

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## دیباچه

در نیمه دوم سال ۱۳۹۹، سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (ساترا) با عنایت به استقبال عموم مخاطبان از محتواهای تولیدی منتشر شده در رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر و ضرورت نظارت و ساماندهی انتشار محتوا طبق دستورالعمل «نحوه صدور موافقت نامه کلی انتشار محتوا» ماموریت جدید خود را در حوزه تنظیم‌گری محتوای حرفه‌ای آغاز نمود. در این راستا، سامانه صدور مجوز محتوا راه‌اندازی شد و رسانه‌های دارای مجوز برای تولید و انتشار محتواهای خود از دی ماه ۹۹ تا کنون اقدام به ثبت طرح‌های خود نموده‌اند. و این مرحله در واقع آغاز فرایند صدور مجوز محتوا است.

دبیرخانه محتوای حرفه‌ای ساترا پس از دریافت درخواست‌ها، جلسات شورای موافقت کلی را با اعضای مربوطه تشکیل می‌دهد و طرح‌های ثبت شده را به نقد و بررسی می‌گذارد. محتواهایی که موفق به دریافت موافقت نامه کلی می‌شوند پس از اعلام زمان تقریبی انتشار خود به دبیرخانه، به مرحله بعدی فرایند وارد می‌شوند. در این قدم دبیرخانه کارگزار مناسب با محتوا را به رسانه متقاضی معرفی می‌کند تا امور مربوط به ارزیابی انجام شود. در این مجموعه، گزارشی از فعالیت‌های ۹ ماهه حول این فرایند خدمت‌شمارانه می‌شود.



سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر

ساترا

ساترا

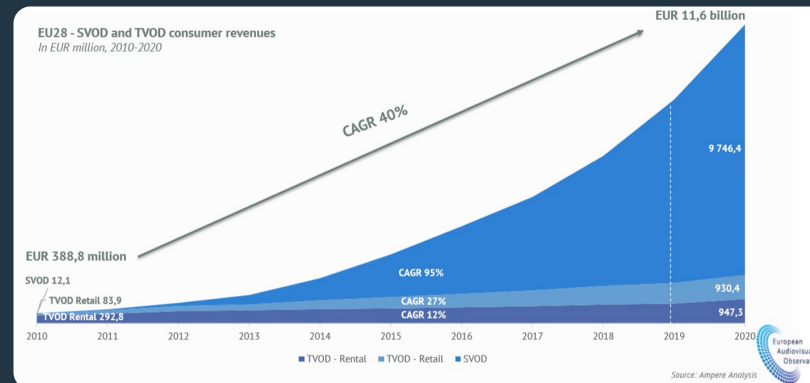


# محتوای بومی، مزیت رقابتی ملی

به قلم: دکتر امامیان / رئیس ساترا

در سال‌های اخیر سبب جهانی مصرف رسانه‌ای به نفع رسانه‌های فراملی دائماً در حال تغییر بوده به نحوی که سهم سرویس‌های اشتراک-محور نمایشی (SVOD) عمدتاً آمریکایی در غالب کشورهای به بیش از ۹۰ درصد کل مشترکین رسیده است. روندی که در دوران همه‌گیری کرونا نیز جهشی استثنائی و مضاعف را تجربه کرد؛ به نحوی که علی‌رغم افول تاریخی میزان درآمد سایر رسانه‌های سنتی، سرویس‌های ویدئویی اشتراک-محور با افزایش درآمد و مصرف مواجه بودند. در این بین اما نهادهای تنظیم گرسانه به عنوان نگاهبانان منافع عمومی، هویت و فرهنگ ملی، با گذر از انگاره‌های سنتی فرهنگ جهانی و رسانه‌های بی‌مرز، زنگ هشدار را برای زوال حاکمیت ملی رسانه‌ای خود به صدا در آورده‌اند. به همین جهت در آخرین اجلاس جهانی تنظیم‌گران بخش عمده‌ای از گفتگوها به چگونگی حفاظت از مرزهای رسانه‌ای کشورها در برابر این تهاجم ویرانگر اختصاص داشت.

در دنیای امروز وجود رسانه‌های خدمت عمومی به عنوان حافظ هویت، زبان و فرهنگ ملی و منبع «خرد عامه» جامعه ضروری و حیاتی است. هرچند رسانه‌های خدمت عمومی، همچنان مورد اقبال و اعتماد مردم به ویژه در دوران کرونا بوده‌اند، اما اساساً ادامه حیات آنها به صورت جدی دچار ابهام و چالش جدی شده است. از این رو این رسانه‌ها تلاش مضاعفی را برای تقویت خود در دستور دارند. به علاوه دولت‌ها و تنظیم‌گران رسانه هم با اتخاذ سیاست‌های ویژه‌ای، چتر حمایتی خود را پیرامون رسانه‌های خدمت عمومی توسعه داده‌اند.



ده سرویس ویدئویی درخواستی با بیشترین مشترک در جهان



علیرغم تفاوت‌های قابل توجه در غالب کشورها، کفه ترازوی سبب رسانه‌ای به نحو برگشت‌ناپذیری به نفع رسانه‌های نمایشی فراملی تثبیت شده است. از منظر ایجابی تلاش‌های عدیده‌ای جهت حفظ محدود رسانه‌های بومی با تمرکز بر مزیت‌های محلی در دستور کار نهادهای تنظیم‌گر قرار دارد. در مقابل غالب کشورها تلاش‌های متنوعی با شدت و ضعف‌های متفاوت برای تحدید و قاعده‌مندسازی فعالیت ابررسانه‌های نمایشی فراملی آغاز کرده‌اند. در پس استیصال ناشی از واگذاری رقابت در لایه سرویس و رسانه، آنچه نقطه اتکای اصلی تنظیم‌گران کشورها برای احیای حاکمیت در معرض زوال رسانه‌ای‌شان هست، حفظ سهم قابل قبولی از محتوای بومی است. مقرراتی برای فعالیت رسانه‌های فراملی به صورت جدی دنبال می‌شود. همین‌طور معافیت‌ها و مشوق‌های مالیاتی محرک جریان تولید محتوای بومی که عملارسانه‌های فراملی را به سرمایه‌گذاری در کشورهای هدف متمایل می‌کند. در کنار این سیاست‌ها، افزایش رقابت

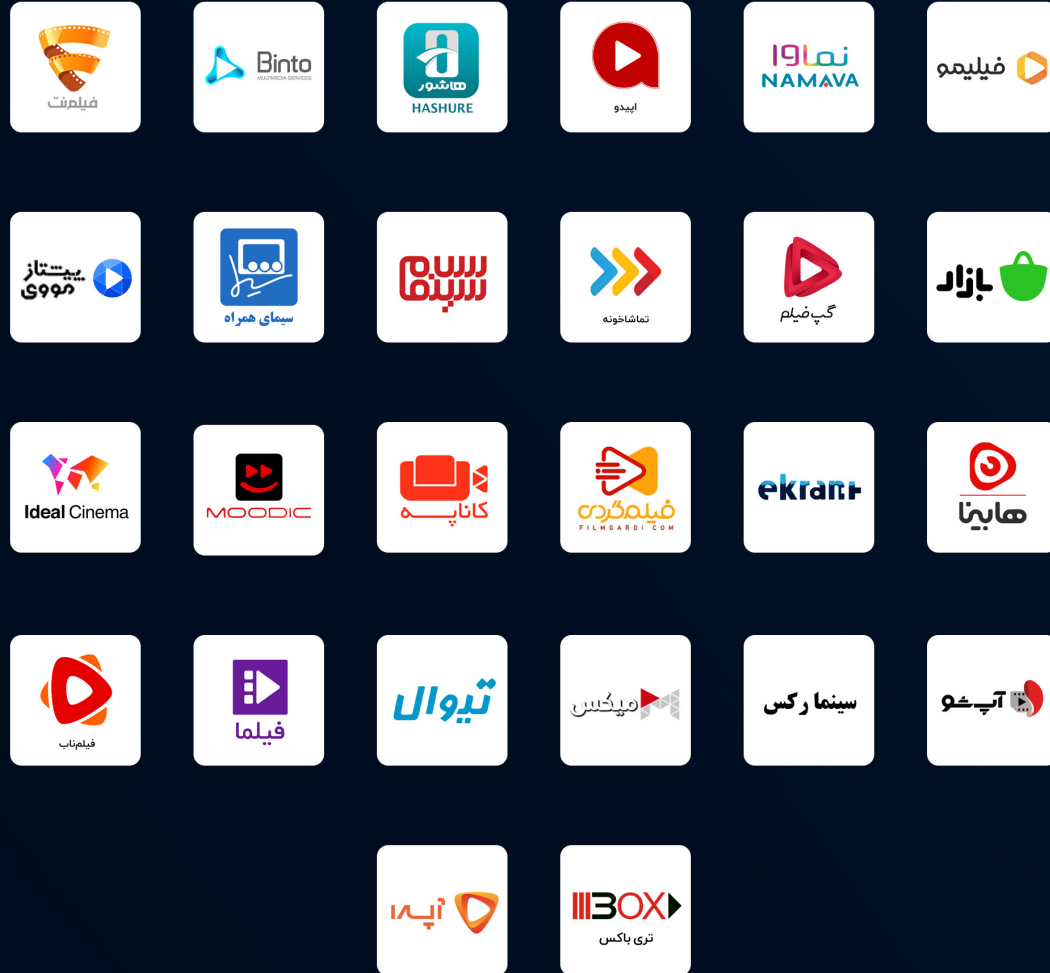
و تمایل مردم به محتوای نمایشی بومی، عملاً به توسعه استراتژی «بومی‌سازی محتوا» توسط پلتفرم‌های فراملی منجر شده است. اما حتی این سیاست‌های ملی و استراتژی‌های بازاریابی بومی پلتفرم‌ها هم تضمین‌کننده ادامه حیات تولید محتوای بومی نیست.

## دورنمای همکاری رسانه عمومی و خصوصی

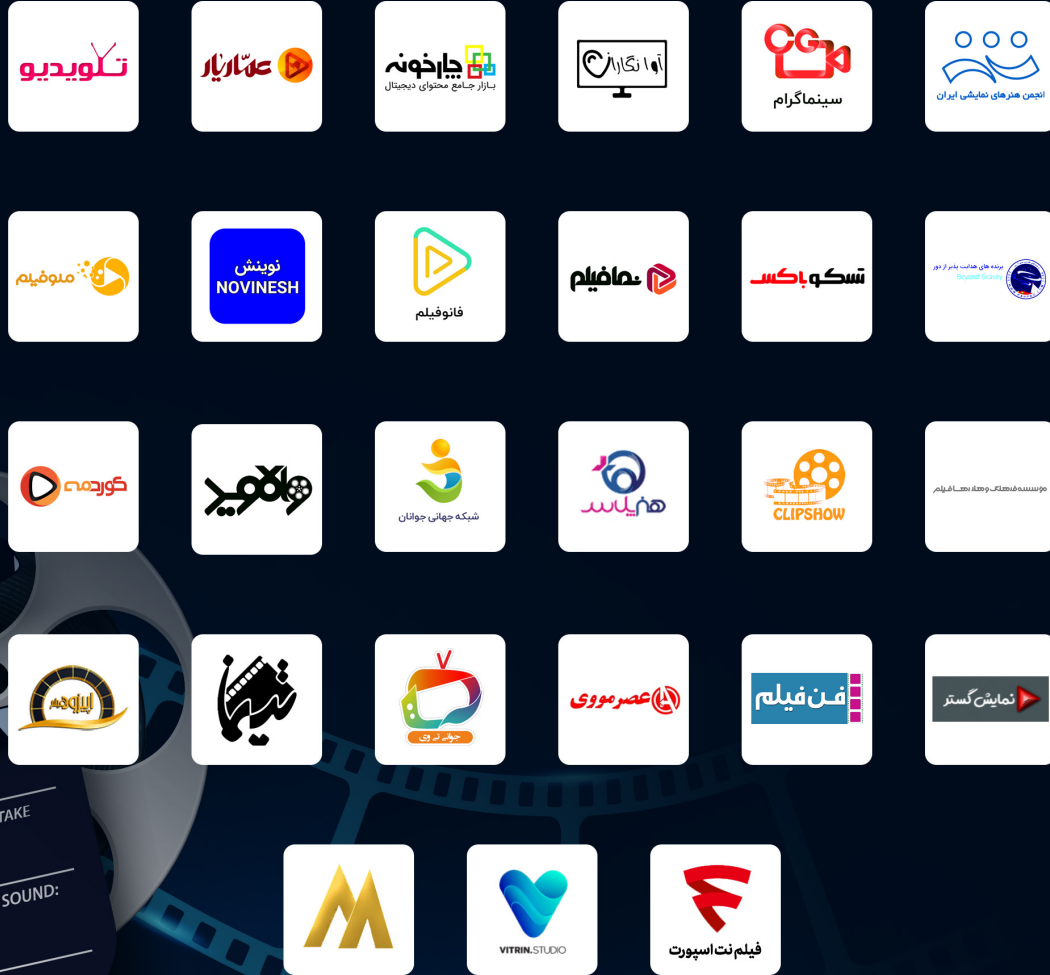
در کشور ما وجود رسانه ملی قدرتمند در کنار پلتفرم‌های نمایشی داخلی، و صد البته متاثر از عدم حضور رسمی ابرپلتفرم‌های نمایشی فراملی، فرصت کم‌نظیری را برای صنعت رسانه‌های نمایشی فراهم آورده است. هرچند عدم التزام به قوانین حق انتشار برای محتواهای خارجی به صورت اولیه بازار مصرف کشور را در اختیار انبوه محتواهای خارجی قرار داده بودند، اما کاشش بازار داخلی در کنار ورود سرمایه‌های خاص به این صنعت، در چند سال اخیر چرخه تولید محتوای نمایشی ایرانی، ورای رسانه ملی را به حرکت درآورده است. با این حال و علیرغم وجود دغدغه‌های فرهنگی-محتوایی، همچنان صنعت رسانه‌های نمایشی کشور تا تعادل مطلوب به نفع تولید محتوای بومی فاصله قابل توجه دارد.



## نقشه بازار رسانه‌های منتشرکننده محتوای حرفه‌ای (۵۳ رسانه)



## نقشه بازار رسانه‌های منتشرکننده محتوای حرفه‌ای (۵۳ رسانه)





# کارگزاری چیست؟ کارگزار کیست؟

شخصیت حقوقی دارای مجوز از ساتراک به جهت تخصص محتوایی در زمینه صوت و تصویر و وجود تجربه فعال در زمینه امور فرهنگی، دارای تخصص حرفه‌ای لازم در ارزیابی محتوا با توجه به اقتضائات خاص فضای صوت و تصویر فراگیر می‌باشد که ساترا با هدف راهبرد شایسته‌گزینی و ایجاد فرصت‌های برابر برای همه افراد دارای صلاحیت‌های عمومی و تخصصی ذکرشده در «دستورالعمل نحوه تاسیس و فعالیت کارگزاری خدمات صوت و تصویر فراگیر» وفق ماده ۲۱ آن دستورالعمل، از داوطلبین واجد شرایط برای ثبت درخواست «مجوز کارگزاری موقت در امور محتوایی» در شهریور ماه ۱۳۹۹ دعوت به همکاری نمود که از ۲۷ متقاضی، ۵ شرکت واجد شرایط قانونی و تخصص لازم تشخیص داده شدند.





## اسامی کارگزاران فعال:

۱. شرکت کارسازان بازار کالا
۲. شرکت رایا هنر آینده
۳. شرکت بنیان ثاقب
۴. شرکت ویژه تحقیق بازار
۵. شرکت رشد ارتباطات هوشمند



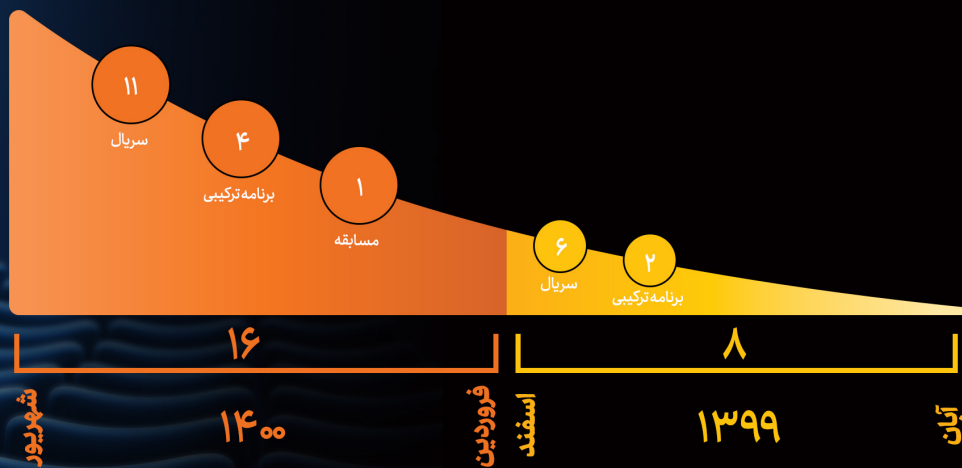






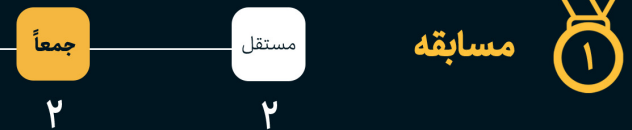
# نمودار افزایش درخواستهای انتشار محتوا

اگرچه که بخشی از افزایش حجم تقاضای ثبت شده از جانب پلتفرم ها به دلیل گسترده شدن بازار محتوایی کشور بوده است، اما تسهیل گری ساترا نیز در این خصوص تاثیر به سزایی داشته است و رویکرد تعاملی ساترا، قابل توجه بوده است.





# گزارش درخواست‌های مجوز تولید ۶ ماه اول سال ۱۴۰۰





- ۱۵ طرح موافقت کلی
- ۴ طرح مردود
- ۹ طرح در حال بررسی
- + مابقی (سریال) ارسال به سامانه الماس

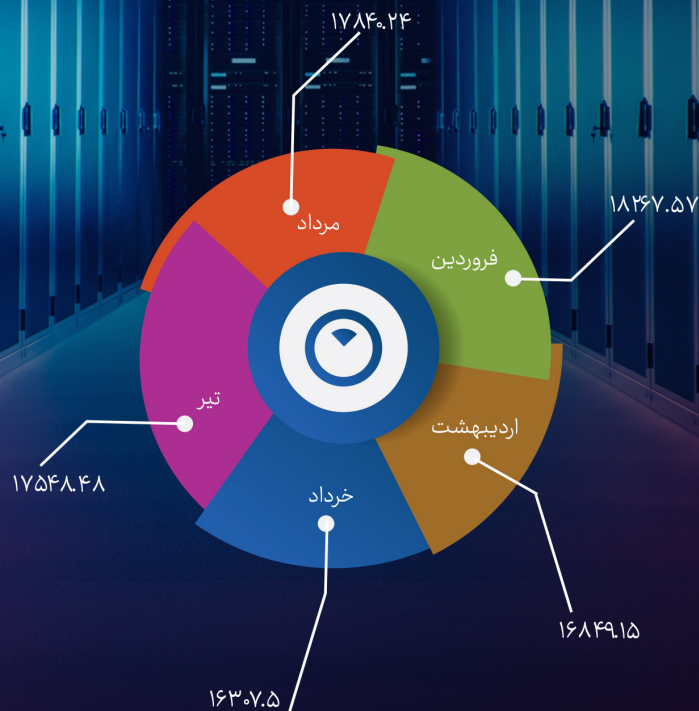


# مجموع ترافیک رسانه‌های دانلود محتوای نمایشی



## در طرح ساماندهی در ۵ ماه اول سال ۱۴۰۰

جدول زیر که بر اساس خود اظهاری ۶ دیتاسنتر فعال و دارای تفاهم نامه همکاری با ساترا تنظیم شده است، نمایانگر میزان ترافیک تولید شده در رسانه‌های دانلودی است. آماري که اگرچه تفاوت فاحشی در میان ماه‌های مختلف سال ندارد، اما با این حال نمایانگر کاهش تدریجی مصرف مخاطب در ماه‌هایی است که موسم امتحانات دانشگاه و مدارس می‌باشد. از سوی دیگر مجموع ترافیک تولید شده، نشانگر جایگاه سایت‌های دانلودی در میان کاربران ایرانی است. به نظر می‌رسد مقایسه میزان ترافیک تولیدی در سایت‌های دانلودی با رسانه‌های vod بتواند در شناخت ذائقه رسانه‌ای کاربران توسط سیاست‌گذاران، تنظیم‌گران، صاحبان کسب و کار پژوهشگران حوزه ارتباطات تاثیر بسزایی داشته باشد.



ماه	مجموع ترافیک رسانه‌های طرح ساماندهی بر حسب (TB)
فروردین	۱۸۲۶۷.۵۷
اردیبهشت	۱۶۸۴۹.۱۵
خرداد	۱۶۳۰۷.۵
تیر	۱۷۵۴۸.۴۸
مرداد	۱۷۸۴۰.۲۴
مجموع ترافیک ۵ ماه بر حسب (TB)	۸۶۸۱۲.۹۴





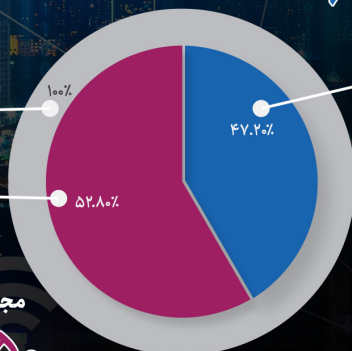




# گزارش پنج ماهه ۳ رسانه فعال تولید محتوا

همان طور که مشاهده می شود ۹۱،۵۰ درصد محتوای رسانه ها را محتوای خارجی تشکیل می دهد، با این وجود ۵۲،۸۰ درصد از دقایق تماشای محتوای ایرانی اختصاص دارد و این اگرچه جای خشنودی دارد لیکن نباید باعث شود که سیاستگذاران و مسئولین مربوطه از ۴۷،۲۰ درصد باقی مانده غافل باشند چراکه این درصد به نوبه خود قابل توجه و نگرانی است.

مجموع (دقیقه)  
۱۳,۱۱۸,۳۹۶,۳۱۰

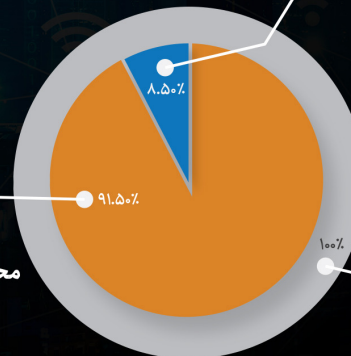


مجموع دقایق تماشای محتوای ایرانی  
۶,۹۲۶,۸۹۹,۵۵۰

مجموع دقایق تماشای محتوای خارجی  
۶,۱۹۱,۴۹۶,۷۶۰

محتوای خارجی منتشر شده (اپیزود)  
۱۶۳۰۹

محتوای ایرانی منتشر شده (اپیزود)  
۱۵۱۵



مجموع  
۱۷۸۲۴

مجموع ترافیک محتوای داخلی و خارجی (TB) = ۳۰۹۱۵۹







## NETFLIX؛ خیلی دور خیلی نزدیک

سرویس Netflix یک سرویس جهانی استریمینگ سرگرمی است که در ۱۵۰ کشور به جز چین ارائه سرویس می‌کند و بیش از ۲۰۸ میلیون مشترک دارد. این سرویس از شیوه درآمدزایی پرداخت بر هر محتوا یا تبلیغات استفاده نمی‌کند. Netflix در ایران تا پیش از سال ۱۳۹۴ فیلتر نبود؛ اما به دلیل تحریمها علیه ایران محتوای خود را برای ایرانیان مسدود کرده بود. در ۲۰۱۶ میلادی مدیران Netflix که تا آن زمان با ۶۰ کشور جهان همکاری داشتند اعلام کردند که ۱۳ کشور دیگر از جمله ایران نیز به فهرست خدمات گیرندگان این سرویس افزوده شده‌اند. گروهی در ایران از این تصمیم Netflix انتقاد کردند؛ زیرا باور داشتند که محتوای بسیاری از فیلمها و سریالهای این شبکه با توجه به قوانین موجود در ایران قابل پخش نیست و همچنین رقیب جدی برای صنعت داخلی و شبکه‌های نمایش خانگی ایرانی خواهد بود. Netflix بلافاصله پس از آنکه دسترسی به محتوای خود را برای ایران باز کرد، فیلتر شد فلذا استفاده از نتفلیکس مستلزم استفاده از VPN با کیفیت است.

### خرید اشتراک سرویس (نتفلیکس) در ایران به ۲ طریق انجام می‌شود:

- خرید اکانت اختصاصی
- خرید اکانت اشتراکی (بین ۵ نفر)



## تعداد کاربران ایرانی

اگرچه برای آگاهی از تعداد کاربران تنها آمار و ارقام درست نزد شرکت نتفلیکس می‌باشد چرا که کاربران ایرانی از VPN استفاده می‌کنند بنابراین با تغییر آی‌پی واقعی نمی‌توان آمار درستی از دسترسی کاربران ایرانی از وب سایت نتفلیکس بدست آورد؛ با این وجود ارقام ذیل قابل توجه است: اپلیکیشن نتفلیکس در **کافه بازار ۸ میلیون** و در پلتفرم **مایکت نیز ۱ میلیون** نصب فعال دارد. نتفلیکس از **Google Play، کافه بازار، App Store، دستگاههای متصل مانند سیستم عامل Tizen، Microsoft Store و درگاه وب** قابل دانلود است. روش پرداختی برای خرید اکانت نتفلیکس نیز به شرح زیر است:



روش پرداختی



## برای خرید اکانت نتفلیکس نیز به شرح زیر است:

از طریق کارت های اعتباری نظیر مستر کارت و غیره  
پرداخت از طریق صرافی های آنلاین یا برخی سایت ها  
خرید از طریق گیفت کارت  
از طریق درگاه های واسط پرداخت (PSP)

NETFLIX

NETFLIX



NETFLIX

Inicio Series Películas Novedades populares Mi lista



N SERIE

# EL JUEGO DEL CALAMAR

TOP 10

Ve la temporada 1

Cientos de jugadores cortos de dinero aceptan una extraña invitación a competir en juegos infantiles. Adentro les espera un premio irresistible... con un riesgo mortal.

▶ Reproducir

ⓘ Más información



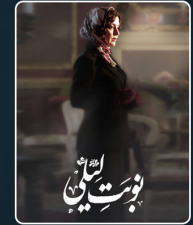
16+

Dramas de TV





# لیست محتوای پاییز رسانه‌ها



نوبت لیلی

نما ۱۹

سریال

تهیه کننده

روح الله حجازی

کارگردان

روح الله حجازی



شبکه مخفی زنان

نما ۱۹

سریال

تهیه کننده

جواد نوروزبیگی

کارگردان

افشین هاشمی



خسوف

نما ۱۹

سریال

تهیه کننده

همایون اسعدیان

کارگردان

مازیار میری



حرفه‌ای

نما ۱۹

سریال

تهیه کننده

سعید خانی

کارگردان

مصطفی تقی زاده



جزیره

فیلمو

سریال

تهیه کننده

سیروس مقدم

کارگردان

منوچهر محمدی



نیسان آبی

فیلمو

سریال

تهیه کننده

احسان ظلی پور

کارگردان

منوچهر هادی



جوکر

فیلمو

مسابقه

تهیه کننده

امیرحسین بزرگ‌زادگان

کارگردان

سیدحامد میرفتاحی





یازده



برنامه ورزشی

تهیه کننده

علی باذل

کارگردان

بهمن دادفر



بندبازی



برنامه ترکیبی

تهیه کننده

نیما بانگ

مجری

امید حاجیلی



مگه تموم عمر چند تا بهاره



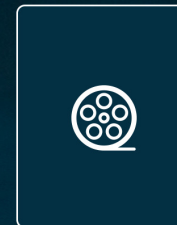
سریال

تهیه کننده

محمد رضا تختکشیان

کارگردان

سروش صحت



تیک آبی



برنامه ترکیبی

تهیه کننده

علی باذل

کارگردان

بهرام رادان

# مقایسه سریال‌های ایرانی بر اساس شاخص‌های سلبی و ایجابی

## ارزیابی محتوایی

نظارت و ارزیابی مستمر، با عنایت به گستردگی کمی، کثرت و تنوع محتوای بارگزاری شده و همچنین گسترش روزافزون مخاطبان این رسانه‌ها بالاخص سریال‌های VODها، امری ضروری است. ساترا در قالب پروژه‌ای با همکاری یک مجموعه ارزیاب سلامت محتوایی این سریال‌ها رو مورد رصد دقیق و مستمر قرار می‌دهد. در این مدل تحلیلی شاخص‌های سلبی و ایجابی بر اساس منفعت عمومی تدوین شده است. در گزارش پیش رو برخی تحلیل‌های صورت پذیرفته در مورد سریال‌های مهم ایرانی به اختصار آمده است. لازم به ذکر است در این گزارش، داستان، جذابیت و کیفیت ساختاری و فنی، ارزیابی نشده و سریال‌ها از منظر سلامت محتوایی مقایسه شده‌اند.

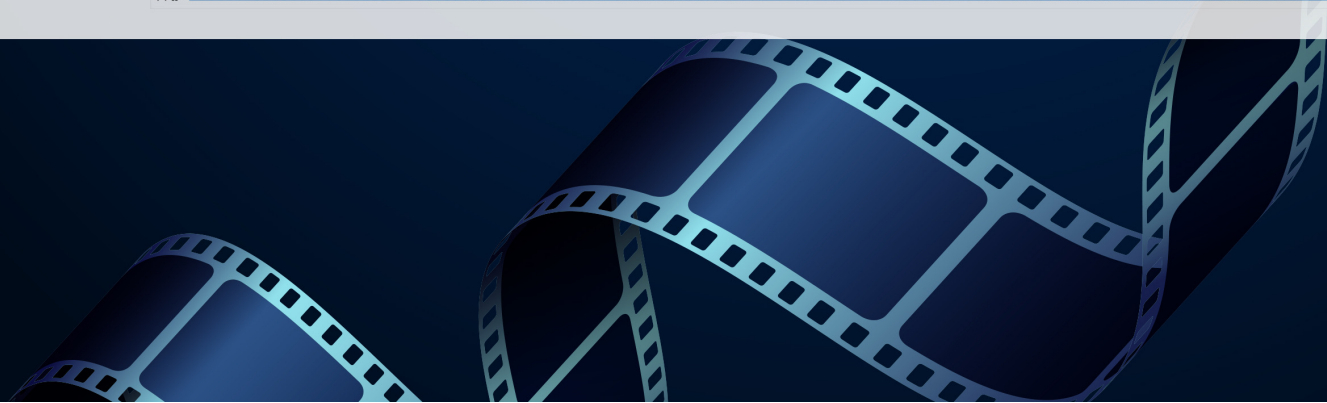
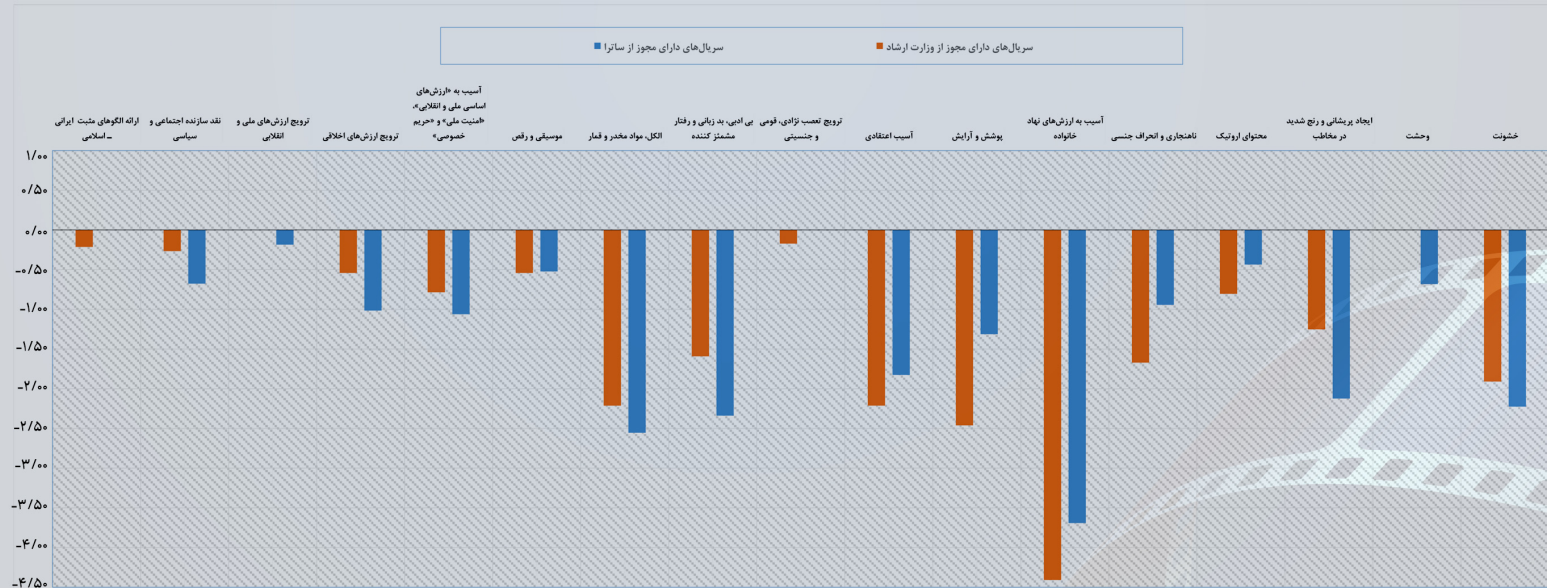






# مقایسه سریال‌های ایرانی

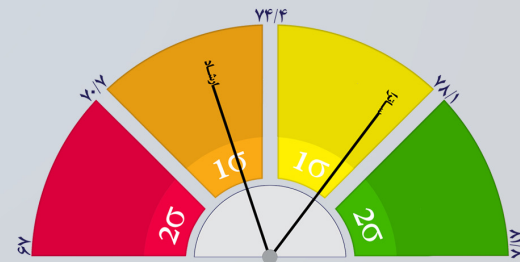
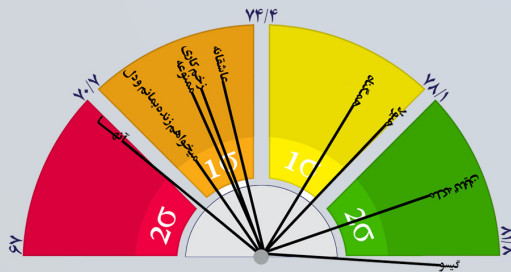
## بر اساس شاخص‌های سلبی و ایجابی



# مقایسه سریال‌های ایرانی

## بر اساس شاخص‌های سلیبی و ایجابی

- آنها: ۶۹
- میخواهم زنده بمانم: ۵/۷۰
- دل: ۵/۷۰
- ممنوعه: ۷۱
- زخم کاری: ۷۷۱
- عاشقانه: ۹/۷۲
- همگناه: ۶/۷۷
- هیولاد: ۷۸
- ملکه کدبانان: ۶/۷۹
- گیسو: ۳/۸۳



میانگین نمره نهایی سریال‌های دارای مجوز از ساترا: ۸۴/۷۶

میانگین نمره نهایی سریال‌های دارای مجوز از ارشاد: ۳۳/۷۳



# برنامه‌هایی که از آبان ۱۳۹۹ تا پایان شهریور ۱۴۰۰ از فرایند صدور مجوز ساترا عبور کرده و منتشر شده‌اند عبارتند از:



همرفیق



هفت خان



گیسو



قورباغه



سیاوش



دراکولا



خاتون



پیشگو

نماوا



می خواهم زنده بمانم



ملکه گدایان



مردم معمولی



قبله عالم



شب های مافیا



زخم کاری

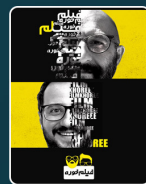


دیرین دیرین



خوب، بد، جلف

فیلمو



فیلم خوره



شب آهنگی



آنها

فیلم نت



