

عنوان مقاله:

پساتلویزیون در ایران: ارزیابی اقدامات صداوسیما در قبال همگرایی رسانه ای

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، دوره 3، شماره 10 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 46

نویسنده:

سید جمال الدین اکبر زاده جهرمی - استادیار گروه ارتباطات دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

پساتلویزیون که با تحقق همگرایی رسانه ای و گذار از شکل سنتی تلویزیون آغاز می شود، نه به معنای مرگ تلویزیون بلکه تجدید ساختار در شیوه های تولید، توزیع و مصرف محتوای تلویزیونی است. همگرایی رسانه ای که به مثابه تحولی ساختاری سازمان های پخش تلویزیونی را به چالش کشیده است، سازمان صداوسیما را بواسطه موقعیت انحصاری اش با وضعیت خطیرتری روبرو کرده است. این مقاله درصدد بررسی واکنش های صداوسیما به همگرایی رسانه ای و ارزیابی این واکنش هاست و برای این منظور از روش کیفی مصاحبه عمیق و سند پژوهی بهره می برد. در مجموع با 17 نفر از کارشناسان و سیاست گذاران حوزه تلویزیون مصاحبه گردید. یافته های تحقیق حاکی از این است که صداوسیما با درک مخاطرات و فرصت های فضای جدید، اقدامات زیادی را در دستور کار قرار داده است؛ راه اندازی پخش زمینی دیجیتال، افزایش شبکه های تلویزیونی ((اچ. دی)) کردن بعضی از شبکه ها، بهره گیری از تکنولوژی ماهواره و توزیع سیگنال تلویزیونی در سطح ملی و قرار دادن شبکه های ملی و استانی بر روی ماهواره برای دسترسی به مخاطبان بیشتر در سطح ملی و نیز و راه اندازی شبکه های ماهواره ای تلویزیونی در سطح منطقه ای و جهانی، بخشی از این اقدامات است. سیاست ها و اقدامات صداوسیما با نقدهایی جدی نیز روبرو است از جمله این که در توسعه شبکه ها و خدمات رویکردی تکنولوژیک غلبه دارد؛ بواسطه فقدان سازوکارهای بازار و انحصار صداوسیما، اقدامات انجام شده مبتنی بر برنامه ریزی متمرکزی است که هزینه های زیاد و کارایی کم را به همراه دارد و این که در بسط همگرایی و پیامدهای آن رویکردی اغلب امنیتی و سیاسی مشهود است.

کلمات کلیدی:

تلویزیون، پساتلویزیون، همگرایی رسانه ای، صداوسیما

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/707061>

