اقتصاد سرآمد

روزنامه

www.Eghtesadsaramad.ir

پنج‌شنبه-۲۹ خرداد ۱۴۰۴-سال یازدهم- شماره ۲۲۲۹ - قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

@Eghtesadsaramad eghtesadsaramad

سرآمد منتشر می‌کند؛

سرنوشت اسرائیل در گرو تامین آب

۶

سرآمد گزارش می‌دهد؛

اقتصاد ایران زیر سایه جنگ

۴

سرآمد گزارش می‌دهد

افزایش توان ریلی ایران در شرایط جنگی

ظرفیت قطار و اتوبوس برای مسیرهای پر تردد افزایش یافت

تجربه جنگ تحمیلی ۸ سال به‌خوبی نشان داده است در آن زمان پشتیبانی‌های فراوانی را که از سوی راه‌آهن برای تسهیل و روان‌سازی حمل‌ونقل در کشور انجام می‌شد. هرچند بسیاری از نقش بی‌بدیل حمل‌ونقل ریلی درباره انتقال نیروی نظامی و تجهیزات به جبهه‌های جنگ به‌عنوان یکی از کارویژه‌های مهم راه‌آهن در زمان جنگ یاد می‌کنند، اما بازهم نمی‌توان از اهمیت امنیت بالای این شیوه حمل‌ونقل در جابه‌جایی مسافران در نقاط مختلف کشور نیز چشم‌پوشی کرد. بسیاری از کارشناسان معتقدند که جایگاه حمل‌ونقل ریلی و استفاده از تجهیزات و امکانات شبکه سراسری راه‌آهن کشور در شرایطی درگیر بحران حملات نظامی و جنگ است که یکی از امن‌ترین و مهم‌ترین شریان‌های ارتباطی و پشتیبانی در کشور است.

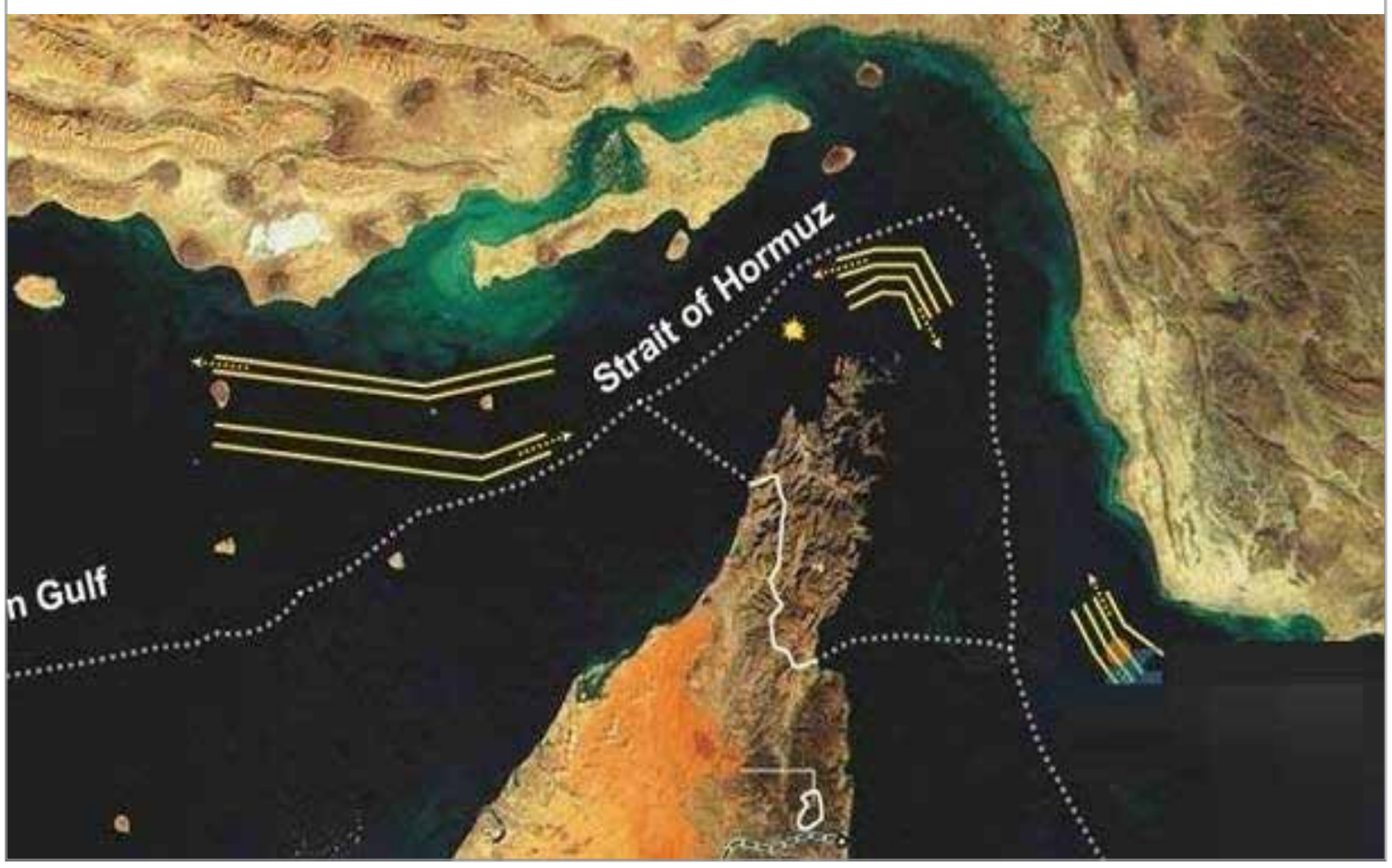
صفحه ۸

سرآمد گزارش می‌دهد؛

نگاه جهانیان به تنگه هرمز

چشم‌انداز جایگاه ایران و دیپلماسی قدرت در تنگه هرمز

۲



یادداشت

لزوم وجود پلتفرم‌های بلاکچین رسانه ای از حمله نظامی تا جنگ رسانه ای

میلاد زارعی – در دوران بحران‌های نظامی، جبهه‌ی واقعی تنها در میدان نبرد شکل نمی‌گیرد؛ بخشی از جنگ، خاموش اما سهمگین، در میدان رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در جریان است. همزمان با وقوع حملات نظامی، جامعه با موجی از اخبار ضدونقیض، شایعه‌سازی، و فیک‌نیوز مواجه می‌شود؛ اخباری که می‌توانند نه‌تنها امنیت روانی مردم، بلکه انسجام ملی را نیز هدف قرار دهند. در چنین شرایطی، بیش از همیشه نیازمند بازنگری در سواد رسانه‌ای عمومی، بازتعریف جایگاه رسانه‌های مرجع، و طراحی زیرساخت‌های نوین اعتمادسازی مانند پلتفرم‌های بلاکچین رسانه ای هستیم. یادداشت حاضر، تحلیلی است بر وضعیت آشفته‌ی امروز و نگاهی است به ضرورت‌های فردا.

حمله نظامی به خاک کشور، صرف‌نظر از ابعاد سیاسی و نظامی آن، یک بحران تمام‌عیار رسانه‌ای نیز هست. در چنین لحظاتی که مردم با اضطراب، ترس، نیاز به دانستن و حفظ آرامش درگیرند، نقش رسانه‌ها و نحوه‌ی گردش اطلاعات از همیشه حساس‌تر و حیاتی‌تر می‌شود. در این شرایط، رفتار مسئولانه‌ی رسانه‌ها، کاربران شبکه‌های اجتماعی، خبرنگاران، و حتی ادمین‌های کانال‌ها و گروه‌های عمومی و خصوصی، تعیین‌کننده‌ی سلامت روانی و امنیتی جامعه است.سواد رسانه‌ای تنها به معنای فهم محتوا نیست، بلکه در دل بحران، دانستن منبع محتوا، راستی‌آزمایی خبر، تشخیص تصویر یا ویدیوی قدیمی از تازه، و مهم‌تر از آن، خودداری از بازنشر اخبار تأییدنشده، نشانه‌ی بلوغ رسانه‌ای است. بسیاری از کاربران، شاید با نیت کمک، اما با بی‌دقتی، ویدیوهای آرشیوی یا گزارش‌هایی از منابع ناشناس را در گروه‌ها و کانال‌ها دست‌به‌دست می‌کنند و ناخواسته وارد زنجیره‌ای از ترس‌آفرینی می‌شوند.

در این میان، یکی از اصلی‌ترین گروه‌های آسیب‌پذیر، کودکان و نوجوانان هستند. انتشار بی‌ملاحظه‌ی صداهای انفجار، ویدیوهای دلهره‌آور یا تیترهای هیجانی، می‌تواند آسیب‌های روانی بلندمدتی در ذهن آن‌ها برجای بگذارد. وظیفه‌ی ماست که در مواجهه با چنین بحران‌هایی، از روان جمعی به‌ویژه گروه‌های حساس جامعه محافظت کنیم. آرامش ذهنی، تنها از مسیر اطلاعات شفاف، صادقانه و بدون اغراق می‌گذرد.از سوی دیگر، حضور مردم در محل وقوع حوادث، تصویربرداری، ارسال لوکیشن یا انتشار ویدیو از اطراف مراکز نظامی یا حساس، اقدامی پرریسک است.

ادامه در همین صفحه

ادامه از همین صفحه

همچنین امکان وقوع انفجارهای ثانویه یا حمله مجدد، جان افراد حاضر را مستقیماً تهدید می‌کند. در شرایط جنگی، دقت تصویری، شکل دیگری از مسئولیت مدنی است.

در کنار همه‌ی این‌ها، مسئله فیک‌نیوز به‌مثابه یک «بمب روانی» عمل می‌کند. در فضایی که مرز میان حقیقت و دروغ گم شده، هر شایعه‌ای می‌تواند به بحران ملی منجر شود. از حمله موشکی تا اعلام کشته شدن افراد سرشناس، هر خط خبر جعلی، ده‌ها هزار بار بازنشر می‌شود و زمینه‌ساز سردرگمی، ناامیدی و هرج‌ومرج اطلاعاتی می‌گردد. در این میان، وظیفه‌ی تک‌تک کاربران این است که پیش از بازنشر، چند ثانیه بیندیشند و منبع را بیازمایند. انتشار ناآگاهانه یک دروغ، هرگز نشانه‌ی آزادی بیان نیست؛ بلکه خیانتی است به آرامش جامعه.

در چنین فضاهایی، دوباره این پرسش بنیادین مطرح می‌شود که چرا رسانه‌های مرجع، جایگاه پیشین خود را از دست داده‌اند؟ صدا و سیما، روزنامه های حاکمیتی، خبرگزاری های دولتی طی سال‌های اخیر تلاش کرده مرجعیت خبری خود را بازسازی کند و در حد بضاعت نیز، پوشش‌هایی را ارائه کرده اند، اما واقعیت آن است که فروریختن اعتبار و اعتماد عمومی به این رسانه از سال‌ها پیش آغاز شده و این روند همچنان ادامه دارد. اتفاقاتی که از صبح امروز در شبکه‌های اجتماعی، به‌ویژه واتساپ، رخ داده یعنی هجوم گسترده‌ی مردم برای یافتن اخبار جدید، پرسش از یکدیگر، و سردرگمی در تشخیص واقعیت بیانگر خلأ بزرگ در مرجعیت رسانه‌ای رسمی کشور است. در وضعیت فعلی مخاطبان، حیران و بی‌پناه، میان موج اخبار ضدونقیض سرگردان مانده‌اند.

در عصر جنگ‌های ترکیبی و چندلایه، سواد رسانه‌ای دیگر یک مهارت فردی نیست، بلکه یکی از ارکان امنیت ملی و انسجام اجتماعی محسوب می‌شود. کشورهای پیشرفته سال‌هاست سواد رسانه‌ای را نه فقط در سرفصل‌های آموزشی مدارس، بلکه در سیاست‌های کلان امنیتی خود جای داده‌اند، چرا که تجربه نشان داده در بسیاری از بحران‌ها، رسانه‌ها همان‌قدر تعیین‌کننده‌اند که توپخانه‌ها. اگر ما نیز بخواهیم جامعه‌ای مقاوم، با نشاط و متکی بر عقلانیت داشته باشیم، باید آموزش گسترده، دائمی و چندسطحی سواد رسانه‌ای را به‌عنوان یک اولویت ملی تلقی کنیم، نه یک توصیه فرهنگی نمایشی و مقطعی توسط تشکل های آموزش سواد رسانه‌ای.در چنین لحظاتی، بیش از هر زمان دیگر، جای خالی یک زیرساخت خبری غیرقابل‌دستکاری و جهانی احساس می‌شود. اگر رسانه‌ها بر پایه فناوری بلاکچین رسانه ای سامان می‌یافتند، می‌توانستیم برای هر خبر، تصویر یا ویدیو، یک کد معتبر در بستر بلاک‌چین داشته باشیم. محتوایی که تنها از طریق مسیر مشخصی قابل انتشار باشد، قابل ردیابی باشد، و امکان تحریف نداشته باشد. در چنین شرایطی، فیک‌نیوزها به‌راحتی افشا می‌شدند و کاربران می‌توانستند با اتکا به یک استریم خبری بلاکچین، مسیر اصلی انتشار و اعتبارسنجی را دنبال کنند. این آرزو نیست، یک ضرورت است؛ برای آینده‌ای که شاید باز هم گرفتار بحران‌هایی بزرگ‌تر از امروز باشیم.در نهایت، باید یادآور شد که به طور عمومی علاقه‌ی شخصی هر فرد به یکی از طرفین یک منازعه یا گرایش سیاسی، نباید بهانه‌ای برای بازنشر اخبار دروغ یا جهت‌دهی نادرست افکار عمومی باشد. در زمانه‌ای که هر کاربر می‌تواند به‌سادگی به فرستنده‌ی خبر تبدیل شود، ضرورت دارد که از اظهار نظرهای غیرتخصصی در موضوعاتی که درک یا دانش کافی از آن‌ها نداریم، خودداری کنیم. اهمیت مسائل رسانه‌ای و امنیتی در چنین شرایطی آن‌قدر بالاست که باید آن را به فعالان و مسئولان خبره‌ی این حوزه سپرد. رسانه، یک تخصص است؛ و نمی‌توان بدون مهارت، خود را در جایگاه تولید و انتشار خبر معتبر نشاند. برای عبور از بحران، لازم است از نقش تماشاگر صرف، به یک کنشگر آگاه، منضبط و مسئول بدل شویم.

پژوهشگر ارتباطات و رسانه ها

اینفوگرافیک= اقتصاد سرآمد