

انقلابی که با «مقاومت» همراه شد



دکتر مهدي کاروبی
مدیر شبکه رادیویی مقاومت

امسال رادیومقاومت در بهمن‌ماه نیز روی آنتن خواهد بود. این یعنی رادیوانقلاب و رادیومقاومت با هم تلفیق شده‌اند. اساسا رابطه انقلاب اسلامی باگفتمان مقاومت مززوج و تعاملی است. انقلاب اسلامی از شکل‌گیری تا تداوم و بهمن‌ماه‌موجدتقویت‌پیام‌است.ازاین‌رو، رادیومقاومت باتحولاتی که در محتوای آن انجام شده و بازنمایی در پیام، همچنان به‌فعالیت خود در بهمن ادامه خواهد داد.

نقطه کانونی تولیدمحتوا در رادیومقاومت، تمرکز بر تولید محتوا برای تبیین «کارآمدی‌ها و کارکردهای» انقلاب اسلامی و همچنین «امیدآفرینی و امیدواری» نسبت به آینده است. فراموش نکنیم ما در خط مقدم یک جنگ تمام‌عیار ترکیبی و شناختی هستیم. دشمن با شایعه‌پردازی و نشر اکاذیب، افکارعمومی خاصه نسل‌های جوان و نوجوان ما را با چالش‌های فکری و شبهات مواجه می‌کند. به‌طورطبیعی، اگر ما به‌صورت پیشداستانه به روایت حقایق بپردازیم، می‌توانیم زمینه بسیاری از اثرات رسانه‌ای دشمن را از آنها سلب کنیم. به‌همین‌دلیل، تولیدات شبکه ۲۴ساعته رادیومقاومت در بهمن‌ماه که فصل انقلاب است، شامل برنامه‌های تبیینی متنوعی خواهد بود.نگاه رادیومقاومت، تبیین دو وضعیت «شکست‌ترسیم‌ناپذیر رژیم‌صهیونیستی» و «امانا و پویا بودن دائمی گفتمان مقاومت» است. طبعاً ماموظف هستیم همان‌گونه‌که در میدان نبرد، مقاومت دشمن را به محاصره درآورد در عرصه‌رسانه‌ای نیز دشمن را تحت فشار قرار دهیم. تلاش ما در رادیومقاومت بنا به وسع، امکانات، ابزارها و اختیارات‌مان مبتنی بر این اهداف نهادینه و تمرکز یافته است. امروز مهم‌ترین بعد نبرد ترکیبی دشمن بر جنگ شناختی برای تضعیف اراده ملت ایران تمرکز دارد. تبلیغ ناامیدی و ناکارآمدی و به تعبیررهبر معظم انقلاب توهم اقتدار دشمن، از مباحث جدی رسانه‌های دشمن است. ما دراین‌باره، نخست در تبیین حقایق پیرامون ایران‌قوی‌ومقتدر در سایه گفتمان مقاومت، به‌روایت‌گری می‌پردازیم وروایت‌ما پیشداستانه است.تولیدمحتوادر رادیومقاومت مخاطب‌محور است، ما اگر به نیاز و مطالبه واقتضای روحیه و اشت‌های رسانه‌ای مخاطب توجه نکنیم حتما آنها در سبب رسانه‌ای خود به گزین‌های غیر از ما گرایش پیدا می‌کنند. در این عرصه، اولویت اصلی ما شناسایی نیازهای مخاطب است. نظام برنامه‌سازی ما به‌طور قابل‌توجهی پژوهش‌محور است و به‌صورت پیشینی به این موارد توجه می‌کند. در میان مخاطبان، جوانان به‌عنوان اصلی‌ترین حوزه افکارعمومی مورد توجه ما قرار دارند. جوان امروز تشنه اطلاعات درباره انقلاب اسلامی است و ضمیری پاک و پرسشگر دارد. اگر ما به پرسش‌های واقعی و سؤالات اصلی آنها بدون روتوش پاسخگو باشیم حتما اقتاع خواهند شد. از این زاویه، اهتمام ما در این شبکه بر این راهبرد است و حتما اگر پیگیر برنامه‌های ما باشید، متوجه این امر خواهید بود. علاقه‌مندان می‌توانند رادیومقاومت را روی موج FM ردیف ۹۵/۵ مگاهرتز بشنوند سامانه ۰۹۵۵۰۳۰۰۰ پل ارتباطی ۲۴ساعته رادیومقاومت باشنوندگان خود است.

حسین تبریزی کارگردان «سوجان» درخصوص انتخاب و استفاده از بازیگران بومی در کنار سایر بازیگران، عنوان کرد: بازیگران سوجان به‌صورت گروهی انتخاب شده‌وهدف‌مان در انتخاب بازیگران، باورپذیری بوده است. ۶۰درصد بازیگران سریال، گیلانی‌هستندوازااین منظرمشکل چندانی نداشته‌ایم اما درنهایت، تصمیم گرفتیم از لهجه دوری کنیم، چراکه می‌دانستیم این مجموعه قرار است در شبکه

۶۰درصد بازیگران «سوجان» گیلانی هستند

سراسری پخش شود. از این‌رو، فقط آوایی از لهجه گیلان را به کار گرفتیم تا حس و حال گیلان را در ذهن مخاطبان تداعی کند. تبریزی با اشاره به اهمیت ساخت سریال با محوریت زنان ونیاز جامعه به چنین تولیداتی، تصریح کرد: نقش خانواده و زنان در شکل‌گیری و اعتلای جوامع آشکار است. به نظر من، این دست تولیدات صرفا نیاز نیست، بلکه واجب است. کارگردان این مجموعه ادامه داد: نمایش

همدلی و همراهی زنان در کنار مردان و سازندگی واترگذاری فعالیت‌های زنان در جامعه، یکی از اهداف سریال ما بود و امیدوارم این هدف محقق شده باشد. وی درخصوص شباهت سریال سوجان با دیگر مجموعه‌های مشابه که در شمال کشور ساخته شده‌اند، ادامه داد: سریال موفق‌ی مانند «پس از باران» نیز در اقلیم مشابه با این مجموعه ساخته شد اما از نظر محتوا وقصه شباهتی بایکدیگر ندارند.

هوش مصنوعی، پایه تحول در رسانه ملی

در اجلاس فناوری رسانه، بر اهمیت استفاده از تکنولوژی‌های نوین تاکید شد

امروز تغییر شکل داشته، اگر می‌خواهید توسعه فناوری انجام بدهید ۱۰برابر ادارات کل و توسعه فناوری مرکز رشد داشته باشید. لازم است برای این امر پارک علم وفناوری رسانه ایجاد کنیم وبرخی در حوزه‌های خطرپذیری فعالیت کنند، جوانان بسیاری آماده هستند تا در این عرصه فعالیت کنند و باید این جوانان را جذب و برای آنها انگیزه رشد فراهم کنیم وشبکه‌های دانش بنیان در حوزه فناوری رسانه راه‌اندازی شوند و نیاز داریم حتی مسابقاتی برگزار کنیم تا جوانان در آن شرکت کنند.

دکتر مظفری با بیان این‌که پیشرفت و شتاب‌دهندگی شگفتی ایجاد می‌کند، عنوان کرد: غفلت از سطح کاربر فعال، موجب مرگ رسانه است. هر جای یک سازمان به مخاطب فکر نکند مرده‌است، حضور مؤثر رسانه ملی در فضای مجازی به معنای تولید بیشتر نیست و حضور راهبرانه به معنای حضور مؤثر بوده و غلط‌ترین راهبرد در رسانه ملی افزایش تولید است.

رتبه ۱۸ ایران در حوزه دانشی هوش مصنوعی در جهان

رئیس انجمن شرکت‌های فناوری هوش مصنوعی و اقتصاد دیجیتال نیز در این اجلاس گفت: ما در حوزه دانشی هوش مصنوعی در آخرین رتبه‌بندی در آکسفورد اینسایت در جایگاه ۱۸ در بین ۱۹۳ کشور قرار داریم. داوود ادیب، رئیس انجمن شرکت‌های فناوری هوش مصنوعی و اقتصاد دیجیتال اظهار داشت: ما سه نهاد

مرتبط با هوش مصنوعی در کشور داریم: سازمان ملی هوش مصنوعی که یک نهاد دولتی است، مجموعه‌ای در وزارت علوم با عنوان انجمن علمی هوش مصنوعی و یک نهاد صنفی با عنوان انجمن شرکت‌های فناوری هوش مصنوعی و اقتصاد دیجیتال داریم.

وی با اشاره به حوزه هوش مصنوعی و جایگاه ایران در سطح جهانی گفت: رسانه اول به هوش مصنوعی و بعد هوش مصنوعی به رسانه کمک می‌کند، ما در حوزه دانشی هوش مصنوعی در آخرین رتبه‌بندی در آکسفورد اینسایت در جایگاه ۱۸ در بین ۱۹۳ کشور قرار داریم و در حوزه کاربرد هوش مصنوعی رتبه ۹۴ قرار داریم، ما در تعداد فارغ‌التحصیل رشته مهندسی در سال ۲۰۲۳ بین ۱۳۳ کشور رتبه سوم را داشتیم و در ۲۰۲۴ به رتبه ۸ رسیدیم، رسانه باید شاخص‌ها را مشخص کند و شاخص‌های مورد ارزیابی قرار بگیرد. وی افزود: ۲۶ سپتامبر در شاخص مقررات در ۱۳۳ کشور ما در جایگاه ۱۳۳ قرار داریم و نداشتن سند محکم در هوش مصنوعی خود یک مسأله است. شاخص ارزش دموکراتیک بین ۸۲ کشور رتبه ۷۸ را گرفتیم، باید دانست که هر زمان رسانه جریان‌سازی کند مای‌توانیم موفق عمل کنیم.

به روزرسانی شوند؛ هرچند این فرآیند ممکن است زمان‌بر باشد. دکتر مظفری با تاکید بر این‌که بدون چشم‌انداز تحولی، راهبردها کارساز نخواهد بود، اضافه کرد: داشتن چشم‌انداز باعث می‌شود ما انسجام افقی و عمودی داشته باشیم و همه ادارات زیرمجموعه باید چشم‌انداز خود را داشته باشند، افق پیش‌رو برای ۱۰سال به بالا است و چشم‌انداز به نقطه مقصد برای زیر ۱۰ سال است، ما باید افق دیدمان در ابتدا یکسان شود و پس از آن چشم‌انداز رامشخص کنیم، در حوزه توسعه وفناوری رسانه باید همه معاونت‌ها همسویی و هماهنگی پیدا کنند. وی با اشاره به ۹ بند راهبردی تحول در معاونت توسعه و فناوری رسانه گفت: اول بحث زیرساخت و سیگنال است و در این حوزه باید از تولید تا انتشار ایجاد یکپارچگی کنیم، این بند راهبردی مطابق با سند تحول سازمان است، انسجام در طراحی انتقال پیام، اولین

راهبرد سند تحول در حوزه توسعه وفناوری است. حال این سؤال مطرح می‌شود که در سال ۲۰۲۶ وضعیت رسانه در دنیا چگونه است که هوش مصنوعی به این سؤال پاسخ داده است که ۸۰درصد تولیدات رسانه‌ای با هوش مصنوعی انجام می‌شود. دکتر مظفری گفت: من به تفاوت‌های فنی وفناوری، رشد و توسعه و همچنین توسعه پایدار تاکید می‌کنم. همچنین تفاوت فناوری و مفاهیم فنی نیز اهمیت دارد.

معاونت توسعه و فناوری رسانه الگوی پیش‌ران، پیش‌رو و پای کار بودن را دنبال می‌کند، «داده» مخفف دقت، تلاش ابتکار و دقت الگوی متعالی رسانه است و سازمان صداوسیما می‌خواهد به‌عنوان رسانه پیشگام تحقق گام دوم انقلاب باشد، پیش‌ران رسانه فناوری و پیش‌ران فناوری سرمایه انسانی است. وی افزود: اگر رهبر معظم انقلاب از نقش بی‌بدیل رسانه می‌گویند، پس ما باید عامل به عمل باشیم، یعنی بیش و پیش از ابزار فنی در صحنه باشیم. بر اساس فرمایش رهبر انقلاب، رسانه باید پیش از عملیات دفاعی طراحی کند، یعنی امروز بیش از وعده صادق ۲ و ۱ ماطراحی عملیات کنیم وبعد وعده صادق ۱ و ۲ اجرایی شود که تقریبا این الگو رعایت شد و موفق بودیم، امروز رسانه باید پیش از عملیات وارد میدان شود. وی افزود: حوزه فناوری ما پیش‌روست و اگر فناوری پیش‌رو باشد، نیروی انسانی باید خود را وفق دهد چرا که فناوری فقط تجهیزات نیست وتوسعه فناوری به معنای توسعه تجهیزات و روش اجراست. حوزه فنی و فناوری، خط‌شکن و نوآور، پیش‌رانی برای حرکت محسوب می‌شود و موتور محرکه‌ای را در این راستا فراهم می‌کند. فناوری رسانه سرعت تحولات را افزایش می‌دهد، راه‌اندازی ۲۰۸ کانال تلویزیونی تنها یک کار بزرگ، بلکه نقطه عطفی در رسانه به‌شمار می‌آید و این موضوع نشان دهنده پای‌کار بودن معاونت توسعه وفناوری رسانه است.

رئیس مرکز طرح، برنامه و بودجه صداوسیما گفت: فناوری رسانه

ثانیه تحلیل‌کند و اطلاعات را در اختیارمان قرار دهد.

معاون توسعه و فناوری رسانه بیان کرد: AR، VR، از زمان دکتر ضرغامی در سازمان مطالبه بود و در سریال حضرت موسی فناوری لازم برای جلوه‌های ویژه در دسترس نبود که بچمد... اکنون با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین برای پیاده‌سازی جلوه‌های ویژه در این سریال در حال انجام است. ما باید با دنیا رقابت کنیم. انسان هنوز به آن درجه تکامل نرسیده که به یک فناوری دست پیدا کند و آن را رایگان در اختیار قرار دهد، این‌که فناوری در دنیا در حال گسترش است به‌دلیل بازار و تبلیغات و درآمد‌های ناشی از آن است و دیگر نمی‌توان مثل فرعون با شلاق به مردم فرمان داد تا اهرام بسازند؛ اما با فناوری می‌توان تولید محصول کرد تا افراد برده محصول شما شوند.

معاونت توسعه وفناوری رسانه، الگوی پیش‌ران

شاهد مظفری، رئیس مرکز طرح، برنامه و بودجه صداوسیما نیز در این اجلاس عنوان کرد: بحث هوش مصنوعی امروز بسیار داغ شده است و در این سه روز شرکت‌کنندگان در حوزه فناوری بحث‌های بسیاری خواهند داشت. وی با بیان این‌که برگزاری اجلاس ملی هوش مصنوعی را در سال آینده در برنامه

داریم، بیان کرد: برنامه رشد هوش مصنوعی در دولت چهاردهم دیده شده است. سه سالی است که اسم معاونت شما به معاونت توسعه وفناوری رسانه تغییر کرده، ولی در ذهن‌ها هنوز از معاونت فنی استفاده می‌کنند، تغییر چارچوب ذهنی می‌تواند مسأله راهبردی و کلیدی در توسعه فناوری سازمان باشد. دکتر مظفری با بیان این‌که اولین شرط برای تحول داشتن چشم‌انداز تحولی است و اگر این چشم‌انداز را ترسیم نکنیم، نمی‌دانیم به کجا خواهیم رفت و به کجا خواهیم رسید.

وی در ادامه بیان کرد: برای ترسیم چشم‌انداز ما باید وضع کنونی را به خوبی بشناسیم و این‌که بدانید از کجا با چه مسیری و به کجا خواهیم رفت. این موضوع در ترسیم چشم‌انداز اهمیت دارد.

رئیس مرکز طرح، برنامه و بودجه صداوسیما با اشاره به سند تحول سازمان صداوسیما وسند تحولی معاونت توسعه وفناوری رسانه با ۹ راهبرد، افزود: برای مدیریت هر حوزه، اولین قدم این است که از منابع موجود آگاه باشیم. در این راستا، تاکید اصلی ما بر به روزرسانی داده‌هاست، زیرا مدیریت راهبردی مستلزم این است که همواره اطلاعات جدید و معتبر در دسترس باشد. بر همین اساس، طرح‌ها و اسناد باید بر اساس داده‌های تازه



معاون توسعه و فناوری رسانه بر لزوم بهره‌مندی از فناوری‌های نوین همچون هوش مصنوعی برای ایجاد تحول در صداوسیما تاکید کرد. علیرضا شریفی در آیین افتتاحیه بیست‌ویکمین اجلاس فناوری رسانه گفت: ما عهده‌دار نگهداری زیرساخت‌ها و توسعه آن مطابق نیاز سازمان صداوسیما هستیم. منابع ونیروی انسانی برای رسیدن به اهداف کمک خواهند کرد، از طرفی با چالش مهارت نیروی انسانی و از طرف دیگر با تأمین منابع لازم مواجه هستیم و از این جهت امسال هوش مصنوعی در تحول رسانه سر لوحه کار قرار گرفته است، ما باید ببینیم اگر بخواهیم تحول ایجاد کنیم چه اقداماتی لازم است. وی افزود: در ۸۸/۸/۸ تحولی بزرگ را رقم زدیم و پخش آنالوگ را به پخش دیجیتال تبدیل کردیم. سپس در ۹۹/۹/۹ تحول دیگری رقم خورد و در سامانه‌های پخش از SD به HD ارتقا یافتیم. مادر چرخه تولید تا انتشار نیازهای فراوانی چون تجهیزات مدرن و نیروی متخصص ماهر داریم و باید آنها را مدیریت کنیم. معاون توسعه و فناوری رسانه بیان کرد: در عصر فناوری امروز اگر رسانه به‌روز نباشیم، پخش برنامه تلویزیونی و رادیویی ممکن است آسیب ببیند، از طرفی باید توجه داشت که فضای مجازی به جهت کوه‌اه و در دسترس بودن، می‌تواند باعث شود که سهم مخاطبان ما کاهش پیدا کند. ما باید با زارمان را بر رونق و از آخرین فناوری‌های روز دنیا استفاده کنیم.

شریفی با اشاره به تغییر وتحول در حوزه رسانه و حرکت به سمت استفاده از فناوری‌های جدید بیان کرد: چرا نباید به سمت باندهای ۸۰۰- و ۵G برویم؟ سازمان صداوسیما به اینها نیاز دارد. برای استفاده از به‌روترین فناوری‌ها باید تغییر نگرش داشته باشیم، باید تغییر جامعه و فضای رسانه را بپذیریم اگر بخواهیم با سبک سنتی قدیم نیرو اعزام کنیم با تعداد کثیر ایستگاه‌ها دچار مشکل خواهیم شد. اکنون فناوری به حدی پیشرفت کرده که یک پهپاد می‌تواند با یک چرخش اطراف دکل‌ها اپرادات آنها را اطلاع‌رسانی کند، در حالی که در حالت عادی افراد باید بالای دکل بروند و عیب‌یابی کنند که بسیار زمان‌بر است. مقام معظم رهبری بارها درباره انرژی هسته‌ای صحبت کرده‌اند، وقتی بشر به این توانمندی می‌رسد که با یک گرم اورانیوم می‌تواند انرژی بسیاری تولید کند، دیگر اجازه کار به بقیه نمی‌دهد. مقام معظم رهبری درباره هوش مصنوعی هم صحبت کردند، ممکن است برای هوش مصنوعی هم اتفاقی مانند انرژی هسته‌ای رخ دهد، در نتیجه تا زمانی که پروتکل تعیین نشده و کشورها دست‌وپای ما را نبستند، باید در این عرصه فعالیت‌های مان را افزایش دهیم. هوش مصنوعی به راحتی می‌تواند میلیون‌ها تصویر را در کسری از

هدیه ویژه یک حسینی‌ه

برنامه «حسینی‌ه معلی» که قرار است امسال به مناسبت اعیاد شعبانیه روی آنتن برود، ویدئویی منتشر کرده که به قهرمانان غزه تقدیم شده است. انتشار زودتر از موعد یکی از اجزاهای این فصل از حسینی‌ه معلی به مناسبت پیروزی مقاومت فلسطین، مورد استقبال قرار گرفته است. سرود «طیرا ابابیل» هدیه این حسینی‌ه به کودکان و مردم همیشه قهرمان غزه است.



کودک را اسکن کنید

«خانه ما»

به شبکه فراتر می‌رود



فصل سیزدهم مسابقه تلویزیونی «خانه ما» با کیفیت HDR 4-K از شبکه پیش‌ران فراتر پخش می‌شود. این مجموعه رنالتی‌شو، پس از یک مسابقه هیجان‌انگیز در شهر زیبای بوشهر، به شهر زیبای دیگر آغاز کردند.

با خانواده‌های خونگرم آن شهر یک مسابقه شاد و پرهیجان دیگر را آغاز کردند. مسابقه مستند خانه ما هر هفته روزهای جمعه از آنتن شبکه فراتر پخش می‌شود. قسمت اول این فصل، روز جمعه پنجم بهمن پخش خواهد شد. در این مسابقه، شرکت‌کنندگان موظفند با بودجه معین و کمی که برنامه‌در اختیار آنها قرار می‌دهد تا آخر ماه زندگی خود را طوری مدیریت کنند که بتوانند از پس مخارج روزمره خود برآیند. فصل بعدی این برنامه، یعنی فصل چهاردهم با همراهی مردم خونگرم بلوچ ساکن در شهرهای زاهدان و جاپهار تصویربرداری شده و در ادامه پخش خواهد شد. مسابقه مستند خانه ما جمعه‌ها ساعت ۲۰ از شبکه فراتر پخش می‌شود و تکرار آن روز بعد، ساعت ۱۵ سه‌شنبه‌ها ساعت ۹:۳۰ صبح و چهارشنبه‌ها ساعت ۱۲:۰۴ ظهر روی آنتن می‌رود.

تماشای «روایت یک عشق» از قاب شبکه تهران

مستند «روایت یک عشق» به تهیه‌کنندگی فرید شکاریبی و کارگردانی محمدرضا روشن در گروه اجتماعی شبکه تهران تولید می‌شود. این مستند با موضوع معرفی خیران مراکز نیکوکاری قصد دارد تا

فعالیت‌های نیکوکاران، خیرین و گروه‌های جهادی را با زبانی ساده در قالب نور، صدا رنگ و حرکت به تصویر بکشد.

این مستند روایتی از عاشقان بنیادهای مردم نهاد انقلابی و تلاش جهادی آنها در اردوهای پزشکی، عمرانی، تأمین جهیزیه و اوراق نیازمندان با حفظ کرامت‌شان و همچنین کارآفرینان نیکوکار کشور است و به زبان تصویر تلاش می‌کند تا فرهنگ جهادی و نیکوکاری در بین مردم خصوصا جوانانی که کمتر از حضور این‌گونه مراکز مطلع هستند گسترده شود. پیش از این نیز مستند‌های بسیاری با عنوان روایت زندگی جهادگران حوزه‌های مختلف تولید و روانه آنتن شده بود.

