

برخورد با مصادیق غیرقانونی تبلیغات در نمایش خانگی



شناسه خبر: ۱۴۱۱۲۶ پنجشنبه ۳۰ فروردین ۱۴۰۳ - ۱۲:۲۳

معاون تنظیم بازار و توسعه کسب و کار ساترا در خصوص شیوه‌های تبلیغات حوزه نمایش خانگی و انتقاد کاربران به رفتار برخی پلتفرم‌ها در پخش تبلیغ‌های چند ثانیه‌ای در حین پخش سریال‌ها و برنامه‌ها توضیحاتی داد.

به گزارش خبرنگار فرهنگی موج خبر، اخیراً برخی کاربران شبکه نمایش خانگی با انتقاد از رفتار برخی پلتفرم‌ها و سکوه‌های نمایش در vodها به خاطر پخش یک تبلیغ چند ثانیه‌ای در حین پخش سریال‌ها و برنامه‌های خانگی و اینترنتی انتقاداتی را از پلتفرم‌ها و ساترا به عنوان نهاد ناظر این حوزه مطرح کردند.

چرا که امروز بعضاً دیده می‌شود حجم آگهی‌های تبلیغاتی برخی پلتفرم‌های ایرانی تولیدکننده فیلم و سریال بالاتر رفته است. حتی حامیان مالی در بیلبوردهای نمایش داده شده از شخصیت‌های سریال‌ها و برنامه‌ها برای تبلیغات بهره

می‌برند و به نوعی استفاده ایزاری می‌کنند. در کنار این در هفته‌های اخیر پلتفرم‌ها از تبلیغات در ابتدای محصولات نمایشی که آن هم مورد انتقاد تماشاگران بود به اضافه کردن آگهی میان برنامه روی آوردند.

این انتقادات موج خبر را بر آن داشت که موضوع را از سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی یا همان ساترا پیگیری کند.

این پیگیری‌ها به اینجا رسید که نهاد تنظیم‌گر این حوزه دغدغه کافی برای رعایت حقوق کاربران دارد و حتی درگاه پرداخت یکی از سکوها شبکه نمایش خانگی مدتی قبل موقتاً به دلیل عدم رعایت آیین‌نامه تبلیغات نمایش خانگی با پیگیری ساترا از مرکز تجارت الکترونیک وزارت صمت مسدود شده است.

محمدحسن خلعتبری معاون تنظیم بازار و توسعه کسب و کار ساترا در خصوص شیوه‌های تبلیغات حوزه نمایش خانگی به خبرنگار موج خبر گفت: تبلیغات بخش جدایی ناپذیر از بازار صوت و تصویر فراگیر است. استفاده از مدل درآمدی مبتنی بر تبلیغات در تمامی جهان مرسوم است و رویکردهای استفاده از این مدل به فراخور مدل کسب و کار رسانه متفاوت است.

وی افزود: رویکردهای متفاوت رسانه‌های نمایش خانگی در حوزه تبلیغات برای ایجاد مزیت رقابتی برای رسانه پیش‌بینی شده‌اند و هر رسانه در تلاش است تا ضریب نفوذ بالاتری در میان کاربران داشته باشد.

خلعتبری با اشاره به اینکه در ایران نیز از حوزه تبلیغات به عنوان یکی از اصلی‌ترین مدل‌های درآمدی استفاده می‌شود، خاطر نشان کرد: در زمان تنظیم دستورالعمل ارتباطات تجاری ساترا تلاش شد علاوه بر حفظ حقوق کاربران در زمان استفاده از سرویس‌ها، به کسب و کار رسانه‌ها نیز توجه شود. بدین منظور منعی برای تبلیغات در رسانه‌های اشتراک محور دیده نشد. این روال در رسانه‌های دنیا نیز مرسوم بوده برخی رسانه‌ها علی‌رغم دریافت اشتراک از کاربر، به کاربر تبلیغ نشان می‌دهند. آنچه که در دستورالعمل ارتباطات تجاری ساترا منع شده است تبلیغات در سرویس‌های پرمیوم بوده که برای آن سرویس‌ها نیز تعریف در نظر گرفته شده است. سرویس‌های پرمیوم اشتراک محورند اما همه سرویس‌های اشتراک محور سرویس پرمیوم ارائه نمی‌کنند.

معاون تنظیم بازار و توسعه کسب و کار ساترا افزود: هرچند حسب احترام به حقوق کاربران در همان دستورالعمل محدودیتی برای تعداد نمایش تبلیغ، مدت زمان نمایش تبلیغ و قابلیت رد کردن تبلیغ قید شده است، اما متأسفانه در تعداد بسیار محدودی از سکوها (پلتفرم‌ها) این دستورالعمل رعایت نمی‌شود که به خاطر احترام به رعایت حقوق کاربران

تمامی موارد یاد شده در کمیته تخلفات ساترا پیگیری خواهد شد و حتی این تخلفات در مواردی منجر به قطع درگاه پرداخت برخی رسانه‌های نمایش‌خانگی نیز شده بود که با تمکین رسانه‌های یاد شده از قانون و رفع تخلف، این مورد نیز مرتفع شد. لذا از کاربران محترم نیز تقاضا می‌شود موانع نقض حقوق کاربران را به سامانه ساپرا گزارش کنند.

وی تأکید کرد: علاوه بر تعدد نمایش تبلیغ متأسفانه شاهد چالش‌های جدی‌تری در حوزه تبلیغات در سکوهای صوت و تصویر فراگیر هستیم که یکی از آنها عدم توجه به رده سنی کاربر است. قربانی اصلی این بی‌توجهی نیز کودکان و نوجوانانند که تبلیغاتی برای آنها به نمایش گذاشته می‌شود که تناسبی با سن آنها ندارد. در سامانه ساپرا نیز کاربران شکایت‌های متعددی نیز در این خصوص دارند. تبلیغات گمراه‌کننده از مصداق‌های دیگر چالش در حوزه تبلیغات است.

خلع‌تبری در خاتمه افزود: ساترا به عنوان نهاد تنظیم‌گر تبلیغات در شبکه نمایش‌خانگی نظارت مستمر بر پخش تبلیغات سکوهای صوت و تصویر فراگیر داشته و در تلاش است ضمن به حداقل رساندن چالش‌های تبلیغات، به بالندگی این فضای به شدت پویا کمک کند.

انتهای پیام/

انتهای پیام/