

رستا، فرصتی برای تازه وارد های رسانه



دنبال آن هستند که بدانند مصرف رسانه‌ای کدام پلتفرم اقتصادی‌تر است، کدام پلتفرم محتوای بهتر و خدمت مناسب‌تری ارائه می‌دهد، پلتفرم‌ها چقدر به رعایت حریم شخصی کاربران احترام می‌گذارند. علاقه‌مندان می‌توانند پاسخ این سوالات را در نمایشگاه رستا پیدا کنند. همکاران من در غرفه معاونت تنظیم بازار و توسعه کسب و کار و مرکز نوآوری صنعت رسانه (آومیک) آماده پاسخ به این سؤالات هستند. در مجموع به نظرم محل مناسبی که این نیازها را برطرف کند، برای همه لازم است. خلأ نمایشگاهی با این مختصات که عرض کردم در صنعت رسانه ملموس است و این صنعت، کشش این را دارد که هر سال نمایشگاه رستا را بهتر و باشکوه‌تر از سال قبل برگزار کند.

اقتصادی است. این معاونت ضمن ارائه نقشه بازار صنعت رسانه به ارائه مشاوره‌های تخصصی در حوزه اقتصادی می‌پردازد. برای مثال اگر شما به عنوان یک شهروند عادی به دنبال آغاز یک کسب و کار در حوزه پلتفرم‌ها و در صنعت رسانه هستید یا می‌خواهید با مجموعه‌ای که از وضع موجود بازار و صنعت رسانه شناخت دارد مشورت کنید، حتماً به غرفه معاونت تنظیم بازار سر بزنید. اگر یک فعال صنعت رسانه هستید و به دنبال بهره‌مندی از حمایت‌های ساترا هستید یا این‌که از سوددهی کسب و کارتان رضایت ندارید، می‌توانید به غرفه معاونت تنظیم بازار مراجعه کنید و علت را جویا شوید.

وی ادامه می‌دهد: تازه وارد های صنعت رسانه همواره به دنبال این هستند که مکانی برای معرفی خدمات یا محصول‌شان به مردم و مسئولان داشته باشند. نمایشگاه رستا فرصت خوبی برای این امر است. بازیگرهای بالغ‌تر که به حاشیه سود رسیده‌اند به دنبال آن هستند که ظرفیت‌های کل صنعت رسانه را شناسایی و به منظور بهره‌مندی از سود بالاتر از آن استفاده کنند. نمایشگاه رستا محل مناسبی برای این امر است. مردم به

معاونت تنظیم بازار و توسعه کسب و کار ساترا، همیشه تلاش کرده تا با نیازسنجی از فعالان حوزه رسانه، برای آنها فضای حمایتی ایجاد کند. چه در زمانی که مرکز آومیک برای ارائه خدمات مشاوره به کسب و کارها راه افتاد و چه حالا که نمایشگاه رستا فرصتی را ایجاد کرده تا ساترا بیشتر از قبل ارتباط دو جانبه با فعالان رسانه داشته باشد. محمدحسن خلعتبری، معاون تنظیم بازار و توسعه کسب و کار ساترا در این رابطه معتقد است نمایشگاه فوق فرصتی برای تازه وارد های حوزه رسانه است تا بهتر و بیشتر از قبل دیده شوند.

محمدحسن خلعتبری، معاون تنظیم بازار و توسعه کسب و کار ساترا در خصوص برنامه‌های معاونت تنظیم بازار و توسعه کسب و کار ساترا در نمایشگاه به جام جم می‌گوید: معاونت تنظیم بازار و توسعه کسب و کار در نمایشگاه رستا به دنبال نیازسنجی فعالان صنعت به منظور طراحی حمایت‌های مؤثر برای آنها، معرفی تسهیلات و حمایت‌های ساترا از فعالان محترم صنعت، هم‌اندیشی با فعالان صنعت رسانه در خصوص دستورالعمل‌های تنظیم‌گرانه در لایه

ب

مدیر دفتر مطالعات ساترا در گفت‌وگو با «جام جم» بیان کرد

رستا؛ فرصتی برای همه

یکی از اتفاقات خوبی که معمولاً در جشنواره‌ها رخ می‌دهد، برگزاری نشست‌های تخصصی است. مسئولان جشنواره رستا با شناخت این موضوع کارگاه‌های آموزشی را برپا کردند تا شرکت‌کنندگان در این جشنواره در صورت نیاز به مباحث در این کارگاه‌ها شرکت کنند. آراین ابراهیمی نژاد، مدیر دفتر مطالعات ساترا و دبیر نشست‌هایی است که در این نمایشگاه برگزار می‌شود. او در گفت‌وگو با «جام جم» به نکات مهمی در این باره اشاره کرد.

مردم برگزار می‌شود. وی درباره محورهای اصلی این کارگاه‌ها و نشست‌ها هم توضیح می‌دهد: در این نشست‌ها تلاش می‌شود به ابعاد مختلف تنظیم‌گری حوزه صوت و تصویر از جمله ابعاد حقوقی، اقتصادی و اجتماعی پرداخته شود. به عنوان نمونه برگزاری نشست‌های تخصصی در موضوعاتی چون حقوق کودکان در فضای مجازی، مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها و ... در دستور کار قرار دارد. از سوی دیگر، بخش دوم نشست‌های تخصصی نمایشگاه به گفت‌وگوهای تخصصی با فعالان صنعت صوت و تصویر فراگیر اختصاص دارد که در خلال آنها مسائلی همچون خودتنظیم‌گری، ارزیابی، رتبه‌بندی و ... به گفت‌وگو گذاشته می‌شود. بخش سوم نشست‌ها نیز به نشست شتاب‌دهنده‌های مستقر در مرکز نوآوری صوت و تصویر (آومیک) اختصاص یافته که هر کدام از شتاب‌دهنده‌های مستقر، نشست‌های تخصصی متناسب با حوزه کاری خود برگزار می‌کنند. ابراهیمی نژاد درباره این‌که آیا می‌توانید در این زمینه مثال بزنید، بیان می‌کند: مثلاً بخشی از این شتاب‌دهنده‌ها به مسائل و چالش‌های حوزه تولید محتوا می‌پردازد، یعنی به حوزه‌های فناوری و حوزه پژوهشی. علاوه بر نشست‌های تخصصی، در این نمایشگاه واحدهای ساترا برای شرکت‌کنندگان و فعالان صنعت، کارگاه برگزار خواهند کرد.

