتی الگویی نداریم

سهولت دسترسی به محتواهای نامناسب، اتفاق تازه‌ای نیست. فیلترینگ بسیاری از شبکه‌های اجتماعی به دلایل همچنان ادامه دارد و همین نکته باعث در دسترس قرار گرفتن بسیاری از فیلترشکن‌ها برای مخاطب فضای مجازی شده است. از سوی دیگر خانواده‌ها هم آگاهی کامل یا نظرات درستی روی فعالیت کودکان‌شان در فضای مجازی ندارند. اماسوال این است کنچکاوی کودکان برای فهم این محتوا منجر به چه اتفاقی می‌شود؟ به این مفهوم که انتشار و فراگیری این ویدئوکلیپ چه تاثیری بر کودکان و نوجوانان خواهد گذاشت؟ فاطمه قاسم‌زاده، روان‌شناس کودک است. او به جام جم می‌گوید: «قطعاً این محتوا تاثیرات بسیار بدی روی کودکان و نوجوانان خواهد گذاشت اما موضوع امروز این تاثیرات نیست. این اتفاق این است که مابه جای برخورد و منوعیت پاید کودکانمان را آگاه کنیم اما راه‌های گستردۀ این آگاهی‌سازی را بسته‌ایم. یعنی از یک سو راه ورود این محتواهای نامناسب را بازگذاشته‌ایم و راهکاری جز برخورد با آن نمی‌بینیم و از سوی دیگر روشی درست برای آگاهی کودکانمان در رابطه با تاثیرات نامناسب این محتوا نداریم.» این روان‌شناس کودک برای این موقعیت از اصطلاح کودک‌آزاری ساختاری استفاده می‌کند و معتقد است ناآگاهی کودکان از این وضعیت مصدق آشکار این کودک‌آزاری ساختاری است.

به باور او پس از سیاست‌گذاری‌های نادرست، خانواده‌ها هم به نوعی در فهم کودکان در این فضای ناتوانند. او می‌گوید بسیاری از کودکان در این حوزه پیش‌روتاز والدین هستند و این می‌تواند بسیار خطرناک باشد. موضوع مورد اشاره اورا بسیاری به عدم فهم سواد رسانه‌ای هم مربوط می‌دانند. نکته‌ای که پیشتر نیز مورد توجه بسیاری از کارشناسان حوزه فضای مجازی قرار گرفته بود، این که نبود سواد رسانه‌ای میان عame مردم می‌تواند یک خطر نهفته باشد و تاثیرات آن با توجه شیوع شایعات در جامعه بسیار

نکته دیگر مورد اشاره فاطمه قاسم‌زاده هم جای تامل فراوانی دارد، موضوعی معطوف به الگویی برای فرهنگ جامعه که باید از بالادست صورت بگیرد و نه تنها صورت نگفته بلکه راه را برای الگوهای نامناسب در حوزه‌های فرهنگی باز گذاشته است. او به حام جم می‌گوید: «ما با چهره‌های بسیاری به دلایل مختلفی مبارزه کردیم و از سوی دیگر الگوهایی معرفی کردیم که بسیار نامناسب بوده‌اند. این درست که با پخش آهنگ‌های خوانندگانی همچون ساسی مانکن در فضای کودکانه مهدکودک‌ها مبارزه شده‌اما هیچ جایگزین مناسبی برای آن تهیه نکردیم. تنها می‌دانستیم که این محظوظ‌مبتدل است و تاثیر نامناسبی روی کودکان دارد اما فراموش کردیم جایگزینی برای آنها بایابیم».

## پرخورد قانونی چقدر میسر است؟



در این رابطه با استفاده از محتوای هرزه‌نگاری برای کودکان امادر جهان هم قوانین سختگیرانه‌ای وجود دارد، در ایران هم قوانینی در این رابطه موجود است اما نکته اینجاست که آیا می‌توانیم ثابت کنیم محتوای مورد اشاره در ویدئو موردنظر ضدکودک است؟ مادر حوزه قوانین در این راستا در چهار قرار داریم؟

از فاطمه ابراهیمی، مدرس دانشگاه و پژوهشگر حوزه کودک زن و خانواده می‌پرسیم چقدر قوانین داخلی در رابطه با یک فرد با تابعیت ایرانی قابل تعیین به بیرون از مرزهای ایران است؟ او معتقد است قوانین موجود برای طرح شکایت برای یک فرد با تابعیت ایرانی کاربرد دارد. او به جام جم می‌گوید: «می‌توان با توجه به قوانین سختگیرانه موجود در جهان و البته با کمک انجمان‌های مردم‌نهاد بیرون از ایران برای اثبات ضدکودک بودن محتوای ویدئو منتشر شده طرح شکایت کرد.»

اما تابعیت ایرانی در اینجا چه اثرا برآورده است؟ یعنی دارد معمولاً معتقد است

او بینه به قوانین داخلی هم اسرارهای پربرگی دارد و معنده است.  
براساس بند ۶ ماده «قانون حمایت از اطفال و نوجوانان می‌توان باکسانی که به این محتوای مبتنی دسترسی کودکان را ایجاد می‌کند یا آن را به آنها ارائه می‌کند برخورد شود.» آن‌طور که معلوم است هم دادستانی، هم وزارت ارتباطات و هم پلیس فتا می‌توانند به موضوع ورود کند اما این که این ورود چقدر موثر خواهد بود، محل بحث است.  
چراکه هم اثبات ضدکودک بودن محتوای منتشر شده آشکار نیست و نیاز به توضیح شرایط مخاطبان این موسیقی در ایران دارد. پیشنهاد دیگر این است که می‌توان با کمک همان انجمن‌ها و براساس بند (الف) ماده ۳۴ کتوانسیون حقوق کودک از تهیه‌کنندگان این ویدئوکلیپ شکایت کرد. نکته اینجاست که کلیپ تازه ساسی شاید مخاطبین کودکان و نوجوانان نباشد اما وقتی بیشتر مخاطبان او را این دسته تشکیل می‌دهند. باید تأثیر این مساله بود.

رهاشدنی فضای مجازی و شبکه ملی اطلاعات

افزایش ضریب نفوذ اینترنت و البته گسترش شبکه های اجتماعی در ایران نسبت مس مقیمی با رهاسنگی فضای مجازی در کشور دارد. موافقان این حوزه (از جمله دولت) آن را به دسترسی آزاد اطلاعات تعبیر می کنند و البته به فیلترینگ معمول خود ادامه می دهند. مخالفان اما معتقدند چاره کارنه فیلترینگ که مدیریت این حوزه دوای درد است. استدلال آئهانه نه تنها معمول بجهه های فرهنگی و پیامدهای منفی فراوان آن از جمله همین انتشار موسیقی ساسی مانکن است بلکه ملاحظات امنیتی بسیاری هم در این رهاسنگی فضای مجازی از نگاه آئها وجود دارد. این که با عدم مدیریت فضای مجازی دچار مشکلات بسیاری از جمله مشکلات امنیتی، فرهنگی و سیاسی خواهیم شد. مردم هم به عنوان مصرفکنندگان اصلی از این فضا چالش های بسیاری دارند و به نوعی بپنهاند. از لاهبرداری های بسیار معمول در فضای مجازی گرفته تا انتشار شایعات گسترش در آن که مشکلات بسیاری برای مردم ایجاد کرده است. مسؤولان اما هشدار می دهند و کارشناسان هم از نبود سواد رسانه ای میان مردم گله دارند. تا همین عصر دیروز و در فاصله کمتر از یک روز از انتشار تیز و بدئو کلیپ ساسی مانکن، تنهادر صفحه شخصی این خواننده در اینستاگرام این ویدئو بیشتر از شش میلیون بازدید داشته است. صفحه تهیه کننده این ویدئو در اینستاگرام هم نزدیک به ۱۴۰ میلیون بازدید داشته است. به این مفهوم که همین ۲۸ ثانیه دموی و بدئو کلیپ در کمتر از یک روز نزدیک به ۲۰۰ میلیون بازدید داشته است. اتفاقی که حتی در مناسبات معمول موجود در فضای مجازی هم به نوعی یک رکورد محسوب می شود. اما مشکل کارکجاست؟

فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی حالا زمین بازی بسیاری برای درآمدزایی است. در این فضای مخاطب حرف اول رامی زند و افراد برای جذب مخاطب دست به هر کاری می‌زنند. گسترش این شبکه‌ها جریان اطلاع‌رسانی و تبلیغات را از انحصار رسانه‌های رسمی ببرون آورده و حالا صاحبان کالا تنها به دنبال رسانه‌هایی هستند که بیشترین مخاطب را داشته باشند. این رسانه‌می تواند یک شبکه تلویزیونی و البته گاه می‌تواند یک صفحه اینستاگرامی معمولی باشد. مخاطب برای این رسانه‌های یعنی جذب منعطف مالی بیشتر، همین است که جریان‌های سازمان یافته‌ای برای جذب مخاطب به این شبکه‌ها فعالیت می‌کنند. نمونه آشکار این ماجرا رامی توان در سایت‌های شرط‌بندی هم دید. این سایت‌ها از هر ترفندی برای جذب مخاطب بیشتر استفاده می‌کنند. نمونه آشکار آن جذب چهره‌های معروف در حوزه موسیقی به این سایت‌ها بود. همین فرمول در رابطه با شبکه‌های تلویزیونی هم صدق می‌کند. در یک ماهواره‌ای که اقدام به تولید و تهیه و بیوکلیپ‌های بسیاری می‌کند حالا برای آنچه «مارکتینگ» می‌نماید اقدام به جذب یک ستاره فیلم‌های مستجهن در یک موسیقی به زبان فارسی کرده است تا بتواند با فرایگری آن مخاطب بشتری جذب کند. این کار وقتی با مخالفت بسیار حتی هم صنفان این شبکه هم روبه‌روم شود با استدلال «فهم مارکتینگ» توجیه می‌شود. به این مفهوم که آنها نه تنها این کار را غیراخلاقی نمی‌دانند که اتفاقاً آن را تعبیر به هوش و ذکاوت بالای خودشان برای جذب بیشتر مخاطب می‌کنند. پیگیری اخلاقی بودن این روبه‌رو از افراد فهم‌گردانندگان این جریان و گردانندگان آن است اما این ماجرا در گذشته هم نشانه‌هایی از خود بروز داده بود. در نوروزی که گذشت ساشا سبجاني و پویان مختاری دو چهره سرشناس فضای مجازی هم در لایو اینستاگرام خود از یک چند بازیگر فیلم‌های مستهجن آمریکایی استفاده کردند و حالا حضور یک چهره معروف فیلم‌های این چنینی در یک ویدئو کلیپ ایرانی به نوعی رقابت با این افراد هم تعییر می‌شود. هر چند قربانی این رقابت به نظرمی‌رسد کوکان و نوجوانان ایران و فرهنگی است که روزبه روز آب می‌رود.

دورخیز سازمان رای نوروز

فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی حلازین باری بسیاری برای درآمدزایی است. در این فضای مخاطب حرف اول رامی زند و افراد برای جذب مخاطب دست به هر کاری می‌زنند. گسترش این شبکه‌ها جریان اطلاع‌رسانی و تبلیغات را از احصار رسانه‌های رس‌سی بیرون آورده و حلازین کالا‌تمنها به دنبال رسانه‌هایی هستند که بیشترین مخاطب را داشته باشند. این رسانه‌های تواند یک شبکه تلویزیونی و بتنه گاهی تواند یک صفحه اینستاگرامی معمولی باشد. مخاطب برای این رسانه‌های پیشتر، همین است که جریان‌های سازمان یافته‌ای برای جذب مخاطب به این شبکه‌ها فعالیت می‌کنند. نمونه آشکار این ماجرا رامی توان در سایت‌های شرط‌بندی هم دید. این سایت‌ها از هر ترفندی برای جذب مخاطب پیشتر استفاده می‌کنند. نمونه آشکار آن جذب چهره‌های معروف در حوزه موسیقی به این سایت‌ها بود. همین فرمول در این شبکه‌های تلویزیونی هم صدق می‌کند. «رادیو جوان» به عنوان یک شبکه ماهواره‌ای که اقسام به تولید و تهیه ویدئوکلیپ‌های بسیاری می‌کند حلاز ابرای آچه «مارکتینگ» من نامد اقدام به جذب یک ستاره فیلم‌های مستهجن در یک موسیقی به زبان فارسی کرده است تا تواند با فرآگیری آن مخاطب پیشتری جذب کند. این کار وقیع با مخالفت بسیار حتی هم‌صنفان این شبکه هم روبه‌رومی شود با استدلال «فهم مارکتینگ» توجیه می‌شود. به این مفهوم که آنهاه تنها این کار را غیراخلاقی نمی‌دانند که اتفاقاً آن را تعبیر به هوش و ذکاویت بالای خودشان برای جذب بیشتر مخاطب می‌کنند. پیگیری اخلاقی بودن این روبه‌فراتراز فهم گردانندگان این جریان و گردانندگان آن است اما این ماجرا در گذشته هم نشانه‌هایی از خود بروز داده بود. در نوروزی که گذشت ساشا سبجاتی و پیوان مختاری دو چهره سرشناس فضای مجازی هم در لایو اینستاگرام خود از یک چند بازیگر فیلم‌های مستهجن آمریکایی استفاده کردند و حلاز حضور یک چهره معروف فیلم‌های این چینی دریک ویڈئوکلیپ ایرانی به نوعی رقابت با این افراد هم تعییر می‌شود. هر چند قربانی این رقابت به نظر می‌رسد کو دکان و نوجوانان ایران و فرهنگی است که روزبه روز آب می‌رود.