



انستیتو مطالعات استراتژیک
 Quarterly.risstudies.org

Article history:
 Received 26 October 2024
 Revised 29 November 2024
 Accepted 06 December 2024
 Published online 15 March 2025

Strategic Studies Quarterly

Volume 27, Issue 4, pp 41-77



P-ISSN: 1735-0272
 E-ISSN: 2980-910X

Strategies and Measures of the National Governance System in the “Video on Demand” (VOD) Sector (2011-2024)

Mohammad-Sadeq Nasrollahi ¹, Abdulkarim Khayami ², Amir-Ahmad Zolfaghari ³
 Ali Zaroodi ^{4*}

1. Islamic Studies, Culture and Communication Department, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.
2. Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.
3. Islamic Studies and Economics, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.
4. Culture and State, Islamic Studies, Culture and Communication Department, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

Corresponding author email address: zaroodi@isu.ac.ir

Article Info Extended Abstract

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Nasrollahi, M., Khayami, A., Zolfaghari, A. and Zaroodi, A. (2024). Strategies and Measures of the National Governance System in the “Video On Demand” (VOD) Sector. *Strategic Studies Quarterly*, 27(4), 41-77.
 doi:

10.22034/SSQ.2025.484902.4208



© 2024 the authors. Published by Research Institute of Strategic Studies (RISS), Tehran, Iran. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) License.

Introduction

Since the early 2010s, “Video On Demand” (VOD) has steadily captured an increasing share of Iranian media consumption and has begun to play a key role in the country’s overall media landscape. From its inception until now, there have been many disputes among various executive bodies about how VOD should be regulated, and no clear, optimal regulatory framework has been established. To envision an ideal scenario, it’s necessary to analyze the historical background first. This study seeks to establish a preliminary framework for regulation by identifying key historical events, segmenting the timeline using major milestones, and then pinpointing the emerging issues. The ultimate goal is to support and help policymakers in designing strategies that reflect the sector’s evolving complexities, based on documented evidence.

Methodology

This research employs documentary studies and interviews with experts and well-informed professionals. Data were analyzed using a descriptive and analytical approach. Themes were extracted from historical events and organized into analytical tables in chronological order. Expert feedback helped to identify key historical turning points, leading to the division of the timeline into distinct periods. For each period, a summary of the relevant themes was provided. Using these tables, the regulatory issues in the VOD sector were further categorized. Finally, to ensure the validity of the findings, the analytical tables were shared with experts, and additional input was incorporated based on their advice.

Results

Based on the findings, the evolution of VOD regulation in Iran can be divided into five periods, each marked by historical milestones:

1. Period of Ambiguity and Instability (2011–2019)
2. Period of Stabilizing Iran's Audiovisual Media Regulation Authority (SARTA) (2019–2021)
3. Period of SARTA's Decline (2021)
4. Period of Management and Approach Changes at SARTA (2022)
5. Period of Early Convergence (2023 and Beyond)

Period Title	Date	Measures Taken
Ambiguity and Instability	2011	The Ministry of Culture and Islamic Guidance appointed the Institute of Visual Media to regulate and propose legal frameworks for VOD
	2014	IRIB was tasked with overseeing comprehensive audio-visual content (including VOD) per an order from the Supreme Leader
	2015	A directive from the Supreme Leader to the then-President underscored IRIB's exclusive mandate to regulate comprehensive audio-visual media in the digital space
	2016	SATRA, under IRIB, was launched
Stabilizing SARTA	2019	Efforts focused on stabilizing the licensing process for audio-visual media platforms under SATRA, with intervention from the prosecutor's office marking the end of fragmented regulation in the VOD sector
	2020	Additional steps were taken to stabilize licensing for digital content by including a dedicated budget line for SATRA in the 2020 Budget Law and transferring production permits to IRIB.
SARTA's Decline	2021	Responsibilities within IRIB became divided after the establishment of a Secretariat for the Production Permit Council within its Planning, Programming, and Budget Center (the "Almas" system). This coincided with efforts by the Ministry of Culture and Islamic Guidance under the 13th government to reclaim regulatory authority, as evidenced by the removal of SATRA's budget line in the 1401 Budget Law
Management and Approach Changes at SARTA	2022	A change in SATRA's management brought about shifts in regulatory approaches and altered the organization's interactions
Early Convergence	May 2023	A memorandum of understanding was signed between IRIB and the Ministry of Culture and Islamic Guidance under the auspices of the Office of the Supreme Leader.
	July 2023	The Supreme Council of the Cultural Revolution passed a resolution aimed at better organizing comprehensive audio-visual content

Based on the analysis of these developments, the study identified several key regulatory challenges in Iran's VOD sector:

- **Lack of Political Consensus:** There is significant internal and inter-agency disagreement—especially regarding private sector activities—with various bodies alternately viewing them as opportunities or threats.
- **Outdated Legal Framework:** Unclear platform responsibilities—and, more broadly, an ambiguous legal framework governing their rights and obligations—along with vague regulatory competencies, the lack of clearly defined duties for some regulators, the way offenses and penalties are legally codified, insufficient guidelines for international interactions among platforms, weak rules on foreign investment, and inadequate child protection measures are all issues in urgent need of legal reform.
- **Impact of Political Change:** Frequent shifts in government and political priorities have significantly influenced policymaking and regulation, undermining public trust.
- **Fragmentation of Regulatory Bodies:** There is an excessive number of decision-making organizations compared to the real market players, leading to fragmented governance.
- **Unclear Institutional Relationships:** The roles and boundaries between regulatory bodies and other institutions (legislative, executive, and judicial) are undefined, resulting in overlapping authorities and interference.
- **Conflicts of Interest:** Competing interests at both intra- and inter-organizational levels have led to conflicts in regulatory practices.
- **Unresolved Theoretical Issues:** Persistent questions remain on issues such as whether broadcast regulations should be the same as broadband ones, where the boundary lies between comprehensive and non-comprehensive content, and what the optimal regulatory model should be.
- **Incomplete Regulatory Approaches:** Some regulators tend to adopt overly restrictive policies instead of more facilitative ones; in some cases, there is a narrow focus solely on content, neglecting industrial and economic aspects.

Conclusion

The study concludes that the main challenges in VOD regulation stem from a lack of policy consensus and the proliferation of governance bodies in the media sector. The key recommendation is to develop an integrated, overarching media policy that can achieve consensus among various agencies. Although the ideal long-term solution would involve establishing an independent, comprehensive media regulator that brings together all stakeholders, this is a gradual process requiring the gradual development of cognitive, legal, and discursive capacities in the country. As a more immediate measure, establishing a “regulator of regulators” or at least fostering effective, legally structured coordination and a clear division of responsibilities among existing regulators is recommended.

Keywords: Regulation; SATRA: Comprehensive Audio-Visual; IRIB; Digital Space; Ministry of Culture and Islamic Guidance.

Keywords: Regulation; SATRA: Comprehensive Audio-Visual; IRIB; Digital Space; Ministry of Culture and Islamic Guidance.

Ethical Considerations

Compliance with Ethical Guidelines

This study was approved by the Ethics Committee of Research Institute of Strategic Studies (RISS), Tehran, Iran.

Authors' Contributions

All authors equally contributed to preparing this article.

Conflict of Interest

The authors declared no conflict of interest.

Funding Sources

This research received no external funding.



Quarterly.risstudies.org

تاریخچه مقاله

دریافت‌شده در تاریخ ۵ آبان ۱۴۰۳
اصلاح‌شده در تاریخ ۹ آذر ۱۴۰۳
پذیرفته‌شده در تاریخ ۱۶ آذر ۱۴۰۳
منتشرشده در تاریخ ۲۵ اسفند ۱۴۰۳

فصلنامه مطالعات راهبردی

دوره ۲۷، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۳، پیاپی ۱۰۶، صفحه ۴۱-۷۷



شابای چاپی: ۰۷۲۷-۱۷۳۵
شابای الکترونیکی: ۰۹۱۰X-۲۹۸۰

راهبردها و اقدامات نظام حکمرانی کشور در بخش ویدئوی درخواستی (شبکه نمایش خانگی) از ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳

محمدصادق نصراللهی^۱، عبدالکریم خیامی^۲، امیراحمد ذوالفقاری^۳، علی زردوی^۴

۱. گروه فرهنگ و دولت، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران.
۲. گروه ارتباطات و رسانه، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران.
۳. گروه مالی، دانشکده اقتصاد، دانشکده دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران.
۴. گروه فرهنگ و دولت، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران.

ایمیل نویسنده مسئول: gholipour@i@isu.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

تحلیل پیشینه تاریخی حکمرانی در عرصه ویدئوی درخواستی، مقدمه لازم برای ترسیم وضعیت مطلوب آن است. با درک این ضرورت، این پژوهش تلاش می‌کند ضمن شناسایی نقاط عطف تاریخی در این عرصه و مرور و تدقیق تاریخچه ایرانی آن و تحلیل نقاط قوت و ضعف گذشته و شناسایی مسائل، نظام حکمرانی کشور در عرصه سکویهای ویدئوی درخواستی را یاری نماید تا بتواند در خصوص تعیین وضعیت مطلوب تنظیم‌گری این حوزه، مواجهه مناسب‌تری داشته باشد. در این پژوهش برای جمع‌آوری داده از روش‌های مطالعه اسنادی و مصاحبه با خبرگان و برای تحلیل داده‌ها از روش توصیفی-تحلیلی و فرایند استخراج مضامین از پدیده‌های تاریخی با رعایت توالی زمانی و در قالب جداول تحلیلی استفاده شده است. مطابق یافته‌های پژوهش، تحولات ویدئوی درخواستی در ایران در قالب پنج دوره زمانی (مبتنی بر نقاط عطف تاریخی) دسته‌بندی می‌شود: دوره ابهام و بی‌ثباتی (۱۳۹۰-۱۳۹۸)، دوره تلاش برای تثبیت ساترا (۱۳۹۸-۱۴۰۰)، دوره افول ساترا (۱۴۰۰)، دوره تغییر مدیریت و رویکردهای ساترا (۱۴۰۰-۱۴۰۱)، دوره نقطه‌های آغازین همگرایی (۱۴۰۱ به بعد). پس از تحلیل هر دوره و جمع‌بندی مسائل، توصیه‌های راهبردی برای تحقق همگرایی یا دست‌کم اجماع سیاستی در عرصه تنظیم‌گری ویدئوی درخواستی ارائه شده است.*

واژگان کلیدی: تنظیم‌گری، ساترا، صوت و تصویر فراگیر، صداوسیما، فضای مجازی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

نوع مقاله

پژوهشی/اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

نصراللهی، محمدصادق، و خیامی، عبدالکریم، ذوالفقاری، امیرمحمد و علی زردوی. (۱۴۰۳). راهبردها و اقدامات نظام حکمرانی کشور در بخش ویدئوی درخواستی (شبکه نمایش خانگی) از ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳. فصلنامه مطالعات راهبردی، ۲۷(۴)، ۴۱-۷۷.

doi:
10.22034/SSQ.2025.484902.42
08



© ۱۴۰۳ حق نشر (کپی رایت) این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY 4.0) صورت گرفته است.

*. مقاله مستخرج از رساله دکتری

مقدمه

رشد چشمگیر بازار سکوه‌های^۱ «ویدئوی درخواستی»^۲ («ویدئو مبتنی بر تقاضا» یا «ویدئو به درخواست» که به «تلویزیون اینترنتی» مشهور هستند) تا به امروز و همچنین پیش‌بینی‌های صورت گرفته در خصوص آینده آن به‌ویژه در مقایسه با سایر انواع محتوا، به‌خوبی بیانگر جایگاه و اهمیت ویدئوی درخواستی است. در بازار ویدئوی درخواستی، طبق آمار، روزبه‌روز بر تعداد مخاطبان، زمان صرف‌شده برای تماشای فیلم‌ها و درآمد سکوها افزوده می‌شود (Statista, 2020; Statista, 2023 a; و راستا، ۱۳۹۹؛ گزارش سالیانه فیلیمو، ۱۳۹۹). این روند، مختص ایران نیست و در بسیاری از کشورها نیز محتوای ویدئویی در کنار بازی‌های ویدئویی، بیشترین سهم از اقتصاد اطلاعات و سبد مصرف کاربران را دارد (Statista, 2023; Statista, 2020b). بنابراین هرگونه کژکارکرد در این عرصه، منافع عمومی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. حکومت‌ها، برای رفع یا کاهش نابسامانی‌های موجود در بازار ویدئوی درخواستی (در راستای حفاظت از منافع عمومی و نظارت بر بازار)، از تنظیم‌گری استفاده می‌کنند. موارد زیر، از جمله دلایل و ضرورت‌هایی است که حکومت‌ها به‌خاطر آن، به تنظیم‌گری در حوزه ویدئوی درخواستی اهتمام دارند:

- اقتصادی؛ مانند وضع مالیات برای سکوه‌های خارجی ویدئوی درخواستی در آلمان (European Audiovisual Observatory, 2016)؛

- فرهنگی - اجتماعی؛ مانند الزام کمیسیون اروپا به وجود حداقل ۳۰ درصد محتوای اروپایی در سکوه‌های ویدئوی درخواستی فعال در اروپا در راستای ترویج تنوع فرهنگی و حفاظت از فرهنگ اروپایی (European commission website, 8 March 2021)؛
- حقوقی؛ مانند موضوع کپی‌رایت در اروپا (European Audiovisual Observatory, 2007)؛

- امنیتی؛ مانند امنیت و حفاظت از داده در اروپا (European Parliament, 2015) و
تنظیم‌گری رسانه‌های نوین در عرصه بین‌الملل، فرازونشیب‌هایی داشته که سیاست‌پژوهان برای پیش‌بینی آینده و ارائه توصیه درخصوص وضعیت مطلوب، به مطالعه تاریخچه تنظیم‌گری در این عرصه می‌پردازند.
در ایران و در دهه ۹۰ شمسی، گزارش‌های متعدد و متنوعی از نابسامانی در بازار «سامانه‌های ویدئوی درخواستی»، در خبرگزاری‌ها منتشر شده است. نابسامانی اصلی عبارت است از: اختلاف

1. Platforms
2. Video on Demand (VOD)

نظر بین دولت و سازمان صداوسیما در خصوص نهاد تنظیم‌گر این سامانه‌ها و در نتیجه، سردرگمی و دوباره کاری در بخش خصوصی برای رعایت مقررات^۱ و دریافت مجوز^۲. دسته دوم از نابسامانی‌ها، به ضعف در انجام کارکردهای تنظیم‌گری بر می‌گردد.^۳ برخی از نابسامانی‌های کارکردی عبارت‌اند از:

- نظارت ناکافی بر محتوا و تبلیغات و در نتیجه پخش محتوای مضر؛
- ایجاد انحصار در بازار توسط تعدادی از سکوه‌های پرمخاطب (ماهنامه پیوست، ۱۴ تیر ۱۳۹۹)؛

- افزایش چندباره و تصاعدی قیمت اشتراک برای مردم (دیجیاتو، ۷ فروردین ۱۴۰۰)؛
- نقض مالکیت مادی و معنوی در سکوها^۴ (خبرگزاری مهر، ۲۰ شهریور ۱۴۰۰).
مسئله ویدئو و نمایش خانگی، از زمان تصدّی علی لاریجانی بر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۷۱ آغاز می‌شود. او از مخالفان ممنوعیت خرید و فروش و نگهداری دستگاه ویدئو بود و در دوران کوتاه وزارتت، این ممنوعیت را با تأسیس مؤسسه‌ای (مؤسسه رسانه‌های تصویری) برای توزیع فیلم‌های مجاز شکست (جام جم آنلاین، ۱۳۸۳). بنابراین در مورد ویدئو، به‌رغم ممنوعیت اولیه، شاهد سیاست «پذیرش همراه با کاهش آسیب‌ها»^۵ بودیم، بدین صورت که فقط فیلم‌های دارای مجوز منتشر می‌شدند. این سیاست باعث رشد صنعت ویدئو و افزایش تعداد کلوپ‌های ویدئو شد. در کلوپ‌ها، فیلم‌ها ابتدا در قالب VHS، سپس CD و در ادامه DVD منتشر می‌شدند. با برخط‌شدن محصولات فرهنگی، ویدئو نیز بر بستر اینترنت توزیع می‌شود. در واقع سکوهایی مانند فیلمو و نماوا را می‌توان به نوعی شکل امروزی کلوپ‌ها دانست.

با پیدایش و گسترش سامانه‌های ویدئوی درخواستی در کشور، به‌ویژه از ابتدای دهه ۹۰، دستگاه‌های حاکمیتی و دولتی مختلف (سازمان صداوسیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات) مدعی تنظیم‌گری در این حوزه بودند و اختلاف‌نظر بر سر نهاد متولی تنظیم‌گری ویدئوی درخواستی در ایران آغاز شد. در سال ۱۳۹۰ مؤسسه رسانه‌های

۱. هر کدام از این دو نهاد، استانداردهای متفاوتی داشتند.

۲. بخش خصوصی مجبور بود از هر دو نهاد مجوز بگیرد.

۳. البته نابسامانی در خصوص نهاد تنظیم‌گر، خود به ایجاد نابسامانی در کارکردهای تنظیم‌گری دامن می‌زند.

۴. حتی در مورد زیرنویس و دوبله.

۵. Mitigation: سیاست‌گذار ضمن انتخاب پدیده (فناوری) و علم به آسیب‌های آن، درصدد کاهش آثار مخرب و منفی پدیده با اقدامات پیشگیرانه و توانمندساز است (حاجی ملامیرزائی، ۱۳۹۸).

تصویری از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تنظیم‌گری و پیشنهاد احکام حقوقی در حوزه ویدئوی درخواستی مأمور شد، اما سازمان صداوسیما (با توجه به اینکه برخی مدیرانش هر نوع تلویزیون اینترنتی را از آن سازمان صداوسیما می‌دانستند) در سال ۱۳۹۱ از هجده سایت منتشرکننده محتوای صوتی و تصویری به دلیل نداشتن مجوز از این سازمان شکایت می‌کند (روزنامه همشهری، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸). بعد از این شکایت، اخبار کشمکش میان این دو نهاد، همواره پای ثابت میزهای تحریریه روزنامه‌ها و خبرگزاری‌ها بوده است. تا آنکه با ورود دفتر رهبر معظم انقلاب، توافق اولیه‌ای میان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما حاصل می‌شود و این توافق در شورای عالی انقلاب فرهنگی در قالب یک ماده واحد تصویب می‌شود. با توجه به ورود شورای عالی انقلاب فرهنگی، در واقع در حوزه ویدئوی درخواستی، یک گام از تنظیم‌گری به سطح کلان‌تر برگشته و وارد سیاست‌گذاری شده‌ایم. لذا مسئله تنظیم‌گری این عرصه هنوز پرونده‌ای باز است. به نظر می‌رسد آنچه انجام گرفته صرفاً توافق و تفاهمی کلی و موقت (باتوجه به برخی ابهامات در گزاره‌های آن) است که عمدتاً ناظر به تفکیک اولیه وظایف با هدف عبور از مسائل آن مقطع زمانی بوده است. به عبارت دیگر هنوز در خصوص ساختار و وظایف تنظیم‌گران عرصه صوت و تصویر فراگیر (شامل ویدئوی درخواستی)، مصوبه رسمی و قانونی که به طور شفاف مورد اتکا و استناد قوه قضائیه یا نیروی انتظامی قرار گیرد نداریم. ضمن آنکه همچنان چالش‌های متعددی در این زمینه وجود دارد. بنابراین موضوع تنظیم‌گری ویدئوی درخواستی همچنان مسئله روی میز سیاست‌گذاران و نیازمند پژوهش‌های سیاستی است. از آنجاکه بررسی پیشینه تاریخی سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری در یک عرصه، مقدمه لازم برای ترسیم وضعیت مطلوب تنظیم‌گری در آن عرصه است، این پژوهش تلاش می‌کند با شناسایی نقاط عطف تاریخی در این عرصه و مرور و تدقیق تاریخچه ایرانی آن و تحلیل نقاط قوت و ضعف گذشته و شناسایی مسائل، نظام حکمرانی کشور در عرصه سکوه‌های ویدئوی درخواستی را یاری نماید تا بتواند در خصوص تعیین وضعیت مطلوب تنظیم‌گری این حوزه، مواجهه مناسب‌تری داشته باشد.

الف) ادبیات نظری پژوهش

۱. حکمرانی و تنظیم‌گری

«فرایند هدایت جامعه و اقتصاد از طریق اقدام جمعی و مطابق با اهداف مشترک» (Torfing et al., 2012) و «فرایندهای تعاملی که از طریق آنها جامعه و اقتصاد به سمت اهداف مذاکره‌ای جمعی^۱ هدایت می‌شوند» (Ansell & Torfing, 2016) از تعاریف حکمرانی هستند. مفهوم حکمرانی به صورت نوسانی، در طیفی از اداره سنتی (شکست بازار و مداخله مستقیم دولت‌ها) تا رویکرد بازارمحور (شکست دولت و عدم مداخله آن) در حرکت بوده است. بنابراین، حکمرانی انواع متنوعی دارد و در مکاتب مختلف، تعاریف گوناگونی دارد، اما دال مرکزی در آن، تبعیت از حکمران است. اصطلاح حکمرانی نوین بیانگر آن است که حکومت خود یکی از نهادهای فراگیر در امر حکومت‌مداری تلقی می‌شود. از عناصری مانند بازارها، سلسله‌مراتب‌ها، شبکه‌ها و فضای جریان‌ها میتوان به‌عنوان ابزارهای اصلی حکمرانی نام برد (همتی و قزلسفلی، ۱۴۰۱). حکمرانی نوین دارای کارکردهای مختلفی همچون سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری، تسهیل‌گری و ارائه کالا و خدمت (تصدی‌گری) است (امامیان و دیگران، ۱۳۹۷).

تنظیم‌گری در معنای خاص خود که مدنظر این پژوهش است، ذیل سیاست‌گذاری و تقنین تعریف می‌شود و هدف آن، پیاده‌سازی و عملیاتی‌کردن سیاست‌ها و قوانین است. در رویکردهای اقتصادی، تنظیم‌گری، به تنظیم بازار (عمدتاً موضوع رقابت) محدود می‌شود اما در سایر رویکردها همچون رویکرد حقوقی و سیاسی، تنظیم‌گری به انواع مداخلات برای تأمین منافع عمومی اطلاق می‌شود. در این پژوهش، رویکردهای نوع دوم مدنظر هستند.

بنابراین تنظیم‌گری^۲ عبارت است از: «مکانیزم ایجاد کنترل عمومی بر نهادهای ارائه‌کننده خدمات (عموماً بخش غیردولتی) باهدف تأمین منافع عمومی و از طریق تدوین و اجرای مجموعه‌ای از استانداردها و ضوابط تخصصی» یا «مجموعه‌ای از مداخلات حاکمیتی توسط نهاد تنظیم‌گر (با استفاده از ابزار حقوقی، قانونی، اقتصادی و [حتی اجتماعی]) باهدف تحقق اهداف اقتصادی یا اجتماعی (حتی) توسط بخش غیردولتی و تضمین منفعت عمومی». درواقع تنظیم‌گری یکی از پنج شأن دولت در کنار شئون «سیاست‌گذاری»، «تسهیل‌گری»، «بازتوزیع منابع» و «ارائه خدمات» است. نگاه سنتی این است که تنظیم‌گری کاملاً سلبی عمل می‌کند؛

1. Collectively negotiated objectives

2. Regulation

در حالی که در نگاه مدرن، تنظیم‌گری هم سلبی است و هم اهداف دولت را به قواعد قابل اجرا تبدیل می‌کند و تضمین منفعت عمومی را که اصلی‌ترین فلسفه وجودی دولت‌هاست محقق می‌سازد (امامیان، ۱۳۹۶). در واقع علاوه بر جنبه سلبی، از مشوق‌های اقتصادی و حتی ابزارهای اجتماعی هم استفاده می‌کند.

سایر زیرکارکردهای تنظیم‌گری علاوه بر وضع مقررات عبارت‌اند از: آگاه‌سازی بازار، رصد، اعمال مقررات، داوری و حل منازعات، مجازات (و تشویق)، ارزیابی و طراحی سازوکار (امامیان و دیگران، ۱۳۹۷). طراحی سازوکار در تنظیم‌گری کارایی محور^۱ مطرح می‌شود و در واقع از طریق طراحی و ایجاد سازوکارهای تشویقی - تنبیهی سعی در افزایش کارایی تنظیم‌گری دارد. ویژگی مثبت این نوع از تنظیم‌گری تقویت نوآوری و کاهش هزینه‌های اعمال تنظیم‌گری است و ویژگی منفی آن عدم توافق در اهداف تنظیم‌گری و قواعد تأمین‌کننده این اهداف و عدم امکان اجرای این الگو در فضاهای دارای بازیگران ناهمگن است (همتی فقیه، ۱۳۹۹).

مدل‌های تنظیم‌گری، مبتنی بر ساختار تنظیم‌گر و همچنین وابستگی سازمانی آن، چهار نوع هستند. علاوه بر تنظیم‌گری حاکمیتی / دولتی^۲، خودتنظیم‌گری^۳ و تنظیم‌گری خصوصی^۴ و تنظیم‌گری مشارکتی^۵ نیز وجود دارند (Doelker, 2010). در تنظیم‌گری حاکمیتی کارویژه‌های تنظیم‌گری توسط دستگاه‌های دولتی انجام می‌شود؛ در حالی که در تنظیم‌گری مشارکتی ترکیبی از فعالان حاکمیتی و فعالان بخش را در جریان تنظیم‌گری درگیر می‌کند. نوع سوم نیز خودتنظیم‌گری است که اعمال تنظیم‌گری را به فعالان عرصه مربوطه می‌سپارد. دست آخر تنظیم‌گری خصوصی نیز به معنای سپردن کارویژه تنظیم‌گری به نهادهای خصوصی همچون سازمان‌های مردم‌نهاد و مجموعه‌های داوطلبانه است (همتی فقیه، ۱۳۹۹).

1. Performance-based
2. State-regulation/ governmental regulation
3. Self-regulation
4. Private regulation
5. Co-regulation

۲. ویدئوی درخواستی (VOD)

مفهوم «خدمات رسانه‌ای صوتی- تصویری»^۱ در «دستورالعمل خدمات رسانه‌ای صوتی تصویری اتحادیه اروپا»^۲ شامل خدمات پخش (خدمات برودکست صوتی- تصویری) و خدمات محتوای درخواستی^۳ (خدمات رسانه‌ای صوتی- تصویری درخواستی) می‌شود. همچنین در ذیل «خدمات رسانه‌ای صوتی- تصویری درخواستی»، خدمت «ویدئوی درخواستی» قرار گرفته است. تعریف «خدمات رسانه‌ای صوتی- تصویری درخواستی» در «دستورالعمل خدمات رسانه‌ای صوتی- تصویری اتحادیه اروپا» عبارت است از: «خدمتی که توسط ارائه‌دهنده خدمات رسانه‌ای برای مشاهده برنامه‌ها در لحظه انتخاب‌شده توسط کاربر و بنابه درخواست فردی او، بر اساس فهرستی (کاتالوگی) از برنامه‌های انتخاب‌شده توسط ارائه‌دهنده خدمات رسانه‌ای، ارائه می‌شود» (European Audiovisual Observatory, 2016). این تعریف، هفت معیار را مطرح می‌کند که باید همگی وجود داشته باشند: «خدمت باشد؛ ارائه‌دهنده خدمت، مسئولیت ویرایشی داشته باشد؛ هدف اصلی آن ارائه برنامه باشد؛ برنامه‌های ارائه‌شده «شبه تلویزیون»^۴ باشند؛ هدف از برنامه‌ها اطلاع‌رسانی، سرگرمی یا آموزش باشد؛ مخاطب برنامه‌ها عموم مردم^۵ باشند؛ برنامه‌ها از طریق شبکه‌های ارتباطات الکترونیکی ارائه شوند» (European Audiovisual Observatory, 2016).

با هفت معیار تجمیعی که دستورالعمل مذکور برای «خدمات رسانه‌ای صوتی- تصویری درخواستی» ذکر می‌کند، دامنه این خدمت را مضیق می‌کند. در جدول زیر، انواع خدمت درخواستی و مواردی که به سبب این هفت معیار از دامنه خدمات درخواستی خارج می‌شوند نمایش داده شده‌اند:

۱. خدمات رسانه‌ای صوتی تصویری شامل دو مورد زیر است:

۱- خدمات رسانه‌ای که تحت مسئولیت ویرایشی/تخریبی یک ارائه‌دهنده خدمات رسانه‌ای است و هدف اصلی آن تهیه برنامه‌هایی برای اطلاع‌رسانی، سرگرمی یا آموزش به عموم مردم توسط شبکه‌های ارتباطات الکترونیکی است و یا یک «خدمت پخش / برودکست صوتی- تصویری» یا یک «خدمت رسانه صوتی- تصویری درخواستی» است،

۲- ارتباطات تجاری صوتی- تصویری؛ یعنی پیام صوتی یا تصویر صوتی/ غیر صوتی که برای تبلیغ (مستقیم یا غیرمستقیم) کالاها، خدمات یا تصویر یک موجودیت حقوقی یا حقیقی که یک فعالیت اقتصادی را دنبال می‌کند، طراحی شده است. چنین آگهی‌های عمومی، در ازای پرداخت یا ملاحظه مشابه یا اهداف خودتبلیغاتی، در برنامه‌های گنجانده می‌شوند یا همراه می‌شوند. قالب‌های ارتباطات تجاری صوتی- تصویری و صوتی عبارتند از: تبلیغ در خدمات صوتی تصویری، اسپانسرینگ، فروش مستقیم، پنجره‌های فروش از راه دور، درج محصول در برنامه‌ها.

2. AVMSD: The EU's Audiovisual Media Services Directive

3. On Demand

4. TV-like

5. The general public

جدول ۱. انواع خدمات رسانه‌ای درخواستی

عنوان خدمات	نوع خدمات
Catch-up TV ^۱	خدمات رسانه‌ای صوتی - تصویری درخواستی براساس دستورالعمل اروپا
Premium TV ^۲ ویدئوی درخواستی (VOD)	
خدمات پُرندشده روی پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری ^۳ سکوه‌های اشتراک‌گذاری ویدئو (VSP) مانند یوتیوب	سایر خدمات رسانه‌ای صوتی - تصویری درخواستی خارج از تعریف دستورالعمل اروپا
شبکه‌های اجتماعی که به کاربر اجازه بارگذاری ویدئو می‌دهند؛ مانند فیس‌بوک	
صفحات ویدئویی پایگاه‌های اینترنتی روزنامه‌ها پایگاه‌های اینترنتی تبلیغاتی با محتوای ویدئویی ^۴	

منبع: European Audiovisual Observatory, 2014

همان‌طور که مشاهده می‌شود «ویدئوی درخواستی» در اروپا، دارای تعریفی خاص و مضیق است: «خدماتی که دسترسی تقاضامحور به فهرستی از فیلم‌ها و برنامه‌های صوتی تصویری (مانند پویانمایی، سریال، مستند، موسیقی و...) را مستقل از پخش (برودکست) تلویزیونی آن‌ها فراهم می‌کنند» (European Commission, European Audiovisual Observatory, 2014). بنابراین در معنای خاص، «ویدئوی درخواستی» سامانه‌های برخط پخش محتوای ویدئویی حرفه‌ای (ناشرمحور) هستند (مانند فیلیمو، نماوا، نت‌فلیکس و...). در این پژوهش، از آنجا که تعریف خاص مدنظر است، وقتی از «ویدئوی درخواستی» یاد می‌شود، شامل پلتفرم‌هایی که صرفاً حاوی محتوای ویدئویی تولیدشده توسط کاربران هستند، نمی‌شود. گفتمانی است که در ادبیات حقوقی جمهوری اسلامی ایران، برای VODها، عنوان «سامانه‌های نمایشی برخط ناشرمحور/حرفه‌ای» و برای VSPها، عنوان «سامانه‌های نمایشی برخط کاربرمحور» اطلاق می‌شود.

۱. خدمتی که توسط یک پخش‌کننده (برودکستر) ارائه می‌شود. در این خدمت، برنامه‌هایی که اخیراً پخش شده‌اند، در دسترس کاربران قرار می‌گیرند به همین دلیل از نوع درخواستی محسوب می‌شوند. این خدمت می‌تواند در پلتفرم‌های مختلفی دریافت شود (Internet, IPTV, cable, telephone, applications for smartphone, tablet or Smart TV).

۲ به کاربر این امکان را می‌دهد که برنامه‌های تلویزیونی (عموماً قسمت‌های سریال) را پیش از برودکست و پخش عمومی، تماشا کند. مدل درآمدی آن‌ها یا تهیه اشتراک است یا پرداخت به‌ازای هر برنامه.

3. Branded Services on Sharing Platforms

4. Promotional Websites with Video Content

بنابراین سامانه‌های ویدئوی درخواستی، خدماتی هستند که دسترسی تقاضامحور به فهرستی از فیلم‌ها و برنامه‌های صوتی تصویری (مانند پویانمایی، سریال، مستند، موسیقی و...) را مستقل از برودکست تلویزیونی آن‌ها فراهم می‌کنند (European Commission, 2014). آن‌ها در واقع سامانه‌های برخط پخش محتوای ویدئویی حرفه‌ای (ناشرمحور) هستند (مانند فیلیمو، نماوا، نت‌فلیکس و...) و با سامانه‌های ویدئویی کاربرپدید/سامانه‌های اشتراک‌گذاری ویدئو^۱ (اگر صرفاً کاربرمحور^۲ باشند)، سرویس‌های پخش زنده^۳ و تلویزیون بر مبنای معاهده اینترنت^۴ (از منظر فناوری، احکام حقوقی و سیاستی) تفاوت دارند (صمدی، ۱۳۹۲ و دستورالعمل ارتباطات تجاری ساترا).

ب) روش پژوهش

برای جمع‌آوری داده در این پژوهش از روش‌های مطالعه اسنادی و مصاحبه با خبرگان و افراد مطلع استفاده شده است. در روش مطالعه اسنادی، پژوهشگر نتایج مطالعات خود را در ابزار مناسب شامل فیش، جدول و فرم، ثبت و نگهداری و در پایان به طبقه‌بندی و بهره‌برداری از آن‌ها اقدام می‌کند. منابع جمع‌آوری اطلاعات پژوهشگر در روش اسنادی، همه اسناد چاپی و غیرچاپی مانند کتاب، دایرةالمعارف‌ها، فرهنگ‌نامه‌ها، مجلات، روزنامه‌ها، هفته‌نامه‌ها، ماهنامه‌ها، لغت‌نامه‌ها، سالنامه‌ها، مصاحبه‌های چاپ شده، پژوهش‌نامه‌ها، کتاب‌های همایش‌های علمی، متون چاپی نمایه شده در بانک‌های اطلاعاتی و اینترنت و اینترانت و هر منبعی که قابل شناسایی باشد؛ است (وبسایت ایران پژوهان). روش اسنادی، روشی کیفی است که در آن فرد می‌کوشد تا با استفاده نظام‌مند و منظم از داده‌های اسنادی، به کشف، استخراج، طبقه‌بندی و ارزیابی مطالب مرتبط با موضوع پژوهش خود اقدام کند (صادقی فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹۴). همان‌طور که ذکر شد، در این پژوهش برای شناسایی پدیده‌های تاریخی (جمع‌آوری داده‌ها)، ضمن جستجو در اسناد (عمدتاً فضای وب)، از نظرات افراد مطلع استفاده شده است.

1. VSP: Video Sharing Platforms

2. UGC: User Generated Content

3 Live streaming

4 IPTV

برای تحلیل داده نیز از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است. روش توصیفی - تحلیلی، به منظور توصیف عینی و کیفی محتوای مفاهیم به صورت نظام‌دار و ارائه تحلیل (ساخت مضامین و ارائه دسته‌بندی) است که بیشتر بر روی متن‌های مکتوب، شفاهی و تصویری در خصوص موضوع خاصی اجرا می‌شود؛ مانند کتاب‌ها، روزنامه‌ها، مقاله‌ها و... در این پژوهش برای تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده، از فرایند استخراج مضامین از پدیده‌های تاریخی با رعایت توالی زمانی و در قالب جداول تحلیلی استفاده شده است. در ادامه با استفاده از نظر خبرگان، نقاط عطف تاریخی شناسایی و بازه‌های زمانی ایجاد شدند. در نهایت، جمع‌بندی از مضامین مربوط به هر بازه زمانی، پس از جداول آن بازه، ارائه شده است. سپس مبتنی بر جداول تحولات تاریخی، مسائل تنظیم‌گری ویدئوی درخواستی دسته‌بندی شده‌اند. در انتها نیز به جهت بررسی اعتبار یافته‌ها، جداول پژوهش به خبرگان عرضه شده است و برخی از موارد نیز با پیشنهاد این افراد به جداول اضافه شده است.

ج) یافته‌های پژوهش

تحولات ویدئوی درخواستی در ایران در قالب پنج دوره زیر (مبتنی بر نقاط عطف تاریخی)، شناسایی و تحلیل شده است:

۱. دوره اول: ابهام و بی ثباتی (۱۳۹۰-۱۳۹۸)

جدول ۲. استخراج مضامین دوره اول (۱۳۹۰-۱۳۹۸) از منابع خبری

منبع	مضمون	تاریخ
ماهنامه پیوست، ۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۷، روزنامه همشهری، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸	مأمورشدن مؤسسه رسانه‌های تصویری از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تنظیم و پیشنهاد احکام حقوقی در حوزه ویدئوی درخواستی	۱۳۹۰
روزنامه همشهری، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸	راه‌اندازی تلویزیون، شکایت صداوسیما از هجده سایت	۱۳۹۱
خبرگزاری دانشجو، ۱۹ آبان ۱۳۹۸	مأموریت تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در پیوست حکم رئیس وقت صداوسیما	آبان ۱۳۹۳
روزنامه همشهری، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸	تصویب مقررات حاکم بر دریافت پروانه ارائه خدمات توزیع محتوای صدا و ویدئو مبتنی بر اینترنت توسط کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات	آبان ۱۳۹۳
زومیت، ۷ بهمن ۱۳۹۳	رونمایی از فیلمی توسط شرکت صبا ایده	بهمن ۱۳۹۳
ماهنامه پیوست، ۱۶ شهریور ۱۳۹۴	انتشار فراخوان سازمان صداوسیما برای انتخاب شرکت‌های مجری ارائه خدمات صوتی و تصویری فراگیر مبتنی بر آی‌پی	اسفند ۱۳۹۳
ماهنامه پیوست، ۱۶ شهریور ۱۳۹۴	ارسال قرارداد از طرف صداوسیما برای پنج مجموعه برنده مزایده (می‌توانند به‌صورت انحصاری از محتوای تولیدی صداوسیما استفاده کنند).	نیمه اول ۱۳۹۴
روزنامه همشهری، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸	ابلاغیه رهبر معظم انقلاب خطاب به رئیس‌جمهوری در خصوص وظیفه انحصاری سازمان صداوسیما در تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی	۲۲ شهریور ۱۳۹۴
ویجیاتو، ۱۹ اردیبهشت ۱۳۹۹	تشکیل سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا) ذیل سازمان صداوسیما	شهریور ۱۳۹۴
روزنامه همشهری، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸	آغاز اجرای طرح «تلویزیون اینترنتی» و اعطای مجوز به پنج اپراتور توسط سازمان صداوسیما و بیان استغناء شرکت‌ها از مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و مخالفت وزیر ارتباطات با این موضوع	مهر ۱۳۹۴
ماهنامه پیوست، آذر ۱۳۹۴	خبر راه‌اندازی مووی‌لند نقطه آی آر، نسخه اولیه نماوا	۱۲ آبان ۱۳۹۴
ماهنامه پیوست، ۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۷	اعطای مجوز VOD از سوی مؤسسه رسانه‌های تصویری (زیر نظر سازمان سینمایی) به خدمات‌دهندگان ایرانی ویدئوی درخواستی	اسفند ۱۳۹۴
خبرگزاری صداوسیما، ۱ تیر ۱۳۹۵	امضای تفاهم‌نامه سامانه نمایش درخواستی (سند) برای بارگذاری محتوا در یک پنجره، بین مؤسسه رسانه تصویری، نمایندگان شورای عالی تهیه‌کنندگان و شرکت‌های تجاری جمع‌کننده محتوای ویدئویی	۱ تیر ۱۳۹۵

منبع	مضمون	تاریخ
وبسایت خبری عصر ایران، ۲۵ مهر ۱۳۹۵ و ۲۹ مهر ۱۳۹۵، دیجیاتو، ۲۶ مهر ۱۳۹۵، ماهنامه پیوست، ۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۷	شکایت صداوسیما از فیلمو، حذف اپلیکیشن‌های آپارات و فیلمو از کافه‌بازار با دستور بازپرس دادسرای فرهنگ و رسانه پس از ۲۴ ساعت	۲۵ و ۲۶ مهر ۱۳۹۵
زمینت، ۲۸ مهر ۱۳۹۵	درخواست وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات از سازمان صداوسیما برای سعه‌صدر در برخورد با سکوها	۲۸ مهر ۱۳۹۵
وبسایت خبری عصر ایران، ۲۹ مهر ۱۳۹۵، ماهنامه پیوست، ۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۷	ادعای قانونی بودن فعالیت فیلمو در واکنش مالک این سکو به شکایت سازمان صداوسیما	۲۹ مهر ۱۳۹۵
ماهنامه پیوست، ۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۷	راه‌اندازی ساترا، انتصاب اولین رئیس ساترا و استقرار این سازمان در ساختمان انتشارات سروش	دی ۱۳۹۵
زمینت، ۶ بهمن ۱۳۹۵، روزنامه همشهری، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸	اتخاذ مجوز رسمی تلویزیون تعاملی (شامل خدمت ویدئوی درخواستی) پنج شرکت از سازمان صداوسیما	۶ بهمن ۱۳۹۵
سامانه ملی قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران ^۱	اصلاح ماده (۲۴) آیین‌نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال و خارج کردن صوت و تصویر فراگیر از شمول این آیین‌نامه	اسفند ۱۳۹۵
ماهنامه پیوست، ۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۷	تشکیل انجمن صنفی شرکت‌های نمایش ویدئوی آنلاین (IPTV و VOD)	۲۸ مرداد ۱۳۹۶
ماهنامه پیوست، ۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۷، روزنامه همشهری، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸	طرح مجلس برای انحصار تنظیم‌گری سازمان صداوسیما بر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی	۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۷
ماهنامه پیوست، ۷ آبان ۱۳۹۷	ورود کافه‌بازار به حوزه ویدئوی درخواستی	۷ آبان ۱۳۹۷

دوره اول، از سال ۱۳۹۰ که ویدئوی درخواستی بر بستر شبکه عمومی اینترنت ارائه شد، آغاز می‌شود و تا سال ۱۳۹۸ ادامه دارد. در این دوره شاهد تحولات مختلفی هستیم اما علت اینکه این بازه زمانی طولانی، به‌عنوان یک دوره در نظر گرفته شده، ابهام و بی‌ثباتی موجود بوده است، یعنی نهادهای مختلف حاکمیت (وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و سازمان صداوسیما) بر سر تنظیم‌گری سامانه‌های ویدئوی درخواستی با یکدیگر اختلاف نظر دارند و هر کدام در راستای دیدگاه نهادی خود، اقدامات تنظیم‌گرانه انجام داده است که نتیجه آن، بی‌ثباتی برای بازار و صاحبان کسب و کارها نیز بوده است.

1. <http://qavanin.ir/Law/TreeText/256933>

بعضاً در کشور به جای تمرکز در تنظیم‌گری و تکثیر در عرصه عمل، شاهد تکثیر در تنظیم‌گری و انحصار بازیگر عملیاتی (و عدم شکل‌گیری رقابت در بازار) هستیم. این تکثیر در تنظیم‌گری باعث می‌شود که شاهد ناهماهنگی و نبود اجماع بازیگران مختلف تنظیم‌گر باشیم.^۱ تکثیر تنظیم‌گران در حوزه ویدئوی درخواستی، نخست، نبود انسجام سیاستی را در پی داشته است. نقش و مأموریت ساترا مشابه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بود و موازی‌کاری انجام می‌شد یا در مواردی باعث می‌شد که دو تنظیم‌گر، به امید ورود دیگری، به صورت جدی در یک موضوع نیازمند تنظیم‌گری، ورود نکنند. دوم، برای کسب‌وکارها دوباره‌کاری ایجاد می‌کرد و آن‌ها مجبور می‌شدند از دو نهاد مجوز بگیرند یا اینکه برای برخی از محتواها، مجوز پیشینی بگیرند در حالی که نظارت پسینی کفایت می‌کرده است. در این زمینه، معاون حقوقی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی معتقد بود: یک نهاد مجوز مؤسسه می‌دهد و نهاد دیگر مجوز محتوای تولیدی همان مؤسسه را می‌دهد و مواجهه با دو نهاد و شرایط خاص هر کدام باعث نارضایتی کسب‌وکارها می‌شود. این در حالی است که حذف مجوزهای غیرضرور و بهبود محیط کسب‌وکار از سیاست‌ها و اولویت‌های کشور است (خبرگزاری جمهوری اسلامی، ۱۸ شهریور ۱۳۹۹). همه این اختلافات در حالی رخ می‌داد که اختلاف تنظیم‌گران این حوزه می‌تواند باعث کندشدن و تضعیف کسب‌وکارهای داخلی و جلوزدن رقبای خارجی از آنان شود. این اختلاف می‌تواند باعث سردرگمی و اتلاف هزینه و انرژی کسب‌وکارها شده و بدین ترتیب بازار کشور به دست رقبای خارجی بیفتد که به تبع آن علاوه بر چالش‌های اقتصادی، چالش‌های فرهنگی و حتی امنیتی (مربوط به حفاظت از اطلاعات) می‌تواند به وجود آید.

به نظر می‌رسید که با ابلاغیه رهبر معظم انقلاب در سال ۱۳۹۴ مبنی بر اینکه «مسئولیت صدور مجوز و تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و نظارت بر آن منحصراً بر عهده صداوسیماست»، اختلاف‌نظرها میان دولت و سازمان صداوسیما پایان یابد اما پایان نیافت. اختلافات، ظاهر جدیدی به خود گرفت بدین ترتیب که هر کدام از نهادها، تفسیر خاص خود را از عبارت «صوت و تصویر فراگیر» مدنظر داشتند (یعنی این عبارت را بر مصادیق مطلوب خودشان حمل می‌کردند). از منظر دولت وقت، مصادیق «صوت و تصویر فراگیر» بسیار مضیق بود (شرایطی مدنظرشان بود از جمله اینکه محتوا، زنده باشد یا جدول زمانی پخش

۱. اقدامات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برای ترویج تلویزیون‌های اینترنتی، باور برخی بر ضعف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در نظارت بر شبکه نمایش خانگی در گذشته، باور برخی بر ضعف ساترا در نظارت بر شبکه نمایش خانگی در زمان حاضر و... مواردی هستند که اختلاف میان بازیگران تنظیم‌گر VOD را بیشتر کرده است.

داشته باشد) لذا حتی ویدئوی درخواستی را هم جزئی از «صوت و تصویر فراگیر» نمی‌دانست اما از منظر سازمان صداوسیما، دامنه «صوت و تصویر فراگیر» بسیار گسترده بوده و هست. هرچند که دولت در سال ۱۳۹۵ و پس از ابلاغیه رهبر معظم انقلاب، ماده جدیدی به آیین‌نامه «ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال» اضافه کرد^۱ و در این ماده، تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر را از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی جدا کرد اما در انتهای این ماده، تعیین مصادیق صوت و تصویر فراگیر را برعهده شورای عالی فضای مجازی گذاشته است درحالی‌که دبیر شورا در این موضوع، هم‌نظر با دولت بود. از منظر دولت وقت، سامانه‌های ویدئوی درخواستی، از مصادیق صوت و تصویر فراگیر نیستند و باید از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مجوز بگیرند.

۱. «ماده (۲۴) - صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی از شمول این آیین‌نامه مستثنی است. مصادیق صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی توسط شورای عالی فضای مجازی تعیین می‌شود.»

۲. دوره دوم: تلاش برای تثبیت ساترا (۱۳۹۸-۱۴۰۰)

جدول ۳. استخراج مضامین دوره دوم (۱۳۹۸-۱۴۰۰) از منابع خبری

منبع	مضمون	تاریخ
روزنامه همشهری، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸	ابلاغ به شرکت‌های ویدئوی درخواستی برای دریافت مجوز از ساترا توسط دادستانی (این مجوز، مربوط به فعالیت سکو است)	مهر ۱۳۹۸
ماهنامه پیوست، ۲۱ مهر ۱۳۹۸	فیلتر سایت‌های غیرمجاز دائلود فیلم برای حمایت از حقوق معنوی هنرمندان توسط معاونت فضای مجازی دادستانی	مهر ۱۳۹۸
ماهنامه پیوست، ۲۰ آبان ۱۳۹۸	تفاهم ساترا با دادستانی در مورد نظام‌مند کردن و نظارت بر فعالیت سایت‌های دائلود فیلم و محتوای صوت و تصویر رسانه‌های مجازی	آبان ۱۳۹۸
ماهنامه پیوست، ۷ دی ۱۳۹۸	توافق اولیه بازیگران اصلی ویدئوی درخواستی با ساترا	۷ دی ۱۳۹۸
پایگاه ملی اطلاع‌رسانی قوانین و مقررات کشور ^۱	بخشنامه رئیس قوه قضائیه وقت در خصوص انحصار مجوزدهی به صوت و تصویر فراگیر برای صداوسیما	۲۸ دی ۱۳۹۸
روزنامه همشهری، ۱۴ بهمن ۱۳۹۸	واکنش رئیس‌جمهور وقت به بخشنامه رئیس قوه قضائیه وقت و مسئول دانستن شورای عالی فضای مجازی در این امر	بهمن ۱۳۹۸
ماهنامه پیوست، ۲ فروردین ۱۳۹۹	رای دیوان عدالت اداری به نفع سازمان صداوسیما	بهمن ۱۳۹۸
ماهنامه پیوست، ۱۷ فروردین ۱۳۹۹، ۴ آذر ۱۳۹۹	کناره‌گیری فیلمو و نماوا از انجمن صنفی شرکت‌های نمایش ویدئوی آنلاین و دامن‌زدن به انحصار در بازار با همکاری یکدیگر	فروردین ۱۳۹۹
ایسنا، ۸ خرداد ۱۳۹۹	طرح «هر ایرانی، یک تلویزیون اینترنتی» وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	۸ خرداد ۱۳۹۹
ماهنامه پیوست، ۷ مهر ۱۳۹۹	طرح «اصلاح بند (۲۹) ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» مجلس شورای اسلامی برای اعطای مسئولیت صدور مجوز و نظارت بر تولید و پخش برنامه‌هایی مانند مستند، مسابقه، پویانمایی، سریال... به صداوسیما	شهریور ۱۳۹۹
خبرگزاری جمهوری اسلامی، ۱۸ شهریور ۱۳۹۹	مخالفت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با طرح مجلس	شهریور ۱۳۹۹
تبصره ۶، ۲-۲۵	تصریح به انحصار تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر برای ساترا در قانون بودجه ۱۴۰۰ مجلس شورای اسلامی	اسفند ۱۳۹۹
خبرگزاری دانشجو، ۲۲ تیر ۱۴۰۰	اعلام ساترا مبنی بر اینکه دیگر مجوزهای ارشاد (پروانه تولید) را در حوزه نمایش خانگی به رسمیت نخواهد شناخت.	تیر ۱۴۰۰

1. <https://dotic.ir/news/6442>

2. <http://qavanin.ir/Law/TreeText/291062>

پیش از توضیح این دوره، بیان این مقدمه ضروری است که در این حوزه، سه نوع مجوز وجود دارد:

- اولین مجوز، مجوز فعالیت رسانه‌های صوت و تصویر است. منظور از رسانه هم در دستورالعمل «صدور مجوز برای رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی» ساترا درج شده که عبارت است از: «رسانه صوت و تصویر فراگیر: مجموعه متشکل از سامانه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری «انتشار» صوت و تصویر و شخص یا اشخاص حقیقی و حقوقی دست‌اندرکار «انتشار» که تحت نام یا حسب مورد نشان مشخصی «صوت و تصویر فراگیر» در فضای مجازی «انتشار» دهد، که در این مقررات به اختصار «رسانه» نامیده می‌شود».
- دومین مجوز، مجوز/پروانه تولید یک اثر ویدئویی است. در واقع در این مرحله، سازنده اثر باید طرح یا فیلمنامه یا هر دو را به نهاد ذی‌ربط ارسال کرده و مجوز دریافت کند. در این مرحله در واقع نظارت پیشینی (پیش از تولید محصول) اتفاق می‌افتد.
- سومین مجوز، دریافت موافقت‌نامه «انتشار» محتوا در رسانه‌ها/سامانه‌های نمایش ویدئویی (مجوز انتشار) است. در این زمینه دستورالعمل «نحوه صدور موافقت‌نامه کلی انتشار محتوا در رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر» مورخ ۲۱ دی ۱۳۹۹ ساترا وجود دارد. در این دوره، در سال ۱۳۹۸ با ورود دادستانی، ارائه مجوز فعالیت، به سامانه‌ها (رسانه‌ها/سکوها) برای ساترا تثبیت شد. به تبع آن، ارائه مجوز سوم که مربوط به انتشار محتوا در این سامانه‌هاست نیز برعهده ساترا خواهد بود. در این دوره، علاوه بر حمایت‌های قوه قضائیه از صداوسیما، مانند دوره قبل شاهد حمایت برخی از نمایندگان مجلس هم هستیم؛ طرح «اصلاح بند (۲۹) ماده (۲) قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی» مجلس شورای اسلامی برای اعطای مسئولیت صدور مجوز و نظارت بر تولید و پخش برنامه‌هایی مانند مستند، مسابقه، پویانمایی، سریال و... به صداوسیما، در همین راستاست. در این دوره نیز کماکان در بخش بازار، شاهد بی‌ثباتی هستیم. به‌عنوان مثال می‌توان به خروج فیلمو و نماوا از «انجمن صنفی شرکت‌های نمایش ویدئوی آنلاین» (نهاد صنفی دارای مجوز فعالیت از وزارت کار و تعاون) به دلایل انتشار آمارهای غیرواقعی و کاهش کارایی این انجمن، اشاره کرد. در حالی که انجمن بر این باور بود که «این موضوع بهانه است و «رائه آمار از کنسرت‌های آنلاین به نظر می‌آید این دو سرویس را ناراحت کرد که چرا شرکت‌های دیگر هم در این حوزه خوب کار می‌کنند» و این دو بازیگر یک دوقطبی و یک انحصار را در بازار ایجاد کرده‌اند» (ماهانامه پیوست، ۱۴ تیر ۱۳۹۹).

یکی دیگر از اتفاقات مهم این دوره، ماجرای واکنش رئیس‌جمهور وقت به بخشنامه رئیس قوه قضائیه وقت در بهمن ۱۳۹۸ بود که در سطح وسیع در رسانه‌ها بازتابی شد. در اسفند ۱۳۹۹، اعطای پروانه تولید (آخرین مجوزی که برای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه ویدئوی درخواستی باقی مانده بود) نیز به واسطه قانون بودجه سال ۱۴۰۰ (تبصره ۶، قسمت ۵-۲) به ساترا واگذار شد. آنچه که برای وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی باقی ماند، مجوز فیلم‌های سینمایی بود که در سالن‌های سینما اکران می‌شود یا محصولاتی که از طریق شرکت‌های توزیع در قالب دی‌وی‌دی عرضه می‌شوند.

۳- دوره سوم: افول ساترا (۱۴۰۰)

جدول ۴. استخراج مضامین دوره سوم (۱۴۰۰) از منابع خبری

منبع	مضمون	تاریخ
وبسایت ساترا، ۱۲ مرداد ۱۴۰۰، خبرگزاری صداوسیما، ۱۲ مرداد ۱۴۰۰	تعیین اعضای حقیقی شورای پروانه تولید محتوای حرفه‌ای / تلویزیونی و اعضای حقیقی شورای پروانه انتشار محتوای نمایشی رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر	مرداد ۱۴۰۰
خبرگزاری صبا، ۲۹ شهریور ۱۴۰۰، خبرگزاری مهر، ۷ مهر ۱۴۰۰، خبرگزاری صداوسیما، ۲۴ شهریور ۱۴۰۰	رسانه‌ای شدن موضوع انتقال نظارت بر تولید سریال‌های نمایش خانگی از ساترا به بخش دیگری از سازمان صداوسیما (شکل‌گیری شورای پروانه تولید زیر نظر ریاست سازمان صداوسیما و شکل‌گیری یک اداره کل و دبیرخانه و سامانه الماس متناظر با این شورا در مرکز طرح و برنامه و بودجه سازمان صداوسیما)	شهریور ۱۴۰۰
ایسنا، ۲۹ شهریور ۱۴۰۰، ماهنامه پیوست، ۷ مهر ۱۴۰۰	تلاش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای بازگرداندن تنظیم‌گری به این نهاد	شهریور ۱۴۰۰
روزنامه شرق، ۴ مهر ۱۴۰۰	بیانیه کانون کارگردانان خانه سینما در حمایت از وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی برای بازگرداندن تنظیم‌گری	۴ مهر ۱۴۰۰
ماهنامه پیوست، ۶ مهر ۱۴۰۰، ماهنامه پیوست، ۲۰ مهر ۱۴۰۰	تلاش برخی از نمایندگان کمیسیون فرهنگی مجلس برای بازگرداندن تنظیم‌گری به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به دلیل نارضایتی نمایندگان از عملکرد ساترا	۶ مهر ۱۴۰۰
ماهنامه پیوست، ۲۰ مهر ۱۴۰۰	مخالفت لطف‌الله سیاهکلی، عضو کمیسیون صنایع مجلس با بازگرداندن تنظیم‌گری به وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	مهر ۱۴۰۰
ماهنامه پیوست، ۲۴ مهر ۱۴۰۰، خبرگزاری فارس، ۲۴ مهر ۱۴۰۰	نامه هیئت‌مدیره انجمن صنفی شرکت‌های ویدئویی به رئیس‌جمهور و ابراز نارضایتی از عملکرد سازمان صداوسیما	۲۴ مهر ۱۴۰۰
خبرگزاری مشرق، ۷ آذر ۱۴۰۰	رونمایی از تلویزیون پلاس، سکوی ویدئوی درخواستی وابسته به سازمان صداوسیما	آذر ۱۴۰۰

اهم اتفاقات این دوره عبارت‌اند از:

دوپارگی مقوله تنظیم‌گری در درون سازمان صداوسیما (ایجاد دبیرخانه شورای صدور پروانه تولید ذیل مرکز طرح و برنامه سازمان صداوسیما: سامانه الماس) که در اواخر دوره ریاست آقای علی‌عسگری ایجاد شده بود، در این بازه زمانی رسانه‌ای شد (بروز اختلاف این دو بخش در بیرون سازمان صداوسیما، در این دوره رخ داده است. این موضوع مدتی بعد از تغییر مدیریت ساترا، ترمیم و اصلاح شد)؛

تلاش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دولت جدید (دولت سیزدهم) برای پس‌گرفتن تنظیم‌گری سکویهای ویدئوی درخواستی.

رسانه‌ای شدن موضوع ایجاد شوراهای پروانه تولید و انتشار، ذیل ریاست سازمان صداوسیما (نه ذیل ساترا) و انتقال دبیرخانه شورای تولید به مرکز طرح و برنامه و بودجه سازمان، در این دوره اتفاق افتاده است. جایی که اختلافات قدیمی بخش‌های مختلف سازمان صداوسیما با ساترا، دوباره مطرح می‌شود (بخشی از بدنه سازمان معتقد بود که تنظیم‌گری محتوا در ساترا نباشد). در واقع، در اواخر دوره ریاست آقای علی‌عسگری، دبیرخانه شورای صدور پروانه تولید در مرکز طرح و برنامه و بودجه سازمان صداوسیما ایجاد شد و سامانه الماس توسط این دبیرخانه راه‌اندازی شد. قائم‌مقام رئیس ساترا در مصاحبه تیرماه ۱۴۰۰ گفته بود که تنظیم‌گری محتوا (تولید محتوا) و رسانه (سکو/انتشار محتوا) باید در دست یک نهاد باشد و آن نهاد هم ساترا است (خبرگزاری دانشجو، ۲۲ تیر ۱۴۰۰)، اما در عمل این اتفاق نیفتاده بود و اختلافات این دو بخش از سازمان صداوسیما، در بیرون سازمان، رسانه‌ای شد.

اتفاق مهم دیگر در دوره سوم این بود که وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از همان روزهای ابتدایی اخذ رأی اعتماد وزیر جدید خود (۳ شهریور ۱۴۰۰)، به دنبال بازگرداندن تنظیم‌گری به این وزارتخانه بود. این موضوع با حمایت برخی از نمایندگان مجلس شورای اسلامی از جمله در کمیسیون فرهنگی همراه شد. برجسته‌شدن دوباره اختلافات و شرایط جدید، موجب شد و اگرایی و عدم تمکین سکوها از ساترا بیشتر شود. البته وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی معتقد بود: «این موضوع باید بدون جنجال رسانه‌ای حل شود» و از برگزاری جلسات با سازمان صداوسیما و شورای عالی فضای مجازی و نهایی‌شدن تصمیم‌ها در این زمینه خبر داده بود (ماهنامه پیوست، ۲۰ مهر ۱۴۰۰).

۴- دوره چهارم: تغییر مدیریت و رویکردهای ساترا (۱۴۰۰-۱۴۰۱)

جدول ۵. استخراج مضامین دوره چهارم (۱۴۰۰-۱۴۰۱) از منابع خبری

تاریخ	مضمون	منبع
اسفند ۱۴۰۰	تغییر مدیریت ساترا	خبرگزاری مهر، ۲۹ بهمن ۱۴۰۰
تیر ۱۴۰۱	بازگشت دبیرخانه شورای پروانه تولید به ساترا	مصاحبه کارشناسی

اساساً تغییر مدیریت ساترا با هدف تقویت ساترا و اتخاذ رویکرد جدی‌تر در آن سازمان بوده است، اما این تغییر مدیران در سازمان صداوسیما که هم‌زمان با تغییر مدیران در دولت بود، منجر شد که در سال اول دوره جدید ساترا، تعامل دستگاه‌های اجرایی با ساترا کمتر شود. یکی دیگر از دلایل این موضوع (کم‌شدن تعامل در سال اول)، تعطیل شدن جلسات کمیسیون تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر ساترا بود که در دوره قبلی مدیریت ساترا با حضور نمایندگان دستگاه‌های مختلف برگزار می‌شد. به‌عنوان نمونه یکی از پیامدهای تعطیلی جلسات کمیسیون و کم‌شدن تعاملات این بود که ساترا نتوانست به‌رغم نامه‌نگاری با دادستانی، فیلیمو را به‌خاطر دریافت نکردن مجوز سریال سقوط، فیلتر کند. اما این روند ادامه نداشت و پس از یک سال، به تدریج مکاتبات و تعاملات رسمی ساترا با دستگاه‌های اجرایی زیاد شد تا حدی که از دوره گذشته مدیریت ساترا پیشی گرفت. به‌عنوان مثال امروزه شاهد حضور مستمر نماینده دادستانی و نمایندگان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در جلسات شوراهای صدور مجوز ساترا و مشارکت فعال نمایندگان ساترا در جلسات تدوین پیش‌نویس اسناد سیاستی هستیم. همچنین ارتباط پایدارتری میان ساترا با کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه و شوراها و نهادهایی از این دست به وجود آمده است.

یکی دیگر از مهم‌ترین تحولات این دوره مدیریت ساترا، حذف کارگزاران خدمات صوت و تصویر فراگیر بود. این کارگزاران (شرکت‌های خصوصی) که در سال ۱۳۹۹ از ساترا مجوز کارگزاری خدمات صوت و تصویر فراگیر می‌گرفتند، موظف بودند بر آثار نمایشی نظارت کنند و در قبال این نظارت، از صاحبان آثار، هزینه دریافت می‌کردند (ایسنا، ۱۳ دی ۱۳۹۹). این موضوع شائبه‌هایی ایجاد می‌کرد که موجب شد در دوره جدید، کارگزاری‌ها حذف شوند.

از دیگر تحولات دوره جدید می‌توان به افتتاح شعبه شورای حل اختلاف تهران ویژه رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی در محل ساترا اشاره کرد که یک اقدام زیربنایی و موضوع مهمی در تکمیل نظام تنظیم‌گری این عرصه بود. این اقدام موجب می‌شد که اگر اختلافی بین عوامل تولید، سکوها و مخاطبان پیش آمد، به‌صورت تخصصی در این شعبه حل‌وفصل شود و حتی‌الامکان از رجوع به دادگاه‌ها و دادرها کاسته شود.

در نهایت، هرچند روی کارآمدن تیم جدید ساترا باعث ایجاد هماهنگی بیشتر میان سازمان صداوسیما با ساترا شده بود (به‌عنوان مثال دبیرخانه شورای پروانه تولید به ساترا برگشت هرچند بدون بودجه و ساختار و نیروی انسانی) - زیرا تیم جدید از مدیران باسابقه معاونت فضای مجازی سازمان صداوسیما بودند- اما همین موضوع، خود منجر به ناراحتی بیشتر برخی از فعالان بخش خصوصی شده بود؛ زیرا تصور می‌کردند که قرار است استانداردهای آنتن تلویزیون و تلویزیون‌های اینترنتی (مشهور به IPTVها) بر ویدئوی درخواستی (VOD) اعمال شود. بنابراین در زمینه ارتباط ساترا با بخش خصوصی، تعامل حرفه‌ای‌تری انتظار می‌رفت. در نهایت در دوره جدید مدیریت ساترا نیز مانند دوره گذشته، شاهد تأخیر در اخذ مصوبه قانونی فعالیت ساترا (اساسنامه) و امتناع از بازنگری در تشکیلات ساترا بودیم.

۵- دوره پنجم: نقطه‌های آغازین همگرایی (۱۴۰۱ به بعد)

جدول ۶. استخراج مضامین دوره پنجم (۱۴۰۱-۱۴۰۳) از منابع خبری

منبع	مضمون	تاریخ
تفاهم‌نامه «تفکیک وظایف در حیطه صوت و تصویر فراگیر»	توافق اولیه سازمان صداوسیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	مرداد ۱۴۰۱
متن ماده‌واحد	تصویب ماده‌واحد «تعیین الزامات ساماندهی حوزه صوت و تصویر فراگیر» مصوب جلسه ۸۳۳ شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۳۰	خرداد ۱۴۰۲
وبسایت مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴ اسفند ۱۴۰۲	تصویب ماده‌واحدی برای انتخاب اعضای کمیته تدوین سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر صوت و تصویر فراگیر و شبکه نمایش خانگی از سوی شورای عالی انقلاب فرهنگی (مصوبه شماره ۱۴۰۲/۱۱/۱۲ دش ۲۲۹۰۹/۱۴۰۲)	بهمن ۱۴۰۲
وبسایت شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۲۷ فروردین ۱۴۰۳	برگزاری نخستین جلسه کمیته تدوین سیاست‌ها و ضوابط صوت و تصویر فراگیر و نمایش خانگی	فروردین ۱۴۰۳
دکتر عبدالکریم خیامی، مجری طرح تدوین پیش‌نویس «سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر صوت و تصویر فراگیر و شبکه نمایش خانگی»	برگزاری دومین جلسه «کمیته تدوین سیاست‌ها و ضوابط صوت و تصویر فراگیر و نمایش خانگی» و تصویب سند پیش‌نویس	تیر ۱۴۰۳

در مردادماه سال ۱۴۰۱ و برای رفع اختلافات میان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان صداوسیما، جلسه‌ای با حضور اعضای ارشد دو نهاد در دفتر رهبر معظم انقلاب برگزار شد که خروجی آن، «تفاهم‌نامه تفکیک وظایف در حیطه صوت و تصویر فراگیر» بود. پس از آن تفاهم، هر دو نهاد مجدداً نامه نوشتند که نکاتی درخصوص این تفاهم‌نامه دارند و همه اختلافات کامل حل نشده است. مصاحبه وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی در این زمینه نشان می‌دهد که فقط در خصوص پخش زنده و سریال، هر دو نهاد به اجماع رسیده و متفق‌القول بوده‌اند. طبق بیان مسئولان وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، این وزارتخانه کاملاً پذیرفته است که سریال و پخش زنده، از مصادیق صوت و تصویر فراگیر است و لذا مسئولیت تنظیم‌گری آن با ساترا است (زرودی، ۲۴ بهمن ۱۴۰۱).

بندهای تفاهم‌نامه مذکور، عیناً (به جز بند آخر که تغییراتی داشته است) در ماده‌واحد «تعیین الزامات ساماندهی حوزه صوت و تصویر فراگیر» مصوب جلسه ۸۳۳ شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۳۰ درج شده و از محرمانگی خارج شده است. در واقع نیاز بود تا تفاهم‌نامه، وجه رسمی پیدا کند و ضمانت اجرا داشته باشد لذا در شورای عالی انقلاب فرهنگی تصویب شد. به نظر می‌رسد تفکیک وظایف انجام‌شده در این ماده‌واحد ابهاماتی دارد که منجر به امتداد اختلافات میان سازمان صداوسیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی خواهد شد، اما نقطه قوت آن در بند آخر (بند ششم)^۱ است. مطابق بند ششم ماده‌واحد، متن پیش‌نویس «سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر صوت و تصویر فراگیر و شبکه نمایش خانگی» توسط دبیرخانه شورا تهیه و در چهارم تیر ۱۴۰۳ در کمیته «تدوین سیاست‌ها و ضوابط صوت و تصویر فراگیر و نمایش خانگی» دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی با حضور نمایندگان دستگاه‌های مرتبط تصویب شده است اما تا لحظه نگارش این مقاله هنوز در شورای عالی انقلاب فرهنگی تصویب نشده است. آنچه که در این پیش‌نویس برجسته است، ایجاد تنظیم‌گر تنظیم‌گران با نام «شورای راهبری صوت و تصویر فراگیر» است. تفکیک وظایف موجود در متن ماده‌واحد شورای عالی انقلاب فرهنگی نشان می‌داد که تصمیم حاکمیت بر امتداد تنظیم‌گری هر حوزه در فضای دیجیتال توسط تنظیم‌گر سنتی آن حوزه است ولی تنظیم‌گران باید در همگرایی کامل با یکدیگر باشند که به نظر می‌رسد این موضوع (همگرایی) در متن پیش‌نویس سیاست‌ها و از طریق ایجاد شورای راهبری به‌عنوان تنظیم‌گر تنظیم‌گران، محقق می‌شود.

۱. «۶-سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر صوت و تصویر فراگیر و شبکه نمایش خانگی توسط دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی و با همکاری سازمان صدا و سیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی؛ تدوین و پس از تأیید در کمیته‌ای متشکل از: رئیس سازمان صدا و سیما، وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، دبیر شورای عالی فضای مجازی، نمایندگان رؤسای قوا در کمیسیون هماهنگی شورای عالی انقلاب فرهنگی و قوا، سه نفر از اعضای حقیقی شورای عالی انقلاب فرهنگی، دو نفر صاحب‌نظر در حوزه رسانه به انتخاب شورای عالی انقلاب فرهنگی و به ریاست دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی ظرف مدت ۳ ماه برای تصویب به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه می‌شود» (ماده واحد تعیین الزامات ساماندهی حوزه صوت و تصویر فراگیر مصوب جلسه ۸۳۳ شورای عالی انقلاب فرهنگی).

نتیجه گیری

جدول زیر به طور خلاصه دوره‌های زمانی را جمع‌بندی می‌کند:

جدول ۷. نقاط عطف تحولات سیاستی و تنظیم‌گری ویدئوی درخواستی در ایران

عنوان دوره	تاریخ	تحول مربوطه
ایهام و بی‌ثباتی	۱۳۹۰	مأمور شدن مؤسسه رسانه‌های تصویری از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برای تنظیم و پیشنهاد احکام حقوقی در حوزه ویدئوی درخواستی
	۱۳۹۳	مأمور شدن سازمان صداوسیما به تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر (که شامل ویدئوی درخواستی است) در پیوست حکم رئیس صداوسیما و وقت
	شهریور ۱۳۹۴	ابلاغیه رهبر معظم انقلاب خطاب به رئیس‌جمهور وقت در خصوص وظیفه انحصاری سازمان صداوسیما در تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی
تلاش برای تثبیت ساترا	دی ۱۳۹۵	راه‌اندازی ساترا (سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی ذیل سازمان صداوسیما)
	۱۳۹۸	تثبیت «مجوزدهی به رسانه‌های / سکوه‌ای / سامانه‌های صوت و تصویر فراگیر» برای ساترا (و به تبع آن موافقت‌نامه انتشار / پروانه نمایش) با مداخله دادستانی: پایان تکثر نهادی برای تنظیم‌گری سکوه‌ای ویدئوی درخواستی
	اسفند ۱۳۹۹	تلاش برای تثبیت مجوزدهی به محتوای صوت و تصویر فراگیر برای ساترا با درج ردیف بودجه برای ساترا در قانون بودجه ۱۴۰۰ (واگذاری پروانه تولید به سازمان صداوسیما)
تغییر مدیریت ساترا	مرداد ۱۴۰۰	دوباره‌شدن وظایف تنظیم‌گری در درون سازمان صداوسیما (ایجاد دبیرخانه شورای صدور پروانه تولید ذیل مرکز طرح و برنامه و بودجه سازمان صداوسیما: سامانه الماس) هم‌زمان با تلاش وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دولت جدید (دولت سیزدهم) برای پس‌گرفتن تنظیم‌گری (حذف ردیف بودجه ساترا در قانون بودجه ۱۴۰۱)
	اسفند ۱۴۰۰	تغییر مدیریت ساترا، تغییر رویکردها (مانند غیرپولی شدن نظارت) و تعاملات
نقطه‌های آغازین همگرای	مرداد ۱۴۰۱	تدوین تفاهم‌نامه بین سازمان صداوسیما و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با راهبری دفتر رهبر معظم انقلاب
	خرداد ۱۴۰۲	مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی برای ساماندهی صوت و تصویر فراگیر

مطابق تحلیل‌های صورت گرفته از وقایع، مسائل تنظیم‌گری ویدئوی درخواستی در ایران به شرح زیر است:

۱. نبود اجماع سیاستی (درون‌سازمانی و بین‌سازمانی)؛ به‌عنوان مثال در خصوص فعالیت بخش خصوصی، تنوع دیدگاه و گاه تعارض سیاستی وجود داشته و در این زمینه دستگاه‌های مختلف گاهی فرصت‌نگر بوده و گاهی تهدیدنگر بوده‌اند.

۲. فقدان نظام حقوقی جامع و قدیمی‌بودن قانون جرائم رایانه‌ای؛ قانون جرائم رایانه‌ای در سال ۱۳۸۸ تصویب شده و پس از آن، اقدام مؤثری برای تقنین در عرصه رسانه‌ها انجام نشده است. روشن‌نبودن مسئولیت سکوها و به‌طور کلی نظام حقوق و تکالیف سکوها، وجود آربیتراژ^۱ و دقیق‌نبودن محدوده صلاحیت تنظیم‌گران، قانونی‌نبودن وظایف برخی از تنظیم‌گران، جرم‌انگاری قانونی و درج عناوین تخلفات و مجازات در قانون، ساماندهی تعاملات بین‌المللی سکوها، ضوابط سرمایه‌گذاری خارجی در سکوها و حفاظت از کودکان مواردی هستند که نیازمند تدابیر حقوقی می‌باشند.

۳. تأثیرات شدید تغییرات سیاسی دولت‌ها بر سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری و در نتیجه عدم اعتماد به تنظیم‌گری دولت‌ها.

۴. تعدد نامطلوب سیاست‌گذاران و نهادهای مختلف حکمرانی در عرصه رسانه؛ تعداد بازیگران اصلی تصمیم‌گیری بیشتر از بازیگران اصلی بازار هستند.

۵. مبهم‌بودن نسبت سایر نهادهای سیاستی، اجرایی، قضائی و... با تنظیم‌گر و همچنین مداخلات نهادهای مختلف در این عرصه.

۶. تعارض منافع (در سطوح مختلف بین‌سازمانی، درون‌سازمانی و...).

۷. مسائل و چالش‌های نظری حل‌نشده (آیا مقررات برودکست با برودبند یکسان است؟ مرز فراگیر و غیرفراگیر کجاست؟ الگوی مطلوب چیست؟ و...).

۸. رویکردهای ناقص تنظیم‌گری در میان تنظیم‌گران؛ مانند «غلبه نگاه سلبی تنظیم‌گری بر تسهیل‌گری» یا «غفلت از جنبه‌های صنعتی و اقتصادی در تنظیم‌گری و تمرکز صرف بر محتوا».

مطابق تحلیل صورت گرفته از تاریخچه تحولات این عرصه، نبود اجماع سیاستی (درون‌سازمانی و بین‌سازمانی) و تعدد نهادهای حکمرانی در عرصه رسانه‌های نوین، از مسائل

۱. خروج از یک نظام حقوقی به‌سوی نظام حقوقی دیگر که منفعت بیشتری حاصل می‌کند، در واقع سکو، ناظر به منفعت لحظه‌ای خود، با تنظیم‌گران بازی کرده و مدام بین مقررات دستگاه‌های مختلف جابه‌جا می‌شود.

اصلی است. بنابراین اولین راهبرد پیشنهادی، سیاست‌گذاری یکپارچه و کلان رسانه^۱ در کشور در راستای تحقق اجماع سیاستی میان دستگاه‌ها است. در حال حاضر سیاست‌های کلی نظام در عرصه رسانه تدوین و ابلاغ نشده است. این درحالی است که بسیاری از عرصه‌ها در کشور، از سیاست‌های کلی رسمی و مدون برخوردارند. اگر پیش‌ازین، نیاز به سیاست‌های کلی در عرصه رسانه نداشتیم، امروز به دلیل ظهور فناوری‌های نوین و همگرایی رسانه‌های جمعی و دیجیتال، به این سیاست‌های کلان که به‌نوعی نظریه سیاستی و هنجاری جمهوری اسلامی ایران در عرصه رسانه است، نیاز داریم.

مطابق جدول بالا، وضعیت موجود کشور در حوزه ویدئوی درخواستی بدین‌صورت است که یک گام از تنظیم‌گری به سطح کلان‌تر ارجاع شده و وارد سیاست‌گذاری شده‌ایم. از همین رو مسئله تنظیم‌گری این عرصه هنوز پرونده‌ای باز است. آنچه انجام گرفته، صرفاً تفکیک وظایف اولیه است (که آن هم ایرادات و ابهاماتی دارد) و درخصوص ساختار و وظایف تنظیم‌گر، مصوبه رسمی نداریم درحالی‌که چالش‌های بسیاری در این زمینه وجود دارد. البته با توجه به پیش‌نویس^۲ آماده‌شده در دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی که به دنبال ایجاد تنظیم‌گر تنظیم‌گران و هماهنگی تنظیم‌گران در عرصه رسانه‌هاست، این بازگشت به مرحله سیاست‌گذاری، یک پیشرفت در عرصه حکمرانی رسانه جمهوری اسلامی ایران است زیرا جایگاهی فرادست (تنظیم‌گر تنظیم‌گران) برای روزآمد کردن سیاست‌ها، رفع اختلاف‌ها، ایجاد هماهنگی‌ها و به‌روز کردن تفکیک وظایف و تعیین تکلیف فناوری‌های جدید ارتباطی ایجاد شده است که در نوع خود اقدامی جدید و روبه‌جلو و گامی مهم برای رسیدن به الگوی تنظیم‌گری همگرا است.

در واقع هرچند که وضعیت مطلوب، ایجاد تنظیم‌گری همگرای رسانه (در قالب یک سازمان تنظیم‌گر مستقل رسانه‌ای حاکمیتی با حضور ذی‌نفعان مختلف) است، اما تحقق این مهم، امری چندمرحله‌ای است که نیازمند ایجاد تدریجی ظرفیت‌های شناختی (شناخت شرایط نوین فناوری‌ها و ارتباطات انسانی و...)، قانونی (بازنگری در قوانین موجود متناسب با تحولات و تغییرات) و گفتمان‌سازی (نخبگان، خبرگان، سیاست‌گذاران و عموم مردم) در کشور است.

۱. ارائه توصیه و الگو در عصر همگرایی رسانه‌ها، با نگاه بخشی به آن‌ها، ناکارآمد خواهد بود. بسته سیاستی‌ای می‌تواند کارآمد باشد که فارغ از نگاه بخشی، منظومه رسانه‌ای کشور را در نظر داشته باشد. بنابراین در این قسمت، توصیه‌ها محدود به عرصه ویدئوی درخواستی نیست و با نگاه جامع به سپهر رسانه‌ای کشور مطرح می‌شود.

۲. پیش‌نویس «سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر صوت و تصویر فراگیر و شبکه نمایش خانگی».

بنابراین راه حل قابل تحقق، ایجاد تنظیم‌گر تنظیم‌گران^۱ یا همکاری و یا دست‌کم هماهنگی مؤثر و قانونی تنظیم‌گران و تدقیق تقسیم وظایف است تا بتوان از آربیتراژ جلوگیری کرد.

۱. باتوجه به ضرورت‌هایی همچون «نظارت بر عملکرد تنظیم‌گران برای جلوگیری از تسخیر و شکست تنظیم‌گری»، «دریافت شکایت صنف از تنظیم‌گران»، «حل اختلاف میان تنظیم‌گران (مستقر در دستگاه‌های مختلف) در مسائل نوپدید»، «نظارت بر چگونگی ایجاد و اداره تنظیم‌گران بخشی» و «هماهنگی تعاملات تنظیم‌گران بخشی با یکدیگر و با تنظیم‌گران کارکردی و سایر دستگاه‌ها»، لازم است تا «تنظیم‌گر تنظیم‌گران رسانه‌های دیجیتال» وجود داشته باشد. تنظیم‌گر تنظیم‌گران می‌تواند یک «سازمان مستقل آبرتنظیم‌گر»، «کمیسیون عالی تنظیم‌گری» یا مدل «اساسنامه‌های الگو» باشد که باتوجه به اقتضانات کشور، مدل کمیسیون عالی تنظیم‌گری، مدل موفق‌تری خواهد بود (ذوالفقاری، ۱۳۹۵). بنابراین باید برای نظام تنظیم‌گری، چند سطح در نظر گرفت و رابطه تنظیم‌گران بخشی با یکدیگر، با تنظیم‌گران کارکردی (مانند شورای رقابت و کارگروه تعامل‌پذیری دولت الکترونیک) و با سایر دستگاه‌ها (مانند دستگاه‌های قضائی و انتظامی) را سامان داد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر هیچ گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی اصول و موازن اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

منابع

- اسماعیلیان، ملیحه و امیر ناظمی (۱۳۹۷)، «ارائه الگویی برای نهاد تنظیم گر رسانه های نوین صوتی- تصویری بر پایه روش تصمیم گیری پابرجا»، فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی، دوره ۸، شماره ۲۶، صص ۱۱۹-۱۳۶.
- اسماعیلیان، ملیحه، حسن خجسته و امیر ناظمی (۱۳۹۸)، تنظیم‌گری رسانه‌های صوتی تصویری نوین: مبانی، تجربه‌ها و راهبردها، تهران: دانشگاه سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- اکبرزاده جهرمی، سید جمال‌الدین (۱۳۹۵)، «پیامدهای همگرایی اینترنت و تلویزیون بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ایران»، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۳۴، صص ۷-۴۵.
- امامیان، سیدمحمدصادق (۱۳۹۶). نشست «تنظیم‌گری و بازطراحی دولت»، سی‌وسومین نشست از سلسله‌نشست‌های «گفتگوهای راهبردی» در تاریخ ۵ بهمن‌ماه ۱۳۹۵ در تالار تدبیر مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست‌جمهوری، بازیابی‌شده در ۸ آبان ۱۳۹۸ از <http://css.ir/ehlkao>.
- امامیان، سیدمحمدصادق، امیرمحمد ذوالفقاری، احسان محمدزاده و مرتضی زمانیان (۱۳۹۷). «نظام ملی تنظیم‌گری، مفهوم تنظیم‌گری و ارتباط آن با نظام حکمرانی»، گزارش دفتر مطالعات اقتصاد بخش عمومی (گروه مدیریت و تشکیلات) مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- ایسنا (۸ خرداد ۱۳۹۹)، رونمایی از طرح «هر ایرانی، یک تلویزیون اینترنتی»، بازیابی‌شده از: isna.ir/xdFWBr.
- ایسنا (۱۳ دی ۱۳۹۹)، طرح جدید ساترا برای رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر، بازیابی‌شده در ۵ شهریور ۱۴۰۳ از isna.ir/xdHpyf.

- آیین‌نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال، مصوب ۲۴ مرداد ۱۳۸۹ هیئت وزیران:
<https://www.saramad.ir/fa/intro/laws/lawmarkaz/aainnameha/samandehi>
- پایگاه اطلاع‌رسانی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران (۱۹ شهریور ۱۳۹۹ الف)، رسانه ملی علیه بی‌قانونی،
بازیابی در ۲۸ شهریور ۱۳۹۹ از <http://www.pririb.ir/portal/newsview/39532/>
- پایگاه اطلاع‌رسانی صداوسیما جمهوری اسلامی ایران (۱۹ شهریور ۱۳۹۹ ب)، سه مبنای قانونی نظارت
صداوسیما بر صوت و تصویر فراگیر، بازیابی‌شده در ۲۸ شهریور ۱۳۹۹ از
<http://www.pririb.ir/portal/newsview/39541>
- جام‌جم آنلاین (۱۳۸۳)، خاطرات ۱۰ ساله دکتر علی لاریجانی، بازیابی‌شده از
<https://jamejamonline.ir/000Cfg>
- جاوید، مریم (۱۴۰۱)، VOD چیست و چه کاربردی دارد؟ ابر دراک.
<https://derak.cloud/blog/tech/what-is-vod>
- حاجی ملامیرزائی، حامد (۱۳۹۸)، *الگوی خط‌مشی‌گذاری فضای مجازی*، تهران: دانشگاه و پژوهشگاه عالی
دفاع ملی و تحقیقات راهبردی.
- حسینی، سیدبشیر و مهدی شاطرانلو (۱۳۹۶)، «الگوی مطلوب نظام تنظیم‌گری محتوای صوت و تصویر در
بسترهای نوین انتشار فضای مجازی»، اولین کنفرانس حکمرانی و سیاست‌گذاری عمومی.
- خبر فوری (۱۳۹۶)، نظرسنجی بزرگ خبرفوری درباره ضریب نفوذ صداوسیما، بازیابی‌شده در ۱۲ شهریور
۱۳۹۹ از <https://b2n.ir/535692>
- خبرگزاری جمهوری اسلامی (۱۸ شهریور ۱۳۹۹)، مخالفت صریح وزارت فرهنگ با طرح مجلس برای
مدیریت شبکه نمایش خانگی، بازیابی در ۲۵ شهریور ۱۳۹۹ از www.irna.ir/news/84031227
- خبرگزاری دانشجو (۱۸ اردیبهشت ۱۳۹۷)، ۹۲ محتوای مجرمانه و دردسرساز برای مدیران فضای مجازی،
بازیابی‌شده در ۸ آبان ۱۳۹۹ از snn.ir/002rqz
- خبرگزاری دانشجو (۱۹ آبان ۱۳۹۸)، شیوه ارائه مجوزهای جدید به «وی‌اودی»‌ها چگونه است/ جزئیات
نظارت بر محتوای سایت‌های دانلود، بازیابی‌شده از <https://snn.ir/003N42>
- خبرگزاری دانشجو (۲۲ تیر ۱۴۰۰)، ساترا چه سازوکاری برای مدیریت شبکه نمایش خانگی دارد؟،
بازیابی‌شده از: <https://snn.ir/003yq8>
- خبرگزاری صبا (۲۹ شهریور ۱۴۰۰)، انتقال نظارت بر سریال‌های نمایش خانگی از ساترا به صداوسیما/
شورای جدید سختگیرترست؟، بازیابی‌شده از: <https://www.khabargozarisaba.com/?p=214516>
- خبرگزاری صداوسیما (۱ تیر ۱۳۹۵)، امضای تفاهم‌نامه سامانه نمایش درخواستی (سند)، بازیابی‌شده در ۱۴
مرداد ۱۳۹۹ از <https://www.iribnews.ir/004xml>
- خبرگزاری صداوسیما (۱۲ مرداد ۱۴۰۰)، تسهیل‌گری در کنار تنظیم‌گری؛ مأموریت رسانه ملی در صنعت
صوت و تصویر فراگیر، بازیابی‌شده از: <https://www.iribnews.ir/00DLto>
- خبرگزاری صداوسیما (۲۴ شهریور ۱۴۰۰)، صدور مجوز دو طرح از شورای محتوایی تولیدات حرفه‌ای،
بازیابی‌شده از: <https://www.iribnews.ir/00DW3t>

- خبرگزاری فارس (۲۴ مهر ۱۴۰۰)، نامه هیئت مدیره انجمن صنفی شرکت های ویدئویی آنلاین به رئیسی، بازیابی شده از: <http://fna.ir/4b70q>
- خبرگزاری مشرق (۷ آذر ۱۴۰۰)، رونمایی از «تلویزیون پلاس» شوک مثبت به شبکه نمایش خانگی، بازیابی شده از: mshrhg.ir/1305608
- خبرگزاری مهر (۷ مهر ۱۴۰۰)، نه ارشاد، نه ساترا؛ مجوز ساخت سریال خانگی با ماست/طرح‌هایی که رد شد، بازیابی شده از: mehrnews.com/xWbTT
- خبرگزاری مهر (۲۹ بهمن ۱۴۰۰)، سعید مقیسه رییس ساترا می‌شود/ جابه‌جایی در زیرمجموعه صداوسیما، بازیابی شده از: mehrnews.com/xX8zM
- خبرگزاری مهر، (۲۸ اسفند ۱۴۰۱)، بازار وی‌اودی در انحصار سه پلتفرم، بازیابی شده در ۱ شهریور ۱۴۰۳ از mehrnews.com/xZMfM
- خرم‌دل، مهدی، کوروش استوارسنگری، حسین علائی و حمید ضرابی (۱۴۰۲)، «چالش‌های مربوط به مرجع تنظیم‌گر و ناظر بر تولیدات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی»، حقوق/داری، ۹ (۳۰): صص ۳۱-۵۶.
- دستورالعمل «فعالیت انتخاباتی رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر»، ساترا مورخ ۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۰ <https://satra.ir/fa/wp-content/uploads/2019/12/>
- دستورالعمل «ارتباطات تجاری در رسانه‌های صوت و تصویر»، ساترا مورخ بهمن ۱۴۰۰ <https://satra.ir/fa/wp-content/uploads/2022/02/>
- دستورالعمل «صدور مجوز برای رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی»، ساترا <https://satra.ir/fa/%d9%85%d9%82%d8%b1%d8%b1%d8%a7%d8%aa-%d8%b5%d8%af%d9%88%d8%b1-%d9%85%d8%ac%d9%88%d8%b2>
- دستورالعمل «نحوه صدور موافقت‌نامه کلی انتشار محتوا در رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر»، مورخ ۲۱ دی ۱۳۹۹ ساترا <https://satra.ir/fa/wp-content/uploads/2019/12/>
- دیجیاتو (۲۶ مهر ۱۳۹۵)، حذف اپلیکیشن آپارات از روی کافه بازار در پی شکایت صداوسیما، بازیابی شده از: <http://dgto.ir/87d>
- دیجیاتو (۷ فروردین ۱۴۰۰)، ساترا درباره افزایش قیمت فیلمو اعلام کرد: ما ناظر بازار و رقابت هستیم نه ناظر قیمت، بازیابی شده در ۲۹ آبان ۱۴۰۰ از <https://dgto.ir/22zj>
- ذوالفقاری، امیراحمد (۱۳۹۵)، «سازوکار مناسب تنظیم‌گری تنظیم‌گران بخشی»، وبسایت اندیشکده حکمرانی شریف.
- راستا (۱۳۹۹)، گزارش بررسی صنعت VOD در ایران. بازیابی شده از www.Rasta360.ir
- رعیت‌نژاد، سودابه (۱۴۰۰)، «راهکارهای عملیاتی حل چالش‌های نهادی تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران»، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشگاه صداوسیما، دانشکده ارتباطات و رسانه (استاد راهنما: محمدحسین ساعی، استاد مشاور: سید محمدصادق امامیان).
- روزنامه شرق (۴ مهر ۱۴۰۰)، واکنش کانون کارگردانان به اظهارات وزیر ارشاد، بازیابی شده از: <https://www.magiran.com/article/4222149>

روزنامه همشهری (۱۴ بهمن ۱۳۹۸)، صوت و تصویر در انحصار صداوسیما، بازیابی شده از <https://newspaper.hamshahronline.ir/R6OAV>

زارع پور، حدیث (۱۴۰۱)، استریم VOD در مقابل استریم زنده، بازیابی شده از <https://derak.cloud/blog/tech/vod-vs-live-streaming/#live-streaming-and-VoD-streaming>

زرودی، علی (۲۴ بهمن ۱۴۰۱)، «سقوط آزاد، هزارتوی تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر»، مجله برخط زاویه، بازیابی شده از <https://zaviehmag.ir/?p=4197>

زومیت (۷ بهمن ۱۳۹۳)، آپارات فیلمو، سرویس جدید آپارات برای تماشای فیلم، بازیابی شده از: <https://www.zoomit.ir/tech/17160-apatat-filimo>

زومیت (۲۸ مهر ۱۳۹۵)، وزیر ارتباطات: صداوسیما سعه صدر داشته باشد، بازیابی شده از: <https://www.zoomit.ir/tech-iran/147409-ict-minister-irib-apatat-challenge>

زومیت (۶ بهمن ۱۳۹۵)، پنج شرکت از صداوسیما مجوز IPTV گرفتند، بازیابی شده از: <https://www.zoomit.ir/internet-network/151549-5-iranian-iptv-license-irib>

سامانه جامع نظرات شورای نگهبان، نظریه تفسیری در خصوص اصل ۴۴ و ۱۷۵ قانون اساسی، بازیابی شده از: <http://nazarat.shora-rc.ir/Forms/>

سرحدی، کاظم؛ طاهری، محسن (۱۳۹۹)، «جستاری در اعمال نظارت مطلوب بر انتشار صوت و تصویر در فضای مجازی از منظر حقوقی»، حقوق‌داری، شماره ۲۵، صص ۱۶۰-۱۳۹.

سیاح طاهری و دیگران (۱۳۹۵)، حقیقت مجازی، تهران: مرکز ملی فضای مجازی.

سینماپرس (۲۸ مهر ۱۳۹۸)، جاده یک‌طرفه سود برای سامانه‌های ویدئویی، بازیابی شده از <https://www.cinemapress.ir/news/117377>

صادقی فسایی، سهیلا و ایمان عرفان‌منش (۱۳۹۴)، «مبانی روش‌شناختی پژوهش اسنادی در علوم اجتماعی، مورد مطالعه: تأثیرات مدرن‌شدن بر خانواده ایرانی»، راهبرد فرهنگ، دوره ۸، شماره ۲۹، صص ۶۱-۹۱.

صمدی، مجتبی (۱۳۹۲)، «واکوی و امکان سنجی فرصت‌ها و تهدیدهای فرهنگی، ارتباطی تلویزیون بر مبنای معاهده اینترنت (IPTV) در جمهوری اسلامی ایران»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (علیه السلام)، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات.

قانون اساسنامه سازمان صداوسیما مصوب مجلس شورای اسلامی مورخ ۱۳۶۲.

قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مصوب سال ۱۳۶۵ مجلس شورای اسلامی.

قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور مصوب مجلس شورای اسلامی.

گزارش پانوراما (۱۳۹۸). مطالعه جامع کسب و کارهای آنلاین، استارت‌آپ‌ها و اینترنت ایران تهیه شده توسط مرکز پیش تجارت الکترونیکی ایران (<http://ecmonitor.ir>).

گزارش سالیانه فیلمو، آذر ۱۳۹۹.

ماده واحده «تعیین الزامات ساماندهی حوزه صوت و تصویر فراگیر» مصوب جلسه ۸۳۳ شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۳۰.

- ماهنامه پیوست (۱۶ شهریور ۱۳۹۴)، آیا واقعاً تلویزیون اینترنتی در ایران آتیه‌ای دارد؛ یک جعبه و چهل قلندر، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/10709>
- ماهنامه پیوست (آذر ۱۳۹۴)، نیم نگاهی به آبان ۹۴، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/14160>
- ماهنامه پیوست (۳۱ اردیبهشت ۱۳۹۷)، بستر قانونی برای انحصارگری صداوسیما وجود ندارد، بازیابی شده در ۸ آبان ۱۳۹۹ از <https://peivast.com/p/20986>
- ماهنامه پیوست (۷ آبان ۱۳۹۷)، کافه‌بازار وارد حوزه ویدئو شد، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/62693>
- ماهنامه پیوست (۲۱ مهر ۱۳۹۸)، فیلتر سایت‌های غیر مجاز داندلود فیلم برای حمایت از حقوق معنوی هنرمندان است، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/63601>
- ماهنامه پیوست (۲۰ آبان ۱۳۹۸)، دبیر کارگروه تعیین مصدق مجرمانه: هیچ نهادی درخواست فیلتر سایت‌های داندلود فیلم را نداده بود، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/63675>
- ماهنامه پیوست (۷ دی ۱۳۹۸)، مذاکرات سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر با پلتفرم‌های نمایش ویدیویی آغاز شد؛ توافق اولیه آپارات، فیلمو، کافه بازار و نماوا با صداوسیما، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/66481>
- ماهنامه پیوست (۲ فروردین ۱۳۹۹)، رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی با ساترا به تفاهم رسیدند، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/72909>
- ماهنامه پیوست (۱۷ فروردین ۱۳۹۹)، کناره‌گیری فیلمو و نماوا از انجمن صنفی شرکت‌های نمایش ویدئو آنلاین، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/73978>
- ماهنامه پیوست (۶ خرداد ۱۳۹۹)، بدون نگاه واحد نمی‌توان وضعیت VODها را اصلاح کرد، بازیابی شده در ۸ آبان ۱۳۹۹ از <https://peivast.com/p/77291>
- ماهنامه پیوست (۱۴ تیر ۱۳۹۹)، ظهور دو قطبی جدید در بازار شرکت‌های VOD، بازیابی شده در ۲۱ مرداد ۱۳۹۹ از <http://pvst.ir/87d>
- ماهنامه پیوست (۷ مهر ۱۳۹۹)، آیا مدیریت شبکه نمایش خانگی به صداوسیما سپرده می‌شود؟، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/86198>
- ماهنامه پیوست (۴ آذر ۱۳۹۹)، پرونده‌ای برای همه استارت‌آپ‌هایی که از انحصار در بازار ایران گلایه دارند؛ عالیجناب سبزپوش و عالیجناب خاکستری، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/89713>
- ماهنامه پیوست (۶ مهر ۱۴۰۰)، مجلس به دنبال تغییر نهاد ناظر بر شبکه نمایش خانگی است، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/112690>
- ماهنامه پیوست (۷ مهر ۱۴۰۰)، سامانه الماس مجوز ساخت تولیدات پلتفرم‌های آنلاین نمایش فیلم را می‌دهد، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/112807>
- ماهنامه پیوست (۲۰ مهر ۱۴۰۰)، مجلس به دنبال اتمام اختلاف وزارت ارشاد و صداوسیما برای نظارت بر VODها، بازیابی شده از: <https://peivast.com/p/113480>
- ماهنامه پیوست (۲۴ مهر ۱۴۰۰)، فیلمو و نماوا دست به دامن رئیس جمهور شدند، <https://peivast.com/p/113741>

- مصوبه «اصلاح ماده (۲۴) آیین‌نامه ساماندهی و توسعه رسانه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی دیجیتال» مصوب هیئت وزیران مورخ ۰۴/۱۲/۱۳۹۵.
- مصوبه «شرایط استفاده صحیح از لوازم و تجهیزات و محصولات مختلف سمعی و بصری و برنامه‌های تصویری در قالب ویدئو» جلسه ۲۹۸ شورای عالی انقلاب فرهنگی مورخ ۱۳۷۱/۱۰/۲۲.
- ناظمی، امیر؛ اسماعیلیان، ملیحه (۱۳۹۴)، «بررسی چالش‌های کلیدی در مقررات‌گذاری رسانه‌های صوتی - تصویری آینده»، پژوهش‌های ارتباطی، ۲۲ (۸۳)، صص ۱۰۵-۱۲۲.
- نقشه مهندسی فرهنگی کشور مصوب سال‌های ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- وبسایت خبری عصر ایران (۲۵ مهر ۱۳۹۵)، شکایت صداوسیما از سایت آپارات، بازیابی‌شده از: asriran.com/0025yR
- وبسایت خبری عصر ایران (۲۹ مهر ۱۳۹۵)، پاسخ آپارات به ادعاهای صداوسیما، بازیابی‌شده از: asriran.com/0026Dv
- وبسایت دفتر پژوهش‌های صنعت رسانه و محتوا، آشنایی با مفاهیم VOD، OTT و IPTV، بازیابی‌شده در ۲۰ شهریور ۱۳۹۹ از: <https://www.pajouha.com/>
- وبسایت ساترا <https://satra.ir/fa/>
- وبسایت ساترا (۱۲ مرداد ۱۴۰۰)، اعضای شورای پروانه تولید و انتشار محتوای حرفه‌ای رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر مشخص شدند، بازیابی‌شده از: <https://satra.ir/2021/7879>.
- وبسایت شورای عالی انقلاب فرهنگی (۲۷ فروردین ۱۴۰۳)، ضعف حکمرانی در حوزه صوت و تصویر فراگیر مرتفع شود، بازیابی‌شده از: <https://sccr.ir/news/24774/1>.
- وبسایت مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۴ اسفند ۱۴۰۲)، مصوبه انتخاب نمایندگان شورای عالی انقلاب فرهنگی و اعضای صاحب نظر برای عضویت در کمیته تدوین سیاست‌ها و ضوابط حاکم بر صوت و تصویر فراگیر و شبکه نمایش خانگی، بازیابی‌شده از: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1799934>
- ویجیاتو (۱۹ اردیبهشت ۱۳۹۹)، ساترا چیست؟ صداوسیما، فضای مجازی، VOD، رگولاتوری، بازیابی‌شده از: <https://vigiato.net/p/91423>
- همتی، محبوبه؛ قزلسفلی، محمدتقی (۱۴۰۱) «رویکردی نظری به گذار در مفهوم حکمرانی در اندیشه سیاسی معاصر»، فصلنامه مطالعات راهبردی، ۲۵ (۱)، ۲۰۵-۲۲۶.
- همتی فقیه، محمدمهدی (۱۳۹۹). «بایسته‌ها و ضرورت‌های تحقق دولت تنظیم‌گر»، وبسایت پژوهشکده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام، برگرفته از <https://csr.ir/0000Ke>
- Ansell, C., J. Torfing (2016). *Handbook on Theories of Governance*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Cha, Meeyoung, Haewoon Kwak, Pablo Rodriguez, Yong-Yeol Ahn & Sue Moon (2009), Analyzing the Video Popularity Characteristics of Large-Scale User Generated Content Systems. *IEEE/ACM Trans. Vol. 17, No. 5, 1357-1370.*
- Cyber Definitions, *What Does VOD Mean?*. Retrieved from <https://www.cyberdefinitions.com/definitions/VOD.html>.

Doelker, A. (2010), *Self-regulation and co-regulation: prospects and boundaries in an online environment*. A thesis for the degree of master of laws in the faculty of graduate studies the university of British Columbia (Vancouver).

European Audiovisual Observatory (2007), *IRIS Special: Legal Aspects of Video on Demand*.

European Audiovisual Observatory (2014), *ON-DEMAND AUDIOVISUAL MARKETS IN THE EUROPEAN UNION*.

European Audiovisual Observatory (2016), *IRIS Plus 2016-3, VOD, platforms and OTT: which promotion obligations for European works?*.

European Commission (2014), *On-Demand Audiovisual Markets in The European Union*.

European commission website (8 March 2021), *Commission releases Guidelines on Video sharing platforms and Guidelines on European Works*, retrieved from <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/commission-releases-guidelines-video-sharing-platforms-and-guidelines-european-works> .

European Parliament (2015), *Over-the-Top (OTTs) players: Market dynamics and policy challenges*.

ITU (2009), *Y.1901: Requirements for the support of IPTV services*.

Statista (2020, a), *Video-on-Demand Market Outlook- Iran*.

Statista (2020, b), *Video-on-Demand Market Outlook- worldwide*.

Statista (2023), *Video-on-Demand: market data & analysis*, Retrieved from <https://www.statista.com/study/38346/video-on-demand/>.

Torring, J., B.G. Peters, J. Pierre and E. Sørensen (2012). *Interactive Governance: Advancing the Paradigm*. Oxford: Oxford University Press.