خبر

دریافت ۵۰۶ طرح و تاییده‌ها طرح فیلمنامه

اکرم صادقی، سرپرست تولید، تامین و بررسی دفتر فیلمنامه رسانه ملی گفت: دفتر اداره کل فیلمنامه یکی از ضروریات تولید محتوا در رسانه ملی است که ذیل سند تحول سازمان در افق ۱۴۰۵ و با دستور ریاست سازمان صداوسیما تاسیس شد.

وی افزود: مدیریت تولید، تامین و بررسی فیلمنامه اصلی‌ترین بخش فعالیت دفتر فیلمنامه رسانه ملی است که ماموریت‌های ارزیابی و بررسی متون، مشاوره و نظارت، تامین متون نمایشی و نگارش متون نمایشی را به عهده دارد. سفارش نگارش طرح‌ها و فیلمنامه‌ها بر اساس محورهای ۱۲گانه سند تحول و در راستای تحقق اهداف انقلاب اسلامی در حوزه فرهنگ را به عنوان مبنای کار قرار داده‌ایم.

صادقی خاطرنشان کرد: در بخش تامین، در دفتر فیلمنامه رسانه ملی طبق فرآیندی مشخص، فیلمنامه‌های نگارش‌شده را از همه موسسات حقوقی و اشخاص حقیقی دریافت می‌کنیم و فیلمنامه‌ها بعد از کارشناسی دقیق و منطبق با معیارها و دستورالعمل‌های دفتر فیلمنامه رسانه ملی مطالعه و کارشناسی شده و متن‌هایی که استانداردهای مدنظر را داشته باشند خریداری می‌شوند.

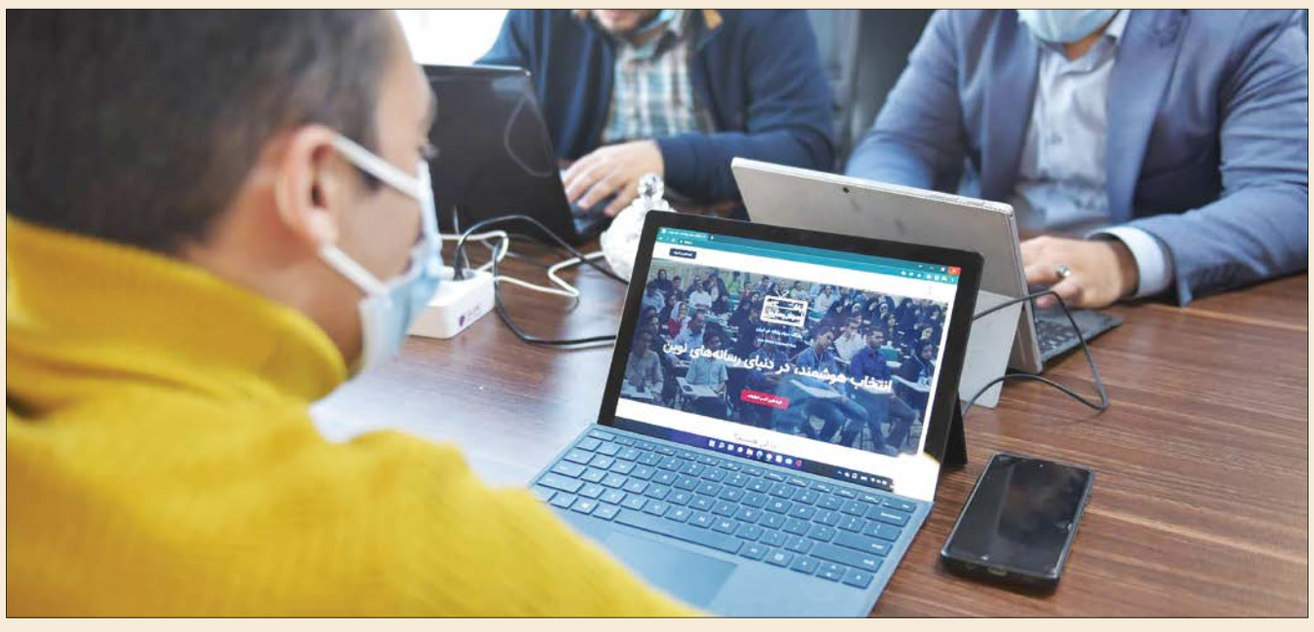
صادقی اشاره کرد: از زمان شروع به کار دفتر فیلمنامه رسانه ملی تاکنون ۵۰۶ طرح به دفتر ارسال شده که از این تعداد ده‌ها طرح تایید شده است.

سال‌هاست بنگاه خبرپراکنی بی‌بی‌سی بر جنگ روانی با ایران متمرکز شده است. این تمرکز همه‌جانبه در ماه‌های اخیر شدت گرفت و به یک نبرد تمام عیار تبدیل شد. در این مدت چالش رسانه مستقل بیشتر از قبل مطرح شد. رسانه‌هایی که تا قبل از آن، استقلال رسانه‌ای ایران را زیر سؤال برده بودند، حالا خود به تناقضی در آزادی بیان و فعالیت حرفه‌ای تبدیل شدند. رسانه‌هایی مثل بی‌بی‌سی همواره خود را معیار رسانه حرفه‌ای معرفی می‌کند و دائما هویت رسانه‌ای ایران را زیر سؤال می‌برد. به نظر می‌رسد دشمن همیشگی ایران حالا جبهه رسانه‌ای را برای ادامه نبرد انتخاب کرده و به کلی تاکتیک خود را تغییر داده است. درواقع دشمن در جنگ ترکیبی با به‌کارگیری ابزارهای هم‌عرض و مختلف (فضای مجازی، اقتصاد، دیپلماسی و ...) در یک زمان با فرماندهی واحد، می‌خواهد نظامی را که با یک جنگ بسیط و یک‌سویه شکست نمی‌خورد در این جنگ شکست دهد. جنگ‌های ترکیبی از معمول‌ترین و پیچیده‌ترین انواع منازعات در عرصه بین‌المللی هستند که این روزها به کارگرفته می‌شود. در این میان دشمن از رسانه‌هایی که دراختیار دارد، بهره برده تا بتواند بخشی از اهدافش را پیاده کند اما نکته قابل تامل این است که با وجود ادعای بسیاری که در حوزه آزادی بیان دارد، عکس آن را عمل می‌کند و به یک پارادوکس تبدیل می‌شود. درست مثل دستورالعمل تازه بی‌بی‌سی برای کارکنان و خبرنگارانش که هر کدام براساس فعالیت‌های اخیر این رسانه، خبر از محدودیت‌های فردی می‌دهد.

گزارش

«جام جم» از رویکرد نهاد تنظیم‌گر برای کمک به شرکت‌های فعال در صنعت رسانه گزارش می‌دهد

حمایت‌های جدید ساترا برای کسب‌وکارهای نوپا



سپیده اشرفی
گروه رسانه

سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت‌وتصویر فراگیر در فضای مجازی تاکنون تلاش کرده تا چتر حمایتی خود را در حوزه رسانه گسترش دهد. از ارائه محصولات رایگان برای پلتفرم‌ها گرفته تا کوتاه شدن زمان صدور مجوز. همه اینها به‌منظور سادگی ارتباط فعالان صنعت رسانه با این نهاد است. بر همین اساس به نظر می‌رسد گام بلندی در حوزه حمایتگری ساترا شکل گرفته است. ساترا در راستای حمایت‌هایی که از صنعت رسانه دارد، طی فراخوانی که اعلام کرده قصد دارد حمایت مؤثری از کسب‌وکارهای نوپا ارائه کند؛ خدماتی که بر اساس بازطراحی مرکز خدمات رشد و توسعه زیست‌بوم رسانه‌های ایران در ایستگاه نوآوری شریف اتفاق می‌افتد. معاونت تنظیم بازار و توسعه کسب‌وکار ساترا در این ارتباط گفته که قرار است از طریق بازطراحی مرکز نوآوری آومیک (مرکز خدمات رشد و توسعه زیست‌بوم رسانه‌های ایران) برای کمک به حل مؤثر مشکلات و معضلات مبتنی بر نیاز رسانه‌ها و مجموعه‌های تولیدکننده محتوا از طریق حمایت از کسب وکارهای نوپا اقدام کند. مرکز آومیک به مثابه یک پلتفرم برای پاسخگویی به نیازهای بازیگران این صنعت است و به اشخاص حقیقی و حقوقی که به ورود در عرصه رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر و تولید محتوا در فضای مجازی تمایل دارند و شرکت‌های فعال، بالغ و استارت‌آپ‌هایی که در مسیر توسعه خود و خدمات‌شان دچار مسأله و مشکل شده باشد، خدماتی را ارائه خواهد کرد. به‌همین‌منظور شرکت‌های فعال برای دریافت خدمات درنظر گرفته شده در حوزه‌های ارائه خدمات محتوا و سرویس آفلاین، خدمات نظارت هوشمند، مشاوره و آموزش‌های کاربردی و پژوهشی، تسهیلات راه‌اندازی سرویس، رصد بازار، تحلیل داده و تولید گزارش‌های تخصصی و همچنین شبکه گسترده ممیزان مردمی می‌توانند به سایت مرکز آومیک مراجعه کنند. به بهانه بررسی جزئیات این حمایت‌ها با محمدحسن خلعتبری، معاون تنظیم بازار و توسعه کسب و کار ساترا گفت‌وگو کردیم.

وی درخصوص فراخوان تازه ساترا به جام‌جم می‌گوید: ساترا به‌عنوان تنظیم‌گر صنعت رسانه، سیاست‌های مختلفی دارد که بخشی از آن سیاست‌های سلبی است و به ممیزی و مجوزها برمی‌گردد. برخی دیگر از این سیاست‌ها، ایجابی است که جنس آن حمایت از صنعت است. الان نزدیک به ۳۷۰ـ۳۶۰ رسانه داریم که تحت مجوز ساترا فعالیت می‌کنند. برای این‌که همیشه سیاست‌های‌مان حالت سلبی نداشته باشد از حدود دو سال قبل مرکز نوآوری تأسیس کردیم که بتوانیم در آن به بخش‌های مختلفی بپردازیم که در صنعت رسانه وجود دارد و خلأهای موجود را تا حدی پر کنیم تا به توسعه زیست‌بوم رسانه در کشور کمک کنیم. بر این اساس کوشیدیم مراکز علمی را به فعالان صنعت نزدیک کنیم. با توجه به این‌که در دنیایی هستیم که فناوری اصالت دارد، سیاست‌های کلی که مقام معظم رهبری تنظیم کرده، توجه به صنعت دانش بنیان است و سیاست‌هایی که دکتر جبلی و مهندس مقیسه داشتند هم در همین جهت بوده، یک بازنگری در مرکز آومیک اتفاق افتاده است.

حوزه‌های جدید خدمت‌رسانی

خلعتبری ادامه می‌دهد: پیش از این صرفا برای توسعه زیست بوم فعالیت می‌کردیم. یعنی شش شتاب‌دهنده در آومیک فعال شده بود که حدود ۶۰ استارت‌آپ را که مرتبط با حوزه رسانه بود، توسعه می‌دادند. الان یک بازنگری انجام شده که در قالب فراخوان جدید ساتراست. طبق این فراخوان مرکز یاد شده قرار است به یک مرکز خدمت به فعالان رسانه و مجوزگیرندگان ساترا تبدیل شود. حوزه‌های مشخصی برای ارائه خدمت وجود دارد. از جمله این خدمات می‌توان به مشاوره کسب و کار و سرمایه‌گذاری اشاره کرد که قرار است در این مرکز شکل بگیرد.

این خدمات یک مسأله جدید است. در قالب خدمات جدید، شاهد استقرار مجموعه‌هایی خواهیم بود که امکان خدمات رسانی به فعالان صنعت را دارند. در عین حال، فعالانی که در نظام رتبه‌بندی ما بیشترین امتیازات را دارند از حمایت بیشتری برخوردار خواهند بود. برخی هم به‌صورت عمومی ممکن است نیاز به خدماتی برای راه‌اندازی یک پلتفرم داشته باشند که می‌توانند به مرکز مراجعه کنند تا خدمات مشاوره بگیرند.

رویکرد

تلاش برای برداشتن موانع از سر راه رسانه

معاون تنظیم بازار و توسعه کسب وکار ساترا عنوان می‌کند: بازه این خدمات متفاوت است؛ از وصل کردن سرمایه‌گذاران به مجموعه خدمت‌گیرنده تا مدل‌های دیگر. یکی از حوزه‌های خدمات ارائه مشاوره است که بر اساس آن، یک مرکز مشاوره در آومیک راه‌اندازی می‌شود تا این خدمات را ارائه کند. یکی دیگر از حوزه‌ها، خدمات سرویس است. به عنوان مثال، ممکن است یک مجموعه بخواهد یک VOD یا UGC بزند که در این صورت خدمات سرویس به آنها ارائه می‌شود. تقریبا چهار حوزه خدمتی دیگر هم در فراخوان ذکر شده که علاقه‌مندان می‌توانند به آن مراجعه کنند. برای ما مهم است که فعالان صنعت در این فراخوان شرکت کرده و آنهایی که امکان ارائه سرویس دارند، وارد شوند. طبیعی است که متناسب با نیازهای صنعت، قراردادهای دیگر هم خواهیم داشت و برخی از آنها برون‌سپاری خواهد شد. تلاش ما این است که موانع موجود را از سر راه رسانه‌ها برداریم.

وی ادامه می‌دهد: مراکز نوآوری که همه دستگاه‌ها ایجاد می‌کنند بر اساس فلسفه ارتباط میان علم و صنعت شکل می‌گیرند تا هزینه‌های موجود در صنعت که به‌واسطه روش‌های سنتی ایجاد می‌شود، اصلاح شده و بهره‌وری صنایع بالا رود. صنعت رسانه هم از این قائده مستثنا نیست. فلسفه مرکز آومیک هم همین است و این اتفاق در نمودار بلوغ آومیک افتاده است اما اتفاق دیگری قرار است در این فراخوان بیفتد تا طبق یک کارکرد جدید به فعالان این صنعت در شش حوزه خدمات‌رسانی شود.