



Original Research Paper

A Historical-Critical Analysis of the Challenges of Policymaking and Regulation of Home Video in Iran

Hossein Hassani^{1*}

¹ Assistant Professor, Cyberspace Studies Group, Communication Research Department, Research Institute for Culture, Art and Communication, Tehran, Iran

Abstract

Received: Dec. 25, 2024 Accepted: Mar. 10, 2025

The aim of this article is to provide a historical analysis of the evolution of video governance and policymaking in Iran, taking into account the transformations in the governance of mass broadcasting media over the past four decades, with particular emphasis on developments from the 2010s onward. In other words, by analyzing the institutions of radio, television, and video, along with their content policies and their regulatory and administrative practices, the article advances the claim that the policymaking and regulation of video have historically evolved in specific ways. This historical trajectory also explains why the dispute over the regulatory authority for video-on-demand platforms, and specifically the definition of widespread audio and video, has remained unresolved. The methodology of the article is primarily based on documentary analysis. Through a historical and critical examination of particular phases in the development and transformation of video and media policymaking from the perspectives of legislation, technological change, and conceptual contestation, the article seeks to identify the origins of the current conflict. Following the document analysis, five phases were identified: the ideological phase, the pragmatic phase, the libertarian phase, the technological phase, and the policymaking phase. Ultimately, despite media convergence and the increasing intermediality of media forms, video and video-on-demand platforms cannot be subsumed under television broadcasting. Therefore, the term widespread audio and video may encompass live streaming, IPTV, and online television-like services, but it does not apply to video-on-demand platforms. The governance and regulation of these platforms, in theoretical, legal, and historical terms, should remain under the authority of the country's primary cultural governance institutions.

Keywords: Video, VOD, radio and television, policy making, immersive sound and image, regulation

* Corresponding Author ✉ hassani@ricac.ac.ir ☎ +98 88919174 🆔 0000-0003-1255-9533

Cite to this article:

Hassani, H. (2025). A Historical-Critical Analysis of the Challenges of Policymaking and Regulation of Home Video in Iran. *Digital Socio-Cultural Studies*, 1(1), 141-175. doi:10.22035/scds.2025.5571.1010
https://www.scds.ir/article_546.html



© The authors retain the copyright and all publication rights. Full access to the article is freely available under the Creative Commons CC BY 4.0 license. (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



مقاله پژوهشی

تحلیلی تاریخی-انتقادی بر چالشهای سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری نمایش خانگی در ایران

حسین حسینی*

۱ استادیار گروه مطالعات فضای مجازی، پژوهشکده ارتباطات، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تهران، ایران

چکیده — تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۹

هدف این مقاله تحلیل تاریخی تحولات حکمرانی و سیاست‌گذاری ویدئو در ایران با ملاحظه تحولات حکمرانی رسانه پخش گسترده در ایران طی حدود ۴ دهه گذشته با تأکید بر تحولات دهه ۲۰۱۰ خورشیدی به بعد است. به عبارت دیگر، با تحلیل نهادهای رادیو و تلویزیون و ویدئو، سیاستهای محتوایی آنها، کردارهای مقررات‌گذاری و اداره آنها این ادعا را مطرح کنیم که اساساً سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری ویدئو به شکل تاریخی چگونه تطور پیدا کرده است. به همین دلیل است که منازعه بر سر نهاد تنظیم‌گر سامانه‌های ویدئوی درخواستی و به طور خاص تعریف صوت و تصویر فراگیر لاینحل باقی مانده است. روش‌شناسی این مقاله عمدتاً مبتنی بر تحلیل اسنادی است. در این مقاله با اتخاذ رویکرد تحلیل تاریخی و تحلیل انتقادی برهه‌های خاصی از تاریخ توسعه و تحول ویدئو و سیاست‌گذاری رسانه، از منظر قانون‌گذاری، تحولات فناورانه و منازعه‌های مفهومی، تلاش شده است تا منشاءهای منازعه کنونی شناسایی شود. پس از تحلیل اسناد، به طور کلی پنج برهه شامل برهه ایدئولوژیک، برهه واقع‌گرایانه، برهه آزادی‌خواهانه، برهه فناورانه و برهه سیاست‌گذارانه شناسایی شدند. درنهایت، با وجود بین‌رسانه‌ای شدن و همگرایی رسانه‌ها ویدئو و سامانه‌های ویدئوی درخواستی را نمی‌توان در ذیل پخش تلویزیونی قرار داد. بنابراین، اصطلاح صوت و تصویر «فراگیر» می‌تواند شامل پخش زنده (لایو استریمینگ)، آی.پی.تی.وی و خدمات تلویزیون-گونه برخط باشد اما در مورد سامانه ویدئوی درخواستی مصداق ندارد و حکمرانی و تنظیم‌گری آن به لحاظ نظری و قانونی و رویه تاریخی، همچنان باید تحت نظارت حکمرانی اصلی فرهنگی کشور باشد.

کلیدواژه‌ها: ویدئو، وی.ا.دی، صداوسیما، سیاست‌گذاری، صوت و تصویر فراگیر، تنظیم‌گری

۰۰۰۰-۰۰۰۰۳-۱۲۵۵-۹۵۳۳ ID

+۹۸ ۹۱۲۵۳۷۵۰۱۷

hassani@ricac.ac.ir

* نویسنده مسئول

چگونه به این مقاله استناد کنیم:

حسینی، حسین (۱۴۰۴). تحلیلی تاریخی-انتقادی بر چالشهای سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری نمایش خانگی در ایران. فصلنامه مطالعات فرهنگی اجتماعی

دیجیتال، ۱(۱)، ۱۴۱-۱۷۵. doi:10.22035/scds.2025.5571.1010

https://www.scds.ir/article_546.html

© نویسنده‌گان ۱۴۰۴. دسترسی به متن کامل مقاله بر اساس قوانین کپی‌رایت کامنز 4.0 CC BY آزاد است و اجازه استفاده مجدد، توزیع و تکثیر بدون محدودیت را می‌دهد، به شرط آن‌که به‌درستی به مقاله اصلی استناد شود. (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



مقدمه و بیان مسئله

نفوذ گسترده رسانه‌های جدید مبتنی بر اینترنت همانند ویدئوی درخواستی، پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری ویدئو، تلویزیون مبتنی بر پروتکل اینترنت (آی.پی.تی.وی)، پخش برخط^۱ به ابعاد گوناگون زندگی و پیامدهای مختلف فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی آنها سبب شده است تا دولت‌های مختلف تلاش کنند در قالب نهادهای تنظیم‌گر چارچوب‌هایی را کنترل و نظارت بر آنها ایجاد کنند. (Qasemzadeh & Mohseniyan, 2023)

طی دهه گذشته، موضوع حکمرانی، سیاست‌گذاری و نظارت بر محتواهای ویدئویی یک موضوع مورد مناقشه میان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و نیز سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران بوده است. آخرین اقدام قانونی برای حل این منازعه، تصویب ماده واحده «تعیین الزامات ساماندهی حوزه صوت و تصویر فراگیر» در جلسه ۸۸۳ مورخ ۱۹ ژوئن ۲۰۲۴ توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی است. هدف این مصوبه تقسیم کار و تفکیک مسئولیت‌های قانونی و حمایت از تقویت تولید محتوای ایرانی-اسلامی در حوزه فرهنگ و هنر در فضای مجازی میان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما (Supreme Council of Cultural Revolution, 2023) و در واقع رفع اختلاف این دو نهاد حاکمیتی نسبت به نهاد متولی تنظیم‌گری تولید و انتشار و نظارت بر محتواهای منتشر شده توسط وی. او.دی.ها یا سامانه‌های ویدئوی درخواستی است. سازمان صداوسیما با توسل به نظریه تفسیری شورای نگهبان قانون اساسی در مورد انحصار انتشار هر نوع محتوای صوتی و تصویری و تعمیم پخش رادیو-تلویزیونی (برودکست) به فضای برخط و تلاش برای تثبیت گفتمانی-حقوقی اصطلاح «صوت و تصویر فراگیر»، سازمان ساترا را تشکیل داده و خود را به‌مثابه نهاد قانونی تنظیم‌گری سامانه‌ها یا خدمات ویدئویی درخواستی برخط معرفی می‌کند. از سوی دیگر، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، با تکیه بر حکمرانی تثبیت‌شده تاریخی خود بر حوزه نمایش (ویدئوی) خانگی تلاش می‌کند، جایگاه گذشته خود را بازیابد. طرح مجدد این موضوع در افکار عمومی، تشکیک در قانونی بودن مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی توسط دیوان عالی کشور (Shenasname-ye Qanoon, 2024) و تلاش سازمان صداوسیما برای تثبیت جایگاه ساترا در قوانین و مقررات، همانند گنجاندن ساترا در قانون بودجه ۲۰۲۱ (Emamian, 2022) نشان می‌دهد که موضوع تعیین نهایی نهاد تنظیم‌گر با چالش‌های اساسی حقوقی و نیز فنی (معنای اصطلاحی) مواجه است.

این مقاله قصد دارد با اتخاذ رویکردی تاریخی اسناد قانونی و قوانین مرتبط با بخش پخش گسترده (برودکست)، نمایش (سینمای) خانگی را از حیث نهادهای متولی، حوزه وظایف و تعاریف بیان شده

1. Live streaming

مرور نماید و همچنین با کاربرد زبان فنی (ترمینولوژی) مطالعات رسانه و علوم ارتباطات، گنجاندن محتواهای ویدئوی وی.اُ.دی.ها ذیل اصطلاح برساخته صوت و تصویر فراگیر را مورد تشکیک قرار دهد و درنهایت با مرور تجربه‌های سیاست‌گذاری در برخی کشورهای پیشرو، الگویی را برای ایران پیشنهاد نماید. مورد اخیر از این حیث اهمیت دارد که کاربرد نادرست مفاهیم غیر از معنای اصطلاحی آنها، درنهایت به درک نادرست سیاست‌گذاران و قانون‌گذاران و درنهایت مناقشه‌های نظری-اجتماعی منجر می‌شود. از جمله نصراللهی^۱ (2022) با بررسی مشروح مذاکرات مرتبط با اصل چهل و چهار قانون اساسی نشان داده است که چگونه به شکلی کاملاً ناخواسته و بدون هیچ بحث نظری درباره تفاوت‌های معنایی، اصطلاح «رسانه‌های گروهی» با «رادیو و تلویزیون» جایگزین شده است. این موضوع درباره جایگزینی اصطلاح پلتفرم که در زبان انگلیسی چهار معنای متفاوت دارد (Flew, 2021)، با سکو-با تأکید بر معنای معمارانه پلتفرم و اولین معنای پلتفرم-مصدق دارد.

ادبیات نظری و مفهومی

سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری و حکمرانی

برآمدن پلتفرم‌های جدید از جمله پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری ویدئو سبب شده است تا بحث‌های نظری گوناگونی در مورد نحوه سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری این پلتفرم‌ها و کاربردپذیری سیاست‌های ارتباطات و رسانه برای پلتفرم‌ها پدید بیاید. یک مناقشه مفهومی تمایز میان سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری است. فلو (2021) با تکیه بر دیدگاه‌های برخی صاحب‌نظران تفاوت مفهومی میان قانون، سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری را به این شکل شرح داده است:

وقتی در مورد سیاست‌گذاری پلتفرم‌های دیجیتال و ارتباطات بحث می‌کنیم، تعاریف چند اصطلاح مهم را باید به شکل روشن توضیح بدهیم. نخست، قانون، سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری از هم متمایز هستند. «قانون» شامل احکام، قوانین و رویه‌هایی است که توسط نهادهای قانون‌گذاری از طریق حکم حقوقی یا رویه قضایی ایجاد شده‌اند و تبعیت از قانون به وسیله مقامات دولتی اعمال می‌شود. «سیاست‌گذاری» شامل اقداماتی است که مقامات دولتی برای کاربرد منابع درجهت پشتیبانی از یک ارزش یا پیامد مرجح انجام می‌دهند و یا به شکل گسترده‌تر برای تداوم کارهای انجام شده توسط گروه‌های بازیگر سیاست‌گذاری به کار می‌رود که از نهادهای عمومی موجود برای چارچوب‌بندی و بیان

چیزهایی که برای آن ارزش قائلند استفاده می‌کنند. سیاستهای عمومی توسط دولتها اعمال می‌شوند و عموماً به شکل قوانین صادرشده توسط نهادهای قانون‌گذاری مرتبط و یا یک فرمان اجرایی به اجرا گذاشته می‌شوند. «تنظیم‌گری» شامل ابزارهایی است که سیاستها و قوانین از طریق آنها بر بازیگران و یا کردارهای مشخصی اعمال می‌شود که هدف آن سیاستها و قوانین هستند. به بیان دیگر، تنظیم‌گری از قانون و سیاست‌گذاری تبعیت می‌کند (cited in Flew, 2021, pp.136-137)

بنابراین، بر اساس دیدگاه فوق، قانون توسط نهادهای قانون‌گذاری وضع می‌شود، سیاست‌گذاری شامل اقدامات دولتی برای پشتیبانی از ارزش‌هاست و تنظیم‌گری ابزار اجرای قوانین و سیاست‌هاست. یک مفهوم دیگر که باید به آن توجه شود، حکمرانی و تفاوت آن با سیاست‌گذاری است. تنظیم‌گری بر اعمال قوانین و سیاست‌ها از طریق ابزارهای مشخص برای کنترل رفتارها و بازیگران متمرکز است، در حالی که حکمرانی فرآیندی گسترده‌تر است که شامل تنظیم‌گری، سیاست‌گذاری، و تعامل بین نهادهای دولتی، خصوصی و جامعه مدنی برای مدیریت امور عمومی است. در نتیجه حکمرانی مفهومی گسترده‌تر است که سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری را دربرمی‌گیرد.

ایده همگرایی و پساتلوویزیون

علاوه بر مناقشه‌ها پیرامون کاربردپذیری سازوکارهای تنظیم‌گری و سیاست‌گذاری ارتباطات و رسانه‌ها در مورد پلتفرم‌ها، پیش از آن باید به تحولات فناورانه که زمینه‌ساز این تحول بوده‌اند اشاره کنیم. یک مفهوم تبیین‌کننده همگرایی است. جنکینز (2006) در رویکرد خود به همگرایی رسانه‌ای، بر تلاقی بین رسانه‌های سنتی و دیجیتال تأکید دارد و آن را نه تنها یک تحول فناورانه، بلکه تغییری فرهنگی می‌داند که در آن مخاطبان به‌طور فعال در فرآیند تولید و توزیع محتوا مشارکت می‌کنند. او مفهوم همگرایی را به‌عنوان ادغام محتوا در پلتفرم‌های مختلف، همکاری بین صنایع رسانه‌ای، و تعامل جدید بین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان تعریف می‌کند. جنکینز همچنین به اهمیت فرهنگ مشارکتی و هوش جمعی در این فرآیند اشاره می‌کند و معتقد است که همگرایی رسانه‌ای تغییرات عمیقی در ساختار قدرت رسانه‌ها ایجاد کرده است.

گذشته از همگرایی، یکی از مفاهیمی که برای توضیح وضعیت جدید تلویزیون به کار رفته است، پساتلوویزیون است. پساتلوویزیون که شامل تحقق همگرایی رسانه‌ای و گذر از تلویزیون سنتی است، به معنای تجدیدنظر در شیوه‌های تولید، توزیع و مصرف محتوای تلویزیونی است (Akbarzadeh Jahromi, 2017).

بر همین اساس، فرامخاطب نیز که توضیح‌دهنده دگرگونی مخاطب تلویزیون در عصر پساتلویزیون است، مخاطبی کنشگر محسوب می‌شود که خود تولیدکننده، توزیع‌کننده و مصرف‌کننده محتوای رسانه‌ای و تلویزیونی است.

افخمی^۱ و حسام‌پور^۲ (2020) چالش‌های تلویزیون ایران در مواجهه با تحولات فناورانه دیجیتال را با ملاحظه تحولات فناورانه تلویزیون از پیشاتلویزیون، تلویزیون آنالوگ، تلویزیون دیجیتال و اکنون که عصر تلویزیون فردی است، بررسی کرده‌اند. به گفته آنها جایگاه اصلی تلویزیون فردی، تلویزیون اینترنتی و تلویزیون موبایلی است که افزایش کانال‌ها، پخش غیرهمزمان و تعاملی بودن را میسر کرده است. از طرف تلویزیون موبایلی سبب شده تا محتوای شخصی‌سازی‌شده و تلویزیون اینترنتی سبب شده تا محتوای کاربرساخته به شکل دائم در دسترس باشد. نتیجه این وضعیت ظهور یک شبکه بزرگتر و تعامل دوطرفه و حرکت از پخش خاص به پخش شخصی^۳ است.

علاوه بر چالش‌های عملی که شامل همگرایی، تفرق مخاطبان و مرگ کنداکتور شبکه‌های تلویزیونی، انحصاردایی از تلویزیون به‌عنوان تولیدکننده اصلی محتوا بود، یکی از چالش‌های اساسی در وضعیت تلویزیون جدید، چالش قانون‌گذاری در مورد مفهوم تلویزیون است. امروزه قانون‌گذاران با انواع جدیدی از محتوای صوتی و تصویری سروکار دارند و در دسته‌بندی به شکل برخوردارند و گاهی مورد اعتراض واقع شده‌اند. از جمله آف‌کام^۴ که سازمان تنظیم مقررات رسانه‌ها در انگلستان است، برخی کلیپ‌ها را به عنوان شبیه‌تلویزیون^۵ در نظر گرفته است و یا اینکه برخی پلتفرم‌ها از تلقی خود به منزله سازمان رسانه‌ای رسانه‌ای طرفه می‌روند و تمایل دارند تا خود را شرکت فناوری بنامند (Afkhani & Hesampour, 2020).

روش

برای فهم بهتر سیاست‌های ارتباطی پس از انقلاب در ایران باید آنرا در زمینه‌های بزرگتر اجتماعی-فرهنگی قرار دهیم که تاریخ معاصر ایران را شکل داده‌اند (Shahabi, 2008). به عبارت دیگر، اتخاذ رویکرد تاریخی، در تحلیل مسائل و سیاست‌های عمومی جایگاهی اساسی دارد (Nasrollahi, 2022). در این مقاله از یک روش تحلیل انتقادی تاریخی متون با تمرکز بر اسناد و مدارک در قالب بیان روایی برای تحلیل برهه‌های مهم تاریخی شکل‌دهنده وضعیت کنونی سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری در مورد

1. Afkhani
2. Hesampour
3. Narrowcasting to individual casting
4. Ofcom
5. TV-like

بخش ویدئو استفاده شده است. در این مقاله تحلیل نقادانه پژوهشگر و تجربه مبتنی بر آگاهی و دانش پژوهشگر از نقاط عطف تاریخی در مسیر خطی تحول مفهوم ویدئو، سیاست‌گذاری ویدئو، تحولات فناورانه، منازعات سیاستگذارانه و درنهایت مناقشه‌های تعریف-مبنا نقش محوری دارد. یک مفهوم کلیدی در این مطالعه مطالعه برهه‌ها در معنایی گفتمانی است. همان‌طور که شارپ^۱ و توماس^۲ (2017) گفته‌اند، تحلیل گفتمان برای کاوش در روشهای خلق، انتقال، اشتراک‌گذاری درک معنای برهه‌ها و رویدادها به کار می‌رود. به عبارت دیگر، از منظر گفتمانی برهه نقطه زمانی خاصی است که در آن معناها، ایده‌ها و مفروضات ابراز یا افشاء می‌شوند.

برهه‌ها از چند منظر اهمیت دارند. علاوه بر برهه معناسازی، برهه تعیین موقعیت بیان می‌کند که چگونه افراد یا گروه‌ها در نسبت با یکدیگر قرار می‌گیرند که شامل مناسبات قدرت و رویکردهای ایدئولوژیک است. همچنین برهه تنش به این معنا است که گفتمان دارای تنش و یا تناقضهایی هست که از رویکردها، ارزشها و علایق مختلف نشأت می‌گیرد. بنابراین، تحلیل این برهه‌ها و تحلیل روابط قدرت و تنشها و تناقضها و مبنای آنها و تحول آنها در اینجا اهمیت اساسی دارد. بنابراین، برای تبیین روایت تاریخی از تحولات و تمرکز بر برهه‌های زمانی خاص، پژوهشگر بر زمینه سیاسی-اجتماعی، تحول فناورانه و سیاست‌گذاری تمرکز کرده است و در هر برهه از مجموعه از اسناد و مدارک شامل قوانین بالادستی، قوانین مصوب، گزارشها و مقالات، مصاحبه‌های مقامات مورد تحلیل واقع شده‌اند. مدت زمان گردآوری اسناد از دوره پیروزی انقلاب اسلامی تا تاکنون در یک فاصله حدود چهل ساله را دربرمی‌گیرد. گردآوری داده‌ها مرتبط با هر کدام از نقاط عطف به شکل فراگیر و با گردآوری و تحلیل و گزینش مرتبط‌ترین اسناد انجام شده است. درنهایت، مهمترین قوانین و مقررات، تحولات فناورانه، مناقشه‌های مفهومی به شکل انتقادی تحلیل شده‌اند. در این روش، به جای آنکه مطابق با رویه مرسوم، مضمون‌های اصلی و فرعی شناسایی، معرفی و تحلیل شوند، مقوله‌های نهایی پس از تحلیل روایت‌مند برهه‌های گوناگون، درنهایت شناسایی و نامگذاری می‌شوند و سپس عناصر تشکیل‌دهنده آنها در بخش نتیجه‌گیری ذکر و تحلیل می‌شوند.

یافته‌ها

در این بخش تحولات قانونی، سیاستگذارانه، نهادی، کرداری و فناورانه مرتبط با ویدئو را از زمان پیروزی

1. Kristian M. Scharp
2. Lindsey Thomas

انقلاب اسلامی تا تحولاتی را که طی یک دهه اخیر به‌ویژه از دهه ۲۰۱۰ به بعد در ایران رخ داده است، مرور می‌کنیم.

ویدئو پس از انقلاب اسلامی

پخش رادیو-تلویزیونی^۱ فارغ از نظام سیاسی حاکم از بدو تأسیس تاکنون در ایران، دارای مالکیت انحصاری حاکمیتی (دولتی) بوده است، مقام مسئول آن توسط بالاترین مقام رسمی منصوب می‌شود و هر نوع فعالیت بخش خصوصی را غیرمجاز می‌شمارد. پیش از مرور تحولات رخ داده در اواخر دهه ۱۹۹۰ و اوایل دهه ۲۰۰۰ که منجر به موج تقاضا برای تأسیس رادیو و تلویزیون خصوصی شد، مرور تحولات مرتبط با ویدئو در ایران و اینکه چگونه طی دهه ۲۰۱۰، سازمان انحصاری صداوسیما را بر آن داشت تا بخش ویدئو را نیز تصاحب کند، راهگشا است.

سیاست‌گذاری ویدئو پس از انقلاب اسلامی: از اوج‌گیری تا ممنوعیت

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی طی یک دهه پس از انقلاب اسلامی که اوج‌گیری مصرف ویدئو، ممنوعیت فعالیت آن و سپس آزادسازی آن اتفاق افتاد نقش اصلی را در سیاست‌گذاری برعهده داشته است. اما ویدئو در سطح جهان مسیر دیگری طی می‌کرد.

همانطور که ریتسنهوف^۲ (2008) بحث می‌کند، فناوری نوآورانه ویدئو چشم‌انداز رسانه‌های تلویزیون شبکه‌ای جریان اصلی را برای همی‌شه در سطح جهان دگرگون کرد. با افزایش دسترسی به این فناوری در بازار مصرفی، فیلم‌سازی مستقل توسعه پیدا کرد و مراکز هنرهای رسانه‌ای طی دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ ظاهر شدند. طی دهه ۱۹۸۰، ویدئو به یک رسانه انقلابی در سطح جهان تبدیل شد و فرهنگ فیلم و تلویزیون را تغییر داد. همان‌طور که اتوود^۳ (2021) بحث کرده است، ویدئوکاست در آمریکا پیش از هرچیز با صنعت فیلم گره خورده است. در دهه ۱۹۷۰ از این فناوری برای ضبط، گردآوری و انتشار غیررسمی فیلم‌ها استفاده شد، اما یک دهه بعد بخش عمده سود صنعت فیلم‌سازی آمریکا به جای فروش بلیط از طریق فروش فیلم روی ویدئوکاست به دست می‌آمد. گرچه در ایران نهادهای سیاست‌گذار، در حال و هوای پسانقلابی و فقدان فناوری‌های رسانه‌ای متزلزل‌کننده و دگرگون‌کننده چند دهه بعد، مبتنی بر ویژگی‌های ذاتی رسانه پخش گسترده تلویزیون، انتشار فراگیر، متمرکز، از بالا

1. broadcast
2. Ritzenhoff
3. Atwood

به پایین و یک‌سویه، در اندیشه تعبیه‌کردن ایده‌های انقلاب اسلامی بودند. در ایران، مرزهای مشخص فناوریانه، پخش رادیو و تلویزیونی را که به کمک فرستنده‌های زمینی صورت می‌گرفت، از نوارهای ویدئویی که از طریق دستگاه‌های پخش منتشر می‌شدند کاملاً از هم تفکیک کرده بود. به‌ویژه در فضای پساانقلابی که تغییرجهت اساسی در برنامه‌های تلویزیونی روی داد و بسیاری از محتواهای عامه‌پسند و سرگرم‌کننده پیشانقلابی از جدول پخش تلویزیون حذف شد، تقاضا برای شکلی از محتوای غیررسمی را پدید آورد که فاقد الزمات محتوایی در قوانین اداره‌کننده نحوه فعالیت صدوسیمما بود. پدید آمدن این مجرای نوین دسترسی به برنامه‌های عمدتاً سرگرم‌کننده، زمینه را برای به چالش کشیدن مجرای سنتی و متمرکز انتشار اطلاعات فراهم کرد.

در اسناد و قوانین مرتبط با تشکیلات وزارت ارشاد همواره از اصطلاح سمعی و بصری استفاده شده است، اما بر اساس قانون سازمان و وظایف وزارت ارشاد اسلامی در سال ۱۹۸۲، تحولاتی از منظر قانون‌گذاری درباره ویدئو روی داده است و این رسانه وارد ادبیات حقوقی ایران شده است. برای نمونه، یکی از وظایف معاونت سینمایی «نظارت و کنترل بر کار تولیدکنندگان و فروشندگان ویدئوکلپ‌ها» بیان شده است. از طرف دیگر مسئولیت اداره کل نظارت و نمایش فیلم شامل «اداره امور سینماها و ویدئوکلپها، اداره نمایش و پخش فیلم» تعیین می‌شود. هرچند اداره کل همکاریهای سمعی و بصری ذیل این معاونت همچنان وجود دارد (Bonyadi et al., 2010).

درمقابل، در ایران طی دهه ۱۹۸۰ و یا دهه ۱۳۶۰، ویدئو و نوارهای ویدئویی پیش از آنکه ابزاری بدیل برای تولید محتوا باشند، مجرای مصرف محتواهای غیرجریان اصلی بودند و به عبارت دیگر می‌توان آن‌را نماد اصلی فرهنگ مقاومت در نظر گرفت که محتوای ترجیحی را به جای محتوای تجویزی در شبکه‌های میان‌فردی پنهان‌شده منتشر می‌کردند. به عبارت دیگر همانطور که شریف (2021) نوشته است، با وجود آنکه فناوری پخش ویدئویی اواخر دهه ۱۹۷۰ وارد ایران شد، اما در دهه ۱۹۸۰ این ابزار به یک کالای همگانی تبدیل شد. محبوبیت این ابزار ارتباطی جدید که امکان تماشای ژانرهای مختلف از جمله فیلم‌های پیش از انقلاب، هندی، رزمی و نماهنگهای خوانندگان ایرانی مهاجرت کرده به خارج را فراهم می‌کرد، موجب شد تا فروشگاه‌هایی نیز برای فروش و اجاره ویدئو ایجاد شود.

از منظر ویژگی‌های رسانه‌ای نیز باید گفت ویدئو اساساً رسانه‌ای غیرجمعی بوده و هست که در بهترین حالت، پیش از برآمدن تلفن همراه هوشمند مجهز به کارافزارهای پخش ویدئو برای گروهی از مخاطبان محدود به شکل خانوادگی یا جمع محلی پخش می‌شدند (Simon, 2023). مصرف ویدئو در ایران بیشتر محدود به جمع‌های خانوادگی بود و با ملاحظات سیاسی دهه ۱۹۸۰ نمی‌توانست کردار جمعی و مشارکتی

باشد. در هر صورت، ویدئو به شکل سنتی آن که در قالب نوار کاست طی دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ و سپس در قالب سی.دی. و دی.وی.دی از حدود دهه ۲۰۰۰ به بعد پخش می‌شد، عمدتاً رسانه‌ای غیرجمعی، شخصی و شخصی‌سازی شده است.

ویدئو به عنوان یک رسانه جایگزین، نظم رسانه‌ای مبتنی بر سازمان نوپدید صداوسیما را مختل و متزلزل می‌کرد. در نتیجه، در سال ۱۹۸۳، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی استفاده شخصی از تمام فناوری‌های ویدئویی را ممنوع کرد و این درست زمانی بود که صنعت کرایه دادن فیلم که در حال رشد بود، جای خود را در کشور پیدا کرده بود. این ممنوعیت بیش از یک دهه ادامه خواهد داشت. در نتیجه، «درست در همان زمان که بسیاری از کشورهای جهان ظهور ویدئو را به عنوان یک رسانه تجربه کردند، کاست‌ها و پخش‌کننده‌های ویدئویی نمی‌توانستند به طور قانونی در ایران وجود داشته باشند (Atwood, 2022, p.1).

در سال‌های ابتدایی انقلاب و جنگ و در نبود کانال‌های متعدد تلویزیونی، سریال‌های متنوع و... یکی از مهم‌ترین سرگرمی‌های مردم تماشای فیلم‌های ویدیویی بود. سرگرمی که چنان طرفدار داشت که در اطراف خود اقتصادی گسترده را شکل داده بود از فروش دستگاه‌های ویدیو (آبی و ۱۰۱، آبی و ۱۰۲ و...) فیلم کوچک و بزرگ گرفته تا مغازه‌های ویدیو کلپ که فیلم‌ها را با گرفتن شناسنامه و... اجاره می‌دادند. اما در سال ۱۹۸۳ تماشای فیلم‌های ویدیویی به یکباره از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ممنوع و تماشای فیلم‌های ویدیویی و اجاره فیلم و... غیرقانونی اعلام شد (Rooznama-ye Iran, 2020)؛ اتفاقی که باعث شد تماشای فیلم‌های ویدیویی به شکل زیرزمینی ادامه پیدا کند.

در سال‌های اولیه پس از پیروزی انقلاب اسلامی که حال و هوای انقلابی در کشور حاکم بود، فناوری ویدئو و محتوایی که از طریق آن در دسترس قرار می‌گرفت، در تعارض با ارزش‌های اخلاقی برجسته شده قرار داشت. وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سید محمد خاتمی، علاوه بر آن فقدان نظارت وزارت فرهنگ بر فعالیت کلپ‌های فروش و اجاره نوارهای ویدئویی را یک نقص می‌دانست، معتقد بود دادوستد آزادانه نوارهای ویدئویی یک آفت فرهنگی است، فساد و ارزش‌های ضداسلامی را نشر می‌دهد و ویدئوکلپ‌ها را یکی از مراکز فساد و ابتذال در جامعه معرفی و از تصمیم برای متوقف کردن فعالیت این فروشگاه‌ها خبر داد (Rooznama-ye Iran, 2020).

رفع ممنوعیت ویدئو در ایران و تعیین نهاد متولی سیاست‌گذاری نمایش ویدئو

در حالیکه در اوایل دهه ۱۹۹۰ روزنامه‌نگاران با ملاحظه تحولات فناورانه و منتفی شدن عملی ممنوع بودن ویدئوی خانگی خواستار تعیین تکلیف ویدئو شدند، سرانجام در سال ۱۹۹۳ تکلیف ویدئو روشن

شد. اعلام پایان این ممنوعیت توسط وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی وقت صورت گرفت. همانطور که شهابی (2008) توضیح داده است، در میان بیم و هراس ناشی از هجوم تلویزیون ماهواره‌ای، بحث‌های مرتبط با ویدئو بار دیگر در سال ۱۹۹۳ احیا شد و مقامات، مطبوعات دولتی، روشنفکران و مردم عادی به بحث درباره ویدئو پرداختند. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی جدید وقت، علی لاریجانی، در اواخر اکتبر ۱۹۹۲ طی یک سخنرانی از لغو قریب‌الوقوع ممنوعیت استفاده خصوصی از ماهواره، خرید و فروش ویدئو و بازگشایی مجدد ویدئوکلوب‌ها خبر داد. لاریجانی ضمن انتقاد از سیاست‌های غیرعقلانی گذشته که مبتنی بر درک نادرست از شرایط کشور و وضعیت جهانی بودند، ویدئو را یک پدیده فناورانه نامید و مدعی شد که سیاست ممنوعیت ویدئو نادرست بوده است.

در اواخر دی ۱۹۹۳ قانون «شرایط استفاده صحیح از لوازم و تجهیزات و محصولات مختلف سمعی و بصری و برنامه‌های تصویری در قالب ویدئو» توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی تصویب شد. در مقدمه این قانون آمده است: «نظر به اینکه استفاده صحیح از لوازم و تجهیزات و محصولات مختلف سمعی و بصری می‌تواند در خدمت ارتقای فرهنگ عمومی قرار گیرد، شورای عالی انقلاب فرهنگی به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مأموریت داد تا در آینده ضمن رفع ممنوعیت از فعالیتهای ویدیویی هر چه زودتر اقدام به طراحی نظام اجرایی در تمامی حوزه‌های فعالیتهای سمعی و بصری بکند و آیین‌نامه‌های لازم را تهیه نماید و پس از تصویب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به اجرا درآورد» (Markaz-e Pazhuheshhaye Majles, 1993).

چند نکته در این مقدمه قابل توجه است؛ یک) اتخاذ رویکرد سلبی به جای ایجابی که شامل محتواهای ویدئویی برای ارتقای فرهنگ عمومی است؛ دوم) اتمام ممنوعیت فعالیت‌های مرتبط با ویدئو و نمایش ویدئویی؛ و سوم) محول شدن سیاست‌گذاری و اجرای برنامه‌ها و مقررات مختلف در مورد ویدئو به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی. بنابراین، این قانون را می‌توان نخستین اقدام قانونی پس از انقلاب در جهت گنجاندن فعالیتهای مرتبط با نمایش ویدئویی زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تلقی کرد. همچنین در این برهه است که مفهوم محصولات سمعی-بصری برای موسیقی و نیز ویدئو رواج قانونی پیدا می‌کند. قانون فوق‌الذکر که مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی است، سه مسئولیت یا وظیفه عمده را برای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تعیین می‌کند: اعطای مجوز انحصاری برای ورود برنامه‌های تصویری ویدئویی به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (به استثنای مواردی که سازمان صداوسیما وارد می‌کند)؛ تولید و تکثیر برنامه‌های ویدئویی با مجوز انحصاری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خواهد شد؛ (۳) فروش و اجاره نوار تصویری و ویدئویی و نظایر آن توسط مراکز انجام می‌شود که از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز داشته باشند (Markaz-e Pazhuheshhaye Majles, 1993). بر اساس این قانون، وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی به شکل انحصاری مسئولیت صدور مجوز ورود، صدور مجوز تولید و صدور مجوز مراکز توزیع محتواهای نمایشی در قابل ویدئو را به دست آورده است.

بر اساس همین تکلیف قانونی، موسسه رسانه‌های تصویری در سال ۱۹۹۳ توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تصویب شد و تا سال ۲۰۰۰ تنها شرکت مجاز توزیع فیلم در شبکه نمایش خانگی بود و در نهایت در سال ۲۰۱۹ با بنیاد سینمایی فارابی ادغام شد.

از سال ۱۹۹۲ که مسئولیت سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری بخش ویدئو به عهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گذاشته شده، مجموعه‌ای از آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌ها طی سالیان مختلف توسط این نهاد حکمرانی تصویب و هدایتگر فعالیت بازیگران مختلف این بخش از صنعت فرهنگ در ایران بوده است. همچنین باید اشاره کرد که دفتر نمایش خانگی، مستند و کوتاه در زیرمجموعه معاونت ارزشیابی و نظارت سینمایی و سمعی و بصری سازمان سینمایی قرار دارد. بخشی از این قوانین مرتبط به تأسیس، نظارت و ارزشیابی هستند. در جدول (۱) خلاصه‌ای از این قوانین ذکر می‌شود.

جدول ۱: آیین‌نامه‌ها، دستورالعمل و قواعد مرتبط با تولید و نمایش آثار ویدئویی و نمایش خانگی؛ منبع: اربابی، ۱۳۹۷

ردیف	عنوان	سال تصویب	مضمون اصلی سند
۱	آیین‌نامه تأسیس و فعالیت سازمانهای پخش و توزیع فیلم	۱۳۸۲	ضوابط فعالیتهای سازمانهای پخش و توزیع فیلم‌های سینمایی و غیر سینمایی و عرضه محصولات فرهنگی و هنری همانند فیلم‌های ویدئویی
۲	آیین‌نامه نظارت بر نمایش صدور پروانه نمایش (اصلاحی)	۱۳۷۲	ضوابط عرضه و نمایش هر نوع محتوای ویدئویی از قبیل سینمایی، هنری، داستانی و غیره
۳	آیین‌نامه عرضه و نمایش نوارهای ویدئویی مصوب ۱۳۷۲ و اصطلاحات ۱۳۸۲	۱۳۷۲	ضوابط عرضه نوارهای ویدئویی در مراکز اجاره و فروش (ویدئوکلوبها)
۴	آیین‌نامه نظارت بر نمایش فیلم و اسلاید و ویدئو و صدور پروانه نمایش آنها	۱۳۸۲/۱۳۷۳	مقصود از فیلم و نوار و ویدئو هر نوع فیلم، ویدئو و اسلاید در اندازه‌های مختلف و داستانی، مستند و آموزشی است که باید دارای پروانه نمایش از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باشد.
۵	آیین‌نامه صدور پروانه نمایش بر نامه‌های ویدئویی	۱۳۷۲	عرضه و نمایش هر نوع محتوای ویدئویی مستلزم صدور پروانه نمایش از جانب اداره کل نظارت و ارزشیابی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است.
۶	قانون نحوه مجازات اشخاصی که در امور سمعی و بصری فعالیتهای غیر مجاز می‌نمایند	۱۳۸۶	مجاز تکثیر غیر مجازی آثار منتشر شده در قالب نوار، لوح فشرده و...
۷	شیوه‌نامه برگزاری جلسات شورای صدور پروانه ساخت ویدئویی	۱۳۹۴	تصمیم‌گیری در مورد ساخت یا عدم ساخت محصولات نمایش خانگی
۸	شیوه‌نامه صدور مجوز ساخت فیلم‌های بلند ویدئویی (غیر سینمایی) توسط اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان	۱۳۹۴	کلیه درخواستهای متقاضیان تولید فیلم‌های بلند ویدئویی می‌بایست با مجوز اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تولید شود.

همانطور که جدول فوق نشان می‌دهد، طی حدود سه دهه پس از آزادسازی نمایش ویدئو و فعالیت مراکز اجاره و فروش محتواهای ویدئویی، تنظیم‌گری تولید و نمایش محتواهای ویدئویی در کردارهای حکمرانی وزارت فرهنگ و سازمانهای تابعه آن «تعییه شده است». در این رویه‌های قانونی، صدور مجوز ساخت، ویژگیهای مکان نمایش، ژانر و تعریف ویدئو، کیفیت و ضوابط محتوایی و نیز مجازات اقدامهای غیرقانونی مرتبط با ویدئو به یک روال عادی تبدیل شده است. ویدئو، درواقع، از برهه‌ای که سیاستگذاران فرهنگی به بهبودگی ممنوعیت آن در حدود یک دهه و نیم پس از پیروزی انقلاب پی بردند، بر اساس مصوبه شورای انقلاب فرهنگی تا دوره‌ای که با توسل به صوت و تصویر فراگیر تلاش شد، بخش ویدئو به مثابه تلویزیون و محتوای تلویزیونی تعریف شود، مسیر تنظیم‌گری یکنواختی را طی کرده است.

نهادسازی برای شبکه نمایش خانگی و تحولات آن از دهه ۱۹۹۰ تا دهه ۲۰۱۰

بر اساس تکلیف قانونی ذکرشده برای وزارت فرهنگ در قانون «شرایط استفاده صحیح از لوازم و تجهیزات و محصولات مختلف سمعی و بصری و برنامه‌های تصویری در قالب ویدیو» موسسه رسانه‌های تصویری در سال ۱۹۹۳ توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تصویب شد و تا سال ۲۰۰۰ تنها شرکت مجاز توزیع فیلم در شبکه نمایش خانگی بود و درنهایت در سال ۲۰۱۹ با بنیاد سینمایی فارابی ادغام شد.

یک اقدام دیگر در این راستا تصویب آیین‌نامه تأسیس مؤسسات ویدئورسانه با استناد به مصوبه سال ۱۹۹۲ شورای عالی انقلاب فرهنگی است. هدف این آیین‌نامه که در سال ۲۰۰۳ تصویب شده است، اعلام شرایط تأسیس مؤسسات ویدئورسانه و بهره‌برداری از آنها است. طبق ماده یک این آیین‌نامه، «معاونت امور سینمایی و سمعی و بصری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز تأسیس و نظارت بر فعالیتهای و انحلال آنها را صادر می‌کند». طبق ماده ۲ آن نیز که در سال ۲۰۱۰ اصلاح شده است، «موسسه ویدئو رسانه مؤسسه‌ای است که نسبت به تأمین و تملک حقوق نمایش خانگی آثار سینمایی در اشکال مختلف و بازیهای ویدئویی و رایانه‌ای اقدام می‌کند و پس از اعمال فرایندهای مربوط به آماده‌سازی محصول، با دریافت پروانه نمایش و انتشار به عرضه آنها از طریق حامل‌های رایج می‌پردازد» (Arbani, 2018).

بر این اساس، ویدئو در امتداد رسانه سینما تعریف شده است و فیلم ویدئویی شکلی از محصول سینمایی قلمداد شده است که معاونت امور سینمایی و سمعی بصری مجوز تأسیس و نظارت آن را

برعهده دارد. موضوع مهم دیگر در این آییننامه استفاده از اصطلاح «حامل‌های رایج» است. این اصطلاح بر این موضوع تأکید دارد که تحولات فناوانه که مجرای انتشار یا حامل محتوای ویدئویی را دگرگون می‌کند و در طی زمان از کاست تا پلتفرم تحول پیدا کرده است، در ماهیت محتوا و تلقی از آن تفاوتی ایجاد نمی‌کند. از سوی دیگر، کلمه رایج تحول و به‌روزرسانی دائم را مورد تأکید قرار می‌دهد. بنابراین، در عمل نوار رایج در دهه‌های اول پس از پیروزی انقلاب و پلتفرمی که طی یک دهه گذشته رایج شده در عمل باید یکسان تلقی شوند.

در حدود حدود پانزده سال پس از آیین‌نامه تأسیس مؤسسه ویدئورسانه، حامل رایج به شکلی بنیادین دگرگون شده است. بر این اساس در سال ۲۰۱۷، «آیین‌نامه صدور مجوز تأسیس و نظارت بر مراکز عرضه ویدئویی به گونه نمایش درخواستی» صادر می‌شود. سال ۲۰۱۷ یک برهه کلیدی در منازعات حقوقی و گفتگویی بر سر نهاد متولی و تنظیم‌گر شبکه ویدئویی خانگی است و ساترا نیز در همین سال تأسیس شده است. بنابراین، تصویب و ابلاغ این آیین‌نامه در این دوره زمانی از این حیث اهمیت ویژه‌ای دارد. در این آیین‌نامه، مراکز عرضه برخط ویدئویی به گونه نمایش درخواستی، «واحدهایی هستند که با اخذ مجوز مربوط از «سازمان امور سینمایی و سمعی و بصری» با تأمین و یا استقرار سامانه نمایش ویدئو درخواستی مشتمل بر تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری قابل توسعه، فعالیت تجاری می‌کنند». در این سند، نقل سازمان امور سینمایی در داخل گیومه برای تأکید بر تولید نهاد زیرمجموعه وزارت فرهنگ بر ویدئو است. در این سند، عرضه برخط به دو شکل تعریف شده است: امکان بارگیری نسخه بارگذاری شده و نیز دریافت به شکل استریم یا پخش برخط (به صورت پخش از طریق رسانه‌های برخط). علاوه بر این انواع (اثرویدئویی) به این شکل تعریف شده است: فیلم، سریال، آثار مستند، داستانی (تله فیلم)، علمی، آموزشی، سینمایی، تلویزیونی، ماهنگ، نوانما، برنامه‌های ترکیبی و پویانمایی ایرانی و خارجی. از منظری گفتگویی، این تعریف تلاش کرده تا دامنه اثر ویدئویی را نسبت به تعاریف پیشین از آن در اسناد وزارت ارشاد توسعه دهد.

در مقام مقایسه، در گذشته منظور از ویدئو عمدتاً بازنمایش آثار سینمایی بوده است. اما در تعریف جدید، این تعریف حتی به برنامه تلویزیونی نیز توسعه می‌یابد. بنابراین، درحالی‌که تلویزیون تلاش می‌کند تا با تعریف خود از صوت و تصویر فراگیر هر نوع محتوای ویدئویی را نوعی برنامه تلویزیونی قلمداد کند، در اینجا، تلاش می‌شود تا محتواهای تلویزیونی نیز محتوای ویدئویی تلقی شوند. این منازعه گفتگویی بر سر تعریف، برهه‌ای تعیین‌کننده در قانون‌گذاری و تنظیم‌گری ویدئو در ایران است. در همین دوران و در حین همین منازعه اعمال اقتدار حکمرانی است که سامانه «سند» توسط وزارت

فرهنگ و ارشاد اسلامی انجام می‌شود. در واقع از جمله اقداماتی که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای حفظ قدرت حکمرانی خود بر بخش ویدئو انجام داد، راه‌اندازی سامانه نمایش درخواستی با نام سند بوده است. این سامانه در سال ۲۰۱۵ راه‌اندازی شد. در این سال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مجوز بهره‌برداری از خدمات وی.ا.دی را به پنج شرکت اعطا کرد. خبرگزاری تسنیم^۱ (۲۰۱۵) که این خبر را منتشر کرده است، از پایان عصر ویدئو کلپ‌ها خبر می‌دهد و می‌نویسد، «تفاوت این مجوز با مجوزهای سازمان صداوسیما این است که وی.ا.دی از شبکه‌های مخابراتی برای ارائه محتوای خصوصی و نمایش خانگی استفاده می‌کند اما آی.پی.تی.وی بستری برای ارائه آرشیو چند رسانه‌ای سازمان صداوسیما خواهد بود». در واقع، تا میانه دهه ۲۰۱۰ که منازعه بر سر اعمال تنظیم‌گری آغاز می‌شود، وی.ا.دی‌ها ادامه نهادهایی همانند مؤسسه رسانه‌های تصویری تلقی می‌شوند که مسئول توزیع فیلم‌های ایرانی و غیرایرانی در شبکه نمایش خانگی بودند و نظارت بر آنها بر عهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار داشت. رجبی فروتن (۲۰۱۹) در مورد تودیع آخرین مدیرعامل رسانه‌های تصویری می‌نویسد که وی تلاش کرد تا زمینه را برای فعالیت بیش از پیش بخش خصوصی فراهم کند و به فعالیت مؤسسات و مراکز عرضه برخط ویدئویی درخواستی مشروعیت بدهد؛ اقدامی که طی سال گذشته با مناقشه حقوقی نیز همراه شد زیرا صداوسیما تلاش کرد تا انحصارش بر این عرصه را نیز امتداد بدهد. فحوی این گفته نشانگر تنش و مناقشه بین دو دستگاه تنظیم‌گر رسانه و فرهنگ است.

تحولات قانون‌گذارانه، تحولات زیرساخت انتشار، منازعه‌های مفهومی نظری

همگرایی تلویزیون و اینترنت: آغاز منازعه‌ها

ساندرا برامن^۲ (2004) دریافته است که همگرایی شکلها و پلتفرم‌های رسانه‌ها متمایزبودگی سیاست‌گذاری رسانه را به چالش کشیده است. اکنون این موضوع بیش از پیش چالش‌برانگیز شده است. برای فهم آغاز مناقشه سیاست‌گذاری در مورد محتوای ویدئویی در ایران باید به سرآغاز همگرایی تلویزیون و اینترنت مراجعه کرد. ملاحظه مطالب مطبوعات و وب‌گاه‌های خبری نشان می‌دهد مفهوم «تلویزیون اینترنتی» از اواخر دهه ۱۳۸۰ در رسانه‌های ایران رواج پیدا کرده است. روند تحولات فناورانه که به همگرایی تلویزیون و رسانه‌های دیگر و به طور خاص اینترنت منجر شد، سابقه طولانی‌تری دارد و برخی نهادها همانند صداوسیما از مدتها پیش درباره آن مطالعات و اقداماتی انجام داده بودند. همانطور

1. Tasnim News Agency
2. Sandra Braman

که اکبرزاده جهرمی با ملاحظه سلطه رویکرد فناورانه و مهندسی به همگرایی رسانه‌ای (2017) اشاره کرده است، از اواسط دهه ۱۹۹۰ صداسیما با دیجیتالی کردن تجهیزات و تطابق با استانداردهای فنی تولید تلویزیونی در سطح جهانی به پدیده همگرایی توجه نشان دادند. از سوی دیگر، می‌توان به سند افق رسانه اشاره کرد که بیانگر راهبردهای آتی سازمان است، این سند که در سال ۲۰۰۴ تنظیم و در سال ۲۰۰۶ ابلاغ شد، راهبردهایی را برای مقابله با شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های اینترنتی در سال آینده ترسیم کرده بود که از جمله آنها می‌توان به راه‌اندازی تلویزیون اینترنتی اشاره کرد.

افزایش نفوذ اینترنت که طی سالهای ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۱ از حدود ۲۲ درصد به حدود ۴۳ و نیم درصد رسید (Markaz-e Modiriat-e Tose'e Melli-ye Internet, 2012)، در افزایش تقاضا عمدتاً برای مصرف تلویزیون در بستر جایگزین اینترنت مؤثر بوده است. با ملاحظه تحولات فناورانه، طی دوره اواخر دهه ۲۰۰۰ و اوایل دهه ۲۰۱۰ مطالب متعددی در نشریات عمدتاً تخصصی مرتبط با فناوری اطلاعات درباره این شکل جدید از تلویزیون منتشر شده است. از جمله هژبرنژداد (2010) در ماهنامه کاربران می‌نویسد: «تلویزیون اینترنتی سیستمی جدید برای دریافت کانالهای تلویزیونی است که به کمک این فناوری نحوه استفاده از برنامه‌های تلویزیونی تا حد زیادی متحول می‌شود. این سیستم که به نام پروتکل تلویزیون اینترنتی (آی.پی.تی.وی) معروف است فقط از طریق تلویزیونهای دیجیتالی دریافت می‌شود. در این سیستم به جای ارسال سیگنالهای رادیویی و ماهواره‌ای در فرمت تلویزیونهای کابلی، سیگنالهای مربوط روی شبکه اینترنت پهنبند ارسال می‌شود» (p.3). تمرکز اصلی در این تحول بر امکان‌پذیری دریافت برنامه‌ها و شبکه‌های تلویزیونی خارج از کردارهای مبتنی بر شیوه انتشار تحمیلی بروادکست بوده است. چند تفاوت در زمینه مصرف تلویزیون مشاهده می‌شود: امکان تماشا از طریق نمایشگر رایانه یا صفحه‌های تلفن همراه و لوحک رایانه‌ای (تبلت)؛ انتخابگری مخاطب و تعیین زمان مصرف برنامه تلویزیونی که نظم تثبیت‌شده کردار مبتنی بر کنداکاتور را می‌شکند؛ انتخابگری برای ژانرهای تلویزیون مورد علاقه و مشاهده چندباره آنها و حتی پرش از روال خطی مصرف. اما یک نکته اساسی در تحول شیوه انتشار تلویزیونی این است که «برنامه تلویزیونی» به «محتوای ویدئویی» تبدیل می‌شود و نه برعکس. در این راستا، ضیایی‌پرور^۲ (2009) می‌نویسد: «با گسترش فناوری‌های دیجیتالی و شبکه‌های اینترنتی، تولیدکنندگان شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی به فکر انتشار محتوا از طریق بسترهای جدید همانند آی.پی.تی.وی افتاده‌اند».

1. IPTV (Internet Protocol Television)
2. Ziyayiparvar

در همین دوران، یعنی در اواخر دهه ۲۰۰۰، موانع راه‌اندازی تلویزیونی تعاملی در ایران مورد مطالعه قرار گرفته است. از جمله، یکی از مطالعات نشان می‌دهد که صداوسیما تلاش کرده است تا گام‌هایی را برای راه‌اندازی تلویزیون تعاملی در ایران بردارد. از جمله یکی از آن موارد اقدام شرکت سروش رسانه (وابسته به سازمان صداوسیما) در آرشو کردن برنامه‌های پنج شبکه اصلی تلویزیون و ارائه آنها روی اینترنت بوده است. اما برنامه جامعی برای راه‌اندازی تلویزیون تعاملی وجود نداشته است. در واقع، با فرض انحصاری بودن تلویزیون، توسعه تلویزیون تعاملی نیز برعهده سازمان بوده است. اما مسائل حقوقی و قانونی در مورد موضوع تنظیم‌گری از همان زمان بروز و ظهور پیدا کرده و سبب ایجاد اختلاف شده است. از جمله:

اینکه آیا این پدیده‌های جدید، مصداق تلویزیون و مشمول موقعیت انحصاری آن هستند؟ آیا زمانی که از انحصار صداوسیما بر حیطه تلویزیون بحث می‌شود، منظور تولید محتواست یا انتقال و توزیع را نیز شامل می‌شود؟ تأسیس تلویزیون تعاملی نیازمند کانال برگشتی است که برای این منظور می‌توان از خطوط شرکت مخابرات استفاده کرد... در اساسنامه شرکت مخابرات آمده است که تصدی‌گری در حد امکان باید به بخش خصوصی واگذار شود؛ یعنی سرمایه‌گذاران خطوط پرسرعت که قابلیت انتقال صدا و تصویر را دارند، باید شرکت‌های خصوصی باشند. این در حالی است که گروهی معتقدند، انحصار صداوسیما شامل بخش‌های انتقال و توزیع برنامه نیز می‌شود و استفاده از زیرساختی که در اختیار بخش خصوصی است ناقض قانون است (Akbarzadeh Jahromi, 2009, p.58).

درک این موضوع می‌تواند کلید فهم بسیاری از مناقشه‌ها باشد. ویدئو در سیر تحولی خود در قالب نوار کاست، سپس سی.دی، در ادامه دی.وی.دی و در نهایت خدمات مبتنی بر اینترنت و پلتفرم‌های ویدئوی درخواستی در دسترس قرار گرفته است و انتخاب‌گری مخاطب برای مصرف آن یکی از الزامات لاینفک آن بوده است. تعاملی و انتخابی شدن محتوای تلویزیون که با سست شدن و فروریختن الزامات زمانی، مکانی و محتوایی و مصرف کلیت برنامه تلویزیونی همراه بوده است، و گرایش برنامه‌سازان تلویزیونی به تخصیص این قابلیت‌های نوظهور، می‌تواند به این معنا باشد که سیاست‌گذاری و مقررات رایج درباره ویدئو باید در مورد برنامه تلویزیونی اعمال شود. با این رویکرد، ادعای سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری حداکثر می‌تواند در مورد برنامه تلویزیونی تبدیل شده به محتوای ویدئویی منتشر شده از طریق اینترنت مصداق داشته باشد و نه ویدئوهایی که خارج از قالب و روال تولید و انتشار برنامه‌های تلویزیونی تولید شده‌اند.

پیش از خاتمه این بخش باید اشاره که در راستای که پس از بحث‌هایی که از اواخر دهه ۲۰۰۰ تا

اوایل دهه ۲۰۱۰ در مورد موضوع مالکیت و نظارت بر تلویزیون اینترنتی رخ داد، در سال ۲۰۱۶ سازمان صداوسیما به پنج شرکت و نیز یک تلویزیون اینترنتی وابسته به خود مجوز رسمی راه‌اندازی تلویزیون اینترنتی یا همان آی.پی.تی.وی داد. آی.پی.تی.وی صداوسیما با نام شیما، ایرانسل با نام لنز، آسمان با نام فام، باران تلکام با نام آیو، تراشه سبز با نام تیو و نشر الکترونیک با نام شمیم امکان تولید و انتشار برنامه در بستر اینترنت را کسب کردند (Ghasemi Naraq, 2016). آیو یکی از ۵ تلویزیون اینترنتی قانونی در کشور، اولین تلویزیون آی.پی.تی.وی بود که در ایران کار خود را آغاز کرد. در واقع، بر اساس رویکرد ما از تعریف تلویزیون، تلویزیون به مثابه متولی «تلویزیون اینترنتی» یا آی.پی.تی.وی می‌تواند بر بخش تلویزیون اینترنتی نظارت داشته باشند و آنرا تنظیم‌گری کند. صدور مجوز سامانه‌ها یا پلتفرم‌هایی که خود را آی.پی.تی.وی تلقی می‌کنند، باید منحصراً در اختیار صداوسیما باشد اما این موضوع در مورد محتواهایی که مسیر به اصطلاح نمایش خانگی را طی کرده‌اند، نمی‌تواند مصداق داشته باشد. زیرا هر نوع محتوای ویدئویی لزوماً محتوای تلویزیونی جدید نیست اما هر محتوای تلویزیونی می‌تواند به محتوای ویدئویی تبدیل شود. هرچند کم‌رنگ مرزها یعنی پلتفرم‌هایی که هم محتوای پخش زنده و هم محصولات ویدئویی شبکه نمایش خانگی را منتشر می‌کنند، و اینکه نهاد تنظیم‌گر متولی آن کدام سازمان باشد، یک موضوع دیگر است.

سامانه‌های خدمات ویدئوی درخواستی: مفهوم و شکل‌گیری در ایران

سامانه‌های نمایش درخواستی در ایران از اوایل دهه ۲۰۱۰ آغاز به کار کرد. این سامانه‌ها را لاتز (2022) خدمات ویدئوی درخواستی که تأمین مالی آنها از طریق پرداخت حق اشتراک انجام می‌شود (اس.وی.ا.دی^۲) نامیده است. در ایران، این خدمات علاوه بر حق اشتراک از طریق آگهی‌دهندگان نیز درآمدزایی می‌کنند؛ خواه به شکل مشارکت آنها در تأمین هزینه تولید و نمایش تصویر محصول در طول روایت نمایش و خواه به شکل پخش آگهی در پیش، حین و پس از نمایش محتوا. بنابراین آنها هم سامانه‌های ویدئوی درخواستی اشتراکی هستند و هم سامانه‌های ویدئویی مبتنی بر تبلیغات (ای.وی.ا.دی^۳).

لاتز (2022) می‌نویسد: «اس.وی.ا.دی برای صحبت درباره ویدئوهایی به کار می‌رود که از طریق فناوریهای ارتباطی اینترنت منتشر می‌شود و غالباً در خانه مشاهده می‌شوند. اس.وی.ا.دی در کنار

1. Lotz

2. svod

3. AVOD (ad-funded video on demand)

ا.تی.تی، استریمینگ، تلویزیون اینترنتی، تلویزیون وب و برخی اصطلاحات دیگر به کار می‌رود که منظور از آنها توزیع ویدئو از طریق اینترنت است. دو ویژگی اساسی این خدمت یعنی اشتراک‌محور بودن و درخواستی بودن تنها نقطه تمایز آنها از ویدئوی خانگی است».

از طرف دیگر، اس.وی.ا.دی ویژگی‌های متمایزکننده دیگری هم دارد که برای تفاوت‌گذاری مورد نظر ما بین برنامه تلویزیونی و ویدئوی خانگی حائز اهمیت است. همانطور که لاتز (2022) توضیح می‌دهد، یکی از مهمترین آنها تقاضای خطی در برابر تقاضای غیرخطی است. خطی به معنای ساماندهی محتوای ویدئویی در یک برنامه زمانی است که طی آن یکی به دنبال دیگری پخش می‌شود و این شیوه پخش برای تلویزیون امری «نرمال» محسوب می‌شود. موضوع دیگر مفهوم محتوا است. لاتز این مفهوم را برای همه انواع خواه توسط شبکه‌های تلویزیونی تولید شده باشند و یا به طور خاص برای خدمت اس.وی.ا.دی به کار می‌برد. موضوع دیگر پنجره‌های توزیع یا نمایش است. پیش از اس.وی.ا.دی، یکی از کردارهای هنجاری متعارف در صنایع سمی-بصری امکان دسترسی به محتوا از طریق فناوریهای مختلف توزیع، در مکانهای مختلف و برای مدت زمان مشخص بوده است. از جمله فیلم‌های هالیوود ابتدا در سینما، سپس در هواپیماها، دی.وی.دی، شبکه‌های کابلی اصلی، شبکه‌های کابلی معمولی و سپس تلویزیون به نمایش درمی‌آیند. اما تلویزیون به عنوان یک خیرجمعی به سرعت و با سهولت بیشتری در دسترس عموم قرار می‌گیرد اما در مقابل اس.وی.ا.دی‌ها، به دلیل راهبرد درآمدزایی خود، تلاش می‌کنند به جای انتشار از طریق پنجره‌های گوناگون در مجرای اصلی خود به بقاء خود ادامه دهد.

درواقع، تجربه تماشای خطی و درخواستی یا تقاضا محور اساس که مفهوم جدول زمانی را به چالش می‌کشد عمده‌ترین تفاوت اس.وی.ا.دی‌ها از تلویزیون است. از سوی دیگر، شخصی‌شدن و سفارشی‌شدن از عوامل متمایزکننده خدمات تلویزیونی از خدمات اس.وی.ا.دی است. درواقع، این منطق اس.وی.ا.دی است که بر منطق پخش خطی تلویزیون سنتی غلبه می‌کند و آنرا بازتعریف می‌کند و عکس آن درست نیست. کردار مصرف نمایش ویدئویی پس از ورود اس.وی.ا.دی، اندکی تغییر کرده است اما در مورد تلویزیون با یک دگرگونی اساسی مواجه هستیم.

فیلمیو نخستین سامانه نمایش درخواستی ایران محسوب می‌شود که در سال ۲۰۱۴ آغاز به کار کرد. این خدمت در بهمن ۲۰۱۴ با نام آپارات فیلمیو به عنوان یکی از محصولات شرکت صباد ایده آغاز به کار کرد و سپس به فیلمیو تغییر نام داد. نهنگ آبی اولین سریالی است که با سرمایه‌گذاری این پلتفرم ساخته شد و پس از این، فیلمیو همانند شرکتهای جهانی از قبیل نتفلیکس به تولید محتوا روی آورد. از همان آغاز فعالیت فیلمیو، منازعه میان این پلتفرم و ساترا همواره وجود داشته است. در یکی از آخرین

موارد، پس از نامه رئیس ساتر در جولای ۲۰۲۲ و تهدید به فیلتر وی.ا.دی‌های متخلف (Astaneh, 2022)، فیلیمو در قالب یک بیانیه‌ای کوتاه از ساترا انتقاد کرد و نوشت، «از ایجاد هر ساختاری در سطح ملی و فرادستگاهی مانند ساترا، نیازمند قانون تاسیس یا قانون تشکیلات با وظایف و اختیارات روشن است. لطفاً در این خصوص شفاف‌سازی شود که کدام مرجع قانون‌گذاری یا تدوین مقررات در کشور به این مهم اهتمام ورزیده و سند مورد نظر برای اطلاع عموم رونمایی شود.» این پلتفرم همچنین تأکید کرد که همچنان اصطلاح «صوت و تصویر فراگیر» در هیچ یک از نهادهای کشور دارای تعریف دقیقی نیست و مشخص نیست که وی.ا.دی‌ها شامل این تعریف بشوند یا خیر (Parsapor, 2021).

بخش عمده منازعه ساترا به عنوان زیرمجموعه صداوسیما برسر منافع مادی است. زیرا گرچه عملاً عبارت صوت و تصویر فراگیر بر بخش محتوای صوتی و صنعت پادکست و کتاب صوتی نیز دلالت دارد اما با ملاحظه بازار نسبتاً کوچک آن، صداوسیما هیچگاه پلتفرم‌های فعال در این بخش را به چالش نکشیده است. رئیس جامعه صنفی تهیه‌کنندگان سینما عملکرد ساترا را به انحصارطلبی نسبت داده است و اعتقاد دارد از زمان که ساخت سریال در سامانه‌های ویدئوی درخواستی آغاز شد و میزان درآمدزایی آن مشخص شد، صداوسیما نسبت به از دست دادن تعداد بیشتر مخاطبان احساس خطر کرد، زیرا نبود مخاطب کسب درآمدهای ناشی از تبلیغات و آگهی را نیز به خطر می‌اندازد (cited in Asr Iran, 2021).

مفهوم «صوت و تصویر فراگیر» و منازعه نهادی

چالش قانون‌گذاری و تنظیم‌گری در ایران با طرح و تلاش برای تثبیت مفهوم صوت و تصویر فراگیر توسط صداوسیما برای ارائه تعریفی توسعه‌یافته از «صدا» و «سیما» (رادیو و تلویزیون) و تلقی هر نوع محتوای ویدئویی و صوتی و به‌ویژه تصویری به‌مثابه شکلی از تلویزیون از اواسط دهه ۲۰۱۰ شدت یافت و چالشهای قانون‌گذاری پیرامون همچنان لاینحل باقی مانده است. همانطور که اکبرزاده (2017) توضیح داده است، در این دوره، مشکل بازتعریف تلویزیون و تلاش برای تثبیت مفهوم صوت و تصویر فراگیر یک مناقشه اساسی بین صداوسیما، سازمان تنظیم مقررات، وزارت ارشاد و شرکتهایی همانند آپارات تبدیل شد. صداوسیما تلاش داشته است تا تعریف تلویزیون را گسترش دهد و آنرا به انواع دیگر ویدئو نیز تسری دهد و حتی مفهوم صوت و تصویر فراگیر را برای تفکیک و تمایز تلویزیون با انواع ویدئوهای رایج به کار گرفته شده است. اما بازیگران دیگر تلاش کرده‌اند تا هرچه بیشتر شمول این تعریف را محدود کنند تا اختیار عمل بیشتری داشته باشند و تحت نظارت صداوسیما نباشند. وی با استناد به نظر یکی از اعضای کمیسیون تنظیم مقررات که مورد صداوسیما نیست، فراگیر را با دو شاخص تعریف کرده است

که عبارتند از: در اختیار گذاشتن برنامه برای مخاطبان انبوه و فراگیری که ناشناس هستند و دریافت محتوا نیازمند احراز هویت دریافت‌کننده نیست و ویژگی دیگر رایگان و بی‌هزینه بودن است. این رویکرد ساده‌انگارانه بیانگر ناآگاهی از برآمدن «صنعت محتوا» است. به نظر می‌رسد متولیان صداوسیما بر اساس رصد فناوری‌های رسانه‌ای از سودآوری محتوای ویدئوی در بازار رسانه‌ها آگاهی داشته‌اند. برخلاف پخش گسترده در ایران همواره رایگان بوده است و مخاطبان-جز یک دوره کوتاه به شکل هزینه دریافتی از طریق قبض برق-هیچگاه در برابر تماشا به شکل مستقیم هزینه‌ای پرداخت نکرده‌اند و بودجه رسمی دولتی و نیز پخش آگاهی‌های تجاری اصلی‌ترین محل درآمدزایی سازمان صداوسیما بوده است. برخلاف پخش زمینی، استریمینگ یا پخش تلویزیونی دست‌کم اگر مشروط به دریافت حق اشتراک هم نباشد، مستلزم پرداخت هزینه ترافیک، هرچند به شکل نیم‌بها است. دست‌کم از منظر درآمدزایی صداوسیما تمایلی به واگذاری این عرصه ندارد.

از محدود اقدامات عملی شورای عالی فضای مجازی برای حل منازعه تعریف صوت و تصویر فراگیر، نامه درخواست کمیسیون فرهنگی از دبیر شورای عالی فضای مجازی برای تعریف این اصطلاح است که دبیر شورای عالی و رییس مرکز ملی فضای مجازی طی نامه شماره ۹۷/۱۰۱۰۳۲ مورخ ۹۷/۳/۹ مورخ ۱۳۹۷/۳/۹ تعریف ذیل را ارائه می‌نمایند:

«توزیع گسترده یا ایجاد قابلیت توزیع گسترده محتوای صوتی و تصویری در صورتی که هر چهار شرط

زیر را داشته باشد صوت و تصویر فراگیر خواهد بود:

۱- به صورت یک سوپه و برای مخاطب عام باشد؛

۲- الزامی به شناسایی کاربر مخاطب نباشد؛

۳- بیش از ۵۰۰۰ کاربر مخاطب همزمان داشته باشد؛

۴- محتوای توزیع شده، زنده بوده یا کنداکتور و جدول پخش زمانی داشته باشد» (Tabnak, 2020).

این تعریف از صوت و تصویر فراگیر آشکارا تعریفی «تلویزیون-مبنا» به معنای سنتی آن از صوت و تصویر فراگیر است؛ به‌ویژه اینکه بر ضرورت وجود چهار شرط تأکید می‌شود و بخش چهارم آن بر وجود جدول پخش تأکید می‌کند. این تعریف صرفاً شامل لایو استریم است و آی.پی.تی.وی را به زحمت دربرمی‌گیرد. در دانشنامه بریتانیکا، لایو استریمینگ به معنای انتشار زمان واقعی (زنده) اطلاعات از طریق اینترنت در قالب ویدئو تعریف شده است. لایو استریمینگ شکلی از پخش گسترده است و هدف آن دریافت این رسانه توسط عموم مردم است. تفاوت آن با تماشای ویدئو در اینترنت این است که فایل‌های ویدئویی نه از پیش نظمه‌دهی شده‌اند و نه اینکه پیش از انتشار برای مخاطبان ذخیره می‌شوند (Rogers, 2023).

از سوی دیگر، آی.پی.تی.وی به معنای انتشار محتوای صوتی و ویدئویی از طریق پروتکل اینترنتی به‌وسیله شبکه‌های رایانه‌ای است. اُ.تی.تی در اصل به معنای ویدئوهایی است که از طریق اینترنت به وسایل جداگانه منتشر می‌شوند. پلتفرم‌های اُ.تی.تی طیفی از محتواهای مختلف از جمله درخواستی، زنده یا برنامه اینترنت-مبنا را عرضه می‌کنند. آنها شباهتها و تفاوتها و مزیتها و معایبی دارند. از جمله از نظر انتشار توزیع محتوا و شبکه، اُ.تی.تی بر شبکه عمومی یا باز برای انتشار محتوا تکیه می‌کند که در نتیجه امنیت و کیفیت آن به کیفیت اتصال شبکه مورد استفاده بستگی دارد. آی.پی.تی.وی از شبکه‌های ون یا لن یا اکوسیستم شبکه‌ای استفاده می‌کند تا از انتشار یکپارچه محتوا مستقل از پهنای باند اینترنت اطمینان حاصل شود (Charlotte, 2023).

آی.پی.تی.وی کمی سن بیشتری از اُ.تی.تی دارد و اصلی‌ترین تفاوت این دو در نحوه انتقال محتواست. عموماً اُ.تی.تی داده‌ها را از طریق اینترنت معمولی انتقال می‌دهد ولی در آی.پی.تی.وی از یک شبکه اختصاصی و کنترل‌شده مانند ون^۱ استفاده می‌شود. دلیل این کار هم امکان پخش محتوا با کیفیت بالاتر است. اما نکته اینجاست که در سال‌های اخیر مرز بین آی.پی.تی.وی و اُ.تی.تی بیش از پیش باریک شده است و این دو را تقریباً می‌توان یکی دانست. در واقع می‌توان اُ.تی.تی را زیرمجموعه‌ای از آی.پی.تی.وی تعریف کرد که رفته رفته تفاوت بین آنها کمتر شده است. امروزه وقتی می‌گوییم آی.پی.تی.وی دسترسی ما به آن از طریق اینترنت معمولی است و دیگر اساساً تفاوت زیادی بین اُ.تی.تی و آی.پی.تی.وی وجود ندارد (Behnam, 2022).

به نظر می‌رسد گرچه آی.پی.تی.وی زودتر مورد توجه قرار گرفت و اقداماتی قانونی و حقوقی برای راه‌اندازی آن انجام شد اما درنهایت روش اُ.تی.تی و به طور خدمات محتوای ویدئویی کاربرساخته به عنوان یک روش استریم ویدئو و پخش زنده مورد توجه قرار گرفتند و تلویزیون، سامانه وابسته به صداوسیما، نیز مبتنی بر شیوه دوم عمل می‌کند. از آنجا که آی.پی.تی.وی نیازمند ابزار اضافی است، چندان در ایران مورد استقبال قرار نگرفت.

مهم‌ترین تغییری که آی.پی.تی.وی نسبت به تلویزیون معمولی ایجاد کرد این است که قابلیت انتخاب را به بیننده داد، به این معنی که با آی.پی.تی.وی لازم نیست که کاربر هر محتوایی را درست در لحظه‌ای که پخش می‌شود تماشا کند و بعداً به آن محتوا دسترسی نداشته باشد، بلکه این کاربر است که انتخاب می‌کند در لحظه چه محتوایی را تماشا کند. به صورت کلی برای استفاده از آی.پی.تی.وی روی تلویزیون دو راه وجود دارد: تلویزیون‌های جدید که به آنها تلویزیون‌های هوشمند هم گفته می‌شود از قبل امکان

اتصال به اینترنت و استریم محتوا از آن را دارند. در نتیجه می‌توان روی آن‌ها آی.پی.تی.وی تماشا کرد. روش دوم خرید یک ست‌آپ باکس است. فناوری آی.پی.تی ثابت نیست و تغییرات مختلفی در آن رخ می‌دهد. در نتیجه ترسیم مرز میان گونه‌های مختلف آن دشوار است. در یک تقسیم‌بندی جدید آی.پی.تی.وی شامل لایوتی.وی، ویدئوی درخواستی و تلویزیون با تغییر زمانی تلویزیون با تغییر زمانی^۱-که محتوا تا زمان محدود در دسترس قرار دارد-می‌شود.

زمینه تاریخی «صوت و تصویر فراگیر»

ریشه اصطلاح صوت و تصویر فراگیر به استفساریه از شورای نگهبان قانون اساسی درباره اصول ۴۴ و ۱۷۵ قانون اساسی که به نحوی به صداوسیما مرتبط هستند و در اواخر دهه ۱۹۹۰ برمی‌گردد. موضوع اساسی که در مناقشه‌های بعدی در دو دهه پس از این رویداد، مورد غفلت واقع می‌شود، علت درخواست استفساریه است.

در اواخر دهه ۱۹۹۰ و به دنبال پیدایش و سلطه گفتمان اصطلاحات که خواهان آزادی‌های اجتماعی بیشتر بودند و در تقابل با رویکردهای محتوای سازمان صداوسیما که در اختیار طیف محافظه‌کار بود، موضوع امکان راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی و ایستگاه‌های رادیویی خصوصی خارج از حیطه اختیارات سازمان صداوسیما مطرح شد. همانطور که در متن نامه علی لاریجانی رئیس وقت سازمان صداوسیما به شورای نگهبان در تاریخ ۲۰ آگوست ۲۰۰۰ آشکارا مشخص است، موضوع اصلی درخواستهای اجتماعی و نیز تلاش نخبگان فرهنگی و سیاسی برای بازنگری در قانون اساسی و یا تفسیر آن به نحوی است که بتوان مجوز فعالیت شبکه‌های غیردولتی را در ایران دریافت کرد. لاریجانی می‌نویسد، «با عنایت به اظهارنظر برخی از اشخاص حقیقی و حقوقی پیرامون خصوصی‌سازی شبکه‌هایی رادیویی و تلویزیونی و چگونگی اداره این رسانه و رسانه ارتباط جمعی و معطوفاً به اصول ۵، ۴۴، ۵۷، ۱۱۰ و ۱۷۵ قانون اساسی، خواهشمند است تفسیر آن شورای محترم را نسبت به موارد ذیل صریحاً اعلام فرمایند» (Fathi & Koochi Esfahani, 2018, p.78). در ادامه این نامه وی خواستار آن می‌شود تا شورای نگهبان نظر خود را درباره اصل ۴۴ قانون اساسی و در پاسخ به پرسش زیر مطرح کند: «آیا اجازه تأسیس و راه‌اندازی رادیو و تلویزیون و یا شبکه‌های خصوصی در داخل یا خارج از کشور و یا انتشار فراگیر (مانند ماهواره، فرستنده، فیبر نوری و ...) برای مردم در قالب امواج رادیویی و کابلی غیر از سازمان صداوسیما مجاز می‌باشد؟» (Fathi & Koochi Esfahani, 2018, p.78). بنابراین، از فحوای این درخواست استفساریه می‌توان

استنباط کرد که یک نخست، درخواست برای تأسیس رادیو و تلویزیون خصوصی به شکل سنتی پخش زمینی و دوم به شکل‌های نوین یعنی از طریق امواج ماهواره‌ای، فیبر نوری، تلویزیون کابلی و غیره در دستورکار افکار عمومی قرار داشته است. سوم، به نظر می‌رسد انتشار فراگیر نخستین بار در این سند به کار رفته است. منظور از آن نیز با توجه به زمینه نگارش نامه و نیز خود متن نامه، پخش شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی از طریق به جز شیوه انتشار متداول و متعارف آن دوران یعنی پخش زمینی بوده است. بنابراین، منظور از انتشار فراگیر، پخش رادیو و تلویزیون به شکل اشکال جایگزین پخش زمینی است. چهارم، همانطور که در پرسش فوق مشخص است، در اصل ۴۴ صراحتاً از رادیو و تلویزیون نام برده شده است و نه صداوسیما و یا رسانه‌های ارتباط جمعی. پس از پیروزی انقلاب اسلامی، رادیو و تلویزیون ملی ایران به دلایل مختلف به صداوسیما جمهوری اسلامی تبدیل شد. صداوسیما به ترتیب معادل رادیو و تلویزیون است. بنابراین، طرح اصطلاح «صوت و تصویر» که معنای موسعی نسبت به رادیو و تلویزیون دارد، تلاش آگاهانه و زیرکانه، برای توجه تصاحب انواع رسانه‌ها یا محتواهای ویدئویی و صوتی بوده است و بر همین اساس، عبارت «رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر» برساخته شده است و گرنه صداوسیما فراگیر و یا رادیو و تلویزیون فراگیر بهترین معادل بر اساس تفسیر قانون اساسی است.

پیدایش سازمان صوت و تصویر فراگیر و سازمان ساترا

نامه رهبر انقلاب اسلامی به رئیس جمهور وقت، مبنای تشکیل سازمان صوت و تصویر فراگیر بوده است. همانطور که کشوری (2022) می‌نویسد، سازمان صداوسیما پس از آنکه سازمان جدیدی برای خدمات صوت و تصویر فراگیر تصویب کرد، برای قانونی جلوه دادن فعالیت‌های آن به جای اقدام برای ارائه طرح از طرف نمایندگان و یا لایحه دولت و نیز مراجعه به شورای عالی فضای مجازی گرفتن مصوبه از این شورا، به دفتر رهبری متوسل شد. رهبر انقلاب در متنی کوتاه نوشت: «کارشناسان دفتر نکته مهمی را تذکر دادند که مورد تصدیق اینجانب است: ...مسئولیت صدور مجوز و تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و نظارت بر آن منحصراً برعهده سازمان صداوسیما است». البته در متن این نامه، اهمیت وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در تأمین زیرساخت مورد تأکید قرار گرفته است اما از سوی دیگر، رهبر انقلاب بر موضوع مهم خدمات و محتوا و نقش سازمانها و وزارتخانه‌های دیگر همانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، صداوسیما و دستگاه‌های فرهنگی دیگر و نهادهای مردمی و بخش خصوصی در این موضوع تأکید کرده‌اند.

ابراهیم رئیسی رئیس وقت قوه قضائیه در ۱۸ ژانویه سال ۲۰۲۰ در قالب یک بخشنامه، با استناد به نظر رهبری در سال ۲۰۱۵ در مورد مسئولیت صدور مجوز و تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، اعلام کرد هرگونه فعالیت در زمینه «صوت و تصویر فراگیر» صرفاً در صورت اخذ مجوز از صداوسیما مجاز است. تأکید رئیسی قوه قضائیه پس از چهار سال بر این موضوع نشان می‌دهد که پس از چهار سال ساترا همچنان فاقد وجه قانونی بوده است. هرچند دو روز بعد در ۲۰ ژانویه ۲۰۲۰ حسن روحانی، رئیس جمهور وقت، در پاسخ اعلام کرد، «این‌گونه امور مرتبط به شورای عالی فضای مجازی است». اکنون که در سال ۲۰۲۴ به سر می‌بریم، موضوع قانونی بودن فعالیت ساترا همچنان مورد تردید است و برخی نمایندگان مجلس جدید اعلام کرده‌اند تلاش می‌کنند قانون ساترا در مجلس تصویب کنند.

بر اساس آنچه در سایت ساترا آمده است: «در راستای اصل ۴۴ قانون اساسی و نظریه تفسیری شورای محترم نگهبان از این اصل، با دستور ریاست محترم سازمان صدا و سیما، سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی «ساترا» بر اساس ابلاغیه مورخ ۹۴/۰۶/۲۲ به ریاست محترم جمهور (به عنوان ریاست شورای عالی فضای مجازی) تشکیل شده است» (SATRA, 2024). مقاومت پلتفرم‌های بزرگ همانند فیلمیو و نیز نبود پشتوانه قانونی سبب شد تا ساترا اعتبار لازم را کسب نکند و پلتفرم‌هایی همانند فیلمیو نسبت به جایگاه قانونی آن-تاکنون-معتراض باشند.

امامیان (p.15, 2022) مسئول سابق در مورد نامگذاری ساترا می‌گوید:

عبارت ساترا را بنده به عنوان مخفف «سازمان تنظیم‌گر رسانه‌های ایران» شخصاً پیشنهاد دادم... خیلی مهم است که به این نقطه ورود دقت شود. سه عزیزمگاه حوزه تلویزیون، سینما، مطبوعات و فناوری اطلاعات در یک چهارراه به هم رسیدند. در نقطه تلاقی مفهوم جدیدی به نام رسانه‌های فراگیر مبتنی بر اینترنت متولد شد.

امامیان (2022)، از طرف دیگر، علت عدم تلاش برای نظارت‌گری بر رسانه اجتماعی تصویر اینستاگرام را دو دلیل فنی و سیاسی بیان می‌کند. اول اینکه این رسانه در ابتدا عکس-محور بوده و شامل ویدئوهای کوتاه بوده است و بعداً کاملاً ویدئو-محور شده است. دلیل دوم عدم تمایل به موضوعات مرتبط با پیامرسان‌ها که بیشتر سیاستی بوده است. بنابراین، دلالت ضمنی این سخن تمایل به ورود به حوزه‌هایی است که اساساً در حوزه مسئولیت نظارتی شورای عالی فضای مجازی و مرکز ملی فضای مجازی قرار می‌گیرد. علت آن دراصل تعریف فراگیر از عبارت برساخته تصویر فراگیر است که در ادبیات مطالعات رسانه معادلی ندارد.

صداوسیما در تلاش برای هویت‌بخشی و تثبیت قانونی جایگاه خود و برای رهایی از منازعه‌های حقوقی و گفتمانی تلاش کرده است تا به بازتعریف رسانه‌ها و محتوا بپردازد. نکته جالب توجه اینکه امامیان (2022) به عنوان دومین مدیر ساترا در تجربه‌نگاری خود، در تعیین مصادیق صوت و تصویر فراگیر می‌گوید: «ما با ارشاد بر سر سینما و محتواهای اصطلاحاً تیاتریکال با دامنه نمایش محدود در سالن‌ها یا روی دی‌وی.دی دعوا نداشتیم. ما می‌گفتیم بسترهای فراگیر باید تحت نظارت ما یعنی ساترا باشد. لذا سریال‌سازی هم که یک مفهوم همزاد تلویزیون و ذاتاً برای پخش فراگیر تولید می‌شود در دایره نظارتی ساترا قرار می‌گیرد» (p.16). بنابراین، درحالی‌که وزارت فرهنگ، نمایش خانگی (فیلم سینمایی و سریال خانگی) را در ادامه سینما و ویدئو تلقی می‌کند، صداوسیما می‌خواهد با توسعه اصطلاح فراگیر آنرا به خود تخصیص دهد. درحالی‌که تلویزیون یک رسانه ارتباط جمعی و یا پخش گسترده تلقی می‌شود، فراگیر به عنوان یک واژه و نه اصطلاح و مفهوم، دستاویزی برای درنوردیدن مرزهای رسانه‌ها است که پشتوانه مفهوم‌سازی و نظریه‌پردازی در طی چندین دهه دارند.

امامیان (2022) در جایی دیگر، ادعا می‌کند که صوت و تصویر فراگیر یک «تعریف واضح و جهانی» دارد. وی چند خصوصیت برای رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر ذکر می‌کند و معتقد است چیزی صوت و تصویر فراگیر است که اصطلاحاً بر بستر فراگیر اتفاق بیفتند:

صوت و تصویر زمانی فراگیر است که رسانه شود. وقتی به رسانه صوت و تصویر تبدیل شود فراگیر است. رسانه هم چند خصوصیت دارد: اول اینکه قابلیت دسترسی عمومی دارد. درحال حاضر... در ایران سرویسی به نام اسکای روم داریم اینها سرویسهای کنفرانس ویدئویی هستند اما رسانه نیستند. چون قابلیت دسترسی عمومی ندارند و تعداد محدودی به آن دسترسی دارند. ویژگی دوم رسانه‌های صوت و تصویر این است که اثرگذاری رسانه‌ای داشته باشد. اثرگذاری رسانه هم چند خصوصیت دارد. یکی از خصوصیات آن این است که تولید حرفه‌ای می‌کند و با یک صفحه شخصی فرق می‌کند. دوم اینکه اگر تولید آن حرفه‌ای نیست، شیوه پخش آن حرفه‌ای باشد، به این صورت که محتوا به صورت دائمی پخش شود. مانند اینکه یک صفحه هرروز ویدئویی از یک اتفاق خاص را منتشر می‌کند. سومین خصوصیت این است که رسانه تبدیل به یک کسب‌وکار شده باشد... تعداد کاربر می‌تواند یکی از نشانه‌های اثربخش بودن رسانه باشد. ولی صوت و تصویر فراگیر را در هیچ‌جای دنیا بر اساس تعداد کاربر تعریف نمی‌کنند (pp.80-81).

همانطور که عبارات فوق نشان می‌دهد، هر صوت و تصویری برای اینکه صوت و تصویر فراگیر تلقی

شود باید به یک رسانه تبدیل شود. رسانه هم دارای برخی ویژگی‌ها است: قابلیت دسترسی عمومی، اثرگذاری رسانه‌ای، تولید حرفه‌ای، بدون ملاحظه تعداد کاربران. همانطور که برون یسن (2008) توضیح می‌دهد، از حدود دهه ۱۹۶۰ میلادی رسانه‌ها در معنای کلی به معنای رسانه‌های ارتباط جمعی به کار می‌رود که پیام را از یک مرکز به توده یا گروهی از دریافت‌کنندگان پراکنده و ناشناس انتقال می‌دهند. از اواسط دهه بیستم، رسانه به معنای هر ماده فیزیکی (نوار، دیسک، کاغذ و غیره) که برای ضبط و بازتولید داده، تصاویر و یا صوت به کار می‌رود نیز رواج پیدا کرد. نمونه آن رسانه‌های دیجیتال هستند که گزینه‌های مختلفی برای برونداد و درونداد ارائه می‌کنند. متمایز شدن رسانه‌های دیجیتال از دهه ۱۹۹۰ سبب شد تا اصطلاح رسانه‌های جمعی جای خود را به رسانه بدهد. بنابراین، برخلاف نظر امامیان، هرچند رسانه ارتباط جمعی کمتر رواج دارد، اما پراکندگی و ناشناس بودن دریافت‌کنندگان پیام رسانه همچنان موضوعی محوری است. از طرف دیگر، امکان دارد یک محتوای صوتی و تصویری در قالب رسانه منتشر شود، امکان ممکن اثرگذار نباشد و اینکه اثرگذاری معیار مناسبی نیست. زیرا نیازمند اندازه‌گیری اثر است.

اقدامات بسیاری برای قانون‌مند کردن یا قانونی جلوه دادن فعالیت ساترا انجام شده است. در سپتامبر ۲۰۲۰ گروهی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی با ارائه طرحی به مجلس برای اصلاح اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مدعی بودند: «صدور هرگونه مجوز نظارت بر فرایند تولید و پخش کلیه برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی از جمله ساختارهای مستند، مسابقات، انیمیشن، سریال، برنامه‌های گفتگومحور و ترکیبی برعهده سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران می‌باشد» و در واقع این موارد را مصادیق صوت و تصویر فراگیر خوانده‌اند و اختیارات صداوسیما را در قانون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تعریف کرده و توسعه داده‌اند. موضوعی که با مخالفت صریح وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مواجه شد و به نتیجه نرسید. وزارت فرهنگ در نامه به مجلس شورای اسلامی اعتقاد داشته است مهمترین موضوع مورد اختلاف «بحث ارایه تعریف و تعیین مصادیق صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی است و قویاً معتقدیم که مجوزهای صادره از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصداق صوت و تصویر فراگیر نیست» (Tabnak, 2020).

همچنین می‌توان به گنجاندن نام ساترا در قانون بودجه ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ اشاره کرد که با ایراد حقوقی شورای نگهبان حذف شد. در متن پیشنهادی، نمایندگان جمله «مسئولیت صدور مجوز و تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر و نظارت بر آن، منحصر بر عهده سازمان صداوسیما است» را در قانون بودجه گنجانده بودند. شورای نگهبان، تداخل مسئولیت ساترا با «وظایف قانونی سایر دستگاه‌ها» را که

منظور وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است به عنوان ایراد ذکر کرده است (Hamshahri Online, 2022). از طرف دیگر، ایجاد شورای رقابت صوت و تصویر فراگیر توسط ساترا نیز با مرکز ملی رقابت مواجه شد و این نهاد اعلام کرد ساترا فاقد اختیارات قانونی برای در این زمینه است. در سال ۲۰۲۱ نیز رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس شورای اسلامی در نامه‌ای به رییس جمهور، سپردن تنظیم‌گیری به ساترا بدون قانون مصوب را مصداق بارز تعارض منافع دانست و از شورای عالی فضای مجازی خواست به قید فوریت وظایف و اختیارات و چارچوب فعالیت برای حوزه صوت و تصویر فراگیر و سازمان ساترا مشخص کند (Tavangar, 2021).

اقدام برای حل منازعه: نقش آفرینی مجدد شورای عالی انقلاب فرهنگی

آخرین اقدام برای حل و فصل منازعه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما بر سر تنظیم‌گری ویدئو و پلتفرم‌های ویدئویی نیز دچار ابهام مفهومی است. در بند یک، ماده واحده «تعیین الزامات ساماندهی حوزه صوت و تصویر فراگیر» مصوب ژوئن ۲۰۲۳ در شورای عالی انقلاب فرهنگی، «مسئولیت تنظیم‌گری، صدور مجوز و نظارت بر خبرگزاریها و رسانه‌ها، کتاب، تبلیغات، بازیه‌های رایانه‌ای و امثال آن که در چارچوب وظایف و مأموریت‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار دارد، در حیطه صوت و تصویر فراگیر به عهده این وزارتخانه است» (Supreme Council of Cultural Revolution, 2023). رسانه یک مفهوم فراگیر است و کتاب نیز ذیل آن قرار می‌گیرد، بنابراین، مشخص نیست منظور این مصوبه از «رسانه‌ها» چیست. جالب اینکه، ویدئو نیز از سه دهه پیش در چارچوب وظایف و مأموریت‌های وزارت ارشاد قرار داشته است. بند دوم این مصوبه نیز اعلام می‌دارد، «صدور مجوز و نظارت بر رسانه‌های فعال در عرصه صوت و تصویر فراگیر، شامل رسانه‌های «کاربرمحور» و «ناشرمحور» (وی.ا.دی) و نیز شبکه نمایش خانگی به‌ویژه تولید سریالها و برنامه‌های تلویزیونی و امثال آن، برعهده سازمان صداوسیما است» (Supreme Council of Cultural Revolution, 2023). رسانه‌های کاربرمحور شامل پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی (شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها) است. بنابراین، این مصوبه برخلاف سازوکار تنظیم‌گری پیش‌بینی شده در شورای عالی فضای مجازی، از جمله کمیسیون عالی ارتقاء تولید محتوای فضای مجازی، مسئولیت تنظیم‌گری ساترا را از رسانه‌هایی که پیشتر تحت نظارت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار داشته‌اند، به رسانه‌های اجتماعی نیز که نظارت و تنظیم‌گری آنها برعهده مرکز ملی فضای مجازی قرار داشته است، تسری داده است. بنابراین، هرچند دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی، اعتقاد دارد که شورای عالی فضای مجازی یکی از بازیگران اصلی حوزه صوت و تصویر فراگیر

است چراکه محتواها و سکوها از هم جدا نیستند و بنابراین لازم است وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و شورای عالی فضای مجازی در تدوین سیاست‌ها حضور داشته باشند (Khosropanah, 2023)، اما در این سند، نقش محوری شورای عالی فضای مجازی نادیده گرفته شده است.

نتیجه‌گیری

هدف این مقاله، تحلیل تاریخی منازعه بر سر سیاست‌گذاری، قانون‌گذاری و تنظیم‌گری بخش ویدئو در ایران بوده است. مناقشه‌ای که از اواسط دهه ۲۰۱۰ بین وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران شدت گرفت و با وجود تلاش‌های انجام شده که از جمله آخرین آن تصویب ماده واحده «تعیین الزامات ساماندهی حوزه صوت و تصویر فراگیر» توسط شورای عالی انقلاب فرهنگی بوده است، این مناقشه لاینحل مانده است. آشکارا هدف این مقاله، ریشه‌یابی عوامل مناقشه از منظر قانون‌گذاری رسانه‌های جمعی، شیوه مالکیت و مدیریت آنها، سیاست‌گذاری فرهنگی بخش تلویزیون و ویدئو، تحولات جدید فناورانه از منظر همگرایی رسانه‌ها، تحولات سیاسی و درخواست برای بازنگری در قوانین و نیز آشفتگی‌های مفهومی بر سر تعاریف است. بنابراین، هدف مقاله تعیین نهاد متولی نیست، بلکه دعوت به بازاندیشی در ریشه‌های مناقشه برای اصلاح روندهای آتی است. هرکدام از این مناقشه‌های در «برهه»‌های خاصی در شکلدهی به مسیر تحولات آتی نقش داشته‌اند.

در این مقاله پنج برهه از تحول ویدئو از ابزار سمعی-بصری تا پلتفرم‌های عرضه ویدئوی درخواستی از منظر گفتمانی شناسایی شدند. بر اساس ویژگی‌ها، عناصر، ارزشها و گفتمان حاکم بر هر دوره ما آنها را به شکل نام‌گذاری کرده‌ایم: برهه ایدئولوژیک؛ برهه واقع‌گرایانه؛ برهه آزادی‌خواهی؛ برهه فناورانه و برهه تنظیم‌گرانه شناسایی شدند. به نظر می‌رسد این نام‌گذاری‌ها تصویری از تحول سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری درباره رسانه ویدئو در ایران را ارائه نماید که تا حد زیادی مبتنی بر زمینه اجتماعی-سیاسی و تحولات آنها است.

کاربرد معنای برهه در این تحلیل به ما کمک کرد تا معناهای عمیق‌تر و ژرف‌تری از گفتمانهای متنازع را درک کنیم. یکی از این ژرف‌معناها فهم دگردیسی ارزشی است که طی چهار دهه گذشته روی داده است. اگر در ابتدای این روایت، نگاه آرمانی به اجتماع و انسان و هراس از انحطاط اخلاقی، اهریمن‌سازی از یک فناوری فرهنگی-رسانه‌ای و سیاستگذارانه غیرواقع‌گرایان و محدودساز را موجب شد، در حدود چهار دهه بعد منازعه بر سر تنظیم‌گری دراصل و بیش از هرچیز مبتنی بر فایده‌گرایی است. درواقع، تنزل از انتشار محتوای فاخر به فروش بیش از پیش ترافیک هم محصول این تحول است.

فلو (2022) در بحث از سیاست‌گذاری پلتفرم‌های دیجیتال و سیاست‌گذاری ارتباطات از برخی مسائل مهم مرتبط با تعریف سخن می‌گوید که باید روشن شود. هراری (2024) نیز اعتقاد دارد تعریف مفاهیم بنیادین سخت و دشوار است، زیرا مبنای هرچیزی است که پس از آن می‌آید. با وجود این، یک مناقشه اساسی برای مباحث تنظیم‌گری ویدئو در ایران بر سر تعریف مفهوم صوت و تصویر فراگیر است. به نظر می‌رسد این مناقشه پیش از هرچیز از ابداع نادرست آن و فقدان معادل آن در ادبیات رسانه نشأت می‌گیرد. همچنین، یک عامل دیگر این است که این ابداع نادرست که در اصل برای حل و فصل منازعه بر سر امکان‌پذیری تلویزیون با مالکیت خصوصی صورت گرفته، به شکلی فرصت‌طلبانه در یک زمینه موضوعی نامرتب به کار گرفته شده است؛ همگرایی رسانه‌ای و تداخل و تحول دائمی مرزهای تحولات فناورانه نیز یک عامل مهم در این منازعه مفهومی است.

برهه اول مربوط به دهه اول پس از پیروزی انقلاب اسلامی است. در اواخر دهه ۱۹۷۰ و در بحبوحه انقلاب و تحولات سیاسی، ویدئو به مثابه یک کالای ارتباطی پرهزینه و اشرافی مورد استفاده طبقه مرفه قرار گرفت. پیروزی انقلاب اسلامی سبب تبدیل رادیو و تلویزیون ملی ایران به سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با مالکیت دولتی و با هدف نشر تعالیم اسلامی و ایدئولوژی حکومت جدید شد. در تقابل با محدودیتهای حاکم بر محتوای صداوسیما، فرهنگ زیرزمینی گسترده مصرف‌ماهوره شکل گرفت اما به دلیل تعارض با ارزشهای دینی و فرهنگ انقلابی به سرعت توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ممنوع شد. زمان آغاز برهه دوم سال ۱۹۹۳ است که با آگاهی سیاستگذاران فرهنگی از بی‌نتیجه و ناکارآمدی سیاست ممنوعیت ویدئو، بار دیگر وزارت ارشاد پایان ممنوعیت ویدئو را اعلام کرد و شورای عالی انقلاب فرهنگی نیز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی را به عنوان متولی ساماندهی به صنعت ویدئو در ایران تعیین کرد. در این دوران، مرزهای مفهومی میان برنامه تلویزیونی و برنامه ویدئویی کاملاً مشخص بود و تا اواخر دهه ۲۰۰۰ نیز این مرز مفهومی خدشه‌دار نشد. برهه مهم سوم، اواخر دهه ۱۹۹۰ است. در حال‌وهوای دوران پسادوم خرداد و سلطه اصلاح‌طلبان و پایان محدودیتهای ناشی از دولت سازندگی و پدیدشدن صداهای آزادی‌خواهانه، درخواستها برای دریافت مجوز راه‌اندازی تلویزیون خصوصی در ایران شدت گرفت. درمقابل، سازمان صداوسیما، با دریافت استفساریه از شورای نگهبان قانون اساسی بار دیگری جایگاه انحصاری خود را تثبیت کرد. در این دوران اصطلاح صوت و تصویر فراگیر برای اشاره به تلویزیون در وضعیت به جز پخش سنتی زمینی پدیدار شد اما بعدها دستاویزی برای نام نهادن هر نوع محتوای صوت و تصویری شد که از طریق اینترنت و پلتفرم‌های خدمات ویدئویی درخواستی و حتی پلتفرم‌های مبتنی بر محتوای کاربرساخته به کار رفت. در طول این دو دهه، تنظیم‌گری

و نظارت بر محتوای ویدئویی بر عهده وزارت ارشاد است و انواع مقررات برای تنظیم شده و نهادهایی نیز برای آن شکل گرفته است. هرچند ابزار انتشار آن نیز از نوار به سی.دی و سپس دی.وی.دی تبدیل شده است. برهه چهارم، مربوط به اواخر دهه ۲۰۰۰ است که اصطلاحات و فناوریهای نوظهور در زمینه پخش تلویزیونی از جمله تلویزیون اینترنتی و یا آی.پی.تی.وی پدیدار شد و صداوسیما تلاش کرد این حوزه را به انحصار خود درآورد. امری که بنا به تعریف تلویزیون عقلانی به نظر می‌رسد. در نهایت نیز مجوز راه‌اندازی چند تلویزیون اینترنتی توسط صداوسیما (ساترا) صادر شد. برهه پنجم، در اوایل دهه ۲۰۱۰ و با راه‌اندازی سامانه‌های ویدئوی درخواستی شکل می‌گیرد. تعریف سامانه‌های ویدئوی درخواستی مبتنی بر آی.تی.تی به مثابه آی.پی.تی.وی با توسل به اصطلاح صوت و تصویر فراگیر که در اصل در زمینه خصوصی‌سازی تلویزیون وارد ادبیات حقوقی ایران شد، چالش سیاست‌گذاری فرهنگی درباره ویدئو را وارد مرحله جدیدی کرد. برهه ششم و برهه نهمی با تشکیل سازمان رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و تلاش برای نهادینه‌کردن جایگاه تنظیم‌گر زیرمجموعه صداوسیما به‌عنوان ناظر بر محتوای ویدئویی که در بستر اینترنت پخش می‌شود، آغاز می‌شود و در سال ۲۰۲۳ شورای عالی انقلاب فرهنگی که در سال ۱۹۹۳ تنظیم‌گری ویدئو را به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی واگذار کرده بود، به سازمان صداوسیما واگذار می‌کند. این واگذاری مبتنی بر تعاریف نادرست و نادیده گرفتن مصوبات پیشین شورای عالی فضای مجازی و کمیسیون تنظیم مقررات انجام می‌شود. همانطور که بحث شد، این اقدام اخیر از نظر مفهومی دچار ابهام است. زیرا، رسانه‌های ویدئویی که در دسته پلتفرم‌های دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند، به لحاظ منطبق رسانه‌ای نباید ذیل رسانه جمعی قرار گیرند. این موضوع که خود سازمان صداوسیما پلتفرم تلویزیون را اداره می‌کند و می‌تواند به عنوان رقیب سامانه‌های خدمات ویدئویی خصوصی عمل نماید، بحث تعارض منافع و موضوع رقابت را به پیش می‌کشد که موضوع دیگری است.

در مجموع، سیاست‌گذاری درباره ویدئو در ایران، به دنبال تحول فناورانه همگرایی رسانه‌ای و کم‌رنگ شدن مرزهای میان رسانه‌ها (تلویزیون و ویدئو)، سبب شد که مرز بین «برنامه تلویزیونی»، «نمایش ویدئویی» و «محتوای ویدئویی» کم‌رنگ شود. هرچند بحث‌های فوق نشان داد که خدمت ویدئو درخواستی اساساً در امتداد نمایش خانگی قابل فهم است و ظهور آی.پی.تی سبب شده است تا «برنامه تلویزیونی» به «محتوای ویدئویی» تبدیل شود. نمایش خانگی صرفاً در بستری جدید و با دو ویژگی اساسی یعنی اشتراک‌مبنا بودن و درخواستی بودن از نسل پیشین خود متمایز می‌شود. اما برنامه تلویزیونی با دگرگونی‌های اساسی مواجه شده است. فهم نادرست این تحول موجب شده تا تنظیم‌گری

ویدئو از نهاد اصلی متولی آن یعنی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بین این وزارتخانه، سازمان صداوسیما و نیز شورای عالی فضای مجازی و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تقسیم شود. عدم پذیرش مصوبه اخیر شورای عالی انقلاب فرهنگی بر این موضوع دلالت دارد که هر نوع تصمیم‌گیری مستلزم توجه به سنت سیاست‌گذاری و تعریف دقیق و تعیین حدود است تا آشفتگی در تعاریف به قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری منجر نشود.

References

- Afkhami, H., & Hesampour, M. (2020). Challenges of IRIB in the face of digital technological developments. *Quarterly Scientific Journal of Audio-Visual Media*, 14(33), 115–156. <https://doi.org/10.22085/javm.2020.215657.1478> [In Persian]
- Akbarzadeh Jahromi, S. J. (2009). Interactive television and barriers to its establishment in Iran. *Communication Research*, 16(59), 37–63. <https://doi.org/10.22082/cr.2009.23852> [In Persian]
- Akbarzadeh Jahromi, S. J. (2017). Post-television in Iran: Evaluation of IRIB's pre-media convergence actions. *New Media Studies*, 3(10), 43–88. <https://doi.org/10.22054/cs.2017.21226.204> [In Persian]
- Arbabi, M. (2018). Booklet of cinema laws and regulations (Collection of national cinema laws and regulations). Deputy of Technology Development and Cinema Studies. <https://www.farhang.gov.ir/fa/servicedesk/cinema/c5> [In Persian]
- Asr Iran. (2022, March 14). What is the legal basis for establishing SATRA / The allocation of budgets from IRIB to SATRA. <https://www.asriran.com/fa/news/831066> [In Persian]
- Astaneh, M. (2022, July 16). SATRA's threatening letter about VODs: Opposing platforms will be filtered. *Digiato*. <https://digiato.com/article/2022/07/16/satra-attention-to-vods> [In Persian]
- Atwood, B. R. (2021). *Underground: The secret life of videocassettes in Iran*. MIT Press.
- Behnam, S. (2022). IPTV chist va chegoone kar mikonad? <https://netbox.info/magazine/technology/what-is-iptv/>. [In Persian]
- Bonyadi Naeini, A., Khani, R., & Roudi, K. (2010). A history and organizational–structural evolution of the Ministry of Culture and Islamic Guidance over the last one hundred years (Vol. 1). Institute for Culture, Art, and Communication Research. [In Persian]
- Behnam, S. (2022). IPTV chist va chegoone kar mikonad? <https://netbox.info/magazine/technology/what-is-iptv/>. [In Persian]
- Charlotte, J. (2023). OTT vs IPTV — What are the differences you need to know. *Medium*. <https://medium.com/@WebnexsVOD/ott-vs-iptv-what-are-the-differences-you-need-to-know>
- Emamian, S. M. S. (2022). *Tanzimaneh: Notes on media regulation*. Tehran: S. M. S. Emamian. [In Persian]
- Fathi, M., & Koohi Esfahani, K. (2018). *The Constitution of the Islamic Republic of Iran: With interpretive opinions of the Guardian Council (1980–2017)*. Institute of the Guardian Council Research. [In Persian]
- Flew, T. (2021). *Regulating platforms*. Polity.
- Ghasemi Naraq, H. (2017, January 25). Five companies obtained IPTV licenses from IRIB. *Zoomit*. <https://www.zoomit.ir/internet-network/151549-5-iranian-iptv-license-irib/>. [In Persian]
- Hamshahri Online. (2022, March 26). Opposition of the Guardian Council and removal of SATRA's name from the budget. <https://www.hamshahrionline.ir/news/666276>. [In Persian]
- Harari, Y. N. (2024). *Nexus: A brief history of information networks from the Stone Age to AI*. Random House.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York & London: NYU Press.
- Jensen, K. B. (2008). Media. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication*. Blackwell.

- Keshvari, M. (2022). A reflection on the regulation of widespread audio-visual media and SATRA controversies. Virgool. <https://virgool.io/@mohkeshvari>. [In Persian]
- Khosropanah, A. H. (2023). Weak governance in the field of pervasive audio and visual media must be addressed. Dolat.ir. <https://dolat.ir/detail/444616> [In Persian]
- Lotz, A. D. (2022). Netflix and streaming video: The business of subscriber-funded video on demand. Polity.
- Markaz-e Pazhuheshhaye Majles. (1993). Observing proper use of various audio-visual devices, equipment, and products, as well as visual programs, in video format. Markaz-e Pazhuheshhaye Majles. <https://rc.majlis.ir/en/law/show/100247>
- Ministry of Culture and Islamic Guidance. (2017). Regulations for issuing licenses and supervising VOD services. Tehran. [In Persian]
- Nasrollahi, M. S. (2022). Analytical history of television ownership in Iran, with emphasis on documents. Scientific Journal of Media, 33(1), 43–68. <https://doi.org/10.22034/bmsp.2022.145441>. [In Persian]
- Parsapor, A. (2021). SATRA: There is no final decision to suspend Filimo and Namava; Filimo: Publish the legal document establishing SATRA. Digitalato. 26 Tir 1401. <https://digiato.com/article/2022/07/17/there-is-no-plan-for-closing-filimo-namava-yet-satra-ceo-says>. [In Persian]
- Ritzenhoff, K. (2008). Video. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication* (pp.5146–5150). Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecv006>
- Rogers, K. (2023, December 15). Livestreaming. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/technology/livestreaming>
- SATRA. (2024). About us. <https://satra.ir/2020/2720/>
- Shahabi, M. (2008). The Iranian moral panic over video. In M. Semati (Ed.), *Media, culture and society in Iran*. Routledge.
- Shenasname-ye Qanoon. (2024). Resolutions of the Supreme Council of the Cultural Revolution.... <https://shenasname.ir/mosavabat/53688>. [In Persian]
- Simon, G. I. (2023). 'They are now pocket videos, not home videos': Streaming and reconfiguration of video consumption in Nigeria. *International Journal of Cultural Studies*, 27(12). <https://doi.org/10.1177/13678779231197697>
- Tabnak. (2020, September 8). Explicit opposition to IRIB's supervisory plan over home video platforms. <https://www.tabnak.ir/fa/news/1001440>. [In Persian]
- Tasnīm News Agency. (2016). Names of those who received VOD licenses: The end of the video club era. <https://www.tasnimnews.com/fa/news/1394/12/02/1007525>. [In Persian]
- Tavangar, M. (2022, March 16). Letter from the head of the Parliament's Digital Economy Committee.... Khabar Online. <https://www.khabaronline.ir/news/1613072>. [In Persian]
- Ziyayiparvar, H. (2009). IPTV, internet TV and technologies of publishing films in Iranian cyberspace. *Communication Research*, 16(59), 115–140. <https://doi.org/10.22082/cr.2009.23856>. [In Persian]