

کد

نشریه خبری تحلیلی تنظیم‌گری رسانه

شماره بیستم | مرداد ۱۳۹۹

وزیر اسبق ارتباطات و نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی:

دولت وظیفه‌ای در حوزه صوت و تصویر فراگیر ندارد



رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر
مکمل رسانه ملی

حکمران یکپارچه
در خدمت منافع عمومی

آن را نیز باید در حرکت به سمت حکمرانی یکپارچه و همگرایانه دانست. بدین ترتیب که چنین اقداماتی به بخش‌های دیگر واگذار شده و دولت نقش حمایتی یا تنظیمی می‌یابد. این مهم که به سبب تعدد ذینفعان در این حوزه است، موجب نوعی از تقسیم منطقی وظایف و وحدت راهبردها و اهداف میان دستگاه‌ها و مجموعه‌ی حاکمیت، بخش عمومی و بخش خصوصی می‌شود. اما در ایران وضعیت چگونه است؟

مطابق قانون اساسی کشور، صدا و سیما جمهوری اسلامی به عنوان یک رسانه عمومی در کشور مشغول به فعالیت است. در گذشته روزنامه‌های خصوصی مشغول به فعالیت بودند و امروزه رسانه‌های صوت و تصویر خصوصی توسط حاکمیت به رسمیت شناخته شده‌اند که هر کدام بر اساس رویکرد و خط مشی و مدل درآمدی مشخصی فعالیت می‌کنند. در این بین تنها رسانه ملی است که به عنوان رسانه حاکمیتی با رویکرد حفظ منافع عمومی کشور و با وابستگی به بودجه کشور فعالیت می‌کند. به عبارت دیگر وظیفه پخش کننده عمومی (Public Broadcaster) بر عهده سازمان صدا و سیما قرار گرفته است. به همین دلیل ورود مجدد دولت در قامت یک رسانه صوت و تصویر با استفاده از بودجه دولتی، همانند آنچه سرویس تلویزیونی خبرگزاری ایرنا راه اندازی کرده بود، فارغ از رقابت نابرابر با بخش خصوصی در حوزه صوت و تصویر فراگیر به نوعی ائتلاف منابع حاکمیت تلقی می‌شود.

گروه‌های سیاسی و ترجیح آن‌ها بر ارائه‌ی خدمت به عموم، عدم توجه کافی به گروه‌های خاص همچون کودکان و... را از جمله آسیب‌های این بخش از صنعت دانسته‌اند. البته که با توجه به اقدامات تنظیم‌گران و نهادهای مدنی و دیگر بخش‌های دغدغه‌مند و همچنین مسئولیت خود پلتفرم‌ها در برابر قانون، این موارد تا حدودی اصلاح شده‌اند، اما کامکان انتقاداتی در این حوزه مطرح است.

در این میان، نقش دولت‌ها و نسبت آن‌ها با این صنعت و به‌طور کلی نظام‌های رسانه‌ای است. به‌طور کلی دولت‌ها وظیفه دارند تا از منافع عمومی صیانت کنند. این هدف با شیوه‌های مختلفی چون مداخله و ارائه‌ی مستقیم خدمات تا تنظیم‌گری و دیگر راه‌های مستقیم و غیرمستقیم توسط دولت‌ها محقق می‌شود.

اما در نهایت کدام شیوه، شیوه‌ای پذیرفته شده و مناسب با کل نظام است؟

بررسی تاریخی نشان می‌دهد که دولت‌ها در ابتدا خود در بخش تولید و البته پخش محتوا ورود کردند و خود مالک انحصاری بخش مهمی از زنجیره‌ی ارزش و ارائه‌دهنده‌ی خدمات مبتنی بر آن بوده‌اند. اما با گذشت زمان، دولت‌ها به سمت تقویت بخش خصوصی و حمایت از آن و همچنین استقرار نظام تنظیم‌گری در جهت تحقق منافع عمومی حرکت کرده‌اند. این مشی، زمان قابل‌اعتنایی است که مورد توجه قرار گرفته است. بدین ترتیب دولت‌ها خود را از ارائه‌ی مستقیم خدمات رسانه‌ای تاحدی کنار کشیده‌اند. دلیل



محمد حسین خلیلی

پژوهشگر مرکز مطالعات تنظیم‌گری ساترا

نسبت دولت با سرویس‌های رسانه‌ای پخش فراگیر

با ظهور فناوری‌های جدید و سربرآوردن انواع نوینی از خدمات رسانه‌ای صوتی-تصویری، تحولات مختلفی در سطوح مختلف سازمان، محتوا و مخاطب رسانه‌های صوتی-تصویری به وجود آمد هرچند ساختار سنتی به کلی متحول نشد. این تحولات موجب ظهور بازیگران مختلفی شد که هر کدام بنا بر منافع خود یا گروهی خاص و یا با قصد صیانت از منافع عمومی عمل می‌کنند. این دسته از بازیگران مختلف عموماً وابسته به بخش خصوصی هستند. حضور بخش خصوصی بدون شک موجب توسعه‌ی صنعت و بلوغ آن می‌شود؛ هرچند عده‌ای از تحلیلگران، مواردی چون لحاظ کردن منافع شخصی یا



کُرد

نشریه خبری تحلیلی تنظیم‌گری رسانه

شماره بیستم | مرداد ۱۳۹۹

صاحب امتیاز: سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا)

مدیرمسئول: علی سعد

سردبیر: سارا اعلایی

تحریریه: محمد حسین خلیلی، دکتر حنانه اکبری نوری، سیده سارا حسینی

طراحی گرافیک: کارگاه طراحی یاقوت

نمونه خوان: رسول مهربانی

وب سایت: <https://satra.ir>

نشانی: تهران، خیابان شهید مطهری، تقاطع خیابان شهید مفتاح، جنب مترو شهید مفتاح ساختمان سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر

تلفن: ۸۸۳۴۵۲۴۵

اخبار ساترا

تدوین فرایند ثبت و نظارت بر سایت‌های دانلود فیلم

فرایند ثبت و نظارت سایت‌های دانلود فیلم در نهاد رگولاتوری ساترا تدوین شد. با این اقدام مدیران سایت‌های دانلود فیلم برای انجام فعالیت‌های خود به شکل قانونی می‌توانند درخواست خود را پیگیری کنند.

ساماندهی سایت‌های دانلود فیلم یکی از اضلاع مهم صوت و تصویر فراگیر است که امروزه در سید مصرفی مخاطبان سهم قابل توجهی داشته و ساترا از شش ماه قبل، این مهم را شروع کرده است.

صیانت از مالکیت فکری در رسانه‌های صوتی و تصویری به صورت لحظه‌ای پیگیری می‌شود

با تفاهم ساترا و دادستانی، دستورالعمل همکاری

بین دو نهاد به منظور پیگیری شکایت‌های حوزه مالکیت فکری تدوین و اجرا شد. این دستورالعمل بر اساس تفاهم صورت گرفته در جلسات مشترک میان ساترا و معاونت فضای مجازی دادستانی کل کشور تدوین شد که بر اساس آن با طراحی یک سامانه، گزارش‌های مربوطه به حوزه مالکیت فکری به صورت لحظه‌ای پیگیری می‌شوند. امروزه مسئله مالکیت فکری، یکی از مسائل جدی محتوایی در رسانه‌های صوت و تصویر کشور است که پیش از این موجب شکایت‌های متعددی از سوی تهیه‌کنندگان آثار و کاربران شده است.

ضوابط تاسیس کارگزاری محتوای حرفه‌ای منتشر شد

ضوابط و شرایط تاسیس و بهره‌برداری از کارگزاری

محتوای حرفه‌ای خدمات صوت و تصویر فراگیر منتشر شد. این اقدام در راستای اجرایی‌سازی اهداف ساترا و رسیدن به اهداف خودتنظیمی صورت گرفته است. بر این اساس برخی موارد نظارتی ساترا به نهاد مذکور واگذار خواهد شد. این مسئله از یک سو نظارت و تنظیم‌گری ساترا را تسهیل کرده و از سوی دیگر با تخصصی کردن امر نظارت، موجب پیشگیری از تخلفات خواهد شد.

ساترا به رسانه‌ها مشاوره حقوقی رایگان می‌دهد

معاونت حقوقی ساترا در راستای اهداف حمایت‌گری خود و باتوجه به بروز مشکلات حقوقی بین رسانه‌های صوتی و تصویری و سایر فعالین، اقدام به ارائه مشاوره حقوقی می‌کند. این اقدام باهدف کاسته شدن از حجم پرونده‌های قضایی، رقابت سالم در بازار و استیفای حقوق رسانه‌های متضرر صورت می‌پذیرد. در همین راستا اخیراً در خصوص اختلافات دو شرکت در مورد یکی از رسانه‌ها، یکی از طرفین اختلاف درخواست معاضدت از ساترا کرد. به دنبال این درخواست از سوی معاونت حقوقی ساترا راهکارهایی جهت حل و فصل سریع‌تر موضوع ارائه شد.

دانشگاه شریف ارزیابی عملکردی رسانه‌های صوت و تصویر را انجام می‌دهد

ساترا و دانشگاه صنعتی شریف برای ارائه خدمات آزمایشی و مشاوره‌ای، تفاهم‌نامه همکاری منعقد کردند. این تفاهم‌نامه باهدف همکاری و مشارکت در راستای ارائه خدمات آزمایشی و ارزیابی عملکردی

برنامه‌های کاربردی تلفن همراه به امضای معاون توسعه کسب‌وکار و تنظیم بازار ساترا و معاون پژوهش و فناوری و مدیر آزمایشگاه دانشگاه صنعتی شریف رسید. به موجب این تفاهم‌نامه دانشگاه شریف به شرکت‌ها و رسانه‌های معرفی شده از سوی ساترا خدمات تست کاربردی، پیش از اعطای مجوز به رسانه‌های صوت و تصویر و همچنین خدمات تسهیلاتی به سایر رسانه‌های صوتی و تصویری معرفی شده از سوی ساترا با تخفیف ۴۰ درصد اعطای می‌کند.

همکاری مرکز مطالعات تنظیم‌گری با دفتر بررسی‌های راهبردی مجمع تشخیص مصلحت

در جلسه مشترکی با حضور مدیر مرکز مطالعات تنظیم‌گری رسانه ساترا و مدیر دفتر بررسی‌های راهبردی دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام، درباره چالش‌های حقوقی نظام تنظیم‌گری رسانه و راهکارهای حل آن گفتگو شد که بر اساس آن فعالیت مشترکی به منظور گره‌گشایی برخی مسائل تعریف شد.

در این جلسه، همچنین مسئولان مرکز مطالعات تنظیم‌گری ضمن تشریح برخی مسائل مورد نیاز ساترا، زمینه‌های همکاری مشترک را بررسی کردند. مدیران دفتر بررسی‌های راهبردی ضمن ارائه موضوعات مورد بررسی خود، زمینه‌ها و قالب‌های همکاری و تعامل را تشریح کردند. این جلسات قرار است با تمامی مراکز شناسایی شده به‌منظور گسترش شبکه علمی ساترا ادامه یابد.

مرکز مطالعات تنظیم‌گری رسانه ساترا
چالش نقش‌آفرینی دولت در نظام‌های رسانه‌ای را بررسی می‌کند

حکمران یکپارچه در خدمت منافع عمومی



ظهور و توسعه فناوری‌های تحول‌آفرین در سه دهه گذشته، نظام‌های رسانه‌ای را با تحولات بنیادینی روبه‌رو کرد که مهم‌ترین این تحولات، ظهور بازیگران جدید در عرصه تولید، توزیع و پخش محتوا بوده است. به عنوان مثال در سال‌های اخیر و همراه با توسعه فناوری‌های آنلاین، رسانه‌های بزرگ فراملی مانند یوتیوب و نتفلیکس وارد سپهر رسانه‌ای شدند که هرکدام به نوعی در تغییر «عادات مصرف رسانه‌ای مخاطبان» نقشی اساسی ایفا کردند.

این بازیگران نوین عمدتاً غیردولتی بوده و در قامت یک رقیب در کنار سازمان‌ها و نهادهای رسانه‌ای عمومی، خدماتی را ارائه می‌دهند. از طرفی این بازیگران به دلیل مدل تأمین مالی آن‌ها - که مبتنی بر کسب درآمد از طریق ارائه خدمات و تبلیغات بوده است - اصطلاحاً «خدمات تجاری رسانه‌ای» لقب گرفتند.

عده‌ای از تحلیل‌گران، ارائه محتوا و خدمات تجاری را در نظام‌های رسانه‌ای مفید دانسته و آن را موجب توسعه رسانه‌ها می‌دانند. برخلاف گروه اول، بخش دیگری از پژوهشگران و سیاست‌گذاران به علت ظهور آسیب‌هایی نظیر سوءاستفاده از خدمات رسانه‌ای در راستای اهداف تجاری و یا سیاسی گروه‌ها، آسیب‌پذیری گروه‌های خاص مانند کودکان، نقض حقوق مخاطبان و عدم وجود تمایز میان تبلیغات تجاری و محتوای غیرتجاری، با این ایده موافق نیستند. دسته دوم که عمده صاحب‌نظران را شامل می‌شود، منشأ بروز آسیب‌های اشاره شده را وجود و غلبه بازیگران

تجاری می‌دانند.

در این میان و هم‌زمان با غلبه خدمات تجاری رسانه‌ای، پرسشی بنیادین برای سیاست‌گذاران و سیاست‌پژوهان رسانه پدید می‌آید: نقش و جایگاه دولت‌ها در مقابل نظام رسانه‌ای چیست؟

همه می‌دانیم یکی از وظایف اصلی دولت‌ها ایجاد موجبات رفاه عمومی شهروندان و حفاظت از منافع عمومی است که این امور به چهار شیوه کلی قابل انجام است:

۱. دولت‌ها مستقیماً به ارائه کالا و خدمات می‌پردازند.

۲. دولت‌ها از طریق وضع مالیات و یا اعطای تسهیلات مالی موجبات تولید و یا عدم تولید یک کالا و خدمات را فراهم می‌آورند.

۳. دولت‌ها از طریق پیاده‌سازی نظام تنظیم‌گری موجب تحقق منافع عمومی می‌شوند.

۴. دولت‌ها از طریق بازتوزیع منابع، رفاه عمومی را محقق می‌سازند.

حال پاسخ پرسش بنیادین مطرح شده را ناظر بر چهار شیوه رایج اشاره شده دنبال خواهیم کرد؛ باید دانست اساساً کدام‌یک از چهار حالت فوق برای مداخله دولت در نظام رسانه‌ای مطلوب‌تر و نیز کدام‌یک موجبات تحقق سطح کمتری از منافع عمومی را فراهم می‌آورد؟ برای بررسی این موضوع، نگاهی به سیاست‌های کلان برخی از کشورها در این حوزه خواهیم داشت.

یک منطق تقریباً مشترک

چیزی که به یاد داریم این است که در ابتدای مسیر پیدایش رسانه‌های پخش فراگیر، به علت وجود

محدودیت‌های فناوریانه، دولت‌ها مالکیت و کنترل رسانه‌های پخش فراگیر را برعهده داشته و به نوعی مستقیماً به تولید و پخش محتوای پرداختند. اما به مرور زمان و با توسعه فناوری که منجر به ظهور بازیگران تجاری شد، انحصار دولت‌ها در تولید و پخش محتوا از میان رفت و رسانه‌های پخش فراگیر دولتی به سوی عمومی شدن حرکت کرده و دولت‌ها کوشیدند تا از سویی با استقرار نظام تنظیم‌گری رسانه‌های خصوصی و از سوی دیگر با تقویت رسانه‌های عمومی، منافع عمومی را محقق سازند.

در این مرحله با پرسش کلیدی دیگری مواجه می‌شویم؛ بر اساس تجارب تاریخی و همچنین تجربیات فراملی، آیا راه‌اندازی رسانه مبتنی بر پخش توسط بخش دولتی، موجب تحقق منافع عمومی خواهد شد؟

نگاهی کلی بر مدل‌های حکمرانی و سیاست‌گذاری رسانه‌های فراگیر در سایر کشورها نشان می‌دهد که اکثر نظام‌های حکمرانی رسانه‌ای، ورود مستقیم بخش دولتی را در عرصه رسانه‌های فراگیر خلاف منافع عمومی دانسته و نقش اصلی دولت‌ها را تقویت رسانه‌های خدمت عمومی و ارتقای نظام تنظیم‌گری این رسانه‌ها دانسته‌اند.

به‌عنوان نمونه بر اساس ماده ۱۰ قانون خدمات رسانه‌ای صوتی و تصویری اتریش، اشخاص حقیقی نام برده شده در قانون عمومی - که شامل بخش دولتی نیز می‌شوند - و همچنین احزاب سیاسی از داشتن رسانه صوتی و تصویری فراگیر منع شده‌اند. با همین منطق و در کشور آلمان نیز صراحتاً

سازمان‌های دولتی از دارا بودن رسانه‌های صوتی-تصویری فراگیر منع شده‌اند.

علاوه بر این‌ها نگاهی بر «قانون ارتباطات» بریتانیا مصوب سال ۲۰۰۳ نیز موید اعمال محدودیت‌هایی برای مالکیت و کنترل رسانه‌های پخش فراگیر توسط بخش‌های مختلف است. مطابق گزارشی که نهاد تنظیم‌گر ارتباطات بریتانیا (آفکام) پیرامون نحوه اجرایی‌سازی قوانین مرتبط با مالکیت رسانه‌ها منتشر کرده، با توجه به ضریب بالای نفوذ پخش فراگیر در این کشور و اقبال زیاد مخاطبان به این نوع از رسانه‌ها، حاکمیت باید تضمین کند این رسانه‌ها اثر ناعادلانه‌ای بر روی جامعه نخواهند گذاشت. بر همین اساس هم آژانس‌های تبلیغاتی، گروه‌های سیاسی، نهادهای محلی دولتی، گروه‌های مذهبی و کلیه نهادهایی که بیش از ۵۰ درصد از بودجه عمومی کشور را دریافت می‌کنند، از داشتن رسانه فراگیر منع شده‌اند. علت اصلی این ممنوعیت را باید در این جست که نهادهای مذکور به خاطر عرضه نقطه‌نظرات خود از یک منظر واحد و باهدفی واحد به مخاطبان خود، به دنبال اعمال نفوذ ناخواسته بر آن‌ها بوده و در نگاه کلی برخلاف منافع عمومی عمل می‌کنند، حال آنکه منافع عمومی ایجاب می‌کند که هر شخصی که دارای مجوز پخش فراگیر باشد، باید با دقت و بی‌طرفی اقدام به اطلاع‌رسانی کند. در کنار همه توضیحات بالا این را هم اضافه کنید که آفکام مدعی است حتی توسعه اینترنت و افزایش ظرفیت بسترهای ارتباطی نیز دلیلی بر رفع این محدودیت‌ها نخواهد بود.

با مروری کوتاه و اجمالی دیدیم که در نهایت بر اساس تجارب فراملی در حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌ای، ورود مستقیم بخش دولتی به عرصه پخش محتوای صوتی و تصویری نه تنها موجبات تحقق منافع عمومی را فراهم نمی‌آورد بلکه آن را با تهدید نیز مواجه می‌کند چرا که عموماً بخش دولتی، دیدگاهی بخشی به مسائل عمومی دارد. همچنین دانستیم مؤثرترین مداخله بخش دولتی در حوزه رسانه‌های فراگیر، تقویت رسانه‌های خدمت عمومی و کمک به استقرار نظام تنظیم‌گری یکپارچه و مؤثر است.

== با مسئله تکثر و تنوع رسانه‌ای چه خواهیم کرد؟ ==

احتمالاً خواندن گزارش ما تا به اینجا، برای کارشناسان خبره نظام رسانه‌ای این سؤال را به وجود آورده است که آیا با رویکرد تشریح شده، مسئله تکثر و تنوع رسانه‌ای نقض نخواهد شد؟ پاسخ آن که اساساً تنوع و تکثر رسانه‌ای دارای دو بعد ایجابی و سلبی است. از منظر ایجابی، تکثر رسانه‌ای به معنای وجود گزینه‌های مختلف برای تولید و مصرف رسانه‌ای به دور از وجود انحصار در ارائه پیشنهادها و فرصت‌هاست؛ به این صورت که کلیه شهروندان قادر به دسترسی و استفاده از دیدگاه‌های مختلف توسط رسانه‌ها باشند. بر همین مبنا که بیان کردیم، تنوع و تکثر رسانه‌ای، بعد سلبی نیز دارد که در قالب جلوگیری از نفوذ بیش از حد یک گروه خاص و اعمال قدرت بر افکار عمومی است. نتیجتاً اینکه جلوگیری از ورود بخش

دولتی به حوزه مستقیم پخش فراگیر نه تنها در راستای محدودیت تکثر رسانه‌ای نیست، بلکه از باب جلوگیری از شکل‌گیری انحصار در راستای تکثر رسانه‌ای نیز موجه خواهد بود.

== به سوی حکمرانی یکپارچه! ==

در نهایت باید این نکته را بیان کرد که بسیاری از محققان حوزه سیاست‌گذاری رسانه، خصوصیت اصلی نظام‌های رسانه‌ای را در عصر دیجیتال، متعدد شدن ذی‌نفعان می‌دانند که مشخصاً سیاست‌گذاری رسانه‌ای را پیچیده‌تر خواهد کرد. این پیچیدگی، بیش از پیش اهمیت مسئله یکپارچگی در سطوح سیاست‌گذاری و نظام حکمرانی را به ما گوشزد می‌کند. امری که در نهایت منجر به پایداری یک نظام رسانه‌ای ملی خواهد شد. این نکته هم قابل اشاره است که اگر بپذیریم حکمرانی یکپارچه به معنای وجود وحدت و هماهنگی میان اجزای مختلف نظام حکمرانی است، نبود تداخل کارکردی میان ساختارها و اجزا مختلف از یک سو و وحدت در تعیین اهداف و راهبردها از سوی دیگر را می‌توان به‌عنوان دواصل اساسی برای یک حکمرانی خوب در نظر داشت.





علی چاوشی

رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر مکمل رسانه ملی

بعد از رونمایی وزارت ارتباطات از طرح «هر ایرانی، یک تلویزیون اینترنتی» دیدگاهی جنجالی در فضای آنلاین مبنی بر پایان انحصار رسانه‌ای منتشر شد. این مورد و موارد این‌چنینی، بار دیگر لزوم بازنگری در چشم‌انداز سیاست‌گذاران و متخصصان این حوزه برای ایجاد صنعتی پایدار و مقتدر در حوزه رسانه را یادآوری کرد. بازار صوت و تصویر جهان با ظهور فناوری‌های جدید رسانه‌ای به سرعت در حال تغییر است. تا پیش از این، تلویزیون‌های خطی بازیگران غالب این بازار بودند. در ایران صداوسیما تنها رسانه‌ی فراگیر کشور بود و بنا بر قانون، شبکه‌های خصوصی

شکل نگرفته بودند. رشد و توسعه فناوری در حوزه رسانه به ظهور نسلی از رسانه‌های دیجیتال و آنلاین منجر شد. سرویس‌های درخواستی (VODs)، پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری ویدئو (VSPs) و سرویس‌های استریم (استریم زنده، استریم بازی) از جمله رسانه‌های نوپنی هستند که در سطح جهان، بخش مهمی از محتوای رسانه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند. به طور مثال «نتفلیکس» یکی از بزرگ‌ترین سرویس‌های استریم ویدئوی جهان، ۱۵ درصد و پلتفرم اشتراک‌گذاری ویدئوی یوتیوب نیز ۱۱٫۴ درصد ترافیک جهانی اینترنت را به خود اختصاص داده‌اند.

با رشد و گسترش سرویس‌های استریمی چون نتفلیکس، یوتیوب، آمازون پرایم و دیگر سرویس‌ها، انواع جدیدی از عرضه محتوای صوتی و تصویری در جهان شکل گرفت. در نتیجه بازیگران مختلفی پا به عرصه عرضه محتوای رسانه‌ای گذاشتند. بی‌تردید صنعت بالغ نیازمند بازیگران مختلف و توانمند در ارائه خدمات گوناگون و متنوع است. هرچه تنوع و تکثر این بازیگران بیشتر باشد، صنعت از توسعه و گسترش بیشتری برخوردار بوده و به تبع آن کیفیت و کمیت محصولات ارائه شده، به حداکثرسازی رضایت مصرف‌کننده کمک بیشتری خواهد کرد.

بازار رسانه‌ای ایران نیز از این تحولات فناورانه دور نماند و در سال‌های اخیر شاهد رشد و گسترش سرویس‌های رسانه‌ای بوده‌ایم. فارغ از ارزیابی مثبت و منفی بودن فیلترینگ سرویس‌های خارجی نظیر یوتیوب و عدم فعالیت سرویس‌های

استریم جهانی نظیر نتفلیکس در ایران، سرویس‌های رسانه‌ای داخلی توانسته‌اند سهم عمده‌ای از محتوای آنلاین کاربران ایرانی در تماشای ویدئو (غیر از شبکه‌های اجتماعی خارجی نظیر اینستاگرام) را در اختیار بگیرند، از این رو صنعت رسانه‌ای ایران شاهد ورود بازیگران مختلفی به عرصه ارائه خدمات محتوایی بوده است.

با شیوع ویروس کرونا و تعطیلی مراکز تفریحی از جمله سینما، سالن‌های تئاتر، کنسرت و مسابقات ورزشی، رسانه‌های آنلاین نقش مهمی را در رسیدن مصرفی مخاطبان ایفا کردند. اگران آنلاین فیلم‌های سینمایی، کنسرت‌های موسیقی و برنامه‌های تئاتر از جمله اتفاقی‌های مهم ناشی از تأثیرات ویروس کرونا بود. تصمیم مردم به ماندن در خانه و همچنین ارائه برخی از تسهیلات، نظیر تخفیف‌های اشتراک و اینترنت رایگان و نیم‌بها در جذب مخاطبان بی‌تأثیر نبوده است. در نتیجه ما شاهد رشد و افزایش مخاطبان این صنعت بوده‌ایم و باید این فرصت را مغتنم شمرد و برای رشد و توسعه زیست‌بوم رسانه‌ای کشور از آن استفاده کرد.

رشد و توسعه زیست‌بوم رسانه‌ای هر کشوری نیازمند حضور بازیگران مختلف رسانه‌ای با کارکردهای متنوع است. رشد و توسعه رسانه‌های آنلاین بخش خصوصی مانع کارکرد مؤثر رسانه ملی مقتدر و کارآمد نیست؛ چرا که هرکدام از این رسانه‌ها نقشی متفاوت و متمایز در سپهر رسانه‌ای کشور بازی خواهند کرد.

تلویزیون ملی و به عبارت صحیح‌تر برودکست‌های

خدمات عمومی (PSB) یا (Public Service Broadcast) سرویس‌های عمومی رسانه‌ای هستند که با هدف تحقق منافع عمومی هر جامعه نظیر تکثر، تنوع، ارائه محتوای فاخر با کیفیت، آموزش همگانی، اطلاع‌رسانی، انسجام اجتماعی، اعتلای فرهنگی و موارد دیگر فعالیت می‌کنند. این سرویس‌های رسانه‌ای در هر کشوری تحت ضوابط و مقررات خاصی در خصوص محتوا، تبلیغات، تامین مالی، ساختار سازمانی و موارد دیگر قرار دارند که متمایز از بخش خصوصی است. برودکست‌های خدمات عمومی از جمله بازیگران رسانه‌ای مهم بسیاری از کشورها محسوب می‌شوند. حفظ اقتدار، عملکرد مطلوب و تامین منافع عمومی از طریق این رسانه‌ها در دنیای کنونی رسانه‌های نوین همواره از مسائل و دغدغه‌های سیاست‌گذاران و متخصصان حوزه رسانه و ارتباطات بوده است.

یکی از نقش‌های مهم برودکست‌های عمومی، یعنی اطلاع‌رسانی و آموزش همگانی در زمان شیوع پاندمی ویروس کرونا خود را نشان داد. طبق نظرسنجی‌های انجام شده مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) با اندازه نمونه ۹۲۸ نفر در مناطق ۲۲ گانه، در اسفندماه ۹۸، حدود ۶۵ درصد از شهروندان تهرانی صداوسیما را منبع اصلی کسب اطلاعات می‌دانند، در حالی که ۳۷ درصد از شهروندان نیز شبکه‌های اجتماعی، ۱۵ درصد پزشکان و ۱۰ درصد ماهواره را به عنوان مهم‌ترین منبع خود برای اطلاع از توصیه‌های بهداشتی در مورد کرونا اعلام کرده‌اند. برطبق نظرسنجی‌های

انجام شده در کشورهای دیگر نیز کماکان در زمان‌های بحران، رسانه‌های خدمات عمومی منبع قابل اعتمادتری برای کسب اخبار و اطلاعات هستند. برطبق گزارش اتحادیه برودکست‌های اروپایی (EBU) یا (European Broadcasting Union)، با وجود آن که ۴۷ درصد مردم برای کسب اخبار از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند اما تنها ۱۴ درصد از آنان، شبکه‌های اجتماعی را مورد اعتمادترین منبع معرفی کرده‌اند. کانال‌های تلویزیونی بیشترین منبع مورد استفاده برای کسب اطلاعات کووید ۱۹ بوده‌اند. به طور مثال ۸۶ درصد مردم آلمان اعتقاد دارند که دو رسانه خدمات عمومی یعنی "ZDF" و "ARD"، مهم‌ترین منابع برای کسب اخبار و اطلاعات بوده‌اند. این در حالی است که در کشورهای اروپایی مصرف سرویس‌های استریم ویدئو در دوران بحران کرونا افزایش یافته است.

از این رو دوگانه تلویزیون ملی و تلویزیون اینترنتی و به عبارت صحیح‌تر سرویس‌های رسانه‌ای آنلاین، نمی‌تواند به بلوغ صنعت و تحقق منافع عمومی نظیر ارائه محتوای فاخر، تنوع و تکثر محتوایی، اطلاع‌رسانی صحیح و رقابت در بازار منجر شود. بلکه به منظور ایجاد زیست‌بومی پایدار و قدرتمند، نیازمند تقویت ارکان و بازیگران مختلف این نظام رسانه‌ای هستیم. سرویس‌های رسانه‌ای آنلاین در امتداد رسانه ملی مقتدر، کارآمد و حافظ منافع عمومی جامعه می‌توانند چشم‌اندازی پر امید در سپهر رسانه‌ای کشور ایجاد کنند.

گفت‌وگو با رضا تقی پور، وزیر اسبق ارتباطات و نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی

دولت وظیفه‌ای در حوزه صوت و تصویر فراگیر ندارد

ایده‌پردازی و ارائه نظر در خصوص مسائل حکمرانی و سیاست‌گذاری، به خودی خود کاری چالشی بوده و نیازمند برخورداری توأمان از تسلط بر مبانی نظری و اشراف بر اطلاعات میدانی است. حال اگر چنین مسئله‌ای در سطحی فراتر از یک دولت و در قواره حاکمیت و نظامات آن مطرح باشد، پیچیدگی‌ها دوچندان است. از این رو برای گفتگو پیرامون نقش دولت در نظام رسانه‌ای کشور، علی‌الخصوص حوزه صوت و تصویر فراگیر باید به سراغ کسی می‌رفتیم که هم به سبب تجربه کاری خود از وقایع جاری صنعت مطلع باشد و در سطح علمی و فکری نیز، نظرات قابل توجه و شنیدنی داشته باشد. بر همین مبنا انتخاب ما دکتر رضا تقی پور، نماینده فعلی مردم تهران در دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی بود.

دکتر تقی پور، مرد شصت و سه ساله‌ای که کارشناسی مهندسی کامپیوتر، کارشناسی ارشد مهندسی صنایع (مدیریت سیستم بهره‌وری) و نیز دکتری پیشرفته مدیریت خود را از دانشگاه‌های شهید بهشتی، علم و صنعت ایران و بوردوی فرانسه (مشترک با سازمان مدیریت) اخذ کرده و در رزومه کاری خود عناوینی چون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات دولت دهم، عضویت در شورای شهر تهران، ریاست سازمان فضایی ایران، مدیرعامل صنایع مخابرات ایران، مدیریت پروژه‌های طراحی و ایجاد ایستگاه‌های زمینی، طراحی و ساخت ماهواره از جمله ماهواره امید را به همراه دارد. در کنار همه موارد بالا حضور در شورای عالی فضای مجازی به عنوان عضو حقیقی از بدو تأسیس این شورا نیز در کارنامه ایشان دیده می‌شود.

در ادامه مشروح گفت‌وگوی «کد» با جناب آقای تقی پور را خواهید خواند:

از نظر شما چرا ورود و نقش‌آفرینی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات به حوزه صوت و تصویر فراگیر به خصوص در لایه محتوا بی‌ضابطه و غیرقانونی است؟

ما وقتی به قوانین و مقررات بالادستی و قانون تشکیل وزارت ارتباطات نگاه می‌کنیم، آنجا کلاً در تمام این قانون بحث، بحث مدیریت زیرساخت‌هاست و هیچ مأموریتی برای وزارت ارتباطات پیش‌بینی نشده. در نقطه مقابل هم ما بحث قانون اساسی و تفسیریه شورای محترم نگهبان بر اصول ۱۷۵ و ۴۴ را داریم که در آنجا به صراحت موضوع رسانه‌های فراگیر از جمله رادیو و تلویزیون و به‌طور کلی رسانه‌های مشابه را در انحصار صداوسیما می‌بیند؛ بنابراین با این اسناد روشن می‌شود این بحث را مطرح کرد که اساساً وزارت ارتباطات وظیفه یا اختیاری در بحث ورود به تولید محتوا در حوزه صوت و تصویر فراگیر ندارد. نکته دیگری که مطرح می‌شود این است که الان این وزارتخانه کلی کار زمین‌مانده دارد و خوب است به جای این موارد حاشیه‌ای و خارج از مأموریتش برود آن وظایفی که مهم‌ترینش شبکه ملی اطلاعات است را با تعریفی که شورای عالی فضای مجازی در سه مقطع انجام داده دنبال کند. خود بحث تعریف شبکه ملی اطلاعات، تعیین و تبیین الزامات شبکه ملی اطلاعات و سند تبیین الزامات که در سال نود و پنج به تصویب رسیده و اینجا به صورت کامل وظایف وزارت روشن است و وقتی این‌ها را مطالعه می‌کنیم می‌بینیم که الان کلی وظیفه زمین‌مانده وجود دارد که وزارت ارتباطات باید به این‌ها بپردازد.

نقش‌آفرینی دولت در این میان چیست؟ یعنی ما در یک ابعاد بزرگ‌تر دولت را می‌بینیم که می‌خواهد نقش‌آفرینی کند، حالا اینکه نمایندگی‌اش را کدام یکی از وزارتخانه‌ها انجام بدهند یک بحث مجزاست. این را چه سال قبل که بحث اعطای حق تنظیم‌گری صوت و تصویر به صداوسیما در مجلس مطرح بوده دیدیم چه حالا در لایه‌های دیگر. این تمایل دولت را شما چگونه ارزیابی می‌کنید؟

بینید شما می‌دانید که وسایل ارتباط جمعی خیلی متنوع هستند. از روزنامه تا کتاب و فیلم و وسایل ارتباطی مختلف. خوب مطابق قانون ما وظایفی برای وزارت ارشاد تعیین شده ولی مشخصاً اینجا دقت کنید در مورد انتشار صوت و تصویر فراگیر، یعنی چیزی که ما به عنوان برودکست از آن نام می‌بریم - و حالا محیطش فرق نمی‌کند، یک موقع هست که محیطش، محیط رادیویی و الکترومغناطیس است، یک موقع هست که محیط، محیط شبکه و اینترنت است - برعهده صداوسیماست. پس می‌بینیم اینجا هم برای دولت اختیار و وظیفه‌ای تعیین نشده.

بحث دوستان دولتی در مورد کلمه فراگیر بود که مصداق کلمه فراگیر شامل چه چیزهایی می‌شود که مدتی محل بحث بود. از نظر شما این تکیه دولت بر تعریف مصداق فراگیر، بحثی کارشناسی بود؟

بینید قوانین قراردادی هستند. یعنی وقتی صحبت از قانون می‌کنیم می‌روند یک سری از تعاریف را برای اصطلاحاتی که در آن به کار بردیم

استفاده می‌کنند. بعدش هم معمولاً در خود متن قانون این صراحتاً روشن می‌شود یا به صورت کلی گفته می‌شود که تفسیر این قانون برعهده کیست. مثلاً قوانین عادی را می‌گویند برعهده مجلس و قانون اساسی را می‌گذارند برعهده شورای نگهبان؛ بنابراین می‌خواهم این را عرض کنم چیزی که قطعاً مشخص است این است که صوت و تصویر فراگیر در اختیار صداوسیماست. البته این را هم بگویم که در این زمینه شاید لازم باشد برای صراحت موضوع، مجلس ورود پیدا کرده و قوانین مشخص‌تری را وضع کند. بخشی از بحث موضوع فراگیر، بحث لایو و پخش زنده است و تقریباً فکر نمی‌کنم کسی راجع به این خدشه وارد کرده باشد که برعهده صداوسیماست. قبلاً بحث‌هایی می‌شد که آیا ما می‌توانیم بخش توزیع سی‌دی و سررال‌های خانگی را فراگیر حساب کنیم و ابهامات در این حوزه بود. ولی عرض می‌کنم چیزی که مشخص است، حداقل به صورت برودکست یا رادیویی یا از طریق شبکه اینترنت، مصداق فراگیر روشن و در اختیار سازمان است.

تقریباً یک ماه پیش خبرگزاری ایرنا یک سرویس پخش خبری زنده را راه انداخت که مجوز کسب نکرده بودند و ساترا وارد شد و جلوییش را گرفت. آقای آشنا هم در توئیتر اعلام کردند، یعنی یک اظهار عمومی در ورود جدید دولت در این بازی، به نظر شما هدف مطلوب دولت، از این نوع نقش‌آفرینی در زمین صوت و تصویر فراگیر چیست؟

ببیند متأسفانه دولت یک استراتژی عمومی دارد و آن هم این است: آنجا که به وظایف خودش در یک حوزه عمل نمی‌کند یا عقب‌ماندگی جدی دارد، می‌آید و بحث را می‌کشاند به حاشیه. این حوزه هم از آن استراتژی مستثنی نیست. من در بحث قبلی هم مطرح کردم که الان ما کلی کار زمین‌مانده در ارتباط با وظایف دولت در زمینه شبکه ملی اطلاعات داریم. این هم بارها در شورای عالی فضای مجازی سؤال شد و هم در مجلس به صورت جدی از وزیر سؤال شد. الان در کمیسیون‌ها هم دارد بحث می‌شود که به صورت جدی بازخواست صورت بگیرد که چرا شبکه ملی اطلاعات علی‌رغم مصوبات صریح شورای عالی فضای مجازی و حتی وجود قوانین مصوب مجلس، کامل نشده و امروز به صورت مؤثر، عملیاتی و مستقل از اینترنت قابل بهره‌برداری نیست؟ این که هدف مطلوب چیست به نظر یک مقداری انحراف اذهان از این موضوع است؛ چرا که دولت در این موضوع جواب مشخصی ندارد و وظایفش را انجام نداده و می‌آید با این حواشی ذهن‌ها را ببرد به این طرف که حالا مثلاً من دارم فلان کار را می‌کنم. در حالی که ما داریم می‌بینیم بخش اعظمی از صداوسیما در اختیار دولت است و هر روز اخبار دولت را پخش می‌کند. به هر صورت رسانه ملی بخش اعظمی از کارش انعکاس عملکرد دولت است و اگر قرار باشد یک بخش اضافی و جدیدی در قانون اساسی داشته باشیم و هر قوه برای خود صوت و تصویر فراگیر راه‌اندازی کند، دیگر سنگ روی سنگ بند نمی‌شود و قانون اینجا نقض خواهد شد.

= فکر می‌کنید اگر این رفتار از سوی دولت ادامه پیدا کند، یعنی همین روند فزاینده و به جای پرداختن به تکالیف محول شده، چیزهای دیگری را پرتو زد، اولاً چه آسیب‌هایی به حوزه صوت و تصویر فراگیر وارد خواهد شد؟ ثانیاً اگر دولت به جای این کار به پیگیری تکالیفی که زمین گذاشته شده بپردازد می‌تواند چه باری را از روی دوش این حوزه بردارد؟

– ببینید وقتی بحث به این مهمی در ریل خودش قرار نمی‌گیرد، خب طبیعتاً آسیب‌های زیادی هم بر کسب‌وکارها می‌زند، هم بر صاحبان حرفه‌ها و محتوا و صنف که به هر صورت این‌ها در چارچوب یک سری قواعد به مردم خدمات ارائه می‌دهند. علی‌القاعده این قواعد معمولاً برای صاحبان کسب‌وکارهای یک سری فرصت‌هایی را فراهم می‌کند، روابط را بین آن‌ها و همکاران، مردم و حاکمیت تنظیم می‌کند. اگر قرار باشد این قواعد و مقررات رعایت نشود طبیعتاً با هرج‌ومرج و بلا تکلیفی روبرو می‌شویم و نتیجه این خواهد بود که به نظر من اصلاً این کسب‌وکارها به خوبی شکل نمی‌گیرند. شاید یکی از علت‌های اصلی همین‌که الان همه گله و شکایت دارند که چرا تولید محتوا در ایران به اندازه شأن و جایگاه حاکمیت نیست همین موضوع باشد. واقعاً فرصت‌هایی که مطابق با قانون برای صاحبان کسب‌وکار فراهم است، تا حدی مبهم باشد. مراجع مختلف نیز به آن‌ها مراجعه می‌کنند و مشکل برایشان پیش می‌آید، این قطعاً باید روشن بشود. عرض کردم شاید لازم باشد که مجلس هم در این حوزه وارد بشود و مرزها را به صراحت تعریف کند.

= برداشت بنده از صحبت‌های شما این است که در واقع این نقش‌آفرینی خارج از ضابطه قانونی باعث می‌شود از تمرکز نهادهای مرتبط از پرداختن به موارد دارای اولویت و اصلاح آن‌ها کاسته شده و برود به سمت مسائل حاشیه‌ای که در کل به این حوزه آسیب می‌زند. درست است؟

– بله. ببینید من اعتقاد دارم قوانین و مقررات که توسط حاکمیت وضع می‌شوند، همواره برای محدود کردن نیستند، عمده نقش قوانین و مقررات امروز در جوامع پیشرفته، ایجاد فرصت‌هاست و اینکه ما فرصت‌هایی را مخصوصاً برای کسب‌وکارها فراهم نکنیم. ببینید الان می‌گوییم کلی کار می‌شود در حوزه محتوا ایجاد کنیم اما چرا نشده؟ چون این فرصت‌ها تعریف نشده‌اند. اینکه مثلاً صاحب محتوا، درآمدش از کجاست؟ سهمش از انتشار کجاست؟ واقعاً باید به این‌ها پرداخته بشود. الان خیلی‌ها گله دارند که چرا در جمهوری اسلامی بحث مدل کسب‌وکار پیام‌رسان‌ها موفق نیست، خب یکی‌اش این است که کسی نیامده چارچوب و قوانین را مشخص بکند و بگوید آقایی که یک شبکه اجتماعی راه‌اندازی می‌کنی، این مقدار از این سهمت برای تولید محتوا باشد، این قدر برای پهنای باند باشد. همه این‌ها موجب ادهام است و هرکسی هر کاری دلش می‌خواهد دارد انجام می‌دهد. پس این‌ها نیاز به قوانین و مقررات دارد و مشخصاً گفته می‌شود که حداقل وظیفه وزارت ارتباطات در این حوزه نیست.

= به نظر شما ورود مجلس به این موضوع برای کمک به حل ماجراها به چه شکلی می‌تواند باشد و

اصلاً آیا در همین مدت کوتاه شروع کار مجلس جدید، تحرکاتی وجود داشته یا خیر؟

– ببینید در این مدتی که از عمر مجلس گذشته، به تازگی به صورت رسمی شاهد تشکیل کمیسیون‌ها هستیم و کار اصلی کارشناسی در کمیسیون‌ها انجام می‌گیرد، بعد می‌آید در صحن ارائه می‌شود و موجب تصمیم‌گیری و تصویب قوانین می‌گردد. قطعاً یکی از مسائلی که باید به آن پرداخت که الان هم کار را شروع کردیم این است که در حوزه فضای مجازی باید قوانین متناسب و به‌روز داشته باشیم. ببینید بدون تعارف، قوانین ما بلا استثنا زمانی تصویب شدند که اصلاً فضای مجازی به این شکل وجود نداشته است. اقدامی که ما به اتفاق جمعی از همکاران انجام داده‌ایم این بوده که فعلاً بحث تشکیل کمیسیون ویژه فضای مجازی در مجلس را مطرح کردیم که این مورد تأیید هیئت‌رئیس هم قرار گرفته. فکر می‌کنم در همین جلسات آتی، در دستور کار قرار بگیرد. البته این گام اول است و درخواست ما از همکاران مجلس این است که کمیسیون دائمی و تخصصی فضای مجازی و اقتصاد دیجیتال شکل بگیرد. قطعاً در آن کمیسیون باید به این مباحث به صورت جدی پرداخته بشود که از جمله مهم‌ترین بحث‌هایش همین کسب‌وکارهاست و چارچوب‌هایی که باید برای آن‌ها

۱. چند روز بعد از تنظیم این مصاحبه، نمایندگان مجلس به طرح تشکیل کمیسیون ویژه اقتصاد دیجیتال رای منفی دادند.

تعریف بشود. البته بعضی موضوعات هم می‌تواند به صورت مشترک بین بعضی از کمیسیون‌ها نیز مطرح بشود. مثل همین حوزه فضای مجازی به همراه کمیسیون فرهنگی و کمیسیون صنایع و معادن، چون همان‌طور که اینجا می‌گوییم، فضای مولتی‌مدیا و چندرسانه‌ای است، خب آن‌جا هم همین نقش‌ها می‌تواند متنوع باشد. یعنی یک جایی هم باید کمیسیون صنایع و معادن به عنوان متولی زیرساخت و ارتباطات نقش داشته باشد، هم کمیسیون فرهنگی با رسالتی که در حوزه محتوا دارد. اما کار اصلی باید کار کمیسیون فضای مجازی باشد که ان‌شاءالله به این مسائل بپردازد و امیدواریم این مورد هم جزو مواردی باشد که مجلس یازدهم به آن می‌پردازد.



مجازستان

از تفریحاتم چک کردن گاه‌به‌گاه #الکسا برای کنجکاو دربارہ رتبه سایت‌های اینترنتی در ایران است. ماه‌های زیادی بود که صدر جدول ثابت بود: گوگل، #آپارات، #دیجی‌کالا، #ورزش۳. امروز #تلویزیون جای ورزش ۳ را گرفته است. #نمایشا هم الان دهم است. شش سایت از ۵۰ سایت برتر اشتراک ویدئویی هستند.

Translate Tweet
11:05 AM - Nov 3, 2019 - Twitter for Android

۴- از ۵ سرویس بخش #اشتراک_ویدئو، پیش‌بینی می‌کنم #نمایشا و #نمایشا به زودی رشد بسیار زیادی را تجربه کنند و بخشی از سهم #آپارات را در بازار بگیرند!

Translate Tweet
6:20 PM - Jul 16, 2019 - Twitter Web Client



چند روز دیگه تعداد استریم‌ها از تعداد viewerها بیشتر میشه. بعد تویچ بجای لیست استریم‌های جدید؛ لیست ویدیوهای جدید میزنه

#استریم #تویچ #آپارات

Translate Tweet
10:28 PM - Jun 27, 2020 - Twitter Web App

۵- در بخش #اشتراک_ویدئو بهترین مخاطبان سرویس‌ها را مردان و رده سنی ۲۵ تا ۳۴ سال تشکیل می‌دهند!

Translate Tweet



یکی برای #فیلیمو توضیح بده که در دنیا وقتی اشتراک می‌فروشند، دیگه ببینده مجبور نیست تبلیغات تحمل کنه. دیگه یا اشتراک بفروشید یا آگهی 

Translate Tweet
4:16 PM - Jul 3, 2020 - Twitter for iPhone

بازم #آپارات و #نمایشا تصمیم گرفتن باهم ویدئو از یوتیوب آپلود نکنن ویدئو را هزار دنگ و فنگ دانلود کردم که تو آپارات آپلود کنم آخرش شد این پسر ما واقعاً بدبختیم...

Translate Tweet
6:27 PM - Sep 30, 2019 - Twitter Web App



این توییت حاوی ایده برای استارت‌آپ‌ها و اپ‌های استریم ویدئو است. شما بعنوان والد دوست دارید فرزندتان را به یک سمت و سوی درست سوق بدهید. بیشترین زمان کودک امروزه پای شبکه‌های استریم ویدئو می‌گذرد. حجم عظیم و متنوعی از اطلاعات که شاید مناسب سن او نباشند. برخی از شرکت‌ها با ایجاد

Translate Tweet
9:14 PM - Jul 3, 2020 - Twitter for Android

2 Likes

...بخش کودکان در اپ‌های استریم خود به نوعی تلاش کردند که کودک را در محیطی امن‌تر نگهداری کنند ولی این کاملاً نیست. ایده می‌چند؟ مثال #آپارات را می‌زنم. فرزند شما روزانه ۴ ساعت از این برنامه استفاده می‌کند و شما هیچ کنترلی بر اون ندارید حتی به سختی زمان استفاده‌اش را محدود نمی‌کنید

برای دسترسی به محتوای #آپارات شما باید اکانت بسازید و اشتراک خریداری کنید. فرض کنید بنده یک اکانت به پرجمعیت اکانت اصلی اضافه کنید که کودک شما با اون اکانت از نیلت خودش محتوا را ببیند یا این فرق که شما برایش برنامه برتری کردید که امروز کارتون فلان + سرپال فلان + مستند فلان را ببند

بعنی مدیر کنده‌گور بخش برنامه‌ها شما هستید. شما هستید که برای انشایی با مفاهیم ریاضی کارتون فلان را انتخاب کردید و در کنارش برای انشایی با طبیعت، مستند فلان را قرار دادید و برای سرگرمش فیلم مازول. اگر به انتخاب کودک خودتان بود او از این سنتر بزرگ غذا فقط دنبال مازول می‌دوید. تمام

خیلی خوبه که به بستر ارائه فیلم داخلی مثل #آپارات داریم ولی حیف نظارتش خیلی ضعیفه

به راحتی آموزش استفاده ویپ اسموک (#vaproesso) و... رو میتونی پیدا کنی که تا ۲۰۰۰ آپازدید هم داشته

پن: دست دانش‌آموز دیده بودم، که اتفاقی آموزشش روهم تو آپارات دیدیم

@aparacom
@azarijahromi

Translate Tweet



6:11 PM - Jun 21, 2020 - Twitter for Android

اخبار فناوری



فیس‌بوک هنوز هم اطلاعات کاربران را می‌فروشد

آن افزوده می‌شود. ایالات متحده که هنوز درگیری‌هایی جدی با چین دارد، اپلیکیشن‌های فعال در این کشور مانند تیک‌تاک را خطری برای خود می‌داند. اگر آمریکایی‌ها تصمیم به ممنوع کردن تیک‌تاک بگیرند، این اپلیکیشن با بحرانی جدی روبه‌رو می‌شود. چندی پیش استفاده از تیک‌تاک در هند هم ممنوع شد که بزرگ‌ترین بازار این اپلیکیشن بود. از رخدادهای سیاسی دیگر مرتبط با تیک‌تاک می‌توان به خروج آن‌ها از هنگ‌کنگ اشاره کرد. / فوربس

فیس‌بوک دوباره اعتراف کرد اطلاعات کاربران را به شیوه‌ای نامناسب در اختیار شرکت‌های طرف سوم قرار داده است. فیس‌بوک ادعا می‌کند پس از کشف این باگ آن را برطرف کرده اما هنوز اعلام نکرده چرا این مشکل به مدت ۲ سال رصد نشده بوده یا اطلاعات چه تعداد کاربر به دلیل وجود آن فاش شده است. این شبکه اجتماعی پس از رسوایی کمبریج آنالیتیکا تعهد کرده بود نظارت بیشتری بر میزان اطلاعاتی که در اختیار توسعه دهندگان اپلیکیشن قرار می‌گیرد. اما تاکنون بارها در این مسیر شکست خورده است. / مهر



هک تاریخی توئیتر

بزرگ‌ترین هک تاریخ توئیتر ۱۵ جولای (۲۴ تیر) با هک شدن همزمان ۱۳٪ حساب کاربری از جمله شخصیت‌های مشهوری چون باراک اوباما، جو بایدن، بیل گیتس و اکانت شرکت‌هایی چون اپل و اوبر رخ داد. طی این حمله دیجیتالی، هکرها بالغ بر ۱۲.۵ بیت‌کوین به ارزش تقریبی ۱۱۶ هزار دلار کسب کرده‌اند. تیم امنیت توئیتر معتقد است این کلاهبرداری به واسطه نفوذ به سیستم داخلی توئیتر انجام گرفته است. سردسته حمله به ۱۳٪ حساب توئیتری افراد مشهور،

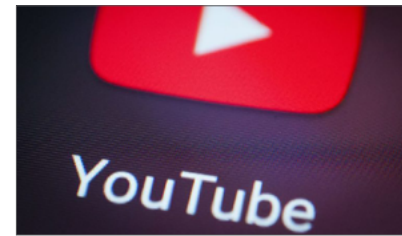


تحریم تیک‌تاک؛ دیروز هند، امروز آمریکا

تیک‌تاک، در مرکز تنش‌های سیاسی گوناگون قرار دارد و هر روز به لیست کشورهای تحریم‌کننده



گوگل، فیس‌بوک و توئیتر همکاری با دولت چین و ارائه داده را متوقف می‌کنند



هوش مصنوعی یوتیوب به کامنت‌ها پاسخ خواهد داد

دولت محلی هنگ‌کنگ قانون جدیدی را تصویب و ابلاغ کرده که احتمالاً همکاری شرکت‌های فناوری را با دولت خدشه‌دار می‌کند. گوگل، فیس‌بوک و توئیتر اعلام کردند تا پایان یافتن بررسی قانون جدید نظارتی، همکاری با دولت و ارائه‌ی اطلاعات به آن را متوقف می‌کنند. گوگل اولین شرکتی بود که به محض ابلاغ و اجرای قانون جدید، همکاری خود را متوقف کرد و توئیتر و فیس‌بوک نیز چند روز بعد تصمیم جدید را گرفت. این قوانین جدید امنیتی به چین قدرت می‌دهد فعالیت‌های مخالف با حزب کمونیست حاکم را بیش از پیش محدود کند. / نیویورک تایمز

یوتیوب تصمیم دارد قابلیت «پاسخ‌دهی هوشمند» را برای توسعه‌دهندگان محتوا ارائه کند. این سیستم با هوش مصنوعی به کامنت‌های ذیل پست‌ها پاسخ می‌دهد. به بیان دیگر کامنت‌هایی که در این وب‌سایت دیده خواهند شد، توسط هوش مصنوعی نوشته شده‌اند. فناوری مذکور پیام‌ها را تحلیل می‌کند و با استفاده از هوش مصنوعی پاسخ به پیام‌ها را حدس می‌زند. توسعه‌دهندگان محتوایی توانند پاسخ‌ها را انتخاب و پست کنند و دیگر نیازی نیست خودشان متنی تایپ کنند. / ایندپندنت

شخصی با نام مجازی «kirk» است؛ او اطلاعات دسترسی رده بالای توییتری را به نوجوانی به نام «lol» و هکر دیگری به نام «ever so anxious» به فروش رسانده است. براساس لاگ‌ها و اسکرین‌شات‌های مربوط به چهار نفر از هکرها، نمی‌توان این حمله را به یک کشور واحد مثلاً روسیه نسبت داد، بلکه در واقع گروهی از جوانان در کشورهای مختلف این حمله را انجام داده‌اند. «lol» ادعا کرده بیش از ۴۰ سال دارد و در غرب آمریکا زندگی می‌کند، اما «ever so anxious» گفته ۱۹ سال دارد و در جنوب انگلستان زندگی می‌کند. /پایوست



رقیب هندی تیک‌تاک طی دو روز ۲۲ میلیونی شد!

بعد از ممنوعیت فعالیت شبکه اجتماعی چینی در هند، شبکه اجتماعی روپوسو (Roposo) توانست طی دو روز ۲۲ میلیون کاربر را در هند جذب کند. روپوسو، یک شبکه اجتماعی اشتراک‌گذاری ویدئو است که در سال ۲۰۱۴ طراحی شده است. این پلتفرم به ۱۲ زبان هندی در دسترس است و ماهانه بیش از ۸۰ میلیون ویدئو در آن به اشتراک گذاشته می‌شود. روپوسو در روزهای اخیر یکی از ترندها در گوگل پلی بوده است. / هندوستان‌تایمز



راهکار اتحادیه اروپا برای مبارزه با اخبار جعلی در انتخابات ۲۰۲۰

اتحادیه اروپا تصمیم دارد در مورد چگونگی مبارزه با اخبار جعلی و اطمینان از انتخابات آزاد و عادلانه، یک نظرسنجی از نهادهای عمومی و مدنی برگزار کند؛ اقدامی که می‌تواند به قوانین جدیدی منجر شود که شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک، گوگل و... را هدف قرار می‌دهد.

هدف اتحادیه اروپا از این اقدام این است که شهروندان بتوانند با تصمیم‌گیری آگاهانه و بدون القای محتوای فریبنده و دستکاری‌شده رای دهند. /روپترز



آلمان مجازات‌های تولید محتوای مجرمانه در فضای مجازی را تشدید کرد

بر اساس قوانین جدید در آلمان هرگونه توهین، تهدید، تهمت و دروغ در اینترنت، جرم محسوب

می‌شود و حتی لایک‌کنندگان چنین پست‌هایی نیز مجازات خواهند شد. از جمله قوانینی که به تازگی تصویب شده است می‌توان به قانون مقابله با تهدید آنلاین اشاره کرد. بر اساس این قانون، هرگونه تهدید به صدمات جسمی، تجاوز یا آسیب مالی، دو سال زندان در پی خواهد داشت. پیش‌ازین، تنها تهدید به مرگ افراد، مشمول دو سال زندان می‌شد که در قوانین جدید به ۳ سال افزایش یافته است. توهین به افراد نیز می‌تواند تا دو سال حبس در پی داشته باشد. قانون‌گذار این بار حتی برای کسانی که مطالب نژادپرستانه را تأیید می‌کنند نیز مجازات‌هایی را در نظر گرفته است. /ایرنا



شرط عجیب نتفلیکس برای اشتراک مادام‌العمر کاربران

نتفلیکس پیشنهاد جدیدی را اعلام کرد که طبق آن کاربران می‌توانند ۸۳ سال معادل ۱۰۰۰ ماه اشتراک رایگان دریافت کنند. اما تنها کاری که باید انجام دهند این است که در بازی ویدیویی "گارد قدیمی" (The Old Guard) بالاترین امتیاز را کسب کنند.

بازی گارد قدیمی تا ۱۹ ژوئیه فعال است و تنها کاربران نتفلیکس در ایالات متحده امکان

شرکت در این بازی را دارند. هندوستان‌تایمز



نتفلیکس یک شخصیت سریال ترکی‌اش را سانسور کرد

شورای عالی رادیو و تلویزیون ترکیه (RTÜK) اخیراً اعلام کرد که یک شخصیت همجنس‌گرا در سریال «Aşk» (۱۰۱) ترکیه در نتفلیکس پس از درخواست شورا حذف شد.

گزارش شده است که ابتدا شخصیتی به نام عثمان در این سریال به عنوان همجنس‌گرا ساخته شده است، اما بعداً نقشه تغییر یافت. این پلتفرم پس از به اشتراک گذاشتن تریلر این سریال با رنگین‌کمان - سمبل مشهور جامعه همجنس‌گرایان - واکنشی جدی در رسانه‌های اجتماعی دریافت کرد.

نهاد RTÜK اختیار دارد تا رادیو، تلویزیون و پخش آنلاین بر تقاضا مانند BluTV، Netflix، Puhutv را در ترکیه تنظیم کند. مهیر آتال، معاون رئیس حزب عدالت و توسعه (AK) در این خصوص گفت که این حزب به نقش‌های جنسیتی احترام می‌گذارد اما مخالف تشویق آن از طریق سیستم عامل‌های مردمی است. /دیلی صباح



نظام صدور مجوز رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر



Service

license ساترا
اعطای مجوز فعالیت

۱



ثبیت تقاضا

ثبیت مشخصات متقاضی انواع رسانه‌هایی که می‌توانند ثبت تقاضا کنند

- سرویس‌های VOD
- پلتفرم‌های اشتراک محتوا توسط کاربران
- سرویس‌های تجمیع کننده خدمات
- سرویس‌های دانلود و استریم صدا
- سرویس‌های مسابقه زنده
- سرویس‌های دانلود فیلم و زیرنویس
- پخش صوت و تصویر در یک رسانه خبری

۲



مسیر صدور

صدور پروانه صدور شناسه



۳



بررسی صلاحیت

برخی الزامات ساترا در راستای تحقق منافع عمومی

۴



صدور مجوز

اشتراک اطلاعات برای صدور مجوز

بهره‌مندی از تسهیلات شرکت‌های خلاق و نوآور

نهادهای همکار در مجوزدهی

اشتراک اطلاعات برای صدور مجوز

بهره‌مندی از تسهیلات شرکت‌های خلاق و نوآور

از ثبت تقاضا تا دریافت مجوز ۱۵ روز کاری



محتوای نامناسب

محتوای ضد اخلاق و حکومت
محتوای غیر اخلاقی و ضد خانواده
محتوای پرستانه و توهین آمیز
محتوای توهین آمیز و غیر اخلاقی



نقض مالکیت فکری و تخلفات حقوقی

انتشار غیر مجاز مطالب یا محتوای دیگر
تخریب شهرت شخصی
انتشار اخبار و اخبار



محتوای کذب

انتشار محتوای جعلی و کذب
انتشار اخبار و اخبار
انتشار اخبار و اخبار



مشکلات خدمات و تخلفات تبلیغاتی

مشکلات خدمات و تخلفات تبلیغاتی
انتشار مطالب و اخبار
انتشار مطالب و اخبار



چگونه تخلفات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر را گزارش دهیم؟

ساترا برای ارتقای کیفیت خدمات‌دهی رسانه‌های صوتی و تصویری، پیشگیری و جلوگیری از تخلفات احتمالی، سامانه پایش مردمی سایپرا را در اختیار کاربران قرار داده است. این سامانه می‌تواند ساترا، رسانه‌های صوتی - تصویری و مردم را در کنار هم قرار داده و برای رسیدن به محیطی مطلوب و امن در فضای مجازی گام بردارد.

سایپرا شامل ۴ گروه از تخلفاتی است که ممکن است در حوزه صوت و تصویر در فضای مجازی رخ دهد که عبارت‌اند از:



مشکلات خدمات و تخلفات تبلیغاتی



محتوای کذب



نقض مالکیت فکری و تخلفات حقوقی



محتوای نامناسب