

تلویزیون اینترنتی در ایران

تهیه شده توسط فیلتربان

فهرست

مقدمه

تعریف‌ها

بخش الف - تلویزیون خصوصی در ایران: گذشته و حال

تلویزیون‌های اینترنتی و انتخابات

گسترش اختیارات ساترا

بخش ب - تلویزیون‌های اینترنتی مورد تایید صداوسیما

شرکت‌های طرف قرارداد با صداوسیما: لنز، آیو، فام، و تیوا

لنز

آیو

فام

تیوا

سرویس‌های متعلق به صداوسیما (تلویزیون، ایران صدا، سپهر،

باشگاه خبرنگاران جوان)

تلویزیون

سپهر

باشگاه خبرنگاران جوان

ایران صدا

بخش ج - نظرسنجی درباره آی‌پی‌تی‌وی‌ها

مصرف

مصرف داده‌ها و پهنای باند

ارجحیت‌های پاسخ‌دهندگان

اطلاعات جمعیتی

نتیجه‌گیری

۳

۳

۴

۶

۶

۷

۸

۸

۹

۹

۹

۹

۹

۹

۱۰

۱۰

۱۰

۱۰

۱۰

۱۱

۲۱

۲۱

۲۱

۲۱

مقدمه

تولید و توزیع محصولات رسانه‌ای در ایران همواره از حساسیت سیاسی بالا برخوردار بوده است. پس از انقلاب اسلامی ۱۳۵۷، دولت کنترل خود را بر تولیدات رادیو-تلویزیونی و محصولات چندرسانه‌ای افزایش داد. تحولات رسانه‌های دیجیتال در سال‌های اخیر، در نحوه مصرف محصولات صوتی و تصویری نیز تغییرات مهمی را در جامعه‌ی ایرانی به همراه داشته است که شیوه‌های مرسوم کنترل دولتی بر اطلاعات را دور می‌زند یا بی‌اثر می‌کند. در واکنش به این وضعیت، دولت به استقرار سیستم گسترده سانسور اینترنتی، ایجاد اختلال در امواج ماهواره‌ای، و محلی‌ساختن اینترنت دست زده است. این اقدامات با همکاری سپاه، نیروهای انتظامی، و کادر تکنوکرات دولتی پیش‌برده شده است.

همزمان با این تحولات، تلاش‌های رو به افزایشی هم از درون نظام برای خصوصی‌سازی تولیدات رسانه‌ای صورت گرفته است. این تلاش‌ها، با بالا بردن استانداردها و کیفیت تولید، معطوف به تغییر رفتار و سلیقه‌ی مخاطبان در قبال رسانه‌های داخلی و زیرساخت اینترنت بوده است. هرچند این کار با خطر تضعیف سانسور نیز همراه شده است. در کابینه حسن روحانی چندین شرکت خصوصی مجوز گرفتند تا خدمات صوتی/تصویری دیجیتال به شهروندان عرضه کنند. برخی از این شرکت‌ها دست به تأسیس تلویزیون‌های اینترنتی یا دارای پروتکل اینترنت (IPTV) زدند که شامل باکس خانگی یا «اُور-د - تاپ» (Over the Top) و ویدیوی درخواستی (VOD) با محصولات خاص می‌شد. این خدمات باعث ناخشنودی محافظه‌کاران شد و خشم صداوسیما جمهوری اسلامی را برانگیخت. سازمان صداوسیما (به اصطلاح «رسانه ملی» در اسناد رسمی دولتی) خود را تنها صاحب‌اختیار محتوای صوتی و تصویری در کشور می‌شناسد.

گزارش کنونی به واکاوی عمیق تنش‌های سیاسی پیرامون پایگاه‌های اینترنتی خصوصی برای پخش تلویزیونی در ایران از دهه هشتاد شمسی تا کنون می‌پردازد. تأکید ما بر رویکرد نهادهای دولتی برای نظارت و ادغام این تلویزیون‌ها در اکوسیستمی است که دولت مجاز می‌داند. به تحلیل نزاع قدرت می‌پردازیم و اهمیتی که این نزاع‌ها برای شبکه ملی اطلاعات و سیاست‌های محلی‌سازی اطلاعات در بردارند. همچنین نتایج یک همه‌پرسی را ارائه می‌دهیم که برای نخستین بار نظر مردم را در مورد این پلتفرم‌ها منعکس می‌کند و چشم‌انداز بازار تلویزیون اینترنتی را در آینده ترسیم می‌نماید. در پایان، از زاویه سیاست‌های اینترنتی و رسانه‌ای به تحلیل جنبه‌های مثبت و جنبه‌های پرخطر این رسانه‌ی جدید می‌پردازیم.

تعریف‌ها

آی‌پی‌تی‌وی: تلویزیون اینترنتی یا تلویزیون با پروتکل اینترنت (IPTV) — به طور عام به معنی محتوایی است که به وسیله‌ی آی‌پی‌ها یا آدرس‌های اینترنتی به طور زنده به مخاطبان عرضه می‌شود. برخلاف تلویزیون کابلی یا ماهواره‌ای، آی‌پی‌تی‌وی خدمات تلویزیونی سنتی مثل کانال‌های زنده را از طریق شبکه‌ی اینترنت و آی‌اس‌پی‌ها به مشتریان خود در خانه‌ها ارائه می‌کند. از طریق آی‌پی‌تی‌وی می‌توان داده‌ها را با سرعت بالا انتقال داد و در نتیجه محتوای چندرسانه‌ای هم امکان پخش پیدا می‌کند. آی‌پی‌تی‌وی نیازمند ارتباط پایدار با اینترنت و یک دستگاه یا باکس مرتبط‌کننده به صفحه تلویزیون است. خدمات آی‌پی‌تی‌وی را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: ۱) پخش زنده، چه به شکل یک‌جانبه و چه تعاملی یا دو جانبه؛ ۲) ویدیو فیلم درخواستی؛ ۳) تنظیم زمانی به نحوی که برنامه‌ای را بتوان همزمان با پخش زنده دید یا اینکه برای ساعات و روزهای بعد در دسترس قرار داد یا یک برنامه زنده را عقب برد و دوباره از ابتدا به تماشایش نشست.

ویدیو درخواستی (VOD): ویدیو و فیلمی که بنا به تقاضای مشتری برای او پخش می‌شود. این سرویس دست مخاطبان را باز می‌گذارد تا از میان انبوهی از برنامه‌های صوتی و تصویری دست به انتخاب بزنند و مجبور نباشند برای برنامه‌ی مورد نیاز خود در انتظار ساعت پخش آن بنشینند. آی‌پی‌تی‌وی در اکثر موارد همراه با سرویس ویدیوی درخواستی از طریق تلویزیون یا کامپیوتر برنامه‌هایش را پخش می‌کند، هرچند بسته به سرعت اینترنت کیفیت تصویر بهتر یا بدتر می‌شود. سیستم‌های ویدیوی درخواستی با انواع ابزارها کار می‌کنند مثل باکس خانگی، کامپیوتر، گوشی همراه، و هر وسیله‌ای که با آن بتوان از اینترنت پخش زنده دریافت کرد یا محتوا را دانلود کرد و بعداً دید.

سرویس‌های خانگی یا اوتی‌تی: «اُور د تاپ» (OTT) این نام به خدمات مستقل ویدیویی از راه اینترنت اطلاق می‌شود که به تشکیلات سنتی پخش تلویزیون و کانال‌های متداول متکی نیست. چنین خدماتی فقط آنلاین و از طریق اشتراک عرضه می‌شوند. محتوای عرضه‌شده را می‌توان از طریق رایانه، تلویزیون، باکس خانگی، و سایر ابزارهای مرتبط با اینترنت دریافت کرد.

ما در این گزارش از واژه «آی‌پی‌تی‌وی» (IPTV) یا «تلویزیون اینترنتی» به طور عام استفاده می‌کنیم که دربرگیرنده مجموعه‌ای از خدمات از جمله ویدیوی درخواستی، اوتی‌تی، و خدمات با زمان متغیر هم می‌شود. به دو علت این کار را می‌کنیم: یکی اینکه رسانه‌ها و مقامات دولتی هر دو از لفظ «آی‌پی‌تی‌وی» به همین شکل عام استفاده می‌کنند. دوم، در نظر سنجی‌ای که انجام

این تقابل دائمی و مکرر با دولت نشان می‌دهد که عملکرد انحصاری صداوسیما برای نظام دارای اهمیت حیاتی است — نشانه‌ای از نزاع بر سر قدرت رسانه‌ای که تا همین امروز اهمیتش را حفظ کرده است. اصل ۴۴ قانون اساسی ایران مقرر داشته که کلیه تولیدات و پخش محتوای رسانه‌ای منحصراً در اختیار دولت باشد. ماده ۷ اساسنامه صداوسیما — که یک سند پایه‌ای ناظر بر عملکرد این سازمان است — انحصار رسانه‌ای را متعلق به این نهاد می‌داند. تخطی از این ماده می‌تواند باعث شکایت قانونی علیه نقض‌کنندگان آن شود. با این‌همه، با پیشرفت در رسانه‌های دیجیتال و متحول شدن تکنولوژی‌های پخش تلویزیونی، دیگر روشن نیست آن اصول و ماده‌های قانونی با این شکل‌های نوین مطابقت داشته باشند. طی همه‌ی این تحولات، صداوسیما که مدیرکل آن را رهبر نظام منصوب می‌کند، به عنوان بازوی تبلیغاتی بی‌بدیل جمهوری اسلامی به کار خود ادامه داده است. این سازمان از ثروتمندترین نهادهای دولتی است که بودجه‌اش به بودجه‌ی برخی از وزارتخانه‌ها پهلو می‌زند. تلاش‌هایی که در گذشته در مجلس برای تجدید نظر در مقررات نظارتی بر صداوسیما شد هیچ‌یک به نتیجه نرسید.^۴

صداوسیما سرسختانه بر این اصل پافشاری کرده که تنها نهاد ناظر بر ویدیو و موسیقی آنلاین در کشور است و مسئولیت دادن مجوز هم منحصراً در اختیار او است — ادعایی که در دولت حسن روحانی به شدت زیر سوال رفت. در نامه‌ای که رهبر نظام در شهریور ۱۳۹۴ به رئیس‌جمهور وقت - حسن روحانی (در مقام رئیس شورای عالی فضای مجازی) - نوشت، تأکید شده که صداوسیما مسئولیت نظارت بر تمامی محتوای چندرسانه‌ای آنلاین را به عهده دارد. این نخستین گام در مسیر دادن قدرت تمام و کمال به صداوسیما بود که تولید و پخش محتوای آنلاین را به دست بگیرد.^۵

صداوسیما برای تحکیم اقتدارش به سرعت وارد عمل شد و در اسفند ۱۳۹۴ برای پنج شرکت تلویزیون اینترنتی مجوز صادر کرد (توضیح بیشتر در بخش ب).^۶ همان سال، صداوسیما علیه شرکت «آپارات» به دادگاه شکایت برد. آپارات موفق‌ترین پلتفرم داخلی برای اشتراک‌گذاری ویدیو است که به خوبی با یوتوب رقابت می‌کند. اتهام آپارات این بود که بدون مجوز از سوی صداوسیما عمل کرده و بنابراین غیرقانونی است. صداوسیما طبق اساسنامه‌اش و بر اساس فرمان رهبر نظام خود را تنها مرجع

داده‌ایم (بخش ج در پایین)، برای پرهیز از کلمه‌های ناآشنا از همین یک واژه بهره گرفتیم که پاسخ‌دهندگان با کاربرد آن بهتر ارتباط برقرار می‌کنند.

بخش الف - تلویزیون خصوصی در ایران: گذشته و حال

مطرح شدن سرویس ویدیوی خصوصی آنلاین و پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری در ایران از ابتدا با برخوردها و رقابت‌های سیاسی همراه بود. در انتخابات مناقشه‌آمیز ۱۳۸۸، میرحسین موسوی نامزد اصلاح طلب در کارزار انتخاباتی‌اش یک کانال تلویزیونی به نام «قلم» به راه انداخت.^۱ این کانال بلافاصله از طرف کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه فیلتر شد. این کارگروه نهاد قانونی نظارت بر محتوا و سانسور آنلاین است. به دنبال پیروزی مناقشه‌آمیز محمود احمدی نژاد، مهدی کروبی، دیگرنامزد اصلاح طلب هم اعلام کرد قصد دارد یک کانال تلویزیونی خصوصی (مستقل از دولت) با مدیریت بهروز افخمی تاسیس کند. افخمی فیلمساز و عضو سابق مجلس در اوایل دهه ۸۰ شمسی بود.^۲ نیروهای امنیتی افخمی را دستگیر کردند و برنامه‌های کروبی در نطفه خفه شد. کمتر از یک‌سال بعد کروبی، موسوی، و زهرا رهنورد، همسر موسوی، دستگیر و به حبس خانگی محکوم شدند که تا امروز ادامه دارد.

در سال ۱۳۹۱ محمد حسینی، وزیر وقت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ادعا کرد که تاسیس تلویزیون‌های غیردولتی مغایر با قانون اساسی است. در آن زمان، چنین ادعایی در واکنش به چهره‌ها و جناح‌های اصول‌گرایی بود که می‌خواستند در برابر صداوسیما خود مستقلاً کانال تلویزیون خصوصی اینترنتی احداث کنند.^۳

۱ دنیای اقتصاد، ۲۰ اردیبهشت ۱۳۸۸، «تلویزیون اینترنتی برای میرحسین موسوی»: <https://www.magiran.com/article/1855699>

۲ ناهید صیام‌دوست، لس آنجلس تایمز، انگلیسی، ۹ ژانویه ۲۰۰۶ (۱۹ دی ۸۴)، «روحانی ایرانی تلاش دارد نظرات متفاوت خود را از طریق تلویزیون به مردم برساند»: <http://lat.ms/3dckwuB>

۳ گزارشگران بدون مرز، ۲۰۱۲، «وزیر ارشاد ایران: مجوز تلویزیون خصوصی به هیچ کس داده نمی‌شود»: <http://bit.ly/39HABVA>

۴ ویجیاتو، ۱۹ اردیبهشت ۱۳۹۹، «ساترا چیست؟ صدا و سیما، فضای مجازی، VOD، رگولاتوری و مابقی قضایا»: <https://vigiato.net/p/91423>

۵ همانجا

۶ تعادل، ۱ اسفند ۱۳۹۵، «گام‌های مثبت تلویزیون تعاملی برای خصوصی‌شدن»: <http://bit.ly/2KIRvR3>

در دی ماه ۱۳۹۸، قوه قضاییه در صدد برآمد قدرت صداوسیما را برای نظارت بر تمام رسانه‌ها تثبیت کند. ابراهیم رئیسی، رئیس جمهور کنونی که در آن زمان ریاست قوه قضاییه را به عهده داشت (یکی دیگر از مقام‌های انتصابی از سوی رهبر نظام)، در بخشنامه‌ای اظهار کرد هر نوع فعالیت صوتی و تصویری بدون داشتن مجوز از سازمان صداوسیما غیرمجاز تلقی می‌شود.^{۱۲} کابینه روحانی به شدت از این تصمیم انتقاد کرد و گفت این مسأله در حوزه‌ی اختیار قوه قضاییه نیست و شورای عالی فضای مجازی باید در این باره تصمیم بگیرد.^{۱۳}

در بهمن ماه ۱۳۹۸، دیوان عدالت اداری در مصوبه‌ای دست به ابطال اختیارات سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی (CRA) زد.^{۱۴} این سازمان به عنوان رگولاتوری به ریاست وزیر ارتباطات بر مسائل تولید و زیرساخت محتوای رسانه‌ها نظارت دارد.^{۱۵} دیوان عدالت اداری با استناد به اصل ۴۴ قانون اساسی که تولید و پخش محتوا را منحصرأ در حدود اختیارات دولت می‌داند، و با اشاره به فرمان ۱۳۹۴ رهبر نظام، و همچنین رجوع به «نظریه تفسیری» شورای نگهبان در مهرماه ۷۹ که فرستنده‌های خصوصی را که زیر نظر صداوسیما نباشند در هر حوزه‌ی رسانه‌ای ممنوع کرده، تصمیم خود را اعلام کرد.^{۱۶}

در خرداد ۱۳۹۹ شورای عالی فضای مجازی بالاترین مرجع تصمیم‌گیری درباره سیاستگذاری اینترنت در کشور که به رهبر نظام گزارش می‌دهد، اعلام کرد قصد پادرمیانی در این مناقشه‌ها را دارد. برای پرهیز از سردرگمی‌های بیشتر و در جهت منافع سرویس‌های داخلی، شورای عالی حاضر است برای سیاستگذاری بهتر به بحث‌های دو طرف (کابینه و سازمان صداوسیما) گوش فرادهد.^{۱۷} در زمان نوشتن این گزارش هنوز شورای عالی فضای

ناظر بر رسانه‌های آنلاین تلقی می‌کرد. علاوه بر این، صداوسیما نخستین گام‌ها را در تشکیل نهادی برداشت که بعداً با نام سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر (ساترا) تثبیت شد.^۷

در اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۵ کمیسیون فرهنگی مجلس طرحی ارائه داد با عنوان «مرجعیت فراگیر نظارت بر امور چندرسانه‌ای» که در آن حق نظارت بر محتوای رسانه‌های آنلاین به صداوسیما داده شد. این طرح تا فروردین ۱۳۹۷ معلق بود تا اینکه در این تاریخ نمایندگان اصولگرای کمیسیون فرهنگی اعلام کردند با اهدای حق نظارت صداوسیما بر محتوای آنلاین توافق کامل دارند. نمایندگان اصلاح‌طلب و وزیر وقت ارتباطات از در مخالفت درآمدند و گفتند برای نظارت صداوسیما رهنمودهای روشن و دقیق در مورد محتوای صوت و تصویر هنوز تدوین نشده است.^۸ و رای تصمیم کمیسیون، مجلس هیچگاه در این مورد به رای نهایی نرسید. با این حال، این سیاست نشان‌دهنده‌ی کوشش مستمر محافظه‌کاران برای تحکیم نظارت صداوسیما بر تولیدات رسانه‌های آنلاین بود.

در تمام این مدت «ساترا» اقتدار خود را بر محتوای کلیه رسانه‌ها اعم از آنلاین یا غیره برقرار کرد. در سال ۱۳۹۷ ساترا برای چهار ایستگاه تلویزیون تعاملی اینترنتی (آی‌پی‌تی‌وی) و هفت مؤسسه‌ی رسانه‌ای صوت و تصویر پروانه‌ی کار صادر کرد.^۹ با کوشش ساترا خدمات ویدیویی درخواستی نیز زیر نظارت این تشکیلات درآمد. پیش از آن پروانه‌ی این خدمات از طرف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی صادر می‌شد که در اختیار کابینه و هیأت وزیران بود و در رقابت با صداوسیما و سانسورهای سخت‌گیرانه‌ی آن راحت‌تر مجوز صادر می‌کرد. با مقررات جدید، پلتفرم‌های ویدیویی درخواستی مجبور شدند یک مجوز دیگر هم از ساترا بگیرند. این تحولات باعث سردرگمی متقاضیان مجوز شده و دخالت کابینه را به دنبال داشت.^{۱۰} ساترا از اختیارات خود برای سانسور تولیدات ویدیوهای درخواستی استفاده می‌کند که نتیجه‌اش کاهش محبوبیت این نوع محصولات بوده است.^{۱۱}

۱۲ سید ابراهیم رئیسی، ۲۸ دی ۱۳۹۸، «بخشنامه به مراجع قضایی سراسر کشور»: <https://bit.ly/3anTUoy>

۱۳ بی‌بی‌سی فارسی، ۶ بهمن ۱۳۹۸، «انتقاد دولت از واگذاری صدور مجوز انحصاری صوت و تصویر فراگیر مجازی به صدا و سیما»: <http://bbc.in/3qjRGfs>

۱۴ سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی (CRA): <https://www.cra.ir/en/enhome>

۱۵ ایسنا، ۱۵ بهمن ۱۳۹۸، «انتشار و پخش برنامه‌های صوتی و تصویری فراگیر منحصرأ در صلاحیت رسانه ملی است»: <https://bit.ly/3xmGstb>

۱۶ مرکز پژوهش‌های مجلس، رای هیات عمومی دیوان عدالت اداری ۱۵/۱۱/۱۳۹۸: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1488525>

۱۷ مهرنیوز، ۲۳ خرداد ۱۳۹۹، «ورود شورای عالی فضای مجازی به حوزه وی‌اودی‌ها»: <http://bit.ly/2LHW33n>

۷ ساترا، درباره ما: <https://bit.ly/39x8tEX>

۸ یجیاتو، ۱۹ اردیبهشت ۱۳۹۹، «ساترا چیست؟ صداوسیما، فضای مجازی، VOD، رگولاتوری و مابقی قضایا»: <https://vigiatto.net/p/91423>

۹ ایسنا، ۱۱ اردیبهشت ۱۳۹۷، «صدور مجوز برای ۴ تلویزیون تعاملی و ۷ مؤسسه رسانه صوتی و تصویری»: <http://bit.ly/35ONegm>

۱۰ ویجیاتو، ۱۹ اردیبهشت ۱۳۹۹، «ساترا چیست؟ صداوسیما، فضای مجازی، VOD، رگولاتوری و مابقی قضایا»: <https://vigiatto.net/p/91423>

۱۱ ایران اینترنشنال، ۹ ژوئیه ۲۰۲۱ (۱۸ تیر ۱۴۰۰)، انگلیسی، «مدیرکل بعدی صداوسیما چه کسی خواهد بود؟»: <https://bit.ly/3AzTWn7>

همزمان سازمان صداوسیما یکی از فرستنده‌هایش را وقف آن کرد که هر نامزد صاحب یک تلویزیون اینترنتی شود و ساترا هم بلافاصله پروانه این آی‌پی‌تی‌وی‌ها را صادر کرد.^{۲۰} ظرف چند روز دو نامزد انتخاباتی، ابراهیم رئیسی^{۲۱} و سعید جلیلی^{۲۲} سرپرست سابق مذاکرات هسته‌ای در کابینه احمدی‌نژاد، کانال‌های تلویزیون اینترنتی خود را روی پلتفرم‌های صداوسیما به راه انداختند که از جمله می‌توان از تلویزیون، لنز، و تیوا نام برد (توضیح بیشتر در بخش ب).

گسترش اختیارات ساترا

همزمان با انتخابات ریاست جمهوری، ساترا در صدد برآمد قواعد و مقرراتی برای رسانه‌های اجتماعی داخلی و پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری وضع کند. اقدام ساترا موجب نگرانی شد که مبدا این نهاد پا را از حدود اختیارات خود فراتر گذاشته باشد. روز ۲۱ اردیبهشت، سرویس پخش ویدیویی آپارات در تویییتی نوشت که ساترا دستور داده یکی از برنامه‌های جدل سیاسی علی‌علیزاده، تحلیلگر سیاسی، با محمود احمدی‌نژاد از این پایگاه حذف شود. آپارات گلایه کرد که این سیاستگذاری‌های متناقض به تضعیف سرویس‌های داخلی و نقض حقوق کاربران می‌انجامد. حذف مصاحبه‌ی مذکور انتقادهای بسیاری را برانگیخت. مدتی بعد، وحید فرهمند، قائم‌مقام ساترا، در یک گفتگو اقرار کرد که حذف مصاحبه احمدی‌نژاد یک «اشتباه موردی» و ناشی از «وجود یک خلاء در فرایند ابلاغ به آپارات» بوده؛ تلویحا به این معنی که آپارات می‌تواند مصاحبه‌ی مزبور را دوباره در دسترس بگذارد.

چند روز بعد در ۳۱ اردیبهشت، مدیرکل ساترا جزییاتی درباره مقررات فعالیت‌های انتخاباتی منتشر کرد. فهرست او شامل عنوان‌هایی بود نظیر احراز هویت واقعی در «صفحات رسمی» نامزدها چنانچه کاربری تقاضا کند، برچسب‌گذاری بر محتوای «مرتبط با انتخابات» برای شناسایی سریع، مرور محتوا برای جلوگیری از پخش اکاذیب، و حذف هر مطلبی که قوانین انتخاباتی را نقض کند.

تعیین مقررات کارزار انتخاباتی آنلاین از سوی ساترا نشان از گسترش حوزه نفوذ این نهاد بر موضوعاتی دارد که قبلاً کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه و قوه قضاییه برای آنها

مجازی درباره‌ی این مسأله‌ی بحث‌انگیز تصمیمی اتخاذ نکرده است.^{۱۸}

با وجود تمام این مناقشه‌ها بر سر حق دادن مجوز، باید اذعان کرد که تلویزیون‌های اینترنتی اکنون بخش مهمی از زیرساخت شبکه‌های داخلی، یا شبکه ملی اطلاعات، را تشکیل می‌دهند. دولت سعی خود را می‌کند تا شرکت‌های خصوصی را به تولید برنامه‌ها و فیلم‌های با کیفیت خوب ترغیب نماید و بدین نحو کاربران اینترنتی را جذب پلتفرم‌های داخلی کند. این پلتفرم‌ها ترافیک داده‌های خود را از مسیر شبکه ملی اطلاعات هدایت می‌کنند. شورای عالی فضای مجازی نیز تاکید کرده که فرستنده‌های ویدیوهای درخواستی ملزم هستند دست‌کم ۴۰٪ از پهنای باند خود را به تولیدات داخلی اختصاص دهند که با رعایت ملاحظات فرهنگی، سیاسی، و دینی تهیه شده‌اند. با وعده‌ی سرعت بیشتر و هزینه کمتر، دولت بر آن است که مردم را به سمت استفاده از شبکه ملی اطلاعات سوق دهد، با این امید که شبکه‌های سانسورنشده‌ی بین‌المللی به تدریج جذابیت خود را از دست بدهند. این استراتژی برای بومی کردن تولیدات صوتی و تصویری به پیچیدگی دستگاه کنونی سانسور که همین حالا هم بسیار وسیع است می‌افزاید زیرا از شیوه‌هایی برای سلیقه‌سازی و حمایت از محصولات دولتی استفاده می‌کند که به راحتی قابل تشخیص و رصد نیستند.

تلویزیون‌های اینترنتی و انتخابات

به هنگام انتخابات ریاست جمهوری در خرداد ۱۴۰۰ بحث از تلویزیون‌های اینترنتی در عنوان خبرها دیده می‌شد. از آنجا که شیوع همه‌گیری کرونا باعث کاهش تعداد کارزارهای حضوری شده بود، کارزارهای آنلاین برای نامزدها اهمیت بیشتری پیدا کرد. دولت و صداوسیما دست به اقداماتی برای تسهیل روند انتخابات و بالا بردن نرخ مشارکت مردم زدند. محمدجواد آذری جهرمی، وزیر وقت ارتباطات، اعلام کرد دولت تا تاریخ انتخابات به همه ایرانیان به طور رایگان یک بسته اینترنتی ۷ گیگابایتی اهدا می‌کند.^{۱۹}

^{۲۰} شبکه خبر، ۱۰ خرداد ۱۴۰۰، «راه‌اندازی شبکه اختصاصی تلویزیونی اینترنتی به تعداد نامزدها»: <https://bit.ly/3yfmXnY>

^{۲۱} دنیای اقتصاد، ۱۴ خرداد ۱۴۰۰، «شبکه اینترنتی ابراهیم رئیسی رسماً افتتاح شد»: <https://bit.ly/3BPnxf>

^{۲۲} خبرگزاری مهر، ۱۱ خرداد ۱۴۰۰، «سعید جلیلی تلویزیون اینترنتی خود را افتتاح کرد»: <https://bit.ly/317RT5y>

^{۱۸} خبرگزاری جمهوری اسلامی، ۲۸ آذر ۱۳۹۹، «شورای عالی فضای مجازی مصادیق صوت و تصویر فراگیر را تعیین کند»: <https://bit.ly/3A4Ps8p>

^{۱۹} آذری جهرمی اضافه کرد، «از من نپرسید این بسته رایگان آیا فقط شامل اینترنت بومی می‌شود، اینترنت یک شبکه بین‌المللی است.» این گفته تلویحاً به این معنی بود که بسته اهدا شده منحصر به شبکه ملی اطلاعات نیست و اینترنت بین‌المللی را هم شامل می‌شود.

شرکت‌های خصوصی طرف قرارداد با صداوسیما

شرکت مادر	نوع برنامه‌ها	اندروید	آی اُ اس	اپلیکیشن روی وب	باکس خانگی	فرصت دیدن پس از پخش نخست
ایرانسل	فیلم سینمایی، برنامه تفریحی، ورزش، کانال‌های صداوسیما	بالای ۱ میلیون	بالای ۱۷ هزار			بله تا ۷ روز
باران تلکام	فیلم سینمایی، برنامه تفریحی، ورزش، کارتون، کانال‌های صداوسیما	بالای ۵۰۰ هزار	بالای ۷ هزار		بله (همچنین روی تلویزیون هوشمند (سامسونگ)	بله تا ۱۴ روز
آسمان (مرتبط با سپاه پاسداران)	فیلم سینمایی، برنامه تفریحی، موسیقی، کانال‌های صداوسیما	بالای ۱۰ هزار	-	بله	بله	؟
تراشه سبز	فیلم سینمایی، موسیقی، ورزش، سرگرمی کودکان، کانال‌های صداوسیما	بالای ۱۵۰ هزار	بالای ۲ هزار	-	؟	؟

جدول ۱ - شرکت‌های خصوصی طرف قرارداد با صداوسیما

شبکه صداوسیما نمی‌روند، از طریق شبکه‌های دیجیتال و با هزینه کم یا حتی رایگان برنامه‌های مورد تایید صداوسیما را دریافت و استفاده می‌کنند.

تصمیم می‌گیرند. در عین حال، ممکن است بازتابی باشد از برداشت‌های متضاد و دعوای درونی میان نهادهای دولتی بر سر میزان اختیارات ساترا.

در این بخش مروری خواهیم داشت بر آی‌پی‌تی‌وی‌هایی که صداوسیما رسماً مبلغ آنهاست و با نام «سرویس‌های تلویزیون تعاملی» معرفی می‌کند. این سرویس‌ها یا «طرف قرارداد با صداوسیما» هستند یا «متعلق به صداوسیما». البته این سرویس‌ها شامل تمامی تلویزیون‌های اینترنتی، ویدیوهای درخواستی، و آنتی‌تی‌ها در کشور نمی‌شود. با آنکه برخی از سرویس‌های خصوصی مثل «فیلیمو» و «نمایش» بسیار محبوب هستند، صداوسیما هنوز آنها را تایید نکرده است. تاکید بیشتر بر تلویزیون‌های اینترنتی است که تماشاچی‌های بیشتری را جلب می‌کند تا سرویس‌های خصوصی ویدیوی درخواستی.

شرکت‌های طرف قرارداد با صداوسیما:

لنز، آیو، فام، و تیوا

در آبان ۱۳۹۵ پنج شرکت ایرانسل، باران تلکام، آسمان، تراشه سبز، و نشر الکترونیک موفق شدند پروانه کسب تلویزیون اینترنتی دریافت کنند. اما خیلی زود این پروانه‌ها به خاطر اختلاف میان صداوسیما و وزارت ارتباطات لغو شدند زیرا معلوم نبود اساساً صداوسیما چنین اختیاراتی داشته باشد. پس از درگیری‌های بسیار دوباره در مهر ۱۳۹۵ پروانه‌ها تجدید شدند - به استثنای شرکت

بخش ب - تلویزیون‌های اینترنتی مورد تأیید صداوسیما

گسترش اختیارات ساترا نشانگر آن است که در حال حاضر سازمان صداوسیما در رقابت با قوه مجریه دست بالا را دارد. در همان حال که ساترا صدور مجوز به آی‌پی‌تی‌وی‌ها را ادامه می‌دهد، صداوسیما با ظاهر تازه‌ای در این حیطه قصد پیشبرد یک استراتژی دلبه را دارد. صداوسیما تعدادی از آی‌پی‌تی‌ها را به خود تخصیص داده و زیر نام‌های جدید مثل «سپهر» و «ایران‌صدا» برنامه‌های خودش را پخش می‌کند. علاوه بر این، صداوسیما با چند شرکت خصوصی سرشناس قرارداد بسته که از طریق آنها حوزه نفوذ خود را گسترش دهد. طبق قرارداد، این سرویس‌های خصوصی علاوه بر پخش برنامه‌های تولید داخلی یا دبله شده، موظف به پخش تولیدات خود صداوسیما هم هستند. این نوع همکاری دامنه‌ی نفوذ صداوسیما را گسترش می‌دهد به نحوی که حتی تماشاگرانی که به طور معمول سراغ

سرویس‌های صداوسیما

هزینه	فرصت دیدن مجدد پس از پخش نخست	باکس خانگی	وبسایت	آی‌اُس	اندروید	نوع محتوا	
مجانی	بله - تا ۷ روز	نه	بله	هزار ۴+	میلیون ۲۰+	پخش زنده و آرشیو کامل صداوسیما	تلویزیون
	؟	نه	بله	هزار و پانصد ۷+	هزار ۲۰۰+	پخش صوتی	ایران صدا
	نه	نه	بله	نه	هزار ۲۰۰+	پخش زنده برنامه‌های صداوسیما (رادیو و تلویزیون)	سپهر
	بله - تا سه ساعت در وبسایت	نه	بله	نه	هزار ۱+	پخش زنده برنامه‌های صداوسیما (رادیو و تلویزیون)	باشگاه خبرنگاران جوان

جدول ۲ - آی‌پی‌تی‌وی‌های متعلق به صداوسیما

میلیون دانلود داشته و در فروشگاه داخلی «سیب ایرانی»^{۲۸} هم متجاوز از ۱۷۰۰۰ مرتبه پیاده و نصب شده است.

نشر الکترونیک^{۲۳} - و در حال حاضر صاحبان این مجوزها به طور رسمی طرف قرارداد صداوسیما محسوب می‌شوند.

آیو

شرکت باران تلکام، ارائه‌دهنده گستره وسیعی از خدمات اینترنتی، صاحب آیو است. تلویزیون اینترنتی آیو^{۲۹} علاوه بر کانال‌های صداوسیما تعداد زیادی کانال اختصاصی شامل برنامه‌های تفریحی، ورزشی، و کارتون برای کودکان در اختیار بینندگان خود می‌گذارد. آیو را می‌توان با گوشی همراه، تبلت، مرورگر رایانه، باکس خانگی، و تلویزیون‌های هوشمند سامسونگ دریافت کرد. آیو برنامه‌های خود را تا چهارده روز در دسترس می‌گذارد. اپلیکیشن موبایل آیو در فروشگاه گوگل پلی (بالای پانصد هزار دانلود)^{۳۰} و فروشگاه سیب ایرانی (بالای هفت هزار دانلود)^{۳۱} موجود است.

لنز

شرکت ایرانسل شعبه‌ای است از شرکت ام‌تی‌ان (MTN) در آفریقای جنوبی که از نخستین دریافت‌کنندگان مجوز برای تلویزیون تعاملی اینترنتی بود و در آبان ۱۳۹۵ «لنز»^{۲۴} را رونمایی کرد. مشتریان لنز می‌توانند انواع برنامه‌های فارسی زبان را دریافت کنند از قبیل فیلم‌های سینمایی، شوهای تلویزیونی، بازی‌های ورزشی، کانال‌های رسمی داخلی، و برنامه‌های موسیقی.^{۲۵} بینندگان فرصت دارند برنامه‌ها را تا مدت هفت روز پس از پخش اولیه دریافت کنند یا با تنظیم قبلی این برنامه‌ها را با کیفیت تصویری بالا ضبط کرده و هر زمان که خواستند ببینند.^{۲۶} اپلیکیشن موبایل لنز در فروشگاه گوگل پلی^{۲۷} بالای یک

^{۲۳} نشر الکترونیک زیرمجموعه سازمان تبلیغات اسلامی است که مجوز دو آی‌پی‌تی‌وی و پلتفرم تولید محتوای تعاملی با نام‌های شمیم و شیمیا را دریافت کرده است. http://iep.co.ir/?page_id=37

^{۲۴} اطلاعات مربوط به لنز: <https://eirib.ir/content/1342/lenz>

^{۲۵} برای آشنایی با برنامه‌های لنز: <https://www.instagram.com/lenz iptv>

^{۲۶} دیجیتال‌تی‌وی، «رونمایی از تلویزیون شرکت ایرانسل - ام‌تی‌ان» (انگلیسی)، ۲۰ فوریه ۲۰۱۷، <https://bit.ly/3zFtAGb>

^{۲۷} اپلیکیشن لنز در فروشگاه گوگل پلی: <https://bit.ly/3kBU5p>

^{۲۸} اپلیکیشن موبایل لنز در فروشگاه سیب ایرانی (در نظر داشته باشید فروشگاه آنلاین ایرانی در پاسخ به اقدام خصمانه فروشگاه‌های غربی درست شد که خود را بیش از حدود قانونی موظف به پیروی از تحریم‌های اقتصادی آمریکا کرده بودند): <https://bit.ly/39z1QVf>

^{۲۹} درباره آیو: <https://bit.ly/3CJZaOM>

^{۳۰} اپلیکیشن موبایل آیو در فروشگاه گوگل پلی: <https://bit.ly/3CJZaOM>

^{۳۱} اپلیکیشن موبایل آیو در فروشگاه سیب ایرانی: <https://bit.ly/3klejKy>

فام

تلویزیون فام متعلق به شرکت آسمان است که خود شعبه‌ای است از کنسرسیوم توسعه اعتماد مبین. سپاه پاسداران و ستاد اجرایی فرمان امام صاحبان این کنسرسیوم هستند. در سال ۱۳۸۸ این کنسرسیوم موفق شد ۷۵٪ از سهام شرکت مخابرات ایران را به دست آورد. شرکت مخابرات ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی و نهاد اصلی دولتی برای مدیریت زیرساخت ارتباطات صوتی و تصویری است.^{۳۲} با توجه به نظارت مستقیم سپاه بر زیرساخت مخابرات کشور، خرید و فروش سهام این شرکت نگرانی‌هایی را در مورد حریم خصوصی و حقوق دیجیتال برانگیخت.

در سال ۱۳۹۵ کنسرسیوم نخستین آی‌پی‌تی‌وی خود را با نام «فام» رونمایی کرد.^{۳۳} فام بر روی گوشی‌های همراه، تلویزیون‌های هوشمند، و باکس‌خانگی اختصاصی قابل دسترسی است.^{۳۴} اپلیکیشن موبایل آندروید فام برای گوشی‌همراه و تلویزیون در فروشگاه کافه بازار — همتای ایرانی گوگل‌پلی — موجود است که تاکنون بالای ده‌هزار دانلود داشته است.^{۳۵} فام دارای مجموعه‌ی بزرگی از فیلم‌های سینمایی، شوهای تلویزیونی، موسیقی، و برنامه‌های زنده از کانال‌های داخلی است که برای ضبط یا بازپخش در دسترس هستند. اپلیکیشن آندروید فام برای مشترکان ایرانسل، همراه اول، و رایتل تخفیف پنجاه‌درصدی دارد. همین‌طور هیچ محدودیتی برای سقف دانلود مشتریان چند شرکت بزرگ مثل آسیاتک، شاتل، و پارس‌آنلاین وجود ندارد.

تیوا

تلویزیون تیوا محصول شرکت تراشه سبز است.^{۳۶} این سرویس در باکس خانگی اختصاصی (تی‌باکس) از قبل نصب شده^{۳۷} و دارای اپلیکیشن‌های موبایل برای سیستم‌های عامل آندروید (بالای ۱۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰) و آی‌اِس (بالای ۲۰۰۰)

دانلود^{۳۹} است. تیوا علاوه بر کانال‌های صداوسیما کانال‌های اختصاصی برای کودکان، بینندگان فیلم‌های هنری، و طرفداران پروپاقرص موسیقی و ورزش عرضه می‌کند. مشتریان شرکت پارس‌آنلاین هم می‌توانند تیوا را مجانی دریافت کنند.^{۴۰}

سرویس‌های متعلق به صداوسیما (تلویزیون، ایران‌صدا، سپهر، باشگاه خبرنگاران جوان)

تلویزیون

تلویزیون یکی از محبوب‌ترین پلتفرم‌های صداوسیما با پخش زنده و آرشیو وسیعی از تولیدات تلویزیونی است. تلویزیون هم بر روی وبسایت با بیش از یک میلیون و پانصد بیننده‌ی متمایز قابل دسترس است.^{۴۱} و هم از طریق اپلیکیشن‌های آندروید (بالای ۱۰ میلیون نصب)^{۴۲} و آی‌اِس (بالای ۴ هزار)^{۴۳}. شرکت آکسا که وبسایت‌های جهان را رتبه‌گذاری می‌کند، وبسایت تلویزیون را از لحاظ بیشترین تعداد بازدیدکنندگان در ایران، در مقام پنجم قرار می‌دهد.^{۴۴}

سپهر

تلویزیون اینترنتی سپهر نیز در حال حاضر هم از طریق وبسایت و هم اپلیکیشن آندروید عرضه‌کننده برنامه‌های زنده از کانال‌های محلی، ملی، و بین‌المللی است. فقط ۵۱۲ کیلوبایت برنامه برای هر کاربر هزینه برمی‌دارد که قطعاً برای افراد کم‌درآمد جذابیت دارد.

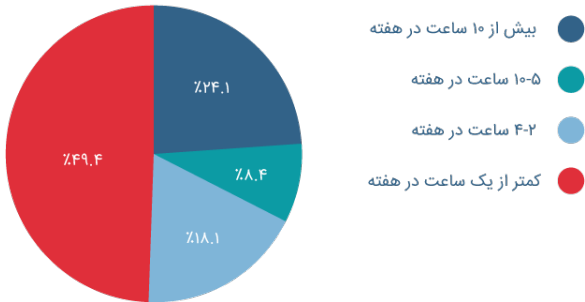
باشگاه خبرنگاران جوان

در وبسایت صداوسیما نام باشگاه خبرنگاران جوان که یک خبرگزاری اصولگراست در فهرست تلویزیون‌های اینترنتی ذکر

- ۳۹ صفحه اپلیکیشن تیوا بر روی سایت سبب ایرانی:
<https://sibirani.com/apps/Tva>
- ۴۰ پارس آنلاین، «با پارس‌آنلاین رایگان در تیوا فیلم ببین!»: <https://www.parsonline.com/adsl/sale/tva>
- ۴۱ درباره تلویزیون: <https://bit.ly/2XEP825>
- ۴۲ نسخه آندروید تلویزیون در فروشگاه گوگل‌پلی: <https://bit.ly/39Arnc>
- ۴۳ نسخه آی‌اِس تلویزیون در فروشگاه سبب ایرانی: <https://bit.ly/3zFvHnd>
- ۴۴ رتبه‌بندی آکسا برای پربازدیدکننده‌ترین وبسایت‌های ایران:
<https://bit.ly/2XX3f39>

- ۳۲ اقتصاد شهروند، «همه چیز درباره مدیران و کنسرسیوم توسعه اعتماد مبین: مالک مخابرات» در اینجا: <https://bit.ly/3wZR2G1>
- ۳۳ سایت رسمی فام: <https://www.fam.ir/>
- ۳۴ اطلاعات مربوط به فام: <https://eirib.ir/content/1343/fam>
- ۳۵ اپلیکیشن فام در کافه‌بازار: <https://bit.ly/2ZixQZl>
- ۳۶ درباره تیوا: <https://eirib.ir/content/181/tiva>
- ۳۷ سایت رسمی تلویزیون تعاملی تیوا: <http://tva.ir/info/>
- ۳۸ تیوا در فروشگاه کافه‌بازار با بیش از ۵۰ هزار دانلود فعال و در فروشگاه گوگل‌پلی با بیش از ۱۰۰ هزار نصب. نگاه کنید به <https://bit.ly/3kz0Rlt> و <https://bit.ly/3EOtUjy>

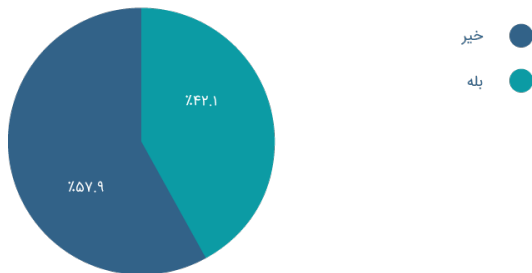
در هفته چند ساعت را وقف دیدن برنامه‌های تلویزیون اینترنتی می‌کنید؟
83 responses



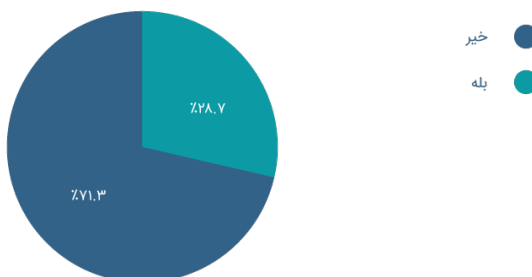
گرفته. فیلتربان دست به یک نظرسنجی زد و آن را از ۱۹ مارس تا ۷ آوریل ۲۰۲۱ (۲۹ اسفند ۱۳۹۹ تا ۱۸ فروردین ۱۴۰۰) در رسانه‌های اجتماعی و وبسایت‌ها در اختیار کاربران قرار داد.

نظرسنجی به طور خاص درباره میزان آشنایی پاسخ‌دهندگان با تلویزیون‌های اینترنتی موجود و مقدار مصرف آنها پرسیده و خواسته بداند که دلیل انتخاب و مزیت این سرویس‌ها برای کاربران چه بوده است. همچنین در مورد درجه سهولت دسترسی به اینترنت و تلویزیون‌های ماهواره‌ای پرسیده‌ایم و اینکه آیا این عامل نقشی در رویکرد آنها به تلویزیون اینترنتی داشته است یا خیر.

آیا به تلویزیون ماهواره‌ای دسترسی دارید؟
95 responses



اگر به تلویزیون ماهواره‌ای دسترسی می‌داشتید آیا باز هم به همین اندازه از تلویزیون اینترنتی استفاده می‌کردید؟
87 responses



شده است. اما آنچه باشگاه با عنوان «پخش زنده»^{۴۵} عرضه می‌کند، بازیخش همان محتوای زنده‌ی کانال‌های صداوسیما است که از طریق سپهر روی یک دامنه فرعی پخش می‌شود. این برنامه‌ها روی وبسایت باشگاه و نسخه اندروید آن قابل دسترسی است.

ایران صدا

این یک سرویس صوتی است که هم از طریق وبسایت و هم اپلیکیشن‌های اندروید و آی‌اس با بیش از ۲۰۰ هزار و ۷ هزار دانلود، به ترتیب در کافه‌بازار^{۴۶} و سیپچه (یک همتای دیگر برای فروشگاه آپ‌ستور)^{۴۷} قابل دسترس است. ایران صدا علاوه بر برنامه‌های زنده دارای آرشیو جامعی از برنامه‌های رادیویی صداوسیما است. علاوه بر این، برنامه‌های مجاز ویژه کودکان، موسیقی ایرانی، کتاب صوتی، خطبه و وعظ، دعا، و تلاوت قرآن را هم به شنوندگان خود عرضه می‌کند.^{۴۸}

اهمیت آی‌پی‌تی‌وی‌ها یا تلویزیون‌های اینترنتی در این است که در کشور تنوع رسانه‌ای ایجاد می‌کنند تا بتوانند از انحصار دولت بکاهند. اما فهرست طولانی و رو به رشد آی‌پی‌تی‌وی‌هایی که دولت بر آنها تسلط پیدا کرده نشان می‌دهد که صداوسیما مصمم است کنترل خود را بر انواع رسانه‌ها، از هر فرمت و با هر فناوری، تشدید کند. تا به امروز صداوسیما در رقابت با قوه مجریه و با خنثی کردن آن کاملاً موفق عمل کرده است. صداوسیما با همین روال می‌رود که باز هم اقتدار بیشتری بر تلویزیون‌های اینترنتی اعمال کند، حتی بر پلتفرم‌هایی که در مالکیت بخش خصوصی هستند.

بخش ج - نظرسنجی درباره آی‌پی‌تی‌وی‌ها

با وجود تاریخچه‌ی پرمنافشه‌ی تلویزیون‌های اینترنتی در ایران و حضور روزافزون آنها در زندگی اجتماعی و سیاسی شهروندان، هنوز نمی‌دانیم مخاطبان چه برداشتی از این سرویس‌ها دارند. برای این‌که بفهمیم این پلتفرم‌ها چگونه مورد پذیرش مردم قرار

^{۴۵} «پخش زنده»ی باشگاه خبرنگاران جوان: <https://www.yjc.news/fa/live>

^{۴۶} صفحه اپلیکیشن‌های ایران صدا در کافه‌بازار: <https://bit.ly/3AHMBCR>

^{۴۷} صفحه اپلیکیشن‌های ایران صدا در سیپچه: <https://bit.ly/3kD3j0u>

^{۴۸} وبسایت رسمی ایران صدا: <http://iranseda.ir/>

دیگر هستند، همراه با خرید اجازه پخش کنسرت‌ها، کنفرانس‌ها، و رویدادهای ورزشی. در مجموع، این نظرسنجی را می‌توان گام نخست در فهم بازار آی‌پی‌تی‌وی در ایران تلقی کرد که می‌تواند در آینده با گام‌های دیگر به جلو برده شود.

مصرف

۴۷٪ از پاسخ‌دهندگان به هیچ‌وجه با آی‌پی‌تی‌وی‌های موجود آشنایی نداشتند. در میان آنها که ابراز آشنایی کردند، «لنز» (۳۴٪) و پس از آن «تی‌وی‌پلاس» (۱۸.۹٪)، «آی‌گپ» (۱۵.۱٪) ^{۴۹}، و «آیو» (۱۴.۲٪) شناخته‌شده‌تر بودند. به نظر می‌رسد سرویس‌های خصوصی از محبوبیت بیشتر برخوردارند، چه طرف قرارداد با صداوسیما باشند یا نباشند.

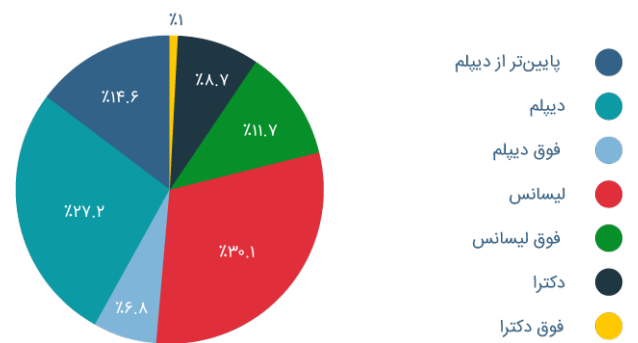
در مورد میزان مصرف، آمار پایین می‌آید. ۶۰٪ گفته‌اند در سال گذشته از تلویزیون اینترنتی استفاده نکرده‌اند. در میان آن‌ها که گهگاه از این سرویس بهره می‌برند، لنز (۱۹٪) و پس از آن تی‌وی‌پلاس (۱۵٪)، و آیو (۸٪) بیشترین تعداد مصرف‌کننده را داشتند. تعداد بسیار کمتری (۱٪) اسم سرویس‌هایی چون تلویزیون، فیلمو، نماوا، نماشا، آنتن، و مای‌تی‌وی به گوش‌شان خورده یا از آنها استفاده کرده بودند. این‌ها همه سرویس‌های خصوصی و مستقل از صداوسیما هستند. محبوب‌ترین برنامه‌های تلویزیون اینترنتی به ترتیب عبارت بودند از فیلم‌های سینمایی (۶۴.۵٪)، برنامه‌های علمی و آموزشی (۴۰.۸٪)، ورزشی (۳۹.۵٪)، اخبار (۳۶.۸٪)، و سرگرمی کودکان (۱۳.۲٪). «سهولت استفاده» (۵۰٪ از پاسخ‌دهندگان) مهم‌ترین دلیل برای مصرف آی‌پی‌تی‌وی بود. سرعت بالای سرویس‌های داخلی (۴۴٪)، نبود محدودیت استفاده، یا معافیت از سقف مصرف (۳۸.۵٪)، و ملاحظات زبانی و فرهنگی (۲۷٪) از سایر دلایل بودند. سرویس‌های درخواستی بین‌المللی مثل نتفلیکس در ایران مسدود شده‌اند، دریافت آنها مستلزم فیلترشکن و در نتیجه داشتن پهنای باند زیاد و پرداخت بهای بیشتر است. در عوض، سرویس‌هایی که از جانب دولت حمایت می‌شوند رایگان یا نصف قیمت هستند و ترافیک داده‌های آنها نیز از راه شبکه ملی اطلاعات با سهولت بیشتری صورت می‌گیرد. این عوامل باعث می‌شود پلتفرم‌های داخلی در قیاس با هم‌تاهای بین‌المللی برای مصرف‌کنندگان مقبول‌تر باشند.

۱۰۶ نفر در نظرسنجی شرکت کردند. این تعداد آن اندازه نیست که بخواهیم نتایج را به تمام جمعیت ایران تعمیم دهیم. اما همین تعداد هم نمایی بی‌سابقه از چشم‌انداز آی‌پی‌تی‌وی‌ها در ایران در اختیار ما می‌گذارد.

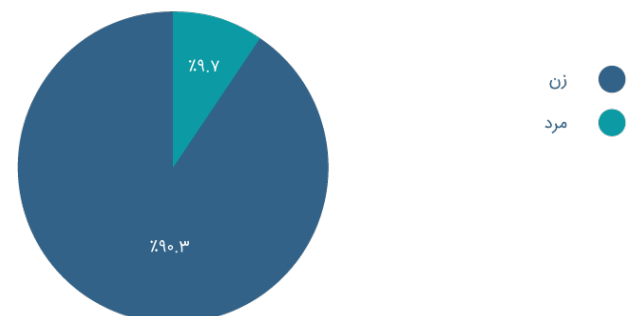
در این نظرسنجی، برخلاف روش صداوسیما ما تمایزی میان سرویس‌های متعلق به صداوسیما و سرویس‌های طرف قرارداد با صداوسیما قائل نشدیم. همین‌طور از لحاظ نام‌گذاری «آی‌پی‌تی‌وی» و «وی‌اُدی» (تلویزیون اینترنتی و ویدیوی درخواستی) را تفکیک نکردیم. برای پرهیز از گیج کردن پاسخ‌دهندگان ترجیح دادیم از زبان کمتر تخصصی استفاده کنیم.

در عوض لفظ «تلویزیون اینترنتی» (آی‌پی‌تی‌وی) را به عنوان یک مفهوم فراگیر به کار بردیم که شامل انواع سرویس‌ها فراتر از تلویزیون اینترنتی نیز بشود مثل ویدیوی درخواستی (VOD) و سرویس‌های خانگی (OTT). این روش با نحوه‌ای که اصولاً سرویس‌های آی‌پی‌تی‌وی در ایران شروع به کار کردند، همخوانی دارد. این تلویزیون‌ها به جای آنکه خودشان مستقلاً محتوای تازه تولید کرده و به طور زنده پخش کنند، عمدتاً متکی به برنامه‌های صداوسیما از یک سو و بازپخش یا دوبله منابع خارجی از سوی

بالاترین سطح تحصیلات شما
103 responses



من یک هستم.
93 responses



۴۹ علی‌رغم دریافت مجوز پخش در سال ۱۳۹۷، تلویزیون آی‌گپ در حال حاضر فعالیتی ندارد. اما نام آشنای آن که پس از مسدود کردن تلگرام در ایران اوایل سال ۱۳۹۷ محبوب‌تر هم شد، می‌تواند دلیل حضورش در آن فهرست دولتی باشد. به منظور دقت نظرسنجی ما مجبور به حذف آی‌گپ از نتایج شدیم. برای اطلاعات بیشتر: <https://bit.ly/3rLCGZh> و <https://bit.ly/3fapCYk>

مصرف داده‌ها و پهنای باند

پاسخ‌دهندگان برای نوع بسته‌های مصرف خود پاسخ‌های بسیار متفاوتی دادند. ۳۲٪ از آنها گفته‌اند بسته‌ی مصرف آنها یا سقف مصرفشان نامحدود است. این بسته‌ها گران‌تر هستند و معمولاً به وسیله‌ی افرادی با تحصیلات یا درآمد بالاتر از عموم خریده می‌شوند. پس از آنها، ۲۶.۴٪ از پاسخ‌دهندگان از بسته‌های ۵۰۰ مگابایت تا یک گیگابایت در ماه استفاده می‌کنند. سپس ۱۲٪ از پاسخ‌دهندگان مصرف ماهانه‌شان بسته‌های زیر ۵۰۰ مگابایتی است. ۳۲٪ هم پاسخی نداده‌اند که جای تفسیر را به میزان زیادی باز نگه می‌دارد.

ارجحیت‌های پاسخ‌دهندگان

بیشتر پاسخ‌دهندگان (۷۰.۴٪) گفته‌اند هر روز چندین ساعت را وقف اینترنت می‌کنند اما این ساعات شامل مصرف آی‌پی‌تی‌وی نمی‌شود. فقط ۲۴٪ از پاسخ‌دهندگان در هفته ۱۰ ساعت را به برنامه‌های تلویزیون اینترنتی که دولت مجاز دانسته اختصاص می‌دهند. ۵۰٪ فقط یک ساعت در هفته به این کار مشغولند.

گفته می‌شود آی‌پی‌تی‌وی‌های بومی ابزاری هستند که دولت از آنها برای رقابت با تلویزیون ماهواره‌ای استفاده می‌کند. دولت امکان سانسور برنامه‌های ماهواره‌ای که از خارج پخش می‌شوند را ندارد. ما خواستیم این فرضیه را بسنجیم: آیا حقیقتاً ایرانیانی که به تلویزیون ماهواره‌ای دسترسی دارند دیگر تمایلی به مصرف تلویزیون اینترنتی مورد حمایت دولت ندارند؟ ۵۸٪ از پاسخ‌دهندگان گفتند به برنامه‌های ماهواره دسترسی دارند و ۳۶٪ هم پاسخ دادند بیش از ۱۰ ساعت در هفته صرف دیدن این برنامه‌ها می‌کنند.

ما نتوانستیم هیچ همبستگی‌ای میان دسترسی به ماهواره از یک سو و مقدار مصرف تلویزیون اینترنتی از سوی دیگر پیدا کنیم. چند نفر گفتند میان این دو تعارضی نمی‌بینند، احتمالاً به این دلیل که آنها زمان‌های مختلفی را صرف هریک کرده و هر کدام از این دو رسانه برای آنها مصرف متفاوتی داشته است. به طور خاص از آنهایی که دسترسی به ماهواره نداشتند پرسیدیم چنانچه این دسترسی برای آنها ممکن می‌شد آیا بازهم به همان میزان از تلویزیون اینترنتی استفاده می‌کردند که الان می‌کنند. ۷۱٪ پاسخ مثبت دادند.

اطلاعات جمعیتی

در پاسخ به اینکه ابزار آنها برای دسترسی به تلویزیون اینترنتی چیست، ۷۱٪ از پاسخ‌دهندگان از گوشی‌های همراه هوشمند نام بردند. در مرتبه بعد، ۲۱.۷٪ از طریق مرورگر کامپیوتر، ۱۵.۷٪ از

تلویزیون‌های هوشمند، ۱۵.۷٪ از باکس خانگی به آی‌پی‌تی‌وی دسترسی پیدا می‌کنند. ۵۰٪ این یافته‌ها با دو نظرسنجی کشوری که در سال‌های ۱۳۹۸ و ۵۲ و ۱۳۹۹ انجام شد همخوانی دارد و نشان می‌دهد که حدود ۶۹٪ از مردم برای دسترسی به اینترنت از گوشی همراه استفاده می‌کنند.

از لحاظ جمعیت‌شناسی، بیش از ۹۰٪ از پاسخ‌دهندگان به نظرسنجی ما مرد و کمتر از ۱۰٪ زن بودند. زنان عمدتاً برای اخبار و فیلم‌سینمایی از تلویزیون اینترنتی استفاده می‌کنند، در حالی که برنامه‌های مورد علاقه مردان بیشتر شامل فیلم سینمایی، برنامه آموزشی، و پخش ورزشی می‌شود. زنان به طور متوسط در هفته ۵ ساعت صرف این پلتفرم‌ها می‌کنند که کمی بیشتر از مردان با ۴ ساعت در هفته است.

از لحاظ سهم جغرافیایی، ۲۵٪ از شهر تهران پاسخ دادند، سپس از استان‌های مازندران (۸٪)، همدان (۷٪)، و اصفهان (۶٪). درجه تحصیلات: ۴۲٪ دیپلم دبیرستان، ۳۷٪ دانشگاهی لیسانس، و ۲۱٪ تحصیلات عالی در سطح کارشناسی ارشد، دکترا، و فوق دکترا.

نتیجه‌گیری

تلویزیون‌های اینترنتی مَحملی برای تنوع رسانه‌ای در ایران فراهم کرده‌اند. این سرویس‌ها انحصار تاریخی صداوسیما بر وسایل ارتباط جمعی و محتوای مجاز دولتی را به چالش کشیده‌اند. با آنکه برخی از این سرویس‌ها مثل تلویزیون خود دولتی هستند و تا حدودی هم از محبوبیت برخوردارند اما بینندگان و شنوندگان روی هم‌رفته به سرویس‌های خصوصی و مستقل از دولت بیشتر تمایل دارند. تنوع و کیفیت برنامه‌های این سرویس‌ها و این تلقی که نظارت دولتی روی آنها کمتر است باعث اقبال بیشتر مردم به آنها می‌شود. با این حال، تلاش صداوسیما برای اشغال فضای تلویزیون اینترنتی به هنگام کارزارهای انتخاباتی نشان داد که می‌توان این فضا را در جهت مقاصد سیاسی هم به کار گرفت. پلتفرم‌های اینترنتی این ظرفیت را هم دارند که با انگیزه‌های

۵۰ مشابه، ۹۳٪ از پاسخ‌دهندگان گفتند آنها برای دسترسی به اینترنت از گوشی هوشمند استفاده می‌کنند. ۴۴٪ از کامپیوتر شخصی، ۱۹٪ کامپیوتر محل کار، و ۱۵٪ تبلت.

۵۱ اقتصادآنلاین، ۵ خرداد ۱۳۹۸، «چند درصد ایرانی‌ها گوشی هوشمند دارند؟»: <https://bit.ly/3ibPtB5>

۵۲ تجارت‌نیوز، «قدرت نفوذ موبایل و تبلت در ایران/ بیش از نیمی از ایرانیان گوشی هوشمند دارند»: <https://bit.ly/3iald9D>

اقتصادی یا اجتماعی، ایرانیان را به مسیر استفاده از زیرساخت‌های بومی و پایگاه‌های داخلی سوق دهند.

آی‌پی‌تی‌وی نیاز به فیلترشکن را کم می‌کند و هزینه‌ی استفاده از پهنای باند بیشتر را هم پایین می‌آورد. در شرایط بحران اقتصادی ناشی از سوء مدیریت و تحریم‌های بین‌المللی، برای بخش بزرگی از مردم که در مضیقه هستند آسان‌تر است که برنامه‌های تلویزیونی باکیفیت بالا را از این طریق دریافت کنند. نتایج نظرسنجی ما حاکی از آن است که با وجود مصرف پایین تلویزیون‌های اینترنتی در حال حاضر، درست به دلیل فاکتورهای اقتصادی و اجتماعی که ذکر شد، در درازمدت اقبال مردم به تلویزیون‌های اینترنتی ممکن است بیشتر شود. با چنین تحولی، الگوی کنونی سانسور در ایران که در مجرای بومی‌سازی فضای مجازی جلو رفته متحول خواهد شد و در ادامه‌ی همان مسیر، شکل‌های نهفته‌تر و رصدناپذیرتری به خود خواهد گرفت. اهمیت روزافزون سیاسی و مالی پخش اینترنتی در ایران به نزاع‌های سیاسی میان صداوسیما و هیأت وزیران دامن زده است. درحالی‌که اینترنت و تلویزیون‌های ماهواره‌ای خارجی باعث تضعیف انحصار صداوسیما بر محتوای مجاز شده، پاسخ حکومت به این تهدیدهای خارجی عبارت بوده از فیلترکردن اینترنت، پارازیت انداختن روی امواج ماهواره‌ای، و ملی و محلی کردن فضای مجازی.

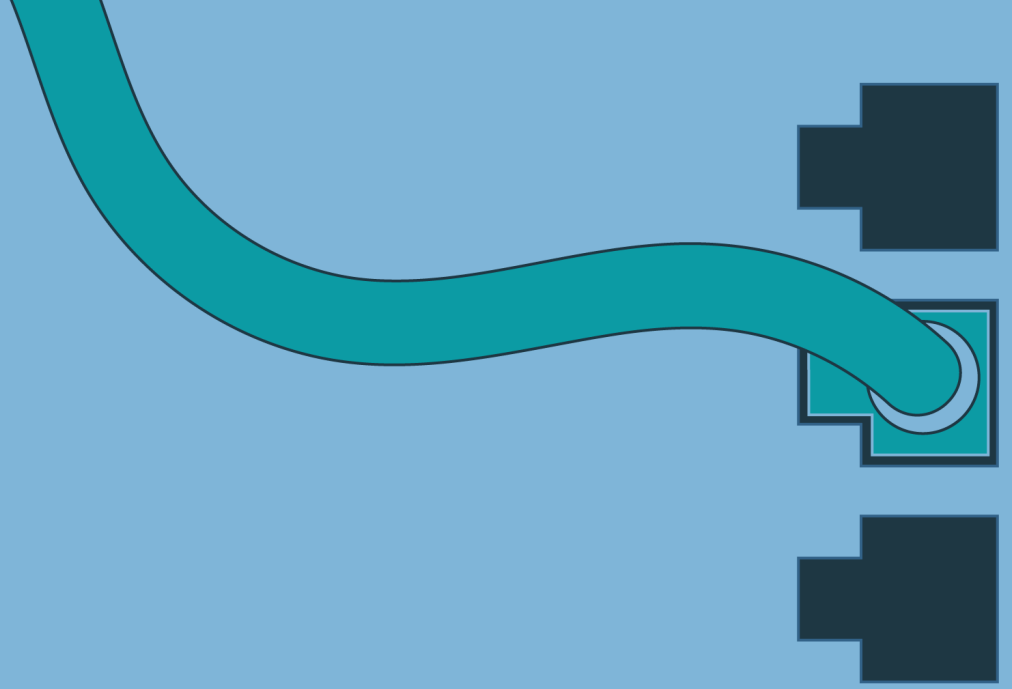
استقرار شبکه ملی اطلاعات همان پروژه‌ی محوری دولت برای کانالیزه کردن دسترسی مردم به اطلاعات است. این سیاست با تمهیداتی چون ارائه محتوای بومی از طریق پلتفرم‌ها، سرویس‌ها، و زیرساخت دیجیتال داخلی میسر می‌شود. از این زاویه، اختیار تام و نهایی دولت هم باید بر توسعه شبکه ملی اطلاعات تحکیم شود و هم بر محتوای برنامه‌هایی که از این شبکه پخش خواهد شد.

صداوسیما هنوز تلویزیون اینترنتی را رقیبی می‌پندارد که بینندگان را جذب کرده و از انحصار این سازمان می‌کاهد. از دید شبکه‌های تلویزیونی آنلاین اما این انحصار به معنی نظارت پلیسی بر محتوا و کاهش کیفیت برنامه‌هاست که در نهایت به افت محبوبیت و کم شدن مشترکان این شبکه‌ها می‌انجامد. به همین خاطر بود که کابینه حسن روحانی اصرار داشت هیأت وزیران بهتر می‌تواند بر این پلتفرم‌ها نظارت داشته باشد. صداوسیما از طریق نفوذ سیاسی و نزاع دادگاهی موفق شده کابینه را مقهور خود کند. کسانی که آرزو داشتند از طریق گسترش آی‌پی‌تی‌وی‌ها از انحصار صداوسیما بر صوت و تصویر بکاهند فعلاً بازنده‌ی این نزاع محسوب می‌شوند.

از این گذشته، تلویزیون‌های خصوصی اینترنتی برای هر نهاد نظارتی یک منبع درآمد اضافی به حساب می‌آیند. تعجبی ندارد که صداوسیما و کابینه برای کنترل این سرویس‌ها با یکدیگر مسابقه گذاشته‌اند. برای دادن مجوز، صداوسیما ۵۰٪ از کل درآمد شبکه‌های تلویزیون اینترنتی را برمی‌دارد و چنانچه شبکه‌ای بدون مجوز کار کند علیه آن به دادگاه شکایت می‌برد. قوه قضاییه هم همواره پشتیبان صداوسیما است. کابینه روحانی این پلتفرم‌ها را بدین جهت حمایت می‌کرد که آنها می‌توانستند کاربران اینترنت را به سمت استفاده از خدمات و زیرساخت شبکه ملی اطلاعات سوق دهند — این بهای ناچیزی بود که دولت می‌پرداخت، در کوتاه‌مدت اندکی از سخت‌گیری‌ها کم می‌کرد، تا در درازمدت رفتار و عادات کاربران را به نفع خود تغییر دهد و در همان مسیر، همزمان، اینترنت را ملی کند.

در تئوری می‌توان ادعا کرد که تلویزیون‌های آنلاین در شکستن انحصار صداوسیما بر تولیدات صوتی و تصویری نقش مهمی ایفا می‌کنند، و این جهشی بزرگ به سمت تنوع رسانه‌ای در کشور است. اما الگویی که هم‌اکنون در حال پیاده شدن است، در سیاستگذاری‌های این حوزه نقش مرکزی را باز هم به صداوسیما می‌دهد. کابینه‌ی محافظه‌کار جدید به ریاست ابراهیم رئیسی نیز به ظن نزدیک به یقین در کنار صداوسیما ایستاده و در نزاع‌های رسانه‌ای به تقویت برج‌و باروی همین سازمان خواهد پرداخت. کارنامه رئیسی، به ویژه دستور سال گذشته‌اش برای تحکیم اقتدار صداوسیما بر محتوای چندرسانه‌ای جای شبهه باقی نمی‌گذارد که شخص او کجا ایستاده است. ارتقای او به ریاست کابینه آخرین کورسوی امید برای سرویس‌های خصوصی آنلاین را خاموش می‌کند که شاید می‌توانستند رادیو-تلویزیون را در یکی از بسته‌ترین کشورهای جهان اندکی دموکراتیزه کنند. ///





محقق:
سیمین کارگر

با همکاری:
کاوه آذرهوش، ملودی
کاظمی، و جیمز مرچنت

طراح: اتان سالمون

