



برخی از ناظران رسانه‌ای بر این باور هستند اگر پخش مسابقات ورزشی، به ویژه فوتبال‌ها از برنامه‌های صداوسیما مستثنی شوند، عملاً این سازمان با مخاطباتی حداقلی در سطح ملی مواجه خواهد شد. فهم این قاعده دشوار نیست؛ زمانی که شما عادل فردوسی‌پور و برنامه محبوب ۹۰ در تعطیل می‌کنید، مخاطب ایرانی به سراغ برنامه فوتبالی تلویزیون ایران اینترنت‌شال به مجری‌گری مزدک میرزایی گرایش پیدا می‌کند؛ و این یعنی ریزش خودخواسته در مخاطبان!

همزمان با وقوع برخی ناآرامی‌ها در کشور طی چند هفته اخیر، انتقادات از صداوسیما در میان افکار مختلف جامعه شدت گرفته است. هر چند قبل‌تر نیز در پیوند با عملکرد صداوسیمای ملی انتقاداتی جدی وجود داشت، اما در میانه اعتراضات اخیر نارضایتی‌های از این سازمان دو چندان شده است.

به گزارش فرارو، طی هفته‌های گذشته بارها شاهد هستیم که مسئولان ارشد کشور از مدیریت ناآرامی‌های اخیر توسط رسانه‌های معاند سخن به میان می‌آورند. از نگاه آن‌ها شبکه‌های معاند خارج از کشور همانند ایران اینترنت‌شال و من‌وتو، با تولید و تمرکز ویژه بر اعتراضات اخیر کشور، توانسته‌اند بر اذهان برخی از معتمدان ارشد کشور مسلط شوند. در واقع، به طور ضمنی این مساله مورد تأیید قرار می‌گیرد که در جنگ روایت‌ها رسانه‌های معاند موفق شده‌اند بر صداوسیما غالب شوند. همین اسر اکنون انتقادات فراوانی را علیه این تلویزیون ملی سرآزبیر کرده است.

این مسئله موجب شده که در روزهای اخیر صدای بسیاری از نزدیکان به جناح انقلابی از عملکرد صداوسیمای بلند شود. آن‌ها انتقادات بسیار شدیدالحنی را از این سازمان در اطلاع‌رسانی و مدیریت وقایع بعد از ماجرای مهیسا امینی ایراد کرده‌اند. فراتر از این حتی به این موضوع می‌توان اشاره داشت که بر خلاف اعتراضات گذشته (۹۶ و ۹۸) هیچ‌گونه شعارِ علیه صداوسیما نیز سر داده نشده است؛ گویی دیگر اهمیت این نهاد از سوی معترضان نادیده انگاشته شده است.

افزون بر این گزارش‌ها و مستندات موجود از کاهش قابل توجه و تأمل مخاطباتی صداوسیما حکایت دارند. به‌گونه‌ای که بر اساس نظرسنجی مرکز افکارسنجی دانشگاه تهران (ایسیا) – در مرداد ماه سال جاری منتشر شد – در ۱۸ سال گذشته مخاطبان صداوسیما ۴۵ درصد افت داشته است.

با این تفاسیر، اکنون مسالهٔ این است که چِرا مخاطبان صداوسیما افت داشته است؟ انتقادات درونی از این سازمان افزایش داشته و بخش بزرگی از آحاد جامعه از برنامه‌های این سازمان گذار کرده‌اند؟ در پرداختن به این پرسش در نوشتار حاضر ۱۱ خطای استراتژیک صداوسیما ارائه و بررسی می‌شود.

**۱- اقبال بر رسانه ملی نبود و تریبون نظام بودن**
صداوسیمای ملی، آن‌چنان که از عنوان‌اش پیداست می‌باید نماینده و صدای آحاد ملت باشد. اگر به ترکیب سه کلمه‌ای این نهاد در کارکرد فنی آن توجه شود این سازمان فرات است مطالبات و خواسته‌های ملت را در بشنود و ببیند و در مرحله بعدی ندای ملت را نمایش و بازتاب دهد. حال آن‌چه که در صداوسیمای ملی طی سال‌های اخیر شاهد بوده‌ایم فرسنگ‌ها از این معنای فنی دور بوده است؛ همین سازمان بیش از آن که به یک نهاد مستقل ملی شیوات داشته باشد، به یک نهاد در راستای ترویج یک ایدئولوژی خاص تبدیل شده است.

آن‌چنان که مهندس خبیر، در تیر ماه سال جاری در یادداشتی برای سایت «عصر ایران» در تحلیل کلیات «سنت تحول رسانه ملی» ایراد می‌کند: «سنت تحول صدا و سیما بر است از نگاه ایدئولوژیک و سیاسی و بسیار دور از مفاهیم تخصصی رسانه‌ای و آدم را بیشتر یاد اهداف سازمان تبلیغات اسلامی می‌اندازد.» از نگاه خبیر اهداف اعلامی ۱۲ گانه ریاست صداوسیما، نه تنها صدای رسانه ملی بلکه کاملاً منطبق با اهداف نهادی همچون سازمان تبلیغات اسلامی است.

## آیا گشت‌های امنیت اخلاقی به شهر بازگشته‌است؟

دربی ایجاد برخی فضاسازی‌ها درباره بازگشت ون‌های گشت‌های امنیت اخلاقی به سطح معیار، پیگیری‌ها حاکی از نادرست بودن این خبرها و تصاویر تاکنون است.

در روزهای اخیر چند حساب کاربری در فضای مجازی با انتشار تصاویری از یک خودروی ون متعلق به پلیس، از بازگشت ون‌های گشت‌های امنیت اخلاقی به سطح شهر خبر داده بودند، خبری که براساس بررسی تصاویر و همچنین پیگیری‌های انجام شده از سوی

خبرنگاران ایستنا، امکان تأیید آن وجود ندارد و به نظر می‌رسد که فضاسازی رسانه‌ای باشد.در همین راستا نیز پیگیری‌های خبرنگار ما نشان داد که در روزهای اخیر تاکنون گشت‌های امنیت اخلاقی ماموریتی در سطح شهر نداشته‌اند. همچنین بررسی تصویر منتشر شده نیز نشان می‌دهد که این خودرو صرفاً یک دستگاه خودروی ون متعلق به پلیس بوده که در روزهای اخیر در نقاط مختلفی از شهر تردد داشته یا متوقف شده است، زاویه تصویر ثبت شده نیز طوری است که

جراحی افزایش انتقادات از صداوسیما و کاهش مخاطبان آن

# ۱۱ خطای استراتژیک صداوسیما



تسریع روند کاهش مخاطبان نقشی اساسی داشته و دارد. طی دهه‌های گذشته همواره روایت سوزوه مومن، انقلابی، بسیجی و متعهد به روایت رسمی صداوسیما مقبولیت و تریبون داشته است. حتی به جرات می‌توان گفت که برخی از شخصیت‌های منتقد وابسته به جریان انقلابی همانند علی مطهری نیز در برنامه‌های این سازمان حضور و جایگاهی نداشته‌اند.

سیاست‌گذاری کلان چنان بوده که انگار هیچ‌گونه چندصدایی در کشور وجود ندارد؛ به‌گونه‌ای که حتی حضور چهره‌های معتدل و اصلاح‌طلب نیز گاه در مقام یک خط قرمز متجلی می‌شود. زمانی که بسیاری از طیف‌های هویتی اعم از سیاسی، مذهبی یا قومی صدایی از خود در صداوسیمای ملی نمی‌شنوند، بدون تردید مسیر قهر با تلویزیون ملی را در پیش می‌گیرند.

**۴- نقض بی‌طرفی در انتخابات و تعامل با دولت‌های**

**مستقر**

فراتر از موارد مذکور، صداوسیما حتی در انتخابات سراسری نیز نتوانسته استقلال خود را حفظ کند. در انتخابات مختلف این سازمان برنامه‌های جانبدارانه از یک نامزد را تولید کرده که به وضوح از سوی مخاطبان فهم و درک شده است. حتی این نهاد در تعامل با برخی دولت‌ها نیز بی‌طرفی را نقض کرده و همچون

اپوزیسیون دولت‌کنش‌ورزی داشته است.

برای نمونه موج انتقادات و بازنمایی بد در راحتی از شخص دولت یازدهم و دوازدهم به‌گونه‌ای بود که حسن روحانی در اظهاراتی گفته بود: «سایت‌های منتقدان، برنامه‌های صدا و سیما و روزنامه‌ها هرچه بخواهند می‌نویسند و می‌سازند. فکر نمی‌کنم هیچ زمانی اینچنین بدون دغدغه و به راحتی از شخص رئیس‌جمهور، از کار دولت و راه دولت نقد و انتقاد می‌کردند.» در مجموع، عدم استقلال و تولید برنامه‌های جانبدارانه، دیگر خطای استراتژیکی بوده که از چشم مخاطبان پنهان نمانده و نمی‌ماند. در واقع، سازمانی بزرگ با یک بودجه کلان که مقرر است صدای یک ملت باشد، زمانی جانبداری از یک جریان خاص را در پیش می‌گیرد، حجمی گسترده از مخاطبان‌اش را باید از دست رفته ببیند.

**۵- اخراج برنامه‌سازان محبوب و حذف برنامه‌های غیرایدئولوژیک مخاطب‌ساز**

یکی دیگر از خطاهای مشهود صداوسیما در چند سال گذشته، حذف یا کنار گذاشتن برنامه‌ها و برنامه‌سازانی بوده که مخاطبانی میلیونی داشتند. در این میان، حذف برنامه محبوب «۹۰» به مجری‌گری و کارگردانی عادل فردوسی‌پور، مهم‌ترین نمود این خطای استراتژیک است. زمانی که یک رسانه بهترین مجری‌ها و محبوب‌ترین برنامه مردمی خود را از دور خارج می‌کند، باید انتظار ریزش میلیونی را در مخاطبان‌اش داشته باشد.

نمی‌توان آن را مربوط به گشت‌های امنیت اخلاقی دانست. پلیس از ون‌ها در ماموریت‌های مختلفی استفاده می‌کند که گشت‌های امنیت اخلاقی تنها یکی از موارد آن است و از این رو با استناد به یک تصویر منتشر شده از ون نمی‌توان نتیجه گرفت که این گشت‌ها به سطح شهر بازگشته‌اند، به ویژه آنکه پیگیری‌ها ازمرجع رسمی نیز بازگشت ون‌های گشت امنیت اخلاقی که در میان مردم به گشت ارشاد معروف شده را تأیید نکرده است.

حتی برخی از ناظران رسانه‌ای بر این باور هستند اگر پخش مسابقات ورزشی، به ویژه فوتبال‌ها از برنامه‌های صداوسیما مستثنی شوند، عملاً این سازمان با مخاطباتی حداقلی در سطح ملی مواجه خواهد شد.

فهم این قاعده دشوار نیست؛ زمانی که شما عادل فردوسی‌پور و برنامه محبوب ۹۰ را تعطیل می‌کنید، مخاطب ایرانی به سراغ برنامه فوتبالی تلویزیون ایران اینترنت‌شال به مجری‌گری مزدک میرزایی گرایش پیدا می‌کند؛ و این یعنی ریزش خودخواسته در مخاطبان!

**۶- تریبون‌داری برای درشت‌گویان نادرست‌گو**
غیبت متخصصان حوزه‌های مختلف و اس‌تأید برجسته دانشگاهی در برنامه‌های صدا و سیما و در مقابل تریبون دادن به افراد پرحاشیه دیگر آفت بزرگ صدا و سیما است که زمینه‌ساز حذف تصعیف جایگاه این نهاد در میان جامعه شده است.

در بسیاری از برنامه‌های این سازمان شاهد هستیم افرادی دعوت می‌شوند که به حاشیه‌سازی، ایجاد جنجال و حتی توهین شهرد ه هستند. افرادی که بدون لحاظ هیچ گونه خطا قرمزى ادعا‌های محیرالعقول را طرح و در امنیت‌ی‌ترین مسائل کشور ادعاهای غیرمستندی را ارائه می‌کنند. این افراد برای اکثریت جامعه شناخته شده می‌باشند. آن‌ها افرادی هستند که به جای درست‌گویی، درشت‌گویی می‌کنند.

هر چند آن‌ها در جمع حلقه‌های خودی، طرفدارانی دارند، اما در یک ارزیابی ساده مخاطب‌شناسی، تریبون دادن به این افراد کاهش بیش از بیش اعتماد عمومی به رسانه ملی را در پی داشته و دارد. بازمه قاعده بسیار ساده است؛ زمانی که کارشناسانی به صداوسیما می‌آیند و اظهاراتی غیرمستند، ریک و خلاف اخلاق را به زبان می‌آورند، مردم مخاطب کارشناسان دعوت شده از سوی ایران اینترنت‌شال، من‌وتو و بی‌بی‌سی فارسی گرایش پیدا می‌کنند. کارشناسانی که گاه از محذوفان صدا و سیمای ملی نیز بوده و شدید حرفه‌ایشان برای مردم جذابیت دارد.

**۷- نبود اتاق فکر حرفه‌ای برای سنسخت، ارزشیابی،**

**تیبین و روایت‌سازی در شرایط بحران**

اکثر رسانه‌های حرفه‌ای در سطح جهانی همواره اتاق‌فکرهایی حرفه‌ای از زنده‌ترین افراد را برای مدیریت بحران‌ها دارند. اما نوع مدیریت صداوسیما در اطلاع‌رسانی، بازنمایی بحران‌ها در کشور به گونه‌ای است که گویا اصلا در ایسن نهاد اتاق فکر مدیریت بحرانى وجود ندارد.

عملکرد ضعیف این سازمان در زمینه بازنمایی رسانه‌ای بحران‌ها چنان بوده که این نهاد برای کوچک‌ترین وقایعات نیز ناچار باشد، قسم جلاله بخورد که روایت آن‌ها حقیقت دارد. حتی بعضاً ناچار است ده‌ها دوربین مدار بسته را نشان دهد و چندین شاهد را به مردم معرفی کند.

این وضعیت در شرایطی است که رسانه‌های همچون ایران اینترنت‌شال و… در روایت‌سازی ضدروایت تلویزیون ملی اتاق فکرهای منسجمی را تشکیل داده و با انواع شگردهای حرفه‌ای قصد دارند، حقیقت را آن‌گونه که خود می‌خواهند بازنمایی کنند.

**۸- عادی جلوه دادن وضعیت بی‌عادی**

شاید بسیار در جمع‌ها و محفل‌های خصوصی و عمومی شنیده‌اید که صدا و سیما چنان است که گویی مملکت گل و بلبل است. آری! همین رویکرد که جامعه پرحبران و نارام را خوش و خرم معرفی می‌کند که گویی در کف جامعه هیچ خبری نیست؛ دیگر عاملی برای کاهش رغبت مخاطبان در رسانه ملی بوده است.

برای نمونه زمانی که تورم افسارگریخته در جامعه وجود دارد، مردم برای تأمین هزینه‌های در مشقت بوده و مردم فشار اقتصادی را در تمام معنای خود لمس می‌کنند، تهیه گزارش‌هایی تمداد زیادی اتوبوس به پهانه‌های مختلف بی کلاه ماند و در این مدت کلاشنه‌هایی که توان مالی داشتند از اعتبارات خود، اتوبوس خریدند. مطهر محمدخانی با بیان اینکه شنبه ۲۳ مهر ماه ۲۰۰ دستگاه اتوبوس، تعدادی ون و ۲ هزارمین تاکسی‌نوسازی شهر شده تهران وارد چرخه خدمت‌رسانی به مردم شد، گفت: افتتاح روز شنبه از چند زاویه قابل توجه بود، چرا که در یک روز و به یکباره ۲۰۰ دستگاه اتوبوس سفر کیلومتر به مجموعه شهرداری اضافه شد که حداقل در چهار پنج سال بجز بی سابقه بوده است که در یک بسته حمل و نقلی، اتوبوس، مینی اتوبوس و تاکسی وارد چرخه زندگی می‌شوند. بسیار مهم آن است که با ورود اتوبوس‌های جدید به ناوگان یک ۱۲ ساله شکسته شد؛ چرا که دولت با پیگیری وزیر کشور و معاونت آقای جمالی نژاد سهیم ۸۰ درصدی خود از خرید اتوبوس‌ها را پرداخت کرد و به همین دلیل تعداد زیادی اتوبوس به ناگان اضافه شد. البته تعهد دولت برای شهر تهران تحویل ۹۰۰ تا ۱۰۰۰ دستگاه اتوبوس است که از این میان ۱۳۰ دستگاه اتوبوس که از محل خرید وزارت کشور بود، روز گذشته تحویل شهرداری تهران شد. همچنین ۶۰ دستگاه اتوبوس دیگر هم از منابع شهرداری تهران خریداری شده است.

محمدخانی با بیان اینکه ورود ۲۰۰ دستگاه اتوبوس شروع یک مسیر است، ادامه داد: در یک سال اخیر ۱۰۰۰ دستگاه اتوبوس تعمیر یا اورهال شده است که ظرفیت شهر تهران را در حوزه ناوگان حمل و



سه‌شنبه ۲۶ مهر ۱۴۰۱ ■ شماره ۳۵۳۷

نیز محسوب می‌شود.

در چنین فضایی است که میدان برای تبلیغات و اثرگذاری ندهای رسانه‌های خارج از کشور گنوده می‌شود تا مردم را به پای برنامه‌های انتقادی خود بکشانند.

**۹- ایجاد بستر قهر سلبریتی‌های خودساخته**

یکی دیگر از خطاهای استراتژیک صداوسیما عدم تعامل مناسب با سلبریتی‌های خودساخته بوده است. ساختار مدیریتی عمومی و طلب‌کارانه این سازمان در تعامل با برنامه‌سازان در بسیاری از موارد زمینه قهر و جدایی سلبریتی‌ها را در پی داشته است.

سلبریتی‌هایی که با تولید برنامه‌ها و سریال‌های خود می‌توانستند روزانه میلیون‌ها نفر را پای تلویزیون بکشانند و مخاطبان من‌وتو، ایران اینترنت‌شال و بی‌بی‌سی فارسی را کاهش دهند، یکی پس از دیگری کنار گذاشته می‌شوند. البته این روند در چند وقت اخیر سرعت بیشتر نیز به خود گرفته که نتیجه قطعی آن سرعت بیشتر کاهش مخاطبان تلویزیون ملی نیز خواهد بود.

**۱۰- مخاطب‌شناسی فاجعه‌بار و پشت پا زدن به خواسته‌های جامعه**

در علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، یکی از مهم‌ترین موضوعات مخاطب‌شناسی صحیح است. در این مورد شکی نیست که در روزگاری که صداوسیما نه در داخل و نه در خارج رقیبی نداشت و با نسل از مردمان قبل از انقلاب مواجه بود، مخاطبانی حداکثری داشت، اما نکته‌ای که در دهه‌های گذشته مورد افکار قرار گرفته، دگرگونی در مطالبات و سلاطیق مخاطبان است.

از کودکان دهه نودی که حجمی گسترده‌ای از کارتن‌ها و نرم‌افزارهای داخلی و خارجی را پیش‌روی خود می‌بینند، نباید انتظار داشت همانند کودک دهه شصتی، یک هفته برای قسمت جدید یک کارتن محبوب‌اش انتظار بکشد.

برای نوجوانی که انتخاب‌های متنوعی در دینن سلاطیق موردنظر خود به صورت شنیداری و تصویری دارد، نباید انتظار داشت مخاطب پروپاقرص برنامه‌های کلاسیک صداوسیما باشد.

این قاعده در میان قشر جوان و بزرگسال نیز صادق دارد. اساساً در عصر ارتباطات و توسعه تکنولوژی‌های رسانه‌ای و مجازی، این دیگر مخاطب نیست که دنبال شما می‌آید، بلکه شما هستید که باید خواسته مخاطب را درک کنید. با رویکرد چند دهه گذشته نمی‌توان خواسته‌های مخاطبان جدید را در زمانه تحریم‌های ظالمانه خارجی یکی از سلاطیق جدید می‌توان روند زمانه و تطبیق‌پذیری صداوسیما با مطالبات جدید می‌توان روند کاهش مخاطبان این نهاد در چند وقت گذشته را قلمی دانست.

**۱۱- ندانستن راهبرد تزریق آرامش و شُادی به جامعه**

آرامش و شُادی، دو مولفه اصلی سبک زندگی در عصر جدید است. در جوامع مختلف حداکثر تلاش رسانه‌ها این است که این دو مولفه را به جامعه تزریق کنند. در واقع، تولید برنامه‌هایی که بتواند شادی و آرامش را به آن‌ها بدهد، هدف‌گذاری اصلی‌شان است. حال باید پرسید در چند سال گذشته که کشور تحت تأثیر تحریم‌های ظالمانه خارجی یکی از سخت‌ترین برهه‌های تاریخی را سپری کرده و بیشتر از هر زمان دیگری نیازمند تزریق شُادی و آرامش است، صدا و سیمای ملی چه اقدامی انجام داده است.

نداشتن راهبرد برای تزریق آرامش و امید به جامعه دیگر نشانه و نمود ناکارآمدی صداوسیما است که حتی آه از نهاد نمایندگان مجلس نیز در آورده است. به‌گونه‌ای که اخیراً مضمومه پاشایی بهرام نماینده مردم جلفا و مرند در مجلس شورای اسلامی نسبت به رویکرد صداوسیما می‌گوید: «چرا صداوسیما برنامه‌هایی برای افزایش تولید برنامه‌های شاد و مفرح و سریال‌های خوب ندارد؟ جامعه نیازمند شور و نشاط است، اما صداوسیما همچنان اندر خم یک کوچه کار فرهنگی مستقیم انجام می‌دهد، ولی این کار و معظه مردم جواب نمی‌دهد.»

### خبر کوتاه

**مدارس غیر دولتی رته‌بندی می‌شوند**

رئیس سازمان مدارس و مراکز غیردولتی وزارت آموزش‌وپرورش از رته‌بندی مدارس غیردولتی خبر داد و گفت: فرایند اجرای این برنامه از ابتدای امسال آغاز و شاخص‌ها تعیین شده است که به‌زودی طی بخشنامه‌ای به استان‌ها ابلاغ خواهد شد.

احمد محمودزاده با تأکید بر ضرورت تربیت دانش‌آموزان تمام ساحتی اظهار کرد: مدارس غیردولتی باید فعالیت‌ها و برنامه‌های خود را با سندتحول بنیادین همسو کنند. وی افزود: از امسال رویکردهای تربیتی و فرهنگی را در ردیف ملاک‌های ارزیابی و رته‌بندی و همچنین تعیین الگوی شهری مدارس قرار داده‌ایم.

رئیس سازمان مدارس و مراکز غیردولتی وزارت آموزش‌وپرورش از رته‌بندی مدارس غیردولتی خبر داد و گفت: فرایند اجرای این برنامه از ابتدای امسال آغاز و شاخص‌ها تعیین شده است که به‌زودی طی بخشنامه‌ای به استان‌ها ابلاغ خواهد شد. محمودزاده ادامه داد: دو شاخص گذاری انجام می‌دهیم؛ یک شاخص گذاری مربوط به موضوع رته‌بندی و دیگری ارزیابی ما از استان‌هاست. ما قصد داریم استان‌ها را ارزیابی و رته و تعیین آنها را در مقایسه با دیگر استان‌ها مشخص کنیم. این شاخص‌گذاری‌ها هم در حوزه آموزش و هم پرورش انجام خواهد شد.

وی درباره میزان شکایات و تخلفات رسیدگی شده در جریان ثبت‌نام مدارس غیردولتی گفت: خوشبختانه امسال روند تعیین و میزان شهریه مدارس غیردولتی به خوبی اطلاع رسانی شد. توافقاتی نیز با موسسان صورت گرفته بود که رقم اعلامی شهریه با رقم دریافتی از والدین یکی باشد.

رئیس سازمان مدارس و مراکز غیردولتی وزارت آموزش‌وپرورش ادامه داد: قصد داریم امسال برای اولین بار نظرسنجی انجام دهیم که بر اساس آن به صورت پایلوت برای خانواده‌ها پیامک ارسال و از آنها سوال می‌کنیم که چه میزان شهریه پرداخته کرده‌اند تا درصد انحراف از مسیر را پیدا کنیم.

فرمانده فرآجا خبر داد:

## اعلام آمادگی برای صادرات تجهیزات پلیس ایران به سایر کشورها



فرمانده فرآجا از آمادگی برای صادر کردن تجهیزات پلیس کشورمان به دیگر کشورها خبر داد و گفت که برخی کشورها نیز در زمینه استفاده از تجهیزات در ایران قرارداد دارند. سردار حسین اشترتی اظهارکرد: بعد از دو سال وقفه به دلیل بیماری کرونا امسال شاهد برپایی نمایشگاه ایپاس در تهران هستیم. این نمایشگاه با رشد خوبی روبه‌رو است و کارشناسان نیز این ادعای تخصصی را دارند که نمایشگاه رشد کرده است و ما هم خدا را شاکریم که پلیس ایران نسبت به سال های گذشته پیشرفت و ارتقا پیدا کرده است. وی ادامه داد: پلیس طی ۴۳ سال گذشته در حال رشد بوده است. خصوصاً ادعا داریم در سال‌های اخیر سرعت و شتاب بیشتری هم داشته‌ایم که البته نیاز هم هست، به همان اندازه که در دنیا در تجهیزات فناوری‌ها در حال رشد است باید پلیس هم بیشتر از سایر حوزه‌ها رشد کند. ما متقدمات پلیس برای امنیت مردم و جلوگیری از آسیب‌های اجتماعی و مقابله کسانی که جرائمی را انجام می‌دهند باید چند گام جلوتر باشد. فرمانده فرآجا بیان بیان اینکه اسررز تولید یکی از دغدغه‌های اصلی همه دولت‌ها و نظام‌ها است، گفت: هر دولتی بخواهد اهداف خود را پیاده کند باید در سایه امنیت ایسن کار را انجام دهد و در سایه امنیت است که ما می‌توانیم رشد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و… داشته باشیم. اگر صنعتگران، دانشگاه‌ها، مدارس، بازار و… بخواهند رشد کنند در سایه امنیت می‌توانند به اهداف برسند. تمام دولت‌ها به دنبال این امنیت هستند که امروز به واسطه تلاش پلیس، نیروهای مسلح، همکاری مردم و راهنمایی‌های رهبر معظم انقلاب دارای امنیت هستیم.باشتری اظهار کرد: امروز نیازمندی‌هایی که در پلیس با کمک نخبگان خود در داخل کشور تهیه می‌کنیم و این برای امنیت جمهوری اسلامی ایران افتخاری است که بخش اعظمی از تجهیزاتش توسط نخبگان، صنعتگران و هنرمندان داخلی تولید شده است. امروز