نقدی بر راهبردهای ملی توسعه پیام رسان های بومی در ایران



علی محمد رجبی

کارشناس ارشد فناوری اطلاعات – مدیر وب سایت خانواده و اینترنت

معرفی

علی محمد رجبی

کارشناس ارشد فناوری اطلاعات

دبیرکارگروه رسانه های نوین و فضای مجازی انجمن سواد رسانه ای ایران

مدیر وب سایت خانواده و اینترنت

فعالیت ها:

۱- چهار سال فعالیت در حوزه سواد فضای مجازی

۲- پژوهش در حوزه های راهبردی فناوری اطلاعات کشور

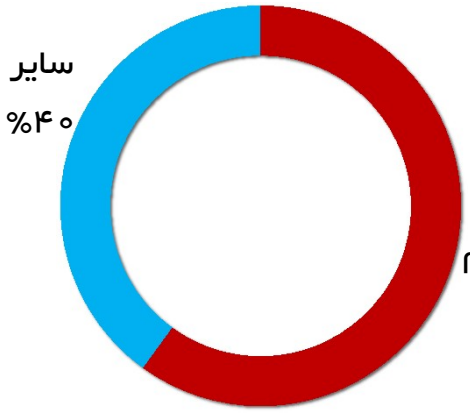
۳- مدرس سواد رسانه و سواد فضای مجازی

مقدمه

1,000,000,000



۲٫۱ تریلیارد مشاهده

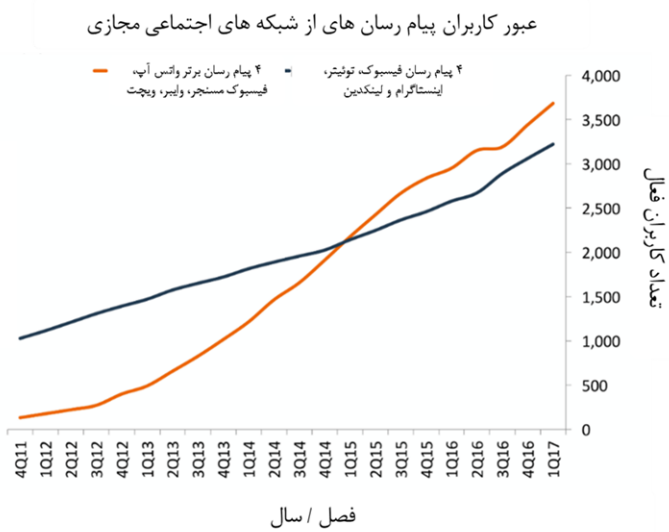


آینده متعلق به پیام رسان ها ست

26 application

3.4 application

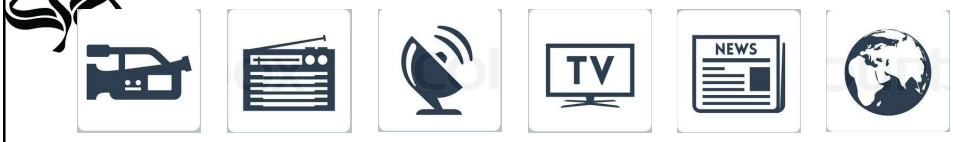




ما و شبکه های اجتماعی مجازی



سال ۱۴۸۶



رسانه های اجتماعی

Mass media



سایت شبکه اجتماعی

Social media

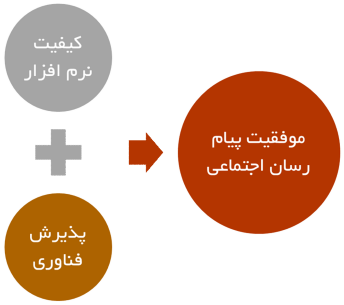


نرم افزار پیام رسان اجتماعی

Messenger application

مولفه های موفقیت پیام رسان های اجتماعی

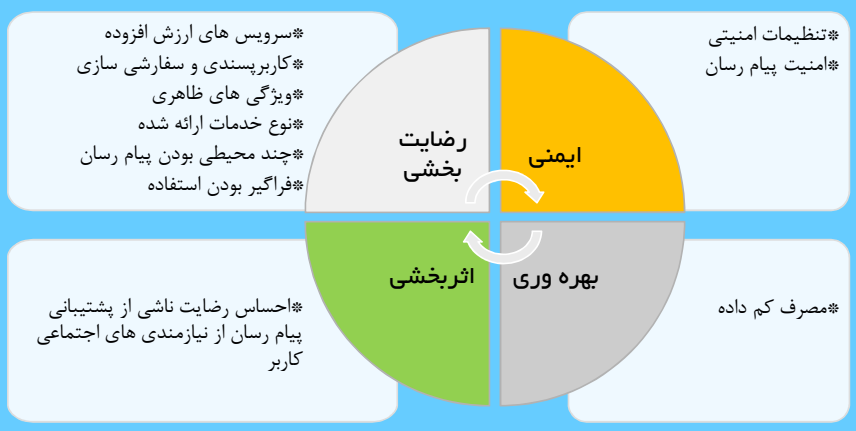
پیام رسان ها برای موفقیت نیازمندی های متعددی دارند که می توان آنها را در دو گروه اساسی نیازمندی های کیفی نرم افزار و مولفه های مرتبط با پذیرش تکنولوژی تعریف نمود



مدل پذیرش فناوری

- لذت مورد انتظار
- تاثیر اجتماعی
- سودمندی مورد انتظار
- سهولت مورد انتظار

کیفیت در استفاده



سند سیاست ها و اقدامات ساماندهی پیام رسان های اجتماعی در خرداد ۹۶ در شورای عالی فضای مجازی کشور در دو ماده و ۱۱ اقدام اساسی به تصویب رسید

از ۱۱ اقدام پیش بینی شده در این سند، تکالیف زیر به صورت کلان برعهده دستگاه ها و سازمان ها گذاشته شده است:

- **وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات**
  - تنظیم مقررات برای فعالیت پیام رسان های داخلی و خارجی
  - ارائه تسهیلات کم بهره
  - ایجاد امکان عرصه خدمات دولت الکترونیک در بستر پیام رسان های داخلی
  - به حداقل رساندن هزینه مصرف پهنای باند
  - کمک به تامین زیرساخت های شبکه ای، ذخیره سازی و امنیتی
- **وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی**
  - تهیه ضوابط و شرایط انتشار محتوا و تبلیغات
  - نظارت بر محتوا و تبلیغات و صیانت داده
  - حمایت از تولید محتوای داخلی
- **سازمان صدا و سیما**
  - ترویج و آموزش کاربری پیام رسان های داخلی
- **قوه قضاییه**
  - تدوین آیین نامه حمایت قانونی از پیام رسان ها
  - تدوین آیین نامه حفظ حقوق شهروندی
- **بانک مرکزی**
  - ایجاد امکان پرداخت برخط در داخل پیام رسان های داخلی
- **کلیه نهادها و سازمان ها**
  - ممنوعیت کنترل ارتباطات کاربران
  - ممنوعیت تبلیغات خارج از پیام رسان های داخلی
  - ممنوعیت استفاده از پیام رسان های خارجی در امور اداری

عدم توجه به فرهنگ سازی

دقیق و قابل سنجش نبودن نوع حمایت های فنی و زیر ساختی

عدم پیش بینی مدل درآمدی برای پیام رسان ها

مقایسه بین رویکرد سیاست های شورای عالی فضای مجازی در خصوص توسعه پیام رسان های داخلی با رویکردهای کیفی لازم برای توسعه پیام رسان ها از بعد **مهندسی نرم افزار و مدل پذیرش فناوری** نشان می دهد که این سند کمبودها و تناقضاتی با رویکردهای علمی و توسعه ای در خود دارد

ابهام در ارائه خدمات عمومی، دولتی و حاکمیتی از طریق پیام رسان های داخلی

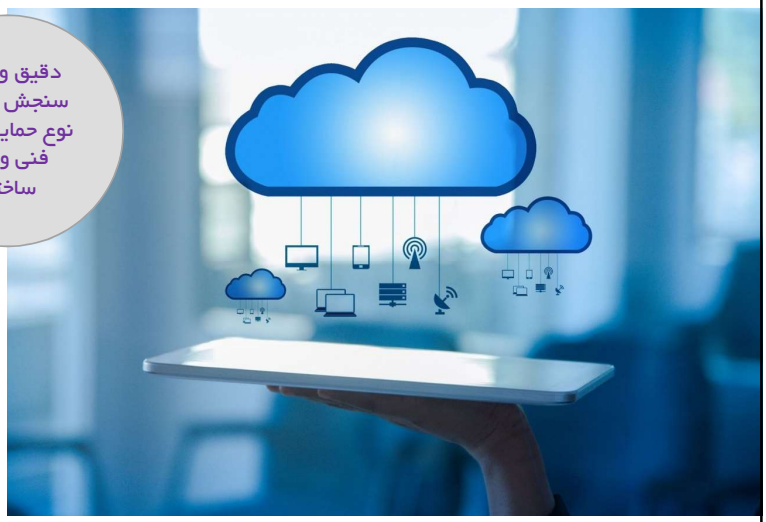
تضاد سیاست های حمایتی با رویه درآمدی وزارت ارتباطات

عدم پیش بینی مدل درآمدی برای پیام رسان ها



- تعداد کم کاربران ایرانی
- درآمد زا نبودن اولیه سرمایه گذاری

دقیق و قابل سنجش نبودن نوع حمایت های فنی و زیر ساختی

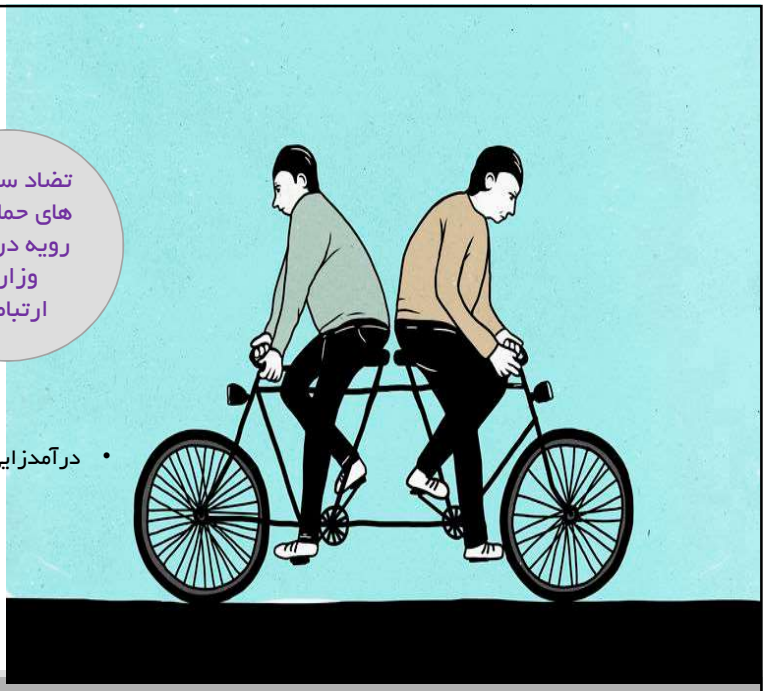


- مشخص نبودن نوع حمایت
- نبودن زیرساخت ملی رایانش ابری
- نبودن زیرساخت انتقال محتوا


عدم توجه به
فرهنگ سازی
ضد تبلیغ رسانه
فرهنگ سازی
عدالت رسانه ای
چهارمین همایش ملی فضای مجازی پاک، دانشگاه بین المللی امام رضا(ع)، 17 اسفندماه
13


ابهام در ارائه
خدمات عمومی،
دولتی و حاکمیتی
از طریق پیام
رسان های
داخلی
نداشتن سنجه
نداشتن ضمانت اجرا
مشخص نبودن تعریف دقیق
چهارمین همایش ملی فضای مجازی پاک، دانشگاه بین المللی امام رضا(ع)، 17 اسفندماه
14

تضاد سیاست های حمایتی با رویه درآمدی وزارت ارتباطات



- درآمدزایی دولت از فروش اینترنت بین المللی





(2015). Retrieved from sealights.io: https://www.sealights.io/test-metrics/measuring-software-quality-a-practical-guide/
(2017). Retrieved from businessinsider: http://static1.uk.businessinsider.com/image/5970ca7a9d09182c39439e98
(2017). Retrieved from statista: https://www.statista.com/statistics/258749
(2017). Retrieved from itmen: http://www.itmen.ir/index.aspx?pid=10317&articleid=219647
Cohn, M. (2011). Retrieved from compukol.com: https://www.compukol.com/social-media-vs-social-networking/
IEE 1061. (1998). *Standard for software quality metrics methodology*.
ISO/IEC 9126. (2001). *Software Engineering - Product Quality - part 1: quality model*.
. (1396). Retrieved from entekhab: http://www.entekhab.ir/fa/news/386028*انتخاب*
. (1394). Retrieved from itresan: https://itresan.com/78795*ای تی رسان*
. (1395). Retrieved from irna: http://www.irna.ir/fa/News/82091878*ایرنا*
. (1396). Retrieved from yjc: http://www.yjc.ir/fa/news/6383696*باشگاه خبرنگاران*
حسین کرمانی، یوسف پاکدامن ,م .آ .(1395) .مطالعه عوامل ترجیح پیام رسان فوری تلگرام بر دیگر برنامه های مشابه توسط کاربران ایرانی .*مجله رسانه، جامعه، فرهنگ* *18*, 61-75. Retrieved from http://scm.iaocsc.ir/article_47125.html
. (1394). Retrieved from farsnews: http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=13940215000378*خبرگزاری فارس*
. (1396). Retrieved from mehrnews: https://www.mehrnews.com/news/4056549*خبرگزاری مهر*
. (1396). Retrieved from zoomit: https://www.zoomit.ir/2017/8/31/191375/internet-international-broadband/*زومیت*
. (1395). Retrieved from asriran: http://www.asriran.com/fa/news/587338*عصر ایران*
. (1396). Retrieved from gooyait: http://www.gooyait.com/1396/10/26/1225489.html*گویا ای تی*
. (1395). Retrieved from rc.majlis: http://rc.majlis.ir/fa/law/show/1029998*مرکز پژوهش های مجلس*

