



وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات
مرکز تحقیقات مخابرات ایران

www.itrc.ac.ir

مدل های ارزیابی

کمی و کیفی

محتوای الکترونیکی بومی



پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات



دیده بان فاوا

خلاصه مدیریتی

محتوای الکترونیکی بیش از پیش به یک عامل مهم و فراگیر در توسعه اقتصادی و اجتماعی تبدیل شده است. ارتباطات سرعت بالا به موازات پهنای باند ارتقاء یافته، کاهش هزینه‌های دسترسی به خدمات ICT، نوآوری در تجهیزات و برنامه‌های کاربردی و کاهش موانع ورود به بازار، موجب ایجاد روش‌های نوینی در تولید، توزیع، حفظ و دسترسی به محتوای الکترونیکی شده است. در اقتصادهای دانش‌تنیده، فعالیت‌های غنی از اطلاعات که در آن محتوای الکترونیکی تولید، جمع‌آوری، مدیریت، پردازش، ذخیره‌سازی، توزیع شده و در دسترس قرار می‌گیرند در حال گسترش به طیف وسیعی از صنایع هستند که نیازمند ایجاد خلاقیت، رشد و اشتغال در بخش‌های مختلف می‌باشند. آنچه مسلم است، محتوای الکترونیکی در حال تبدیل به هسته مرکزی بسیاری از حوزه‌ها و خدمات از قبیل تحقیقات، سلامت، آموزش، دانش و خدمات فرهنگی، اجتماعی و دولتی می‌باشد. از طرفی اهمیت و نقش محتوای الکترونیکی در پیشبرد اهداف و سیاست‌های حاکمیتی به خصوص در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات تا حدی است که کشورهای توسعه‌یافته بر این نکته تأکید دارند که آنچه امروزه محور اصلی توسعه محسوب می‌شود دیگر فناوری نبوده، بلکه اطلاعات و محتوای الکترونیکی نقش‌آفرینی می‌کند. این موضوع کشورها را ترغیب نموده که با انجام اقدامات لازم در زمینه‌های قانونگذاری، تدوین سیاست‌ها و خط‌مشی‌ها در حوزه محتوای الکترونیکی، درصدد غلبه بر مشکلات و بهره‌برداری از فرصت‌ها و بهره‌مندی از مزایای تحول‌آفرین محتوای الکترونیکی باشند. در این میان تشویق و ترغیب دسترسی گسترده به اطلاعات و محتوا و همچنین توزیع گسترده آن، تمرکز بر تنوع و کیفیت محتوای الکترونیکی، ترویج استفاده از فناوری اطلاعات در مشاغل و جامعه، ارتقاء سواد اطلاعاتی، حفاظت از دارایی‌های فکری، فراهم کردن سازوکارهای لازم جهت حفظ امنیت اطلاعات و حریم خصوصی و کاهش محتوای زیانبار از جمله اهداف حائز اهمیت هستند که دولت‌ها در راستای توسعه محتوای الکترونیکی اتخاذ نموده‌اند.

از اینرو، یکی از چالش‌های اصلی تدوین سیاست‌ها و اجرای برنامه‌های مناسب در حوزه توسعه محتوای الکترونیکی است که می‌تواند به افزایش سهم محتوای الکترونیکی در رشد و رفاه در سطح کشور کمک کرده و بهره‌مندی از منافع آن را برای همگان میسر سازد. علاوه بر آن، از نکات حائز اهمیت در خصوص محتوای الکترونیکی که در سطح ملی و در سطوح بین‌المللی مطرح است، چالش‌ها و مشکلات مفهوم‌سازی، طبقه‌بندی و اندازه‌گیری محتوای الکترونیکی می‌باشد. بنابراین، بهره‌مندی از ابزارهایی که امکان رصد و پایش سیاست‌ها و برنامه‌های تدوین شده را فراهم می‌سازند، در قالب چارچوب‌ها، مدل‌ها و همچنین شاخص‌های مرتبط با آنها امکان ارائه ارزیابی و تحلیل در این حوزه را فراهم می‌کنند.

بسیاری از کشورها تشخیص داده‌اند که نیاز به بهبود شیوه اندازه‌گیری محتوای الکترونیکی بومی و اندازه‌گیری میزان توسعه آن وجود دارد، به ویژه، ساختار، مقیاس و پیشرفت بخش محتوای الکترونیکی به نظر نمی‌رسد که بطور کافی مورد سنجش قرار گرفته باشد و در این زمینه‌ها ابهامات بسیاری وجود دارد. با توجه به اینکه در کشور ما از میان ذینفعان شناخته شده این حوزه، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات نقش مهمی در برنامه‌ریزی، حمایت و نظارت بر توسعه محصولات و خدمات محتوای الکترونیکی بومی دارد، ضروری است که اقدامات لازم در این زمینه از منظر تدوین برنامه‌های مناسب در قالب طرح‌ها و انجام پروژه‌های مرتبط جهت رویارویی با چالش‌های توسعه محتوای دیجیتال و رفع نیازمندی‌های این حوزه صورت گیرد.

بهره‌گیری از مدل‌های ارزیابی مناسب جهت سنجش محتوای الکترونیکی، گامی ضروری در جهت تسهیل توسعه و غنی‌سازی کمی و کیفی محتوای الکترونیکی بومی به عنوان پایه و راهنمای تصمیم‌گیری‌های اساسی برای راهبری، نظارت و استمرار توسعه محتوای الکترونیکی در سطح ملی در راستای تحقق اهداف محتوایی و ساختاری در این حوزه می‌باشد. برنامه‌ریزی صحیح برای توسعه محتوای الکترونیکی بومی بدون داشتن استراتژی و اهداف کلان توسعه منطقی نیست. یکی

از مهمترین گام‌ها جهت تدوین یک استراتژی کلان برای مدیریت محتوای الکترونیکی در کشور، شناسایی ابعاد محتوا و اصول ارزیابی آن است تا بدین طریق امکان تبیین مکانیزم‌های کسب ارزش از محتوا و ایجاد منافع برای گروه‌های مختلف در جامعه در سطح ملی فراهم گردد. محتوای الکترونیکی بومی توسط ذینفعان مختلف اعم از افراد و یا کسب و کارهای مختلف خلق می‌شود و نهادهای مسئول با درک اهمیت خلق ارزش و کسب منافع اقتصادی از آن، می‌بایست بیش از پیش به مدیریت این محتوا در زنجیره ارزش و ارزیابی آن در کشور بها دهند.

بطور کلی، مخاطبین مدل‌های ارزیابی پیشنهادی را می‌توان در سه دسته حاکمیت، بخش خصوصی و جامعه تقسیم‌بندی نمود که هر یک بر مبنای نوع اهداف و فعالیت خود، نقش خاصی را در زنجیره ارزش محتوای الکترونیکی بازی می‌کنند.

- حاکمیت: وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، تأمین‌کنندگان زیرساخت ارتباطات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شورای عالی فضای مجازی، مرکز ملی فضای مجازی، کمیته تشخیص مصادیق محتوای مجرمانه، قوه قضائیه، مجلس شورای اسلامی، ...
- بخش خصوصی: سرمایه‌گذاران، استارت‌آپ‌ها و شتاب‌دهنده‌ها، تأمین‌کنندگان خدمات ارتباطی، فعالان حوزه محتوا، تولیدکنندگان نرم‌افزار و پلتفرم، ...
- جامعه: مردم، دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی، رسانه‌ها و ...

۱- مقدمه

از آنجاییکه در حال حاضر، کمیت و کیفیت محتوای الکترونیکی بومی در فضای مجازی در سطح مطلوبی نبوده و همچنین شاخص های مشخص و مدونی جهت ارزیابی کمی و کیفی محتوای الکترونیکی نیز وجود ندارد، هدف اصلی این گزارش ارائه مدل ارزیابی مناسب جهت سنجش محتوای الکترونیکی بومی در راستای افزایش توسعه کمی و کیفی محتوای الکترونیکی در کشور می باشد. ارائه شاخص های ارزیابی کمی و کیفی محتوای الکترونیکی بومی و همچنین شناسایی ویژگی ها و نیازمندی های اصلی آنها جهت بکارگیری درست و مناسب این شاخص ها، باعث شناسایی فرصت ها، چالش ها و محدودیت ها و مشکلات تولید و کاربست محتوای الکترونیکی بومی، دسترسی به دانش فنی و راهبردی ارزیابی محتوای الکترونیکی بومی و همچنین فراهم آمدن امکان مدیریت و نظارت دقیق بر توسعه کمی و کیفی محتوای الکترونیکی بومی در فضای مجازی کشور می شود. به عبارت دیگر تدوین مدلی مناسب برای سنجش محتوا، گامی ضروری در جهت تسهیل توسعه و غنی سازی کمی و کیفی محتوای الکترونیکی بومی و مبنای تصمیم گیری های اساسی برای راهبری و پایش مستمر توسعه محتوای الکترونیکی بومی در سطح ملی می باشد.

در راستای دستیابی به مدل ارزیابی کمی و کیفی مناسب، ضمن مطالعه و بررسی ابعاد مختلف حوزه محتوای الکترونیکی، تعدادی از مدل های مختلف مطرح در این حوزه مورد بررسی قرار گرفته است. نکته ای که از این مدل ها قابل درک است، محدودیت کارکرد هر یک به دلیل تمرکز در زمینه خاصی از ابعاد توسعه و ارزیابی محتوای الکترونیکی و عدم پوشش ابعاد و جوانب مختلف پایش محتوا به صورت جامع است. بنظر می رسد از بین مدل های مطرح شده، انتخاب یک مدل ترکیبی مناسب ترین پاسخ برای تهیه یک مدل ارزیابی تدقیق شده باشد. در گام بعد، به منظور استخراج اهداف کلان در حوزه محتوا و تعیین شاخص ها و سنجه های مطلوب برای سنجش و ارزیابی این فضا، پژوهش های داخلی و مدل ها و چارچوب های سنجش و ارزیابی مطرح در سطح بین المللی بررسی شده است. همچنین تجربیات کشورها و اسناد داخلی نیز به عنوان بخشی از ورودی های استخراج شاخص ها و سنجه های ارزیابی محتوا مورد مطالعه قرار گرفته است. به علاوه نتایج حاصل از مشاوره با خبرگان نیز دیگر ورودی این بخش می باشد.

۲- محتوای الکترونیکی بومی

برای محتوای بومی تعریفی واحد وجود ندارد. یونسکو و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۱ تمامی محتوای الکترونیکی که زبان کاربر آن با زبان تولیدکننده آن یکی باشد را محتوای بومی در نظر می گیرند. اتحادیه بین المللی مخابرات، اصطلاح محتوا را برای تمامی اطلاعات و داده های در دسترس در بسترها و خدمات دیجیتال به کار می برد. بر اساس این تعریف، اطلاعات موجود در بسترهای پخش^۲، پیامک ها و برنامه های تلفن همراه، همچنین محتوای موجود در اینترنت، مصادیقی از محتوا هستند. اصطلاح محتوای برخط، به محتوای موجود در اینترنت، از جمله صفحات وب، محتوای بسترهای رسانه های اجتماعی، متن، صوت، ویدیو و سایر مطالب قابل انتقال اشاره دارد.

^۱ OECD

^۲ Broadcasting

تعریفی که در پژوهش حاضر برای محتوای الکترونیکی در نظر گرفته شده است، عبارت است از: "محتوای الکترونیکی، عنصری است که قصدنگر بوده و بر روی آن پردازشی فنی، معنایی یا ساختاری صورت گرفته باشد و در ضمن به ارائه و انتشار اطلاعات از طریق بستری ارتباطی یا رسانه ای به شکلی قابل بهره برداری برای مخاطب بپردازد. بنابراین علاوه بر متن/ نوشتار میتواند دربرگیرنده صوت، تصویر، ویدئو و غیره نیز باشد و با قصد برنامه ریزی، یادگیری، پژوهش، توسعه، خلاقیت و یا سرگرمی تهیه و ارائه گردد."

۳- ضرورت و اهمیت موضوع ارزیابی محتوای الکترونیکی بومی در کشور

محتوای الکترونیکی به یک عامل فزاینده مهم و فراگیر تبدیل شده است که به توسعه اقتصادی و اجتماعی شکل می‌بخشد. ارتباطات سرعت بالا به موازات پهنای باند ارتقاء یافته، کاهش هزینه‌های دسترسی به خدمات ICT، همگرایی شبکه‌هایی که قبلاً مجزا بوده‌اند، نوآوری در دستگاه‌ها و برنامه‌های کاربردی جدید و موانع ورودی کمتر موجب ایجاد روش‌های نوینی در ایجاد، توزیع، حفظ و دسترسی به محتوای دیجیتال شده است. با توجه به اینکه اقتصادها بیش از پیش به سوی دانش‌تنیده بودن^۱ گام برداشته‌اند؛ تولید، گردآوری، پردازش، ذخیره‌سازی و توزیع محتوای الکترونیکی در طیف وسیعی از صنایع اهمیت یافته و نیاز به نوآوری، رشد و اشتغال در بخش‌های مختلف حوزه محتوایی افزایش چشمگیری داشته است. در حقیقت محتوای الکترونیکی در حال تبدیل شدن به هسته مرکزی بسیاری از حوزه‌ها از قبیل تحقیقات، سلامت، بهداشت، آموزش و خدمات اجتماعی، دانش و خدمات فرهنگی و دولتی می‌باشد.

همچنین، در حوزه محتوای الکترونیکی، مشارکت و تامین محتوای خلاق از طریق کاربران نیز وجود دارد که مدیریت و نظارت بر آن، سازوکارهای خود را می‌طلبد. از اینرو، تدوین سیاست‌ها و اجرای برنامه‌های مناسب در حوزه محتوا می‌تواند به افزایش سهم محتوای الکترونیک در رشد و رفاه در سطح کشور کمک کرده و بهره‌مندی از منافع آن را برای همگان میسر سازد. بر این اساس بهره‌مندی از ابزارهایی نظیر چارچوب‌ها و مدل‌هایی که امکان رصد و پایش محتوای الکترونیک را فراهم می‌کنند، می‌توانند به سیاستگذاران و قانونگذاران این حوزه در شناسایی وضعیت فعلی محتوا در کشور کمک شایان توجهی نمایند. از سوی دیگر در ارزیابی محتوای الکترونیکی باید به این نکته توجه نمود که هر دو صنایع تولید محتوا (بطور مثال، انتشار، سمعی و بصری و ...) و نیز صنایعی که به تولید محتوای غنی از اطلاعات به عنوان بخشی از فعالیت‌هایشان می‌پردازند اما به عنوان صنایع تولید کننده محتوا تلقی نمی‌شوند باید در حوزه پایش محتوا مورد توجه قرار بگیرند.

۴- جایگاه محتوای الکترونیکی در اسناد بالادستی

به منظور توصیف جایگاه مقوله "محتوای الکترونیکی" در فضای سیاست‌گذاری و خط‌مشی‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور، مجموعه قوانین برنامه سوم تا ششم توسعه، مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی، مصوبات شورای عالی فضای مجازی، سیاست‌های کلان اقتصاد مقاومتی، مصوبات هیأت وزیران و مجلس شورای اسلامی مرتبط با محتوا، گزارشات عملکرد وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات مرتبط با حوزه محتوا و برخی از مقالات علمی و پژوهشی انجام شده در این حوزه مورد

1 . Knowledge intensive

مطالعه و بررسی قرار گرفت.

بررسی این موارد نشان می‌دهد که در حال حاضر در هیچ یک از اسناد بالادستی کشور، به طور دقیق به اهداف کلان حوزه محتوای الکترونیکی بومی پرداخته نشده است. تنها در مصوبه دوم جلسه ۱۲۲م مورخ ۹۳/۱۲/۱۰ شورای عالی فضای مجازی کشور، سه مورد "توسعه فضای مجازی سالم، مفید و ایمن"، "تولید و توزیع محتوا و خدمات سالم، مفید و ایمن مورد نیاز" و "ممانعت از نشر محتوا و خدمات مضر و ناسالم و نایمن" و در برنامه ششم توسعه موضوع "ده برابر کردن محتوای دیجیتال" مطرح شده‌اند.

۵- بررسی محتوای الکترونیکی در کشورها و نهادهای بین‌المللی

در این بخش، ابتدا، اقدامات و فعالیت‌های مهم سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی در حوزه محتوای دیجیتال و مباحث مرتبط با آن از قبیل ملاحظات سیاستی، شاخص‌های مرتبط با ارزیابی محتوای دیجیتال آورده شده است. در ادامه، به بررسی تجربیات کشورهای نمونه در حوزه محتوای دیجیتال پرداخته شده است، بطوریکه راهبردهای کلان، برنامه‌ها و ابتکار عمل‌های کشورهای منتخب که به عنوان نمونه در نظر گرفته شده‌اند در حوزه محتوای دیجیتال مورد بررسی قرار گرفته است.

– بررسی سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی در حوزه محتوای الکترونیکی

در این خصوص سازمان‌ها و مجامعی چون UNESCO، ITU، OECD، WSIS و ESCWA از منظر موضوعات مرتبط با محتوای دیجیتال (بومی) بررسی شده‌اند. خلاصه بررسی اقدامات و فعالیت‌های مهم سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی در حوزه محتوای الکترونیکی و همچنین اهداف و مأموریت‌های مختلف این نهادها در رابطه با توسعه محتوای الکترونیکی مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. در جدول ۱، اهداف و مأموریت‌های مرتبط با محتوای الکترونیکی ارائه شده است.

جدول ۱: نتایج مهم حاصل از بررسی سازمان‌ها و مجامع بین‌المللی در حوزه محتوای الکترونیکی

اهداف و مأموریت‌های مرتبط با محتوای الکترونیکی	سازمان‌ها/ مجامع بین‌المللی
تعهدات در قالب خطوط عمل شامل تنوع فرهنگی و هویت، تنوع زبانی و محتوای بومی، دسترسی به دانش و اطلاعات، ظرفیت‌سازی، برنامه‌های کاربردی ICT، رسانه) از مجموعه اهداف مرتبط‌ترین آن با بحث محتوا عبارتند از: ترغیب توسعه محتوا و فراهم کردن شرایط فنی به منظور تسهیل حضور و استفاده از کلیه زبان‌های موجود در دنیا در اینترنت	WSIS
بررسی و تحلیل تحولات، روندها و پیامدهای سیاسی پیرامون محتوای دیجیتال	OECD
- برگزاری فروم‌ها و رویدادهای مرتبط در دو سطح بین‌المللی و منطقه‌ای در حوزه محتوای دیجیتال - آگاه‌سازی و شناسایی ذینفعان محتوای دیجیتال از طریق ارائه گزارش، برگزاری سمینارها و تشکیل کمیته‌های منطقه‌ای عمدتاً مربوط به کشورهای عربی - پیگیری مصوبات و نتایج حاصل از اجلاس WSIS	ITU

۱ شاخص‌های پیشنهادی ITU برای کشورهای عربی تدوین شده که برای سایر کشورها نیز قابل استفاده می‌باشد.

اهداف و ماموریت‌های مرتبط با محتوای الکترونیکی	سازمان‌ها/ مجامع بین المللی
<p>- نقش آفرینی به عنوان عاملی موثر در توانمندسازی ICT برای مباحثی نظیر محتوا، سیاست‌گذاری و توسعه ظرفیت‌ها برای کاهش شکاف دانشی موجود</p> <p>- ناظر و ساماندهی کننده مباحث سطح بالا، برگزاری کارگاه‌ها و نمایشگاه‌های حوزه محتوای دیجیتال</p> <p>تعهدات این سازمان در حوزه محتوای دیجیتال:</p> <p>ارتقاء جریان آزاد ایده‌ها از طریق کلمه و تصویر</p> <p>نگهداری، افزایش و گسترش دانش</p>	UNESCO
<p>فعالیت در حوزه محتوای دیجیتال عربی شامل مطالعه و پژوهش درحوزه محتوای دیجیتال، ترویج و تشویق صنایع مرتبط با محتوای دیجیتال، حمایت از کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها، ارائه توصیه‌های سیاستی درخصوص محتوای دیجیتال، اقدامات و فعالیت‌های مرتبط با ظرفیت سازی و ایجاد آگاهی درحوزه محتوای دیجیتال، انجام فعالیت‌های رسانه‌ای درخصوص محتوای دیجیتال</p>	ESCWA ^۱

- بررسی تجربیات کشورهای نمونه در حوزه توسعه محتوای الکترونیکی

در جدول ۲، خلاصه تجربیات کشورهای نمونه در حوزه توسعه محتوای الکترونیکی شامل اهداف و راهبردهای کلان و برنامه‌ها و اقدامات آنها در حوزه محتوای الکترونیکی ارائه شده است. کشورهای مورد مطالعه عبارتند از: کشورهای عربی شامل مصر و کشورهای عربی منطقه منا، نیوزلند، ایرلند و ایرلند شمالی.

جدول ۲: اهداف و اقدامات توسعه محتوای دیجیتال در کشورهای نمونه

کشور	اهداف	اقدامات
مصر و کشورهای عربی	<ul style="list-style-type: none"> - حفظ و ترویج هویت و فرهنگ بومی - ایجاد و توسعه صنعت دیجیتال قوی و پایدار - افزایش و توسعه محصولات بومی دیجیتال - ایجاد بازارهای داخلی، منطقه‌ای و بین‌المللی برای ارائه محتوای دیجیتال - افزایش درآمد ملی - ترغیب به سرمایه گذاری - ایجاد فرصت‌های شغلی - ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز فناورانه، قانونی، منابع انسانی و کسب‌وکاری در فضای مجازی - توسعه دسترسی شهروندان به محتوای دیجیتال بومی - دولتی برای افزایش مشارکت‌های سیاسی و اجتماعی - دیجیتالی کردن و دسترسی به داده‌های دولتی با محتوای باز - غنی سازی محتوای دیجیتال عربی - حمایت از تولید رقابتی، خلاقیت و نوآوری در تولید 	<ul style="list-style-type: none"> - اتخاذ سیاست‌ها و راهبردهای توسعه محتوای دیجیتال عربی - تشکیل بنیادی برای نظارت بر وضعیت هدایت مطالعات، ارائه راه‌حل‌های پیشنهادی به دولت - توسعه موتور جستجوی عربی - سرمایه‌گذاری در ایجاد و ترجمه محتوا - ظرفیت‌سازی و ارتقاء سطح پایه مهارت کاربران - حمایت از موسسات تحقیقاتی از طریق کمک‌های ویژه و طرح‌های خاص برای توسعه نرم‌افزارها و ابزارهای پردازش زبان عربی - تشویق به نوآوری و ایجاد استارت‌آپ‌ها و SMEها - تقویت ارتباط بین دانشگاهی، موسسات تحقیقاتی، انکوباتورها و انجمن‌های حرفه‌ای - راه‌اندازی ابتکارات و برنامه‌های چندملیتی برای محتوای دیجیتال عربی با تمرکز بر آموزش و پرورش، حفظ سلامت و میراث فرهنگی

۱ شاخص های پیشنهادی ESCWA برای کشورهای عربی تدوین شده که برای سایر کشورها نیز قابل استفاده می باشد.

کشور	اهداف	اقدامات
	<ul style="list-style-type: none"> - محتوای دیجیتال - تشویق به کارآفرینی در صنعت محتوای دیجیتال - افزایش سطوح مصرف محتوای دیجیتال توسط کاربران عرب - کاهش هزینه دسترسی به محتوای دیجیتال 	<ul style="list-style-type: none"> - تقویت انجمن های منطقه ای برای تبادل و به اشتراک گذاری اطلاعات، وقایع و تجارب
نیوزلند	<ul style="list-style-type: none"> - استفاده از ایده ها و خلاقیت در نوآوری - حفاظت از مالکیت فکری، حق چاپ و ثبت ایده - حفاظت از فرهنگ و هویت بومی و اطلاع رسانی در سطح بین المللی - حفظ دارایی های دیجیتال - همکاری میان بخش های مختلف برای تبدیل میراث چاپی به دیجیتال - ارتقاء دانش و غنی سازی کیفیت زندگی مردم - تدوین چارچوبی استراتژیک برای ارتقا آموزش و پرورش - اتصال توانمندسازان دیجیتال به یکدیگر - توسعه پهن باند پر سرعت - تحول اقتصادی - تولید محتوای دیجیتال و حفاظت از آن - در دسترس بودن و سهولت استفاده از آن - به اشتراک گذاری و بکارگیری محتوای دیجیتال - مدیریت محتوای دیجیتال - درک و فهم محتوای دیجیتال 	<ul style="list-style-type: none"> - توجه به توسعه و ابقاء نیروی کار دیجیتال نوآور و ماهر - اطمینان از آگاهی مردم به حقوق، مسائل حفاظتی و تعهدات مربوط به محتوای دیجیتال - اعمال اولویت های دیجیتال سازی محتوای برجسته و مهم نگه داری شده توسط دولت - پشتیبانی از کشف موثرتر و کارآمدتر منابع مرتبط با آموزش - تامین دسترسی موثرتر و کارآمدتر برای مربیان، یادگیرندگان و عموم مردم - اطمینان از اینکه مردم قادر به تعامل با محتوای پخش دیجیتال هستند - اطمینان از ارائه کیفی سرویس دولتی پخش از طریق خدمات دیجیتال تلویزیونی - تامین کسب و کار، مجوزهای محلی و انجمن ها با دسترسی برخط آزاد به داده های آماری - تامین دسترسی به کلکسیون ها و منابع پژوهش، فرهنگ و میراث ملی به صورت برخط - حفظ محتوای دیجیتال و ایجاد آرشیو ملی دیجیتال - اطمینان از نظام مندی موثر و کارآمد برای مدیریت و حفظ محتوا - بهبود دانش مردم در استفاده از اینترنت و دسترسی به آن - ایجاد آگاهی از اقدامات و فرصت های مرتبط دیجیتال
ایرلند	<ul style="list-style-type: none"> - توجه و تمرکز بر محتوای دیجیتال به عنوان یک بخش اقتصادی جدید - رشد و فعالیت در بازی های دیجیتال، کتابخانه های دیجیتال، یادگیری الکترونیکی، کسب و کار و خدمات بی سیم/ارتباطات و انفورماتیک به مصرف کننده - کاربردهای غیرساده ای - حمایت دولت از پروژه ها/نوآفرینی های خاص برای توسعه مهارت ها و بازار - ایجاد تسهیلات آموزش و تحصیل در حوزه هایی که کمبود برخی مهارت ها شناسایی شده - توسعه مستمر زیرساخت و توجه به بخش R&D - حمایت های مالی و اعطا وام برای توسعه محتوای 	<ul style="list-style-type: none"> - حمایت مالی و دریافت وام (جذب سرمایه گذار خارجی، تعیین حمایت مالی با سرمایه گذار ریسک پذیر) - پژوهش و توسعه (ارائه برنامه پشتیبانی از دانشکده های هنر و خلاقیت جهت توسعه متخصصین R&D در تولید و طراحی محتوای دیجیتال، مرور معیارهای دسترسی به حمایت مالی در پژوهش، فناوری و نوآوری جهت پشتیبانی پروژه های توسعه محتوا) - محیط قانونی و مقرراتی (توسعه برنامه بازاریابی/تحصیل برای ترغیب ثبت نام مالکیت فکری در محتوای دیجیتال، افزایش حفاظت به شکل قانونی برای مالکیت فکری در محتوای دیجیتال) - زیرساخت (مشارکت در ایجاد بستر تبادل اطلاعات در

اقدامات	اهداف	کشور
<p>سطح بین المللی)</p> <ul style="list-style-type: none"> - آموزش و مهارت‌ها (تکمیل ممیزی دقیق عرضه و تقاضای مهارت‌ها در حوزه‌های کلیدی) - توسعه تشکل‌سازی (تشکیل گروه راهبری محتوای دیجیتال جهت توسعه استراتژی‌های بخشی و پیشبرد پیاده‌سازی اقدامات، توسعه استراتژی‌های پیوند با مراکز عالی بین الملل، ایجاد یک مرکزیت دیجیتال به صورت یک ویرتین نمایش از محتوای دیجیتال) - پروژه‌های بخش دولتی (ایجاد بازار توسط بخش دولتی برای فناوری‌ها و خدمات محتوای دیجیتال، ترغیب شرکت‌های حوزه محتوا به سمت تولید، مدیریت و توزیع محتوای دیجیتال) 	<p>دیجیتال</p> <ul style="list-style-type: none"> - توسعه محیط قانونی و نظارتی - توسعه تشکل‌سازی و برقراری تعامل با مراکز عالی محتوای دیجیتال در سطح ملی و بین المللی - حمایت از ایجاد محیط کسب‌وکار «محتوای فرا دیجیتال» 	
<ul style="list-style-type: none"> - راهبری و تعاملات شامل توسعه استراتژی ارتباطات جهت اطمینان از اطلاع‌رسانی به طیف وسیع‌تری از صنعت و ذینفعان، تعیین ذینفعان و شرکای علاقمند - سرمایه‌گذاری و حمایت مالی شامل پشتیبانی هدفمند از شرکت‌های توانمند، ایجاد کانال ارتباطی توسعه کسب‌وکار، امن‌سازی جریان‌های مالی افزوده خاص دیجیتال - نوآوری و خلاقیت شامل تعیین موانع نوآوری و خلاقیت و توسعه مشارکتی راهکارها، توسعه برنامه آموزش فرصت‌های میان‌رسانه‌ای، ارتقاء استفاده از بن‌های نوآوری و برنامه‌های مشابه، ارتقاء آگاهی از IP و DRM و آموزش، تامین تسهیلات برای نوآوری در شتاب‌دهنده‌ها، همفکری برای بن‌های نوآوری جهت استفاده در شتاب‌دهنده‌ها - مهارت‌ها و آموزش شامل عملی‌ساختن پژوهش در مهارت‌های فنی خاص و نیازهای آموزشی صنعت، ارتقاء برنامه‌های مهارت‌های کسب‌وکاری به شرکت‌های دیجیتال - صادرات و بین‌المللی‌سازی شامل پشتیبانی از توسعه فرهنگ صادرات، ترغیب به توسعه شرکت‌های تولیدکننده محصولات صادراتی بر مبنای مالکیت فکری بومی، اطمینان از تامین بازاریابی صادراتی و مهارت‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، شناسایی فرصت‌های جدید بازار صادرات، شناسایی شرکت‌های با قابلیت در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و جذب آنها، توسعه برنامه مهارت‌های صادراتی مشتمل بر خدمات ترجمه به زبان‌های مختلف 	<ul style="list-style-type: none"> - تمرکز بر اهداف هوشمند برای افزایش سرمایه‌گذاری، نوآوری، صادرات و سطوح اشتغال دارای مهارت - توسعه و توزیع رسانه دیجیتال نوآورانه و فناوری‌ها به بازارهای جهانی - تاسیس مراکز شتاب‌دهنده و ارتقاء استارت‌آپ‌های جدید - توسعه شبکه‌های کسب‌وکاری متمرکز بر فناوری‌ها و/یا بازارهای خاص - افزایش گردش مالی شرکت‌های محتوای دیجیتال - رشد شبکه حلقه دیجیتال به کسب‌وکارهای جدید - پشتیبانی از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در رسانه دیجیتال 	<p>انگلستان (ایالت ایرلند شمالی)</p>

۶- شناسایی و طبقه‌بندی ذینفعان، نهادها و مجامع تأثیرگذار داخلی

تشخیص بازیگران یا افراد کلیدی یک حوزه یکی از الزامات اصلی برنامه‌ریزی و مدیریت آن حوزه است. تحلیل ذینفعان تکنیکی برای شناسایی بازیگران مختلف یک حوزه است و اطلاعاتی مرتبط با بازیگران، روابط میان آنها، علائق و انتظاراتشان را فراهم می‌آورد. در این حوزه نیز شناسایی و تحلیل روابط ذینفعان جهت تبیین هر چه بهتر بازیگران مختلفی که در توسعه محتوا در کشور فعالیت می‌کنند، ضروری است. به این منظور از تئوری ذینفعان به عنوان یکی از تئوری‌های مدیریتی مورد استفاده جهت شناسایی و تبیین بازیگران استفاده شده است. بر این اساس تلاش شد تا با تحلیل ذینفعان و بازیگران و نقش‌های ذینفعان، مشخص گردد که کدام بازیگران نقش کلیدی در توسعه محتوا در کشور دارند و چگونه می‌توان اقدامات انجام شده توسط آنها را مورد سنجش و ارزیابی قرار داد.

در این راستا ۷ نقش تولید کننده محتوا، انتشاردهنده محتوا، تولیدکننده خدمات محتوا، مصرف‌کننده نهایی، فراهم‌کنندگان زیر ساخت، قانون‌گذار / سیاست‌گذار و ناظر و کنترل‌کننده به عنوان نقش‌های اصلی حوزه محتوای الکترونیکی شناسایی شد.

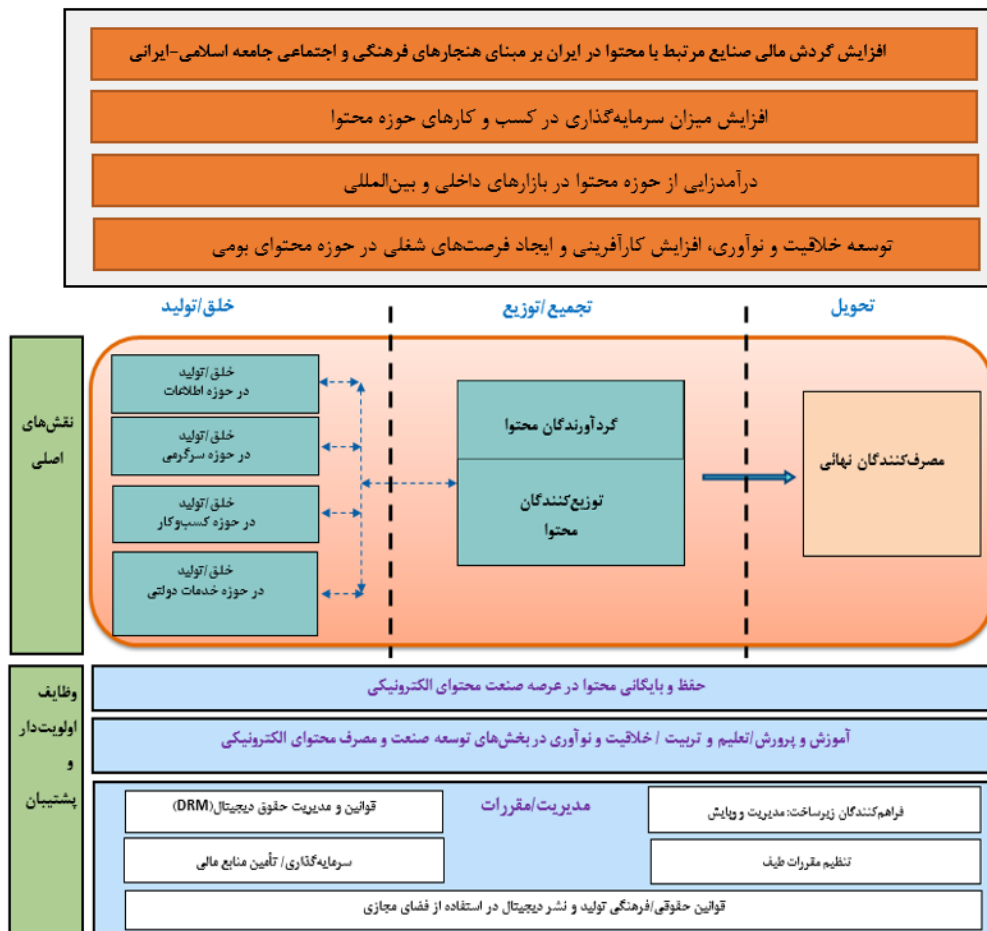
۷- تدوین مدل توسعه محتوای الکترونیکی در کشور

در این بخش اهم مدل‌های ارزیابی و توسعه کمی و کیفی محتوای الکترونیکی مانند مدل زنجیره ارزش خلاق اتحادیه اروپا، چارچوب سنجش محتوای دیجیتال، مدل عمومی محتوای دیجیتال مبتنی بر تقاضا، اکوسیستم محتوای دیجیتال و خدمات و چارچوب آمادگی رسانه‌های دیجیتال مورد بررسی قرار گرفت تا بر اساس آنها مدل توسعه محتوای الکترونیکی بومی در کشور تدوین گردد. نکته‌ای که از این مدل‌ها قابل درک است، محدودیت کارکرد هر یک در زمینه و حوزه محتوایی خاص است که سبب شده است تا کلیه جوانب ارزیابی و توسعه محتوای الکترونیکی پوشش داده نشود. بر این اساس مدل توسعه محتوای الکترونیکی بومی مبتنی بر فرایند خلق/تولید، جمعیت/توزیع و تحویل محتوای الکترونیکی، بر پایه چهار حوزه محتوایی اطلاعات، خدمات دولتی، کسب‌وکار و سرگرمی ارایه شد. مراحل توسعه محتوای الکترونیکی به همراه ذینفعان و نقش‌های مختلفی که هر یک فرصت‌های جدیدی را در این زنجیره ایجاد می‌کنند، با مدنظر قرار دادن چهار حوزه محتوایی-خدماتی تعیین شده، ترسیمی از فضای محتوای الکترونیکی بومی در کشور به دست می‌دهد.

در بالاترین سطح این مدل ارزیابی پیشنهادی، اهداف کلان توسعه محتوای الکترونیکی بومی وجود دارد. به دلیل اینکه در هیچ یک از اسناد بالادستی کشور راهبرد و برنامه مشخصی برای توسعه محتوای الکترونیکی بومی وجود نداشته و تنها در برنامه ششم توسعه به ذکر افزایش ده برابری محتوا بسنده شده که خود محل اشکال است، لذا در این پژوهش با استفاده از تجربیات کشورهای مورد مطالعه و مطالعه دقیق و عمیق فضای مجازی در ایران (از منظر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه، قانونی و محیطی) و به فراخور آن تحلیل پارامترهای موثر بر محتوای الکترونیکی بومی سعی شد، اهداف کلان این حوزه در بالاترین سطح استخراج و پیشنهاد شوند. با پیشنهاد این اهداف، مسیر حرکت و سمت و سوی فعالیت‌ها و اقدامات در حوزه توسعه محتوای الکترونیکی بومی شفاف‌تر و مشخص‌تر شده و به نوعی باعث هم‌افزایی لازم می‌شود. همچنین این اهداف پیش‌شرط مناسب و موثری برای بکارگیری در فرآیندهای گوناگون ارزیابی (کمی و کیفی) و نیز اولویت‌بندی فعالیت‌ها و اقدامات مرتبط می‌باشند.

در فرایند خلق/تولید تا تحویل محتوای الکترونیکی، ذینفعان مختلفی به ایفای نقش می‌پردازند که شناسایی آنها در فرایند ارزیابی و شاخص‌گذاری بسیار ضروری است. از اینرو، در هر گام از فرایند خلق/تولید تا تحویل محتوای الکترونیکی نقش‌های اصلی مرتبط مشخص شده‌اند. در گام خلق/تولید محتوای الکترونیکی بومی نقش موثر شامل شخص حقیقی/حقوقی است که به عنوان تولید کننده به تولید و خلق محتوا می‌پردازد. در گام جمعیت/توزیع محتوای الکترونیکی بومی دو نقش گردآوردندگان محتوا و نیز در مرحله بعد توزیع کنندگان محتوا نقش آفرینی می‌کنند. در گام تحویل محتوای الکترونیکی، محتوای الکترونیکی توسط نقش مصرف کننده نهایی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

علاوه بر این موارد، نقش‌های پشتیبان و دارای اولویت دیگری نیز وجود دارند که در فرایند خلق/تولید تا تحویل محتوای الکترونیکی بسیار حایز اهمیت بوده و برای اینکه این زنجیره فعال و پویا بماند، شناخت و مدنظر قرار دادن آنها الزامی است. این نقش‌آفرینان در حوزه‌هایی از قبیل زیرساخت فنی، قانونی، مدیریتی، سرمایه‌گذاری و منابع انسانی، مباحث آموزشی، خلاقیت و نوآوری، حفظ و نگهداری محتوا طبقه‌بندی می‌شوند. این افراز پوشش جامعی از خدمات محتوایی در کشور را در بر می‌گیرد.



شکل ۱: مدل پیشنهادی توسعه محتوای الکترونیکی بومی، بر مبنای چهار حوزه محتوایی (اطلاعات، خدمات دولتی، کسب‌وکار، سرگرمی)

در مدل پیشنهادی در بالاترین سطح اهداف کلان توسعه محتوای الکترونیکی بومی به عنوان ورودی تدوین شده‌اند و سپس بازیگران متناسب با هر یک از حوزه‌های محتوایی- خدماتی با در نظر داشتن نقش‌های اصلی و پشتیبان (ذینفعان) پیشنهاد گردیده‌اند. به عبارت دیگر، از طریق شاخص‌ها و سنجه‌های مرتبط با آنها می‌توان میزان تحقق اهداف کلان توسعه محتوای الکترونیکی بومی را رصد نموده و با توجه به نیازمندی‌های این حوزه در مسیر توسعه، اهداف و نیز شاخص‌ها را بهینه و به‌روز نمود.

۸- مدل بلوغ ارزیابی محتوای الکترونیکی در کشور و ارائه شاخصهای ارزیابی ذیل هر مرحله

یک موضوع بسیار مهم در زمینه ارزیابی محتوای الکترونیکی در راستای تسهیل توسعه کمی و کیفی محتوای الکترونیکی بومی، در نظر گرفتن مدل بلوغ مناسب جهت ارزیابی و توسعه آن می‌باشد. شاخص‌های سنجش محتوای الکترونیکی در کشور بدون در نظر گرفتن زمان و شرایط سنجش، دقیق و درست نمی‌باشد. این مدل بلوغ بر مبنای مدل بلوغ ICT4D شکل گرفته است، اما با توجه به اشتراکات زیاد دو گام اول آماده‌سازی و دسترس‌پذیری در حوزه محتوای الکترونیکی، این دو گام ادغام و در قالب یک گام ارائه شده‌اند.



شکل ۲: مدل بلوغ ارزیابی محتوای الکترونیکی بومی

۸-۱- آماده‌سازی و دسترس‌پذیری

در مرحله آماده‌سازی و دسترس‌پذیری، فراهم نمودن انواع زیرساخت‌های قانونی، فنی، مالی و ... مدنظر است. در این راستا، مجموعه شاخص‌های مرتبط با نقش‌های پشتیبان توسعه محتوای الکترونیکی، استخراج و ارائه شده است. این نقش‌های پشتیبان شامل نقش قانونگذار، سیاست‌گذار، ناظر/ کنترل‌کننده، نقش تأمین زیرساختی می‌باشند که در ادامه با تشریح وظایف ذکر شده‌اند.

✓ نقش قانونگذار / سیاست‌گذار / ناظر / کنترل‌کننده:

- ارزش‌گذاری محتوای الکترونیکی: بسیاری از دولت‌ها، نیاز به بهبود اندازه‌گیری ساختار، مقیاس و پیشرفت بخش محتوای الکترونیکی را درک نموده‌اند. اندازه‌گیری و گزارش نامناسب در صنعت محتوای الکترونیکی، مانند سایر صنایع با دارایی‌های نامشهود بسیار زیاد، می‌تواند پتانسیل اقتصادی شرکت‌ها و صنایع جدید را کم ارزش نماید. فقدان اطلاعات ارزیابی مناسب می‌تواند بر قدرت مذاکره و برنامه‌ریزی شغلی شرکت‌های فعال در این حوزه تأثیر بدی بگذارد.
- تأمین و پرورش محیط‌های خلاقانه توسعه محتوای الکترونیکی (نوآوری و کارآفرینی)
- تأمین محیط‌های رقابتی سالم
- تأمین امنیت و حریم خصوصی
- مجوز دهی
- رگولاتوری و سیاست‌گذاری (مشخص شدن مرجع سیاست‌گذاری، سیستم سیاست‌گذاری واحد، مدیریت و تنظیم مقررات به هنگام، سیاست تقویت محتوای داخلی و سیاست انگیزشی، استفاده صحیح از بودجه و دستورالعمل‌های مشخص، قابلیت اجرای قوانین، تدوین قوانین قوی و زیرساخت حقوقی، تدوین قوانین مالی و مراودات مالی، تدوین قوانین مالیات در فضای مجازی، ...)
- نظارت و کنترل (نظارت بر تسهیم بودجه، توجه به خروجی سرمایه‌گذاری‌ها، کنترل در فضای مجازی، راهنمایی و مراقبت، نظارت و اجرای درست، ...)

✓ نقش تأمین زیرساختی (فناوری، انسانی، مالی، ...)

- فراهم کردن شبکه توزیع محتوای الکترونیکی: فراهم‌کننده دیتاسنتر، رایانش ابری و ...
- فراهم کردن خدمات اینترنت: فراهم‌کننده خدمات اینترنت
- فراهم کردن سرویس دسترسی: فراهم‌کننده سرویس دسترسی (توسعه زیرساخت فنی، ایجاد ساختار و سازوکار مشخص، افزایش سرعت و پهنای باند و ایجاد سرور مرکزی، هزینه دسترسی، ...)
- فراهم کردن خدمات حوزه پرداخت: فراهم‌کنندگان خدمات حوزه پرداخت و امنیت پرداخت¹
- فراهم کردن زیرساخت انسانی (آموزش و تعلیم و افزایش تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز این حوزه، منابع انسانی تحصیل کرده و دارای مهارت‌های لازم، سواد اطلاعاتی کاربران)
- فراهم کردن زیرساخت فرهنگی (فرهنگ‌سازی استفاده از فضای مجازی و اطلاع‌رسانی، آموزش استفاده صحیح و تشویق تولید محتوای الکترونیکی توسط همه، تبلیغات و بازاریابی و نگهداری افراد در تولید محتوا، توسعه محتوای خلاقانه، توسعه فرهنگ نوآوری و خلاقیت در توسعه محتوا، توسعه فرهنگ کارآفرینی، ...)
- حمایتگری مالی: شتاب دهنده‌ها/ صندوق‌های سرمایه‌گذاری و VCها (سرمایه‌گذاران و رشدهندگان: اشخاص و

¹ Electronic signatures, authentication, micro payment systems

- سازمان‌هایی که منابع و خدمات لازم را برای توسعه ظرفیت بالقوه تجاری اکوسیستم محتوا فراهم می‌آورند، حمایتگران مالی (سرمایه‌گذاران خطرپذیر، بانک‌ها، ارائه‌دهندگان بودجه دولتی))
- فراهم کردن زیرساخت محیطی: تحقیق و توسعه و نوآوری در حوزه محتوای الکترونیکی، شبکه‌ها، نرم‌افزار و تکنولوژی‌های جدید، توسعه کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها، تأمین محیط‌های خلاقانه

۸-۲- اقدام و بکارگیری^۱

می‌توان شاخص‌های ارزیابی محتوای الکترونیکی در گام اقدام و بکارگیری را در دو سطح مورد بررسی قرار داد. نخست در یک سطح کلی فارغ از حوزه محتوایی، نهاد تولیدکننده و یا منتشرکننده آن و نوع خدمت متناظر آن، مورد سنجش قرار گیرد. سپس انواع محتوا متناسب با نقش‌های اصلی حوزه محتوا و نوع خدمت ارائه شده محتوا مورد ارزیابی واقع شود. این دو دسته اصلی، شاخص‌های خاص صفحات محتوایی، همچنین شاخص‌های نقش‌محور در حوزه‌های محتوایی مرتبط با نقش‌های اصلی حوزه محتوا در ادامه گزارش در دو جدول ارزیابی کیفی محتوا و جداول ارزیابی حوزه‌های خاص محتوایی مطرح می‌شوند.

۸-۲-۱- شاخص‌های ارزیابی کیفی خاص صفحات محتوایی الکترونیکی بومی

به منظور تبیین شاخص‌های ارزیابی خاص صفحات محتوایی الکترونیکی بومی، مجموعه شاخص‌های ارزیابی ارائه شده توسط کنسرسیوم وب جهانی، یونسکو، شورای عالی اطلاع‌رسانی، سند استاندارد تعامل‌پذیری و سازمان برنامه و بودجه، ... در این خصوص مورد بررسی قرار گرفتند. معیارها و شاخص‌های ارزیابی گوناگونی در هر یک از این مراجع مورد توجه قرار گرفته‌اند. برای دسته‌بندی شاخص‌ها از ۴ دسته مطرح در مدل وب کوال شامل سودمندی، سهولت استفاده، سرگرمی و روابط متقابل که پوشش مناسبی در زمینه ارزیابی کیفی محتوا دارند استفاده شده است. در ادامه، کلیه شاخص‌های کیفی شناسایی شده خاص صفحات محتوایی در ذیل این چهار دسته، طبقه‌بندی و مطرح شده‌اند.

جدول ۳: جدول ارزیابی کیفی محتوا

رسته	زیررسته	توصیف محتوایی زیررسته
سودمندی	کیفیت اطلاعات	- صحت، روزآمدی و تناسب اطلاعات تهیه‌شده
		- میزان باور کاربران از رفع نیازهای اطلاعاتی توسط وب‌گاه
		- وجود محتوا به همراه مستندات تکمیلی
	عملکرد متناسب با وظیفه	- به روز بودن
		- غنای محتوا
		- تنوع محتوا
		- محتوای مفید و مختصر

¹ Uptake

توصیف محتوایی زیررسته	زیررسته	رسته
<ul style="list-style-type: none"> - دقت محتوا - قابلیت یادگیری محتوا - مرتبط بودن انواع محتواها با سن مخاطب - مرتبط بودن انواع محتواهای ارائه شده با نیازهای کاربران 		
<ul style="list-style-type: none"> - مناسب بودن ارتباطات در صورت رفع نیازهای کاربران - تعامل با کاربر - مرتبط بودن انواع محتواها با سن مخاطب - طبقه بندی محتوا متناسب با مخاطب 	ارتباطات مناسب	
<ul style="list-style-type: none"> - ارتباط ایمن و مخفی نگاه داشتن اطلاعات شخصی 	اطمینان	
<ul style="list-style-type: none"> - زمان کسب پاسخ بعد از طرح یک تقاضا و یا پس از تعامل - دریافت فرمها و خدمات حداکثر با ۳ کلیک 	زمان پاسخدهی	
<ul style="list-style-type: none"> - سهولت خواندن و ادراک - چندزبانه بودن محتوا جهت استفاده توسط افراد مختلف - تطابق با استانداردهای بین المللی - قابلیت مشاهده در ابزارهای مختلف - وجود متنهای توضیحی برای محتواهای شکلی - خوانایی و قابلیت درک مناسب محتوا - وجود رویکردی هماهنگ در تمام بخشهای محتوا - وجود موضوع و اهداف مشخص برای انواع محتوا - نحوه سازماندهی محتوا (بر اساس حروف الفبا، موضوعی و ...) - وجود عنوان برای هر نوع محتوای موجود در رسانه ها - استفاده از نوشتههای روشن و مختصر با نگارش و املاي درست 	سهولت درک	سهولت استفاده
<ul style="list-style-type: none"> - سهولت عملکرد و هدایت - کاربرپسند بودن - سهولت استفاده از بخش های مختلف محتوای سایتها / اپلیکیشنهای دولتی - سهولت پرداخت برخط برای تراکنشهای دولت - وجود راهنمای برخط زمان استفاده از محتوا - امکان دسترسی به وبگاه در مرورگرها و ماشینهای مختلف - قابلیت استفاده برای افراد ناتوان - چندزبانه بودن محتوا جهت استفاده توسط افراد مختلف - تطابق با استانداردهای بین المللی - قابلیت مشاهده در ابزارهای مختلف - وجود راهنمای برخط زمان استفاده از محتوا - امکان دسترسی به وبگاه در مرورگرها و ماشینهای مختلف 	عملکرد درونی	

توصیف محتوایی زیررسته	زیررسته	رسته
ساختاربندی محتوا برای ایجاد قابلیت پویا و جلوگیری از فهرست‌های طولانی		
<ul style="list-style-type: none"> - زیبایی‌های صفحات - نوآوری و منحصر به فرد بودن صفحات - اثر عاطفی کاربرد وب‌گاه و هیجان پیچیدگی آن 	جاذبه بصری، عاطفی و خلاقیت	جذابیت
<ul style="list-style-type: none"> - وجود رویکردی هماهنگ در تمام بخش‌های محتوا - عدم ایجاد تناقض در کاربران 	تصویر همگون	
<ul style="list-style-type: none"> - ایجاد امکان برای انجام همه تعاملات لازم به صورت پیوسته مانند سفارش خرید از طریق وب‌گاه 	کامل بودن تعاملات	
<ul style="list-style-type: none"> - هوشمندی رسانه ارائه‌دهنده محتوا - مقرون به صرفه بودن تولید و استفاده از محتوا - سرعت دسترسی به محتوای مورد نظر - کیفیت محصولات محتوایی به تفکیک هر محصول - تنوع محصولات محتوایی به تفکیک هر محصول - دسترس‌پذیری و قابلیت استفاده برای افراد ناتوان 	مزیت نسبی	روابط دوستانه

۸-۲-۲- شاخص‌های ارزیابی حوزه‌های اطلاعات، سرگرمی، خدمات کسب‌وکاری و خدمات دولتی

در این بخش شاخص‌های ارزیابی محتوای الکترونیک به تفکیک چهار حوزه اصلی اطلاعات، سرگرمی، خدمات کسب‌وکاری و خدمات دولتی محتوای الکترونیک ارائه شده است. از جمله اهداف این بخش شناخت و طبقه‌بندی صحیح هر حوزه محتوایی و در ادامه تعیین اهداف، شاخص‌ها و سنجه‌های^۱ مرتبط به منظور ارزیابی دقیق وضعیت هر حوزه می‌باشد.

بر این اساس ابتدا در هر حوزه محتوایی چهارگانه، خدمات قابل ارائه با توجه به ماهیت هر حوزه محتوایی و اهداف اصلی پژوهش ذکر شده است. سپس به منظور ارزیابی و سنجش وضعیت هر حوزه محتوایی، اقداماتی به شرح ذیل صورت گرفته است:

- تعیین نقش‌های اصلی مرتبط با هر یک از حوزه‌های محتوایی با استفاده از زنجیره ارزش محتوای الکترونیک، گروه‌های خدماتی و زیر مجموعه‌های آن

^۱ دو واژه "شاخص" و "سنجه" در عین حال که به یکدیگر شبیه هستند اما تفاوت‌های معناداری نیز دارند. در زبان انگلیسی از indicator برای شاخص و از measure برای سنجه استفاده می‌شود. شاخص بیشتر برای تعیین موضوعات کلیدی بکار می‌رود اما سنجه در اندازه‌گیری کاربرد دارد. بدین ترتیب شاخص‌های کلان بیشتر از جنس اهداف بوده و به تعیین دقیق‌تر آنها کمک می‌کنند و سنجه‌ها برای بیان دقیق مفهوم و اندازه‌گیری شاخص از جنبه‌های مختلف بکار می‌روند. در فرایند ارزیابی، هر شاخص می‌تواند به بیش از یک سنجه مرتبط باشد. از طرفی دیگر در خصوص سنجه‌ها نیز به فراخور شرایط امکان تغییر وجود دارد.

- تعیین ذینفعان شناسایی شده برای هر یک از نقش های اصلی
- تعیین شاخص هایی در سطح کلان به منظور ارزیابی هر یک از گروه های خدماتی و زیرمجموعه های آنها
- تعیین سنجه هایی که به تفکیک و با جزییاتی بیشتر در راستای شاخص های تدوین شده به ارزیابی هر چه دقیق تر هر گروه از خدمات محتوایی می پردازند.

۸-۲-۱- حوزه محتوایی اطلاعات

در حوزه محتوایی «اطلاعات»، سرویس های محتوایی و شاخص های تعیین وضعیت محتوای الکترونیکی در داخل کشور ذکر شده اند.

سرویس های محتوایی حوزه اطلاعات عبارتند از:

- ۱- اطلاع رسانی برخط برنامه ها و خدمات تلویزیونی/ویدیویی/رادیویی.
- ۲- اطلاعات برخط خبری رسمی/غیررسمی/وبلاگ ها.
- ۳- تبلیغات برخط.
- ۴- صفحات ویکی.
- ۵- اخبار تخصصی/غیرتخصصی برخط حوزه علم و صنعت.

از جمله شاخص های مهمی که در حوزه اطلاعات به آنها پرداخته شده اند، عبارتند از:

- نسبت کل تولید سالانه اطلاع رسانی برخط به تفکیک سایت ها، شبکه های اجتماعی، پیام رسان ها و وبلاگ ها، نسبت به اطلاع رسانی های سنتی غیربرخط.
- شمولیت اطلاع رسانی برخط به تناسب زبان، لهجه و جمعیت های مختلف مصرف کنندگان و متناسب با نیازهای ارکان مختلف جامعه (دولت، مردم، ...).
- شمولیت اطلاع رسانی تا دورترین نقاط کشور.
- شمولیت اطلاع رسانی در حوزه های مختلف بازار.
- سهولت توزیع محتواهای اطلاع رسانی با حذف واسطه ها در فضای دیجیتال.
- هزینه/فایده (صرفه اقتصادی) برای ناشران و مصرف کنندگان نسبت به روال های غیربرخط و سنتی.
- شمولیت اطلاع رسانی به جمعیت های مختلف مصرف کنندگان و متناسب با نیازهای ارکان مختلف جامعه (دولت، مردم، ...).
- امن بودن بستر ارتباطی.
- کیفیت بستر ارتباطی (تعداد قطعی ها، تعداد تلاش های بار اولی، و ...).
- ظرفیت و مکانیزم های دسترسی به بستر ارتباطی ICT.
- رشد ICT کشور به سمت فناوری های جدید (5G، رایانش کوانتومی، و ...) برای تامین نیازهای ظرفیت زیرساخت (پهنای باند و نرخ بیت).
- وضعیت فناوری در بخش IT برای تامین بسترهای زیرساختی شبکه های اینترنتی داخل کشور.
- وضعیت فناوری در بخش CT برای تامین بسترهای ارتباطی داخل کشور (ماهواره، فیبر، رادیو، ...).

- وجود سند تحول دیجیتال و تحقق اهداف آن.
- تنظیم و تصویب قوانین تولید و نشر اطلاع‌رسانی برخط در کشور شامل مدیریت حقوق دیجیتال^۱.
- وجود پیوست فرهنگی نظام تحول دیجیتال در کشور.
- وجود قوانین و سیاست‌های اقتصاد دیجیتال در کشور.
- وجود قوانین و سیاست‌های برنامه اقدام به آموزش دیجیتال در سطح عمومی.
- وجود قوانین و سیاست اقدام به توسعه بسترهای زیرساختی کشور مبتنی بر فناوری‌های نسل نوین ارتباطی.
- وجود مصوبات کارآمدسازی و ارتقاء شبکه‌های توزیع محتوای الکترونیکی در داخل کشور.
- اجرای قوانین تولید و نشر اطلاع‌رسانی دیجیتال برخط در کشور شامل مدیریت حقوق دیجیتال.
- اجرای قوانین و سیاست‌های اقتصاد دیجیتال در کشور.
- اجرای قوانین و سیاست‌های برنامه اقدام به آموزش دیجیتال در سطح عمومی.
- اجرای قوانین و سیاست اقدام به توسعه بسترهای زیرساختی کشور مبتنی بر فناوری‌های نسل نوین ارتباطی.
- اجرای مصوبات کارآمدسازی و ارتقاء شبکه‌های توزیع محتوای الکترونیکی در داخل کشور.
- شمولیت استقبال مصرف‌کنندگان از جمعیت‌های مختلف به تناسب قوم، زبان و لهجه.
- شمولیت مراجعه مصرف‌کنندگان متناسب با نیازهای ارکان مختلف جامعه (دولت، مردم، ...).
- شمولیت مراجعه مصرف‌کنندگان به محتوای اطلاع‌رسانی برخط در دورترین نقاط کشور.
- شمولیت مصرف‌کنندگان محتوای اطلاع‌رسانی برخط در حوزه‌های مختلف بازار.

۸-۲-۲-۲ حوزه محتوایی سرگرمی

در حوزه سرگرمی چهاردسته کلی سرویس محتوایی شناسایی شده و با توجه به نقش‌های زنجیره ارزش محتوا، شاخص‌ها و سنجه‌های پیشنهادی ارائه شده‌اند. (

چهار دسته سرویس محتوایی حوزه سرگرمی عبارتند از:

۱. بازی‌های رایانه‌ای
۲. سرویس ویدیو درخواستی (VOD^۲)
۳. سرویس پخش ودانلود موسیقی (AOD^۳)
۴. نشر الکترونیکی

از جمله شاخص‌های مهمی که در حوزه سرگرمی به آنها پرداخته شده‌اند، عبارتند از:

- کمک به تولید ناخالص داخلی از تولید بازی
- استفاده از متخصصان بازی‌ساز برای طراحی انواع بازی
- میزان تولید دانش فنی در زمینه طراحی و تولید

^۱ DRM

^۲ Video On Demand

^۳ Audio On Demand

- تامین زیرساخت های مورد نیاز برای تولید بازی های رایانه ای با کیفیت (از منظر آموزش منابع انسانی- استانداردسازی- پژوهش و تحقیق و توسعه- و...)
- تولید بازی های رایانه ای در جهت گسترش فرهنگ ایرانی-اسلامی
- تولید تفریحات سالم و رشد فرهنگ و هویت سازی در فضای مجازی
- ایجاد رقابت در عرصه تولید بازی های رایانه در فضای مجازی
- توسعه فضای کسب و کار
- آموزش و پژوهش از منظر تربیت نیروی متخصص، جهتهای پایان نامه ها، الگوسازی اسلامی ایران
- فرهنگ سازی و آموزش های عمومی و مهارتی با تاکید بر توجه بر فرصت ها و تهدیدها و نحوه استفاده از سرگرمی ها
- ساماندهی مجوزها (برای برندسازی، انتشار، تبلیغات و بازاریابی بازی تولید شده)
- شبکه سازی و ایجاد کانال های ارتباطی (با مصرف کنندگان و اپراتورهای تلفن همراه و اینترنت)
- ساماندهی حمایت های قانونی در عرصه های مختلف سرمایه گذاری، صادرات و...)
- افزایش تولید ناخالص ملی
- صیانت از آثار سینمایی و سمعی و بصری
- مبارزه با قاچاق و جلوگیری از داندلود و تکثیر غیرقانونی فیلم و سریال ها
- فراهم سازی همکاری های مشترک بین نهادهای دولتی، شرکت های خصوصی و اپراتورها
- ارائه خدمات متنوع و بهره وری امن و سالم سایت های اینترنتی VODها
- ارائه کاربردهای متنوع و جذاب تلویزیون تعاملی IPTVها
- ترافیک رایگان و کم نشدن حجم مصرفی اینترنت برای سایت های ویدئویی درخواستی
- استفاده از دیدگاه های کاربران در غنی سازی محتواها
- ارائه خدمات متنوع در پلتفرم های مختلف تحویل برای اقشار مختلف مردم با قیمت گذاری های متنوع
- ایجاد ترافیک مطلوب
- امکان دسترسی رایگان و بدون محدودیت به بروزترین آرشیو موسیقی دنیا و بومی کشورها و رادیوها
- توسعه کسب و کارهای محتواهای صوتی بر بستر شبکه ملی اطلاعات از طریق افزایش سرمایه گذاری دولت و بخش خصوصی
- ارتقای سهم کسب و کارهای محتواهای صوتی از تولید ناخالص داخلی
- تشویق و حمایت از نوآوری ها و کارآفرینی ها در عرصه محتواهای صوتی
- حمایت های قانونی و حقوقی از پدیدآورندگان آثار و محصولات صوتی
- ایجاد ترافیک مطلوب
- امکان دسترسی رایگان و بدون محدودیت به بروزترین آرشیو موسیقی دنیا و بومی کشورها و رادیوها
- توسعه کسب و کارهای محتواهای صوتی بر بستر شبکه ملی اطلاعات از طریق افزایش سرمایه گذاری دولت و بخش خصوصی
- ارتقای سهم کسب و کارهای محتواهای صوتی از تولید ناخالص داخلی
- تشویق و حمایت از نوآوری ها و کارآفرینی ها در عرصه محتواهای صوتی
- حمایت های قانونی و حقوقی از پدیدآورندگان آثار و محصولات صوتی

۸-۲-۳- حوزه خدمات محتوایی کسب و کاری

گروه خدمات محتوایی کسب و کاری به دو بخش طبقه بندی شده اند که عبارتند از:

- ✓ خدمات محتوایی کسب و کاری که مستقیماً با موضوعات مرتبط با تولید، توسعه، انتشار و ... محتوا مرتبط هستند بطوریکه کسب و کار اصلی تعریف شده در این دسته صرفاً محتوا می باشد.
- مهم ترین شاخص های ارزیابی این دسته عبارتند از:
 - توسعه خط و زبان فارسی در محیط رایانه ای
 - ذائقه سنجی و رصد موضوعات محتوایی در بازه های زمانی مشخص
 - توجه به تغییرات جمعیتی جامعه ایرانی
 - مشارکت بخش خصوصی در تولید محصولات محتوایی
 - حمایت دولت از تولید و توسعه محتوای الکترونیکی و سکوهای مرتبط (به تفکیک موضوعات محتوایی / انواع محتوا)
 - سهم درآمدی که محتوا در حوزه IT به خود اختصاص می دهد
 - توجه به مدل های جدید کسب و کار محتوای الکترونیکی
 - کسب سهم بالا از ارائه خدمات و محصولات محتوایی توسط بخش خصوصی
 - افزایش سرمایه گذاری و تامین مالی در بخش توسعه و تولید محتوای الکترونیکی توسط دولت و بخش خصوصی
 - افزایش رقابت میان انتشار دهندگان و تولیدکنندگان محتوای الکترونیکی به منظور ارتقاء خدمات و کاهش هزینه ها
 - کاهش هزینه های ورود به بازار
 - مرقون به صرفه بودن خدمات و محصولات حوزه محتوای الکترونیکی
 - پذیرش فرهنگ ورشکستگی
 - طیف و تنوع خدماتی که از طریق انتشار دهندگان محتوای الکترونیکی ارائه می شود
 - توسعه محتوا و کسب و کارهای الکترونیکی بر بستر شبکه ملی اطلاعات
 - حمایت از کارآفرینی
 - کیفیت و تنوع خدمات و محصولات محتوایی
 - میزان رضایت از خدمات و محصولات محتوایی
 - سهولت دسترسی و بکارگیری خدمات و محصولات محتوایی
 - دسترسی به خط و زبان فارسی
 - کاهش هزینه ارائه خدمات و محصولات محتوایی در سبد خانوار
 - افزایش وفاداری کاربران و مشتریان
 - تسهیل تولید و به اشتراک گذاری محتوای مفید و غیر آسیب زا توسط کاربران در فضای دیجیتالی
 - آزادی در تولید، ارسال و باز نشر محتوای غیر آسیب زا
 - آزادی در دریافت، نگهداری و ذخیره سازی و مصرف محتوای غیر آسیب زا

✓ خدمات محتوایی کسب و کاری که از محتوا برای انجام کسب و کار خود بهره می برند. در حقیقت این دسته از خدمات به صورت غیر مستقیم از محتوا استفاده می کنند و به نوعی تولید، توسعه و انتشار محتوا کسب و کار اصلی این دسته نبوده و تنها برای انجام هرچه بهتر کسب و کار خود از محتوا بهره می گیرند. در خصوص مصداق هایی از این دسته، می توان به کسب و کارهایی مانند بانک ها، دیجی کالا و ... اشاره نمود. مهم ترین شاخص های ارزیابی این دسته عبارتند از :

- توسعه کسب و کارهای الکترونیکی بر بستر شبکه ملی اطلاعات
- ارتقاء شاخص های محیط کسب و کار
- سهم تجارت الکترونیکی از تولید ناخالص داخلی
- تشویق و حمایت از نوآوری
- افزایش رقابت
- ترویج و تقویت فرهنگ کار، تولید و کارآفرینی
- افزایش سرمایه گذاری دولت و بخش خصوصی در تجارت الکترونیکی
- آموزش نیروی انسانی متخصص و کارآمد متناسب با نیازهای بازار
- افزایش نرخ مشارکت نیروی کار
- پراکندگی جغرافیایی کسب و کارهای اینترنتی
- سهم استانی کسب و کارهای اینترنتی
- نرخ ورود کسب و کارهای جدید
- تضمین کیفیت و تنوع خدمات و محصولات
- افزایش رضایت از خدمات و محصولات
- سهولت دسترسی و بکارگیری خدمات و محصولات
- افزایش وفاداری کاربران و مشتریان

۸-۲-۲-۴ حوزه محتوایی خدمات دولتی

یکی از بزرگترین ذینفعان تولیدکننده و انتشاردهنده محتوای الکترونیکی در کشور، نهادها و دستگاه های دولتی هستند که در خلال ارائه خدمات دولت الکترونیک در کشور، حجم بالایی از محتوای الکترونیکی را خلق کرده و توزیع می نمایند. بدین منظور لازم است تا با در نظر گرفتن معیارهای مناسب، به ارزیابی محتوای الکترونیکی بومی خود بپردازند و با توجه به انواع محتواهای خلق شده ملاحظات سیاستی لازم برای تولید و بهره برداری هرچه بیشتر از آن دسته از محتواها که به عنوان محتوای با ارزش بالا شناخته می شوند را تدوین نمایند.

مهم ترین شاخص های ارزیابی این دسته عبارتند از :

- ترویج هویت و فرهنگ بومی
- تسریع تحول اقتصادی و افزایش درآمد ملی

- ارائه خدمات الکترونیکی دولتی
- دیجیتال کردن و دسترسی به داده‌های دولتی با محتوای باز
- حفاظت از فرهنگ و هویت بومی و اطلاع‌رسانی در سطح بین‌المللی
- بهبود کیفیت و کاهش هزینه‌ها و گردش سریع اطلاعات، پاسخگویی سریعتر
- حمایت از تولید رقابتی، خلاقیت و نوآوری در تولید محتوای الکترونیکی
- تامین رضایت شهروندان
- ارتقاء دانش و غنی‌سازی کیفیت زندگی مردم
- افزایش سهم درآمدی دولت از حوزه محتوای الکترونیکی
- افزایش و توسعه محصولات بومی الکترونیکی
- افزایش گردش مالی شرکت‌های محتوای الکترونیکی
- توسعه دسترسی شهروندان به محتوای الکترونیکی بومی دولتی برای افزایش مشارکت‌های سیاسی و اجتماعی
- کاهش هزینه دسترسی به محتوای الکترونیکی دولت
- حفاظت از مالکیت فکری، حق چاپ و ثبت دیدگاه‌ها
- توسعه محتوا و کسب‌وکارهای الکترونیکی بر بستر شبکه ملی اطلاعات
- افزایش سطوح مصرف محتوای الکترونیکی توسط کاربران ایرانی
- افزایش رضایتمندی از محصولات و خدمات محتوای الکترونیکی
- سهولت دسترسی و بکارگیری خدمات و محصولات محتوایی
- آزادی در تولید، ارسال و بازنشر محتوای غیر آسیب‌زا
- آزادی در دریافت، نگهداری و ذخیره‌سازی و مصرف محتوای غیر آسیب‌زا

۸-۳- اثرات

در مرحله پایانی مدل بلوغ، جهت سنجش اثرات بلندمدت توسعه و ارزیابی محتوای الکترونیکی بومی، شاخص‌های مطرح در سنجش اثرات اقتصادی، اجتماعی، حقوقی و فناورانه، عنوان می‌شوند.

جدول ۴: سنجش اثرات اقتصادی، اجتماعی، حقوقی و فناورانه

اهداف حوزه های محتوایی				اهداف	اثرات
خدمات کسب و کاری	خدمات دولتی	سرگرمی	اطلاعات		
- توسعه خط و زبان فارسی در محیط رایانه ای - تعامل با ذینفعان و بازیگران تاثیرگذار و ایجاد فضای تعاملی (در سطح ملی و بین المللی) - تولید محتوا به زبان های بین المللی و مطابق استانداردهای بین المللی - ارائه موتور جست و جوگر قابل رقابت با مشابه خارجی	- رعایت استانداردهای بین المللی در تولید و ارائه محتوای الکترونیکی خدمات دولتی - شفافیت و کیفیت اطلاعات ارائه شده در خدمات دولت الکترونیکی و همراه	- رعایت استانداردهای بین المللی در تولید و ارائه سرگرمی دیجیتال - توسعه شبکه های سرگرمی دیجیتال در سطح ملی و بین المللی. - افزایش سهم تولید و نشر محتواهای سرگرم کننده در فضای دیجیتال به زبان فارسی برای ترویج فرهنگ ایرانی- اسلامی در خارج از کشور - صدور محصولات فرهنگی و هنری و سرگرمی به خارج کشور و حضور مؤثر در بازارهای جهانی	- توسعه شبکه های خبری دیجیتال در سطح ملی و بین المللی. - رعایت استانداردهای بین المللی در تولید و ارائه محتوای الکترونیکی - جلب همکاری های منطقه ای و بین المللی برای پوشش خبری در کشور و در سطح دنیا. - نقش مؤثر در افزایش آگاهی و دانش هم میهنان داخل و خارج کشور یا رسانه ها و جوامع دیگر، از طریق تولید و/یا نشر اطلاعات صحیح در فضای دیجیتال. - افزایش سهم تولید و نشر محتواهای اطلاعات در فضای دیجیتال به زبان فارسی برای اطلاع رسانی مؤثر و سریع به هم میهنان خارج از کشور.	ارتقای جایگاه ملی و بین المللی در فضای دیجیتال	سیاسی
- حفاظت از کودکان در فضای مجازی - بهره گیری از سیاست ها، رویکردها و ابزارهایی برای مقابله با تحریم ها - استفاده حداکثری از نیروها و تشکل های متعدد برای مقابله با خطرات فضای مجازی	- ممانعت از نشت محتوای الکترونیکی حساس امنیتی در بخش خدمات دولتی	- تولید انبوه برنامه های فرهنگی و سرگرم کننده با کیفیت برای مقابله با تهاجم فرهنگی	- افزایش تبادل اطلاعات سایبری آزاد با کشورهای منطقه و دنیا، در حوزه های پنج گانه، جهت کشف و مقابله با تهدیدات سایبری یا اقدامات خرابکارانه در فضای دیجیتال. - نشر صحیح و سریع اطلاعات/ اخبار آگاهی رسان با موضوعات امنیتی و/یا فریبکارانه به جمعیت های خاص یا عموم جامعه از طریق فضای دیجیتال.	غلبه بر تهدیدهای امنیت ملی فضای مجازی	
- بهره گیری از توانمندی نهادهای نظارتی فعال بر عملکرد توسعه دهندگان محتوا در فضای دیجیتال بصورت هماهنگ و با مدیریتی یکپارچه		- وجود متولی واحد برای تبیین سیاست ها و اقدامات نظارت بر عملکرد فعالان حوزه سرگرمی دیجیتال در کشور. - یکپارچگی روال های سیاست- گذاری و نظارتی بر فعالیت محیط های اطلاع رسانی دیجیتال و چندقطبی نشدن فعالیت + محیط های سرگرمی دیجیتال و چندقطبی	- وجود متولی واحد برای تبیین سیاستها و اقدامات نظارت بر عملکرد فعالان حوزه اطلاع رسانی دیجیتال در کشور. - یکپارچگی روال های سیاست- گذاری و نظارتی بر فعالیت محیط های اطلاع رسانی دیجیتال و چندقطبی نشدن فرایندهای نظارتی.	ایجاد سیستم سیاست گذاری و نظارتی واحد	

		نشدن فرایندهای نظارتی.	- حضور موثر هسته‌های مٌتولی سیاست‌گذاری و نظارتی بر اجرای صحیح قوانین و سیاست‌ها.	
<ul style="list-style-type: none"> - حمایت دولت از تولید و توسعه محتوا و سکوهاى مرتبط - توسعه محتوا و کسب و کارهای دیجیتالی بر بستر شبکه ملی اطلاعات - توجه به مدل‌های جدید کسب و کاری محتوا 	<ul style="list-style-type: none"> - تحقق دولت الکترونیکی باز و همراه با استفاده از ظرفیت رایافضا - افزایش حجم محتوای کاربردی مورد نیاز جامعه ایرانی اسلامی در بخش دولت الکترونیکی و همراه در سطح استاندارد جهانی 	<ul style="list-style-type: none"> - توسعه محتواهای سرگرمی دیجیتال بر بستر شبکه ملی اطلاعات - افزایش سهم درآمد صنایع مختلف از محل ارائه خدمات مرتبط با حوزه‌های مختلف از محل ارائه خدمات مرتبط با حوزه‌های مختلف سرگرمی دیجیتال. - رشد و توسعه خدمات حوزه‌های مختلف صنعت و بازار، مرتبط با فناوری‌ها و ابزار اطلاع‌رسانی در فضای دیجیتال. 	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش سهم درآمد صنایع مختلف از محل ارائه خدمات مرتبط با حوزه‌های مختلف اطلاع‌رسانی دیجیتال. - رشد استقبال از خدمات صنایع مرتبط با محتوای اطلاع‌رسانی دیجیتال. - رشد و توسعه خدمات حوزه‌های مختلف صنعت و بازار، مرتبط با فناوری‌ها و ابزار اطلاع‌رسانی در فضای دیجیتال. 	افزایش گردش مالی صنایع مرتبط با محتوا در ایران
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش سرمایه‌گذاری و تامین مالی در بخش توسعه و تولید محتوا توسط دولت و بخش خصوصی - ارائه تسهیلات به کسب و کارهای حوزه محتوای دیجیتال 		<ul style="list-style-type: none"> - افزایش استقبال سرمایه‌گذاران از سرمایه‌گذاری بر ایجاد محیط‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال که منجر به درآمد شوند. - افزایش استقبال سرمایه‌گذاران از سرمایه‌گذاری بر ایجاد محیط‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال بدون کسب درآمد و با اهداف ثانوی و/یا آینده‌نگرانه (مانند: ویکی‌پدیا، رسانه‌های خبری، سایت‌ها و کانال‌های نشر اخبار فیلم و بازی، ...). 	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش استقبال سرمایه‌گذاران از سرمایه‌گذاری بر ایجاد محیط‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال بدون کسب درآمد و با اهداف ثانوی و/یا آینده‌نگرانه (مانند: ویکی‌پدیا، رسانه‌های خبری، سایت‌ها و کانال‌های نشر اخبار فیلم و بازی، ...). 	افزایش میزان سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای حوزه محتوا
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش رقابت میان انتشاردهندگان محتوا به منظور ارتقاء خدمات و کاهش هزینه - شدت و سطوح رقابت بین کسب و کارهای مشابه در فضای دیجیتال - کاهش هزینه‌های ورود به بازار - کاهش هزینه ارائه خدمات و محصولات محتوایی در سبد خانوار - مرقون به صرفه بودن خدمات حوزه محتوا 	<ul style="list-style-type: none"> - باری‌رساندن به فروش محصولات و خدمات تولیدکنندگان موجود و ایجاد انگیزه برای افزایش مراکز تازه تأسیس در زمینه خدمات‌رسانی حوزه محتوای الکترونیکی 	<ul style="list-style-type: none"> - انطباق منشور اخلاقی و کلیه ضوابط و آیین‌نامه‌های داخلی نهادهای فعال در محیط‌های سرگرمی دیجیتال با موازین و حدود قانونی رقابت سالم. - امکان فعالیت همه اصناف، گروه‌های کاری و کاربران در محیط‌ها سرگرمی فضای دیجیتال، با رعایت کلیه موازین قانونی و پیوست‌های فرهنگی. - کاهش تضییع حقوق مادی و/یا معنوی رقابتی تجاری - حذف نقش افراد متنفذ، از عوامل موثر در تضییع حقوق مادی و/یا معنوی فعالان حوزه اطلاع‌رسانی دیجیتال. - تسهیل فرایندهای قانونی ورود به بازار فعالیت‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال برای عموم فعالان این عرصه. 	<ul style="list-style-type: none"> - انطباق ۱۲ منشور اخلاقی و کلیه ضوابط و آیین‌نامه‌های داخلی نهادهای فعال در محیط‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال با موازین و حدود قانونی رقابت سالم. - امکان فعالیت همه اصناف، گروه‌های کاری و کاربران در محیط‌های اطلاع‌رسانی فضای دیجیتال، با رعایت کلیه موازین قانونی و پیوست‌های فرهنگی. - کاهش تضییع حقوق مادی و/یا معنوی رقابتی تجاری - حذف نقش افراد متنفذ، از عوامل موثر در تضییع حقوق مادی و/یا معنوی فعالان حوزه اطلاع‌رسانی دیجیتال. - تسهیل فرایندهای قانونی ورود به بازار فعالیت‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال برای عموم فعالان این عرصه. 	ایجاد فضای رقابتی سالم

	<ul style="list-style-type: none"> - تسهیل فرایندهای قانونی ورود به بازار فعالیت های سرگرمی دیجیتال برای عموم فعالان این عرصه. - تشدید فرایندهای نظارتی حضور در بازار فعالیت های سرگرمی دیجیتال، با هدف جلوگیری از فعالیت متخلفان و رانت خواری. 	<ul style="list-style-type: none"> - تشدید فرایندهای نظارتی حضور در بازار فعالیت های اطلاع رسانی دیجیتال، با هدف جلوگیری از فعالیت متخلفان و رانت خواری. 		
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش تعداد کسب و کارهای منجر به توسعه محتوای دیجیتال بومی در کشور - کاهش هزینه های ورود به بازار - ایجاد فرهنگ پذیرش شکست فعالیت در حوزه فضای دیجیتال و ورشکستگی 	<ul style="list-style-type: none"> - امکان راه اندازی خدمات ارزش افزوده بر روی محتوای تولید شده - توسعه مراکز تبادل ترافیک (IXP) ها) با مدل مطلوب جهت محلی سازی و کاهش هزینه مبادله و تحویل محتوای داخلی با همکاری اپراتورها - اقتصادی سازی مراکز داده داخلی، تشویق و تسهیل اتصال مراکز داده به IXP ها و کاهش هزینه های میزبانی محتوا در داخل کشور 	<ul style="list-style-type: none"> - شمولیت تولید محتوای سرگرمی دیجیتال در حوزه های مختلف بازار. - افزایش فعالان در حوزه سرگرمی دیجیتال. 	<ul style="list-style-type: none"> - شمولیت تولید محتوای اطلاع رسانی دیجیتال تا دورترین نقاط در کشور - شمولیت تولید محتوای اطلاع رسانی دیجیتال در حوزه های مختلف بازار. - شمولیت تولید محتوای اطلاع رسانی دیجیتال به تناسب زبان، لهجه و جمعیت های مختلف مصرف کنندگان و متناسب با نیازهای ارکان مختلف جامعه (دولت، مردم، ...). - افزایش فعالان در حوزه اطلاع رسانی دیجیتال. 	توسعه محتوای بومی با هدف درآمدزایی
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش سهم درآمدی که محتوا در حوزه IT به خود اختصاص می دهد. - کاهش مالیات بر درآمد فعالان حوزه کسب و کارهای محتوای دیجیتال. 	<ul style="list-style-type: none"> - تبدیل محتوای موجود ارائه شده در حامل های برون خط به سرویس های برخط با ارزش افزوده 	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش سهم فایده به هزینه (صرفه اقتصادی) بخش خصوصی در ازای تسهیلات دولت برای فعالیت در حوزه های سرگرمی دیجیتال. - کاهش مالیات بر درآمد فعالان حوزه سرگرمی دیجیتال. 	<ul style="list-style-type: none"> - سهولت قوانین توزیع و نشر اطلاعات با حذف واسطه ها یا دخالت نهادهای دولتی و واگذاری آن به بخش خصوصی. - افزایش سهم فایده به هزینه (صرفه اقتصادی) بخش خصوصی در ازای تسهیلات دولت برای فعالیت در حوزه های پنج گانه اطلاع رسانی دیجیتال. - کاهش مالیات بر درآمد فعالان حوزه اطلاع رسانی دیجیتال. 	کسب سهم بالا از ارائه خدمات و محصولات محتوایی در کشور توسط بخش خصوصی
<ul style="list-style-type: none"> - افزایش نرخ مشارکت نیروی کار در حوزه محتوا - ارتقاء شاخص های محیط کسب و کار - ترویج و تقویت فرهنگ کار، تولید و کارآفرینی - حمایت از کارآفرینی - تشویق و حمایت از نوآوری 	<ul style="list-style-type: none"> - تشویق فعالان حوزه محتوا - الکترونیکی به فعالیت در قالب پلت فرمی 	<ul style="list-style-type: none"> - ترویج فرهنگ خلاقیت و تشویق به نوآفرینی از طریق سرگرمی دیجیتال در خصوص برنامه های حمایتی دولت، شرکت های خصوصی و سرمایه گذاران از دستاوردها یا موفقیت های نخبگان، استارت-آپ ها، و شرکتهای موفق. 	<ul style="list-style-type: none"> - رشد فعالیت های نوآورانه و کارآفرینانه در نتیجه سرعت زیاد اطلاع رسانی دیجیتال از پیشرفت ها و نیازهای جدید جامعه به تولید کنندگان، افراد خلاق، و متقاضیان مشاغل. - وجود دوره های آموزشی خلاقیت و استعدادپروری در سیستم آموزش و پرورش کشور و آموزشگاه ها، و استفاده 	توسعه خلاقیت و نوآوری، کارآفرینی و فرصت های شغلی در حوزه محتوای بومی

<p>- پرورش و اشتغال نیروی متخصص</p>		<p>- پرورش نیروی متخصص در حوزه تولید و توسعه سرگرمی دیجیتال</p>	<p>از اطلاع رسانی دیجیتال برای حمایت و تشویق جوانان در استفاده از این دوره ها. - ترویج فرهنگ خلاقیت و تشویق به نوآفرینی از طریق اطلاع رسانی دیجیتال در خصوص برنامه های حمایتی دولت، شرکت های خصوصی و سرمایه گذاران از دستاوردها یا موفقیت های نخبگان، استارت-آپ ها، و شرکت های موفق. - رشد محصولات و خدمات نوین در جامعه، ماحصل قوانین حمایت از نشر و تبادل آزاد و غیر انحصاری داده ها و اطلاعات علمی یا رخدادها در بین کارآفرینان و نخبگان کشور.</p>	
<p>- استفاده از ابزارهای تحلیلی برخط و پیشرفته جهت ارزیابی و شناسایی رفتارهای کاربران</p> <p>- دائقه سنجی مستمر و رصد موضوعات محتوایی در بازه های زمانی مشخص</p> <p>- توجه به تغییرات جمعیتی جامعه ایرانی</p>	<p>- استفاده از ابزارهای تحلیلی برخط و پیشرفته جهت ارزیابی و شناسایی رفتارهای کاربران</p>	<p>- توسعه محتوای سرگرمی بومی متناسب گروه های مختلف کاربری (سنی، قومی، ...)</p> <p>- توسعه محتوای سرگرمی بومی و اشاعه فرهنگ ارزش مدار (تطبیق مناسب با فرهنگ و خط و زبان فارسی)</p> <p>- تنوع مصرف کنندگان و رفتار جمعیت های مختلف بومی به تناسب قوم، زبان و لهجه، در انتخاب از اطلاعات و اخبار دیجیتال و واکنش به آن ها.</p> <p>- تنوع مصرف کنندگان و رفتار جمعیت های مختلف بومی به تناسب قوم، زبان و لهجه، در انتخاب و استقبال از سرگرمی دیجیتال و واکنش به آن ها.</p> <p>- بهبود تاثیرات فرهنگی و اجتماعی دسترس پذیری آسان به سرگرمی دیجیتال بر محیط های خانوادگی و رفتار کودکان.</p> <p>- بهبود تاثیرات فرهنگی و اجتماعی دسترس پذیری آسان به سرگرمی دیجیتال بر سرعت اتفاقات سیاسی/مذهبی/اقتصادی.</p>	<p>- توسعه محتوای اطلاعاتی بومی متناسب گروه های مختلف کاربری (سنی، قومی، ...)</p> <p>- توسعه محتوای اطلاعاتی بومی و اشاعه فرهنگ ارزش مدار (تطبیق مناسب با فرهنگ و خط و زبان فارسی)</p> <p>- تنوع مصرف کنندگان و رفتار جمعیت های مختلف بومی به تناسب قوم، زبان و لهجه، در انتخاب از اطلاعات و اخبار دیجیتال و واکنش به آن ها.</p> <p>- بهبود فرهنگی و اجتماعی محیط های خانوادگی و رفتار کودکان از طریق دسترس پذیری آسان به اطلاعات و اخبار دیجیتال</p> <p>- بهبود تاثیرات فرهنگی و اجتماعی دسترس پذیری آسان به اطلاعات و اخبار دیجیتال بر رفتارها و اقدامات کسب و کاری فعالان حوزه صنعت و بازار.</p> <p>- بهبود تاثیرات فرهنگی و اجتماعی دسترس پذیری آسان به اطلاعات و اخبار دیجیتال بر شیوه های ارتکاب جرائم توسط برخی مصرف کنندگان.</p> <p>- بهبود تاثیرات دسترس پذیری آسان به اطلاعات و اخبار دیجیتال بر سرعت اتفاقات سیاسی/مذهبی/اقتصادی.</p>	<p>تغییر ذائقه و شیوه مصرف کاربران</p>
<p>- سهولت دسترسی و بکارگیری خدمات و</p>	<p>- توسعه فرهنگ تحول دیجیتال در</p>	<p>- توسعه محتوای سرگرمی بومی و اشاعه فرهنگ</p>	<p>- کاهش ناهنجاری های فرهنگی، اجتماعی در فعالیت های از</p>	<p>حفظ ارزش ها، نگرش ها</p>

<p>محصولات محتوایی</p> <ul style="list-style-type: none"> - توسعه خط و زبان فارسی در محیط رایانه‌ای - افزایش کیفیت و تنوع خدمات و محصولات محتوایی - توسعه محتوای بومی متناسب با گروه‌های مختلف کاربری (سنی، قومی، مذهبی و...) 	<p>نهادهای و سازمان ها</p> <ul style="list-style-type: none"> - دسته‌بندی محتواهای قابل دسترس بر اساس گروه های مختلف کاربردی (سنی، قومی، مذهبی، ...) - فرهنگ‌سازی در خصوص حفظ مالکیت معنوی محتوا 	<p>ارزش‌مدار (تطبیق مناسب با فرهنگ و خط و زبان فارسی)</p>	<p>نوع اطلاع‌رسانی دیجیتال که منجر به تخریب ارزش‌ها گردیده باشند.</p> <ul style="list-style-type: none"> - کاهش آمار تخلفات و جرائم اجتماعی/مذهبی/فرهنگی در شیوه‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال. 	<p>و هنجارهای فرهنگی و اجتماعی جامعه اسلامی - ایرانی</p>
<ul style="list-style-type: none"> - ارتقای فرهنگ کاربری و سواد فضای مجازی - بالابردن سواد اینترنتی در کشور - ارتقای آگاهی، دانش و مهارت همگانی - آموزش نیروی انسانی متخصص و کارآمد متناسب با نیازهای بازار - آموزش عمومی به جامعه در خصوص فضای دیجیتال - آموزش تخصصی در بهره‌گیری از فضای دیجیتال - افزایش دسترس‌پذیری به دانشمندان، مهندسان، استعدادها، و استفاده از آنها در فضای دیجیتال - کاهش قیمت تمام شده دسترسی عمومی به شبکه - کاهش هزینه ارائه خدمات و محصولات محتوایی در سبد خانوار 	<ul style="list-style-type: none"> - آموزش نیروی انسانی برای اشتغال و تولید محصولات و خدمات قابل‌ارائه در سطح بومی و بین‌المللی - از طریق محتوای الکترونیکی در خدمات دولتی 	<ul style="list-style-type: none"> - ترویج روشهای آموزشی سرگرمی و بازی محور در سیستم آموزش و پرورش کشور و آموزشگاههای مرتبط - تولید و توزیع محتوای سرگرمی مورد نیاز برای آموزش استفاده از محیط‌های دیجیتال در سطح عمومی، با هدف ترویج استفاده از شبکه ملی اطلاع رسانی دیجیتال. 	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش استفاده از فناوری‌ها و ابزار اطلاع‌رسانی دیجیتال در حوزه‌های پنج‌گانه اطلاع‌رسانی دیجیتال. - کاهش استفاده از روش‌های سنتی دریافت اطلاعات و اخبار در حوزه‌های پنج‌گانه اطلاع‌رسانی دیجیتال. - حذف یا کاهش شیوه‌های سنتی اطلاع‌رسانی در سطح جامعه. - رویکرد روش‌های آموزشی سیستم آموزش و پرورش کشور و آموزشگاههای مرتبط، به استفاده از اطلاعات و محتواهای آموزشی قرار داده شده در بستر اینترنت، در قالب کتب الکترونیکی، پادکست، کلاس‌های برخط، و ... - تولید و توزیع محتوای اطلاعاتی مورد نیاز برای آموزش استفاده از محیط‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال در سطح عمومی، با هدف ترویج استفاده از شبکه ملی اطلاع‌رسانی دیجیتال. 	<p>افزایش سواد دیجیتال</p>
<ul style="list-style-type: none"> - حفاظت از کودکان در فضای مجازی - تسهیل تولید و به اشتراک گذاری محتوای مفید و غیر آسیب‌زا توسط کاربران در فضای دیجیتالی - آزادی در تولید، ارسال و بازنشر محتوای غیر آسیب‌زا - آزادی در دریافت، نگهداری و ذخیره‌سازی و مصرف محتوای غیر آسیب‌زا 	<ul style="list-style-type: none"> - تولید و ارائه خدمات محتوای الکترونیکی دولتی فرهنگی و ارزش‌مدار 	<ul style="list-style-type: none"> - همسو کردن سرگرمیهای دیجیتال با فرهنگ اسلامی - ایرانی در جهت تحکیم ارزشهای اسلامی - ایرانی - حفاظت از کودکان در فضای مجازی از طریق تولید و ارائه سرگرمیهای فرهنگی اجتماعی با کیفیت 	<ul style="list-style-type: none"> - کاهش تخلفات و جرائم در شیوه اطلاع‌رسانی در فضای دیجیتال. - کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی ناشی از آثار اطلاع‌رسانیهای مخرب در فضای دیجیتال. - افزایش استقبال گروه‌های مختلف از جمله: خانواده‌ها، آموزشگاه‌ها، مراکز بهزیستی، و ... از فضای مجازی برای اطلاع‌رسانی و آموزش و تربیت فرزندان و دیگر جمعیت های خاص. 	<p>کاهش آسیب‌های فرهنگی اجتماعی فضای مجازی برای شهروندان</p>

			<ul style="list-style-type: none"> - مرتبط بودن محتوای اطلاع‌رسانی‌های دیجیتال با اهداف فرهنگی و ارزش‌مداری. 		
<ul style="list-style-type: none"> - حمایت و سرمایه‌گذاری دولت در بهره‌گیری از فناوری‌های نوین - توسعه و بکارگیری فناوری‌های نسل جدید (مانند 5G) در کسب و کارهای محتوای الکترونیکی 	<ul style="list-style-type: none"> - استفاده از فناوری های نوین با توجه به بلوغ چرخه ارائه خدمات محتوایی دولت الکترونیکی و همراه 	<ul style="list-style-type: none"> - توسعه فناوری‌های نوین در تولید، توزیع و پخش سرگرمی‌های دیجیتال - حرکت به سمت هوشمندسازی و شخصی سازی تولید، عرضه محتواهای سرگرم کننده از طریق مشارکت و تعامل کاربران و با استفاده از فناوریهای نوین - تخصصی کردن انواع سرگرمیها و ایجاد رسانه‌های موضوع محور براساس نیاز مخاطب مبتنی بر فناوریهای نوین - تلاش برای افزایش پذیرش فناوریهای جدید در حوزه تولید، عرضه و پخش محتواهای صوتی و تصویری الکترونیکی 	<ul style="list-style-type: none"> - وجود ابزار و فناوری‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری جدید برای فراهم‌سازی بستر مناسب اطلاع‌رسانی دیجیتال در کشور. - افزایش کارایی استفاده از اطلاعات صفحات واسط کاربری برای سهولت دریافت اطلاعات و اخبار برخط. - پیروی از اصول و قواعد SEO^{۱۳} در صفحه آرایی انواع اطلاع‌رسانی‌های دیجیتال. - رشد ICT کشور به سمت فناوری‌های جدید (5G)، رایانش کوانتومی، رمزگذا، ... برای تامین نیازهای ظرفیتی زیرساخت (پهنای باند و نرخ بیت) و به صورت امن، برای محتواهای اطلاع‌رسانی دیجیتال. 	توسعه فناوریهای نوین	فناوری
<ul style="list-style-type: none"> - تحقق امنیت زیرساختی حوزه محتوا - بروز بودن زیرساخت ICT (ارتباطی و اینترنتی) - متناسب با سطح نیازمندی‌های روز برای توسعه محتوای دیجیتال بومی در کشور - اطمینان از کیفیت و کفایت بسترهای زیرساختی ICT کشور جهت توسعه انواع حوزه‌ها و سرویس‌های محتوایی - بهبود توجه به ترافیک شبکه و مدیریت آن 	<ul style="list-style-type: none"> - تامین زیرساختهای فناورانه مورد نیاز برای گسترش خدمات دولتی محتوای الکترونیکی 	<ul style="list-style-type: none"> - تامین زیرساختهای فناورانه مورد نیاز برای گسترش سرگرمیهای الکترونیکی به سبک اسلامی - ایرانی 	<ul style="list-style-type: none"> - رشد فناوری در بخش IT برای تامین بسترهای زیرساختی شبکه ملی اطلاع‌رسانی کشور در بستر اینترنت جهانی و ارتقاء این بسترها برای انتقال سریع و مطمئن اطلاعات به هم‌میهنان برون‌مرزی. - رشد فناوری در بخش CT برای تامین بسترهای ارتباطی داخل کشور (ماهواره، فیبر، رادیو، ...) و ارتقاء این بسترها برای انتقال اطلاعات به هم‌میهنان برون‌مرزی. 	توسعه زیرساخت فناوری	
<ul style="list-style-type: none"> - تحقق اهداف حاصل از اجرای قوانین و سیاست‌های اقتصاد دیجیتال در توسعه فضای کسب و کاری محتوای الکترونیکی بومی کشور. - تحقق اهداف حاصل از اجرای قوانین و سیاست‌های اقدام به توسعه بسترهای زیرساختی 	<ul style="list-style-type: none"> - تحقق اهداف حاصل از اجرای قوانین و سیاست‌های اقدام لازم جهت توسعه دولتی محتوای الکترونیکی خدمات دولتی 	<ul style="list-style-type: none"> - حمایت حقوقی و قانونی از تولید، توزیع، سرمایه گذاری، صادرات آثار و محصولات سرگرمیهای الکترونیکی - تحقق اهداف حاصل از اجرای قوانین و سیاست‌های اقدام به توسعه بسترهای زیرساختی کشور مبتنی 	<ul style="list-style-type: none"> - تحقق اهداف حاصل از اجرای قوانین و سیاست‌های اقتصاد دیجیتال در انتشار اطلاعات و اخبار و آمار اقتصادی کشور. - تحقق اهداف حاصل از اجرای قوانین و سیاست‌های اقدام به توسعه بسترهای زیرساختی کشور مبتنی بر فناوری‌های نسل نوین ارتباطی، با هدف توسعه شبکه ملی اطلاع‌رسانی 	تدوین و اجرای قوانین تنظیم مقررات رگولاتوری محتوا (قوانین کنترل و نظارت بر توسعه محتوا)	حقوقی و قانونی

<p>کشور مبتنی بر فناوری‌های نسل نوین ارتباطی، با هدف توسعه شبکه ملی اطلاع‌رسانی دیجیتال.</p> <p>- اجرای مصوبات پیاده‌سازی کارآمد شبکه‌های توزیع محتوا در داخل کشور، با هدف بهبود مطالبات مردمی در حوزه کسب و کارهای محتوای الکترونیکی در شبکه ملی کشور.</p>		<p>بر فناوری‌های نسل نوین ارتباطی، با هدف توسعه سرگرمی در شبکه ملی اطلاعات.</p> <p>- اجرای مصوبات پیاده‌سازی کارآمد شبکه‌های توزیع محتوا در داخل کشور، با هدف بهبود مطالبات مردمی در کسب سرگرمیهای دیجیتال در شبکه ملی کشور.</p>	<p>دیجیتال.</p> <p>- اجرای مصوبات پیاده‌سازی کارآمد شبکه‌های توزیع محتوا (CDN) در داخل کشور، با هدف بهبود مطالبات مردمی در کسب اطلاعات و اخبار و آمار دیجیتال از شبکه ملی کشور.</p>	
<p>- حمایت از حقوق تولید کنندگان و مصرف کنندگان محصولات و خدمات محتوایی از طریق سیاست-گذاری، وضع قوانین متناسب با نیاز ذینفعان و نظارت بر اجرای صحیح قوانین موجود</p> <p>- تعیین متولیان قانون‌گذار و تعیین‌کننده ضوابط تولید، پردازش، ذخیره‌سازی، و نشر اطلاعات دیجیتال و همچنین جرائم تخطی از این موازین.</p> <p>- تدوین و اجرای قوانین حقوق حریم خصوصی از این موازین.</p>	<p>- حمایت از حقوق تولید کنندگان و مصرف کنندگان محصولات و خدمات محتوایی از طریق سیاست-گذاری، وضع قوانین متناسب با نیاز ذینفعان و نظارت بر اجرای صحیح قوانین موجود</p> <p>- تعیین متولیان قانون‌گذار و تعیین‌کننده ضوابط تولید، پردازش، ذخیره‌سازی، و نشر اطلاعات دیجیتال و همچنین جرائم تخطی از این موازین.</p>	<p>- تقویت ساختار حقوقی و قانونی حمایت از مولفان، هنرمندان و متخصصان عرصه آثار و محصولات حوزه سرگرمی</p>	<p>- تحقق اهداف حاصل از اجرای قوانین مدیریت حقوق دیجیتال در بخش تولید، بازتولید، و نشر محتواهای با مضمون اطلاع‌رسانی دیجیتال در کشور.</p> <p>- حفظ حقوق مادی و معنوی تولیدکنندگان اصلی آثار با محتوای اطلاع‌رسانی در فضای دیجیتال از سوی ناشرین و بازتولیدکنندگان.</p>	<p>وضع و اجرای قوانین حقوق مالکیت معنوی در ایران</p>
<p>- ارائه موتور جست‌وجوگر قابل رقابت با مشابه خارجی</p> <p>- توسعه محتوا و کسب و کارهای دیجیتالی بخش خصوصی بر بستر شبکه ملی اطلاعات</p> <p>- مقابله با انحصار و سلطه حقوقی در فضای مجازی</p> <p>- توسعه نظام حقوقی متناسب با توسعه فضای مجازی برای مقابله با جرائم آن</p> <p>- کاهش مراحل و مقررات اداری برای تسهیل ورود فعالان به حوزه‌های کسب و کارهای محتوای دیجیتال.</p>		<p>- استقبال فعالان فضای دیجیتال از ورود به حوزه‌های سرگرمی دیجیتال بر بستر شبکه ملی اطلاعات</p> <p>- کاهش مراحل و مقررات اداری برای تسهیل ورود فعالان به حوزه‌های سرگرمی دیجیتال.</p> <p>- سهولت تبادل داده‌های سرگرمی دیجیتال بین فعالان این عرصه، با کمترین موانع قانونی یا غیررسمی.</p>	<p>- استقبال فعالان فضای دیجیتال از ورود به حوزه‌های پنج‌گانه اطلاع‌رسانی بر بستر شبکه ملی اطلاعات</p> <p>- کاهش مراحل و مقررات اداری برای تسهیل ورود فعالان به حوزه‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال.</p> <p>- سهولت تبادل داده‌های خبری و اطلاع‌رسانی دیجیتال بین فعالان این عرصه، با کمترین موانع قانونی یا غیررسمی.</p> <p>- شفافیت و ساده‌سازی سیاست‌گذاریهای حوزه محتوای دیجیتال با هدف تسهیل مناسبات، مقررات‌زدایی، آزادسازی، تسهیل تبادل اطلاعات، و رفع انحصارهای غیرضروری بر داده‌ها و اطلاعات دیجیتال.</p>	<p>شفاف‌سازی مناسبات بازار و مقررات زدایی و آزادسازی و رفع انحصار برای توسعه محتوای بومی بر بستر شبکه ملی اطلاعات</p>

۸-۴- نظرسنجی از خبرگان

پرسشنامه نظرسنجی از خبرگان حوزه محتوای الکترونیکی با دو هدف اصلی طراحی گردید: سنجش مدل‌های ارزیابی و شاخص‌ها و سنجه‌های مطرح شده در مدل‌های ارزیابی و همچنین سنجش وضعیت فعلی توسعه و ارزیابی محتوای الکترونیکی بومی. از آنجاییکه در مدل ارزیابی پیشنهادی، ابعاد اصلی توسعه و ارزیابی محتوای الکترونیکی مطرح شده است، پرسشنامه برای سنجش انتخاب درست این ابعاد و همچنین میزان تاثیر هر کدام در شرایط فعلی، تنظیم شده است. تعدادی از سوالات پرسشنامه نیز در راستای سنجش وضعیت فعلی و کمک به تبیین دقیقتر شاخص‌ها و سنجه‌های مطرح در جداول مرتبط با مدل بلوغ ارزیابی عنوان شده است. این سوالات، فرصتی برای شناخت و تحلیل وضع موجود در حوزه توسعه و ارزیابی محتوای الکترونیکی بومی حاصل نموده است که ارزش افزوده آن در فعالیتهای آتی مرتبط با این موضوع در گروه و پژوهشکده درخور توجه است.

۸-۴-۱- سنجش مدل‌های ارزیابی، شاخص‌ها و سنجه‌های مرتبط

در راستای دستیابی به مدل ارزیابی محتوای الکترونیکی بومی، مدل‌های مطرح در این حوزه، اقدامات سازمان‌های بین‌المللی، استراتژی توسعه محتوای الکترونیکی در کشورهای مختلف، زنجیره ارزش و نقش‌های اصلی و پشتیبان مطرح در این زنجیره، ذینفعان این حوزه و مشکلات و دغدغه‌های آنان، مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. در نهایت، بر مبنای مطالعات و بررسی‌های صورت گرفته، تجمیع مناسبی از کلیه ابعاد موجود در زمینه ارزیابی محتوای الکترونیکی بومی در قالب مدل پیشنهادی مطرح گردید. در راستای ترسیم چگونگی فرآیند اجرایی مدل پیشنهادی، مدل بلوغ ارزیابی در سه گام اصلی آمادگی، اقدام و اثرات تنظیم گردید. در شیوه مذکور اگر هدف سنجش پیش‌نیازها و الزامات توسعه محتوای الکترونیکی باشد، مبنای آن سنجش فعالیت‌های نقش‌های اولویت‌دار و پشتیبان می‌باشد که در شاخص‌ها و سنجه‌های مربوط به گام آمادگی مدل بلوغ ارائه شده است. در گام دوم، برای سنجش کیفیت محتوای توسعه یافته، شاخص‌های کیفی مخصوص صفحات محتوایی استخراج گردید. همچنین در این گام برای سنجش فعالیت‌های نقش‌های اصلی توسعه محتوای الکترونیکی، شاخص‌های سنجش در چهار حوزه محتوایی (اطلاعات، سرگرمی، خدمات کسب‌وکاری و خدمات محتوایی) و بر مبنای نقش‌های اصلی طرح گردید. در نهایت در گام سوم مدل بلوغ، اثربخشی و سودمندی توسعه محتوای الکترونیکی بومی مبتنی بر مدل پستل و هدفگذاری کلان اولیه و اهداف مهم مطرح در چهار حوزه اصلی محتوایی، سنجیده است.

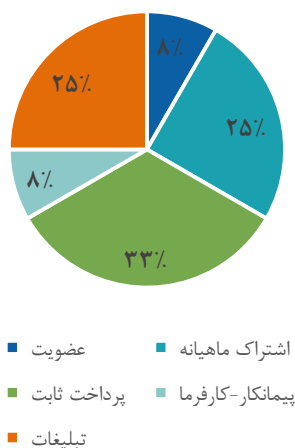
در این شیوه ارزیابی سیستماتیک، در صورت نیاز می‌توان با تغییر اهداف کلان توسعه محتوای الکترونیکی بومی و بالطبع تغییر اثرات حاصل از توسعه محتوا، اقدام به تنظیم و تدوین پیش‌نیازهای فناورانه، قانونی، مالی، ... لازم برای اهداف جدید نمود و بدین وسیله شرایط مساعد برای تسهیل و رونق فعالیت‌های مختلف توسط نقش‌های اصلی زنجیره ارزش محتوا را متناسب اهداف و نیازهای جدید، فراهم نمود.

برای بررسی نظر خبرگان در ارتباط با مدل ارزیابی، ابعاد اصلی مدل ارزیابی پیشنهادی شامل چهار حوزه اصلی محتوایی، نقش‌های اصلی در ذیل زنجیره ارزش (خلق، توزیع، تحویل)، وظایف نقش‌های اولویت‌دار و پشتیبان، شاخص‌ها و سنجه‌های اصلی (ذیل مدل بلوغ ارزیابی) در پرسشنامه، مورد پرسش قرار گرفته است. پاسخ‌های دریافتی مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته

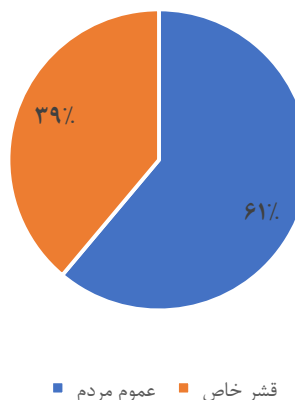
و در مدل های ارزیابی و شاخص ها و سنجه های مطرح شده، اعمال گردید. با توجه به پاسخ های دریافتی، چهار حوزه اصلی محتوایی، نقش های اصلی زنجیره ارزش محتوا در مدل پیشنهادی، زیرباعد اصلی مطرح در بخش نقش های اصلی و پشتیبان مدل (زیرساخت فنی، قوانین و مقررات، منابع مالی و انسانی، ...) مورد تأیید قرار گرفت. همچنین اصلاحات مورد نیاز در خصوص شاخص ها و سنجه های مطرح شده در حوزه های محتوایی نیز اعمال گردید.

۸-۴-۲- وضعیت توسعه محتوای الکترونیکی در کشور

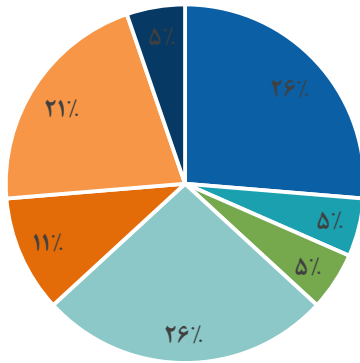
در این بخش نتایج حاصل از پیمایش نهادها و سازمان هایی که در حوزه محتوای الکترونیکی فعالیت دارند ارائه گردیده است تا بدین وسیله تصویر بهتری از وضعیت توسعه محتوای الکترونیکی در کشور حاصل گردد و چالش ها و مسائل مرتبط با توسعه محتوا در کشور تبیین گردد. پرسشنامه ای بر مبنای بررسی تحقیقات معتبر داخلی و بین المللی خصوصاً گزارشات منتشر شده توسط سازمان همکاری و توسعه اقتصادی و پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات و در قالب ۲۶ سوال تهیه شد و در سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ برای جمعی از سازمان های در دسترس در حوزه محتوای الکترونیکی ارسال گردید. از پاسخ دهندگان درخواست شد تا بر اساس وضعیت سازمان خود به سوالات پاسخ دهند.



شکل ۴: مدل کسب درآمد اصلی در بخش تولید و توسعه محصولات محتوایی

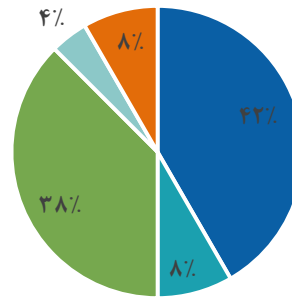


شکل ۳: جامعه هدف محصولات یا خدمات محتوایی



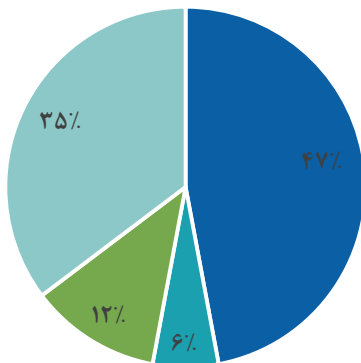
- محدودیت منابع مالی
- محدودیت نیروی انسانی متخصص
- ضعف بسترهای فنی موجود
- عدم حمایت کافی دولت و نهادهای حاکمیتی مرتبط
- عدم وجود متولی مشخص در حوزه فعالیت سازمان
- ضعف ساختارهای حقوقی و قانونی
- وجود تحریم ها

شکل ۶: مهمترین چالشها و مشکلات نهاد/ سازمان/ شرکت /موسسه در رابطه با توسعه محتوای الکترونیکی



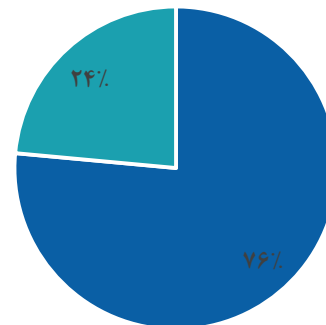
- وب سایت عمومی
- وب سایت اختصاصی سازمان
- اپلیکیشن عمومی
- اپلیکیشن اختصاصی سازمان
- تلویزیون

شکل ۵: کانالهای ارائه خدمات و محصولات محتوایی سازمان



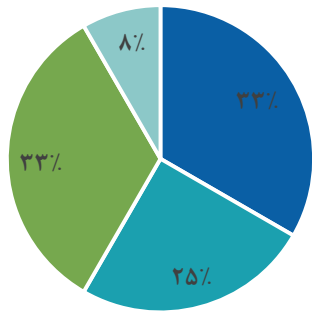
- اطلاع رسانی محدود / مناسب در خصوص خدمات و محصولات محتوایی
- مهارتهای پایین/ بالای مخاطبان در استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی
- هزینه بالای/ پایین خدمات و محصولات محتوایی
- کیفیت پایین، تنوع کم و عدم تطابق/ کیفیت بالا، تنوع بالا و تطابق خدمات با نیازمندی های مخاطبان

شکل ۸: دلایل عدم پذیرش/ پذیرش مطلوب خدمات و محصولات محتوایی سازمان

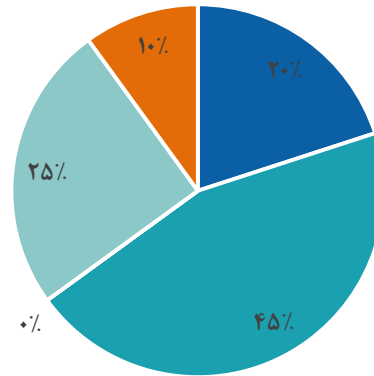


- بلی
- خیر

شکل ۷: استقبال و پذیرش نسبت به خدمات و محصولات محتوایی سازمان از سوی مخاطبان



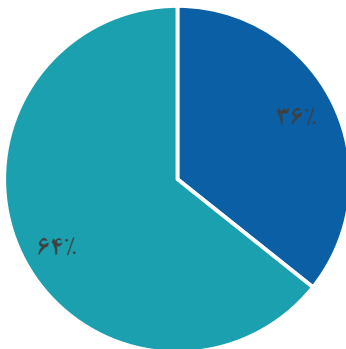
- مهارت های پایین مخاطبان در استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی
- عدم تناسب خدمات و محصولات با نیازمندی ها
- هزینه بالای خدمات و محصولات محتوایی
- کیفیت و تنوع خدمات و محصولات محتوایی



- خیلی زیاد
- زیاد
- متوسط
- کم
- خیلی کم

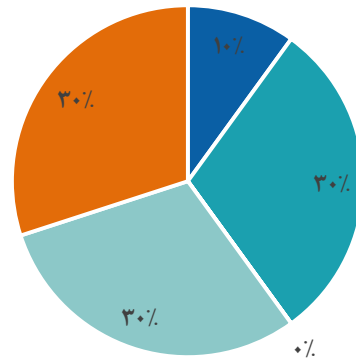
شکل ۱۰: مهمترین چالشها و مشکلات جامعه و بازار هدف در بهره گیری استفاده از محصولات و خدمات محتوایی سازمان

شکل ۹: میزان تسهیل ارائه محصولات و خدمات محتوایی مرتبط



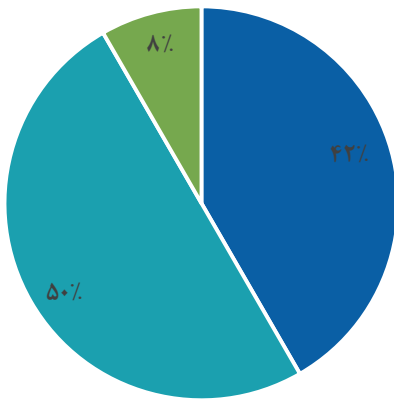
- مناسب
- نامناسب

شکل ۱۲: میزان و نحوه نظارت بر تولید کنندگان و مصرف کنندگان محصولات و خدمات محتوایی در حوزه فعالیت سازمان



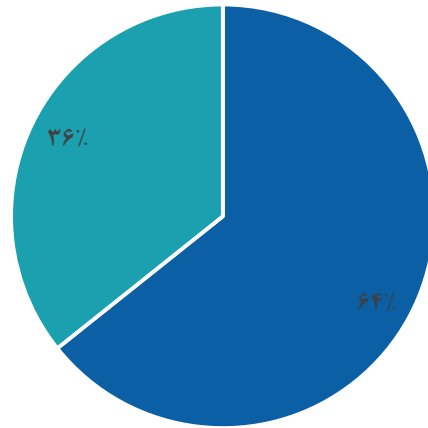
- خیلی زیاد
- زیاد
- متوسط
- کم
- خیلی کم

شکل ۱۱: میزان حمایت از حقوق تولید کنندگان و مصرف کنندگان محصولات و خدمات محتوایی در حوزه فعالیت سازمان



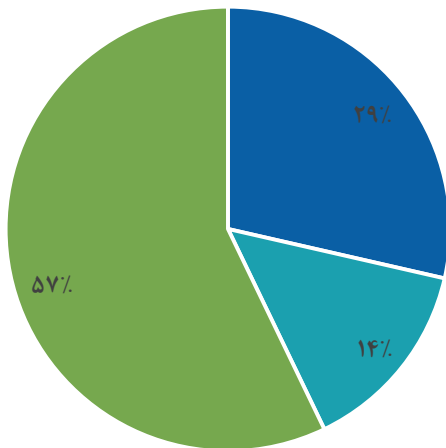
■ GB ■ TB ■ PT

شکل ۱۴: حجم محتوای الکترونیکی گردآوری شده / تولید شده در سازمان



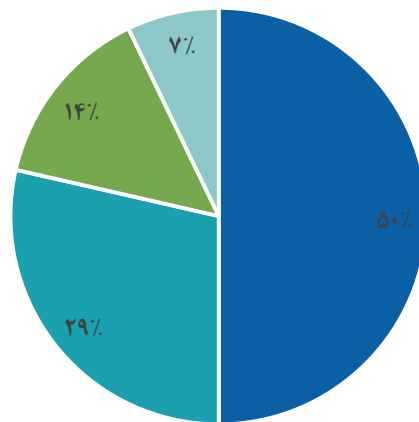
■ خیر ■ بله

شکل ۱۳: مطلع بودن سازمان از نحوه ارزیابی و معیارهای بکاررفته در محصولات و خدمات محتوایی



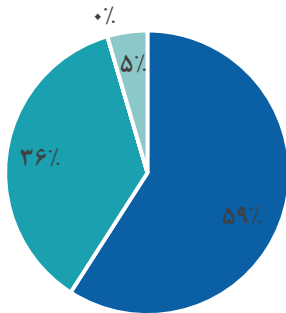
■ بیشتر از ۹۰ درصد ■ ۹۰-۵۰ درصد ■ کمتر از ۵۰ درصد

شکل ۱۶: محتوای الکترونیکی جمع آوری شده از منابع خارجی

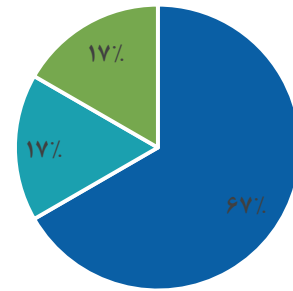


■ بیش از ۱۰۰ درصد ■ بیش از ۷۵ درصد ■ بیش از ۵۰ درصد ■ بیش از ۲۵ درصد

شکل ۱۵: درصدی از محتوا که به صورت فرم الکترونیکی و قابل استفاده مجدد است



- مرکز داده داخل سازمان
- مرکز داده داخل کشور
- مراکز داده خارج از کشور
- شبکه توزیع محتوا



- رسانه های اجتماعی
- داده های دولتی
- تالیف

شکل ۱۷: منابع جمع آوری محتوای الکترونیکی

شکل ۱۸: محل نگهداری محتوای الکترونیکی گردآوری شده / تولید شده

جدول ۶: مهم ترین چالشها و مشکلات در زمینه ارزیابی و نظارت

مهم ترین چالشها و مشکلات
سانسور
مشکل کپی رایت
کنترل شدید
برخورد سلیقه ای
ارزیابی غیرکارشناسی
عدم توجه به نظر تولیدکنندگان محتوا
ارزیابی توسط نیروی های غیر متخصص
شفاف نبودن معیارها
نبودن پنجره واحد ارزیابی و نظارت

جدول ۵: جدول متولیان ارزیابی

متولیان ارزیابی
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
وزارت ارشاد استان
آموزش و پرورش
اپراتور
مرکز ملی فضای مجازی
سازمان تنظیم مقررات
شورای عالی فضای مجازی
وزارت ارتباطات
سازمان درخواست دهنده (کارفرما)

جدول ۷: معیارهای ارزیابی داخلی سازمان در خصوص تولید و ارائه

محصولات و خدمات محتوایی

جدول ۸: چالش ها و موانع پیش روی توسعه محتوا

چالش ها و موانع پیش روی توسعه محتوا
عدم توسعه زیرساختهای داخلی در کشور خصوصا در زمینه فروش محتوا
تحقق کامل قانون کپی رایت
سلطه پلتفرم های وابسته به دولت یا شرکت های سرمایه داری برای داشتن رهبری بازار
انحصار طلبی صدا و سیما
حجم بالای ممیزی ها
عدم فرهنگ سازی در بازار
حجم بالای محتوای الکترونیکی مصرفی از منابع محتوایی خارجی
عدم وجود نیروی متخصص
عدم برخورد سلیقه ای در ارزیابی ها
عدم وجود متولی ثابت و مشخص جهت ارزیابی محتوا
انحصار همراه اول، ایرانسل و روبیکا در عرصه ی تولید و ارائه محتوا

معیارهای ارزیابی داخلی سازمان
بازخورد بالا در شبکه های اجتماعی
مشارکت بالای مردم
فاخر بودن
مناسب بودن برای گروه مخاطبان
آموزنده بودن محصول
به روز بودن محتواها
علمی بودن مطالب و محتواها
تبعیت از ارزشهای جامعه
مطابق با معیارهای اپراتور
تطابق با قوانین تجارت الکترونیک
تطابق با قوانین سازمان نشر رسانه های دیجیتال
تطابق با قوانین مرکز رسانه های دیجیتال وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

بر اساس نتایج حاصل شده، می توان گفت که بخش عمده ای از محتوای الکترونیکی تولید شده / گردآوری شده توسط عمده سازمان ها از منابع موجود در کشور و رسانه های اجتماعی تهیه می شود و عمدتا در مراکز داده داخل سازمان نگهداری می شود. عمده محتوای الکترونیکی سازمان ها برای عموم مردم جامعه تهیه می گردد و در نتیجه بسیاری از سازمان ها بازار هدف بزرگی در این زمینه دارند. عمده این سازمان ها با پذیرش بالای مخاطبان خود مواجه هستند و عمده محصولات و خدمات محتوایی آنها از طریق وبسایت ها و اپلیکیشن های عمومی در اختیار مخاطبان قرار می گیرد و در نتیجه محتواهای تولید شده به میزان کمی شخصی سازی می شوند.

از میان سازمان هایی که مخاطبان آنها پذیرش کمتری از محتوای الکترونیکی داشته اند، عمده ترین دلایل شامل اطلاع رسانی محدود در خصوص خدمات و محصولات محتوایی و کیفیت پایین، تنوع کم و عدم تطابق خدمات با نیازمندی های مخاطبان بوده است که با توجه به عدم تقسیم بندی بازار هدف عمده این سازمان ها، به نظر می رسد آنها باید بیش از پیش در جهت گروه بندی مشتریان خود و تولید محتوای الکترونیکی متناسب با نیازمندی های هر گروه از مشتریان اقدام نمایند. از سوی دیگر عمده سازمان ها از چگونگی ارزیابی محصولات و خدمات محتوایی خود توسط نهادهای ذی صلاح و مرتبط از آگاهی لازم برخوردار هستند ولی چگونگی نظارت بر تولیدکنندگان و حتی مصرف کنندگان محتوای الکترونیکی در کشور را نامناسب قلمداد می کنند.

همچنین محدودیت منابع مالی و عدم حمایت کافی دولت و نهادهای حاکمیتی مرتبط از عمده ترین چالش های این سازمان ها در رابطه با توسعه محتوای الکترونیکی بوده و مهارت های پایین مخاطبان در استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی و هزینه بالای خدمات و محصولات محتوایی از مهمترین چالش های مخاطبان این سازمان ها بوده است. به علاوه چالش هایی نظیر عدم وجود قانون کپی رایت در کشور، برخورد سلیقه ای و غیرکارشناسی در خصوص انواع محتواها، وجود انحصار در بازار

و عدم شفافیت معیارهای مورد استفاده توسط نهادهای ذیربط جهت ارزیابی از مهمترین مسائل این سازمانها در خصوص ارزیابی محتوای تولید شده ایشان توسط سازمانها و نهادهای مرتبط است.

بنابراین به نظر می رسد که تامین منابع مالی و حمایت دولت از سازمانهای تولیدکننده و یا منتشرکننده محتوای الکترونیکی در قالب ارائه مشوقهای مالی نظیر معافیتهای مالیاتی، از بین بردن انحصار بازار و فراهم نمودن بستری برای رقابت آزاد میان سازمانها در این حوزه، تصویب قانون کپی رایت و همچنین فرهنگسازی برای استفاده صحیح از محتوای الکترونیکی توسط مخاطبان می تواند در راستای افزایش تولید و مصرف محتوای الکترونیکی در کشور موثر باشد.

۹- جمع بندی

گزارش حاضر با هدف طراحی مدل توسعه زنجیره ارزش محتوای الکترونیکی بومی صورت گرفت. بر این اساس، مدل های مطرح در این حوزه، اقدامات سازمانهای بین المللی و سیاستها و استراتژیهای توسعه محتوای الکترونیکی در کشورهای مختلف مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. از نتایج این پژوهش ترسیم زنجیره ارزش محتوای الکترونیکی در کشور، تبیین حوزههای محتوایی مطرح در این زنجیره و ارائه شاخصهای مختلف مرتبط با هر یک از حوزههای محتوایی جهت پایش محتوای الکترونیکی بومی در مدل پیشنهادی است.

نکته حائز اهمیت در زمینه توسعه محتوای الکترونیکی بومی در کشور، نگاهی همه جانبه به ابعاد اصلی توسعه محتوا، توجه به نقشهای اصلی و پشتیبان توسعه محتوای الکترونیکی بومی و از همه مهمتر، توجه به تأثیر این نقشها بر یکدیگر است. در صورت عدم فعالیت درست و به موقع نقشهای پشتیبان، تلاشها و زحمات فعالان در نقشهای اصلی توسعه محتوا در هر یک از چهار حوزه محتوایی بی نتیجه خواهد ماند. در نتیجه توسعه محتوا با تکیه بر شاخصهای صرفاً حجمی و بدون توجه به همگی پیش نیازها، فعالیتهای اصلی و پس نیازهای توسعه محتوا، مانع از فراهم سازی شرایط مناسب جهت رشد و توسعه همه جانبه فعالیتها در زنجیره ارزش محتوا می گردد.

اقدامات پیشنهادی مبتنی بر یافتههای پژوهش:

۱- با توجه به ضعف و کمبود وجود راهبردها و سیاستهای مرتبط با توسعه محتوای الکترونیکی بومی در اسناد بالادستی کشور، پیشنهاد می شود در این زمینه با ترسیم نقشه راه این حوزه، راهبردها و سیاستهای مورد نیاز بطور دقیق در بازه زمانی مشخص تدوین و تنظیم شوند. این امر موجب شفاف شدن مسیر آتی این حوزه و توجه به توسعه همه جانبه آن و نیز تعیین تکلیف ذینفعان (حداقل ذینفعان بخش دولتی و حاکمیتی) براساس اولویتها و نیازمندیهای این حوزه خواهد شد.

۲- همچنین از منظر قانونی، وضع قوانین حمایت از پدیدآورندگان محتوای الکترونیکی بومی و از همه مهمتر نظارت بر اجرای قوانین به روز یکی از موضوعات مهم در این حوزه بوده بطوریکه ضرورت پیگیری آن مشهود است.

۳- تعیین نقش ذینفعان در قالب مدیریتی یکپارچه و دارای نظامی مشخص در حوزه محتوای الکترونیکی بومی براساس راهبردها و سیاستهای آتی به منظور غلبه بر مشکلات موجود همانند واگرایی در اتخاذ برخی تصمیمات، پیچیدگی و پراکندگی در وضع و اجرای قوانین موجود، عدم نظارت دقیق بر عملکرد ذینفعان مختلف در زنجیره ارزش محتوا و ... از جمله چالشها و موانع مهم بر سر راه توسعه این حوزه می باشد.

۴- بهره گیری از ظرفیتهای فناوریهای نوین خصوصاً هوش مصنوعی و نسل پنجم در توسعه محتوای الکترونیکی بومی و

- توجه به ابعاد مختلف آن در مباحث فنی، فناوریانه، اقتصادی، اشتغال و کارآفرینی و ... بسیار حائز اهمیت بوده و لزوم برنامه‌ریزی دقیق با توجه به فرصت‌های موجود را می‌طلبد.
- ۵- توجه به موضوعات اجتماعی در جامعه ایرانی از منظر توسعه محتوای الکترونیکی بومی و تعیین جوامع هدف با توجه به تغییر ذایقه و شیوه مصرف کاربران مختلف، تغییر ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و توجه به تغییرات جمعیتی از نکات بسیار مهم در توسعه این حوزه است.
- ۶- توجه به بحث آموزش و فرهنگ‌سازی در زمینه نحوه تولید و مصرف محتوای الکترونیکی بومی، بالابردن سطح آگاهی و توان مخاطبان در بهره‌گیری بیشتر از محتوای الکترونیکی بومی و همچنین آموزش توسعه‌دهندگان فعال این حوزه در زمینه تولید و توسعه محتوای باکیفیت و شخصی‌سازی شده، تأثیر زیادی در رونق توسعه محتوای الکترونیکی بومی خواهد داشت.
- ۷- یکی از مولفه‌های مهم در توسعه محتوای الکترونیکی با توجه به شرایط کنونی مباحث اقتصادی اعم از میزان سرمایه‌گذاری و شیوه‌های نوین جذب سرمایه، گردش مالی صنایع مرتبط با محتوا در ایران و اقدامات لازم برای بهبود آن، نحوه مشارکت بخش خصوصی و روش‌های حمایتی بخش دولتی و حاکمیتی در سال جهش تولید می‌باشد.
- ۸- در نهایت برای توسعه محتوای الکترونیکی بومی در کشور و تحقق هر یک از موارد پیشنهادی فوق، ارزیابی مداوم این حوزه با استفاده از شاخص‌ها و اندازه‌گیری آنها و بکارگیری مدل‌های ارزیابی کمی و کیفی بسیار مهم است. از طرفی لازم است که معیارها و شاخص‌های ارزیابی به صورت شفاف و دقیق در اختیار فعالان و ذینفعان زنجیره ارزش محتوای الکترونیکی بومی قرار گیرد.



نشانی: تهران، انتهای کارگر شمالی، پژوهشگاه
ارتباطات و فناوری اطلاعات، معاونت پژوهش و
توسعه ارتباطات علمی

تلفن: ۰۲۱-۸۸۶۳۰۳۵۵

نمابر: ۰۲۱-۸۸۶۳۰۳۵۶