



بررسی ابعاد مسئله تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و ارائه پیش‌نویس قانونی



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخ انتشار:
۱۴۰۲/۶/۱۸

شماره مسلسل: ۱۹۲۵۴
کد موضوعی: ۲۷۰



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

عنوان گزارش:

بررسی ابعاد مسئله تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر
در فضای مجازی و ارائه پیش‌نویس قانونی

نام دفتر:

مطالعات فرهنگ و آموزش (گروه رسانه، ارتباطات جمعی و فضای مجازی)

تهیه و تدوین کنندگان:

مرتضی قاسم‌زاده، سیدعلی محسنیان

مدیر مطالعه:

سیدعلی محسنیان

اظهار نظر کنندگان:

فهیمة غفرانی، امین پژمان، علی افضلی

ناظران علمی:

موسی بیات، عبدالکریم خیامی

گرافیک و صفحه‌آرایی:

سیده فاطمه ابوطالبی

ویراستار ادبی:

زهره عطاردی

واژه‌های کلیدی:

۱. تنظیم‌گری

۲. خدمات صوت و تصویر فراگیر

۳. فضای مجازی

۴. صدا و سیما

۵. حکمرانی رسانه



دفتر مطالعات آموزش و فرهنگ

فهرست مطالب

۶	چکیده.....
۷	خلاصه مدیریتی.....
۸	۱. مقدمه و بیان مسئله.....
۱۰	۲. پیشینه و شواهد کاربردی تنظیم‌گری در حوزه رسانه.....
۱۱	۳. چارچوب و ابعاد مسئله تنظیم‌گری رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی در ایران.....
۱۲	فصل اول- اصول تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی.....
۱۳	فصل دوم: منافع عمومی و اهداف کلان تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی.....
۱۴	فصل سوم: محدوده و قلمرو تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر.....
۱۵	فصل چهارم: رویکردهای حاکم بر تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر.....
۱۶	فصل پنجم: اجرا و پیاده‌سازی نظام تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر.....
۲۴	فصل ششم: حوزه‌های تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر.....
۲۵	فصل هفتم: نظارت بر تنظیم‌گری.....
۳۱	منابع و مآخذ.....

فهرست شکل

۱۱	شکل ۱. مهمترین ابعاد مسئله تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر.....
----	--



بررسی ابعاد مسئله تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و ارائه پیش‌نویس قانونی

چکیده



پس از نظریه تفسیری شورای نگهبان درباره اصول (۴۴ و ۱۷۵) قانون اساسی و حکم مقام معظم رهبری در خصوص مسئولیت سازمان صدا و سیما در صدور مجوز، تنظیم مقررات و نظارت بر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی؛ با وجود شکل‌گیری نهاد تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی ذیل سازمان صدا و سیما، به دلایل متعددی از جمله تداخل در وظایف دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی، نیاز ورود مجلس از باب تقنین به مسئله تنظیم‌گری احساس می‌شود؛ گزارش پیش رو ضمن ارائه بررسی اجمالی نظری و الگوها و شواهد کاربردی نهادهای تنظیم‌گر، مهم‌ترین ابعاد مسئله تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در ایران و نسبت آنها با سازمان تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر فضای مجازی را از هفت منظر ۱. اصول تنظیم‌گری، ۲. منافع عمومی و اهداف کلان در تنظیم‌گری، ۳. رویکردهای حاکم بر تنظیم‌گری، ۴. محدوده و قلمرو تنظیم‌گری، ۵. پیاده‌سازی و اجرای تنظیم‌گری، ۶. حوزه‌های تنظیم‌گری و ۷. نظارت بر تنظیم‌گری را بررسی و در نهایت متن پیش‌نویس قانونی تنظیم‌گری رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی را ارائه نموده است.

بیان/شرح مسئله

پاسخ‌گویی به عموم ذی‌نفعان، استقلال، بی‌طرفی و عدم جانب‌داری، بهره‌گیری از رویکردهای تخصص‌گرایانه، تسهیل-گرایانه، انگیزشی و نوآورانه.

فصل دوم به دنبال تعیین منافع عمومی و اهداف کلان تنظیم‌گری به‌عنوان مأموریت اصلی نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی می‌باشد؛ از آنجا که ورود تنظیم‌گر برای حل مسائل بر مبنای تحقق منافع عمومی توجیه‌پذیر است؛ نیازمند دربرگیری جامع منافع ذی‌نفعان مختلف اعم از منافع حاکمیت، صنعت و جامعه (کاربران) در عرصه‌های مختلف می‌باشد؛ در این پیش‌نویس اهداف فوق به‌عنوان مأموریت اصلی نهاد تنظیم‌گر لحاظ شده است.

فصل سوم این پیش‌نویس به دنبال تعیین محدوده و قلمرو تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی می‌باشد؛ بر این اساس، هر فعالیتی که منجر به انتشار «صوت و تصویر فراگیر» شود و در محدوده صلاحیت قضایی جمهوری اسلامی ایران باشد؛ و مسئولیت ویرایشی داشته باشد؛ و هدف اصلی آن انتشار صوت و تصویر باشد؛ و حرفه‌ای باشد (متضمن منفعت و سود و انتشار مستمر داشته باشد) در محدوده تنظیم‌گری نهاد تنظیم‌گر قرار دارد. انواع خدمات صوتی در خواستی (AOD)؛ انواع خدمات تصویری در خواستی (VOD)؛ خدمات پخش زنده اینترنتی (Live Streaming) و سکوه‌های اشتراک ویدیو (VSP) که عمدتاً به‌عنوان رسانه‌های کاربر محور معرفی می‌شوند به‌عنوان مصادیق رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی تعیین می‌شود.

فصل چهارم این پیش‌نویس رویکردهای حاکم بر تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر را از دو منظر رویکردهای اقتصادی و رویکردهای فرهنگی و اجتماعی به تنظیم‌گری مورد توجه قرار می‌دهد؛ در رویکرد اقتصادی بر مداخله تنظیم‌گر به منظور تصحیح شکست بازار و نتایج مربوط به آن تأکید می‌کند؛ و در رویکرد اجتماعی مداخله تنظیم‌گر را از منظر دستیابی به اهداف اجتماعی و فرهنگی با ارزش از طریق تکنیک‌های نظارتی توجیه می‌نماید.

فصل پنجم این سند در پی اجرا و پیاده‌سازی نظام تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی بر مبنای چارچوب‌های قانونی در کشور بود؛ از آنجا که اصولاً پیاده‌سازی و اجرای سه کار ویژه مقررات‌گذاری، اجرا و نظارت حقوقی نیازمند ساختار منسجم و کارا می‌باشد؛ از این منظر این فصل از دو برش ساختاری و کارکردی و براساس چارچوب‌های قانونی کشور نهاد تنظیم‌گر را مورد بررسی قرار می‌دهد.

شخصیت حقوقی نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی به ماده (۲) اساسنامه صدا و سیما و تبصره «۱۵» این ماده، واحد تابعه این سازمان می‌باشد که ایجاد این نهاد، الزامات و اختصاصات ساختاری،

روند توسعه فناوری‌های ارتباطاتی و اطلاعاتی و ظهور خدمات رسانه‌ای مبتنی بر فضای مجازی و متعاقب آن افزایش پیچیدگی و چندوجهی شدن این خدمات، تسریع در واگذاری امور تصدی‌گرایانه و پرداختن به امور حاکمیتی و به‌صورت خاص شکل‌گیری نهادهای تخصصی تنظیم‌گری به‌عنوان یکی از عناصر مقوم توسعه حکمرانی ملی را در عرصه رسانه، ضروری ساخته است، از این منظر لازمه حکمرانی مناسب در عرصه رسانه‌های جدید، اعمال سیاست تنظیم‌گری از طریق سازوکار نهادی مناسب برای تحقق منافع عمومی می‌باشد؛ این مهم در کشور بعد از مرقومه مقام معظم رهبری در خصوص مسئولیت انحصاری سازمان صدا و سیما در تنظیم مقررات، صدور مجوز و نظارت در عرصه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و شکل‌گیری سازمانی ذیل سازمان صدا و سیما محقق شد؛ باین وجود به دلیل برخی از مشکلات از جمله تداخل در وظایف دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی، ضرورت ورود مجلس از باب تقنین و ضابطه‌مند نمودن اقدامات تنظیم‌گرانه توسط نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی را پراهمیت می‌نماید

نقطه نظرات / یافته‌های کلیدی

به‌منظور طی سازوکار تقنینی مسئله و تبدیل آن به قانون و با توجه به زیست‌بوم رسانه‌های کشور و چالش‌های آن، نیازمند طی کردن هفت گام برای تدوین راهنمای عملی تنظیم‌گری و انطباق آن با چارچوب‌های قانونی کشور بود؛ عناصری را که تشکیل‌دهنده نظام تنظیم‌گری هستند به‌صورت کلی می‌توان به مؤلفه‌های زیر تقسیم‌بندی نمود که عبارتند از:

- ۱ اصول تنظیم‌گری،
- ۲ منفعت عمومی و اهداف کلان تنظیم‌گری،
- ۳ محدوده و قلمرو تنظیم‌گری،
- ۴ رویکردهای تنظیم‌گری،
- ۵ پیاده‌سازی و اجرای تنظیم‌گری،
- ۶ حوزه‌ها تنظیم‌گری،
- ۷ ارزیابی و نظارت بر تنظیم‌گری.

پیشنهاد راهکار تقنینی، نظارتی یا سیاستی

گام‌های فوق در قالب ۷ فصل و ۳۰ ماده به‌عنوان پیش‌نویس قانون تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی در این گزارش تهیه شده است. فصل اول این پیش‌نویس در پی تعیین نسبت نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر با اصولی است که به‌طور کلی به‌عنوان اصول عمومی تنظیم‌گری مطرح می‌شود؛ در واقع اصول تنظیم‌گری اصولی هستند که باید هنگام تدوین سیاست‌های نظارتی و الزامات آن اعمال شوند. برخی از این اصول عبارتند از شفافیت در کلیه فرایندها، رویه‌ها و تصمیمات،



فصل ششم این سند در پی تعیین حوزه‌های تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی می‌باشد؛ به‌طور کلی حوزه‌های اصلی تنظیم‌گری خدمات صوت و تصویر عبارتند از محتوای رسانه‌ای و آنچه امکان فعالیت برای تولید، توزیع و انتشار محتوای رسانه‌ای را فراهم می‌کند؛ با این وجود تحولات ناشی از شکل‌گیری زنجیره ارزش رسانه‌ای سبب شده تا علاوه بر حوزه تولید، تأمین و انتشار محتوا، کیفیت و نحوه ارائه خدمات، دستگاه‌ها و فناوری‌های اختصاصی و تبلیغات بازرگانی در قلمرو صلاحیت تنظیم‌گری این نهاد قرار می‌گیرند.

فصل هفتم این سند پیش‌نویس مسئله نظارت بر نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی را مورد مذاکره قرار می‌دهد؛ از این منظر و با توجه به تعریف این نهاد ذیل سازمان صدا و سیما و بر مبنای قانون اساسی (نحوه اجرای اصل (۱۷۵) قانون اساسی در بخش نظارت)، سازوکار نظارتی غیر متمرکز و بیرونی با محوریت شورای نظارت بر سازمان صدا و سیما قرار داده شده است.

در نهایت متن پیش‌نویس قانون تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی به‌منظور بررسی و تصویب به مجلس شورای اسلامی پیشنهاد می‌شود.

اداری، مالی و نیروی انسانی به پیشنهاد رئیس نهاد و تصویب رئیس سازمان در قوانین و مقررات سازمان افزوده می‌گردد؛ بر مبنای مطالعات تطبیقی و با توجه به اصل تناسب ساختاری و کارکردی در طراحی نظام‌های تنظیم‌گر و همچنین کار ویژه تنظیم‌گری در هم‌راستاسازی منافع ذی‌نفعان، ساختار تصمیم‌گیری نهادهای تنظیم‌مبتنی بر رویکرد کمیسیون محور می‌باشد؛ از این منظر با توجه به حق رویه یکسان و ترکیب ناهمسو و غیرهمگون در تصمیم‌سازی، عملاً امکان تسخیر توسط یک یا چند بازیگر کم‌رنگ می‌شود.

در خصوص برش کارکردی نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی سه کارکرد اصلی از طریق سازوکارهای مقررات‌گذاری (رویه‌های مقررات‌گذاری)، سازوکارهای اجرایی به‌واسطه بهره‌گیری از سبد متنوعی از ابزارهای تنظیمی نظیر ابزارهای مجوزدهی (صدور مجوز فعالیت رسانه، صدور مجوز تولید محتوای حرفه‌ای، صدور مجوز انتشار محتوای حرفه‌ای)؛ ابزار تسهیل‌گرانه (تسهیلات، توانمندسازها و مشوق‌ها)؛ ابزارهای نظارت‌های پیشینی، پسینی، نظارت انسانی و فناوری محور)؛ ابزارهای مکمل (افزایش خودتنظیم‌گری و تنظیم‌گری مشارکتی)؛ ابزارهای فناورانه (فناوری نظارتی، هات‌لاین‌ها، نمادهای اعتماد محتوا، سیستم‌های فیلترینگ) و ابزارهای نرم و انگیزشی و همچنین سازوکارهای نظارت حقوقی (رویه‌های شبه‌قضایی) از طریق ایجاد یک نهاد شبه‌قضایی به‌منظور بررسی تخلفات و حل اختلافات صورت می‌پذیرد.

۱. مقدمه و بیان مسئله

تحولات حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه رسانه‌های نوین محیط گسترده و پیچیده‌ای را فراهم آورده که بر محور «یکپارچگی» و «هم‌گرایی» سازمان یافته است؛ در این محیط هم خدمات رسانه‌ای و خدمات غیررسانه‌ای به‌شکل موازی در بستر رسانه‌های نوین ارتباطی قابل دریافت می‌باشد. با توجه به تغییر و تحولات سریع و پیچیدگی‌های محیط رسانه‌های نوین، این فضا با ایجاد مدل‌های جدید دریافت، مصرف، تولید و توزیع محتوای رسانه‌ای، عرصه جدیدی را در «حکمرانی رسانه‌ای» ایجاد کرده که اتخاذ سازوکارهای مناسب را از سوی حاکمیت‌های ملی به‌منظور صیانت از مرزهای رسانه‌ای پراهمیت می‌کند.

از سوی دیگر نفوذ روزافزون رسانه‌های جدید مبتنی بر اینترنت نظیر سرویس‌های «ویدئو مبتنی بر درخواست» (VOD)، سکوه‌های اشتراک ویدئو «(Video-Sharing Platforms)»، «تلویزیون مبتنی بر پروتکل اینترنت» (IPTV)، «تجمیع‌کننده‌ها» (Super-app) و «پخش زنده» (Live Streaming) و آثار مختلف اجتماعی، اقتصادی، امنیتی، فرهنگی و سیاسی آنها، سبب شده است تا کشورهای مختلف تلاش کنند تا از طریق سازوکارهای تقنینی، قضایی و اجرایی در قالب نهادهای تنظیم‌گر^۱ چارچوب‌هایی را برای

۱. اصطلاح تنظیم‌گری به‌شکلی گسترده و پیوسته در حال تغییر می‌باشد. این اصطلاح به‌طور متداول با مقوله دولت و نحوه مدیریت وظایف آن و حصول اطمینان از رعایت هنجارهای تعیین شده در قلمرو اجرایی حاکمیت‌ها همراه می‌باشد. در یک معنای کلی، تنظیم‌گری به معنای استفاده از ابزارهای قانونی برای اجرای اهداف سیاست اجتماعی-اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. چنین مواردی به‌عنوان واسطه میان دولت و صنعت عمل می‌کنند و به‌دلیل استقلال و تخصص موجود، آنها را به‌عنوان «شاخه چهارم حاکمیت» تعیین می‌کنند (Latzter et al, 2002, p. 63). به‌طور کلی تنظیم‌گری شامل هرگونه تدبیر و اقدام حاکمیتی که به‌موجب قانون و به‌منظور (۱) تسهیل، توسعه یا ساماندهی فعالیت کنشگران یک زیست‌بوم، یا (۲) نظارت بر حسن ایفای مسئولیت‌ها و تعهدات یا (۳) اعمال ضمانت‌اجراهای مقرراتی بر تخلفات آنها اتخاذ می‌گردد. تنظیم‌گری را می‌توان در طیفی اعم از رویکردهای دستور و کنترل از سوی دولت تا خودتنظیم‌گری، با موضوعات مختلف در زنجیره‌ای که انواع مختلفی از تنظیم‌گری مشارکتی را در برمی‌گیرد، درک کرد (Gunningham and Rees, 1997, p. 363).

• تنظیم‌گری دولتی (حاکمیتی)
تنظیم‌گری شکل سنتی از اختیارات دولت محسوب می‌شود تا دولت بتواند به‌وسیله آن اقتدار خود را به‌شکل مستقیم از بالا تا پایین اعمال کند. بر این اساس، اصطلاحات تنظیم‌گری در اغلب موارد دستوری و کنترلی به کار گرفته می‌شوند (Baldwin et al, 2013, p. 10).

• تنظیم‌گری مشارکتی
به‌طور کلی به‌منظر می‌رسد که خط اصلی همکاری در تنظیم‌گری شامل رابطه میان همکاری «نهادینه شده» بین صنعت و دولت است (Just and Latzer, 2004, p. 44).

• خودتنظیم‌گری
خودتنظیم‌گری را می‌توان به‌عنوان تفویض وظایف سیاستگذاری عمومی به فعالان بخش خصوصی در قالب نهادی در جهت یکی از اصلی‌ترین اهداف، تنظیم بازار (صنعت) توسط

ساماندهی، کنترل و نظارت بر امور مربوط به خدمات رسانه‌ای نوین در فضای مجازی ارائه دهند. به لحاظ تاریخی طراحی نظام‌های حکمرانی مبتنی بر نقش فعال نهادهای تنظیم‌گر خدمات رسانه‌ای به سال‌های آغاز قرن بیست و یکم باز می‌گردد؛ تلاش قانونگذاران در پارلمان بریتانیا در سال ۲۰۰۳ برای نظارت بر کانال‌های رسانه‌ای که از طریق انتقال دیجیتال به سرعت در حال هم‌گرایی بودند، منجر به تشکیل نهاد تنظیم‌گر آفکام شد؛ همچنین با تصویب دستورالعمل خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر^۱ (AVMSD) در سال ۲۰۰۷، کمیسیون اروپا تلاش نمود تا با توجه به تأثیرات اقتصادی و فرهنگی فناوری‌های جدید، چارچوب نظارتی برای پخش خدمات خطی و غیرخطی و فعالیت‌های مرتبط با آن را در میان کشورهای عضو فراهم نماید. در کشور ما علی‌رغم سوابق اجرایی برخی شئون تنظیم‌گرانه در حوزه رسانه‌های مجازی توسط نهادهای مختلف، نظریه تفسیری شورای نگهبان^۲ در خصوص اصول یکصد و هفتاد و پنجم و چهل و چهارم قانون اساسی در پاسخ به استفساریه رئیس وقت سازمان صدا و سیما، در واقع هسته اصلی رویکرد حقوقی کشور به رسانه‌های صوتی-تصویری می‌باشد؛ پس از آن بر اساس مأموریتی که در پیوست حکم رئیس اسبق این سازمان که در سال ۱۳۹۳ توسط مقام معظم رهبری ابلاغ شد و همچنین فرمان (حکم) معظم‌له^۳ در خصوص مسئولیت انحصاری سازمان صدا و سیما در صدور مجوز، تنظیم مقررات و نظارت بر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، سازمان صدا و سیما انتشار هر گونه فعالیت در حوزه ارائه خدمات رسانه‌ای صوتی و تصویری اعم از خطی و خدمات غیرخطی در فضای مجازی را در حوزه صلاحیت‌های قانونی خود می‌داند و در راستای اجرای مأموریت خود اقدام به فعالیت‌های اجرایی، نظارتی و رویه‌های شبه‌تقنینی (مقررات‌گذاری) مختلف در بازه‌های زمانی ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۲ نموده است. باین وجود به دلایل مختلفی از جمله «تداخل در وظایف دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی نظیر سازمان صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و حتی کنشگران غیردولتی (رسانه‌های خصوصی) این عرصه بر سر تصدی این حوزه» و همچنین «مسئله تعریف صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی»، «تعیین حدود و ثغور تنظیم‌گری»، «تعارض منافع میان بازیگران و ذی‌نفعان»، «فقدان رقابت منصفانه»، «عدم تمکین برخی از سکوها بزرگ داخلی»، «ملاحظات فرهنگی محتوا» و «حریم خصوصی و دسترسی داده‌های کاربران» نیاز ورود مجلس به موضوع از باب تقنین و ترتیب اثر قانونی، امری مهم و ضروری می‌باشد. از این منظر گزارش پیش رو، پس از بررسی مسئله تنظیم‌گری، اصول و ابعاد کارکردی مختلف موضوع و انجام مطالعه پژوهشی و سیاستی پشتیبان، به ارائه پیشنهاد در زمینه تنظیم‌گری سکوه‌های رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی به منظور صیانت از مرجعیت رسانه‌ای ملی، ایجاد شرایط پایدار اقتصادی، محافظت از مخاطبان و کاربران در برابر محتوای ناسالم، افزایش سهم محتوای اسلامی-ایرانی و در نهایت تحقق لایه محتوایی شبکه ملی اطلاعات می‌پردازد.

شرکت‌کنندگان داخل آن دانست.

1. Audiovisual Media Services Directive (2007)

۲. شماره ۷۹/۲/۱۹۷۹ تاریخ ۱۳۷۹/۷/۱۰، حضرت آیت‌الله بزدی عضو محترم فقهای شورای نگهبان.
- عطف به نامه مورخ ۱۳۷۹/۴/۲ جناب‌عالی مبنی بر اینکه آیا عبارت «در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور باید تأمین گردد» که در صدر اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی آمده است، می‌تواند به وسیله قانون عادی تشریح و تعیین گردد؟ و همچنین آیا امکان ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های خصوصی رادیو و تلویزیون با توجه به اصل چهل و چهارم قانون اساسی وجود دارد یا خیر؟
- موضوع با توجه به ماده (۱۸) آیین‌نامه داخلی (شورای نگهبان) در جلسه مورخ ۱۳۷۹/۷/۶ شورای نگهبان مطرح و نظریه تفسیری شورا در خصوص این دو اصل به شرح ذیل اعلام می‌گردد:
(الف) نظریه تفسیری در خصوص اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی:
«مطابق اصل یکصد و هفتاد و پنجم قانون اساسی در نظام جمهوری اسلامی ایران صدا و سیما زیر نظر مستقیم مقام معظم رهبری می‌باشد. بنابراین سیاست‌گذاری، هدایت و تدابیر لازم در همه ابعاد خصوصاً در راستای تحقق آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور در همه شئون و مراتب که در صدر اصل مذکور به آن اشاره شده است از اختیارات اختصاصی آن مقام می‌باشد.»
(ب) نظریه تفسیری در خصوص اصل چهل و چهارم قانون اساسی:
«مطابق نص صریح اصل چهل و چهارم قانون اساسی در نظام جمهوری اسلامی ایران رادیو و تلویزیون دولتی است و تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌های خصوصی رادیویی و تلویزیونی به هر نحو، مغایر این اصل می‌باشد.
به این جهت انتشار و پخش برنامه‌های صوتی و تصویری از طریق سیستم‌های فنی قابل انتشار فراگیر (همانند ماهواره، فرستنده، فیبر نوری و ...) برای مردم در قالب امواج رادیویی و کابلی غیر از سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران خلاف اصل مذکور است.»
دبیر شورای نگهبان- احمد جنتی.
۳. بند «۲» ابلاغیه مورخ ۱۳۹۴/۶/۲۲ خطاب به رئیس جمهور به‌عنوان رئیس شورای عالی فضای مجازی.



۲. پیشینه و شواهد کاربردی تنظیم‌گری در حوزه رسانه



می‌شود متعهد به درجه‌بندی محتوای ارائه شده می‌کند؛ انجمن ویدئوی مبتنی بر تقاضا (The Authority for Television on Demand: ATVOD) نمونه‌ای از خود تنظیم‌گری مشارکتی است که از طریق حکم قانونی منبعث از قوانین اروپا وضع شده است، این نهاد توسط دولت و افکام در ارتباط با خود تنظیم‌گری پوتمکین (Potemkin) سابق، اجرا شده است؛ طبق قانون ارتباطات سال ۲۰۰۳ در انگلیس، تصمیم گرفته شد تا تنظیم‌گری خدمات ویدئوی درخواستی و تلویزیون اینترنتی در حوزه وظایف افکام قرار نگیرد؛ با این وجود، به‌رغم تمدید دوره تنظیم‌گری بر رسانه‌های غیر خطی توسط ATVOD برای یک دوره ۱۰ ساله دیگر در سال ۲۰۱۲، افکام در اکتبر ۲۰۱۵ تصمیم گرفت که در راستای کاهش تعداد نهادهای نظارتی به منظور «ایجاد کارایی عملیاتی» و «کاهش هزینه‌های اداری» طرح نظارتی مشترک بین این دو نهاد را خاتمه دهد. «کمیسیون حمایت از کودکان در رسانه‌ها» (Commission for the Protection of Minors in the Media: KJM) در آلمان، نهاد نظارتی است که وظیفه آن اطمینان از رعایت مقررات تصریح شده در «معاهده حفاظت از کودکان» در شبکه‌های تلویزیونی خصوصی و رسانه‌های الکترونیک است و یک نظارت پسینی را بر ارائه‌دهندگان خدمات رسانه‌ای اعمال می‌کند (Peix, 2020). «نهاد رده‌بندی رسانه‌های صوتی تصویری هلند» (Netherlands Institute for the Classification of Audiovisual: NICAM) از یک روش یکپارچه تنظیم‌گری مشترک با توجه به الگوی رده‌بندی استفاده می‌کند که فیلم‌ها، ویدئوها، دی‌وی‌ها و برنامه‌های تلویزیونی از جمله نماهنگ و خدمات بصری تلفن همراه را تحت پوشش قرار می‌دهد؛ (Felini, 2015, P.108). در نهایت اینکه، سیاست میدانی مهم دیگر در حوزه روش‌های خود تنظیم‌گری و تنظیم‌گری مشترک در اینترنت، محافظت از کودکان از طریق درجه‌بندی و فیلترینگ محتواست. نظام‌های تنظیم‌گری پیچیده با مشارکت صنایع بزرگ به منظور دسته‌بندی و فیلترینگ محتوای دیجیتال در حال توسعه هستند. شکل‌هایی از خود تنظیم‌گری جمعی در توسعه سیستم‌های درجه‌بندی و استانداردسازی فنی نرم‌افزارهای فیلترینگ وجود دارد. هات‌لاین‌هایی (Hotline) نیز برای محتوای غیرقانونی اینترنتی راه‌اندازی شده‌اند؛ بنیاد دیده‌بان اینترنت (Internet Watch Foundation (IWF)) در بریتانیا از سال ۱۹۹۶ یک سیستم اعلان و حذف به کمک رایانه (CAM)، از سال ۲۰۰۴ یک لیست مسدودکننده شناسه منبع یکسان (URL) و در چند سال گذشته طیف وسیعی از پاسخ‌های دیگر از جمله جستجوهای پیش‌کنشگری (proactive searches) فعال در سراسر جهان و یک لیست رمزنگاری یک‌سویه (هش) تصاویر^۵ را فعال کرده است تا واسطه‌ها بتوانند بارگذاری‌ها را تشخیص داده و امکان بارگذاری محتوای نامناسب را مسدود کنند (McIntyre, 2018).

تنظیم‌گری رسانه‌ای به ابزارهایی اطلاق می‌شود که طی آن سازمان‌های رسانه‌ای به‌طور رسمی در فعالیت‌های خود مهار یا هدایت می‌شوند. تنظیم‌گری رسانه‌ای در یک محیط هم‌گرا بر چهار سطح اصلی عملیات رسانه‌ای اعمال می‌شود. در سطح اول تنظیم‌گری، تأکید بر زیرساخت‌های فنی و زیرساخت توزیع است؛^۱ در سطح دوم برای سازمندی و ساختار سازمان‌های تولید به کار گرفته می‌شود؛ در سطح سوم بر خود تولید محتوا متمرکز است و در سطح چهارم بر نحوه انتشار و دریافت اعمال شود (McQuail, 2010). در بریتانیا با توجه به ظهور فضای جدید ارتباطی تحت پدیده هم‌گرایی و انقلاب دیجیتال در سال ۲۰۰۳ نهاد افکام (Ofcom) با توجه به حجم وسیعی از عملکردهای تنظیم‌گرانه در حوزه‌های محتوا و زیرساخت به‌عنوان یک «بر تنظیم‌کننده» تشکیل شد؛ این نهاد با جذب و ادغام نهادهای نظارتی شامل کمیسیون استاندارددهای پخش، مخابرات، کمیسیون مستقل تلویزیون، اداره رادیو و دبیرخانه تنظیم‌گری آژانس ارتباطات رادیویی و بعدها با ادغام وظایف تنظیم‌گری در حوزه خدمات پستی در سال ۲۰۱۱، وظایفی از جمله ترویج رقابت، محافظت از مردم در برابر محتوای مضر و تحقق منافع عمومی شهروندان و مصرف‌کنندگان را از طریق سازوکارهای تنظیم‌گرانه انجام می‌دهد. در کشور استرالیا اداره ارتباطات و رسانه (ACMA) در سال ۲۰۰۵ تشکیل شد و به‌عنوان یک نهاد تنظیم‌گر هم‌گرا مسئول جمع‌آوری مالیات پخش، ارتباطات رادیویی و مخابراتی و تنظیم مقررات رسانه‌های استرالیایی شد؛ قوانین آلمان با توجه به صنعت رسانه و ارتباطات یک ساختار سه‌جانبه را اعمال می‌کند. به‌طور خاص، نظم حقوقی آلمان بین پخش رادیو و تلویزیونی، رسانه اینترنتی (خدمات رسانه سمعی و بصری درخواستی) و ارتباطات از راه دور تمایز قائل می‌شود و تنظیم‌گری این سه حوزه با دلایل مختلفی انجام می‌شود؛ تنظیم‌گری بر اساس نوع خدمات متمایز می‌شود و مجموعه قوانین خاصی را بر هر گونه مربوطه اعمال می‌کند؛ منطبق زیربنایی برای تنظیم ارتباطات از راه دور، تقویت بازاری کارآمد است که با رقابت مؤثر مشخص می‌شود. مقررات پخش رادیو تلویزیونی (و تا حدی کمتر تنظیم‌گری رسانه‌های اینترنتی) بر پایه‌های متفاوتی استوار است. از آنجایی که برنامه‌های تلویزیونی تأثیر گسترده‌ای بر شکل‌گیری افکار عمومی دارند، هدف اصلی مقررات پخش، تأمین کثرت و تنوع افکار بوده است (Weinand, 2018, :222).

همچنین در سطح رسانه‌های جمعی نهادهای تنظیم‌گری، رویه‌هایی را در خصوص نظارت بر محتوای تلفن همراه، ویدئوهای آنلاین و بازی‌های رایانه‌ای، اشکال مختلفی را از خود تنظیم‌گری و تنظیم‌گری مشارکتی ایجاد نموده‌اند (Marsden, 2010, :190). «هیئت مستقل رده‌بندی تلفن همراه» (Independent Mobile Classification Board: IMCB) در انگلستان نهادی است که اپراتورهای تلفن همراه را در زمینه محتوایی که توسط خودشان یا شرکای آنها منتشر

۱. در حال حاضر این سطح از تنظیم‌گری که شامل وضع مقرر بر امنیت شبکه، ایمنی شبکه، اتصالات و تعرفه‌های داده و کیفیت خدمات مبتنی بر شبکه است در حوزه صلاحیت سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی می‌باشد.

2. A Uniform Resource Locator

۲. خزنده وب هوشمند از فناوری پیشگامی هستند که توسط IWF برای اسکن صفحات وب در اینترنت استفاده می‌کند تا تصاویر و ویدئوهایی را که محتوای جنسی را نشان می‌دهد شناسایی و توسط تحلیلگران حذف شود.

4. Hashes

۵. خزنده IWF با استفاده از پایگاه داده هش تصاویر سوءاستفاده جنسی از کودکان، تصاویری را پیدا می‌کند که با اثر انگشت دیجیتال (یا هش) تصاویری که قبلاً توسط تحلیلگران این نهاد ارزیابی و به‌عنوان مجرمانه طبقه‌بندی شده مطابقت دارند. به این ترتیب اکثر محتوای جنسی کودکان که در سراسر اینترنت پنهان شده‌اند از این طریق قابل شناسایی و حذف هستند.

۳. چارچوب و ابعاد مسئله تنظیم‌گری رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی در ایران

پدیده تنظیم‌گری به معنای مجموعه‌ای از اقدامات برای دستیابی به اهداف سیاستی خاص، به مانند هر پدیده دیگری از اجزا، مؤلفه‌ها و ابعاد گوناگونی تشکیل شده است؛ این اجزا و عناصر در کنار یکدیگر تشکیل دهنده یک ماهیتی کلی به نام نظام تنظیم‌گری هستند؛ در واقع این عناصر و ابعاد در کنار یکدیگر معماری کلان یک نظام تنظیم‌گری را شکل داده که ارائه تحلیلی از آنها برای راهبری نهادها تنظیم‌گر امری حیاتی است. اگر چه در نظام‌های سیاسی مختلف طیف وسیعی از مؤلفه‌ها و عناصر که تشکیل دهنده نظام تنظیم‌گری هستند وجود دارد، اما ابعاد و چارچوب‌های تنظیم‌گری را به صورت کلی می‌توان به هفت مؤلفه تقسیم‌بندی نمود که عبارتند از:

۱. اصول تنظیم‌گری،
۲. رویکردهای تنظیم‌گری،
۳. منفعت عمومی و اهداف کلان،
۴. محدوده و قلمروی تنظیم‌گری،
۵. پیاده‌سازی و اجرای تنظیم‌گری،
۶. حوزه‌های تنظیم‌گری،
۷. ارزیابی و نظارت بر تنظیم‌گری.

شکل ۱. مهمترین ابعاد مسئله تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر





فصل اول- اصول تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی



وظیفه مورد توجه قرار گیرد؛ تعیین سیاست‌های کلان توسط نهادهای بالادستی (شورای عالی فضای مجازی، شورای عالی انقلاب فرهنگی)، استقلال تنظیم‌گری صدا و سیما از سایر معاونت‌های این سازمان باهدف عدم تأثیرپذیری در تصمیمات، استقلال در تأمین مالی (داشتن ردیف بودجه جداگانه) و همچنین ایجاد سازوکارهای درخصوص تأمین منابع انسانی از جمله راهکارهایی که می‌توان با اتکا به آن وقوع احتمال عدم تداخل و تعارض منافع و درنهایت استقلال نهاد تنظیم‌گر را تا حدودی تضمین کرد.

■ شفافیت و پاسخ‌گویی

شفافیت فرایند تنظیم‌گری، درعین حال حفاظت از داده‌های تنظیم‌گری و پاسخ‌گویی تنظیم‌گر در قبال ذی‌نفعان، بازیگران صنعت و جامعه میزان سازگاری افراد و شرکت‌ها را بالا برده و ازسویی موجب افزایش اهمیت جایگاه طرفین مشارکت‌کننده شده و در نتیجه منجر به افزایش کارایی و اثربخشی بالاتر تنظیم‌گری خواهد شد. انتشار رویه‌ها و دسترس‌پذیری به اطلاعات و تصمیمات، پاسخ‌گویی به عموم مردم و شفاف‌بودن تصمیمات، فرایندها و اقدامات از جمله راهکارهای افزایش شفافیت و پاسخ‌گویی نهاد تنظیم‌گر می‌باشد.

■ تخصص و کارایی

تخصص‌گرایی یکی از ویژگی‌های نهادهای نوین تنظیم‌گر است که بعد از ۱۹۸۰ و با گذار از نقش دولت‌های تصدی‌گر به دولت‌های تنظیم‌گر به صورت جدی مطرح شد؛ عوامل متعددی از جمله شتاب در تحولات ناشی از ظهور جامعه‌ای شبکه‌ای و بازیگران جدید مؤثر بر سیاستگذاری‌های عمومی سبب شده است تا اساساً رویکرد توجه به تنظیم‌گران بخشی با توجه به صلاحیت تخصصی مورد نیاز، در طراحی سازوکارهای تنظیمی به‌عنوان یک رویکرد و جریان اصلی، مورد توجه قرار گیرد؛ از این منظر یکی از اصول تنظیم‌گری توجه به تخصص‌گرایی می‌باشد؛ چراکه فقدان اطلاعات و آگاهی کافی درخصوص روندهای بازار، عدم شناسایی ریسک‌ها باعث مخاطراتی و ضعف در مداخلات تنظیم‌گرانه می‌شود. تخصص‌گرایی به‌واسطه استفاده از دانش روز می‌تواند گام مثبتی در اجرای یک تنظیم‌گری مناسب باشد.

تنظیم‌گری، دارای اصولی است که در هر حوزه‌ای باید آنها مورد توجه قرار داد؛ درواقع این اصول روح حاکم بر طراحی و تدوین مداخلات تنظیم‌گرانه برای ایجاد تأثیرات در بازارها و جامعه می‌باشند، اینها اصولی هستند که با به‌کارگیری‌شان می‌توان تا حدود بسیار زیادی شاخص‌های سلامت تنظیم‌گری را ارتقا داد؛ از این منظر در راستای یک حکمرانی و تنظیم‌گری مناسب در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، به‌طور کلی چهار سؤال زیر مطرح است:

۱. آیا تنظیم‌گری دارای پشتوانه قانونی است؟

۲. این نهاد تنظیم‌گر در تصمیمات دارای استقلال و درنهایت بی‌طرفی است؟

۳. آیا رویه‌های تصمیم‌گیری شفاف است و در نتیجه پاسخ‌گویی وجود دارد؟

۴. آیا تخصصی‌گرایی در امر تنظیم‌گری وجود دارد؟

■ قانونی بودن و مشروعیت

یکی از موضوع‌های رایج در ادبیات سیاستگذاری و تنظیم‌گری، درباره این موضوع می‌باشد که یک تنظیم‌کننده زمانی مؤثرترین عملکرد را دارد که اعمال او مشروع و منطبق بر قواعد حقوقی باشد، مبنای اصلی این ادعا این است که در صورت رعایت تشریفات قانونی می‌توان با شیوه‌های مردم‌سالارانه بر تنظیم‌گری تأثیر گذاشت و این تأثیرگذاری باعث افزایش مقبولیت می‌شود؛ همچنین وجود عنصر مشارکت، نمایندگی و اصل تنظیم‌گری چندلایه از طریق مشارکت دادن سایر ذی‌نفعان اعم از نهادهای دولتی-حاکمیتی، فعالان صنعت و نهادهای مدنی و اجتماعی در فرایندهای سیاستی و تنظیم‌گری، می‌تواند عنصر مقبولیت را در نهاد تنظیم‌گر افزایش داد.

■ استقلال و بی‌طرفی

استقلال و بی‌طرفی نهاد تنظیم‌گری به‌معنای عدم تأثیرپذیری تصمیمات تنظیم‌گر از منافع فعالان بازار و سایر ذی‌نفعان در ابعاد حقوقی، مالی و انسانی می‌باشد؛ از آنجا که تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی به‌واسطه قانون اساسی و نظریه تفسیری شورای نگهبان در باب اصل (۱۷۵) قانون اساسی و همچنین حکم مقام معظم رهبری یک بایسته قانونی محسوب می‌شود؛ همچنین با توجه به نقش هم‌زمان بازیگر و تنظیم‌گر بودن سازمان صدا و سیما ضروری است تا راهکارهای حقوقی و اجرایی به‌منظور رفع تعارض منافع در اجرای این

ماده پیشنهادی

ماده- اصول سازمان در تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی عبارت است از:
(الف) آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور،
(ب) اولویت‌دهی به مصالح و منافع عمومی کشور در برابر منافع گروهی و بخشی،
(ج) پاسخ‌گویی به عموم ذی‌نفعان اعم از فعالان و کاربران،
(د) شفافیت در کلیه فرایندها، رویه‌ها و تصمیمات،
(ه) انصاف، بی‌طرفی و عدم جانب‌داری از فرد و یا گروهی از فعالان عرصه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،
(و) شواهدمحوری و فرایندمحوری در اتخاذ تصمیمات و انجام اقدامات و اجتناب از اتخاذ رفتارهای سلیقه‌ای،
ز بهره‌گیری از رویکردهای تخصص‌گرایانه در تنظیم‌گری.

فصل دوم: منافع عمومی و اهداف کلان تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی

■ ارتقای استانداردهای محتوایی به لحاظ کیفیت: به معنای تنوع و تکثر محتوا، تولید و عرضه محتوای فاخر و باکیفیت و ارائه خدمات استاندارد مناسب،

■ صیانت از مرجعیت و مرزهای رسانه‌ای کشور و گسترش آن: به معنای کاهش نفوذ رسانه‌های سکوها‌ی خارجی و افزایش نفوذ رسانه‌های داخلی در درون مرزهای داخلی و خارجی.

منافع مربوط به اقتصاد رسانه‌ها

■ جلوگیری از ایجاد انحصار و مونوپولی رسانه‌ای: به معنای اینکه که سهم یک یا چند شرکت رسانه‌ای در سبد مصرف کاربران و مخاطبان به گونه‌ای نباشد که بتواند به واسطه این سهم اولاً قیمت و میزان خدمات ارائه شده را تعیین کنند و دوماً مانعی برای ورود و یا حضور شرکت‌های دیگر باشند،

■ ایجاد فضای رقابتی: به معنای تضمین برقراری رقابت منصفانه در بازار صوت و تصویر فراگیر،

■ توسعه زیست‌بوم اقتصادی صنعت صوت و تصویر در فضای مجازی: به معنای رشد و توسعه زیست‌بوم رسانه‌های داخلی، مزیت‌بخشی و پایداری کسب‌وکار در آن،

■ تأمین حقوق تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان محتوا و خدمات رسانه‌ای: به معنای رعایت اصول کسب‌وکارها، رفع موانع و تسهیل‌گری.

منافع مربوط به کاربران و مخاطبان رسانه‌ها

■ حفاظت از داده‌های کاربران و حریم خصوصی آنها: به معنای ایجاد امکان مدیریت و نظارت بر داده‌های کاربران توسط خود کاربران و جلوگیری از سوءاستفاده‌های اقتصادی، تجاری و امنیتی از داده‌های جمع‌آوری شده،

■ دسترسی آسان و ارزان به محتوا و خدمات: به معنای دسترسی امن، ارزان و باثبات به محتوا و خدمات داخلی می‌باشد.

یکی از موضوعات مورد بحث در ادبیات سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری رسانه‌ای، فلسفه و مبنایی است که براساس آن سیاستگذاران سازوکارهایی را برای مداخله^۱ تعدمی در بازارها و جامعه طراحی می‌کنند؛ از آنجاکه این موضوع (مداخله) به‌طور توأمان دارای هزینه‌ها و مزایای بالقوه‌ای است، برای اینکه بخواهد با مشروعیت همراه باشد، نیازمند توجیهی قوی است؛ رایج‌ترین توجیهی که نظام‌های سیاسی برای فعالیت‌های خود ارائه می‌کنند این است که در خدمت «منفعت عمومی»^۲ هستند. از این منظر تحقق منفعت عمومی در حوزه خدمات رسانه‌ای کانونی‌ترین نیاز برای اجرای نظام تنظیم‌گری می‌باشد. با توجه به اینکه در تبیین مفهوم منفعت عمومی در حوزه رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر، چالش‌ها و تنش‌هایی میان اهداف اجتماعی-فرهنگی تنظیم‌گری نظیر سلامت محتوا و تقویت اهداف اقتصادی نظیر افزایش درآمد و توسعه بازار وجود دارد؛ منافع عمومی باید به گونه‌ای ترسیم شود که ضمن ایجاد تعادل میان اهداف فرهنگی و اجتماعی با اهداف اقتصادی دربرگیرنده منافع ذی‌نفعان مختلف باشد، با این نگاه می‌توان تحقق منفعت عمومی به‌عنوان هدف کلان تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در ایران را در سه قالب زیر مؤلفه منافع مربوط به اقتصاد رسانه‌ها، منافع مربوط به محتوای رسانه‌ها و منافع مربوط به کاربران رسانه‌ها تقسیم نمود:

منافع مربوط به محتوای رسانه‌ها

■ محدود کردن محتوای مضر (جنسی، خشونت، توهین و...): به معنای تضمین سلامت محتوا و ایجاد محدودیت در دسترسی به محتوای مضر و ناسالم،

■ تأمین ارزش‌های فرهنگی و اخلاق ایرانی-اسلامی: به معنای توسعه محتوا و خدمات سازگار و منطبق بر ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی-ایرانی در تمامی قلمروهای مورد نیاز جامعه،

1. Intervention
2. Public Interest



ماده پیشنهادی

ماده- سازمان برای تحقق مسئولیت تنظیم‌گری خود، دارای وظایف و مأموریت‌های زیر می‌باشد:

۱. تحقق حاکمیت ملی در عرصه رسانه‌های کشور با استفاده از راهبرد مهار و دفع تهاجم فرهنگی بیگانگان،
۲. صدور مجوز فعالیت، تولید و انتشار محتوا و خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،
۳. تدوین و تنظیم مقررات و آیین‌نامه‌ها در حوزه‌های مختلف مربوط به محتوا و خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی.
۴. پایش و نظارت بر محتوای تولید و منتشر شده در قالب صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی با بهره‌گیری از ابزارهای نظارتی و تشکیل شوراها تخصصی،
۵. ارتقای شاخص‌های ترکیبی با رویکرد رونق تولید محتوای اسلامی ایرانی،
۶. حمایت از توسعه خدمات، بهبود فضای رقابت، کسب‌وکار و صیانت از پایداری صنعت خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،
۷. اجرای قوانین مرتبط، مقررات و مصوبات کمیسیون موضوع این قانون با بهره‌گیری از ابزار رسیدگی به تخلفات،
۸. حمایت از حقوق مخاطبان و کاربران رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی به‌ویژه کودکان و گروه‌های آسیب‌پذیر،
۹. توسعه فناوری‌های نوین نظارتی داده‌محور، طراحی الگوی دیدبانی فناوری و تسهیل دسترسی به منابع زیرساختی مورد نیاز برای ارائه‌دهندگان خدمات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،
۱۰. استفاده از ظرفیت گروه‌های مردمی در فرایند تنظیم‌گری و تشکیل شبکه تنظیم‌گران اجتماعی،
۱۱. بهره‌گیری از ظرفیت ذی‌نفعان مختلف در فرایندهای تنظیم‌گری و توسعه شبکه‌های خود تنظیم‌گری، تنظیم‌گری مشارکتی و حمایت از تشکل‌ها و انجمن‌های صنفی مربوط.

فصل سوم: محدوده و قلمرو تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر



و تصویر (همراه با فراداده) باشد،
 ■ این امر تحت مسئولیت تحریریه ارائه‌دهنده (کنترل مؤثر، جانمایی و سازماندهی محتوا) قرار داشته باشد،
 ■ دارای ماهیت رسانه جمعی (طراحی شده برای عموم و قابل دسترسی برای عموم) باشد،
 ■ کارکرد اطلاع‌رسانی، آموزشی و سرگرمی داشته باشد،
 ■ فعالیتی که متضمن منفعت و سود باشد (AVMSD، ۲۰۰۷)،
 ■ انواع خدمات صوتی درخواستی (AOD): هر نوع محتوای صوتی که بر مبنای شبکه‌های پهن باند و اینترنت و به‌صورت آنلاین و یا آفلاین در هر لحظه قابل دسترسی است؛ کتاب صوتی، پادکست و رادیوهای اینترنتی از جمله این خدمات به‌شمار می‌روند.
 ■ انواع خدمات تصویری درخواستی (VOD): هر نوع محتوای ویدئویی (تصویری) آرشیو غیرزنده که بر مبنای شبکه‌های پهن باند و اینترنت و به‌صورت آنلاین و یا آفلاین در هر لحظه قابل دسترسی است؛ فروشگاه‌های آنلاین فیلم و سریال که در آن محتوای ویدئویی نمایشی از نوع سرگرمی (مانند فیلم، سریال، انیمیشن، کلیپ، فیلم کوتاه، ترکیبی، مستند، واقع‌نمایی و ...) و یا محتوای آن از نوع تخصصی (مانند گردشگری، صنعت، بورس، کشاورزی، تبلیغات و ...) قابل دریافت می‌باشد.
 ■ خدمات پخش زنده اینترنتی (Live Streaming): ارائه محتوا

با ظهور بازیگران جدید در عرصه فضای رسانه‌ای کشور، مدیریت فضای رسانه‌های صوتی تصویری با چالش‌های بسیاری روبه‌رو شده است. یکی از اولین گام‌ها و شاید نخستین گام در ایجاد سازوکار تنظیم‌گری، تعیین محدوده و قلمرو تنظیم‌گری است؛ با این وجود، فقدان تعریف دقیق، جامع و قانونی از صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی باعث بروز تداخلات در وظایف دستگاه‌ها و نهادهای اجرایی نظیر سازمان صدا و سیما، وزارت ارتباطات و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شده است؛ که ضرورت تعریف حقوقی و عملیاتی از صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و تعیین مصادیق آن را پراهمیت می‌نماید. بر این اساس و با توجه به تعاریف ارائه شده توسط کمیسیون اروپایی و همچنین پس از بررسی اسناد و قوانین داخل ایران و به‌خصوص مفاهیمی نظیر صوت و تصویر فراگیر، محتوای دیداری-شنیداری، بسترهای فراگیر انتشار و قید فضای مجازی که به‌عنوان ویژگی اصلی خدمات رسانه‌ای جدید معرفی می‌شود، می‌توان نتیجه گرفت که اگر معیارهای زیر در یک خدمت رسانه‌ای وجود داشته باشد، به‌عنوان خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر قابل تعریف است:

- خدمتی که از طریق شبکه‌های ارتباطات الکترونیکی (شبکه پهن باند) عمومی توزیع شود،
- این خدمت ارائه شده با برنامه‌های تلویزیون قابل مقایسه باشد،
- شامل صوت، تصویر و یا تصاویر متحرک و هدف اصلی آن ارائه صوت

این سکوها و داشتن مسئولیت حقوقی برای بارگذاری محتوا، سکوها مسئولیت پیدا کردند که سازوکارهای نظارتی را در درون خدمت فراهم کنند؛ این سازوکارها شامل اقداماتی نظیر: شرایط استفاده، نشان دادن ارتباطات تجاری در تولیدات کاربر محور، گزارش یا پرچم گذاری محتوا، باز خورد و شفافیت، سیستم‌های تأیید سن، رتبه‌بندی سنی محتوا، امکانات کنترل والدین، سیستم شکایت، سواد رسانه‌ای و حفاظت از داده‌های کاربران می‌باشد (AVMSD, ۲۰۱۸).

به صورت زنده و دقیقاً هم‌زمان با تولید که از طریق اینترنت یا هر بستر انتشار فراگیر قابل دریافت باشد.

■ سکوهای اشتراک ویدئو (VSP): سکوی برخط ویدئو یک خدمت است که افراد را قادر می‌سازد ویدئوی خود را در اینترنت بارگذاری، تبدیل، ذخیره و پخش کنند.

■ کانال‌های حرفه‌ای بر بستر سکوهای اشتراک ویدئو؛ محتوای حرفه‌ای که توسط کاربران حرفه‌ای تولید و در بستر سکوهای اشتراک ویدئو منتشر می‌شود؛ با گسترش مفهوم سردبیری، به رغم «میزبان» بودن

ماده پیشنهادی

ماده- در این قانون، مفاهیم و اصلاحات زیر در معانی مشروح مربوطه به کار می‌رود:

الف) سازمان: سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی وابسته به «سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران که طبق این قانون به اعمال صلاحیت می‌پردازد،
ب) تنظیم‌گری: اتخاذ هرگونه تدبیر و اقدام سازمان به منظور تنظیم مقررات، صدور مجوز و نظارت بر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،
ج) کمیسیون: کمیسیون تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی موضوع ماده (۷) این قانون،
د) کارگروه (کمیته) رسیدگی به تخلفات: هیئت‌های بدوی و تجدیدنظر رسیدگی به تخلفات رسانه‌ها و شکایات از آنها موضوع ماده (۱۴) این قانون،
ه) صوت و تصویر فراگیر: محتوای صوتی، تصویری و داده‌های همراه با آنها یا ترکیبی از این موارد که از طریق شبکه‌های ارتباط الکترونیکی یا فضای مجازی در دسترس عموم قرار گیرد،
تبصره- تعیین مصادیق صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و همچنین حدود و ثغور آن برعهده کمیسیون می‌باشد.
و) رسانه: مجموعه متشکل از 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 قانون به اختصار رسانه نامیده می‌شود،
ز) محتوای حرفه‌ای: محتوای صوتی و تصویری که نوعاً بدون عملیات کارگردانی شده، نمی‌تواند تولید شود؛ از قبیل سریال، برنامه ترکیبی، برنامه گفتگو محور، مستند، برنامه تلویزیونی مستند مسابقه، اجرای روی صحنه و مسابقه که در بستر رسانه‌های کاربر محور و ناشر محور ارائه می‌شود،
ح) مجوز: اجازه‌ای است که توسط سازمان صادر و به موجب آن فعالیت مشخص شخص یا اشخاص دارای شرایط مقرر در مدت معین و در حوزه تولید و انتشار صوت و تصویر فراگیر مجاز دانسته می‌شود،
ط) درگاه ملی مجوزهای کشور: سامانه موضوع ماده (۱) قانون اصلاح مواد (۱) و (۷) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهارم (۴۴) قانون اساسی و اصلاحات بعدی آن.

فصل چهارم: رویکردهای حاکم بر تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر

رایج برای تنظیم‌گری است. این استدلال بر این فرض اصلی استوار است که بازارهای اقتصادی بسیار شکننده هستند و اگر به حال خود رها شوند، می‌توانند به طور ناکارآمد (یا ناعادلانه) عمل کنند؛ بنابراین تنظیم‌گری که شکست‌های بازار را تصحیح می‌کند، رفاه عمومی جامعه را افزایش می‌دهد و در نتیجه به نفع عمومی است. در واقع این رویکرد حاکم بر تنظیم‌گری، ابزاری برای غلبه بر معایب رقابت ناکامل، عملکرد بازار نامتعادل، بازارهای گم شده و نتایج نامطلوب بازار است؛ نسخه اقتصادی تنظیم‌گری، دربرگیرنده دو سطح از تنظیم‌گری است: «تنظیم‌گری ساختاری» و «تنظیم‌گری رفتاری» (Kay).

در بررسی رویکردهای حاکم بر تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای، دورویکرد از یکدیگر قابل تفکیک هستند که عبارتند از رویکردهای اقتصادی و اجتماعی

■ رویکرد اقتصادی به تنظیم‌گری

نسخه اقتصادی به مواردی می‌پردازد که در آن بازار به تنهایی نمی‌تواند رفتار یا نتایجی مطابق با منافع عمومی ایجاد کند که از آن جمله می‌توان به «شکست بازار» یا مواردی که بازار مؤثری وجود ندارد «عدم بازار» اشاره کرد. در چنین مواردی استدلال غالب این است که «حمایت و منفعت عموم در گروه‌های بزرگ یا برخی از زیرطبقه‌های بزرگ مردم» یکی از توجیهات



فراگیر در کشور یکی از مؤلفه‌های اصلی در رویکرد اقتصادی به تنظیم‌گری این خدمات با هدف رشد و توسعه کسب و کار بومی می‌باشد.

■ رویکرد اجتماعی به تنظیم‌گری

در حالی که در نسخه اقتصادی، تنظیم‌گری به اهداف خاص اقتصادی مانند کارایی اقتصادی و اصلاح شکست‌های بازار می‌پردازد، «نسخه اجتماعی/سیاسی» این نظریه یا آنچه اغلب «تنظیم‌گری اجتماعی» نامیده می‌شود، دستیابی به اهداف سیاسی و اجتماعی دیگر را هدف قرار می‌دهد. بنابراین تنظیم‌گری اجتماعی با «آثار خارجی و تأثیر اجتماعی و فرهنگی فعالیت‌های اقتصادی» سروکار دارد (Vogel, 1981)؛ از این منظر، در معنای وسیع‌تری تنظیم‌گری اجتماعی را می‌توان به عنوان دستیابی به اهداف اجتماعی و فرهنگی بازارش از طریق تکنیک‌های نظارتی توصیف کرد. اقداماتی نظیر حفاظت از کودکان و گروه‌های آسیب‌پذیر اجتماعی، حفاظت از سطح بالای سلامت محتوا از طریق سازوکارهای ممیزی، اعمال نظام رده‌بندی سنی برای محتوا و خدمات رسانه‌ای، کنترل نظارت والدین (Parental Control) در استفاده از رسانه توسط کودکان و الزامات کیفی ارتباطات تجاری را می‌توان به عنوان مثال‌هایی برای رویکرد اجتماعی به تنظیم‌گری در رسانه‌ها در نظر گرفت.

۱۹۹۰ (Vickers and)، تنظیم‌گری ساختاری برای تنظیم ساختار بازار مورد استفاده قرار گرفته است. مواردی شامل «محدودیت‌های ورود و خروج از بازار»، «قدرت بازار» را مورد توجه قرار می‌دهد و تنظیم‌گری رفتاری، برای تنظیم رفتار بازیگران در بازار استفاده می‌شود؛ مثال‌هایی از این مورد عبارتند از: «کنترل قیمت و تعرفه گذاری»، «اعمال مقررات در توافقات و ادغام‌ها» و «رفتارهای رقابتی».

جنبه دیگری در مورد رویکرد اقتصادی به تنظیم‌گری، توجه به رشد و پایداری اقتصادی صنعت مورد تنظیم می‌باشد؛ با توجه به تحولات جهانی در عرصه اقتصاد دیجیتال و نقش این نوع از اقتصاد در تولید ناخالص ملی، امروزه در سراسر جهان کشورها برنامه‌های راهبردی را برای توسعه دیجیتال طراحی می‌نمایند؛ در کشور ما نیز با توجه به رویکرد و راهبرد افزایش سهم اقتصاد دیجیتال از تولید ناخالص ملی در برنامه‌ریزی‌های کلان کشور به میزان ۱۰ درصد از تولید ناخالص ملی؛ و جایگاه پراهمیت رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی به عنوان یکی از مهم‌ترین خدمات ارائه شده از طریق زیرساخت شبکه ملی اطلاعات و سهم پانزده درصدی برای این خدمات (اقتصاد محتوای داخلی) در اقتصاد دیجیتال کشور در نظر گرفته شده است؛^۱ در واقع توجه به رشد و پایداری اقتصادی صنعت رسانه‌های صوت و تصویر

« فصل پنجم: اجرا و پیاده‌سازی نظام تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر »

نهادهای دولتی یا نهادهای که مسئول نظارت یا اجرای سیاست‌هایی خاصی هستند اشاره دارد؛ نهادسازی در سازمان‌های تنظیم‌گر تعیین‌کننده ابعاد ساختاری، نحوه انتخاب اعضا و ورودی‌ها و اندازه سازمان برای انجام فعالیت‌های ویژه در جهت دستیابی اهداف کلی و خاص فرارقابیتی می‌باشد.^۲ در بررسی‌های تطبیقی در خصوص نهادهای

در حذف طراحی نظام‌های تنظیم‌گری سه کارکرد اصلی مورد توجه قرار می‌گیرد؛ مقررات‌گذاری، اجرا و نظارت حقوقی؛ ضمن اینکه سازماندهی این وظایف نیازمند نهادسازی مناسب است.

نهادسازی و طراحی مناسب

از منظر تفکر نهادی، نهادسازی در مفهوم سیاسی به ایجاد یا سازماندهی

۱. بندهای «۲-۲-۲۳» و «۲-۲-۲۴» طرح کلان و معماری شبکه ملی اطلاعات مصوبه جلسه شصت و ششم مورخ ۲۵/۶/۱۳۹۹ شورای عالی فضای مجازی.
۲. در دوره ظهور دولت‌های تنظیم‌گر، می‌توان دو نوع متفاوت از مداخلات تنظیم‌گری را شناسایی کرد. نوع اول تنظیم‌گری مبتنی بر مداخلات پسینی است (تنظیم‌گر رقابت) و دیگری مداخلات پیشینی که مبتنی بر ایده شکست بازار است و معمولاً با عنوان تنظیم‌گری بخشی (sector-specific regulation) از آن یاد می‌شود. تفاوت این دو نوع تنظیم‌گری از منظر تئوریک در این است که تنظیم‌گری مبتنی بر قواعد رقابت، صرفاً به دنبال پیشینه کردن رفاه مشتری، مبتنی بر تئوری‌های اقتصادی کلاسیک است، اما نوع دوم تنظیم‌گری صرفاً محدود به اهداف قواعد رقابت نیست و می‌تواند طیف گسترده‌ای از اهداف سیاستگذار بالادستی را دنبال کند و صنعت را طوری شکل دهد که آن اهداف محقق شوند. این دو مدل تنظیم‌گری در به کارگیری ابزارها نیز متفاوت هستند. تنظیم‌گر رقابت معمولاً به وضع قواعد و تعیین مجازات برای نقض قواعد اکتفامی‌کنند و ضرورتی برای نظارت پیوسته نمی‌بیند و تنها در مواردی که از قواعد مدنظر تخطی شود مداخله می‌کند؛ در حالی که تنظیم‌گر بخشی طیف وسیعی از ابزارهای کنترل رفتاری را به کار می‌گیرد و پیش‌فرض آن این است که معمولاً بازیگران معدودی در بازار هستند که بزرگ‌ترند و نوعی انحصارگرایی حاکم است که برای کنترل آنها باید نظارت پیوسته بر عملکرد این بازیگران صورت بگیرد (حسنی، ۱۴۰۱).

در کشورهای مختلف برای ایفای این دو نقش متفاوت تنظیم‌گری و حصول اهداف هر کدام از این دو مدل، معماری و ترتیبات نهادی متفاوتی طراحی شده است. سنتی‌ترین و مرسوم‌ترین معماری نهادی در کشورهای مختلف، تأسیس یک نهاد تنظیم‌گر رقابت (ناظر به همه بخش‌ها) برای مدل اول تنظیم‌گری و تأسیس چند نهاد تنظیم‌گر بخشی متناسب با هر بخش (معمولاً انرژی، حمل و نقل، ارتباطات، پولی، بانکی و مالی و...) بوده است. اما باید دقت داشت که عوامل مختلفی هستند که بر این معماری نهادی تأثیر می‌گذارد و منجر به این می‌شوند که هر کشور مبتنی بر ظرفیت‌های خودش برای طراحی این معماری تصمیم بگیرد. این عوامل عبارتند از: بودجه در دسترس دولت برای عملیات تنظیم‌گری، اندازه کلی اقتصاد و اندازه بخش مورد بررسی برای تنظیم‌گری، سنت‌های قانونی-فرهنگی در تعیین میزان نقش دولت در تنظیم بازارها، ظرفیت حقوقی-قضایی پشتیبان عملیات تنظیم‌گری، نوع نگاه به مداخله ذی‌نفعان در تنظیم‌گری، ظرفیت کارشناسی و تخصصی نیروی انسانی برای اجرای تنظیم‌گری (همان).

بر این اساس مانع باید مبتنی بر این عوامل و سایر ویژگی‌های بومی، سنت‌های حقوقی-قانونی و ساختار و فرهنگ سیاسی کشورمان به طراحی معماری نهادی تنظیم‌گری و به‌طور خاص مدل تفکیک وظایف تنظیم‌گران مختلف پردازیم. این معماری نهادی در کشورهای مختلف از طریق مدل‌های متفاوتی در این زمینه پیاده شده است. این تفاوت‌ها کاملاً به سنت‌های حقوقی متفاوت کشورها برمی‌گردد. به‌طور مثال در اغلب کشورهای عضو اتحادیه اروپا اولویت و ارجحیت با قواعد رقابت است؛ اما در سنت ایالات متحده محوریت با تنظیم‌گران بخشی است. در ادامه به طیف متنوعی از این مدل‌ها اشاره می‌شود:

تیمود تنظیم‌گری بخشی (مداخلات پیشینی): در این مدل اساساً اعتقادی به تنظیم‌گری بخشی فراتر از قواعد رقابت وجود ندارد و تنها تنظیم‌گر رقابت فعالیت می‌کند.
انجام تنظیم‌گری پیشینی ذیل تنظیم‌گر رقابت (بُرد تنظیم‌گر رقابت): در این مدل، وظایفی از جنس تنظیم‌گری پیشینی به تنظیم‌گر رقابت برون‌سپاری می‌شود و عملاً بخشی از وظایف تنظیم‌گران بخشی را نیز تنظیم‌گر رقابت انجام می‌دهد تا تأسیس نوعی «بُرد تنظیم‌گر» به‌عنوان مثال‌هایی از این رویکرد است.

تفکیک وظایف روشن بین تنظیم‌گر بخشی و تنظیم‌گر رقابت: تفکیک وظایف و صلاحیت‌های روشن و مشخص بین تنظیم‌گران بخشی و تنظیم‌گران رقابت با تأکید بر صلاحیت ذاتی تنظیم‌گر رقابت و عدم نقض آن توسط تنظیم‌گران بخشی. هم‌پوشانی عمدی وظایف: هم‌پوشانی و هم‌زمانی صلاحیت‌ها بین تنظیم‌گران رقابت و تنظیم‌گران بخشی طراحی‌کننده‌هایی برای حل تعارض و هم‌مانگی بین این تصمیمات. اعمال قواعد رقابت ذیل تنظیم‌گران بخشی: در این مدل، قواعد رقابت وجود دارد؛ اما اعمال آن به تنظیم‌گران بخشی سپرده می‌شود.

ترجیح تنظیم‌گری بخشی به تنظیم‌گری پسینی رقابت‌محور: در این مدل عملاً این تنظیم‌گر بخشی است که آن حوزه را مدیریت می‌کند و قواعد رقابت اگر با قواعد وضع شده توسط تنظیم‌گر بخشی در تعارض باشد، تصمیمات تنظیم‌گر بخشی اولویت دارد (همان).

به موجب فرمان مقام معظم رهبری مبنی بر محول شدن کلیه وظایف قانونی شورای سرپرستی سابق سازمان صدا و سیما به رئیس سازمان صدا و سیما انتقال پیدا کرده است. با این وصف ایجاد و تأسیس هر بخش سازمانی از تکالیف و اختیارات ریاست سازمان صدا و سیما بوده است. در موضوع تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، سازمان صدا و سیما در چارچوب اجرای قانون و با تصریح مقام معظم رهبری در مورد وظیفه سازمان صدا و سیما در حوزه صوت و تصویر فراگیر اقدام به راه‌اندازی و تأسیس نهادی تحت عنوان «تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی» نموده که نهادی وابسته به سازمان صدا و سیما بوده و رئیس آن از سوی رئیس سازمان صدا و سیما انتخاب و منصوب می‌شود.

تنظیم‌گر، این نهادها عمدتاً دارای دو رکن اساسی هستند که عبارتند از کمیسیون برای تصمیم‌گیری و وضع مقرر و ساختار اجرای مناسب. ۱. **تعریف شخصیت حقوقی نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر** به استناد ماده (۲) **اساسنامه صدا و سیما**، سازمان و واحدهای سازمانی اداری وابسته به آن از لحاظ اداری استخدامی تابع اداره صدا و سیمای جمهوری اسلامی و مقررات اساسنامه این سازمان می‌باشند؛ اما شرکت‌های متعلق یا وابسته به سازمان تابع اساسنامه مربوط (که به تصویب شورای سرپرستی می‌رسد) خواهند بود و در مواردی که اساسنامه‌های مربوطه مسکوت باشند طبق **قانون تجارت** عمل خواهد شد؛ همچنین در «تبصره ماده (۱۶)» ایجاد هر بخش یا پست سازمانی را جزء وظایف شورای سرپرستی به حساب آورده و از سویی دیگر

ماده- به موجب این قانون مسئولیت تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی منحصراً بر عهده سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران می‌باشد که از طریق سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی اعمال می‌گردد.

تبصره- در صورتی که تصمیمات و یا مصوبات سایر تنظیم‌گران در حوزه‌های زیرساخت، خدمات و رقابت با قواعد وضع شده توسط سازمان در خصوص موضوع صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی در تعارض باشد، تصمیمات و یا مصوبات این سازمان که با رعایت این قانون اتخاذ می‌گردد، حاکم است.

ماده- رئیس سازمان که معاون رئیس سازمان صدا و سیما نیز می‌باشد، برای مدت ۵ سال توسط رئیس سازمان صدا و سیما انتخاب می‌شود و به موجب این قانون مسئول اجرای کلیه اختیارات و وظایف و تکالیف سازمان صدا و سیما در تنظیم مقررات، صدور مجوز و نظارت در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی می‌باشد.

تبصره- در صورت ناتوانی در پیشبرد و اجرای سیاست‌های کلان و مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، عزل رئیس سازمان از سوی رئیس سازمان صدا و سیما امکان‌پذیر است.

تبصره- سازمان دارای شخصیت حقوقی و استقلال مالی است و به‌عنوان مؤسسه دولتی وابسته به سازمان صدا و سیما تشکیل می‌شود.

۲. ساختار و ضوابط تشکیلاتی نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر

ساختار نهاد تنظیم‌گر به تعریف وظایف، ارتباطات و روابط قدرت در داخل سازمان‌ها می‌پردازد. با توجه به ماهیت چندوجهی نظام‌های تنظیم‌گری ورودهای سازمان به اشخاص، نهادها و گروه‌هایی دلالت دارند که به شکل بالقوه و بالفعل امکان اثرگذاری، حضور و عضویت در نهاد را دارند؛ همچنین ساختار و ضوابط تشکیلاتی در برگیرنده تعیین شیوه‌های تأمین منابع مالی^۱ و انسانی سازمان نیز می‌باشد؛ در خصوص موضوع ساختار و ضوابط تشکیلاتی نهاد تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی با توجه به ماهیت و وابستگی این نهاد به سازمان صدا و سیما و به استناد به اساسنامه صدا و سیما و اختیارات رئیس این سازمان ضوابط و شاخص‌های سازماندهی، طراحی و تنظیم تشکیلات از وظایف رئیس صدا و سیما می‌باشد.

۱. شیوه‌های متعددی برای تأمین مالی سازمان و نهادها وجود دارد از جمله می‌توان به کمک‌های اشخاص حقیقی و حقوقی اشاره نمود؛ اما از آنجا که استقلال نهاد تنظیم‌گر یکی از بنیادی‌ترین اصول تنظیم‌گری می‌باشد به منظور جلوگیری از تسخیر تنظیم‌گری توسط اشخاص این شیوه تأمین مالی در طراحی این نهاد پیشنهاد نمی‌شود.



ماده پیشنهادی

ماده- وظایف و اختیارات رئیس سازمان به شرح زیر است:

۱. اداره امور سازمان،
 ۲. انجام تمهیدات لازم برای اجرای مصوبات و تصمیمات کمیسیون،
 ۳. تدوین و پیشنهاد مقررات و آیین‌نامه‌ها به کمیسیون و تنظیم دستور جلسات و ابلاغ مصوبات،
 ۴. برنامه‌ریزی، هدایت و کنترل سازمان و تهیه و تنظیم بودجه برای پیشنهاد به رئیس سازمان صدا و سیما،
 ۵. نظارت بر حسن اجرای امور مندرج در این قانون و مقررات مربوط،
 ۶. نمایندگی سازمان در مراجع قضایی و غیرقضایی با حق تعیین وکیل و توکیل به غیر،
 ۷. انجام امور مرتبط که با رعایت قوانین و مقررات مربوط از طرف رئیس سازمان صدا و سیما ارجاع می‌گردد.
- تبصره (۱۱)- معاونان سازمان به تناسب حجم کار و گستردگی وظایف سازمان تعیین می‌شوند و تعداد آنها حداکثر ۵ نفر خواهد بود.
- تبصره (۱۲)- نمودار تشکیلاتی واحدها، معاونت‌ها و مدیریت‌های مندرج در این قانون و شرح وظایف آن توسط رئیس سازمان تهیه و برای تصویب به رئیس سازمان صدا و سیما پیشنهاد می‌شود.
- تبصره (۱۳)- مرکز اصلی سازمان شهرستان تهران است ولی با تأیید رئیس سازمان می‌تواند جهت انجام وظایف قانونی خود نسبت به ایجاد واحدهای سازمانی در مناطق مختلف کشور اقدام نماید.
- ماده- ساختار و تشکیلات سازمان تابع مقررات سازمان صدا و سیما می‌باشد. سازمان ساختار و تشکیلات پیشنهادی خود را پس از تصویب در کمیسیون جهت ابلاغ به رئیس سازمان صدا و سیما اعلام می‌نماید.
- تبصره: با توجه به ماهیت تنظیم‌گرانه فعالیت‌های سازمان، الزامات ساختاری، اداری، مالی و نیروی انسانی سازمان به پیشنهاد رئیس سازمان و تصویب رئیس سازمان صدا و سیما در قوانین و مقررات سازمان افزوده می‌گردد.
- ماده- منابع مالی سازمان از طرق زیر تأمین می‌گردد:
- الف) وجوهی که از محل اعتبارات عمومی زیر ردیف بودجه سازمان صدا و سیما در لایحه بودجه سالیانه کشور پیش‌بینی و تأمین می‌شود،
- ب) درآمدهای حاصل از اعطای مجوزهای مربوطه به رسانه‌ها و فعالان کسب‌وکارهای مرتبط با حوزه صوت و تصویر فراگیر،
- ج) درآمد حاصله از محل سهم سازمان از جریمه تخلفات موضوع بند «ج» ماده (۱۸) این قانون،
- د) وجوهی که به موجب سایر قوانین و مقررات به سازمان تعلق گیرد.
- تبصره- کلیه درآمدهای فوق می‌بایست به حساب‌های مربوطه در خزانه کل کشور به‌عنوان درآمدهای اختصاصی سازمان واریز گردد و صرف مأموریت‌های محوله در این قانون گردند.

۳. رویکرد کمیسیون محور به نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی

با توجه به اصل تناسب ساختاری و کارکردی در طراحی نظام‌های تنظیم‌گر و همچنین کارویژه تنظیم‌گری در هم‌راستاسازی منافع ذی‌نفعان؛ اشکال جدید حکمرانی رسانه‌ای منجر به توزیع مجدد مسئولیت‌های قانونی در شیوه‌های نظارت و کنترل در بخش رسانه‌ها مجازی و توجه به رویکرد «چندذینفعی» شده است؛ از سوی دیگر با تأکید بر اصل جدایی امر سیاست‌گذاری و تنظیم‌گری (اسماعیلیان و ناظمی، ۱۳۹۷)، رویکرد کمیسیون محوری در تصمیم‌گیری با عضویت و حضور ذی‌نفعان مختلف رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی (سازمان صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، دادستانی، سازمان تبلیغات اسلامی، نمایندگان صنعت، نمایندگان جامعه و ...) با هدف ایجاد هم‌گرایی در طراحی نهاد تنظیم‌گر دارای مزایای بالقوه‌ای می‌باشد، از این منظر با توجه به حق رأی یکسان و ترکیب ناهمسو و غیرهمگون در تصمیم‌سازی، عملاً امکان تسخیر توسط یک یا چند بازیگر کم‌رنگ می‌شود.

ماده: وظایف و اختیارات کمیسیون به شرح زیر است:
الف) پیگیری منافع عمومی در حوزه رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،
ب) تصویب مقررات و آیین‌نامه‌های پیشنهادی سازمان،
ج) بررسی و تصویب ساختار، فرایندها و بودجه سازمان،
د) اصلاح آیین‌نامه داخلی کمیسیون و کارگروه‌های تخصصی،
ه) بررسی گزارش عملکرد سالیانه سازمان،
و) تعیین مصادیق صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و خدمات مرتبط با آن،
ز) تشکیل کارگروه‌های تخصصی.

ماده: ترکیب کمیسیون به شرح زیر است:

۱. رئیس سازمان صدا و سیما به عنوان رئیس کمیسیون،
 ۲. رئیس سازمان به عنوان دبیر کمیسیون،
 ۳. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات یا نماینده وی،
 ۴. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده وی،
 ۵. دادستان کل کشور یا نماینده وی،
 ۶. رئیس سازمان تبلیغات اسلامی یا نماینده وی،
 ۷. دبیر شورای عالی فضای مجازی یا نماینده وی،
 ۸. دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی یا نماینده وی،
 ۹. یک نفر از نمایندگان کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی با معرفی مجلس به عنوان عضو ناظر،
 ۱۰. دو نفر متخصص خبره از انجمن‌های علمی و تخصصی مرتبط که براساس فرایندهای انتخاباتی در آن انجمن‌ها انتخاب شده‌اند به عنوان نماینده کاربران و مخاطبان به پیشنهاد رئیس سازمان و انتخاب رئیس سازمان صدا و سیما،
 ۱۱. یک نفر نماینده رسانه‌های دارای مجوز از سازمان به انتخاب مجمع رسانه‌ها و یا انجمن صنفی مربوطه.
- تبصره (۱) - دعوت از کارشناسان و نمایندگان سازمان دولتی و غیردولتی مرتبط با موضوع جلسه، به پیشنهاد اعضای کمیسیون و تأیید رئیس کمیسیون انجام خواهد شد.
- تبصره (۲) - نحوه تشکیل و اداره جلسات کمیسیون، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تصویب این قانون توسط رئیس سازمان تهیه و پس از تأیید رئیس سازمان صدا و سیما مبنای عمل خواهد بود و بعد از گذشت ۶ ماه از ابلاغ آن، به پیشنهاد حداقل ۵ نفر از اعضا کمیسیون امکان اصلاح و بازنگری آن وجود خواهد داشت.
- تبصره (۳) - نماینده دستگاه‌های مختلف باید دارای سمت حداقل معاونت دستگاه مربوطه باشد.

۴. کارگروه‌ها و شورای تخصصی

چگونگی طراحی مداخلات تنظیم‌گرانه برای اداره و تأثیرگذاری بر حوزه‌هایی که در قلمرو صلاحیت نهاد تنظیم‌گر هستند یکی از موضوعات مهم است که با عنایت به چندوجهی بودن خدمات رسانه‌ای و تأثیرات توأمان فرهنگی، اقتصادی و سیاسی آنها و ضرورت مشارکت ذی‌نفعان مختلف در فرایندهای تصمیم‌گیری، تصمیم‌سازی و پیاده‌سازی، لازم است سازوکارهایی برای همکاری فرابخشی و به‌منظور مواجهه فعال و جهت‌دهی به خدمات و محصولات فرهنگی جذاب، پویا، متنوع و رقابت‌پذیر طراحی گردد. از آنجاکه دو بخش تولید و انتشار محتوای حرفه‌ای در صلاحیت تنظیم‌گری نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر می‌باشد ایجاد کارگروه‌ها (کمیته) و شورای‌های تخصصی در حوزه‌های تولید و انتشار محتوا با هدف انطباق محتوای تولید و منتشر شده با چارچوب‌های هنجاری رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران، با حضور ذی‌نفعان مختلف از جمله وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، دادستانی، فراجا و همچنین افراد مستقل، متخصص و صاحب تجربه در امور مربوط به تولید و انتشار ضروری می‌باشد. همچنین با توجه به تفاهم صورت گرفته در خصوص تنظیم‌گری تبلیغات بازرگانی مرتبط با حیطه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی فی‌مابین وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی و سازمان صدا و سیما در خصوص مسئولیت سازمان صدا و سیما در این مورد، تشکیل شورای متشکل از ذی‌نفعان مختلف مهم و پراهمیت تلقی می‌شود.

ماده پیشنهادی

ماده- از تاریخ تصویب این قانون، تولید و انتشار کلیه محتواهای حرفه‌ای که از بستر رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی انتشار می‌یابد؛ نیازمند به اخذ مجوز از سازمان می‌باشند.

ماده- در اجرای ماده فوق، شورای‌های تخصصی صدور مجوز تولید، صدور مجوز انتشار محتوا و صدور مجوز تبلیغات تجاری در حیطه صوت و تصویر فراگیر به ریاست رئیس سازمان و با عضویت اعضا زیر تشکیل می‌گردد.

- الف) شورای صدور مجوز تولید محتوای صوت تصویر فراگیر
۱. رئیس سازمان (رئیس شورا)،
 ۲. یکی از معاونین سازمان (دبیر شورا)،
 ۳. پنج نفر از خبرگان و متخصصان حوزه رسانه با معرفی رئیس سازمان و حکم رئیس سازمان صدا و سیما،
 ۴. دو نماینده از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با معرفی وزیر،
 ۵. یک نماینده از سازمان تبلیغات اسلامی با معرفی رئیس سازمان تبلیغات،
 ۶. معاون فرهنگی و اجتماعی فرجا.

- ب) شورای صدور مجوز انتشار صوت تصویر فراگیر
۱. رئیس سازمان (رئیس شورا)،
 ۲. یکی از معاونین سازمان (دبیر شورا)،
 ۳. نماینده دادستان کل کشور با معرفی دادستان،
 ۴. پنج نفر از خبرگان و متخصصان حوزه رسانه با معرفی رئیس سازمان و حکم رئیس سازمان صدا و سیما،
 ۵. دو نماینده از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با معرفی وزیر،
 ۶. یک نفر نماینده از مجمع و یا انجمن صنفی مربوط به دارندگان مجوز از سازمان.

- ج) شورای صدور مجوز تبلیغات بازرگانی صوت تصویر فراگیر در فضای مجازی
۱. رئیس سازمان (رئیس شورا)،
 ۲. یکی از معاونین سازمان (دبیر شورا)،
 ۳. معاون یا نماینده تام‌الاختیار دادستان کل کشور،
 ۴. دو نماینده از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با معرفی وزیر،
 ۵. معاون یا نماینده تام‌الاختیار رئیس سازمان تبلیغات،
 ۶. مدیرکل بازرگانی سازمان صدا و سیما،
 ۷. نماینده فرهنگستان زبان فارسی،
 ۸. معاون یا نماینده تام‌الاختیار فرمانده فرجا،
 ۹. رئیس اتحادیه کانون‌های تبلیغاتی،
 ۱۰. معاون یا نماینده تام‌الاختیار شهردار تهران،
 ۱۱. نماینده سازمان غذا و دارو،
 ۱۲. نماینده وزارت آموزش و پرورش.

تبصره (۱)- کلیه متقاضیان تولید محتوا می‌بایست پیش از آغاز مراحل پیش تولید، درخواست مجوز تولید (طرح و فیلم‌نامه) را به همراه اطلاعات مورد تقاضای اعلام شده در درگاه ملی مجوزها را از طریق این درگاه به سازمان اعلام نماید.

تبصره (۲)- کلیه متقاضیان انتشار محتوا می‌بایست پیش از انتشار محتوا در بستر سکوه‌های فراگیر، مراتب درخواست خود را به همراه اطلاعات مورد تقاضای اعلام شده در درگاه ملی مجوزها را از طریق این درگاه به سازمان اعلام نماید.

تبصره (۳)- رئیس سازمان موظف است ظرف سه ماه پس از ابلاغ این قانون مقررات محتوایی حاکم بر تولید و انتشار صوت و تصویر فراگیر و همچنین مقررات اجرایی صدور مجوز تولید محتوا، صدور انتشار محتوا و صدور مجوز تبلیغات بازرگانی در حیطه صوت و تصویر فراگیر را در چارچوب بند (۶) ماده واحده تعیین الزامات ساماندهی صوت و تصویر فراگیر مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی به رئیس سازمان صدا و سیما پیشنهاد و پس از تصویب در کمیسیون آنها را ابلاغ نماید.

تبصره (۴)- از تاریخ تصویب این قانون وظایف و اختیارات کمیته سازمان‌های تبلیغات مقرر در ماده (۱۰) (آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب ۱۳۵۸) در حوزه صوت و تصویر فراگیر برعهده شورای تبلیغات بازرگانی می‌باشد.

تبصره (۵)- نظرات تخصصی شوراهای تخصصی پس از تایید رئیس سازمان اعمال می‌شود.

با این وجود، در کشور ما ایجاد رویه‌های تقنینی توسط نهاد تنظیم‌گر شکل گرفته از تفسیر اصول (۴۴ و ۱۷۵) قانون اساسی، احتمالاً با سد ایرادات حقوقی برآمده از اصول تفکیک قوا و مردم‌سالاری نماینده‌سالار مبنی بر اصل عدم تفویض قانونگذاری و مقررات‌گذاری (اصول ۱۳۸ و ۸۵ قانون اساسی) مواجه خواهد شد و عملاً امکان تشکیل نهاد تنظیم‌گر را بدون در نظر گرفتن سازوکارهای نوین حکمرانی در توزیع مجدد مسئولیت قانونی غیرممکن می‌کند؛ بنابراین ایجاد رویه‌های تقنینی و کارویژه این نهادها در مقررات‌گذاری تخصصی در حوزه‌ها و قلمروهای تنظیمی خود امری ضروری و مهم در کارایی و اثربخشی مداخلات تنظیمی، محسوب می‌شود؛ از سوی دیگر با توجه به حکم مقام معظم رهبری مسئولیت تنظیم مقررات به سازمان صدا و سیما محول گشته است. در مجموع برای حل مناقشه پیش گفته متن زیر پیشنهاد می‌گردد:

طراحی نظام قاعده‌گذاری (مقررات‌گذاری)

پیاده‌سازی مجموعه‌ای از رویه‌های تقنینی یا شبه‌تقنینی در سازمان‌های تنظیم‌گر یک رویکرد و وظیفه ذاتی است؛ در واقع اهداف تعیین شده برای نظام‌های تنظیم‌گر با چندین نوع اقدام حقوقی محقق می‌شود. این اقدامات هم بر پایه حقوق سخت و الزام‌آور با ضمانت اجرایی استوار است و هم بر پایه اقداماتی در ادبیات حقوقی به‌عنوان حقوق نرم معرفی می‌شوند؛ اینها اصولی هستند که بر پایه قاعده رفتاری، انتخاب آگاهانه، تأثیرگذاری عملی، ماهیت برون‌سازمانی، زبان مشخص و پایبندی تدوین می‌شوند. دستورالعمل‌ها، آیین‌نامه‌ها، تصمیم‌ها، توصیه‌ها، کدهای رفتاری و عملی و راهنماهای هنجاری برخی از این رویه‌ها محسوب می‌شوند.

ماده پیشنهادی

ماده- کلیه مصوبات کمیسیون بعد از تأیید و امضای رئیس سازمان صدا و سیما ضمن ابلاغ برای اجرا به اطلاع رئیس مجلس شورای اسلامی می‌رسد تا در صورتی که آنها را برخلاف قوانین بیابد با ذکر دلیل برای تجدیدنظر به کمیسیون بفرستد. کمیسیون پس از اعلام نظر رئیس مجلس شورای اسلامی، مکلف به تجدیدنظر و اصلاح مصوبه خویش است، در غیر این صورت پس از گذشت مهلت مقرر قانونی مصوبه مورد ایراد ملغی‌الاثرا خواهد شد.

ماده- تصمیمات و مصوبات کمیسیون قابل شکایت و رسیدگی در دیوان عدالت اداری است.

طراحی نظام اجرایی

نظام اجرا در نظام‌های تنظیم‌گری عبارت است از استفاده صحیح و اطمینان بخش از مکانیسم‌ها و فرایندها برای رعایت قوانین، مقررات، استانداردها و هنجارهای اجتماعی که توسط تنظیم‌گر قاعده‌گذاری شده‌اند. سازوکارهای دستور-کنترل، سازوکار مجوزدهی، سازوکارهای انگیزش محور و سازوکارهای فناوری محور بخشی از سازوکارهای نظام اجرایی تنظیم‌گری محسوب می‌شوند. تنظیم‌گری به ابزارهای خاصی اشاره دارد که بر نظام‌های رسانه‌ای به‌منظور دستیابی به اهداف سیاستی مشخص به کار می‌روند؛ به‌طور کلی این ابزارهای متنوع را می‌توان در قالب ابزارهای ذیل طبقه نمود:

■ ابزارهای تقنینی: انواع مقررات سخت و نرم (دستورالعمل‌ها، کدها، راهنماهای هنجاری و ...)

■ ابزارهای مجوزدهی: صدور مجوز فعالیت رسانه، صدور مجوز تولید محتوای حرفه‌ای، صدور مجوز انتشار محتوای حرفه‌ای،

■ ابزار تسهیل‌گری: تسهیلات، توانمندسازها و مشوق‌ها،

■ ابزارهای نظارتی: نظارت‌های پیش‌بینی، پس‌بینی، نظارت انسانی و فناوری محور،

■ ابزارهای شبه‌قضایی: نظام تنبیهی (جرائم، لغو، مجوزها، محدودیت در ارائه خدمت)،

■ ابزارهای مکمل: افزایش خودتنظیم‌گری و تنظیم‌گری مشارکتی،

■ ابزارهای فناورانه: فناوری نظارتی، خطوط اضطراری (هات‌لاین‌ها)،

نمادهای اعتماد محتوا، سامانه‌های پالایش محتوا و ...،

■ ابزارهای نرم و انگیزشی: آموزش و اطلاعات، تعقیب اخلاقی، فشار گروه همسان.

طراحی رویه‌های شبه‌قضایی

بر خورداری تنظیم‌گر از سبده متنوعی از ابزارهای اعمال قدرت و اقتدار لازم جهت اجرایی شدن تصمیمات یکی از پیش‌زمینه‌های اجرای موفق تنظیم‌گری می‌باشد؛ در واقع تا زمانی که تنظیم‌گر از قدرت و توان کافی برای اعمال تصمیماتش برخوردار نباشد و ابزارهای لازم جهت اعمال تصمیم را در اختیار نداشته باشد، نمی‌تواند در حوزه تحت نظارت خود اثربخشی لازم را داشته باشد؛ ابزار قضایی شاید یکی از مهم‌ترین ابزارهای اعمال برای کنترل به‌معنای نظارت و اعمال قدرت بر انطباق موضوع تنظیم‌گری با استانداردهای از پیش تعیین شده است؛ در این راستا، تنظیم‌گران جهت مجازات تخلف از قوانین و رفتارهای نامناسب به ابزارهای قوانین کیفری متوسل می‌شوند. ماهیت اصلی مجازات‌های تعیین شده در حوزه قوانین کیفری یا شبه‌کیفری در اصل مبتنی بر قوانین مدنی می‌باشند که در چارچوب قوانین ملی تعیین شده‌اند؛ از این جهت ایجاد رویه‌های قضایی برای ایجاد بازدارندگی منطبق اصلی سیستم تنظیم‌گری را شکل می‌دهد (Ogus, ۱۹۹۴, ۷۹, ۸۰). ذی‌نفعان



صوت و تصویر رخ می‌دهد و همچنین ساز و کارهای اجرایی برای به کارگیری این ابزار تنظیم‌گرانه (مجازات‌های انضباطی) در طراحی نظارت حقوقی و قضایی در معماری مطلوب نهاد تنظیم‌گر پراهمیت می‌باشد؛ در این رابطه فرهنگ‌های تنظیم‌گری می‌توانند با استفاده از پیام‌رسانی هوشمندانه توسط نهادهای مقررات‌گذار انتقال داده شوند؛ به این ترتیب که هرگونه تشدید عدم رعایت قوانین توسط صنایع یا گروه‌های جمعی، می‌تواند با تشدید مجازات توسط تنظیم‌گر پاسخ داده شود؛ در ادبیات تنظیم‌گری از چنین استراتژی‌هایی به عنوان یک استراتژی «مقابله به مثل» یاد می‌کنند که دربرگیرنده انواع مجازات‌های بازدارنده در یک هرم چندسطحی از هشدار تا تعلیق مجوزها در حوزه‌های مختلف که پایبندی به مقررات نقض می‌شود را در نظر گرفت (Ayers and Braithwaite, 1992). به‌طور کلی با توجه به چارچوب حقوقی کشور و تجارب موجود، پنج حوزه تخلف در این بخش از یکدیگر قابل بازشناخت هستند که عبارتند از انتشار محتوای نامناسب، نقض حقوق مالکیت فکری، پخش زنده حرفه‌ای (با توجه به انحصار صدا و سیما)، تعرفه‌های نامتعارف ترافیک شبکه، انتشار محتوای حرفه‌ای بدون مجوز، تأسیس و فعالیت رسانه بدون مجوز.

صنعت جهت جلوگیری از اعمال مجازات‌های سنگین، ناچار هستند تا از استانداردهای تعیین شده توسط تنظیم‌گر پیروی کنند. در کشور ما از سویی با توجه به منع حقوقی تفویض اختیارات رسیدگی به تخلفات به نهادهای خارج از قوه قضائیه (اصل ۱۵۹) قانون اساسی) و از سویی دیگر نیاز ضروری به اطلاعات فنی و دانش تخصصی درباره موضوعات حقوقی و قضایی حوزه رسانه‌های فضای مجازی، سرعت عمل در خصوص حل اختلافات و رسیدگی به تخلفات، تفکیک حیطة جرم و تخلف؛ ایجاد رویه‌های شبه‌قضایی در تنظیم‌گری به عنوان مراجع اداری به عنوان مرجع رسیدگی به تخلفات و حل اختلافات یک رویکرد سیاستی محسوب می‌شود. کمیسیون‌های مالیاتی، هیئت حل اختلاف کارگر و کارفرما، کمیسیون موضوع ماده (۱۰۰) قانون شهرداری‌ها از جمله نهادهای شبه‌قضایی هستند که به موجب قانون یا اساسنامه قانونی صلاحیت رسیدگی و صدور رأی نسبت حوزه تخصصی خاص خود در قلمرو تعیین شده توسط قانون، شکل گرفته‌اند؛ لذا تشکیل یک نهاد برای رسیدگی به تخلفات تحت عنوان کارگروه (کمیته) تخلفات که متشکل از هیئت‌های بدوی و تجدیدنظر هستند به عنوان بازوی اجرایی برای اعمال قدرت و ایجاد بازدارندگی از بروز تخلفات، سهم به‌سزایی در موفقیت تنظیم‌گر ایفا می‌نماید. از سویی دیگر شناخت ملاحظات و تخلفاتی که در حوزه خدمات رسانه‌ای

ماده پیشنهادی

ماده- سازمان با هدف صیانت از منافع عمومی در محیط تولید و انتشار صوت و تصویر، از طریق هیئت‌های بدوی و تجدیدنظر کارگروه (کمیته) تخلفات، نقض مقررات و دستورالعمل‌های این حوزه و تضييع حقوق دیگران توسط رسانه‌ها را بررسی و احکام انتظامی را که شامل موارد ذیل می‌باشد اعمال می‌کند:

الف) ترکیب اعضا هیئت تخلفات بدوی
هیئت بدوی متشکل از پنج عضو زیر می‌باشد:

الف) معاون تدوین مقررات و امور حقوقی سازمان به عنوان رئیس هیئت بدوی،
ب) معاون صدور مجوز و امور رسانه‌های سازمان به عنوان نایب رئیس هیئت بدوی،
ج) یک حقوقدان مرتبط با موضوع فرهنگ و رسانه با معرفی دادستان کل کشور،
د) یک نفر نماینده از رسانه‌های دارای مجوز از سازمان به انتخاب مجمع و یا انجمن صنفی مجوزگیرندگان از سازمان با حکم رئیس سازمان به مدت دو سال،
ه) یک نفر از میان متخصصین و اساتید رسانه به انتخاب و حکم رئیس سازمان به مدت دو سال.
هیئت تجدیدنظر متشکل از هفت عضو زیر می‌باشد:

الف) رئیس سازمان به عنوان رئیس هیئت تجدیدنظر،
ب) قائم مقام رئیس سازمان به عنوان نایب رئیس هیئت تجدیدنظر،
ج) معاون پیگیری امور فضای مجازی دادستانی به عنوان نماینده تام‌الاختیار دادستان،
د) یک نفر حقوقدان صاحب نظر با انتخاب و حکم رئیس سازمان به مدت دو سال،
ه) یک نفر از اساتید رسانه با انتخاب و حکم رئیس سازمان به مدت دو سال،
و) یک حقوقدان مرتبط با موضوع فرهنگ و رسانه با معرفی دادستان کل کشور به مدت دو سال،
ز) یک نفر نماینده از رسانه‌های دارای مجوز از سازمان به انتخاب مجمع و یا انجمن صنفی مجوزگیرندگان از سازمان با حکم رئیس سازمان به مدت ۲ سال.
تبصره (۱) - عضویت اعضای حقیقی و حقوقی به صورت هم‌زمان در هیئت‌های بدوی و تجدیدنظر ممنوع می‌باشد.

- ماده- تخلفات حوزه صوت و تصویر فراگیر به قرار زیر است:
۱. تولید و انتشار محتوای بدون مجوز از سازمان،
 ۲. پخش زنده بدون مجوز از سازمان،
 ۳. تولید و انتشار محتوا مغایر با ضوابط محتوایی،
 ۴. نقض حقوق مالکیت فکری،
 ۵. محاسبه ترافیک تمام‌بها در خدمات داخلی،
 ۶. نقض حقوق کاربران،
 ۷. رفتارهای یک‌جانبه، توافقات و ادغام‌های ضد رقابتی،
 ۸. نقض توافقنامه سطح خدمات،
 ۹. تبصره- منظور از توافق سطح خدمات عبارت است از انتظار و قرارداد، بین یک خدمت‌دهنده خدمات رسانه‌ای از یک طرف و اشخاص حقیقی و یا حقوقی که به‌عنوان کاربر از این خدمات استفاده می‌کند.
 ۱۰. ارائه اطلاعات نادرست به کاربران در مورد استفاده از خدمت،
 ۱۱. تبلیغات گمراه‌کننده،
 ۱۲. تبلیغ مغایر با عفت عمومی و قوانین داخلی،
 ۱۳. عدم شفاف‌سازی محتوای تبلیغاتی،
 ۱۴. رعایت نکردن الزامات الگوهای (مدل) درآمدی،
 ۱۵. فقدان شفافیت در حمایت‌های مالی،
 ۱۶. ارائه محتوا و خدمات به کودکان بدون در نظر گرفتن الزامات خدمات نظیر نظارت والدین، رده‌بندی سنی و ...،
 ۱۷. ارائه محتوا و خدمات در رسانه‌های کاربر‌محور بدون در نظر گرفتن الزامات خدمات نظیر سامانه کشف ماشینی تخلفات، تشخیص نشان‌واره (لوگو) و ...
- تبصره- رئیس سازمان موظف است آیین‌نامه اجرایی مربوط به عناوین تخلفات ذکر شده در این قانون را ظرف مدت ۳ ماه بعد از تصویب این قانون به رئیس سازمان صدا و سیما پیشنهاد و پس از آن برای تصویب به هیئت وزیران ارائه نماید.
- ماده- تنبیهات حوزه صوت و تصویر فراگیر به قرار زیر است:
۱. تذکر به‌همراه یا بدون درج در پرونده،
 ۲. تعیین جریمه نقدی از یک تا ۵ درصد از کل درآمد سالیانه،
 ۳. اعمال محدودیت‌های فنی و خدماتی برای مدت یک هفته تا سه ماه،
 ۴. اعمال محرومیت از انتشار محتوای حرفه‌ای جدید برای مدت یک ماه تا ۶ ماه،
 ۵. تعلیق موقت مجوز فعالیت بین یک هفته تا سه ماه،
 ۶. ابطال مجوز فعالیت.
- تبصره (۱۱)- تصمیمات و آرا قطعی کارگروه (کمیته) تخلفات تا ۶۰ روز پس از ابلاغ، قابل شکایت و رسیدگی در دیوان عدالت اداری است.
- تبصره (۱۲)- نحوه ابلاغ تابع احکام قانون آیین دادرسی مدنی خواهد بود.
- تبصره (۱۳)- رسیدگی به تخلفات نافی رسیدگی در مواردی که به‌موجب قوانین جرم تلقی می‌شود در محاکم صالح نیست.
- تبصره (۱۴)- در موارد تعلیق یا ابطال مجوز، اجازه فعالیت در فضای مجازی به رسانه داده نمی‌شود.
- تبصره (۱۵)- مبلغ جرائم نقدی بند (۲) این ماده براساس شاخص نرخ تورم سالیانه اعلامی از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران افزایش می‌یابد.
- ماده- کلیه وجوه حاصل از احکام کارگروه‌ها در خصوص جریمه‌های تنبیهی، به حساب خزانه داری کل کشور واریز و پس از آن به نسبت زیر و مطابق قوانین بودجه تخصیص می‌یابد:
- ۱) پنجاه درصد (۵۰٪) از این درآمدها به حساب صندوق حمایت از محتوا و خدمات بومی سازگار با فرهنگی ایرانی-اسلامی واریز می‌شود؛ این صندوق زیر نظر رئیس سازمان تشکیل شده و اساسنامه آن ظرف مدت ۳ ماه توسط رئیس سازمان تهیه و به رئیس سازمان صدا و سیما پیشنهاد و برای تصویب به هیئت وزیران ارائه شود.
 - تبصره- قبل از تصویب اساسنامه هیچ‌گونه فعالیت از سوی این صندوق امکان‌پذیر نیست.
 - ب) بیست درصد (۲۰٪) از درآمدها پس از گردش خزانه به قوه قضائیه اختصاص یافته تا صرف تمشیت امور قضایی مربوط شود.
 - ج) بیست درصد (۲۰٪) از درآمدها پس از گردش خزانه به سازمان اختصاص یافته تا در راستای توانمندسازی رسانه‌های دارای مجوز، توسعه فناوری‌های نظارتی و راه‌اندازی خط تماس اضطراری (هات‌لاین‌ها) ویژه جرائم و تخلفات



محتوایی علیه کودک و نوجوان در فضای مجازی صرف شود.
 (د) ۱۰ درصد (۱۰٪) از درآمدها به حساب درآمد عمومی کشور نزد خزانه‌داری کل واریز می‌شود با نظر دولت و از طریق مرکز ملی فضای مجازی به منظور تحقق لایه محتوایی شبکه ملی اطلاعات هزینه شود.
 تبصره (۵) -- ابطال مجوز فعالیت صرفاً در مورد ترک فعل ناشی از عدم تمکین به احکام هیئت بدوی است و در صورت وجود عناصر تکرار تخلف، وجود سوءنیت در ارتکاب تخلف، گستردگی آثار مخرب تخلف، اثرگذاری بر نظم و اخلاق عمومی جامعه و عدم حذف به موقع تخلف در مدت اعلام شده، مجوز فعالیت به پیشنهاد کارگروه (کمیته) تخلفات و با طی تشریفات رسیدگی توسط دادگاه ابطال خواهد شد.
 ماده- آیین‌نامه تشکیل و اداره کارگروه (کمیته) تخلفات، ظرف مدت ۳ ماه بعد از تصویب این قانون توسط سازمان و با همکاری دادستان کل کشور تهیه شده و برای تصویب به هیئت وزیران ارائه شود.
 ماده- چنانچه رسانه مقررات را برای پیشگیری از تخلفات به کار نگیرد، در صورت بروز یا کشف تخلف، صرف‌نظر از میزان مسئولیت کاربر، رسانه نیز در قبال تخلف مسئول است.
 تبصره- در این صورت، مسئولیت رسانه باعث سلب مسئولیت عامل تخلف نمی‌شود.

فصل ششم: حوزه‌های تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر

پخش زنده^۱ و آرد این عرصه شده‌اند و توانسته‌اند بخش قابل توجهی از سید مصرف رسانه‌ای کاربران و مخاطبان را به خود اختصاص دهند و به واسطه دادوستدهای زیرساختی، محتوا و سرویس میان این کنشگران بازارهای جدید رسانه‌ای ایجاد شده که نیازمند تنظیم روابط آنها در ابعاد مختلف می‌باشد. از سوی دیگر تغییر شکل در انواع سرمایه‌گذاری‌ها و به تبع آن شکل‌گیری مدل‌های درآمدی جدید نظیر بازارهای حقوقی (حقوق پخش و مجوزهای پخش ناشی از مالکیت حقوقی)، بازارهای دریافت‌کننده (دسترسی به سرویس، استفاده از خدمت وابسته یا مستقل به تراکنش)، بازارهای تبلیغاتی (داده‌کاوی، تبلیغات هوشمند و حق کمیسیون) حوزه‌های جدید را در تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی ایجاد کرده است.

یکی از مباحث مربوط به تنظیم‌گری خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر، در مورد این است که اساساً حوزه‌های این تنظیم‌گری چیست و اساساً چه چیزی مقررات‌گذاری می‌شود؛ به‌طور کلی در تنظیم‌گری در حوزه رسانه‌های صوتی و تصویری بر دو بخش اصلی محتوای رسانه‌ای و آنچه امکان فعالیت برای تولید، توزیع و انتشار محتوای رسانه‌ای را فراهم می‌کند، اعمال می‌شود. باین وجود تحولات ناشی از هم‌گرایی و ارائه این خدمات در بستر شبکه‌های ارتباطی، خدمات رسانه‌ای را به‌طور گسترده‌ای با توجه به زنجیره ارزش و بازیگران زنجیره ارزش تغییر داده است؛ گزارش مرکز پایش تجارت الکترونیک (۱۳۹۸) در خصوص بازار سکوها و ویدئویی نشان می‌دهد که بازیگران متعددی در حوزه‌های ویدئو مبتنی بر درخواست،^۱ سکوهای اشتراک ویدئو،^۲ تلویزیون مبتنی بر پروتکل اینترنت،^۳ تجمیع‌کنندگان خدمات (سوپر‌اپ‌ها)^۴ و

ماده پیشنهادی

- ماده- قلمرو صلاحیت سازمان در تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی شامل موارد زیر است:
۱. تولید، تأمین و انتشار محتوا در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،
 ۲. کیفیت و نحوه ارائه خدمات در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،
 ۳. دستگاه‌ها و فناوری‌های اختصاصی در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،
 ۴. تبلیغات بازرگانی در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی.

1. VOD
 2. Video-Sharing Platforms
 3. IPTV
 4. Super-app
 5. Live Streaming

فصل هفتم: نظارت بر تنظیم‌گری



سازمان صدا و سیما و بر مبنای قانون اساسی (مصوبه مجمع تشخیص مصلحت نظام در خصوص نحوه اجرای اصل (۱۷۵) قانون اساسی در بخش نظارت بر سازمان صدا و سیما و ماده (۳) این قانون)، ساز و کار نظارتی غیرمتمرکز و بیرونی با محوریت شورای نظارت بر سازمان صدا و سیما قرار داده شده است؛ لذا دامنه نظارت بر نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر از طریق شورای متشکل از نمایندگان سه قوا (شورای نظارت) امکان‌پذیر می‌باشد.

در بررسی و ارزیابی راهکارهای نظارتی بر نهادهای تنظیم‌گر، حداقل دو نوع از سازوکارهای نظارتی با هدف شفاف‌سازی و پاسخ‌گویی مطرح می‌شود که عبارتند از ساز و کارهای نظارتی درونی (متمرکز) و بیرونی (غیرمتمرکز). نظارت درونی به فرایندهایی خودکنترلی به‌منظور بررسی نتایج و چگونگی عملکرد و نظارت بیرونی به فرایندهای نظارتی از طریق سازوکارهای بیرونی توسط نهادهای دیگر اشاره دارد. در خصوص نظارت بر نهاد تنظیم‌گر صوت و تصویر فراگیر با توجه به تعریف این نهاد ذیل

ماده پیشنهادی

ماده- در اجرای اصل (۱۷۵) قانون اساسی، شورای نظارت بر سازمان صدا و سیما وظیفه نظارت بر حسن اجرای این قانون را برعهده دارد.
تبصره- وظیفه نظارتی شورای نظارت نافه صلاحیت سایر دستگاه‌های نظارتی نیست.
ماده- در صورت رد درخواست متقاضیان در موضوع درخواست صدور مجوز فعالیت ارائه خدمات، مجوز تولید، مجوز انتشار و تبلیغات بازرگانی توسط سازمان، متقاضیان می‌توانند مراتب اعتراض خود را به صورت مکتوب به شورای نظارت اعلام نمایند و شورا موظف است ظرف ۱۵ روز از وصول اعتراض پس از بررسی موضوع و اخذ گزارش از سازمان در صورت وارد دانستن اعتراض مراتب را جهت بررسی مجدد به سازمان ابلاغ نماید.
ماده- گزارش عملکرد و گزارش مالی سازمان باید به صورت سالیانه تهیه و ضمن ارسال به کمیسیون، به صورت عمومی نیز منتشر گردد.
ماده- تمام مقررات و دستورالعمل‌های مصوب کمیسیون باید ظرف مدت ۱ هفته پس از امضا، توسط دبیر کمیسیون در روزنامه رسمی ثبت گردند. نسخه منتشر شده در روزنامه رسمی ملاک عمل خواهد بود و در غیر این صورت لازم‌الاجرا نخواهد بود

فصل اول - کلیات

ماده (۱) - در این قانون، مفاهیم و اصلاحات زیر در معانی مشروح مربوطه به کار می‌رود:

الف) سازمان: سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی وابسته به «سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران» که طبق این قانون به اعمال صلاحیت می‌پردازد،

ب) تنظیم‌گری: اتخاذ هرگونه تدبیر و اقدام سازمان به‌منظور تنظیم مقررات، صدور مجوز و نظارت بر صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،

ج) کمیسیون: کمیسیون تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی موضوع ماده (۷) این قانون،

د) کارگروه (کمیته) رسیدگی به تخلفات: هیئت‌های بدوی و تجدیدنظر رسیدگی به تخلفات رسانه‌ها و شکایات از آنها موضوع ماده (۱۴) این قانون،

ه) صوت و تصویر فراگیر: محتوای صوتی، تصویری و داده‌های همراه با آنها یا ترکیبی از این موارد که از طریق شبکه‌های ارتباط الکترونیکی

پیش‌نویس قانون تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی

مقدمه:

با استناد به اصول (۴۴ و ۱۷۵) قانون اساسی، نظریه تفسیری شورای محترم نگهبان از اصول مذکور به شماره ۷۹/۲۱/۹۷۹ مورخ ۷۹/۰۷/۱۰ و همچنین به‌منظور اجرای اوامر ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری به شماره ۱/۲۸۷۰۶ مورخ ۱۳۹۴/۰۶/۲۲ و دستور معظم‌له ناظر بر اجرای تفاهم‌نامه سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به شماره نامه ۱۵۴۳۶-۱/م مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۵ و مواد (۷ و ۱۶) اساسنامه سازمان صدا و سیما و با هدف ایجاد فضایی سالم و شفاف برای فعالان حوزه فضای مجازی، حفظ ارزش‌ها و فرهنگ ایرانی-اسلامی و منفعت آحاد مردم پیش‌نویس قانون تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی به شرح ذیل تقدیم می‌گردد.



یا فضای مجازی در دسترس عموم قرار گیرد.

تبصره - تعیین مصادیق صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و همچنین حدود و ثغور آن بر عهده کمیسیون می‌باشد.

و) رسانه: مجموعه متشکل از سخت‌افزاری و نرم‌افزاری انتشار «صوت و تصویر» و شخص یا اشخاص حقیقی و حقوقی دست‌اندر کار «انتشار» که تحت نام یا حسب مورد نشان مشخصی صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی انتشار دهد، که در این قانون به اختصار رسانه نامیده می‌شود.

ز) محتوای حرفه‌ای: محتوای صوتی و تصویری که نوعاً بدون عملیات کارگردانی شده، نمی‌تواند تولید شود؛ از قبیل سریال، برنامه ترکیبی، برنامه گفتگومحور، مستند، برنامه تلویزیونی مستند-مسابقه، اجرای روی صحنه و مسابقه که در بستر رسانه‌های کاربرمحور و ناشرمحور ارائه می‌شود.

ح) مجوز: اجازه‌ای است که توسط سازمان صادر و به موجب آن فعالیت مشخص شخص یا اشخاص دارای شرایط مقرر در مدت معین و در حوزه تولید و انتشار صوت و تصویر فراگیر مجاز دانسته می‌شود.

ط) درگاه ملی مجوزهای کشور: سامانه موضوع ماده (۱) قانون اصلاح مواد (۱) و (۷) قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسی و اصلاحات بعدی آن.

ماده (۲) - به موجب این قانون مسئولیت تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی منحصر بر عهده سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران می‌باشد که از طریق سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی اعمال می‌گردد.

تبصره «۱» - سازمان دارای شخصیت حقوقی و استقلال مالی است و به‌عنوان مؤسسه دولتی وابسته به سازمان صدا و سیما تشکیل می‌شود. تبصره «۲» - مرکز اصلی سازمان شهرستان تهران است ولی با تأیید رئیس سازمان می‌تواند جهت انجام وظایف قانونی خود نسبت به ایجاد واحدهای سازمانی در مناطق مختلف کشور اقدام نماید.

تبصره «۳» - با توجه به ماهیت تنظیم‌گرانه فعالیت‌های سازمان، الزامات ساختاری، اداری، مالی و نیروی انسانی سازمان به پیشنهاد رئیس سازمان و تصویب رئیس سازمان صدا و سیما در مقررات سازمان صدا و سیما افزوده می‌گردد.

تبصره «۴» - در صورتی که تصمیمات و یا مصوبات سایر تنظیم‌گران در حوزه‌های زیرساخت، خدمات و رقابت با قواعد وضع شده توسط سازمان در خصوص موضوع صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی در تعارض باشد، تصمیمات و یا مصوبات این سازمان که با رعایت این قانون اتخاذ می‌گردد، حاکم است.

ماده (۳) - سازمان برای تحقق مسئولیت موضوع ماده (۲) این قانون دارای وظایف و مأموریت‌های زیر می‌باشد:

۱. تحقق حاکمیت ملی در عرصه رسانه‌های کشور با استفاده از راهبرد مهار و دفع تهاجم فرهنگی بیگانگان،

۲. صدور مجوز فعالیت، تولید و انتشار محتوا و خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،

۳. تدوین و تنظیم مقررات، آیین‌نامه‌ها در حوزه‌های مختلف مربوط به محتوا و خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،

۴. پایش و نظارت بر محتوای تولید و منتشر شده در قالب صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی با بهره‌گیری از ابزارهای نظارتی و تشکیل شوراهای تخصصی،

۵. ارتقای شاخص‌های ترکیبی رونق تولید محتوای اسلامی ایرانی،

۶. حمایت از توسعه خدمات، بهبود فضای رقابت، کسب و کار و صیانت از پایداری صنعت خدمات رسانه‌ای صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،

۷. اجرای قوانین مرتبط، مقررات و مصوبات کمیسیون موضوع این قانون با بهره‌گیری از ابزارهای رسیدگی به تخلفات،

۸. حمایت از حقوق مخاطبان و کاربران رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی به‌ویژه کودکان و گروه‌های آسیب‌پذیر،

۹. توسعه فناوری‌های نوین نظارتی داده‌محور، طراحی الگوی دیدبانی فناوری و تسهیل دسترسی به منابع زیرساختی مورد نیاز برای ارائه‌دهندگان خدمات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،

۱۰. استفاده از ظرفیت گروه‌های مردمی در فرایندهای تنظیم‌گری،

۱۱. بهره‌گیری از ظرفیت ذی‌نفعان مختلف در فرایندهای تنظیم‌گری و توسعه شبکه‌های خود تنظیم‌گری، تنظیم‌گری مشارکتی و حمایت از تشکل‌ها و انجمن‌های صنفی مربوط.

ماده (۴) - قلمرو صلاحیت سازمان در تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی شامل موارد زیر است:

الف) تولید، تأمین و انتشار محتوا در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،

ب) کیفیت و نحوه ارائه خدمات در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،

ج) دستگاه‌ها و فناوری‌های اختصاصی در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،

د) تبلیغات بازرگانی در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی.

ماده (۵) - اصول سازمان در تنظیم‌گری صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی عبارت است از:

الف) آزادی بیان و نشر افکار با رعایت موازین اسلامی و مصالح کشور،

ب) اولویت‌دهی به مصالح و منافع عمومی کشور در برابر منافع گروهی و بخشی،

ج) پاسخ‌گویی به عموم ذی‌نفعان اعم از حاکمیت، فعالان و کاربران،

د) شفافیت در کلیه فرایندها، رویه‌ها و تصمیمات،

ه) انصاف، بی‌طرفی و عدم جانب‌داری از فرد و یا گروهی از فعالان عرصه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،

و) شواهدمحوری و فرایندمحوری در اتخاذ تصمیمات و انجام اقدامات و

اجتناب از اتخاذ رفتارهای سلیقه‌ای،

ز) بهره‌گیری از رویکردهای تخصص‌گرایانه در تنظیم‌گری.

فصل دوم: ارکان و ساختار

ماده (۶) - رئیس سازمان که معاون رئیس سازمان صدا و سیما نیز می‌باشد، برای مدت ۵ سال توسط رئیس سازمان صدا و سیما انتخاب می‌شود و به موجب این قانون مسئول اجرای کلیه اختیارات و وظایف و تکالیف سازمان صدا و سیما در تنظیم مقررات، صدور مجوز و نظارت در حوزه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی می‌باشد.

تبصره - در صورت ناتوانی در پیشبرد و اجرای سیاست‌های کلان و مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، عزل رئیس سازمان از سوی رئیس سازمان صدا و سیما امکان‌پذیر است.

ماده (۷) - وظایف و اختیارات رئیس سازمان به شرح زیر است:

۱. اداره امور سازمان،

۲. انجام تمهیدات لازم برای اجرای مصوبات و تصمیمات کمیسیون،

۳. تدوین و پیشنهاد مقررات و آیین‌نامه‌ها به کمیسیون و تنظیم دستور جلسات و ابلاغ مصوبات،

۴. برنامه‌ریزی، هدایت و کنترل سازمان و تهیه و تنظیم بودجه برای پیشنهاد به رئیس سازمان صدا و سیما،

۵. نظارت بر حسن اجرای امور مندرج در این قانون و مقررات مربوط،

۶. نمایندگی سازمان در مراجع قضایی و غیرقضایی با حق تعیین و کیل و توکیل به غیر،

۷. انجام امور مرتبط که با رعایت قوانین و مقررات مربوط از طرف رئیس سازمان صدا و سیما ارجماع می‌گردد.

تبصره «۱» - معاونین سازمان به تناسب حجم کار و گستردگی وظایف سازمان تعیین می‌شوند و تعداد آنها حداکثر ۵ نفر خواهد بود.

تبصره «۲» - نمودار تشکیلاتی واحدها، معاونت‌ها و مدیریت‌های مندرج در این قانون و شرح وظایف آن توسط رئیس سازمان تهیه و برای تصویب به رئیس سازمان صدا و سیما پیشنهاد می‌شود.

ماده (۸) - وظایف و اختیارات کمیسیون تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی که در این قانون کمیسیون نامیده می‌شود به شرح زیر است:

الف) پیگیری منافع عمومی در حوزه رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی،

ب) تصویب مقررات و آیین‌نامه‌های پیشنهادی سازمان،

ج) بررسی و تصویب ساختار، فرایندها و بودجه سازمان،

د) اصلاح آیین‌نامه داخلی کمیسیون و کارگروه‌ها و شوراهای تخصصی،

ه) بررسی گزارش عملکرد سالیانه سازمان،

و) تعیین مصادیق صوت و تصویر فراگیر و خدمات مرتبط با آن،

ز) تشکیل کارگروه‌های تخصصی.

ماده (۹) - ترکیب کمیسیون به شرح زیر است:

۱. رئیس سازمان صدا و سیما به‌عنوان رئیس کمیسیون،

۲. رئیس سازمان به‌عنوان دبیر کمیسیون،

۳. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات یا نماینده وی،

۴. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی یا نماینده وی،

۵. دادستان کل کشور یا نماینده وی،

۶. رئیس سازمان تبلیغات اسلامی یا نماینده وی،

۷. دبیر شورای عالی فضای مجازی یا نماینده وی،

۸. دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی یا نماینده وی،

۹. یکی از نمایندگان کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی با معرفی مجلس (به‌عنوان عضو ناظر)،

۱۰. دو نفر متخصص خبره از انجمن‌های علمی و تخصصی مرتبط که براساس فرایندهای انتخاباتی در آن انجمن‌ها انتخاب شده‌اند به‌عنوان نماینده کاربران و مخاطبان به پیشنهاد رئیس سازمان و انتخاب رئیس سازمان صدا و سیما،

۱۱. یک نفر نماینده رسانه‌های دارای مجوز از سازمان به انتخاب مجمع رسانه‌ها و یا انجمن صنفی مربوطه.

تبصره «۱» - دعوت از کارشناسان و نمایندگان سازمان دولتی و غیردولتی مرتبط با موضوع جلسه، به پیشنهاد اعضای کمیسیون و تأیید رئیس کمیسیون انجام خواهد شد.

تبصره «۲» - نحوه تشکیل و اداره جلسات کمیسیون، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تصویب این قانون توسط رئیس سازمان تهیه و پس از تأیید رئیس سازمان صدا و سیما مبنای عمل خواهد بود و بعد از گذشت ۶ ماه از ابلاغ آن، به پیشنهاد حداقل ۵ نفر از اعضا کمیسیون امکان اصلاح و بازنگری آن وجود خواهد داشت.

تبصره «۳» - نماینده دستگاه‌های مختلف باید دارای سمت حداقل معاونت دستگاه مربوطه باشد.

ماده (۱۰) - ماده - کلیه مصوبات کمیسیون بعد از تأیید و امضای رئیس سازمان صدا و سیما ضمن ابلاغ برای اجرا به اطلاع رئیس مجلس شورای اسلامی می‌رسد تا در صورتی که آنها را برخلاف قوانین بیابد با ذکر دلیل برای تجدیدنظر به کمیسیون بفرستد. کمیسیون پس از اعلام نظر رئیس مجلس شورای اسلامی، مکلف به تجدیدنظر و اصلاح مصوبه خویش است، در غیر این صورت پس از گذشت مهلت مقرر قانونی مصوبه مورد ایراد ملغی‌الاثرب خواهد شد.

ماده (۱۱) - تصمیمات و مصوبات کمیسیون قابل شکایت و رسیدگی در دیوان عدالت اداری است.

فصل سوم: حقوق مرتبط با تولید و انتشار محتوای صوت و تصویر فراگیر

ماده (۱۲) - از تاریخ تصویب این قانون تولید و انتشار کلیه محتوای حرفه‌ای که از بستر رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در



فضای مجازی انتشار می‌یابد، نیازمند به اخذ مجوز از سازمان می‌باشند.

ماده (۱۳) - در اجرای ماده فوق، شورای‌های تخصصی صدور مجوز تولید، صدور مجوز انتشار محتوا و صدور مجوز تبلیغات بازرگانی در حیطه صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی به ریاست رئیس سازمان و با عضویت اعضا زیر تشکیل می‌گردد.

الف) شورای صدور مجوز تولید محتوای صوت تصویر فراگیر

۱. رئیس سازمان (رئیس شورا)،

۲. یکی از معاونین سازمان (دبیر شورا)،

۳. پنج نفر از خبرگان و متخصصان حوزه رسانه با معرفی رئیس سازمان و حکم رئیس سازمان صدا و سیما،

۴. دو نماینده از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با معرفی وزیر،

۵. یک نماینده از سازمان تبلیغات اسلامی با معرفی رئیس سازمان تبلیغات،

۶. معاون فرهنگی و اجتماعی فراجا.

ب) شورای صدور مجوز انتشار صوت تصویر فراگیر

۱. رئیس سازمان (رئیس شورا)،

۲. یکی از معاونین سازمان (دبیر شورا)،

۳. نماینده دادستان کل کشور با معرفی دادستان،

۴. پنج نفر از خبرگان و متخصصان حوزه رسانه با معرفی رئیس سازمان و حکم رئیس سازمان صدا و سیما،

۵. دو نماینده از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با معرفی وزیر،

۶. یک نفر نماینده از مجمع و بانجمن صنفی مربوط به دارندگان مجوز از سازمان.

ج) شورای صدور مجوز تبلیغات بازرگانی صوت تصویر فراگیر

۱. رئیس سازمان (رئیس شورا)،

۲. یکی از معاونین سازمان (دبیر شورا)،

۳. معاون یا نماینده تام‌الاختیار دادستان کل کشور،

۴. دو نماینده از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با معرفی وزیر،

۵. معاون یا نماینده تام‌الاختیار رئیس سازمان تبلیغات،

۶. مدیر کل بازرگانی سازمان صدا و سیما،

۷. نماینده فرهنگستان زبان فارسی،

۸. معاون یا نماینده تام‌الاختیار فرمانده نیروی انتظامی،

۹. رئیس اتحادیه کانون‌های تبلیغاتی،

۱۰. معاون یا نماینده تام‌الاختیار شهردار تهران،

۱۱. نماینده سازمان غذا و دارو،

۱۲. یک نماینده از طرف وزارت آموزش و پرورش.

تبصره «۱» - کلیه متقاضیان تولید محتوا می‌بایست پیش از آغاز مراحل پیش تولید، در خواست مجوز تولید (طرح و فیلم‌نامه) را به همراه اطلاعات مورد تقاضای اعلام شده در درگاه ملی مجوزها را از طریق این درگاه به سازمان اعلام نماید.

تبصره «۲» - کلیه متقاضیان انتشار محتوا می‌بایست پیش انتشار محتوا در بستر سکوه‌های فراگیر، مراتب درخواست خود را به همراه اطلاعات مورد تقاضای اعلام شده در درگاه ملی مجوزها را از طریق این درگاه به سازمان اعلام نماید.

تبصره «۳» - رئیس سازمان موظف است ظرف سه ماه پس از ابلاغ این قانون مقررات محتوایی حاکم بر تولید و انتشار صوت و تصویر فراگیر و همچنین مقررات اجرایی صدور مجوز تولید محتوا، صدور انتشار محتوا و صدور مجوز تبلیغات بازرگانی در حیطه صوت و تصویر فراگیر را در چارچوب بند «۶» ماده واحده تعیین الزامات ساماندهی صوت و تصویر فراگیر مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی به رئیس سازمان صدا و سیما پیشنهاد و پس از تصویب در کمیسیون آنها را ابلاغ نماید.

تبصره «۴» - از تاریخ تصویب این قانون وظایف و اختیارات کارگروه (کمیته) سازمان‌های تبلیغات مقرر در ماده (۱۰) «آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب ۱۳۵۸» در حوزه صوت و تصویر فراگیر بر عهده شورای تبلیغات بازرگانی می‌باشد. تبصره «۵» - نظرات تخصصی شوراها پس از تأیید رئیس سازمان اعمال می‌شود.

ماده (۱۴) - شوراهای تخصصی موظفند پس از اخذ تمامی مدارک و اطلاعات برای درخواست صدور مجوز تولید (فیلم‌نامه و طرح) حداکثر ظرف مدت ۷۰ روز کاری، در خواست صدور مجوز انتشار حداکثر ظرف مدت ۳۰ روز کاری و برای صدور مجوز تبلیغات بازرگانی ۲۵ روز کاری پاسخ خود را مبنی بر قبول یا رد در خواست اعلام نماید و چنانچه ظرف مدت مذکور پاسخ در خواست کننده توسط شوراها اعلام نشود، در خواست به منزله موافقت در نظر گرفته شده و مجوز از طریق درگاه ملی مجوزهای کشور به‌طور خودکار صادر شده و در اختیار متقاضی قرار می‌گیرد.

تبصره «۱» - چنانچه در خواست متقاضی صدور مجوز تولید، انتشار، تبلیغات بازرگانی توسط شوراها رد شد، شوراهای تخصصی مکلفند مستندات قانونی، دلایل و پیشنهادات اصلاحی را به صورت تفصیلی و مکتوب به متقاضی اعلام نمایند.

فصل چهارم: ضوابط مربوط به رسیدگی به تخلفات و ضمانت اجرا

ماده (۱۵) - سازمان با هدف تحقق منافع عمومی در محیط تولید و انتشار صوت و تصویر، از طریق کارگروه (کمیته) رسیدگی به تخلفات که در دو سطح هئیت‌های بدوی و تجدیدنظر کارگروه (کمیته) تخلفات با ترکیب زیر تشکیل می‌گردد، نقض مقررات و دستورالعمل‌های این حوزه و تضییع حقوق دیگران توسط رسانه‌ها را بررسی و احکام انضباطی را اعمال می‌نماید.

۱. هیئت بدوی متشکل از پنج عضو زیر می‌باشد:

الف) معاون تدوین مقررات و امور حقوقی سازمان به‌عنوان رئیس هیئت

۱۲. عدم شفاف‌سازی محتوای تبلیغاتی،

۱۳. رعایت نکردن الزامات الگوهای (مدل) درآمدی،

۱۴. فقدان شفافیت در حمایت‌های مالی،

۱۵. ارائه محتوا و خدمات به کودکان بدون در نظر گرفتن الزامات خدمات نظیر نظارت (کنترل) والدین، رده‌بندی سنی و ...،

۱۶. ارائه محتوا و خدمات در رسانه‌های کاربر محور بدون در نظر گرفتن الزامات خدمات نظیر سامانه کشف ماشینی تخلفات، تشخیص نشان‌واره (لوگو) و ...

تبصره- رئیس سازمان موظف است آیین‌نامه اجرایی مربوط به عناوین تخلفات ذکر شده در این قانون را ظرف مدت ۳ ماه بعد از تصویب این قانون به رئیس سازمان صدا و سیما پیشنهاد و برای تصویب به هیئت وزیران ارائه نماید.

ماد (۱۷) - تنبیهات حوزه صوت و تصویر فراگیر به قرار زیر است:

۱. تذکر به همراه یا بدون درج در پرونده،

۲. تعیین جریمه نقدی از یک تا پنج درصد از کل درآمد سالیانه رسانه،

۳. اعمال محدودیت‌های فنی و خدماتی برای مدت یک هفته تا سه ماه،

۴. اعمال محرومیت از انتشار محتوای حرفه‌ای جدید برای مدت یک ماه تا ۶ ماه،

۵. تعلیق موقت مجوز فعالیت بین یک هفته تا سه ماه،

۶. ابطال مجوز فعالیت.

تبصره «۱» - تصمیمات و آرا قطعی کارگروه (کمیته) تخلفات قابل شکایت و رسیدگی در دیوان عدالت اداری است،

تبصره «۲» - نحوه ابلاغ تابع احکام قانون آیین دادرسی مدنی خواهد بود،

تبصره «۳» - رسیدگی به تخلفات نافی رسیدگی در مواردی که به موجب قوانین جرم تلقی می‌شود در محاکم صالح نیست،

تبصره «۴» - در موارد تعلیق یا ابطال مجوز، اجازه فعالیت در فضای مجازی به رسانه داده نمی‌شود،

تبصره «۵» - مبلغ جرائم نقدی بند «۲» این ماده براساس شاخص نرخ تورم سالیانه اعلامی از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در هر سال قابل افزایش است.

ماده (۱۸) - کلیه وجوه حاصل از احکام کارگروه (کمیته) در خصوص جریمه‌های تنبیهی، به حساب خزانه‌داری کل کشور واریز و پس از آن به نسبت زیر تخصیص می‌یابد:

۱) پنجاه درصد (۵۰٪) از این درآمدها به حساب صندوق حمایت از محتوا و خدمات بومی سازگار با فرهنگی ایرانی-اسلامی واریز می‌شود؛ این صندوق زیر نظر رئیس سازمان تشکیل شده و اساسنامه آن ظرف مدت ۳ ماه توسط رئیس سازمان تهیه و به رئیس سازمان صدا و سیما پیشنهاد و برای تصویب به هیئت وزیران ارائه شود.

تبصره- قبل از تصویب اساسنامه هیچ‌گونه فعالیتی از سوی این صندوق امکان‌پذیر نیست.

ب) بیست درصد (۲۰٪) از درآمدها پس از گردش خزانه به قوه قضائیه

بدوی،

ب) معاون صدور مجوز و امور رسانه‌های سازمان به‌عنوان نایب رئیس هیئت بدوی،

ج) یک حقوقدان مرتبط با موضوع فرهنگ و رسانه با معرفی دادستان کل کشور به مدت دو سال،

د) یک نفر نماینده از رسانه‌های دارای مجوز از سازمان به انتخاب مجمع و یا انجمن صنفی مجوز گیرندگان از سازمان با حکم رئیس سازمان به مدت دو سال،

ه) یک نفر از اساتید رسانه به انتخاب و حکم رئیس سازمان به مدت دو سال.

۱. هیئت تجدیدنظر متشکل از هفت عضو زیر می‌باشد:

الف) رئیس سازمان به‌عنوان رئیس هیئت تجدیدنظر،

ب) قائم‌مقام سازمان به‌عنوان نایب رئیس هیئت تجدیدنظر،

ج) معاون پیگیری امور فضای مجازی دادستانی به‌عنوان نماینده تام‌الاختیار دادستان،

د) یک نفر حقوقدان صاحب‌نظر با انتخاب و حکم رئیس سازمان به مدت دو سال،

ه) یک نفر از اساتید رسانه با انتخاب و حکم رئیس سازمان به مدت دو سال،

و) یک حقوقدان مرتبط با موضوع فرهنگ و رسانه با معرفی دادستان کل کشور به مدت دو سال،

ز) یک نفر نماینده از رسانه‌های دارای مجوز از سازمان به انتخاب مجمع و یا انجمن صنفی مجوز گیرندگان از سازمان. با حکم رئیس سازمان به مدت دو سال،

تبصره «۱» - عضویت اعضا حقیقی و حقوقی به صورت هم‌زمان در هیئت‌های بدوی و تجدیدنظر ممنوع می‌باشد.

ماده (۱۶) - تخلفات حوزه صوت و تصویر فراگیر به قرار زیر است:

۱. تولید و انتشار محتوای بدون مجوز از سازمان،

۲. پخش زنده بدون مجوز از سازمان،

۳. تولید و انتشار محتوا مغایر با مقررات محتوایی،

۴. نقض حقوق مالکیت فکری،

۵. محاسبه ترافیک تمام‌بها در خدمات داخلی،

۶. نقض حقوق کاربران،

۷. رفتارهای یک‌جانبه، توافقات و ادغام‌های ضد رقابتی،

۸. نقض توافقی‌نامه سطح خدمات،

تبصره- منظور از توافق سطح خدمات عبارت است از انتظار و قرارداد، بین یک خدمت‌دهنده خدمات رسانه‌ای از یک طرف و اشخاص حقیقی و یا حقوقی که به‌عنوان کاربر از این خدمات استفاده می‌کند.

۹. ارائه اطلاعات نادرست به کاربران در مورد استفاده از خدمت،

۱۰. تبلیغات گمراه‌کننده،

۱۱. تبلیغ مغایر با عرف و قوانین داخلی،



فراگیر در فضای مجازی و ارائه هر گونه بسته خدماتی و تسهیلاتی، معافیت‌ها و مجوزهای مرتبط با سایر اجزای زنجیره تولید، تأمین و انتشار رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر، توسط کلیه دستگاه‌ها و نهادهای موضوع ماده (۲۹) قانون برنامه ششم توسعه، صرفاً با رعایت مقررات و ضوابط این قانون و چارچوب‌های مصوب کمیسیون صورت می‌پذیرد.

ماده (۲۳) - پس از ۳ ماه از تاریخ تصویب این قانون، ارائه هر گونه خدمت صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی، مستلزم داشتن صلاحیت‌های عمومی و تخصصی برای فعالیت رسانه‌ای فراگیر خواهد بود که از طریق مجوزهای صادره وفق این قانون، احراز می‌گردد.

تبصره «۱» - صلاحیت‌های عمومی و تخصصی ماده فوق به تصویب کمیسیون خواهد رسید.

تبصره «۲» - مجوز فعالیت رسانه صوت و تصویر فراگیر، شناسه‌ای است که پس از بررسی صلاحیت‌های عمومی و تخصصی مندرج در درگاه ملی مجوزها برای فعالیت رسانه‌ای فراگیر از طریق این درگاه در سطوح مختلف توسط سازمان صادر می‌شود.

ماده (۲۴) - در اجرای اصل (۱۷۵) قانون اساسی، شورای نظارت بر سازمان صدا و سیما، وظیفه نظارت بر حسن اجرای این قانون را بر عهده خواهد داشت.

تبصره - وظیفه نظارتی شورای نظارت نافی صلاحیت سایر دستگاه‌های نظارتی نیست.

ماده (۲۵) - در صورت رد درخواست متقاضیان در موضوع درخواست صدور مجوز فعالیت ارائه خدمات، مجوز تولید و مجوز انتشار توسط سازمان، متقاضیان می‌توانند مراتب اعتراض خود را به صورت مکتوب به شورای نظارت اعلام نمایند و شورا موظف است ظرف ۱۵ روز از وصول اعتراض پس از بررسی موضوع و اخذ گزارش از سازمان در صورت وارد دانستن اعتراض مراتب را جهت بررسی مجدد به سازمان ابلاغ نماید.

ماده (۲۶) - گزارش عملکرد و گزارش مالی سازمان باید به صورت سالیانه تهیه و ضمن ارسالی به کمیسیون، به صورت عمومی نیز منتشر گردد.

ماده (۲۷) - تمام مقررات و دستورالعمل‌های مصوب کمیسیون باید ظرف مدت ۱ هفته پس از تصویب توسط دبیر کمیسیون در روزنامه رسمی ثبت گردند. نسخه منتشر شده در روزنامه رسمی ملاک عمل خواهد بود و در غیر این صورت لازم‌الاجرا نخواهد بود.

تبصره - مقررات و دستورالعمل‌هایی که پیش از این قانون تصویب و ابلاغ شده‌اند، ظرف مدت ۳ ماه پس از تصویب برای ثبت در روزنامه رسمی ارسالی می‌گردد.

ماده (۲۸) - کلیه اقدامات، مقررات، آراء و تصمیمات و به‌ویژه

اختصاص یافته تا صرف جبران خسارت از زیان دیده‌گان صوت و تصویر فراگیر و امور قضایی مربوط شود.

ج) بیست درصد (۲۰٪) از درآمدها پس از گردش به سازمان اختصاص یافته تا در راستای توانمندسازی رسانه‌های دارای مجوز، توسعه فناوری‌های نظارتی و راه‌اندازی خط تماس اضطراری (هات‌لاین) به منظور گزارش جرائم و تخلفات محتوایی علیه کودک و نوجوان و ارائه خدمات مشاوره‌ای در فضای مجازی صرف شود.

د) ۱۰ درصد (۱۰٪) از درآمدها به‌عنوان درآمد دولتی منظور شده و در حساب خزانة داری کل کشور تجمیع شده و با نظر دولت و از طریق مرکز ملی فضای مجازی به منظور تحقق لایه محتوایی شبکه ملی اطلاعات هزینه شود.

تبصره - ابطال مجوز فعالیت صرفاً در مورد ترک فعل ناشی از عدم تمکین به احکام هیئت بدوی است و در صورت وجود عناصر تکرار تخلف، وجود سوءنیت در ارتکاب تخلف، گستردگی آثار مخرب تخلف، اثرگذاری بر نظم و اخلاق عمومی جامعه و عدم حذف به‌موقع تخلف در مهلت مقرر، مجوز فعالیت به پیشنهاد کارگروه (کمیته) تخلفات و با طی تشریفات رسیدگی توسط دادگاه ابطال خواهد شد.

ماده (۱۹) - آیین‌نامه تشکیل و اداره کارگروه (کمیته) تخلفات، ظرف مدت ۳ ماه بعد از تصویب این قانون توسط سازمان و با همکاری دادستان کل کشور تهیه شده و برای تصویب به هیئت وزیران ارائه شود.

ماده (۲۰) - چنانچه رسانه مقررات ابلاغی سازمان برای پیشگیری از تخلفات را به کار نگیرد، در صورت بروز یا کشف تخلف، صرف نظر از میزان مسئولیت کاربر، رسانه نیز در قبال تخلف مسئول است.

تبصره - در این صورت، مسئولیت رسانه باعث سلب مسئولیت عامل تخلف نمی‌شود.

فصل پنجم: امور مالی

ماده (۲۱) - درآمد و منابع اعتبارات سازمان عبارتند از:

الف) وجوهی که از محل اعتبارات عمومی زیر ردیف بودجه سازمان صدا و سیما در لایحه بودجه سالیانه کشور پیش‌بینی و تأمین می‌شود،
ب) درآمدهای حاصل از اعطای مجوزهای مربوطه به رسانه‌ها و فعالان کسب و کارهای مرتبط با حوزه صوت و تصویر فراگیر،
ج) درآمد حاصله از محل سهم سازمان از جریمه تخلفات موضوع بند «ج» ماده (۱۸) این قانون،

د) وجوهی که به موجب سایر قوانین و مقررات به سازمان تعلق گیرد.
تبصره - کلیه درآمدهای فوق می‌بایست به حساب‌های مربوطه در خزانة کل کشور به‌عنوان درآمدهای اختصاصی سازمان واریز گردد و صرف مأموریت‌های محوله در این قانون گردند.

فصل ششم: سایر امور

ماده (۲۲) - ایجاد، راه‌اندازی و ارائه خدمات صوت و تصویر

بدوی و تجدیدنظر موضوع این قانون با حضور اکثریت مطلق
اعضا رسمیت یافته و مصوبات آن با رأی اکثریت نسبی معتبر
خواهد بود.
ماده (۳۰) - کلیه قوانین، مقررات و مصوبات مغایر این قانون از
تاریخ تصویب ملغی می‌گردد.

مجوزهای صادر شده توسط سازمان و کمیسیون پیش از
تصویب این قانون می‌بایست ظرف مدت ۱۰ ماه از تصویب این
قانون به تصویب کمیسیون رسیده و تا زمان تصویب مجدد
کمیسیون معتبر خواهد بود.
ماده (۲۹) - کلیه جلسات کمیسیون و شوراها و هیئت‌های

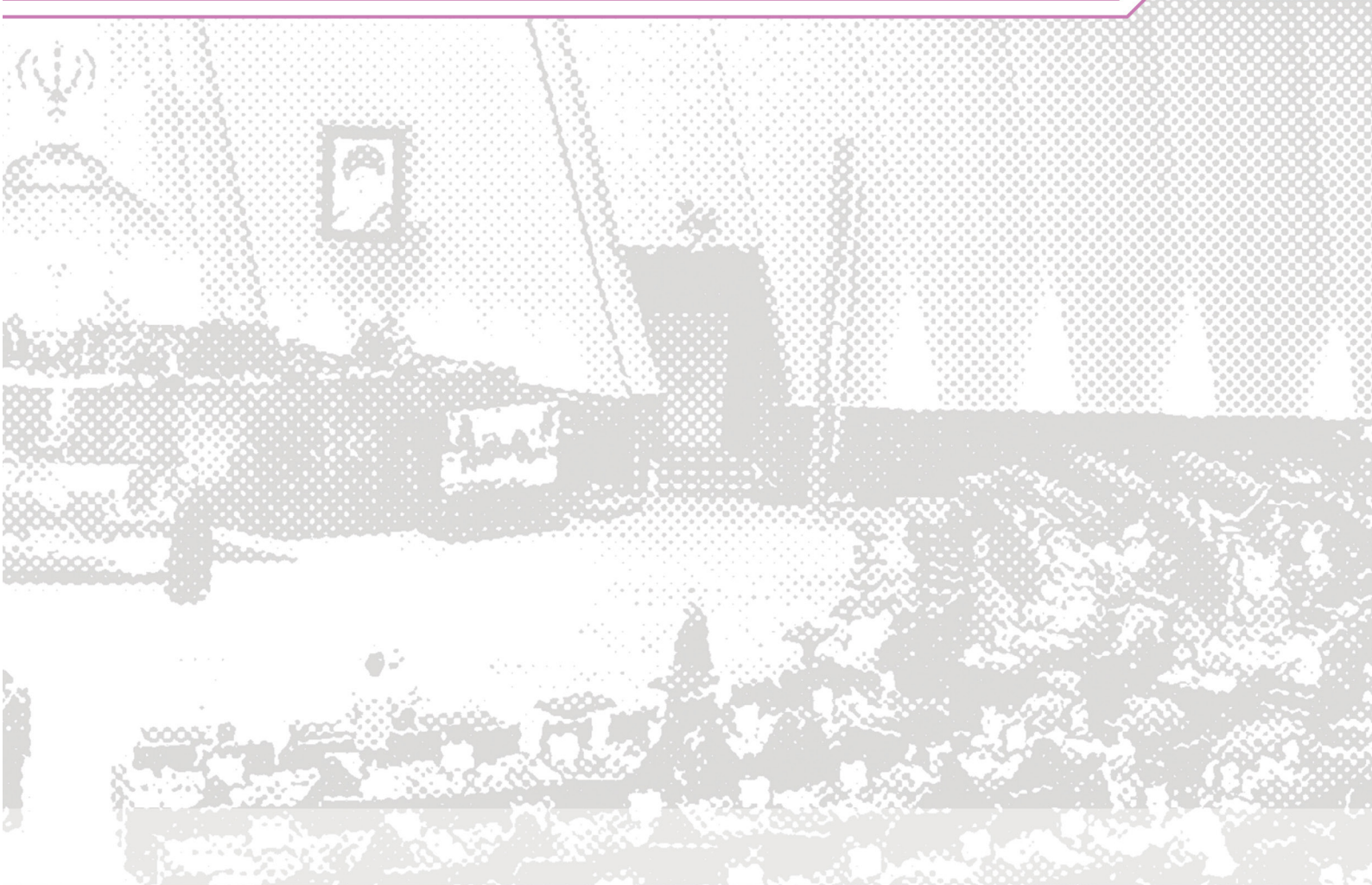
منابع و مآخذ



۱. بند «۲» ابلاغیه‌ای مقام معظم رهبری مورخ ۹۴/۶/۲۲ خطاب به جمهور به‌عنوان رئیس شورای عالی فضای.
۲. شورای نگهبان قانون اساسی (۱۳۷۹)؛ نظریه تفسیری شورای نگهبان اصول یکصد و هفتاد و پنجم و چهل و چهارم قانون اساسی، ماده (۱۸) آیین‌نامه داخلی (شورای نگهبان) در جلسه مورخ ۱۳۷۹/۷/۶.
۳. قانون اساسی در باب وظایف صدا و سیما، مصوب ۱۳۶۲/۷/۲۷.
۴. قانون اساسی، اصل یکصد و هفتاد و پنجم.
۵. امامیان، سید محمد صادق؛ (۱۴۰۱)، تنظیمانه؛ «یادداشت‌هایی در تنظیم‌گری رسانه»، تهران، ناشر امامیان.
۶. حسنی، سیدمرتضی؛ (۱۴۰۱)؛ «بررسی انواع روابط تنظیم‌گران بخشی و تنظیم‌گران رقابت»، ماهنامه «پیوست» <https://pvst.ir/cgi>
۷. اندیشکده مطالعات حاکمیت و سیاستگذاری دانشگاه صنعتی شریف، (۱۴۰۰)؛ «درآمدی بر دولت تنظیم‌گر»، تهران، مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری.
۸. مرکز پایش تجارت الکترونیکی ایران (۱۳۹۸)، گزارش «بازار سکوه‌های ویدیوئی بر خط»، گزارش «پانوراما»، <https://ecmonitor.ir>
۹. آقامحمدی، اکرم؛ محسنیان، سیدعلی (۱۴۰۱)؛ «باز طراحی جایگاه نهاد تنظیم‌گر تبلیغات بازرگانی در ایران»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۱۰. اسماعیلیان، ملیحه، و ناظمی، امیر. (۱۳۹۷). «ارائه‌الگوی برای نهاد تنظیم‌گر رسانه‌های نوین صوتی تصویری بر پایه روش تصمیم‌گیری پابرجا». مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی (مطالعات راهبردی جهانی شدن)، ۸(۲۶)، ۱۱۹-۱۳۶. <https://sid.ir/paper/fa/229991/SID>
11. Ayers, I., and Braithwaite, J., (1992), *Responsive Regulation: Transcending the Deregulation Debate*, Oxford University Press, Oxford, England
12. D. Felini, "Beyond today's video game rating systems: a critical approach to PEGI and ESRB, and proposed improvements," *Games and Culture*, vol. 10, no. 1
13. Gunningham, N. and rees, J. (1997) *industry self-regulation: an institutional perspective*, *Law & Policy* 19:4
14. Kay, John A. and Vickers, John S. (1990), 'Regulatory Reform: An Appraisal', in Majone, Giandomenico (ed.), *Deregulation or Re-regulation*, London, Pinter Publishers, 223-251.
15. Latzer, M., Just, N., & Saurwein, F. (2013). Self-and co-regulation: evidence, legitimacy and governance choice. In *Routledge handbook of media law* (pp. 379-403). Routledge.
16. Latzer, M., Just, N., Saurwein, F., & Slominski, P. (2002). Selbst-und Ko-Regulierung im Mediamatiksektor. *Alternative Regulierungsformen zwischenzug Staat und Markt*. Wiesbaden: Westdeutscher. Tony Prosser, "Regulation and Social Solidarity," *Journal of Law and Society* ۳۳,
17. Marsden, C. (2010) *Net Neutrality: Towards a Co-Regulatory Solution*, London, Bloomsbury Academic
18. McIntyre, T.J. (2018), *Internet Censorship in the United Kingdom: National Schemes and European Norms*, in Edwards (ed), *Law, Policy and the Internet* (forthcoming Hart Publishing, 2018), https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3182549
19. McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: SAGE.



20. Ogus, A. (1994), Regulation: Legal Form and Economic Theory, Oxford
21. Peix, A. (2020), KJM approves new Internet age verification method, Institute of European Media Law, published in IRIS Legal Observations of the European Audiovisual Observatory.
22. Prosser, T. (2008) Self-regulation, co-regulation and the Audio-Visual Media Services Directive, Journal of Consumer Policy 31, pp. 99–113
23. obert, B, Martin, C, Martin, L. (2013). Understanding Regulation: Theory, Strategy, and Practice, Oxford University Press; 2nd edition (January 13, 2013)
24. Vogel, D. (1981). The “new” social regulation in historical and comparative perspective. In T. K. McCraw (Ed.), Regulation in perspective (pp. 431-448). Cambridge, MA: Harvard University Press.
25. Weinand, J. (2108) Implementing the EU Audiovisual Media Services Directive, Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, Germany 2018.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ (۴ خط) صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir