



امنیتی است، درحالی‌که دنیا چالش‌های دیگری را در این زمینه دنبال می‌کند.

فارسی درباره انتخاب نام این مستند گفت: به نظر می‌رسد فضای مجازی ابعاد وسیعی دارد که دیده نمی‌شوند، این ابعاد اگرچه حقیقی نیستند اما تأثیرات زیادی دارند.

این مستند امشب ۱۱ اسفند ساعت ۲۲ پخش می‌شود و تکرارش فردا ساعت ۱۵ خواهد بود.

بر پیشینه پیشرفت‌های تکنولوژی در دهه ۶۰ و ۷۰ میلادی، نگاهی به دهه ۲۰۰۰ میلادی دارد که در آن فضای مجازی شکل می‌گیرد.

از همین زمان است که توجه به ابعاد اقتصادی و اجتماعی فضای مجازی اهمیت پیدا می‌کند. در بخش دوم نگاهی دقیق‌تر به فضای مجازی داشته و اشاره می‌کنیم که چرخ‌های اقتصادی و اجتماعی چگونه تنظیم می‌شوند. در بخش سوم نیز با رویکردی نقادانه اشاره می‌کنیم که نگاه ما به فضای مجازی، موضوعی

مستند «سایه‌ها» تولید جدید شبکه مستند به کارگردانی محسن فارسی و تهیه‌کنندگی محمدعلی فارسی با نگاهی متفاوت به فضای مجازی آماده پخش شد.

محسن فارسی درباره این فیلم گفت: سایه‌ها مقوله فضای مجازی را از دو بعد اجتماعی و اقتصادی مورد بررسی قرار داده، اتفاقی که تاکنون کمتر مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

این کارگردان افزود: این فیلم سه بخش دارد. بخش اول با مروری

روایت «سایه‌ها» از نگاه امنیتی به فضای مجازی

از امروز با افتتاح نمایشگاه رستا در نمایشگاه

چهار روز پرنشاط بر

فرصت بازاریابی و توسعه بر

رویداد گفت. از مجتبی آزاد درباره چشم‌انداز شرکت در چنین رویداد رسانه‌ای و ابعاد مختلف آن می‌پرسیم که پاسخ می‌دهد: معمولاً هر نمایشگاه سه حوزه دارد. یک بخش کاربران هستند که در دنیای بی‌زینس به اصطلاح مشتریان نامیده می‌شوند. در چنین فرصت‌هایی امکان جذب کاربران جدید فراهم و همچنین زمینه‌ای برای آشنایی کاربران قدیمی با رسانه‌ها ایجاد می‌شود.

وی می‌افزاید: جنبه دیگر به لحاظ فنی است. در این نمایشگاه شرکت‌هایی هستند که در زمینه زیرساخت ویدئو و رسانه کار می‌کنند. مثلاً ممکن است ما نقصی در مجموعه‌مان داشته باشیم که از طریق آشناشدن با آنها بتوانیم به لحاظ فنی به همدیگر کمک کنیم. آزاد درباره بخش سوم

به برنامه‌های جنبی که هرکدام از پلتفرم‌ها برای بازدیدکننده‌ها دارند، جذابیت را برای بچه‌ها بیشتر کنند.

یک رویداد فرصت‌ساز، یک حمایت‌سازنده

بیان شد که نام برخی رسانه‌های صوت و تصویری که به صورت تخصصی برای گروه سنی کودکان و نوجوانان روی خط می‌روند در میان اسامی رسانه‌هایی است که از ساترا مجوز دارند و در این نمایشگاه شرکت کردند. احتمالاً بازدید از آنها برای خانواده‌هایی که کودک دارند و تماشاگر آثار پخش‌شده در این پلتفرم‌ها جذابیت دارد. یکی از این رسانه‌ها «نی‌نی‌کارتون» است که در زمینه پرورش کودکان دوزبانه از طریق تماشای آثار با زبان اصلی فعالیت می‌کند. مجتبی آزاد، موسس نی‌نی‌کارتون در گفت‌وگو با جام‌جم ابعاد حضور این رسانه در نمایشگاه رستا را تشریح کرد و از مزایای شرکت در این

لرزم نظارت بر محتوایای کودک

وی ادامه می‌دهد: متن‌ها، گفت‌وگوها و نوع فعالیت‌هایی که برای بچه‌ها در فضای مجازی انجام می‌شود، باید کنترل و نظارت شود. در دنیا هم پروتکل‌های مشخصی برای تولید محتوای این گروه سنی مشخص شده است که در کشور ما هم این اتفاق افتاده و این کار برعهده ساتراست که در این زمینه هم نگاه جدی دارد.

به گزارش جام‌جم، محتوایی که برای این گروه سنی تولید می‌شود، نیازمند معیارها و فاکتورهایی است و باید طبق قوانینی باشد که نهادهای نظارتی وضع می‌کنند. قیاسی در این باره هم توضیح می‌دهد: من فکر می‌کنم اولین چیزی که در این زمینه مهم است این است که در ابتدا محتوا باید جذاب باشد. بنابراین اولویت با محتوای جذاب است. به این دلیل که تا جذابیتی ایجاد نشود و برای بچه‌ها علاقه‌ای ایجاد نشود، هیچ نکته مهمی را نمی‌توان به آنها منتقل کرد. یعنی تا بچه‌ها جذب نشوند، باقی کارها هیچ اهمیتی ندارد. در فضای مجازی محتواهای بسیاری تولید می‌شود و پلتفرم‌های بسیاری هم تولید محتوا می‌کنند اما باید دید کدام یک توانسته‌اند برای بچه‌ها جذاب باشند.

وی ادامه می‌دهد: بعد از ایجاد جذابیت، آموزش مهم است و نکته مهم در این میان آن است که نکات مهم را به صورت مستقیم به بچه‌ها نگوئیم. چون مستقیم‌گویی برای بچه‌ها نتیجه معکوس می‌دهد. بنابراین قرار آموزشی ما باید در قالب یک فعالیت یا به صورت غیر مستقیم باشد تا تأثیر خودش را روی بچه‌ها بگذارد.

قیاسی درباره تأثیر برگزاری این نمایشگاه و برنامه‌هایی که شرکت‌کننده‌ها برای تعامل بیشتر با کاربران‌شان دارند هم عنوان می‌کند: برگزاری چنین نمایشگاهی را می‌توان خوب و مثبت ارزیابی کرد. به خصوص این‌که خانواده‌ها با شناخت بیشتری از این پلتفرم‌ها می‌توانند در معرفی آنها به بچه‌ها آگاهانه‌تر قدم بردارند. بچه‌ها هم می‌توانند آشنایی بیشتری برقرار کنند و با توجه

والدین‌شان تأثیرگذار باشند و الگوی مناسبی برای سبک زندگی آنها داشته باشند هم می‌گوید: قطعاً محتوای چنین پلتفرم‌هایی باید آموزشی و تربیتی باشد. البته می‌تواند تفریحی هم باشد و نیاز به چنین مسأله‌ای هم هست. با وجود این باید تمرکز بیشتری روی محتوای آموزشی و تربیتی داشته باشیم، ضمن این‌که در تولیدات و فعالیت‌های این پلتفرم‌ها نیز باید نظارت دقیقی وجود داشته باشد. این کارشناس رسانه و استاد دانشگاه در پایان برگزاری نمایشگاه رستا را مثبت ارزیابی کرده و عنوان می‌کند: این نخستین نمایشگاهی است که ساترا برگزار می‌کند و اقدام بسیار خوب و ارزشمندی است. چون می‌تواند فضای خوبی برای تعامل و گفت‌وگو بین تولیدکنندگان محتوا باشد. از طرفی مردم و به خصوص کاربران فضای مجازی می‌توانند با برخی پلتفرم‌هایی که کمتر آشنا هستند، در این نمایشگاه آشنا شده و تعامل خوبی در زمینه‌های مختلف داشته باشند. بنابراین چنین نمایشگاهی می‌تواند دستاوردهای خوب، مثبت و تأثیرگذاری داشته باشد.

اول جذابیت، بعد آموزش

همان‌طور که اشاره شد امروزه اینترنت نقش مهمی در هریک از جنبه‌های زندگی ما ایفا می‌کند. کودکان و نوجوانان نیز اینضا را بستری جالب و هیجان‌انگیز برای سرگرمی و یادگیری می‌دانند اما خطرات فراوانی نیز بر این پلتفرم حاکم است که نیاز به نظارت و قانون‌گذاری در این حوزه است. به همین علت، فقط در صورت مراقبت و حفظ ایمنی کودکان و نوجوانان در فضای مجازی می‌توان آن را به عنوان منبع اطلاعات و سرگرمی موثری برای آنها در نظر گرفت. از این رو در نمایشگاه رستا نیز پلتفرم‌هایی حضور دارند که فعالیت‌های‌شان در حوزه کودک و نوجوان است. به بهانه بررسی این پلتفرم‌ها با پریسا قیاسی، روان‌شناس کودک گفت‌وگو کردیم.

پریسا قیاسی، روان‌شناس کودک درباره نحوه نظارت بر پلتفرم‌هایی که برای این گروه سنی تولید محتوای می‌کنند، به جام‌جم می‌گوید: من فکر می‌کنم باید گروهی مشکل از کارشناسان و روان‌شناسان کودک که با حوزه رسانه هم آشنایی دارند، بر محتوای پلتفرم‌هایی که در زمینه کودک و نوجوان فعالیت می‌کنند، نظارت داشته باشند که این کار را ساترا انجام می‌دهد و از زمان تاسیس آن تا به امروز روی این پلتفرم‌ها نظارت داشته است. به این خاطر که هر محتوایی که برای کودک و نوجوان تولید می‌شود، باید تحت نظارت کارشناسان باشد تا تأثیرات منفی روی بچه‌ها نگذارد.

از آنجا که بچه‌های امروز بیشتر وقت خود را در فضای مجازی می‌گذرانند و حتی بازی‌های‌شان را نیز در همین فضا دنبال می‌کنند و زندگی‌شان را تحت تأثیر قرار داده است، کمبود محتوای بومی برای کودک و نوجوان در فضای مجازی بسیار محسوس است که در این میان صداوسیما به عنوان مهم‌ترین و تأثیرگذارترین رسانه با کمک پلتفرم‌های دارای مجوز ساترا می‌تواند به تقویت محتوای کودک در فضای مجازی کمک کند که این اتفاق در نخستین نمایشگاه رستا افتاده و می‌توان انتظار خروجی‌های خوبی را از این نمایشگاه داشت. به همین خاطر از خانواده‌ها و عموم مخاطبان دعوت شده است که در این رویداد شرکت کنند و با پلتفرم‌هایی که در حوزه‌های مختلف همچون بازی، پخش کارتون و... به صورت روزانه با آنها سروکار دارند از نزدیک آشنا شوند یا پلتفرم‌های جدید را بشناسند.

لرزم نظارت بر محتوای ویژه کودکان

امیدعلی مسعودی، کارشناس رسانه که نگاه ویژه‌ای به حوزه سواد رسانه‌ای دارد حضور پلتفرم‌های کودک و نوجوان را در چنین نمایشگاهی که برای اولین بار اتفاق می‌افتد، مثبت دانسته و می‌گوید: قانون‌گذاری و نظارت روی پلتفرم‌های کودکان و نوجوانان در همه جای دنیا حساسیت و دقت بسیاری دارد و در این زمینه نظارت‌های جدی وجود دارد؛ چون این گروه سنی از اهمیت بسیاری برخوردار است. از این‌رو طبیعی است که در کشور ما نیز قانون‌گذاری و نظارت درستی باید روی محتوای کارهای کودک و نوجوان وجود داشته باشد. وی در ادامه با ذکر مثالی توضیح می‌دهد: مثلاً در کشور فرانسه هر نشریه‌ای که بخواهد برای این گروه سنی منتشر شده یا هر پلتفرم و وب‌سایت ایجاد شود، قانون مانعی برایش ندارد اما یک سری قوانین و محدودیت‌ها را برایش متصور می‌شود و باید هم این قوانین رعایت شود و نگاه بسیار جدی در این زمینه وجود دارد. آن‌ها هم به دلیل روحیه حساسی است که بچه‌ها داشته و همچنین اهمیتی که این گروه سنی و تأثیرگذاری که آنها دارند، چون هر محتوایی به راحتی می‌تواند روی بچه‌ها تأثیر بگذارد و از آن الگو بگیرند، به خصوص این‌که بچه‌های امروز بیشتر زمان خود را در فضای مجازی می‌گذرانند و کنترل این فضا کار راحتی نیست. مسعودی همچنین می‌افزاید: در هر کشوری و با هر قوانینی باید آموزه‌هایی که می‌تواند شخصیت بچه‌ها را شکل بدهد مورد نظارت نهاد‌های مربوط قرار بگیرد.

وی در پاسخ به این سؤال که چنین پلتفرم‌هایی باید چه محتوایی ارائه کنند که برای بچه‌ها و

پنجشنبه ۱۱ اسفند ۱۴۰۱ شماره ۶۴۴۴

نوشته‌های مجلسی
رتبه‌بندی‌های روزانه
گروه رسانه

رسانه

MEDIA



رویداد

ظرفیت‌های «آومیک» در «رستا»

«آومیک» در واقع همان مرکز نوآوری صنعت رسانه است. در دوره اول که تقریباً به دو سال گذشته برمی‌گردد، هدف این جریان، توسعه زیست‌بوم رسانه و ورود به بحث صنعت رسانه از دریچه حوزه‌های دانشی و علمی بود اما الان بیشتر هدف خدمت‌رسانی به فعالان صنعت رسانه است. آومیک قرار است نیازهای بازیگران نوپای عرصه صنعت رسانه را در شش بخش مشخص شده برطرف کند. در این مسیر، مرکز نوآوری صنعت رسانه جای خودش را به مرکز رشد برای فعالان رسانه داد که هم کارکرد نوآوری و هم کارکرد خدمت‌رسانی را به فعالان صنعت رسانه داشته باشد. آومیک با هماهنگی ساترا می‌تواند خدمات رایگان زیرساختی و خدمات محتوایی در اختیار مجموعه‌های نوپای این عرصه، برگزیدگان و شرکت‌کنندگان قرار دهد. امکانات حداقلی آن رایگان و از حدی بالاتر، هزینه‌هایش تعریف شده‌اند که قاعده‌های تجاری پیدا می‌کند. البته برای فعالان تازه‌وارد این صنعت که دنبال کار کوچکند و برایشان سرمایه‌گذاری جدی صرف نمی‌کند، استفاده از ظرفیت‌های آومیک بسیار کاربردی و به صرفه است.

حضور

رونمایی از فناوری روز در رستا

علیرضا محمدی، مدیرعامل «پلی‌پاد» یکی از پلتفرم‌هایی است که در نمایشگاه رستا حضور دارد. وی در گفت‌وگو با جام‌جم درباره فعالیت‌هایی که در این نمایشگاه دارد، می‌گوید: فعالیت ما در زمینه کنسول بازی ابری است. یعنی پلی پاد آینده‌ای برای صنعت گیم است که با توجه به شرایطی که در این نمایشگاه مهیا شده برنامه‌ریزی کرده‌ایم که بحث معرفی فناوری داشته باشیم.

وی درباره نگاه حمایتی ساترا هم توضیح می‌دهد: طبق صحبت‌هایی که پیش از برگزاری نمایشگاه با دوستان ساترا داشتیم، قرار است ساترا با برگزاری کارگاه‌ها و نشست‌ها و دعوت از سرمایه‌گذاران و برنامه‌های جنبی دیگر باعث دیده‌شدن شرکت‌کننده‌ها باشد. من فکر می‌کنم با توجه به این‌که اولین گروه‌هایی پلتفرم‌های دارای مجوز است، می‌توان پیش‌بینی کرد اتفاقات خوبی بعد از نمایشگاه رقم بخورد. ما نیز برنامه‌هایی را برای برگزاری این نمایشگاه داریم که برای کاربران خواهد بود. ضمن این‌که از فناوری‌های جدید هم رونمایی خواهیم کرد تا کاربران با پلتفرم ما بیشتر آشنا شوند.

موج صدا

انعکاس نمایشگاه با ایرانصدا

ایرانصدا به عنوان یک دنیای بزرگ شنیدنی، در نمایشگاه بزرگ رستا حضور دارد و تلاش کرده با برنامه‌های متنوع، مخاطبان بسیاری را به خود جذب کند. مثل تست گویندگی که قرار است مخاطبان و علاقه‌مندان این حوزه را شناسایی و رقابتی میان آنها ایجاد کند. یکی از مواردی که ایرانصدا پیش از این برای جذب مخاطب استفاده کرده بود، فعالیت صدایپیشگان معروف است که به خود عاملی برای جذب آنها می‌است که به حوزه صدا علاقه دارند یا با حضور این افراد پیشکسوت، به مشارکت در این برنامه‌ها تشویق می‌شوند. حالا به نظر می‌رسد که رستا فرصت دیگری است تا ایرانصدا حضوری گسترده در کنار مخاطبان داشته باشد.