



در گفت‌وگو با رییس مرکز رسانه‌های دیجیتال وزارت ارشاد اسلامی مطرح شد

تولید محتوا در فضای مجازی نیازمند فرهنگسازی در میان کاربران است

منطق فضای مجازی، منطق حکومتی و یا وزارت خانه‌ای نیست

زهره غفاری پور

به نظر می‌رسد همانگونه که موضوع امنیت در فضای مجازی و اینترنت اهمیت بسیاری دارد، بحث درباره محتوای تولید شده در این فضا و اثرات آن بر امنیت به خصوص امنیت فرهنگی و سیاسی از اهمیت بیشتری برخوردار باشد. آسیب‌های ناشی از فضای مجازی بواسطه آنچه از این طریق و تحت عنوان محتوا در اختیار کاربران قرار می‌گیرد می‌تواند هم بخش‌های فردی - اجتماعی و هم بخش‌های ملی و داخلی را تحت تاثیر خود قرار دهد. بر این اساس هر اقدامی بدون برنامه‌ریزی در فضای مجازی می‌تواند مصداق عینی اقدام علیه امنیت باشد و اطلاع رسانی و فرهنگسازی بهنگام در مورد مصادیق آن می‌تواند زمینه ساز کاهش فعالیت‌های مجرمانه در این فضا به شمار رود. از این رو تولید محتوا در فضای مجازی از جمله مهمترین اقداماتی است که برای مقابله با هجمه فرهنگی در فضای مجازی باید مد نظر قرار گیرد و در این راستا از رفتارشناسی کاربران داخلی در فضای مجازی به عنوان ابتدایی‌ترین اقدام گرفته تا دخالت دادن افراد در تولید محتوا باید مورد توجه باشد. در این زمینه با دکتر علیزاده رییس مرکز رسانه‌های دیجیتال وزارت ارشاد اسلامی به گفت‌وگو نشستیم که در ذیل می‌خوانید.

می‌دهند و قاعدتا منتظر ما نمی‌مانند؛ اما جدا از تولید محتوا، اینکه محتوا را چگونه باید بگذاریم هم مسئله است. ایران کشوری است با چندین هزار سال سابقه تمدن. ما صاحب یکسری نسخ خطی با ارزش و بسیاری از علوم پایه و دانش روز هستیم اما اینکه این دانش و تمدن را چه کسی باید محتوا سازی کند و یا چگونه این نسخ باید نرم‌افزاری شود و با چه فرمتی دیجیتالی شود و غیره (چرا که برخی از فرمت‌هایی که در حال حاضر دیجیتالی شده متاسفانه قابلیت استفاده ندارد.) تا در این فضا قرار بگیرد؛ جای برنامه ریزی دارد و

آقای دکتر علیزاده در حال حاضر وضعیت محتوا و امنیت آن در رسانه‌های دیجیتالی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در بحث محتوا و تولید آن در فضای مجازی هیچ محدودیتی از لحاظ زمان، مکان، نحوه دسترسی، شکل و غیره وجود ندارد و این عدم محدودیت باعث می‌شود کوچکترین غفلتی سال‌ها حرکت ما را در تولید محتوا به عقب سوق دهد. اگر ما محتوا تولید نکنیم و یا آنچه داریم را در فضای مجازی نگذاریم دیگران اینکار را انجام

بزرگترین چالش ما در محتوا سازی و ارایه آن از طریق اینترنت این است که حتی اگر محتوا داریم ابزار سرچ و سرور در فضای مجازی برای ارایه آن نداریم.

کارهایی که باید انجام شود آشنا کردن کاربران با محتوا سازی و محتوا گذاری در فضای مجازی است.

تجربات و ارتباطات آیا تا به حال در این زمینه اقدامی از سوی مرکز صورت گرفته است؟

متأسفانه خیر. البته کار خاصی بجز آشنا کردن کاربران با محتوا سازی و محتوا گذاری نمی توانیم انجام دهیم. در حال حاضر نیز طرح فرهنگ سازی برای حضور موثر، مثبت و ایجابی کاربران در فضای مجازی را از طریق تیزرهایی که در صدا و سیما پخش می شود و یا انظار از اعتیاد اینترنتی و وب گردی را در قالب آگاه سازی کاربران در برنامه کاری قرار داده ایم. بعضی اوقات کاربر وارد فضای اینترنت می شود و ساعت ها زمان صرف اینکار می کند اگر بعد از وب گردی چک کنید متوجه می شوید ۹۰ درصد جاهایی که کاربر رفته است با خواست قبلی نبوده بلکه ناخودآگاه به این فضاها کشیده شده؛ اما اینکه چگونه باید وارد فضای مجازی شد و از وب گردی پرهیز کرد جزو برنامه های بعدی است که باید به آن پرداخت.

تجربات و ارتباطات شما محتوای سالم را چه محتوایی تعریف می کنید و کاربر چگونه می تواند به این محتوا بدون وب گردی دسترسی پیدا کند؟

اولین گامی که کاربر برای بدست آوردن اطلاعات برمی دارد رفتن به گوگل و ویکی پدیاست که بسیاری از اطلاعات موجود در آن فاقد استناد کافی است. اینکه چه کسی و با چه رویکردی این اطلاعات را گذاشته معلوم نیست و این ناشی از مشکل عدم دانش نامه ای است که کاربر ایرانی بتواند به آن مراجعه کند. به عبارت دیگر ما مشکل دانش نامه ای داریم که باید برای تولید محتوا بر روی آن کار شود. مثل پروژه «ویکی ایرانی» که در حال حاضر باز نیست چرا که باید ۳۰۰ هزار مدخل در حوزه های مختلف که همگی تایید شده و مستند هستند در آن وجود داشته باشد.

تجربات و ارتباطات دولت چه اقداماتی در این زمینه انجام داده است؟

من معتقدم که در ایجاد و تولید محتوا دولت نباید شبکه اجتماعی درست کند. منطق فضای مجازی، منطق حمایت از کاربر است. باید کاربر را آگاه کنیم یکی از کلیدی ترین مشکلات ما در تولید محتوا نبود فرهنگ سازی است. بطور مثال در غرب نرم افزاری وجود دارد که از طریق آن والدین نرم افزارها و فضای مجازی را کنترل می کنند، اما در ایران این نرم افزار و یا مشابه آن وجود ندارد. چرا؟ چونکه نه تنها برای ایجاد امنیت فرزندان در این فضا فرهنگ سازی نشده است بلکه



در این میان وزارت ارشاد به تنهایی متولی نیست. اما در کشور ما اینطور جا افتاده که حتماً یک چهره کلیدی باید در رأس کار باشد که مانند سپر عمل کند.

تولید محتوا در فضای مجازی از جمله مهمترین اقداماتی است که برای مقابله با هجمه فرهنگی در فضای مجازی باید مد نظر قرار گیرد و متأسفانه برای رسیدن به این هدف متولی مشخصی وجود ندارد. قدم اول در این راه این است که منابع موجود باید در اختیار مردم گذاشته شود اما به چه نحوی، نیاز به ظرافت دارد. نکته دوم اینکه در حال حاضر کنسرسیومی شامل دانشگاه تهران، کتابخانه ملی و تبیان وجود دارد که در مقوله تولید محتوا فعالیت می کنند می توان ساماندهی محتواهایی که از قبل تولید شده و چه محتواهایی که در حال تولید است را به این کنسرسیوم واگذار کرد.

منطق فضای مجازی، منطق حکومتی و یا وزارتخانه ای نیست ما باید بستری را فراهم کنیم تا محتوای سالم که محتوای ایرانی - اسلامی است توسط خود کاربر در این فضا قرار گیرد. نمونه واضح این اقدام نام گذاری خلیج فارس بود. هیچکدام از کمپین هایی که در این اتفاق بوجود آمد توسط نهادهای دولتی شکل نگرفته بود بلکه خود کاربران این کمپین را تشکیل دادند و چون حس خوب و مشترکی در میان مردم بوجود آورده بود همه به آن پیوستند. بنابراین یکی از

تاکنون کسی به فکر راه حلی برای این معضل نبوده. فیلتر کردن در ایران یکی از اعمال سخت و قبیح بشمار می‌رود در حالی که در همه جای دنیا مثل کره و حتی امریکا نیز با توجه به اصول امنیتی و مباحث سیاسی و اجتماعی که دارد حاضر نیست اطلاعاتش را در اختیار هیچ‌کجا قرار دهد با این رویکرد فیلتر کردن اینترنت در میان مردم این کشورها امری عادی تلقی می‌شود اما در ایران چون زمینه سازی نشده و یک شبه و تحت شرایط خاص و بدون اعلام قبلی اقدام به فیلتر کردن اینترنت می‌شود مردم عکس‌العمل نشان می‌دهند.

در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی مانند توئیتر و فیس‌بوک رتبه بالایی در میان کاربران ایرانی دارد و تا ابد نمی‌توان با استفاده از فیلترینگ مانع آن شد یا باید برای آنها در کشور جایگزین تعریف شود و یا آنکه برنامه جامع و مدونی برای آن تعریف کرد.

در سال‌های اخیر چندین موتور جست‌وجو افتتاح شد اما از آنجا که امنیت در اینترنت صفر یا صد است اکثر قریب باتفاق آنها با مشکل امنیت روبه‌رو شدند. علاوه بر امنیت نیز موتورهای جست‌وجوی تعریف شده فاقد فراگیری بودند چرا که یک موتور جست‌وجوی قوی باید مداوم بوده و قطع نشود و از سوی دیگر همه جا در دسترس باشد، تعداد سرورها و پدافند غیرعامل باید در این موتورها در نظر گرفته شوند نبود این امکانات در طراحی موتورهای جست‌وجویی که از آنها یاد می‌کنیم باعث شکست آنها شده است.

دلیل عدم موفقیت موتورهای جست‌وجو را در چه می‌بینید؟

شکل‌گیری موتور جست‌وجو هم نیاز به سرمایه‌گذاری و هم نیاز به کار سنگین دارد و از آنجا که بخش خصوصی بر روی این موتورها کار می‌کند و تمایلی به همکاری بخش دولتی ندارد در این راه با مشکل مواجه می‌شود. اما نکته دیگر اینکه محتواگذاری در یک موتور جست‌وجو یک بحث است و استفاده از محتوا بحثی دیگر وقتی ابزار فنی در دست شما نیست تا با آن ذائقه سازی کنید مطمئناً اگر هزاران محتوا تولید و ارایه شود اما دیده نشود کار عبثی است.

ایده و راهکار برای جایگزینی شبکه‌های اجتماعی وجود دارد اما برای اینکه این ایده‌ها عملیاتی شود تا کاربر بتواند از آن استفاده کند چه باید کرد؟

بهتر آن است که یک سرویس ایرانی قابل اعتماد بوجود آید تا مردم از آن استفاده کنند و به این نتیجه برسند که از مدل خارجی بهتر است. اما مشکل برای شکل‌گیری این سرویس این است که همه چیز در فضای مجازی در هم تنیده شده یعنی بحث ابزار، امنیت، فناوری، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی (که ما متولی آن هستیم). شاید یکی از دلایلی که شورای عالی مجازی تشکیل شد ساماندهی و پرهیز از موازی‌کاری در این فضا بود تا حلقه‌هایی که جدا از هم بودند در هم تنیده شده و یکسان عمل کنند چرا که مهمترین وظایف این شورا سیاست‌گذاری اصلی و محوری فضای مجازی کشور است. برنامه‌ریزی کلان، نظام‌سازی، تعریف و تعیین قلمرو پروژه‌های ملی و نظارت بر آنها، تقسیم کار ملی بین دستگاه‌های اجرایی فعال و ایجاد هماهنگی بین آنها در این حوزه در کنار پایش مستمر فرصت‌ها و تهدیدهای این حوزه و نیز ایجاد بسترهای لازم برای تولید محتوای بومی متناسب با هویت ایرانی-اسلامی از مسئولیت‌های اصلی این

/// منطق فضای مجازی، منطق حکومتی و یا وزارتخانه‌ای نیست ما باید بستری را فراهم کنیم تا محتوای سالم که محتوای ایرانی-اسلامی است توسط خود کاربر در این فضا قرار گیرد.

شورا به حساب می‌آید.

نظرات و ارتباطات از نگاه شما مهمترین چالش‌های موجود در محتوا سازی برای فضای مجازی چیست؟

بزرگترین چالش ما در محتوا سازی و ارایه آن از طریق اینترنت این است که حتی اگر محتوا داریم ابزار سرچ و سرور در فضای مجازی برای ارایه آن نداریم تا مطالبی که واقعیت دارند را به مخاطب منتقل کنیم. حتی اگر این مشکل حل شود محتواهای موجود در مقایسه با آنچه که داریم بسیار اندک است حتی ده درصد میراثی که داریم را نتوانسته‌ایم در فضا بارگذاری کنیم. از این که بگذریم ما هیچ برنامه‌ای برای تولید محتوا در سال‌های آینده نداریم. باید بر اساس زمان برای کودکان پنج و حتی ده سال دیگر تولید محتوا را از الان برنامه‌ریزی کنیم تا با مشکل مواجه نشویم. ما می‌توانیم ویکی ایرانی داشته باشیم.

نظرات و ارتباطات برای برطرف کردن این چالش‌ها در حوزه فرهنگ، رسانه‌های دیجیتال چه برنامه‌ای در پیش گرفته است؟

اینکه واحد مجزایی داشته باشیم تا هر چه محتوا در کشور تهیه می‌شود را در فضای دیجیتال بگذاریم خیر چرا که مسایل مربوط به حق مالکیت معنوی مطرح می‌شود. ما نمی‌توانیم تولیدات کسی را بدون نظر خودش در این فضا جا بدهیم (با حفظ حقوق مادی) بلکه باید این امکان فراهم شود تا صاحب اثر گونه آنلاین محصولی که تولید می‌کند را هم تولید کند تا بتواند در فضای مجازی نیز اثرش را ارایه دهد.

ایجاد پرتال برای گروه‌های مختلف مثل بانوان، کودکان، اساتید، دانشجویان و کلیه صنوف می‌تواند برای حل این مشکل تا اندازه‌ای کارساز باشد. در این رابطه نیز با صنوف مختلف و شورای اصناف نیز وارد مذاکره شده‌ایم تا برای هر گروه سنی و شغلی دهکده مجازی تشکیل داده تا در آنجا بتوانند با هم ارتباط بگیرند و تبادل اطلاعات کنند.

نظرات و ارتباطات به نظر می‌رسد مرکز رسانه‌های دیجیتال با توجه به اهمیتی که دارد (به لحاظ فرهنگی) باید برنامه‌ای برای حفظ ارزش‌ها در فضای مجازی داشته باشد. اهم برنامه‌های شما برای مقابله با اتفاقاتی که در حال وقوع است چیست؟

نماد سازی اولین قدم در حفظ ارزش‌ها در فضای مجازی است. ما تولید کننده محتوا نیستیم بلکه حامی آنچه که تا کنون تولید شده و یا در آینده تولید می‌شود، هستیم. بنابراین ابتدا از آثار فاخر حمایت می‌کنیم، بعداً بروی آنچه هست نظارت می‌کنیم تا مصونیت ایجاد شود و سوم هدایت می‌کنیم و در نهایت سرمایه‌گذاری. چرا که بر این عقیده‌ایم که اگر محتوایی تولید نشود و جلوی ورود آنچه در دنیا ساخته می‌شود را بگیریم نه تنها در توسعه ICT موفق نخواهیم بود بلکه زمینه را برای هجوم داده‌های دیگران مهیا ساخته‌ایم.