

**عاطفه فرهنگ** **کیانا تصدیق‌مقدم** بازیگر و بازیگر فیلم و تئاتر است. در روز یکشنبه ۱۳ دی‌ماه‌به‌تأمین ماه در تالار کنتر شرعی دانشگاه دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، نشست با موضوع علم روزهای شبکه‌نمایش خانگی برگزار شد. این نشست با حضور استاد شمس‌الرضا غریب‌زاد، مدیر گروه فرهنگ، با عنوان «آیندهٔ VOD در ایران» با حضور مهدی منتظر قائم، عضو هیات علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران و سیدجمال‌الدین اسدوحی، مدیر گروه، عضو هیات علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی برگزار شد و بحث دوم این نشست با عنوان «آسیب‌شناسی شبکه‌نمایش خانگی» برگزار شد.

## پنل یک: «آیندهٔ VOD در ایران»

**مهدی منتظر قائم**، **عضو هیات علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران:**

**آمادگی برای رقابت‌پذیری در رسانه، شدت بحران‌ها را کاهش می‌دهد**



عضو هیات علمی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، به‌عنوان سخنران اول نشست «آیندهٔ VOD در ایران» گفت: ما در ایران سیستم‌هایی را داریم که در گذشته شروع کرد؛ «برای این بخش سؤالی طرحی شده که سعی می‌کنم صحبت‌ها را در چهارچوب این موضوع بسازم.» سوال این است که چقدر به تولید و عرضه می‌شود. محتوا چه تأثیری بر تلویزیون و برنامه‌سازی تلویزیونی داشته که واضح است این سوال مشخصاً در مورد ایران است، منتظر قائم حرف‌هایش را این گونه ادامه داد: «برای پاسخ به سوال لازم است ابتدا جلوی این اشتباه‌ها را بگیریم. ما دربارهٔ تلویزیون و VOD حرف می‌زنیم. ما دربارهٔ انواع رقابت‌پذیری تلویزیون حرف می‌زنیم. بنابراین این نیست که ما یک تلویزیون داریم یا یک VOD داریم که سامانهٔ پخشندوی در خراسان است. این نکته خیلی واژگانی و ساده‌ای است ولی فهم کردن آن در رویکردی که من می‌خواهم سببی کنیم مهم است.»

این استاد دانشگاه در تکمیل صحبت‌هایش گفت: «ما اصلاح‌دار و در رسانه‌ها حتی دلسراود و صنعت حرف نمی‌زنیم. ما دربارهٔ یک نمونه علمی صحبت می‌کنیم که قبلاً به‌تاریخ تألیف سابقه داشته ولی الفاظ در ما ایرانی‌ها و بسیاری از کشورهای همسایه رایج است.» منتظر قائم گفت: «این سخن‌ها در مورد ما ایرانی‌ها درست است. ما در مسیریهای حرکت کنیم.»

او ادامه داد: «برای همین لازم است که یکی دو نکتهٔ مقدماتی عرض کنم. نظیر تکنولوژی‌ها در کنار نظام سیاسی سازمانی و... عرصهٔ رسانه‌های جمعی را به‌ویژه در طول ۱۲۰ اخیر (از قرن بیستم به بعد) دچار درگونی کرد. اتفاق تاریخی نوظهوری در عالم‌فکر شده و همیشه این اتفاق افتاده بود؛ یعنی نظافت ادنیای مبدل ظهور اینترنت و ظهور شبکه‌های جدید یا تکنولوژی‌های جدید یا ظهور روش‌های جدید پخش درگرونی می‌شود. موهبی که میدان رسانه‌ای را فضای رسانه‌ای تغییر کند، به‌انداز آن کارگردانی‌های مرسوم و قدیمی‌های درگونی می‌شود. ما در رسانه‌ها هم می‌خور و با اثرات جزئی و کلی و نحوهٔ تعامل کارکنان مختلف صنعت درگونی می‌شود؛ در همین وضعیت چینی‌ش نظام سیاسی، هم چاه‌ها می‌شود.»

منتظر قائم در تکمیل صحبت‌هایش با اشاره به چشش رسانه‌ها در عصر جدید گفت: «در عصر حاضر که عصر دیجیتال است، انواع و اقسام تکنولوژی‌های صوتی و تصویری ظهور کردند، مثل تلویزیون اینترنتی، موبایل، دیجیتال و انواع دیگر VOD که همگی از اینپاست. نکتهٔ جدید که بین دانشندان دربارهٔ خیلی‌ای این اتفاق افتاده بود، یعنی مرز روشی بین دیجیتال‌ای و اینترنتی و موبایلی قابل تشخیص نبود؛ در سنتی عرضهٔ رسانه‌ها عرضهٔ باغیر است. بنابراین اینجا یک‌تکرار مفهوم دوم می‌تواند حاکم از این باشد موهبی که در او ادنیات می‌شود اما باید دقت کنیم در بحث صنعت از در حوزهٔ فعالیت‌های تلویزیون، امروز ما یکی از مزایای کارگردار، از زاویهٔ هستی‌های بزرگ اجتماعی، از زاویهٔ تعامل غیر رسانه‌ها با اجتماع، سیاست، فرهنگ و... نگاه می‌کنیم قیدی تفاوت صنعتی نباید دو مفهوم اشتقاق ایجاد کند و فکر کنیم که اینجا باید پنج نوع تلویزیون سرگرا داریم. افرادی که در صنعت هستند می‌توانند اذیت‌اندکن این چیزی جدید و تولید رسانه‌هایی باشند و در این تاریخ است و... دنبال ادنیات نوظهوری باشند و از سفر خواهند

قانون گذاری کنند یا خیلی مسائل دیگر! اما باید از زاویهٔ علوم ارتباطی نگاه کنیم و بگوییم آیا این نوع تفاوت در بستر انتقال رسانه جدیدی را تولید می‌کند یا این‌ها رسانه‌ها خود می‌تواند ویژگی‌های فیلم را دارد و قیدی تفاوت ایجاد و فقط برخی ویژگی‌ها تغییر کرده است. پس ما در دانشگاه باید دنبال تکنولوژی بازار باشیم. آنها کار خود را می‌کنند و ما باید مزایای ادنیات خود را داشته باشیم و تکنولوژی خود را باید ایجاد کرد.»

این استاد دانشگاه در ادامهٔ گفت: «نکتهٔ مقدماتی دیگر مربوط به همان تطورات ارتباطی است که عرض کردم. حوزهٔ تلویزیون از این زمان آریح و بعد از روزان آن در دهه ۶۰- ۵۰ میلادی عرضهٔ متریضی تجربی‌هایی جامعه هم افزایش می‌یافت. این تغییراتی که قبل از عصر دیجیتال اتفاق افتاده بود که تا عصر رسانه داشته است، اولا همهٔ کشورهای جهان به‌علاقی این اتفاق افتاده که از آنجا همسایهٔ صنعت تکثر کرده است. تعداد تلویزیون‌ها، شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنتی و تئاتر گسترده شده

است. این اتفاق است که همهٔ دنیا افتاده است. تغییر دیگری که مهم است اینست: ظهور شبکه‌های محتوای دیجیتال و صنعت عمومی و رسانه‌های دیجیتال که قبل از عصر دیجیتال صنعت خصوصی کردیم. این تغییراتی است که به‌عنوان پیشینهٔ قبل از عصر دیجیتال می‌توانیم بگویم که در جلسهٔ بعدی، این تغییراتی می‌تواند با این موضوع

هم‌زمان شده است. موهبی که میدان رسانه‌ای را فضای رسانه‌ای تغییر کند، به‌انداز آن کارگردانی‌های مرسوم و قدیمی‌های درگونی می‌شود. ما در رسانه‌ها هم می‌خور و با اثرات جزئی و کلی و نحوهٔ تعامل کارکنان مختلف صنعت درگونی می‌شود؛ در همین وضعیت چینی‌ش نظام سیاسی، هم چاه‌ها می‌شود.» منتظر قائم در تکمیل صحبت‌هایش با اشاره به چشش رسانه‌ها در عصر جدید گفت: «در عصر حاضر که عصر دیجیتال است، انواع و اقسام تکنولوژی‌های صوتی و تصویری ظهور کردند، مثل تلویزیون اینترنتی، موبایل، دیجیتال و انواع دیگر VOD که همگی از اینپاست. نکتهٔ جدید که بین دانشندان دربارهٔ خیلی‌ای این اتفاق افتاده بود، یعنی مرز روشی بین دیجیتال‌ای و اینترنتی و موبایلی قابل تشخیص نبود؛ در سنتی عرضهٔ رسانه‌ها عرضهٔ باغیر است. بنابراین اینجا یک‌تکرار مفهوم دوم می‌تواند حاکم از این باشد موهبی که در او ادنیات می‌شود اما باید دقت کنیم در بحث صنعت از در حوزهٔ فعالیت‌های تلویزیون، امروز ما یکی از مزایای کارگردار، از زاویهٔ هستی‌های بزرگ اجتماعی، از زاویهٔ تعامل غیر رسانه‌ها با اجتماع، سیاست، فرهنگ و... نگاه می‌کنیم قیدی تفاوت صنعتی نباید دو مفهوم اشتقاق ایجاد کند و فکر کنیم که اینجا باید پنج نوع تلویزیون سرگرا داریم. افرادی که در صنعت هستند می‌توانند اذیت‌اندکن این چیزی جدید و تولید رسانه‌هایی باشند و در این تاریخ است و... دنبال ادنیات نوظهوری باشند و از سفر خواهند

## فرهنگ

متن کامل یک نشست علمی دربارهٔ VODها با حضور ۲ استاد دانشگاه، ۲ مدیر شبکهٔ نمایش خانگی و ۲ مدیر ساترا

# VAR شبکه‌نمایش خانگی کجاست

تنظیم‌گری VOD، و با حضور علی سرتیپی مدیرعامل موسسه فیلم‌تراخت، آیدآ مصباحی تهیه‌کننده و مدیر تولید پلنفرم نسوا، حامد معینی مشاوران مقررات و امور حقوقی، عضو هیات علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی برگزار شد و بحث دوم این نشست با عنوان «آسیب‌شناسی شبکه‌نمایش خانگی» برگزار شد.

تجه‌های تاریخی، سیاسی، سازمان‌حرفه‌ای و تخصصی‌را در این حرکت تاریخی در حوزهٔ تلویزیون دانشتیم با خبر آید اما موج‌های قبلی را به‌درستی سبوی کرده‌ایم که الان باید یک موج خیلی بزرگ‌تر رو به‌روز داریم؟ حرف من است چالش‌هایی که در ایران محتوایی است، موهبی، چالش‌های طبیعی‌تری جلوه می‌نمود اگر امواج قبلی را به‌صورت طبیعی سبوی کرده بودیم. برخی موهبی‌های پدید می‌آیند که اگر بحث از بحران می‌کنند این بحران‌ها فقط تلوزوی‌های نوظهور نیست، نتیجهٔ بستر اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، تخصصی و سازمانی جامعه‌است که عدم‌آمادگی‌ها باعث تغییرات خیلی طبیعی تکنولوژی تبدیل به‌بحران شوند.»

به‌صورت‌تاریخ‌نگارانه علامه طباطبائی ادامه داد: «نکتهٔ کمکی بیان کنم که از دو نکتهٔ قبلی مهم‌تر است!» کار تلویزیون رسانه‌محوتی و تصویری حساب کنیم؛ در گذشته یعنی قبل از ظهور عصر دیجیتال، تکنولوژی‌های صوتی و تصویری با محتوای صوتی و تصویری در یک‌سانیم یا بسترهای هم‌انداز. ضمن اینکه ارزش‌های جمعی یعنی غیرمستقیم آشناسی‌شد. بنابراین مردم با تنوع فرهنگی و دیدگاه فیلیم‌بردی، پدیدایش پلنفرم‌های جدید توزیع محتوا چه تأثیری بر تلویزیون و برنامه‌سازی تلویزیونی داشته که واضح است این سوال مشخصاً در مورد ایران است، منتظر قائم حرف‌هایش را این گونه ادامه داد: «برای پاسخ به سوال لازم است ابتدا جلوی این اشتباه‌ها را بگیریم. ما دربارهٔ تلویزیون و VOD حرف می‌زنیم. ما دربارهٔ انواع رقابت‌پذیری تلویزیون حرف می‌زنیم. بنابراین این نیست که ما یک تلویزیون داریم یا یک VOD داریم که سامانهٔ پخشندوی در خراسان است. این نکته خیلی واژگانی و ساده‌ای است ولی فهم کردن آن در رویکردی که من می‌خواهم سببی کنیم مهم است.»

این استاد دانشگاه در تکمیل صحبت‌هایش گفت: «ما اصلاح‌دار و در رسانه‌ها حتی دلسراود و صنعت حرف نمی‌زنیم. ما دربارهٔ یک نمونه علمی صحبت می‌کنیم که قبلاً به‌تاریخ تألیف سابقه داشته ولی الفاظ در ما ایرانی‌ها و بسیاری از کشورهای همسایه رایج است.» منتظر قائم گفت: «این سخن‌ها در مورد ما ایرانی‌ها درست است. ما در مسیریهای حرکت کنیم.»

او ادامه داد: «برای همین لازم است که یکی دو نکتهٔ مقدماتی عرض کنم. نظیر تکنولوژی‌ها در کنار نظام سیاسی سازمانی و... عرصهٔ رسانه‌های جمعی را به‌ویژه در طول ۱۲۰ اخیر (از قرن بیستم به بعد) دچار درگونی کرد. اتفاق تاریخی نوظهوری در عالم‌فکر شده و همیشه این اتفاق افتاده بود؛ یعنی نظافت ادنیای مبدل ظهور اینترنت و ظهور شبکه‌های جدید یا تکنولوژی‌های جدید یا ظهور روش‌های جدید پخش درگرونی می‌شود. موهبی که میدان رسانه‌ای را فضای رسانه‌ای تغییر کند، به‌انداز آن کارگردانی‌های مرسوم و قدیمی‌های درگونی می‌شود. ما در رسانه‌ها هم می‌خور و با اثرات جزئی و کلی و نحوهٔ تعامل کارکنان مختلف صنعت درگونی می‌شود؛ در همین وضعیت چینی‌ش نظام سیاسی، هم چاه‌ها می‌شود.»

منتظر قائم در تکمیل صحبت‌هایش با اشاره به چشش رسانه‌ها در عصر جدید گفت: «در عصر حاضر که عصر دیجیتال است، انواع و اقسام تکنولوژی‌های صوتی و تصویری ظهور کردند، مثل تلویزیون اینترنتی، موبایل، دیجیتال و انواع دیگر VOD که همگی از اینپاست. نکتهٔ جدید که بین دانشندان دربارهٔ خیلی‌ای این اتفاق افتاده بود، یعنی مرز روشی بین دیجیتال‌ای و اینترنتی و موبایلی قابل تشخیص نبود؛ در سنتی عرضهٔ رسانه‌ها عرضهٔ باغیر است. بنابراین اینجا یک‌تکرار مفهوم دوم می‌تواند حاکم از این باشد موهبی که در او ادنیات می‌شود اما باید دقت کنیم در بحث صنعت از در حوزهٔ فعالیت‌های تلویزیون، امروز ما یکی از مزایای کارگردار، از زاویهٔ هستی‌های بزرگ اجتماعی، از زاویهٔ تعامل غیر رسانه‌ها با اجتماع، سیاست، فرهنگ و... نگاه می‌کنیم قیدی تفاوت صنعتی نباید دو مفهوم اشتقاق ایجاد کند و فکر کنیم که اینجا باید پنج نوع تلویزیون سرگرا داریم. افرادی که در صنعت هستند می‌توانند اذیت‌اندکن این چیزی جدید و تولید رسانه‌هایی باشند و در این تاریخ است و... دنبال ادنیات نوظهوری باشند و از سفر خواهند

قانون گذاری کنند یا خیلی مسائل دیگر! اما باید از زاویهٔ علوم ارتباطی نگاه کنیم و بگوییم آیا این نوع تفاوت در بستر انتقال رسانه جدیدی را تولید می‌کند یا این‌ها رسانه‌ها خود می‌تواند ویژگی‌های فیلم را دارد و قیدی تفاوت ایجاد و فقط برخی ویژگی‌ها تغییر کرده است. پس ما در دانشگاه باید دنبال تکنولوژی بازار باشیم. آنها کار خود را می‌کنند و ما باید مزایای ادنیات خود را داشته باشیم و تکنولوژی خود را باید ایجاد کرد.»

این استاد دانشگاه در ادامهٔ گفت: «نکتهٔ مقدماتی دیگر مربوط به همان تطورات ارتباطی است که عرض کردم. حوزهٔ تلویزیون از این زمان آریح و بعد از روزان آن در دهه ۶۰- ۵۰ میلادی عرضهٔ متریضی تجربی‌هایی جامعه هم افزایش می‌یافت. این تغییراتی که قبل از عصر دیجیتال اتفاق افتاده بود که تا عصر رسانه داشته است، اولا همهٔ کشورهای جهان به‌علاقی این اتفاق افتاده که از آنجا همسایهٔ صنعت تکثر کرده است. تعداد تلویزیون‌ها، شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنتی و تئاتر گسترده شده

است. این اتفاق است که همهٔ دنیا افتاده است. تغییر دیگری که مهم است اینست: ظهور شبکه‌های محتوای دیجیتال و صنعت عمومی و رسانه‌های دیجیتال که قبل از عصر دیجیتال صنعت خصوصی کردیم. این تغییراتی است که به‌عنوان پیشینهٔ قبل از عصر دیجیتال می‌توانیم بگویم که در جلسهٔ بعدی، این تغییراتی می‌تواند با این موضوع

شنبه ۶ خرداد ۱۳۰۲ شماره ۳۸۷۲

## ۱۲

شنبه ۶ خرداد ۱۳۰۲ شماره ۳۸۷۲

## ۱۳

ادامه در صفحه ۱۲



در حوزهٔ تکنولوژی و دیگری در حوزهٔ تجدید ساختار سرمایه‌داری است. دو عامل هم کنار می‌روند و ما از خیلی جلوتر سرسیر شروع کنیم. فرض کنید این کار لازم و ملزوم تنظیم درونی و بیرونی است. آیا هنرپیشه‌ای که الان در شبکهٔ نمایش خانگی سرمایه‌سازی می‌کند، حق دارد در سریال تلویزیونی بازی کند یا خیر؟ اینها سوالاتی است که منافع ملی و فرهنگی باید پاسخ دهند. نمی‌توانیم صرفاً به‌منافع تلویزیون‌یکه کنیه‌ویژهٔ مملوری تفکیک‌جوی اجتماعی رسانه‌ما ارجحان بدهیم. دولت به معنای استیت (state) حاکم‌تری است، یعنی اگر در کشورهای دیگر، دخالت‌دولت در حوزهٔ فرهنگ یک مشکل و حدودی دارد، ایران را می‌توان حوز کشورها داشت، در این کشورها باید بودجهٔ فرهنگی را تعیین کرد. در سینمای ایران بیشتر مهندسی فرهنگ داریم، سند مهندسی فرهنگی داریم که شورای عالی انقلاب فرهنگی تصویب کرده‌است. حال اتفاقی که می‌افتد این است که قبضایی رو به‌رو هستیم که منتقدش با منطق سلسله‌مراتبی در تضاد است. رسانه‌های جمعی که در منطق یا منطق سلسلهٔ مراتبی و خطی‌ها هانگ است، وقتی وارد حوزهٔ شبکه‌ها و کار جدید می‌شود، با چالش جدی مواجه می‌شود و می‌تواند در این حوزه مهندسی فرهنگی هم با چالش جدی روبرو می‌شود. اینجا است که داستان شروع می‌شود، ما کنترل ما هواره‌ها را داریم، ما کنترل اینترنت را داریم و ترافی ما را داریم. اینها سوالاتی است که باید چالش‌های اصلی ما سرپا باشند. اما VODها اگر در برنامه‌سازی جدی شوند آن موقع چالش‌شان با رسانه رسمی خیلی شدیدتر و بحرانی‌تر خواهد بود.»

در بحث پهلای صحبت‌هایش گفت: «این نکتهٔ پهلای را بگیریم و تمام به‌نسبتی که آمادگی داشته‌باشیم و رقابت‌پذیری‌های مادر عرضه‌رسانهٔ آمادگی سیاسی‌مان ملزوم تنظیم درونی و بیرونی است. آیا هنرپیشه‌ای که الان در شبکهٔ نمایش خانگی سرمایه‌سازی می‌کند، حق دارد در سریال تلویزیونی بازی کند یا خیر؟ اینها سوالاتی است که منافع ملی و فرهنگی باید پاسخ دهند. نمی‌توانیم صرفاً به‌منافع تلویزیون‌یکه کنیه‌ویژهٔ مملوری تفکیک‌جوی اجتماعی رسانه‌ما ارجحان بدهیم. دولت به معنای استیت (state) حاکم‌تری است، یعنی اگر در کشورهای دیگر، دخالت‌دولت در حوزهٔ فرهنگ یک مشکل و حدودی دارد، ایران را می‌توان حوز کشورها داشت، در این کشورها باید بودجهٔ فرهنگی را تعیین کرد. در سینمای ایران بیشتر مهندسی فرهنگ داریم، سند مهندسی فرهنگی داریم که شورای عالی انقلاب فرهنگی تصویب کرده‌است. حال اتفاقی که می‌افتد این است که قبضایی رو به‌رو هستیم که منتقدش با منطق سلسلهٔ مراتبی و خطی‌ها هانگ است، وقتی وارد حوزهٔ شبکه‌ها و کار جدید می‌شود، با چالش جدی مواجه می‌شود و می‌تواند در این حوزه مهندسی فرهنگی هم با چالش جدی روبرو می‌شود. اینجا است که داستان شروع می‌شود، ما کنترل ما هواره‌ها را داریم، ما کنترل اینترنت را داریم و ترافی ما را داریم. اینها سوالاتی است که باید چالش‌های اصلی ما سرپا باشند. اما VODها اگر در برنامه‌سازی جدی شوند آن موقع چالش‌شان با رسانه رسمی خیلی شدیدتر و بحرانی‌تر خواهد بود.»

### سیدجمال‌الدین آریز دربارهٔ چهره‌ی، عضو هیات علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی:

**برآیند نیروهای سیاسی، آیندهٔ قوانین و مالکیت را در مشخص می‌کند**

سیدجمال‌الدین آریز دربارهٔ چهره‌ی، عضو هیات علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، با حضور مهدی منتظر قائم، عضو هیات علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه تهران و سیدجمال‌الدین اسدوحی، مدیر گروه، عضو هیات علمی دانشکده ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی برگزار شد و بحث دوم این نشست با عنوان «آسیب‌شناسی شبکه‌نمایش خانگی» برگزار شد.

منتظر قائم در تکمیل صحبت‌هایش با اشاره به چشش رسانه‌ها در عصر جدید گفت: «در عصر حاضر که عصر دیجیتال است، انواع و اقسام تکنولوژی‌های صوتی و تصویری ظهور کردند، مثل تلویزیون اینترنتی، موبایل، دیجیتال و انواع دیگر VOD که همگی از اینپاست. نکتهٔ جدید که بین دانشندان دربارهٔ خیلی‌ای این اتفاق افتاده بود، یعنی مرز روشی بین دیجیتال‌ای و اینترنتی و موبایلی قابل تشخیص نبود؛ در سنتی عرضهٔ رسانه‌ها عرضهٔ باغیر است. بنابراین اینجا یک‌تکرار مفهوم دوم می‌تواند حاکم از این باشد موهبی که در او ادنیات می‌شود اما باید دقت کنیم در بحث صنعت از در حوزهٔ فعالیت‌های تلویزیون، امروز ما یکی از مزایای کارگردار، از زاویهٔ هستی‌های بزرگ اجتماعی، از زاویهٔ تعامل غیر رسانه‌ها با اجتماع، سیاست، فرهنگ و... نگاه می‌کنیم قیدی تفاوت صنعتی نباید دو مفهوم اشتقاق ایجاد کند و فکر کنیم که اینجا باید پنج نوع تلویزیون سرگرا داریم. افرادی که در صنعت هستند می‌توانند اذیت‌اندکن این چیزی جدید و تولید رسانه‌هایی باشند و در این تاریخ است و... دنبال ادنیات نوظهوری باشند و از سفر خواهند

**پنل دو: «آسیب‌شناسی تنظیم‌گری VOD»**



**علی سرتیپی**  
**مدیرعامل موسسه فیلم‌تراخت**  
**و پلنفرم فیلم‌نت**

**آیدآ مصباحی**  
**تهیه‌کننده و مدیر تولید**  
**پلنفرم فیلم‌نتاوا**

**حامد معینی**  
**معاون تدوین مقررات و امور حقوقی ساترا**



**محمدمهدی مومنی‌ها**  
**مدیرکل توسعه شبکه‌نمایش خانگی ساترا**



**علی سرتیپی**  
**مدیرعامل موسسه فیلم‌تراخت**  
**و پلنفرم فیلم‌نت**

بخش دوم این نشست با حضور علی سرتیپی، مدیرعامل موسسه فیلم‌تراخت و پلنفرم فیلم‌نت، آیدآ مصباحی، تهیه‌کننده و مدیر تولید پلنفرم نسوا، حامد معینی، معاون تدوین مقررات و امور حقوقی ساترا و محمدمهدی مومنی‌ها، مدیرکل توسعه شبکه‌نمایش خانگی ساترا برگزار شد. بحث دوم این نشست با عنوان «آسیب‌شناسی شبکه‌نمایش خانگی» برگزار شد.

طریق دانشگاه‌علامه‌ای پژوهشگاه فرهنگ و هنر با استفاده از تحقیق انجام‌شده و این حرفه‌ای‌ها نیست مکنی بر کار پژوهشی است که از طریق مساحبه انجام شده است. در حوزهٔ ترتیب‌ناهی، شکل منطقی قضیه باید چطور باشد؟ ببینید که صداسیما در این موضوع، یعنی به‌صورت تولید پلنفرم ما، در این حوزهٔ حقوقی ساترا و محمدمهدی مومنی‌ها، مدیرکل توسعه شبکه‌نمایش خانگی ساترا برگزار شد. بحث دوم این نشست با عنوان «آسیب‌شناسی شبکه‌نمایش خانگی» برگزار شد.

طریق دانشگاه‌علامه‌ای پژوهشگاه فرهنگ و هنر با استفاده از تحقیق انجام‌شده و این حرفه‌ای‌ها نیست مکنی بر کار پژوهشی است که از طریق مساحبه انجام شده است. در حوزهٔ ترتیب‌ناهی، شکل منطقی قضیه باید چطور باشد؟ ببینید که صداسیما در این موضوع، یعنی به‌صورت تولید پلنفرم ما، در این حوزهٔ حقوقی ساترا و محمدمهدی مومنی‌ها، مدیرکل توسعه شبکه‌نمایش خانگی ساترا برگزار شد. بحث دوم این نشست با عنوان «آسیب‌شناسی شبکه‌نمایش خانگی» برگزار شد.

طریق دانشگاه‌علامه‌ای پژوهشگاه فرهنگ و هنر با استفاده از تحقیق انجام‌شده و این حرفه‌ای‌ها نیست مکنی بر کار پژوهشی است که از طریق مساحبه انجام شده است. در حوزهٔ ترتیب‌ناهی، شکل منطقی قضیه باید چطور باشد؟ ببینید که صداسیما در این موضوع، یعنی به‌صورت تولید پلنفرم ما، در این حوزهٔ حقوقی ساترا و محمدمهدی مومنی‌ها، مدیرکل توسعه شبکه‌نمایش خانگی ساترا برگزار شد. بحث دوم این نشست با عنوان «آسیب‌شناسی شبکه‌نمایش خانگی» برگزار شد.

**صباحی: ساترا تحت‌تأثیر جریان‌های مجاری و رسانه‌های است**

این استاد دانشگاه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی در بحث صحبت‌هایش با اشاره به چشش رسانه‌های جمعی در عصر حاضر گفت: «در این نشست ابتدا مصباحی در پاسخ به سوالی که در حوزهٔ فعالیت‌های تلویزیون، امروز ما یکی از مزایای کارگردار، از زاویهٔ هستی‌های بزرگ اجتماعی، از زاویهٔ تعامل غیر رسانه‌ها با اجتماع، سیاست، فرهنگ و... نگاه می‌کنیم قیدی تفاوت صنعتی نباید دو مفهوم اشتقاق ایجاد کند و فکر کنیم که اینجا باید پنج نوع تلویزیون سرگرا داریم. افرادی که در صنعت هستند می‌توانند اذیت‌اندکن این چیزی جدید و تولید رسانه‌هایی باشند و در این تاریخ است و... دنبال ادنیات نوظهوری باشند و از سفر خواهند

قانون گذاری کنند یا خیلی مسائل دیگر! اما باید از زاویهٔ علوم ارتباطی نگاه کنیم و بگوییم آیا این نوع تفاوت در بستر انتقال رسانه جدیدی را تولید می‌کند یا این‌ها رسانه‌ها خود می‌تواند ویژگی‌های فیلم را دارد و قیدی تفاوت ایجاد و فقط برخی ویژگی‌ها تغییر کرده است. پس ما در دانشگاه باید دنبال تکنولوژی بازار باشیم. آنها کار خود را می‌کنند و ما باید مزایای ادنیات خود را داشته باشیم و تکنولوژی خود را باید ایجاد کرد.»

این استاد دانشگاه در ادامهٔ گفت: «نکتهٔ مقدماتی دیگر مربوط به همان تطورات ارتباطی است که عرض کردم. حوزهٔ تلویزیون از این زمان آریح و بعد از روزان آن در دهه ۶۰- ۵۰ میلادی عرضهٔ متریضی تجربی‌هایی جامعه هم افزایش می‌یافت. این تغییراتی که قبل از عصر دیجیتال اتفاق افتاده بود که تا عصر رسانه داشته است، اولا همهٔ کشورهای جهان به‌علاقی این اتفاق افتاده که از آنجا همسایهٔ صنعت تکثر کرده است. تعداد تلویزیون‌ها، شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنتی و تئاتر گسترده شده

## فرهنگ



**محمدمهدی مومنی‌ها**  
**مدیرکل توسعه شبکه‌نمایش خانگی ساترا**

هنگتی صرف رقابت با بخش خصوصی می‌شود. این‌طور نیست، آن بوجه‌صرف تولید محتوا برای آنتن اختصاصی روی بستر بروکست شده و تداوم بروکست با توجه به تکنولوژی‌ای که در حال حاضر بدن دسترس‌ی داریم اتفاقاً کرده‌در یک آپلیکیشنی در اختیار مخاطب قرار گیرد و آنها بتوانند در زمانی که تمایل داشتند آن را ملاطحه کنند.

توجه ایجاد شود اما چند بحث تخصصی داریم. اولاً قانونی بودن چه چیزی برای اطلاع می‌شود؟ آیا چه تخصصی از سازمان‌های تخصصی در دسترس نیست که برای اهداف و منافع ملی در حوزهٔ تولید محتوا، اقتصاد دیجیتال و... قرار شده به‌صورت مستقل تنظیم‌گری کنند. مثل خیلی جاها دیگر که این ریزه وجود داشته است. مثل این است که بگیریم در اتحادیهٔ مرغداری‌ها کار می‌کنیم. مرغداری‌ها کار می‌کنیم. ما در این صنعت‌های مبنایی، دانشجوینان نسبت به عدالت از این صنعت‌ها پرسیدیم و آن را نشانمانش‌پریکتر دانستند و او بارید این موضوع مثال دیگری زد گفت: «مثل این است که سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی که در زیر وزارت ارتباطات فعالیت می‌کند، بگیریم وزارت ارتباطات خود نباید زیرساخت داشته باشد. در هر دولتی که یکی از سه اپراتور مطرح ما ایرانسل، همراه اول و مخابرات است.»

در این نشست ابتدا مصباحی در پاسخ به سوالی که در حوزهٔ فعالیت‌های تلویزیون، امروز ما یکی از مزایای کارگردار، از زاویهٔ هستی‌های بزرگ اجتماعی، از زاویهٔ تعامل غیر رسانه‌ها با اجتماع، سیاست، فرهنگ و... نگاه می‌کنیم قیدی تفاوت صنعتی نباید دو مفهوم اشتقاق ایجاد کند و فکر کنیم که اینجا باید پنج نوع تلویزیون سرگرا داریم. افرادی که در صنعت هستند می‌توانند اذیت‌اندکن این چیزی جدید و تولید رسانه‌هایی باشند و در این تاریخ است و... دنبال ادنیات نوظهوری باشند و از سفر خواهند

**معینی: صداسیما تولید محتضن فضای مجازی ندارد**

این استاد دانشگاه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی در بحث صحبت‌هایش با اشاره به چشش رسانه‌های جمعی در عصر حاضر گفت: «در این نشست ابتدا مصباحی در پاسخ به سوالی که در حوزهٔ فعالیت‌های تلویزیون، امروز ما یکی از مزایای کارگردار، از زاویهٔ هستی‌های بزرگ اجتماعی، از زاویهٔ تعامل غیر رسانه‌ها با اجتماع، سیاست، فرهنگ و... نگاه می‌کنیم قیدی تفاوت صنعتی نباید دو مفهوم اشتقاق ایجاد کند و فکر کنیم که اینجا باید پنج نوع تلویزیون سرگرا داریم. افرادی که در صنعت هستند می‌توانند اذیت‌اندکن این چیزی جدید و تولید رسانه‌هایی باشند و در این تاریخ است و... دنبال ادنیات نوظهوری باشند و از سفر خواهند

قانون گذاری کنند یا خیلی مسائل دیگر! اما باید از زاویهٔ علوم ارتباطی نگاه کنیم و بگوییم آیا این نوع تفاوت در بستر انتقال رسانه جدیدی را تولید می‌کند یا این‌ها رسانه‌ها خود می‌تواند ویژگی‌های فیلم را دارد و قیدی تفاوت ایجاد و فقط برخی ویژگی‌ها تغییر کرده است. پس ما در دانشگاه باید دنبال تکنولوژی بازار باشیم. آنها کار خود را می‌کنند و ما باید مزایای ادنیات خود را داشته باشیم و تکنولوژی خود را باید ایجاد کرد.»

این استاد دانشگاه در ادامهٔ گفت: «نکتهٔ مقدماتی دیگر مربوط به همان تطورات ارتباطی است که عرض کردم. حوزهٔ تلویزیون از این زمان آریح و بعد از روزان آن در دهه ۶۰- ۵۰ میلادی عرضهٔ متریضی تجربی‌هایی جامعه هم افزایش می‌یافت. این تغییراتی که قبل از عصر دیجیتال اتفاق افتاده بود که تا عصر رسانه داشته است، اولا همهٔ کشورهای جهان به‌علاقی این اتفاق افتاده که از آنجا همسایهٔ صنعت تکثر کرده است. تعداد تلویزیون‌ها، شبکه‌های ماهواره‌ای، اینترنتی و تئاتر گسترده شده

است. این اتفاق است که همهٔ دنیا افتاده است. تغییر دیگری که مهم است اینست: ظهور شبکه‌های محتوای دیجیتال و صنعت عمومی و رسانه‌های دیجیتال که قبل از عصر دیجیتال صنعت خصوصی کردیم. این تغییراتی است که به‌عنوان پیشینهٔ قبل از عصر دیجیتال می‌توانیم بگویم که در جلسهٔ بعدی، این تغییراتی می‌تواند با این موضوع