

فدراسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران
وابسته به اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران



بولتن خبری

یکشنبه ۱۹ آذر ۱۳۹۶

تهیه و تنظیم: روابط عمومی



اهم عناوین ۲۴ ساعته گذشته

- . فناوریان : بازارگاه الکترونیکی حمل و نقل جاده ای به زودی آغاز به کار می کند «ص ۲»
- . فارس : افراد پشت پرده کارت های بازرگانی یکبار مصرف مشخص هستند، دولت برخورد کند «ص ۳»
- . ایسنا : حمایت از کسب و کارهای نوپا با رفع مشکلات سر راه آنها محقق می شود «ص ۵»
- . فارس : نتیجه نهایی مقایسه تعرفه های قدیم و جدید اینترنت/ بررسی ترافیک واقعی در تعرفه های جدید اینترنت ثابت نامحدود «ص ۶»
- . ایلنا : ضریب نفوذ تلفن همراه در ایران بیشتر از ۱۰۰ درصد است/ ایرانشل ظرفیت مناسبی را برای ارائه فناوری های جدید ارائه کرده است «ص ۹»
- . ایسنا : سرنوشت کسب و کارهای نوپا از "تکاپوی" دولت تا موانع و محدودیت «ص ۱۲»
- . مهر : استفاده مناسب از فضای مجازی در جامعه فرهنگ سازی شود «ص ۱۵»
- . ایرنا : شتاب در اجرای پروژه سیماک نیازمند تعامل دستگاه های اجرایی «ص ۱۷»
- . ایرنا : تولید ۳۶ میلیون نسخه الکترونیک با اجرای طرح حذف دفترچه تامین اجتماعی «ص ۱۹»
- . تسنیم : اجرای ۵۰۰ طرح ICT روستایی در استان گیلان «ص ۲۳»
- . بسیج : فقر تولید محتوای ملی در فضای مجازی و اتلاف وقت مخاطبان «ص ۲۴»
- . آریا : صالحی: ارتقاء سهم وقف در خدمات فرهنگی و اجتماعی یک ضرورت است/ توجه به دولت الکترونیک از اتفاقات مثبت سازمان اوقاف است «ص ۳۵»



بازارگاه الکترونیکی حمل و نقل جاده ای به زودی آغاز به کار می کند

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۹ ||

فناوران - شرکت آسان بار که در ماه گذشته از نسخه صادراتی اپلیکیشن خود به نام «فریت گرام» در کانادا رونمایی کرد، هفته گذشته موفق به دریافت مجوز بازارگاه الکترونیکی حمل و نقل کالا از سوی سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کل کشور شد.

بازارگاه الکترونیکی یا E-Marketplace بستری آنلاین برای تعامل، مذاکره و انجام معامله بین ارایه دهندگان و متقاضیان خدمات حمل و نقل جاده ای کالا است که ضوابط مربوط به فعالیت این بازارگاه های حمل و نقل کالا، از سوی سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کشور ابلاغ شده است.

محمد حسینی، مدیر عامل شرکت آسان بار، با بیان اینکه بازارگاه های الکترونیکی با هدف ضابطه مند شدن بخش خصوصی در حوزه فعالیت کسب و کارهای اینترنتی در حمل و نقل کالا، افزایش کیفیت خدمات و برقراری ارتباط بهتر و سریع تر به چنین خدماتی راه اندازی شده اند، گفت: درایت مسوولان سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کل کشور در این زمینه به یقین قابل تقدیر است که بسیار خوب و قانونمند در جهت حمایت از استارت آپ های حمل و نقل کالا قدم برداشته اند و خوشبختانه، با توجه به کیفیت بالای خدمات شرکت آسان بار، مجوز بازارگاه الکترونیک حمل کالا به آسانی و بدون هیچ مشکلی برای آسان بار صادر شد و هم اکنون، شرکت آسان بار جزو اولین استارت آپ هایی است که موفق به دریافت چنین مجوزی از سوی سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کشور شده است.

وی در ادامه افزود: آسان بار هم اکنون به عنوان فعال ترین و به روزترین بازارگاه حمل و نقل الکترونیکی بار در کشور شناخته شده و روزانه بیش از ۱۰۰۰ بار در این سیستم از سوی شرکت های حمل و نقل اعلام می شود و به یقین همین مساله باعث تمایز آسان بار از دیگر رقبا شده است .

مدیر عامل شرکت آسان بار در ادامه با بیان مزایای مجوز بازارگاه الکترونیکی حمل و نقل کالا اضافه کرد که آسان بار با ایجاد یک پل ارتباطی قوی بین باربری ها و راننده ها توانسته است علاوه بر آسان سازی روند حمل بار، میزان درآمد رانندگان را نیز به طرز چشم گیری افزایش دهد. به گفته حسینی، با توجه به دریافت مجوز بازارگاه الکترونیکی حمل و نقل کالا و آغاز فعالیت بین المللی این مجموعه، آسان بار از سوی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات به عنوان یکی از ده استارت آپ برتر ایرانی برای شرکت در نمایشگاه باکوئل ۲۰۱۷ در کشور آذربایجان انتخاب شد.



افراد پشت پرده کارت های بازرگانی یکبار مصرف مشخص هستند، دولت برخورد کند

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۹ ||

فارس - مظفر علیخانی درباره وضعیت صدور کارت های بازرگانی و اقدامات اتاق بازرگانی برای جلوگیری از سوءاستفاده از این کارت ها، گفت: شرایط صدور و تمدید کارت های بازرگانی در ماده ۱۰ آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات درج شده و اتاق ایران برابر ضوابط آیین نامه که مصوب هیات وزیران است، عمل می کند.

معاون فنی و خدمات بازرگانی اتاق ایران اظهار داشت: برای صدور هر کارت بازرگانی همکاران ما در اتاق بازرگانی سراسر کشور فرآیند صدور اسناد و مدارک مثبت را که به صورت آنلاین توسط سازمان های صنعت، معدن و تجارت استان ها و نیز از سوی سازمان توسعه تجارت ایران به نمایندگی از وزارت صنعت صادر شده، کنترل می کنند و در صورت لزوم اسناد کاغذی هم دریافت و بررسی می شود.

وی افزود: بنابراین هر کارت بازرگانی که پرونده آن از سوی اتاق بازرگانی ایران تشکیل و نهایی می شود هم به صورت الکترونیکی از طریق سامانه مدیریت یکپارچه فرآیندهای صدور و تمدید کارت بازرگانی و هم به صورت فیزیکی بررسی می شود و در صورتی که مدارک درست و صحیح باشد، کارت صادر می شود.

علیخانی با بیان اینکه هر سازمان و هر وزارتخانه ای مسوول کار خودش است، گفت: ما به عنوان اتاق و وزارت صمت به عنوان وزارتخانه ای که مسوولیت سیاست گذاری در تجارت فرامرزی را بر عهده دارد وظیفه داریم تا زیرساخت ها و ابزارهای مورد نیاز را برای تسهیل و توسعه تجارت فرامرزی فراهم کنیم که یکی از این پیش نیازها برای مبادرت به امر تجارت فرامرزی به استناد ماده ۳ قانون مقررات صادرات و واردات کارت بازرگانی است که اتاق موظف است به استناد این ماده و ماده ۱۰ آیین نامه مزبور با همکاری و نظارت عالی وزارت صمت کارت ها را صادر کند و در اختیار فعالان اقتصادی قرار دهد. علیخانی همچنین افزود: قبل از اینکه اتاق فرآیند صدور کارت بازرگانی را انجام دهد فرد متقاضی چه شخصیت حقوقی و چه شخصیت حقیقی باید به اداره ثبت شرکت ها به عنوان یک فعال اقتصادی و بازرگان مراجعه و در دفتر ثبت نام تجاری ثبت نام کند و سرمایه و شرایط خود را آنجا به ثبت برساند و وقتی برای درخواست صدور کارت بازرگانی به اتاق بازرگانی مراجعه می کند، باید مشخصات خود را به عنوان یک فعال اقتصادی به ثبت رسانده باشد و گواهی ثبت نام در دفتر ثبت تجاری را به ما ارایه دهد.

علیخانی با بیان اینکه عموماً در گمرک سوء استفاده از یک کارت بازرگانی مشخص می شود، گفت: در آیین نامه اجرایی قانون مقررات صادرات و واردات آمده است که اگر فردی به صورت وکالتنامه محضری یا صلح نامه یا از طریق ابزارهای دیگری امتیازات مترتب بر کارت بازرگانی را در اختیار دیگران قرار دهد، حتماً مشمول



مجازات های مقرر در قانون مجازات اسلامی می شود. اتاق کارتس را باطل و ایشان را به کمیسیون انضباطی معرفی می کند و قطعا برخوردهای قانونی درباره آن فرد اعمال خواهد شد.

وی افزود: بنابراین مواردی که گمرک درباره سوء استفاده از کارت بازرگانی به اتاق ایران معرفی کرده که شاید بیش از ۲ هزار مورد باشد، اتاق و وزارت صنعت، معدن و تجارت باطل کرده و رفتار قانونی درباره آنها اعمال شده است.

معاون فنی و خدمات بازرگانی اتاق ایران با بیان اینکه مشخص است پشت پرده کارت های بازرگانی یکبار مصرف چه اشخاصی هستند، گفت: طبیعتا این افراد قابل شناسایی هستند. وی افزود: پشت پرده کارت های یکبار مصرف بازرگانی مشخص است و اسناد آن از جمله وکالتنامه ها، صلح نامه ها و امثال آن در گمرک وجود دارد و در این مرحله دیگر از عهده اتاق بازرگانی کاری بر نمی آید و دستگاه های نظارتی باید وارد عمل شوند.

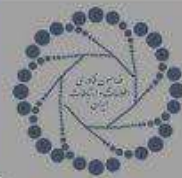


حمایت از کسب و کارهای نوپا با رفع مشکلات سر راه آنها محقق می شود

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۹ ||

ایسنا- رشد و توسعه فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی باعث گسترش اینترنت در همه جای دنیا و در اکثر حوزه های تجاری شده است؛ امروزه بسیاری از تولیدات صنعتی و کارخانه ای و همینطور کشاورزی بستر اینترنت را برای تبلیغات خود انتخاب کرده اند. علاوه بر این فضای اینترنت امروزه خود بستری برای اشاعه تولیدات محتوایی و فکری هم شده است. بسیاری از فیلم ها، مجلات و کتاب ها بر این بستر خرید و فروش می شوند و چه بسا برخی از آنها تنها در این بستر قابل معامله هستند.

همانطور که بسیار مشهود است فضای اینترنت روز به روز به سمت تجاری شدن در پیش است؛ از همین رو هم هست که اصطلاح تجارت الکترونیکی معنا پیدا می کند. حالا که فضای مجازی توانسته بستری برای ایجاد یک بازار جدید باشد پس می توان در این بازار هم ایجاد اشتغال و حتی در بلند مدت صادرات و کسب درآمد هم کرد. اما کارشناسان معتقدند، دولت بیشتر از اینکه به دنبال حمایت از کسب و کارهای اینترنتی باشد، باید راهکاری برای حل موانع سر راه آنها پیدا کند. امری که تحقق آن جز با همکاری دیگر دستگاه های قضایی و امنیتی محقق نمی شود.



نتیجه نهایی مقایسه تعرفه‌های قدیم و جدید اینترنت/ بررسی ترافیک واقعی در تعرفه‌های

جدید اینترنت ثابت نامحدود

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸ ||

فارس - با شفاف‌شدن ابهامات «سقف سرعت محدود» و «تعلق حداکثر نصف مصرف منصفانه به ترافیک خارجی» و مقایسه تعرفه‌های جدید اینترنت ثابت نامحدود (حجمی) با تعرفه‌های قدیم اینترنت، نتیجه نهایی تغییرات قیمت اینترنت برای کاربران مشخص شده است.

فاطمه سامعی، تعرفه‌های جدید اینترنت ثابت نامحدود (حجمی) از ۱۲ آذرماه اجرایی شده است.

براساس این تعرفه‌های نهایی از این پس محاسبه قیمت اینترنت براساس سرعت خواهد بود و هر سطح سرویس دارای یک سرعت معین و سقف مصرف منصفانه است.

طی اطلاع‌رسانی در نشست خبری وزیر ارتباطات، آخرین ابهامات باقی مانده در این طرح شفاف شد و مشخص شد که در این تعرفه‌گذاری سقف سرعت در هر سرویس محدود است و حداکثر نصف سقف مصرف منصفانه به اینترنت بین الملل می‌تواند تعلق بگیرد.

یکی از ابهامات درباره تعرفه‌گذاری جدید باز بودن یا نبودن دست شرکت‌ها برای ارائه اختیاری سرعت بالاتر به کاربران بود. برای مثال سوال بود که در سرویس ۲ مگ ارائه سرعت بیشتر ۲ تا ۱۶ مگ مجاز است یا خیر؟ به گفته محمدجواد آذری جهرمی وزیر ارتباطات، «طبق مصوبه ۲۶۶ کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات کف و سقف سرعت هر سرویس باید عینا توسط شرکت رعایت شود. مدل اقتصادی تعرفه‌گذاری جدید فروش سرعت است و منطق ارائه مجانی سرعت بیشتر توجیه اقتصادی ندارد.»

وزیر گفت: «اگر شرکتی می‌خواهد از جیب خود به رایگان سرویس بدهد منع نمی‌کنیم مگر اینکه شرکت دیگری به دلیل دمپینگ (زیر قیمت‌فروشی) شکایت کند.»

بنابراین طبق مصوبه شرکت‌های اینترنتی مجاز به باز گذاشتن سرعت برای ایجاد رقابت نیستند.



همچنین روش محاسبه سقف مصرف منصفانه مشخص شد و برای مثال سقف منصفانه ۲۰ گیگ به معنای ۱۰ گیگ اینترنت بین‌الملل یا ۲۰ گیگ اینترنت داخلی است و در صورت استفاده ترکیبی نیز نسبت ترافیک خارجی به داخلی ۱ به ۲ است.

بنابراین در عمل سقف سرعت اینترنت محدود شده و اینترنت آن طور که کاربران تصور می‌کردند نامحدود حجمی نشده است.

با ارائه جداول نهایی تعرفه‌ها، اکنون شرایط برای مقایسه تعرفه‌های قبلی و جدید فراهم است.

جداول نهایی تعرفه‌های اینترنت ثابت نامحدود برخی شرکت‌ها به گونه‌ای تعریف شده که در نگاه اول مجموع میزان ترافیک بیشتر به نظر می‌رسد. در این مقایسه برای توضیح روشن‌تر صرفاً میزان ترافیک بین‌الملل مد نظر قرار گرفته است. مخاطبان برای محاسبه میزان ترافیک داخلی باید همین اعداد را دو برابر (برای شرکت پیشگامان سه برابر) کنند.

لیست شرکت‌ها کمترین سرعت (۵۱۲ کیلوبیت بر ثانیه) معیار ترافیک حجم منصفانه/ هزینه ماهانه سرعت معقول (۸ مگابیت بر ثانیه) معیار ترافیک حجم منصفانه/ هزینه ماهانه بیشترین سرعت (۱۶ مگابیت بر ثانیه) معیار ترافیک حجم منصفانه/ هزینه ماهانه

شرکت آسیاتک ۱۰ گیگ/ ۱۲,۵ تومان ۷۵ گیگ/ ۵۰ هزار تومان ۱۵۰ گیگ/ ۸۰ هزار تومان

شرکت شاتل ۱۲,۵ گیگ/ ۱۲,۵ هزار تومان ۸۰ گیگ/ ۵۰ هزار تومان ۱۶۰ گیگ/ ۸۰ هزار تومان

شرکت مخابرات ۱۰ گیگ/ ۱۲,۵ هزار تومان ۶۰ گیگ/ ۵۰ هزار تومان ۱۷۵ گیگ/ ۸۰ هزار تومان

شرکت پارس آنلاین ۸ گیگ/ ۱۲,۵ هزار تومان ۴۸ گیگ/ ۵۰ هزار تومان ۱۰۰ گیگ/ ۸۰ هزار تومان

شرکت پیشگامان ۱۰ گیگ/ ۱۲,۵ هزار تومان ۶۰ گیگ/ ۵۰ هزار تومان ۱۵۰ گیگ/ ۸۰ هزار تومان

شرکت های وب ۸ گیگ/ ۱۲,۵ هزار تومان ۷۵ گیگ/ ۵۰ هزار تومان ۱۲۰ گیگ/ ۸۰ هزار تومان

شرکت فن آوا ۱۵ گیگ/ ۱۲,۵ هزار تومان ۱۲۲,۵ گیگ/ ۵۰ هزار تومان ۲۲۵ گیگ/ ۸۰ هزار تومان

شرکت صبانت ۸ گیگ/ ۱۰ هزار تومان ۶۰ گیگ/ ۵۰ هزار تومان ۱۲۰ گیگ/ ۸۰ هزار تومان



این جدول براساس قیمت های فعلی شرکت ها تنظیم شده است.

با توجه به روشن شدن دو ابهام «سقف سرعت محدود» و «تعلق حداکثر نصف مصرف منصفانه به ترافیک خارجی» و مقایسه تعرفه های جدید با قدیم جمع بندی این است تعرفه های جدید برای مشترکان پرمصرف مناسب است و برای مشترکان کم مصرف که خواهان سرعت بالا و حجم کم هستند راهکاری ندارد. همچنان که وزیر ارتباطات نیز به این دسته از مشترکان که مصرفی در حدود ۴ گیگ دارند استفاده از سرویس های حجمی اینترنت موبایل یا TD-LTE را توصیه کرد. TD-LTE هنوز در بسیاری مناطق پوشش ندارد.



ضریب نفوذ تلفن همراه در ایران بیشتر از ۱۰۰ درصد است/ ایرانشل ظرفیت مناسبی را برای

ارائه فناوری‌های جدید ارائه کرده است

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸ ||

ایلنا - معاون وزیر ارتباطات گفت: ضریب نفوذ تلفن همراه بالای صد درصد و بالغ بر رقمی در حدود ۱۱۰ درصد است؛ در حقیقت ۸۵ میلیون سیم کارت فعال در شبکه ارتباطی کشور وجود دارد که از این حوزه ۶۰ درصد مربوط به فناوری‌های نوین و استفاده از شبکه باند پهن است.

به گزارش خبرنگار اقتصادی ایلنا، حسین فلاح جوشقانی، معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در مراسم رونمایی از کیف پول همراه پاسارگاد در شهر مشهد و رونمایی از سیم کارت‌های NFC ایرانشل گفت: با استفاده از فناوری‌های جدید، سرویس‌هایی نوین در اختیار مردم قرار می‌گیرد که می‌تواند باعث رشد اقتصادی باشد. امروزه فناوری وجه تمایز در تمامی کسب و کارها است؛ در صورتی که دو اصل برای یک کسب و کار از جمله استفاده از ظرفیت‌های فناوری و استفاده از ظرفیت‌های نوآوری و خلاقیت کسب و کار را متمایز می‌کند که پیشرفت آن را به دنبال دارد.

وی ادامه داد: در تمام دنیا رشد فناوری شروع شده است و این رشد در کشور ایران نیز با سرعت بالایی در حال گسترش است. در سال‌های اخیر در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و زیر ساخت‌های ارتباطی رشد چشمگیری حاصل شده است.

رییس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی با بیان این که خصوصی سازی از اهمیت بالایی برخوردار است، گفت: از سال ۱۳۸۲ بحث آزاد سازی و خصوصی‌سازی به طور جدی شروع شد و حالا ما می‌توانیم بگوییم که در این عرصه تمامی خدمات بجز بخش کوچکی که کمتر از ۱۰ درصد است و در اختیار حاکمیت قرار دارد یعنی بخش زیر ساخت، توسط بخش خصوصی سرمایه گذاری و در حال ارائه است.

فلاح جوشقانی افزود: هم اکنون در حوزه شبکه‌های تلفن همراه ۳ اپراتور اصلی و ۵ اپراتور مجازی در حال فعالیت هستند. اپراتورهای اصلی ظرفیت بسیار مناسب و فضای رقابتی خوبی را ایجاد کرده‌اند.



معاون وزیر ارتباطات تاکید کرد: ضریب نفوذ تلفن همراه بالای صد درصد و بالغ بر رقمی در حدود ۱۱۰ درصد است؛ در حقیقت ۸۵ میلیون سیم کارت فعال در شبکه ارتباطی کشور وجود دارد که از این حوزه ۶۰ درصد مربوط به فناوری‌های نوین و استفاده از شبکه باند پهن است.

وی با اشاره به شبکه ارتباطی ایرانسل گفت: حدود ۶۰ درصد از ظرفیت شبکه ارتباطی ایرانسل مبتنی بر باند پهن سیار است که ظرفیت مناسبی را برای ارائه فناوری‌های جدید ایجاد کرده است.

فلاح جوشقانی با بیان این که امروزه خدمات بانکداری بر اساس فناوری اطلاعات است، گفت: با توجه به برنامه‌های دولت و تحقق صد درصدی دولت همراه، در آینده در تمامی عرصه‌ها از جمله بانکداری کاملاً مبتنی بر فناوری خواهیم بود.

رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی درباره خدمات پرداخت همراه تاکید کرد: برای حوزه پرداخت همراه که بخشی از آن مربوط به کیف پول همراه و بانکداری الکترونیک است، ۳ ذی نفع اصلی از جمله اپراتورهای همراه به عنوان ایجاد کننده بستر ارتباطی و ایمن، بانک‌ها به منظور ارائه خدمت و رگولاتورها هستند.

وی با اشاره به رگولاتورهای حوزه پرداخت همراه خاطر نشان کرد: بانک مرکزی به عنوان قانون گذاری و سیاست گذار در حوزه پولی و مالی کشور و سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی به عنوان متولی قانون گذاری در حوزه ارتباطات و سیاست گذار برای ایجاد فضای رقابتی مناسب در حوزه پرداخت همراه رگولاتور هستند. در طی سال‌های اخیر تعامل بانک مرکزی و سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی بهتر شده است اما به منظور ارائه خدمات نوین در حوزه پرداخت همراه در ایران همچون سایر کشورهای پیشرفته، رگولاتورهای این حوزه باید نقش تسهیل گری و کم کردن ریسک این حوزه را به جای تعیین مدل کسب و کار بکنند.



معاون وزیر ارتباطات خاطر نشان کرد: سیاست کلی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات حمایت از سرویس‌های نوین و کسب و کارهای جدید است تا به هدف تعیین شده یعنی رشد ۱۹,۴ درصدی در حوزه ارتباطات و ۲,۵ برابر شدن حجم بازار ارتباطی کشور برسد.

حسین فلاح جوشقانی افزود: سازمان تنظیم مقررات آماده گفتگو با سازمان بورس و اوراق بهادار، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و تمامی بانک‌ها از جمله بانک پاسارگاد است. من از راه اندازی این سرویس نوین در شهر مشهد خوشحال هستم. مشهد، ایران کوچک است و ارائه خدمت به مردم مشهد به نوعی خدمت رسانی به تمام مردم کشور است.



سرنوشت کسب و کارهای نوپا از "تکاپوی" دولت تا موانع و محدودیت

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸ ||

ایسنا - فضای اینترنت امروزه خود بازاری در حال رشد برای انجام معامله تولیدات صنعتی و کشاورزی و حتی اشاعه تولیدات محتوایی و فکری شده است؛ امری که خاصیت تجاری این فضا و شکل‌گیری کسب و کارهای نوپا را روز به روز برجسته‌تر می‌کند.

به گزارش ایسنا، رشد و توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی باعث گسترش اینترنت در همه جای دنیا و در اکثر حوزه‌های تجاری شده است؛ امروزه بسیاری از تولیدات صنعتی و کارخانه‌ای و هم‌اینطور کشاورزی بستر اینترنت را برای تبلیغات خود انتخاب کرده‌اند. علاوه بر این فضای اینترنت امروزه خود بستری برای اشاعه تولیدات محتوایی و فکری هم شده است. بسیاری از فیلم‌ها، مجلات و کتاب‌ها بر این بستر خرید و فروش می‌شوند و چه بسا برخی از آنها تنها در این بستر قابل معامله هستند.

همانطور که بسیار مشهود است فضای اینترنت روز به روز به سمت تجاری شدن در پیش است؛ از همین رو هم هست که اصطلاح تجارت الکترونیک معنا پیدا می‌کند. حالا که فضای مجازی توانسته بستری برای ایجاد یک بازار جدید باشد پس می‌توان در این بازار هم ایجاد اشتغال و حتی در بلند مدت صادرات و کسب در آمد هم کرد. امروزه درآمد گول‌های مجازی چون گوگل و آمازون در برخی مواقع حتی از صادرات نفت برخی کشورها هم فراتر رفته است.

یکی از مسائل مهمی که دولت دوازدهم با آن مواجه است مساله بیکاری است که خود می‌تواند تبعاتی در جامعه اعم از فقر و انواع آسیب‌های اجتماعی را به دنبال داشته باشد. در این مورد ظاهراً برای اولین بار وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات هم قرار است به دولت کمک کند. این وزارتخانه در برنامه‌های ارائه شده و اقداماتی که تا حالا انجام داده است به دنبال توسعه کسب و کارهای اینترنتی بوده است.



وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات معتقد است که بیشتر از اینکه به دنبال حمایت از کسب و کارهای اینترنتی بود باید به دنبال حل موانع بر سر راه آنها باشد. امری که تحقق آن جز با همکاری دیگر دستگاه‌های قضایی و امنیتی محقق نمی‌شود.

در همین موضوع وزیر جوان ارتباطات و فناوری اطلاعات در پاسخ به سوال ایسنا در مورد برنامه‌های وزارت ارتباطات برای حل موانع توسعه این کسب و کارها گفت: پروژه‌ای با همکاری وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی تحت عنوان تکاپو طراحی شده است که در آن مکانیزم‌های رشد خلاقیت‌های جوانان و دانشجویان در نظر گرفته شده است که در سفر اخیر خود به استان سیستان و بلوچستان در آن استان مرکز توسعه کسب و کارهای نوپا را راه‌اندازی کرده که در آن مشاوره‌هایی به جوانان جویای کار داده می‌شود.

همانطور که می‌دانیم یکی از حوزه‌های مهم برای ایجاد اشتغال به صورت فردی یا شرکتی حوزه "تولید محتوا" در اشکال مختلف ویدئویی، متنی، بازی و سرگرمی است. اما مساله مهم حفظ هویت این آثار به عنوان یک کالای تجاری هم هست؛ یعنی حقوقی برای تولیدکنندگان این آثار تعریف شود تا فقط خرید و فروش و نه داندلود رایگان شوند!

آذری جهرمی با اشاره به ضرورت وجود قوانینی برای حفظ حقوق مولف در فضای مجازی به منظور توسعه کسب و کارهای اینترنتی با بیان این‌که در حوزه صیانت از حقوق مولف در بحث فرهنگی متاسفانه تا حدود زیادی مردم این حقوق را رعایت نمی‌کنند، گفت: اما قانونی توسط دولت به مجلس ارائه شده که به نظر می‌رسد برای حمایت از حقوق مولفین و صنایع این حوزه بسیار می‌تواند موثر باشد که در حال حاضر در حال طی کردن مراحل قانونی خود در مجلس و همچنین حل ایراد است.

او همچنین با اشاره به تشکیل کمیته‌ای متشکل از وزارت ارتباطات، دادستانی و پلیس، اظهار کرده است: این کمیته مأموریت دارد تا موانعی را که پیش پای کسب و کارهای نوپا وجود دارد برطرف کند و جلوی برخوردهای سلیقه‌ای را بگیرد.



وی همچنین با اشاره به تلاش وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات برای توسعه کسب و کارهای نوپا، گفته است: می‌خواهیم در این حوزه موانع را از پیش پای بخش خصوصی برداریم. در شاخص رقابت‌پذیری در این حوزه اوضاع خوبی نداریم و می‌خواهیم جلوی رقابت‌های ناسالم و گرفتاری‌های شروع این کسب و کارها را بگیریم. علاوه بر اینها وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات یکی از موانع جدی توسعه کسب و کارهای نوپا را سود بالای نظام بانکی دانسته و گفته که باعث شده است تا در این حوزه مشکلاتی به وجود بیاید و کار سرمایه‌گذاران سخت‌تر شود.

پیش از این هم آذری جهرمی در سفر خود به استان سیستان و بلوچستان به همراه رئیس جمهور یکی از مهمترین پروژه‌های وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در آن سفر را افتتاح مرکز توانمندسازی و تسهیل‌گری کسب و کارهای نوپا ارزیابی کرده که به دانشجویان کمک می‌کند که پس از حضور در مراکز رشد و یادگیری نحوه کسب و کارهای آنلاین به بازار کار نزدیکتر شوند و از این طریق وعده دولت در مورد ایجاد اشتغال محقق شود. تسهیل‌گری و توسعه کسب و کارهای نوپای ایرانی راهکار اشتغال جوانان و برخوردهای سلبی و فیلتر کردن این گروه از مشاغل طبیعتاً گامی در جهت خلاف این هدف است.

او با اعلام خبر افتتاح مرکز تسهیل‌گری و توسعه کسب و کارهای نوپا در استان سیستان و بلوچستان با بیان اینکه زیست بوم فرهنگی کشور ما اقتضائاتی دارد که باید رعایت شود گفته بود محصولات این کسب و کارهای نوپا خدمات مورد نیاز در برنامه توسعه شبکه ملی اطلاعات است. توسعه کسب و کارهای نوپا از این دیدگاه توسعه شبکه ملی اطلاعات نیز هست.



استفاده مناسب از فضای مجازی در جامعه فرهنگ سازی شود

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸ ||

مهر - نماینده ولی فقیه در استان یزد با بیان اینکه فرهنگ سازی استفاده مناسب از فضاهای مجازی در جامعه انجام شود، گفت: دشمن به دنبال ایجاد تزلزل در بنیان خانواده‌های ایرانی است.

به گزارش خبرگزاری تسنیم از یزد، آیت‌الله محمدرضا ناصری یزدی در دیدار جمعی از بانوان استان یزد با اشاره به ترفندهای دشمنان در راستای مبارزه با فرهنگ اسلامی- ایرانی جامعه به ویژه بانوان در ایران اظهار داشت: دشمنان اسلام پس از پیروزی انقلاب اسلامی تا کنون تمام تلاش خود را در راستای نابودی ارزش‌های اسلامی در ایران به کار بسته‌اند.

وی با اشاره به اینکه یکی از مهمترین اهداف دشمن در این زمینه خانواده‌های ایرانی است گفت: خانواده در ایران از ارزش و جایگاه بسیار ویژه‌ای برخوردار است و دشمن نیز با توجه به شناخت اهمیت این موضوع، اقدام به تهاجم به این نهاد بسیار مهم در جامعه اسلامی ایران کرده است.

امام جمعه یزد با تاکید بر اینکه ایجاد تزلزل در کانون خانواده‌های ایرانی از مهمترین اهداف دشمنان است عنوان کرد: ترویج زندگی های تک فردی، ترویج زندگی با حیوانات و سرگرم شدن به برخی ابزارها از جمله شبکه‌های اجتماعی از جمله برنامه‌هایی است که در این راستا توسط غرب در حال انجام است.

ناصری یزدی به آسیب‌های فضاهای مجازی و شبکه‌های اجتماعی اشاره کرد و گفت: متأسفانه در جامعه از کارکردهای مفید این شبکه‌ها به صورتی که باید استفاده نمی‌شود و بسیاری از افراد وقت خود را صرف کارکردهای نادرست این فضاها می‌کنند.

نماینده ولی فقیه در استان یزد با بیان اینکه خواه ناخواه فضاهای مجازی در زندگی افراد جامعه وجود دارد و باید فرهنگ‌سازی در ارتباط با استفاده درست از آن در جامعه انجام شود خاطرنشان کرد: در این زمینه بانوان نقش بسیار مهمی بر دوش دارند و آن توجه به تربیت دینی فرزندان است.

وی بیان هدف زندگی برای کودکان، نوجوانان و جوانان، تولید محتوای مناسب دینی و آموزشی متناسب با شرایط سنی آن‌ها، ارائه آموزش‌های دینی را از جمله راهکارهای دور کردن افراد به ویژه جوانان از آسیب‌ها



دانست و خاطرنشان کرد: در این زمینه بانوان با توجه به نقشی که در مدیریت خانه و خانواده دارند، باید به صورت ویژه تلاش کرده و جلوی آسیب‌های تهاجم فرهنگی دشمن را بگیرند.



شتاب در اجرای پروژه سیماک نیازمند تعامل دستگاههای اجرایی

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸ ||

ایرنا - مدیرکل پست خراسان رضوی گفت: شتاب بخشی به اجرای پروژه سامانه یکپارچه سازی مدیریت املاک موسوم به "سیماک" در این استان نیازمند تعامل و همراهی دستگاههای اجرایی ذیربط است.

محمدرضا شفیعی روز شنبه در نشست بررسی اجرای پروژه سیماک در گناباد این پروژه را از مصادیق مهم تحقق اقتصاد مقاومتی و دستاورد مهم دولت دوازدهم برای کاهش بروکراسی اداری توصیف و بیان کرد: خراسان رضوی اواخر مهر گذشته به عنوان پانزدهمین استان کشور به سامانه یکپارچه سازی مدیریت املاک کشور پیوست.

وی افزود: آموزشهای اولیه برای اجرای این طرح در شهرستانهای مختلف استان در دست اقدام است و تاکنون ۲۰ نفر این آموزشها را فراگرفته اند. سه هزار و ۵۰۰ نفر از کارکنان و مسئولان ذیربط دستگاههای اجرایی خراسان رضوی ظرف سه ماه آینده آموزشهای تخصصی را فرا می گیرند و بعد از طی مراحل مقدماتی پروژه تا اواخر امسال آغاز می شود.

مدیرکل پست خراسان رضوی به فعالیت ۲۸ دستگاه اجرایی به صورت پراکنده در زمینه مسائل مربوط به املاک و مستغلات اشاره و بیان کرد: با اجرای نهایی پروژه سیماک علاوه بر شفاف سازی در صدور مجوزها و قطع ارتباط ارباب رجوع و کارکنان ادارات و سازمانها خدماتی در این بخشها، پاسخهای ادارات به درخواست متقاضیان از طریق سامانه ارائه می شود.

وی امکان رصد و پایش و ارزیابی عملکرد دستگاههای اجرایی ذیربط توسط مدیران اجرایی را از دیگر محاسن سامانه یکپارچه سازی مدیریت املاک برشمرد.

شفیعی در ادامه، اجرای پروژه یکسانسازی آدرسهای پستی موسوم به "GNAF" را دیگر اقدام در دست انجام اداره کل پست خراسان رضوی در راستای تحقق اهداف اقتصاد مقاومتی اعلام و بیان کرد: تبدیل نشانیهای



غیراستاندارد به نشانیهای یکسان و ایجاد بانک اطلاعات و وحدت رویه در آدرسهای پستی از اهداف مهم این طرح هستند.

وی ادامه داد: نشانیهای مختلف به صورت یکسان در قالب بانک اطلاعاتی در اختیار دستگاههای اجرایی ذیربط مانند ثبت احوال، ثبت اسناد، بانکهای دولتی و خصوصی، وزارت نیرو، شرکتهای آب و فاضلاب شهری و روستایی و برق، شرکت ملی گاز و شرکت مخابرات قرار می گیرد تا روند خدمات رسانی با سهولت بیشتر انجام شود.

مدیرکل پست خراسان رضوی گفت: اجرای این طرح در مشهد آغاز شده و تا پایان سال در سبزوار، نیشابور و تربت حیدریه و ظرف یک سال آتی در بقیه شهرستانهای خراسان رضوی تکمیل می شود.
در فاصله ۲۸۷ کیلومتری جنوب مشهد واقع است.



تولید ۳۶ میلیون نسخه الکترونیک با اجرای طرح حذف دفترچه تامین اجتماعی

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸ ||

ایرنا - مشاور ارشد مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی در امور درمان گفت: با اجرای برنامه حذف دفترچه درمانگر درمانی ملکی تأمین اجتماعی بیش از ۳۶ میلیون نسخه الکترونیک تولید شده است که این نسخه ها حاوی اطلاعات ارزشمندی هستند و بهره برداری از این اطلاعات در دستور کار سازمان قرار دارد.

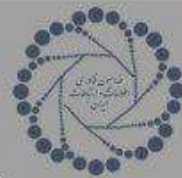
به گزارش روز شنبه ایرنا از سازمان تأمین اجتماعی، محمدعلی بیطرف اظهارداشت: این سازمان در استفاده از سامانه های الکترونیک که تکلیف برنامه های پنجم و ششم توسعه است، با استقرار برنامه نسخه الکترونیک، گامی اساسی برداشته و این کار را با موفقیت آغاز کرده است.

وی تصریح کرد: انطباق بیشتر شیوه های درمان با پروتکل های درمانی از مهمترین نتایج استفاده از سامانه نسخه الکترونیک است.

بیطرف ادامه داد: کاهش زمان حضور بیمار در مراکز درمانی از دیگر نتایج اجرای سیستم نسخه الکترونیکی است و نکته مهمتر این است که میزان حضور بیماران در مراکز درمانی با استفاده از سامانه نسخه الکترونیک قابل اندازه گیری شده است و با این کار گام مهمی برای صرفه جویی در وقت مردم برداشته شده است.

مشاور ارشد مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی در امور درمان گفت: با سفارش حوزه درمان سازمان تأمین اجتماعی تحلیل و بررسی و استخراج اطلاعات از نسخه ها در موسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی در حال انجام است و فرآیند تحقیقاتی پویایی آغاز شده و روند تغییرات تجویز دارو و سایر خدمات پاراکلینیک با دقت بررسی می شود.

وی افزود: اولین استفاده ای که از اطلاعات جمع آوری شده انجام می شود این است که می توانیم درباره داروهای تجویز شده اطلاعاتی را به پزشکان ارائه دهیم.



بیطرف بیان داشت: در سازمان تأمین اجتماعی از سال جاری حرکت جدیدی برای توسعه برنامه نسخه الکترونیک به مراکز درمانی طرف قرارداد آغاز شده و مراکز درمانی طرف قرار داد در استانهای یزد، اصفهان، گیلان و مازندران به سامانه نسخه الکترونیک متصل شده اند.

وی ادامه داد: این برنامه از سال گذشته در یزد به صورت پایلوت آغاز شده و ۳۰۹ پزشک وارد سامانه شده اند که تقریباً ۵۰ درصد پزشکان این شهر را شامل می شوند و در ماه های اخیر ۱۲۷ هزار نسخه به صورت الکترونیک تولید شده است. استانهای گیلان، مازندران و اصفهان نیز اخیراً به سامانه نسخه الکترونیک متصل شده اند و برای توسعه این برنامه تلاش گسترده ای در سازمان تأمین اجتماعی صورت می گیرد.

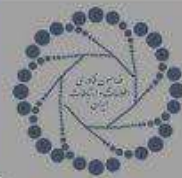
مشاور ارشد مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی در امور درمان گفت: بزرگترین مراکز درمانی طرف قرارداد ما بیمارستان ها و مراکز درمانی دانشگاهی هستند که هنوز برای استقرار این برنامه در مراکز درمانی دانشگاهی اقدامی صورت نگرفته و البته در این باره نیز در سطوح کارشناسی ریزنی ها آغاز شده است و باید آمادگی لازم در این حوزه فراهم شود.

بیطرف افزود: با توجه به وجود عزم و اراده در سطوح مختلف وزارت بهداشت ما آینده این برنامه را در سطح کشور بسیار درخشان می بینیم و امیدواریم این برنامه به خوبی اجرایی شود.

وی فراهم شدن امکان امضای دیجیتال پزشکان را گام اساسی دیگری در اجرای برنامه نسخه الکترونیک عنوان کرد و اظهار داشت: با همکاری سازمان نظام پزشکی امکان امضای الکترونیک برای پزشکان فراهم شده و با تکمیل این فرآیند امضای دیجیتال همچون امضا بر روی کاغذ دارای اعتبار حقوقی خواهد بود.

وی برنامه نسخه الکترونیک را گامی اساسی در استقرار دولت الکترونیک در حوزه سلامت ارزیابی کرد و گفت: این پروژه بسیار بزرگی است و البته مزایای بسیار زیادی نیز دارد. فواید آن برای اصلاح نظام درمان بسیار گسترده است که با نهای شدن مراحل تحقیقاتی نتایج بیشتری نیز آشکار می شود.

مشاور ارشد مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی در امور درمان گفت: امیدواریم استفاده از سامانه نسخه الکترونیکی الگویی برای سایر بیمارستانها باشد و آنها نیز در آینده به این سمت حرکت کنند.



بیطرف صدور کارت هوشمند سلامت و ذخیره سازی اطلاعات مربوط به داروهای تجویز شده در این کارتها را هدف نهایی دانست و گفت: سامانه نسخ الکترونیک اولین گام در این مسیر است که سازمان تأمین اجتماعی این گام را با موفقیت برداشته است.

وی افزود: در حال حاضر نسخه ای که توسط پزشک در سامانه نسخ الکترونیک تجویز شده است، در داروخانه پیچیده می شود و علاوه بر این پرینت نسخه نیز به منظور رعایت قانون و فراهم شدن امکان پیگیری های بعدی به بیمار تحویل می شود. البته حالت ایده آل این است که کارت هوشمند صادر شده و این اطلاعات در آن ذخیره سازی شود.

بیطرف صدور حدود ۵ درصد از نسخه های مراکز درمانی ملکی تأمین اجتماعی به صورت کاغذی را ناشی از مراجعات اورژانسی و برخی موارد دیگر عنوان کرد و گفت: روال کار در مراکز درمانی ملکی تأمین اجتماعی به این صورت است که پزشک در زمان تجویز دارو از طریق سامانه نسخ الکترونیک از موجودی انبار دارویی داروخانه مطلع می شود و می تواند دارویی را برای بیمار تجویز کند که در داروخانه مرکز درمانی موجود است. وی افزود: در صورتی که بیمار به دارویی که در مرکز موجود نیست و یا آزمایش یا تصویربرداری که در مرکز قابل انجام نیست؛ نیاز داشته باشد، از دفترچه کاغذی برای تجویز این داروها و یا آزمایش ها استفاده می شود و آن ۴ میلیون نسخه ای که در سیستم الکترونیک ایجاد نشده است نیز به همین موضوع ارتباط دارد.

بیطرف گفت: در سال گذشته از حدود ۴۰ میلیون نسخه ای که در مراکز ملکی تولید شده ۳۶ میلیون نسخه به صورت الکترونیک بوده است. با استفاده از اطلاعات بدست آمده از نسخه های الکترونیکی تولید شده، الگوی مصرف داروهای مختلف قابل بررسی است و از این طریق امکان کنترل و ارزیابی هزینه ها نیز فراهم می شود. وی ادامه داد: به عنوان مثال آنتی بیوتیک ها، مسکن ها و آرامبخش ها که از داروهای پرمصرف هستند و همچنین داروهای شیمی درمانی، روماتولوژی و نورولوژی که گران قیمت ترین داروها هستند برای ما بسیار مهم است که اثربخش و به جا تجویز شوند.



وی با تأکید بر اینکه سازمان تأمین اجتماعی متعهد به تأمین هزینه داروهای گران قیمت است، گفت: در حال حاضر برخی نسخ برای سازمان تأمین اجتماعی چند صد میلیون تومان هزینه دارند و این سازمان در پرداخت هزینه داروها محدودیت ندارد. موضوع این است که این داروها با روال منطقی و متناسب با معیارهای علمی تجویز شوند.

بیطرف با یاد آوری اینکه برنامه حذف دفترچه در مراکز درمانی ملکی تأمین اجتماعی در پایان سال ۹۵ تکمیل شده است، اظهار داشت: در سال جاری ارتقاء و بهینه سازی نرم افزاری در اجرای برنامه حذف دفترچه انجام شده است.

سازمان تامین اجتماعی ۴۲ میلیون بیمه شده دارد که ۱۸ نوع خدمت درمانی و بیمه ای به آنها ارائه می دهد.



اجرای ۵۰۰ طرح ICT روستایی در استان گیلان

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸ ||

تسنیم - مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات گیلان از اجرای ۵۰۰ طرح ICT روستایی در استان گیلان خبر داد.

به گزارش ایلنا از رشت، مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان گیلان بیان کرد: در تلاش هستیم تا علاوه بر توسعه زیرساخت‌های روستایی در حوزه فناوری اطلاعات بتوانیم آن‌ها را به بازارهای اقتصادی نیز متصل کنیم.

فرزاد توکلی با بیان اینکه این سازمان با نگاهی جدید به دنبال حمایت از استارت‌آپ‌های حوزه فناوری اطلاعات است تصریح کرد: در نگرش جدید این ما هستیم که به دنبال صاحبان ایده و تفکر هستیم و منتظر نمی‌مانیم تا آنان به ما مراجعه کنند.

مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان گیلان با اشاره به اهمیت توجه به مسئله بوم‌گردی و نیز توجه ویژه استاندار گیلان به این مسئله خاطرنشان کرد: حوزه بوم‌گردی حوزه‌ای گسترده برای فعالیت استارت‌آپ‌ها محسوب می‌شود.

وی با بیان اینکه انتظار می‌رود تا با روش‌های متنوع بازاریابی، بازارهای اقتصادی استان گیلان رونق و گسترش بیشتری پیدا کنند گفت: گسترش نوین به وجود آمده در حوزه حمل و نقل درون شهری نمونه‌ای از این گسترش‌ها است و در حال حاضر ۵ شرکت در این حوزه فعالیت می‌کنند.

توکلی با اشاره به روند اجرای طرح "دیجی روستا" اعلام کرد: هدف این طرح ارائه اینترنتی محصولات تولید شده روستائیان در حوزه صنایع دستی به اقشار مختلف مردم است.

مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان گیلان با بیان اینکه وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تمام ارکان لازم برای گسترش استارت‌آپ‌ها در روستاها را دارد افزود: در حال حاضر بیش از ۵۰۰ طرح ICT روستایی وجود دارد که نقطه اتصال فناوری با روستائیان است و انتظار می‌رود تا فعالیت بیشتری داشته باشند.



فقر تولید محتوای ملی در فضای مجازی و اتلاف وقت مخاطبان

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸ ||

بسیج - اگرچه بنابر آمارهای موجود تولید محتوای فارسی با سیری صعودی در فضای مجازی کشور روبرو بوده ، ولی هنوز نتوانسته از لحاظ تأثیرگذاری بر توسعه شاخصهای مطلوبیت مانند تحکیم بنیان خانواده و اشاعه فرهنگ اسلامی موثر باشد.

به گزارش خبرگزاری بسیج، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در پنجمین کنفرانس جهانی فضای مجازی که طی روزهای ۲۳ و ۲۴ نوامبر به میزبانی دهلی نو برگزار شد، از ۲۰ برابر شدن تعداد کاربران شبکه IP و چهار برابر شدن تولید محتوای فضای مجازی در داخل کشور خبر داد.

اگرچه رشد شاخص های کمی ارتباطات و فناوری اطلاعات (ICT) از عوامل مهم و تعیین کننده در ارزیابی توسعه یافتگی هر کشوری در سطح جهان است، اما نباید از تأثیرگذاری میزان رشد کیفی آن نیز غافل بود، زیرا که شاخص های کیفی از جمله تولید محتوای فاخر ملی رابطه مستقیمی با ارتقای سطح علمی، فرهنگی، اجتماعی و ... جامعه دارد.

از آنجایی که موقعیت راهبردی جمهوری اسلامی ایران در تعیین خط مشی ها و سیاست های کلان نظام بین الملل تثبیت شده و نقش غیرقابل انکار آن در مدیریت تحولات و روابط حاکم بر منطقه خاورمیانه به اثبات رسیده است، لذا تقویت فرهنگ ایرانی اسلامی و گسترش آن در همه سطوح و بخش ها به ویژه فضای مجازی از ضروریات اولویت دار کشور محسوب می شود.

چندین برابر شدن تولید محتوای داخلی فضای مجازی بدون سیاست گذاری هدفمند برای بهره برداری مفید از آن در گروه های متنوع مخاطبین، امریست که نه تنها از ارزش واقعی کارکردهای فضای مجازی در داخل کشور می کاهد بلکه راه را برای گسترش انواع آسیب های اجتماعی از طریق نشر اکاذیب و شایعات، مطالب غیر آموزنده و مغایر هنجار، تبلیغات آزار دهنده و ... می گشاید.



ایران در نوک پیکان مبارزه با استکبار جهانی قرار داشته و برخورداری از زیرساخت های فناورانه ICT در کشور بستری آماده را برای توسعه مدیریت هوشمند بر فضای مجازی داخلی و الگوسازی آن جهت صدور به سایر کشورهای اسلامی فراهم ساخته است. بی شک مدیریت نظام مند فضای مجازی و تولید و انتشار محتوایی در تراز حکومت اسلامی علاوه بر جلوگیری از اتلاف وقت کاربران و بهره برداری آنان از مطالب سودمند و اعتلا بخش، همچون سدی مستحکم در مقابل تهاجم فرهنگی دشمنان عمل خواهد کرد.

حضرت آیت الله خامنه ای (مد ظله العالی) در دیدار رئیس جمهور و اعضای شورای عالی فضای مجازی در شهریور سال ۱۳۹۴، این شورا را مرکز اصلی سیاستگذاری آگاهانه، مسئولانه و مقتدرانه در خصوص فضای مجازی خواندند و با اشاره به گسترش روزافزون و پرسرعت پدیده عظیم و بی نظیر فضای مجازی تأکید کردند: «باید با استفاده از توانایی ها و استعداد های جوان کشور و با سیاستگذاری صحیح و اقدامات سنجیده و هماهنگ و بدون از دست دادن زمان به سمت خروج از حالت انفعال در عرصه فضای مجازی، و حضور فعال و تأثیرگذار و تولید محتوای اسلامی متقن و جذاب حرکت کنیم.»

موانع تولید محتوای فارسی در فضای مجازی

این که چه نوع محتوایی و به چه میزان از آن نیاز داریم؟ برای چه طیفی از مخاطبین تولید می شود و چه کسی یا کسانی در تولید آن نقش دارند؟ چه ظرفیت ها و امکاناتی نیاز داریم؟ و نیز در کجا و در چه قالبی از این محتوا استفاده می شود؟ از جمله مهمترین سوالاتی است که پیش از تولید محتوایی ارزشمند باید به آنها پاسخ داد. عدم وجود برنامه ای راهبردی در حوزه سیاست گذاری درازمدت تولید محتوای هدفمند فارسی و اجرای آن منجر به کاهش کیفیت محتوای تولیدی در کشور شده است.

امیر خوراکیان، معاون محتوای مرکز ملی فضای مجازی در نشست خبری آبان ماه سال جاری با اصحاب رسانه گفت: «بیش از ۸۳ درصد کل محتوای جهان در فضای مجازی، تصویری است. ویدئوها در دنیا در ۳ سال اخیر دو برابر شده اند، و فیس بوک روزانه ۸ میلیارد بازدید ویدئو دارد.»



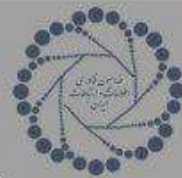
وی افزود: «در سال ۹۶ برای حمایت و توسعه محتوا، در کارگروهی بیش از ۹۰ موضوعی که مانعی برای تولید محتوا بوده را شناسایی کردیم و از این تعداد ۱۵ موضوع را در اولویت قرار داریم». وی به عناوین این موارد اشاره ای نکرد.

آسیب شناسی محتوای رسانه ای کشور و شناسایی حجم بالای موانع تولید محتوا خبر خوبی است و نشان از دغدغه مندی مسئولین در این حوزه دارد ولی از همه مهمتر اولویت بندی و اقدام برای رفع مهمترین این موانع است. ارزیابی وضعیت کنونی فضای مجازی کشور و ترسیم آینده ای روشن برای تحقق اهداف کلان ملی در این زمینه، نیازمند مشخص شدن دقیق نقاط قوت و ضعف در تولید محتوای داخلی و نیز تهدیدات و فرصت های پیش روی آن و تدوین سندی جامع است.

سید ابوالحسن فیروزآبادی دبیر شورای عالی فضای مجازی، آذر ماه امسال بیان کرد: «فعالیت ما در تولید ملی محتوا باید به گونه ای باشد که بتوانیم بخش اعظم اوقات فراغت یک شهروند ایرانی را تأمین کنیم؛ امیدواریم با تهیه سند جنبش تولید محتوا این امور به سهولت محقق شود.»

وی افزود: « ۹ سند داخل کمیسیون های مرکز ملی فضای مجازی به تصویب رسیده و در نوبت شورای عالی فضای مجازی قرار گرفته است؛ پس از تصویب، این اسناد رسانه ای می شود.»
وی ادامه داد: «در ذیل سند جنبش تولید محتوا، موضوع محتوای قرآنی بیشتر مورد توجه قرار می گیرد، اما به طور خاص، در این حوزه فعالیتی برنامه ریزی نشده است.»

مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی مواردی از قبیل ضعف تعریف نقشه راه برای تولید محتوا، عدم وجود اتحادیه ها و ضعف نهادهای قانونی، مشکلات معافیت های تولید کنندگان تولید محتوا، اجرا نشدن قانون کپی رایت، اجرا نشدن کامل قوانین مصوب شده در ایران، عدم نظارت صحیح بر محتواهای نشر یافته، نبود آموزش افراد در سازمان های متولی، فراهم نبودن زیرساخت، ناقص شکل گرفتن بازار محصولات دیجیتالی، ضعف حمایت از بخش خصوصی، حمایت نشدن تولیدکنندگان محتواهای ناب و ورود حاکمیت و دولت در حوزه رقابت با بخش خصوصی را از مهمترین موانع افزایش تولید محتوای



دیجیتالی می داند. در ادامه به بررسی برخی از مهمترین عناوین و موضوعاتی که محتوای بسیاری از پر تعدادترین صفحات اینترنتی و کانال ها در شبکه های اجتماعی مجازی به آنها تعلق دارند می پردازیم.

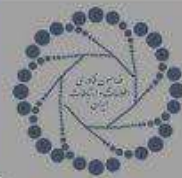
اخبار

سال ۲۰۰۸ میلادی سالی فراموش نشدنی در تاریخ ارتباطات جهانی به حساب می رود زیرا در این سال استفاده از اینترنت برای نخستین بار از روزنامه پیشی گرفت (۳۵ درصد) و به منبع اصلی دسترسی به خبرهای ملی و جهانی تبدیل شد.

به طور کلی حدود ۱۹ درصد از کاربرد اینترنت به مطالعه اخبار برمی گردد. با گسترش انواع خبرگزاری ها، وبسایت ها و پایگاه های خبری به ویژه طی سالیان اخیر در کشور، نشر خبر و بازنشر آن سهم زیادی از محتوای فضای مجازی را به خود اختصاص داده است. در این بین کانال های تلگرامی، صفحات اینستاگرامی و سایر راه های اطلاع رسانی در انواع شبکه های اجتماعی مجازی نیز جایگاه ویژه ای پیدا کرده اند.

حجم تولید و انتشار اخبار در دنیای امروز به حدی رسیده که زمینه فعالیت بسیاری از بنگاه های خبری را کاملاً اختصاصی و تنها به یک یا دو حوزه مشخص معطوف داشته است. جذابیت بالای فضای مجازی، سرعت زیاد انتشار اخبار، سهولت دسترسی، قیمت پایین، صرفه جویی در وقت و انرژی، و ... بسیاری از شبکه های تلویزیونی و رادیویی و همچنین روزنامه های پرتیراژ کشور را برای عقب نماندن از رقبای اینترنتی خود به راه اندازی وبسایت، کانال و صفحات مختلف در فضای مجازی، به منظور ارائه نسخه های آنلاین واداشته است. در همین ارتباط، دبیر شورای عالی فضای مجازی، در مراسم رونمایی از امضای الکترونیکی و احراز هویت قوه قضاییه، موضوع ۱۰ درصد کانال های تلگرامی در کشور را خبری ذکر کرد.

خبرگزاری فارس با میانگین روزانه ۱۵۰۰ تا ۱۷۰۰ تولید خبر و محتوا به تناسب ایام هفته، تولید بیش ترین محتوا به زبان فارسی در فضای مجازی را به خود اختصاص داده است. این خبرگزاری بیشترین میزان باز نشر خبر را در سایت ها و در سایر پیام رسان های مجازی و همین طور روزنامه ها داشته و روزانه حدود یک



میلیون و ۵۰۰ کاربر انحصاری صفحه اول دارد. به گفته سید نظام الدین موسوی مدیرعامل پیشین خبرگزاری فارس، روزانه ۸ تا ۱۰ میلیون صفحه از این خبرگزاری بازدید می شود.

از مهمترین آسیب هایی که در حوزه خبر باعث کاهش کیفیت محتوای ملی شده، و به طور غالب از سوی رسانه های بی اعتبار و کم اعتبار یا به عبارتی ”رسانه های زرد“ صورت می گیرد، می توان به نشر اکاذیب، اهانت، افترا، دامن زدن به شایعات و نیز جعل و تحریف اخبار اشاره کرد. این امر نه تنها منجر به اتلاف وقت و بی اعتمادی خوانندگان می شود بلکه در بیشتر موارد با ایجاد تشویش و تفرقه در جامعه قصد آسیب رساندن به اساس و تضعیف نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران را دارد.

موارد مذکور که اغلب از سوی رسانه های معاند نظام در خارج از کشور تولید و توسط برخی پایگاه های شایعه پراکنی در فضای مجازی و شبکه های اجتماعی داخل و در حجمی بسیار گسترده منتشر می شوند از نمونه های بارز افزایش میزان محتوای بی ارزش در فضای مجازی کشور هستند.

محمد علی اخوان فلاحتکار فعال فضای مجازی و مدیر مسئول رسانه خبری بامردم در گفت و گو با خبرگزاری علم و فناوری با اشاره به لزوم مدیریت محتوای شبکه های اجتماعی از سوی دستگاه های اجرایی ذیربط تصریح کرد: تدوین قوانین موثر و ضمانت اجرای مناسب برای آن از ضروریات غیر قابل انکار به منظور بهینه سازی محتوای منتشر شده در فضای مجازیست.

اخوان فلاحتکار با تأکید بر اهمیت راه اندازی شبکه های اجتماعی ملی به منظور بسط فرهنگ ایرانی اسلامی و جلوگیری از تاثیرات منفی اشاعه محتوای بیگانه و مخرب در کشور گفت: شبکه های مجازی که خواستگاه آنها دنیای غرب بوده، امروز به یکی از پر کاربردترین ابزارهای تولید و انتشار محتوا در کشور تبدیل شده و به آسانی راه نفوذ و تسلط خود را بر طرز فکر، اندیشه ها و سبک زندگی جامعه ایرانی گشوده است.

وی با اشاره به توسعه خبرگزاری ها و پایگاه های خبری در کشور افزود: کیفیت تولید محتوای خبری به عوامل مختلفی همچون آموزش صحیح خبرنگاران حرفه ای، تربیت عکاسان خبری، ویرایش محتوایی و دستوری متون قبل از انتشار، بی طرفی در تولید خبر، انتقال بی کم و کاست و صریح وقایع، پرهیز از بزرگنمایی،



افزایش تولید و کاهش بازنشر، عدم دامن زدن به شایعات بی پایه و اساس، پایبندی به قانون مطبوعات، رعایت اصول خبر نویسی و ... بستگی دارد.

اخوان فلاحتکار با اشاره به سطح فکری بالا، اطلاعات جامع و دانش مداری ایرانیان اظهار کرد: مردم کشورمان به درستی قدرت تشخیص و تمایز محتوای تولیدی انواع رسانه های خبری در کشور را داشته و به راحتی تحت تأثیر شایعات و اخبار دروغین قرار نمی گیرند.

وی با بیان اینکه رسانه ها باید مسئولانه در راستای توسعه پایدار کشور و سالم سازی فضای جامعه بکوشند، گفت: رسالت امروز رسانه های کشور باید محتوا سازی در حوزه ترویج و توسعه الگوی اقتصاد مقاومتی، به تصویر کشیدن چهره و ماهیت تروریسم، بازخوانی دستاوردهای انقلاب برای نسل جوان و نیز تلاش برای آگاه سازی و بصیرت افزایی جامعه باشد.

تبلیغات تجاری

تبلیغات ابزاری موثر بوده که می توان از آن برای عرضه محصولات در بازار، بر مبنای برقراری ارتباط با مشتریان بهره گرفت و از دو حوزه اصلی "بازاریابی" و "ارتباط" برخوردار است. هدف از بازاریابی ایجاد، برقراری ارتباط و رساندن ارزش به مشتری بوده و هدف از ارتباط ایجاد یک عقیده و نظر واحد بین یک فرستنده و یک گیرنده است. به عبارتی تبلیغات، فعالیتی ارتباطی بوده که با اطلاع رسانی و اثرگذاری بر دیگران اجرا می شود. امروزه شبکه های اجتماعی جایگاه مناسبی در بین عموم مردم به دست آورده اند به طوری که حدود ۲۷ درصد از زمینه های کاربرد اینترنت به این شبکه ها برمی گردد. و برندهای مطرح دنیا با تولید محتوای مرتبط و بهینه، از این رسانه های سودمند برای رقابت و حفظ جایگاه و محبوبیت خود بهره می برند.

توسعه شبکه های اجتماعی ارتباط آسان و ارزان قیمتی را بین بازدیدکنندگان و ارائه دهندگان خدمات و همچنین خریداران و فروشندگان محصولات مختلف فراهم آورده و ارتباط بین سازمان ها و شرکت ها را نیز به نحوی موثر ارتقا بخشیده است. در جهان امروز تبلیغات اینترنتی به یکی از مهمترین و موثرترین ابزارهای



بازاریابی و فروش تبدیل شده و گاهی در این راستا هزینه های گزافی از سوی افراد و بنگاه های مختلف اقتصادی در همه جای دنیا صورت می گیرد.

سهم بالایی از کانال ها و صفحات ایجاد شده در شبکه های مجازی داخل کشور نیز به تبلیغات انواع محصولات داخلی و خارجی اختصاص دارند و یا در پوشش های مختلف از قبیل باز نشر اخبار رسانه ها، به این هدف اصلی از ایجاد خود می پردازند. خدمات اختصاصی که از طریق تولید محتوا برای تبلیغات و تجارت الکترونیک به کاربران شبکه های اجتماعی ارائه می شود، بستری پویا برای رشد و گسترش مشاغل و ارتباط بین شرکت ها و متخصصین فراهم آورده است.

بر اساس آمار ارائه شده از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی حدود ۸۹۶۸ کانون تبلیغاتی در کشور مشغول به فعالیت و تولید محتوای تبلیغات بازرگانی هستند. اگر چه آمار دقیقی از عملکرد این موسسات در فضای مجازی موجود نیست اما چنانچه تنها نیمی از این کانون ها تمرکز اصلی خود را بر شیوه های مدرن تبلیغاتی از طریق شبکه های اجتماعی مجازی معطوف دارند، حجم عظیمی از محتوای تبلیغاتی فضای مجازی کشور را تحت احاطه خود خواهند گرفت. تبلیغات به صورت بنرهای انیمیشن، تیزرهای تبلیغاتی کوتاه و خلاصانه، برنامه های اندروید و آی او اس از نمونه های رایج ساختاری تبلیغات قابل ارائه در فضای مجازی هستند.

مهیار ذاکر جعفری، مدیر یکی از کانون های تبلیغاتی کشور در گفت و گو با خبرگزاری علم و فناوری با اشاره به استقبال بی نظیر شرکت ها و موسسات تجاری به بازاریابی و تبلیغات از طریق شبکه های اجتماعی تصریح کرد: طی سال های اخیر و گسترش انواع پیام رسان ها، موج جدید و قابل توجهی از تقاضا برای معرفی محصولات در فضای مجازی شکل گرفته است.

ذاکر جعفری با بیان اینکه تلگرام و اینستاگرام در صدر تقاضا برای تبلیغات قرار دارند، افزود: استقبال از این فضا تا حدی است که برخی کانال ها و صفحات پر مخاطب در شبکه های اجتماعی مذکور با قیمت های چند ده میلیونی از سوی شرکت های تبلیغاتی خرید و فروش می شوند.



وی با تأکید بر اثرگذاری بالا و مزایای پر تعداد بازاریابی و تبلیغات از طریق شبکه های مجازی گفت: دسترسی سریع، سرعت و سهولت بالای انتقال اطلاعات، هزینه پایین، برندسازی، تعداد فراوان مخاطبین، امکان درگیری مخاطب و نظرخواهی از او و ...، از جمله برتری های این شبکه ها نسبت به سایر روش ها و بسترهای تبلیغاتی است.

ذاکر جعفری تبلیغات در شبکه های اجتماعی را به صرفه تر از انواع رسانه های مکتوب، صوتی و تصویری دانست و اظهار کرد: هزینه تبلیغات در کانال ها و صفحات این شبکه ها با توجه به تعداد اعضا و همچنین حقیقی بودن آنها از حدود مبلغ ۳۰ هزار تا بیش از یک میلیون تومان است.

وی تولید محتوای جذاب، اعتمادساز و مفهومی را از لازمه های یک تبلیغات هوشمند ذکر کرد و افزود: محتوای تبلیغاتی باید روایت گر، سرگرم کننده و پویا باشد به گونه ای که مرز میان تبلیغ و سرگرمی به آرامی محو شده و به شکلی خلاق مخاطبین را به تماشای آن وادارد.

تبلیغات محصولات غیرایرانی و یا بی کیفیت نه تنها موجب اتلاف وقت و هزینه مردم می شود، بلکه با تأثیری که بر تغییر سبک زندگی جامعه و ترویج مصرف گرایی و رفاه طلبی دارد، صدمات جبران ناپذیری را به بدنه اقتصاد کشور وارد می سازد. از طرف دیگر تبلیغات اصولی و هدفمند محصولات ملی و پرهیز از دروغ و بزرگنمایی، که در راستای رونق تولید داخلی و بهبود معیشت کارگران و تولید کنندگان کشور صورت گیرد عملی شایسته و همسو با تحقق آرمان های والای اقتصاد مقاومتی است.

بازی و سرگرمی

علل گوناگونی از جمله ضعف در حوزه قوانین فضای مجازی، مالکیت معنوی، هویت بخشی و احراز هویت در کشور، منجر به رکود و عدم پیگیری جدی فعالیت های اقتصادی در این فضا و افزایش توجه به حوزه بازی و سرگرمی در آن شده است. به گفته دبیر شورای عالی فضای مجازی، هدف بیشتر استفاده کنندگان و مخاطبان فضای مجازی از حضور در این فضا تامین سرگرمی است، و سهم مواردی نظیر تامین ارتباطات، اطلاع رسانی و خدمات در آن بسیار محدود است.



برای مثال موضوع ۳۸ درصد کانال های ایجاد شده در تلگرام، که نخستین بار در سال ۲۰۱۳ میلادی وارد ایران شد و امروز در مقایسه با دیگر اپلیکشن های پیام رسان در کشور با حدود ۵۸,۴ درصد افراد ۱۸ سال به بالای جامعه بر سکوی نخست شبکه های اجتماعی قرار داشته، به بازی و سرگرمی اختصاص دارد. هم اکنون حدود ۴۰ میلیون اکانت از کاربران ایرانی در تلگرام وجود دارد و هر کاربر به طور متوسط در ۱۸ کانال عضو است.

اهمیت این موضوع زمانی مشخص تر می شود که بدانیم براساس آمارهای مرکز ملی فضای مجازی تعداد مطالب منتشر شده در کانال های عمومی تلگرامی رکورد انتشار یک میلیارد مطلب را شکسته و به محتوای کل صفحات سایت های فارسی زبان در اینترنت که حدود ۱,۲ میلیارد تخمین زده می شود، نزدیک شده است.

نشر و باز نشر چندین باره مطالب، حاوی گفتگو های تکراری، بی محتوا و بی اثر با چهره های مشهوری از قبیل بازیگران، ورزشکاران و ...، در قالب های متن، عکس نوشته، صوت و ویدئو که هیچ گونه محتوای مفیدی را انتقال نداده و حتی در برخی موارد در جامعه هنری، ورزشی و ... کشور ایجاد چالش می کنند، و همین طور انواع جوک های قومی و محلی که پیامدی جز ایجاد و دامن زدن به نفاق نداشته و باعث کمرنگ شدن همدلی و همزبانی در جامعه ایرانی می شوند، از جمله پربازدیدترین مطالب سرگرم کننده این روزهای فضای مجازی کشور شناخته می شوند.

از آنجا که فضای مجازی یک جامعه اسلامی نباید جدای از هنجارها و اصول حاکم بر واقعیت های جاری در آن باشد، لازم است چارچوب های دین مدار و قانونمندی برای ایجاد تحولات سازنده و تولید محتوای پاک و سودمند ایرانی اسلامی فراهم شود. در این بین، توجه به سلیقه مخاطب ایرانی و تلاش برای بالا بردن شناخت وی از مفهوم و ارزش محتوای سرگرم کننده در فضای مجازی و نیز ارتقاء سطح توقع او از این محتوا باید در اولویت قرار داشته باشد.



امروزه دسترسی به مطالب سرگرم کننده که در ضمن سرگرمی انتقال دهنده شاخص های فرهنگ و تمدن اصیل ایرانی اسلامی بوده و از مولفه های اثرگذاری بر مخاطبین برخوردار باشند، کم نیست. تاریخ کهن سرزمین ما شاهد نویسندگان، شاعران و ادیبان فرزانه ای بوده که آثار گرانبخششان همواره احیا کننده تمدن و فرهنگ گذشتگان این مرز و بوم بوده و هست. چه منبعی والاتر و ارزشمندتر از نکات علمی و تربیتی موجود در آیه های قرآن کریم که با در اختیار قرار دادن ترجمه آنها در قالب های مدرن، کوتاه و موجز می توان علاوه بر کیفی سازی اوقات فراغت جامعه، گامی موثر در مسیر اسلامی سازی فضای مجازی کشور برداشت. اشعار، حکایت ها و نثرهای کوتاه، آموزنده و خواندنی از ادیبان و نویسندگانی همچون عبید زاکانی، ایرج میرزا، علی اکبر دهخدا، جلال آل احمد، سید محمد علی جمالزاده، کیومرث صابری فومنی، ناصر فیض و ...، محتوایی ارزشمند و شایسته را برای جبران خلاء محتوایی در حوزه سرگرمی های سازنده فضای مجازی، به بهترین وجه مهیا ساخته است.

توسعه اینترنت پرسرعت به خصوص نسل های سوم و چهارم اینترنت همراه، تا حد زیادی توانسته است بسترهای مورد نیاز را برای انجام بازی های آنلاین فراهم کند. بازی های خارجی رایانه ای و آنلاین که به صورت هوشمند طراحی شده و امکان ذخیره سازی اطلاعات، تصویربرداری از بازی کننده و تشخیص مکان زندگی وی از طریق نرم افزارهای مکان یابی را دارند و در آنها کاربران به صورت آنلاین با سایر بازی کننده ها و پشتیبان نرم افزار بازی در ارتباط هستند، در فضای مجازی کشورمان به وفور یافت می شوند. تبلیغات ماهواره ای و کانال های غیر رسمی موجب شده اند که این بازی ها کاربران بسیاری را در داخل کشور مجذوب خود کنند و از این طریق به اهداف خود به منظور نفوذ فرهنگی در جامعه ایرانی جامع عمل بپوشانند.

رهبر معظم انقلاب (مد ظله العالی) در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی در آذر ماه سال ۱۳۹۲، تهاجم فرهنگی را حقیقتی دانستند که از سوی دشمنان برای اثرگذاری بر ذهن و رفتار جوانان، نوجوانان و حتی کودکان ملت ما صورت می گیرد. ایشان در این دیدار فرمودند: «برخی بازی های رایانه ای و اسباب بازی های وارداتی از جمله مصداق هایی است که در ترویج رفتار و سبک زندگی غربی در ذهن کودکان، نوجوانان و



جوانان ایرانی تأثیرگذاری می‌کند. ... بازی تولید و ترویج کنید، ما همه اش نباید نگاه کنیم ببینیم که غربی‌ها از چه جور بازی‌ای حمایت می‌کنند، ما هم از همان بازی حمایت بکنیم».

طی سال‌های اخیر فعالیت‌های خوبی در حوزه تولید بازی‌های با کیفیت رایانه‌ای و موبایل و نیز توسعه و ترویج آن در فضای مجازی کشور صورت گرفته است. بنابر گزارش ارائه شده از سوی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای، کاربران ایرانی به طور متوسط روزانه ۷۹ دقیقه را صرف این بازی‌ها کرده که ۶۵ درصد از این زمان صرف بازی با گوشی می‌شود. اطلاع از این ظرفیت ویژه در داخل کشور، تولیدکنندگان داخلی را به افزایش کمیت و کیفیت تولید و عرضه صدها عنوان بازی مخصوص موبایل و شبکه‌های اجتماعی مجازی واداشته که با استقبال مناسبی از سوی کاربران مواجه شده است.

کاربرد اینترنت برای خرید و انجام امور بانکی، مطالعه اخبار و جستجوی اطلاعات به بخش بزرگی از زندگی ایرانیان تبدیل شده است که در این بین فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مختلف از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. نیازسنجی، سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، آسیب‌شناسی و ارزش‌گذاری در حوزه تولید محتوای فضای مجازی، نیازمند تدوین سندی جامع در این زمینه است، تا اینکه نقشه راه به درستی مشخص شده و با اجرای اقدامات موثر از صرف هزینه و وقت بی‌مورد پرهیز شود.

برای تولید محتوای فاخر ملی شناسایی تمامی مولفه‌های ارزشمند فرهنگ ایرانی اسلامی قابل ارائه در چارچوب‌های مختلف برای فضای مجازی و نیز اطلاع از عوامل تأثیرگذار بر کنش و واکنش‌های روزمره در بطن جامعه ایرانی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. استفاده از ظرفیت‌های داخلی و شبکه‌سازی بین محققین، مخترعین، نخبگان، ایده‌پردازان، برنامه‌سازان، و متخصصین رشته‌های مختلف در کشور قادر است بسترساز تحولات مثبتی در حوزه تولید محتوای ملی باشد.



صالحی: ارتقاء سهم وقف در خدمات فرهنگی و اجتماعی یک ضرورت است/ توجه به دولت

الکترونیک از اتفاقات مثبت سازمان اوقاف است

|| تاریخ انتشار: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸ ||

آریا - وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با بیان اینکه باید مراقب بود تا سهم حوزه های دینی و قرآنی از وقف کاهش نیابد گفت: امروز می توانیم در حوزه های خدمات اجتماعی و فرهنگی با بهره گیری از دیدگاه ها و نظرات کارشناسان و صاحب نظران امر و ابتکارهای جدید، سهم وقف را در این عرصه مهم و مورد نیاز ارتقاء بدهیم. به گزارش روابط عمومی سازمان اوقاف و امور خیریه، سیدعباس صالحی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی پیش از ظهر امروز در دیدار با رییس و معاونان سازمان اوقاف و امور خیریه با بیان این مطلب افزود: سازمان اوقاف و امور خیریه با توجه به مأموریت های محوله در سه بخش قرآن، موقوفات و بقاع متبرکه یکی از سازمان های مورد اهمیت و احترام به شمار می رود و گزارشی که از عملکرد این سازمان طی سال های اخیر ارائه شد، نشان دهنده اتفاقات خوبی است که در سطح کلان این سازمان و حوزه های سهگانه رخ داده است.

وی با بیان اینکه باید برای پیشبرد فعالیت ها، برنامه کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت داشته باشیم تصریح کرد: برنامه ریزی در سازمان اوقاف در قالب میان مدت و بلند مدت و ۵ ساله و توجه به دولت الکترونیک از اتفاقات مثبت این سازمان در سال های اخیر است.

وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با تاکید بر اینکه باید به سمت حذف مراجعات حضوری مردم به مجموعه سازمان اوقاف و امور خیریه و نوسازی ساختار حرکت کنیم تاکید کرد: نظام تثبیت اسناد و اطلاعات موقوفات و بقاع متبرکه و شفاف سازی حوزه های مبهم از جمله رویکردها و اتفاقات خوبی است که در سازمان اوقاف در این سال ها دنبال شده است.

صالحی امانتداری موقوفات در سازمان اوقاف را یکی از کارهای دشوار برشمرد و افزود: امانتداری و نگهداری از موقوفات و اجرای نیاتواقفین یکی از کارهای سخت و دشوار در سازمان اوقاف به شمار می آید و در تفکر



دینیمما هم بسیار روی آن تاکید شده است، بنابراین سازمان به دلیل امانتداری حجم گسترده‌های از موقوفات دارای مسئولیت شرعی و حقوقی بالایی است.

وی ادامه داد: اجرای نیات واقفان، ثبت و اجرای اطلاعات موقوفات و شفافیت از جمله گام‌های خوبی است که طی این سال‌ها برداشته شده و سازمان‌اوقاف به دنبال روان‌سازی پاسخگویی و جلوگیری از ایجاد سوء تفاهم است.

عضو کابینه دولت دوازدهم با اشاره به توسعه فرهنگ وقف و ایجاد تنوع در موضوعات وقف‌های جدید تصریح کرد: انتشار اوراق وقف و تبلیغ و ترویج وقف‌های جمعی به منظور زمینه‌سازی حضور اقشار مختلف مردم، یکی از روش‌های کارآمدسازی فرهنگ وقف در دنیای جدید است که گزارش ارائه شده حاکی از پیشرفت‌های امیدوارکننده در این عرصه است.

وزیر فرهنگ و ارشاد دولت دوازدهم شفاف‌سازی نسبت به عواید موقوفات را یکی از رویکردهای مورد توجه در این سازمان دانست و افزود: ایجاد تصویر درست و شفاف از سازمان اوقاف و عواید موقوفات یکی از ضروریات است که موجب ایجاد اعتماد بیشتر در سطوح مختلف دولت، مجلس و دستگاه‌های اجرائی و مردم می‌شود.

وی با تاکید بر یافتن راهکارهایی برای حضور و ارتقاء سهموقف در عرصه‌های دانش و فرهنگ خاطرنشان کرد: سابقه کشور ما در این عرصه بسیار گسترده و دیرین است، اما می‌توان از تجربیات سایر کشورها هم در این زمینه بهره‌گرفته‌طوری که هم از قوت‌ها و امتیازهای گذشته سنت وقف بهره‌برد و هم در عرصه‌های جدید فرهنگ و دانش سهم و جایگاه جدی‌تری برای وقف و نیات خیرخواهانه ایجاد کرد.

صالحی با تاکید بر اینکه باید مراقب بود سهم حوزه‌هایدینی و قرآنی از وقف کاهش پیدا نکند تاکید کرد: امروز می‌توانیم در حوزه‌های خدمات اجتماعی و فرهنگی، وقف را به عنوان یک پشتوانه جدید قرار بدهیم و در این زمینه نیاز است با ارائه راهکار و ابتکارهای جدید، از دیدگاه‌ها و نظرات کارشناسان برای ارتقاء سهم وقف بهره‌بریم.



وی با اشاره به اینکه ارتقاء سهم وقف در خدمات فرهنگی واجتماعی می تواند یکی از محورهای همکاری مشترک وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان اوقاف باشد، خواستار برنامه ریزی در این زمینه به منظور ارتقاء سهم وقف وموقوفات در خدمات فرهنگی واجتماعی شد.

عضو کابینه دولت دوازدهم با تاکید بر ضرورت ارتقاء تعاملاتسازمان اوقاف و دولت و دستگاه های اجرائی تصریح کرد: باید احساس مشارکت و انگیزه لازم را در سازمان های دولتی برای تعامل با سازمان اوقاف ایجاد کرد،چرا که نظام مشارکتهای اجتماعی ایجاب می کند این فضا تقویت شده و توسعه یابد.

وی یکی از مزایای تعامل با دستگاه های همسو و مرتبط راآشنایی و ارتقاء سطح همکاری ها در حوزه وقف دانست و افزود: در این زمینه لازم استتفاهم نامه هایی با سازمان های دولتی منعقد شود تا دستگاه های اجرائی و دولتی درحوزه وقف فعالانه تر ورود کنند.

وی در پایان با قدردانی از تلاش های صورت گرفته در مجموعهسازمان اوقاف و ادارات تابعه، این سازمان را پایگاه مهم قرآن و عترت برشمرد وهمگرایی و هم افزایی بیشتر را در عرصه های فعالیت های قرآنی و دینی خواستار شد.

وبسایت: www.iictf.ir

پست الکترونیک: Talaei@iictf.ir

تلفن: ۸۸۵۱۱۷۲۱

تهران، خیابان بهشتی، خیابان پاکستان، کوچه حکیمی، پلاک ۱۵، طبقه پنجم شرقی

