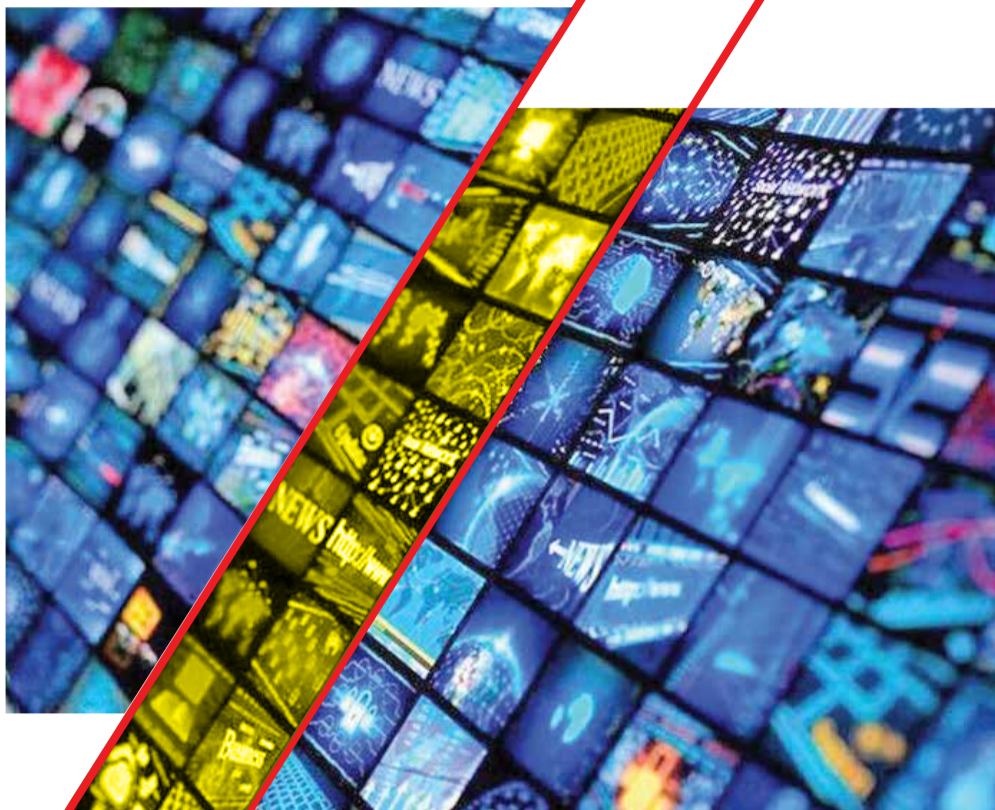


فناوری و رسانه



اولین تجربه ایران در امر تنظیم‌گری به شکل‌گیری سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی مرتبط است که معتقد است در راستای اصل ۴۴ قانون اساسی تشکیل شده است



تنظیم‌گری با چاشنی تصدی‌گری

رسانه‌های VOD همچنان در مرکز اختلاف سلیقه‌اند

تجربه آفکام با ایجاد بستر قانونی برای فعالیت، توجه به نیاز جامعه و خروج از فضای صرفاً کنترلی هنوز برای ما بیگانه است. نه بسترهای قانونی و نه شیوه اعمال قوانین به ترتیبی نبوده که مشتریان و رسانه‌ها از تنظیم‌گری منافع و راحتی کار را لمس کنند. تنها آفکام نبود که در حوزه رگولاتوری رسانه خود را به جایگاه مقبولی در جامعه رساند و امروز در بخش تنظیم‌گری اجتماعی و مشارکت مردمی توانسته اعتماد عمومی را جلب کند. در آلمان ۱۴ نهاد رسانه‌ای ایالتی به جای مجموعه‌ای متمرکز در امر تنظیم‌گری مشارکت دارند و در کنار این نهادها، کنفرانس راهبری نهادهای رسانه‌ای ایالتی و انجمن نهادهای رسانه‌ای ایالتی در جمهوری فدرال آلمان مسائل ملی حوزه‌ی تنظیم‌گری رسانه را مطرح می‌کنند. اما مجموعه این شرایط نه تنها خلی در فعالیت رسانه‌ها نداشته بلکه ایالت‌ها مطابق با شرایط خود مقررات رسانه‌ای را تنظیم می‌کنند.

همچنین آمریکا نیز با آژانس FCC تنظیم ارتباطات رادیویی، تلویزیونی، ماهواره‌ای و کابلی را در دستور کار دارد. تنظیم‌گری مخابرات، سرویس‌های ارتباطات پیشرفته و برنامه‌ریزی ویدیویی بخشی دیگر از فعالیت‌ها است. تنها در اداره رسانه این آژانس برنامه‌های سیاست‌گذاری و مجوزدهی مرتبط با رسانه‌های الکترونیکی از جمله برودکست، کابل و تلویزیون ماهواره‌ای در ایالات متحده آمریکا و فلورس آن مدیریت می‌شود.

صدور بیانیه برای احقاق جایگاه قانونی

اولین تجربه ایران در امر تنظیم‌گری به شکل‌گیری سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی مرتبط است که معتقد است در راستای اصل ۴۴ قانون اساسی و نظریه تفسیری شورای محترم نگهبان از این اصل، با دستور ریاست محترم سازمان صدا و سیما، بر اساس ابلاغیه مورخ ۹۴/۶/۲۲ به ریاست محترم جمهور (به‌عنوان ریاست شورای عالی فضای مجازی) تشکیل شده است. با وجود اینکه عمر این مجموعه به نزدیک به یک دهه رسیده است اما همچنان در خصوص جایگاه قانونی، شکل فعالیت و نوع مداخله در تنظیم‌گری و سلیق کار با نقدهایی همراه است.

تا جایی که در پی اختلاف سلیقه‌ها از جایگاه قانونی آن، معاونت تدوین مقررات و امور حقوقی سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر، منتقدین به مجموعه‌ا شبهه‌افکن عنوان و در این خصوص بیانیه‌ای صادر کرد.

بیانیه معاونت تدوین مقررات و امور حقوقی ساترا تأکید کرده است: «عبارت پخش برنامه‌های صوتی و تصویری از طریق سیستم‌های فنی قابل انتشار فراگیر، برای اولین بار توسط شورای

با وجود اینکه طی سال‌های اخیر تحرکاتی جهت عبور از تصدی‌گری صرف بر رسانه‌های صوت و تصویر به گوش شنیده شد اما همچنان همان قواعد قبلی مالکیت و کنترل با نام تنظیم‌گری اعمال می‌شود.

تنظیم‌گری یا رگولاتوری در رسانه‌ها به فراخور نیاز به بهینه‌سازی محتوایی که متناسب با بافت فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جوامع است، در دو دهه اخیر مطرح شده است. تقویت تولید و حمایت از رسانه‌های صوتی و تصویری فراگیر، یکی از مهم‌ترین اهدافی است که نهادهای تنظیم‌گر در کشورها دنبال می‌کنند. این مهم در کشورهایی که آغازگر این جریان بوده‌اند از طرح صرف مقررات و چهارچوب‌ها برای فعالیت رسانه به سمت مداخله مردم و افزودن بازوهای تنظیم‌گری از لایه‌های مختلف مردمی گام برداشته است. اما در مقایسه فعالیت‌ها با نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در ایران یعنی ساترا مشاهده می‌شود که همچنان تنظیم‌گری با چاشنی تصدی‌گری است و در محرکه اختلاف سلیقه‌ها برای مالکیت بر تولید و پخش رسانه‌های VOD هنوز به معنی واقعی کلمه تنظیم‌گری در ایران دایر نشده و در نهایت نیز نظر مشتریان خود را نمی‌تواند تأمین کند.

تنظیم‌گرهای آن ور آبی نگاه مردمی دارند

مفهوم تنظیم‌گری ابتدا در موضوعات اقتصادی مطرح بود اما فعالیت رسانه‌هایی که به دنبال تعامل دوسویه با کاربر بودند موجب شد تا تغییر چهارچوب‌های کنترل و استانداردسازی مورد توجه قرار گیرد. تنظیم‌گر به دنبال این بود که مناسب‌ترین محتوا در مناسب‌ترین بستر در اختیار کاربر قرار گیرد و همین موضوع در کشورهایی که به باور حکمرانی رسانه رسیده‌اند، بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت. در سال ۲۰۰۳ بعد از اینکه قانون ارتباطات بریتانیا تصویب شد، نهادی به نام آفکام شکل گرفت. این نهاد دربرگیرنده وظایف پنج نهاد تنظیم‌گر دیگر به نام آژانس ارتباطات رادیویی، دفتر مخابرات، کمیسیون مستقل تلویزیون، کمیسیون استاندارد پخش و سازمان رادیویی بود.

آفکام فعالیت خود را با تنظیم‌گری سرویس‌های درخواستی آغاز کرد و سال‌ها بعد شرایط فعالیت خود را با اقتضائات روز تغییر داد.

در حال حاضر این سازمان متشکل از گروه رقابت، محتوا، توسعه تنظیم‌گری و بین‌المللی، گروه مصرف‌کنندگان، امور حقوقی، گروه سیاست تنظیم‌گری، فناوری، اقتصاد و استراتژی است.

آفکام در حال حاضر مسئولیت تنظیم‌گری تلویزیون، رادیو، بخش ویدیوی درخواستی، مخابرات، خدمات پستی و ارتباطات را دارد.



الگوی سنگ، کاغذ، قیچی در مواجهه با رسانه

ونوس بهنود

دبیر تحریریه

vbehnood@gmail.com

شما هنرمندید؟ بله. آیا در شبکه‌های اجتماعی حضور دارید؟ اعتقادی ندارم. آیا با روزنامه‌ها مصاحبه می‌کنید؟ خیر. آیا اخبار را می‌خوانید؟ اگر فرصت کنم. می‌توان گفت شکل‌گیری رسانه همزمان با تلاش انسان اولیه برای انتقال پیام بوده است. رسانه‌ها در طول زمان به فراخور پیشرفت علم بشر ابزارهای جدیدی به خود دیده‌اند و امروز تمامی ابعاد زندگی آدم‌ها را تحت پوشش دارند. اما این جمله باور عموم مردم نیست. هنوز هم گروهی از مردم بر این باورند که هیچ خبر و اتفاق رسانه‌ای نمی‌تواند در تصمیمات و خط فکری آنها تغییر ایجاد کند. گروهی معتقدند نیازی به رسانه ندارند و گروهی تم جدید روشنفکری را بی‌مغلی به رسانه می‌دانند. تقریباً هر خبرنگاری این تجربه را که منتظر نظر مساعد سوژه خود باشد تا بتواند مصاحبه‌ای بگیرد و حتی در برخی مواقع تأییدیه مصاحبه



تنظیم‌شده را اخذ کند، ایستاده است اما اینکه در یکی از مهمترین رویدادهای کنند، گویای همان بلبشوی الگوی سنگ، کاغذ، قیچی در مواجهه با رسانه است. به طوری که در جشنواره فیلم فجر ۴۱، برخی افراد از اینکه علاقه‌ای به رسانه ندارند و برخی از اینکه ضرورتی برای مرور اخبار نمی‌بینند، با افتخار یاد می‌کردند. این در حالی است که تنها یک خبر انتقادی از عملکردشان می‌تواند آنها را به مواجهه با خبرنگار تا مرکز دادگاه بکشاند. در جشنواره فیلم فجر، پاسخگویی به افکار عمومی و پاسخگویی به رسانه‌ها با قهر و نیامدن‌ها به نشست‌های خبری و حتی ادعای اینکه ما نظر خودمان را در ساخته‌هایمان داریم و نظر اصحاب رسانه برای خودشان محترم است، یک پیام داشت و آن اینکه ما هنوز به اهمیت و جایگاه رسانه پی نبرده‌ایم. حتی اگر خودمان یکی از اصحاب رسانه در جبهه تولید فیلم باشیم نشست‌های خلوت خبری با غیبت عوامل کلیدی فیلم‌ها نشان می‌داد که برخی تولیدکنندگان خواستند باشند اما دلیلی به پاسخگویی و شنیدن بازخورد پیرامون تولیدات خود نمی‌دیدند. این گسست البته با موج آفرینی رسانه‌های آن ور آبی جبران می‌شود. زمانی که ما در تریبون‌های پیش‌بینی شده علاقه‌ای به صحبت نداریم، نیاز جامعه برای اطلاع از موضوعات مختلف را تریبون دیگری تأمین خواهد کرد. در چنین شرایطی اغلب مواقع بازنده‌ایم. گمان می‌بریم که وقتی سکوت خبری داریم بسیار متفاوت و مجزای رفتار کرده‌ایم اما واقعیت این است که ما به مردم پشت کرده‌ایم، چرا که رسانه نماینده مردم است و سؤالی که دارد از زبان مردم پرسیده می‌شود.



در جشنواره فیلم فجر، پاسخگویی به افکار عمومی و پاسخگویی به رسانه‌ها با قهر و نیامدن‌ها به نشست‌های خبری و حتی ادعای اینکه ما نظر خودمان را در ساخته‌هایمان داریم و نظر اصحاب رسانه برای خودشان محترم است، یک پیام داشت و آن اینکه ما هنوز به اهمیت و جایگاه رسانه پی نبرده‌ایم

دستورالعمل‌های کاربردی، حمایت و تحرک بخشی به حوزه تولید محتوا و خدمات و ایجاد نشاط اجتماعی برای افزایش تبادل اطلاعات و افزایش ترافیک داخلی و کاهش ترافیک بین‌المللی و افزایش مراجعه کاربران بین‌المللی و استفاده هرچه بیشتر کاربران ایرانی از برترین محتواهای جهان.

مقایسه فعالیت تنظیم‌گران در داخل و خارج کشور نشان می‌دهد ما در حال طی کردن پله‌های نخست بوده و هنوز اعتماد عمومی را جلب نکرده‌ایم چرا که هنوز شیوه‌های کار مورد پذیرش عموم نیست. کم‌رنگ شدن مداخله مردم در امر تنظیم‌گری و دعوای مکرر بر سر صدور مجوزها نیز این باور را تشدید کرده که آیا قرار است تنظیم‌گر، تصدی‌گر باشد؟ این در حالی است که در تحقیقی تحت عنوان «ارائه الگویی برای نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های نوین صوتی-تصویری بر پایه روش تصمیم‌گیری پابرجا» آمده است که «با تغییر رویکرد دولت‌ها از تصدی‌گری به تنظیم‌گری و اعمال حاکمیت ملی برای تنظیم فعالیت‌ها در عرصه‌های گوناگون نقش نهادهای تنظیم‌گر بسیار برجسته شده است. گرچه در عرصه‌هایی مانند رسانه بویژه رسانه‌های نوین دنیا با استفاده از ظرفیت‌های مردمی و بخش خصوصی از این مرحله نیز گذر کرده و وارد عرصه تدبیرگری شده که همان حکمرانی رسانه است» در این تحقیق ذکر شده که «موفقیت در حوزه تنظیم‌گری کشور منوط به جداسازی خط منشی‌گذاری و مقررات‌گذاری از یکدیگر و مشارکت مردم در تنظیم‌گری یک الگوی موفق است.» بر این اساس آیا پژوهش‌ها انتهای مسیری که در پیش گرفته‌ایم را به وضوح نشان نمی‌دهند؟