

کارشناسان شبکه های اجتماعی به سؤال «ایران» پاسخ می دهند

چرا پیام رسان های داخلی در جذب مخاطب موفق نبودند؟

سوسن مدافی خبرنگار

«پیام رسان بومی بیسفون بعد از ۸ سال فعالیت سرورهای خود را خاموش می کند. این پیام رسان داخلی در اطلاعیه‌ای از پایان فعالیت خود خبر داد.» اما علت موفق و ناموفق بودن یک پیام رسان چیست ؟ آیا فیلترینگ شبکه‌های خارجی راهی برای جذب کاربران به پیام رسان های بومی است ؟ کارشناسان شبکه‌های اجتماعی به سؤال های «ایران» پاسخ می دهند.

■ یک استراتژی اشتباه

علیرضا یاری کارشناس شبکه‌های اجتماعی معتقد است فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی خارجی استراتژی صحیحی برای جایگزین کردن پیام رسان های داخلی نیست، بلکه باید استراتژی صحیحی برای پیام رسان های داخلی تعریف و اجرا کنیم.یاری گفت: اگر پیام رسانی مدل تجاری خوبی نداشته باشد، نمی تواند در بازار موفقیت به‌دست آورد و حمایت‌ها تنها یک جنبه از کسب و کار را پوشش می دهد و تضمین کننده موفقیت پیام رسان نیست. به عنوان مثال حمایت‌های مالی مانند وام تنها یک دوره می تواند کسب و کاری مانند پیام رسان بومی را سرپا نگه دارد.

این کارشناس شبکه‌های اجتماعی دلیل دیگر موفق بودن پیام رسان را توجه کاربران به آن عنوان کرد و افزود: باید اذعان کرد که پیام رسان های بومی با سیاست های درستی از سوی حاکمیت حمایت

نشندند و اعتماد مردم از پیام رسان های بومی سلب شد پس کاربران نیاز به جلب اعتماد دارند تا از این طریق به سمت استفاده از پیام رسان های بومی هدایت شوند.یاری افزود: از آنجایی که پیام رسان‌ها سرویس رایگان هستند بنابراین باید مدل کسب و کاری خوبی برای آنها تعریف شود و در برخی از حوزه‌ها مانند آموزش، بانک، اپراتورها و... قرار بگیرند و از این طریق کسب درآمد کنند تا بتوانند با جذب کاربران موفق شده و بتدریج راه خود را ادامه دهند. به‌نظر در وضعیت فعلی پیام رسان های بومی نمی‌توانند جایگزین پیام رسان های خارجی و جهانی مانند واتس‌اپ و... شوند.وی اعتقاد دارد برای موفقیت پیام رسان های بومی، آنها باید مدل کسب و کاری خود را بازبینی کنند و به سمت بازارهای اختصاصی و ویژه بروند که خارجی ها امکان ورود به آنها را در کشور ما ندارند و باید این بخش‌ها را تقویت کرده و کاربران را با جلب اعتماد جذب کنند.

■ اقدام بعد از بحران

سهیل تقوی دیگر کارشناس شبکه‌های اجتماعی نیز گفت: فیلتر شبکه‌های خارجی هم حکایت مرغ و تخم مرغ دارد. برخی معتقدند که فیلتر در صورتی جواب می‌دهد که پیش از آن در زمان مناسب از کسب و کاری حمایت شود و جایگاه خود را پیدا کند و بعد رقیب خارجی را فیلتر کرد. بنابراین وقتی سرویس داخلی خوبی وجود ندارد معمولاً محصول خارجی را فیلتر نمی‌کنند.وی

تاریخ شفاهی وزارت ارتباطات رونمایی شد

به با ایده و اهتمام مرکز روابط عمومی وزارت ارتباطات به سرانجام رسیده است شامل فرازهایی از دانش و تجربیات مدیریتی مرضی نبوی، سیدمحمد غرضی، محمدرضا عارف، رضا تقی پور، محمدحسن نامی و نصرالله جهانگرد در دوره سرپرستی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات است که با مشارکت مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و انتشارات خانه فرهنگ و هنر گویا منتشر و وارد بازار شده است.

آذری جهرمی در آیین رونمایی تاریخ شفاهی وزارت ارتباطات گفت: از دوسال پیش وبا پیشنهاد

افزود: برخی عکس این را قبول دارند که ابتدا باید فیلتر کرد تا زمینه رشد برای داخلی‌ها وجود داشته باشد البته این موضوع هم در کشور ما تنها در برخی از کسب و کارها جواب داد به عبارتی وقتی امریکا اجازه فعالیت آمازون، پلی گوگل و... را در کشور ما نداد، کسب و کارهایی مانند کافه بازار، دیجی کالا شکل گرفتند.تقوی اعتقاد دارد اینکه پیام‌رسانی و یا هر کسب‌وکاری نتواند در گردونه رقابت با داخلی‌ها و خارجی‌ها رشد کرده و سرویس خود را خاموش کند کاملاً طبیعی است این اتفاق در دنیا هم روی می دهد.

وی با اشاره به اینکه اگر پیام‌رسانی مستقل عمل

کرد، هوشمندانه حمایت شد و توانست کاربر

جذب کند و درآمدزا بود، می‌توانیم بگوییم به

موفقیت رسیده است، گفت: همیشه گفته‌ام که

اگر قرار است پیام رسان بومی و یا هر کسب‌وکاری

از سوی حاکمیت حمایت شود باید هوشمندانه

باشد. به‌نظرم حمایت‌هایی که از پیام رسان‌ها

صورت گرفت و بارها به آن اشاره شد بسیار خام

و ساده انگارانه بود و تنها با پرداخت وام نمی‌توان

از کسب و کاری حمایت کرد، چرا که یک کسب

و کاری مانند پیام رسان بومی به هزینه‌های

زیرساختی، نیروی انسانی، دانش فنی و... نیاز دارد

و باید به تمام موارد توجه شود.

تقوی در ادامه گفت: از سوی دیگر نباید بازاریابی

و درآمدزایی را فراموش کرد بارها تأکید کردیم

که برای کمک به پیام رسان‌های بومی نیاز است

در آنها خدمات داخلی که در دست خارجی‌ها نیست مانند خدمات الکترونیکی ارائه شود تا به کمک آن به بازارسازی برسند. هم اکنون برخی پیام رسان‌ها با ارائه خدمات بانکی، ویدیو درخواستی و برخی سرگرمی‌ها و دیگر خدمات توانسته‌اند تا حدودی جایگاه خود را در بین کاربران پیدا کنند.این کارشناس معتقد است پیام رسان‌های بومی بجز بحث‌های فنی که در آن مشکل دارند و به مرور با دانش شرکت‌های دانش بنیان در حال رفع شدن است در زمینه بازاریابی و برندسازی نیز مشکل دارند و از سوی

■ شنبه ۲ اسفند ۱۳۹۹

■ سال بیست و هفتم

■ شماره ۷۵۷۱

تاریخ شفاهی برای فرهنگ شفاهی

سید جمال هادیان طیبی زواره رئیس مرکز روایط عمومی و اطلاع رسانی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

سرانجام پس از دو سال تلاش، پروژه تاریخ شفاهی وزارت ارتباطات به ثمر نشست و نخستین جلد آن رونمایی شد. فرهنگ ما ایرانیان، فرهنگی عمده‌تا شفاهی است و بسیاری از دانش‌ها و تجربه‌های ارزشمند در طول زمان سینه به سینه منتقل شده و چون مکتوب و مستند نشده از میان رفته است.

تاریخ شفاهی گفت‌وگویی اگاهانه درباره گذشته، منبعی تحقیقی برای استفاده محققان و مستندی برای درک انتقادی از گذشته است؛ تاریخ شفاهی می‌تواند تمام سطوح انسانی و اجتماعی را در بر بگیرد و رویدادهای در حال فراموشی را به حافظه تاریخ بسپارد؛ در واقع گرانیکاه تاریخ شفاهی احیای حافظه جمعی است.

ویژگی برجسته تاریخ شفاهی در مقایسه با تاریخ‌نگاری مبتنی بر اسناد و گزارش‌های رسمی، ضبط و ترسیم فراز و فرودهای روان‌شناختی و ارائه تصویری کم و بیش زنده بر اساس تجربیات مستقیم و غیرمستقیم افراد است. ثبت این تجربه‌ها در واقع تلاش برای تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح است. به عبارتی از این طریق دانسته‌های غیرمکتوب نهفته در ذهن مدیران، به دانشی آشکار و قابل استفاده دیگرا تبدیل می‌شود. وقتی تجارب مدیریتی تدوین و مستندسازی شود می‌توان برای آن کاربردهای مختلفی در آموزش، هم‌آموزی و یادگیری سازمانی هم متصور بود.

امروزه تقریباً تمامی فعالیت‌ها و فرایندها، مستلزم انجام کار دانش‌محورند و به همین دلیل تمامی کارکنان باید به کارکنان دانش‌محور تبدیل شوند و کار به جای آنکه به

نیروی دستان کارکنان وابسته باشد، به دانش آنها متکی باشد و این، یعنی خلق، تسهیم و استفاده از دانش در فعالیت‌های هر فرد در سازمان‌ش. سازمان‌ها برای موفقیت باید به سرمایه‌های فکری، به عنوان سرمایه اصلی بنگرند و بر تولید و حفظ این سرمایه‌ها تأکید کنند. برای این بهینه کردن فرایند ثبت و ضبط تجارب، سازمان‌ها و نهادهای می‌توانند در کنار انجام وظایف خود تاریخ شفاهی آن سازمان‌ها پناهندار تدوین کنند. همین اهمیت و ضرورت، وزارت ارتباطات در دولت دوازدهم را در کنار تمام وظایف حوزه توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و مخابراتی بر آن داشت تا برای حفظ و انتقال دانش‌های غیرمکتوب و تجربیات وزیران و مدیران پیشین این وزارتخانه، تدوین تاریخ شفاهی را آغاز کند تا یافته‌های دوران حضور و فعالیت‌شان به زبانی ساده در قالب فیلم و کتاب برای مخاطبان ثبت و ضبط شود. تجارب و اقدامات ابتکاری و بومی فعالان این بخش، بویژه در دوران دفاع مقدس و در دوران تحریم‌ها وظایف بسیار ارزشمند و قابل ستایش و نقطه عطفی در صنعت مخابرات و فناوری ارتباطی کشور است.

در پروژه تاریخ شفاهی وزارت ارتباطات که به ایده و اهتمام مرکز روابط عمومی و اطلاع رسانی این وزارتخانه به ثمر نشست ۴۵ نفر از پیشکسوتان و مدیران پیشین بخش ارتباطات، از ۲۰۶ جلسه و ۳۰۰ ساعت، مقابل دوربین تاریخ شفاهی قرار گرفتند و به انتقال تجربیات خود پرداختند. حاصل این مستندسازی ارزشمند ۲۰ مستند تلویزیونی و ده مجلد کتاب خواهد بود که به تدریج منتشر خواهد شد.

توجه به این نکته ضروری است که تاریخ شفاهی همیشه در جریان است و پایان‌پذیر نیست و اگر فهم درستی از ضرورت تدوین آن وجود داشته باشد، ضبط و ثبت بی‌طرفانه آن در همه ادوار ادامه خواهد یافت؛ بازسنجستگی مدیران و کارکنان حرفه‌ای هرگز به معنای توقف جریان دانش و تجربه‌های ارزشمند آنها در طول دوران خدمت نیست بلکه جریان ارتباط فکری این گنجینه‌های خرد و تجربه با سازمان‌شان از طریق حضور در تاریخ شفاهی همیشگی خواهد بود. به ثمر نشستن تاریخ شفاهی حوزه ارتباطات به عنوان نخستین رویداد از این نوع در مجموعه دولت در کنار همه توفیق‌های وزارت ارتباطات فعالیت موفقی است که باید به همه ارکان دولت تسری یابد.

اطلاع رسان راییتل

تجدید آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شماره ۹۹/۱۵۰۷ م

شرکت اطلاع رسان راییتل

شرکت اطلاع رسان راییتل از شرکت‌های زیرمجموعه راییتل در نظر دارد به منظور «نظارت بر پروژه تحلیل، طراحی، برنامه‌نویسی، پیاده‌سازی، پشتیبانی و نگهداری پایگاه اطلاعات اشخاص حقیقی و حقوقی» وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی از طریق مناقصه عمومی اقدام به انتخاب پیمانکار نماید.

- کلیه متقاضیان شرکت در مناقصه که اسناد مناقصه را خریداری نموده‌اند، می‌بایست تا روز شنبه مورخ ۹۹/۱۴/۱۶ پاکت خود را تحویل نمایند.
- **شرایط شرکت در مناقصه:**
- عضویت در سازمان نظام متهنی رایانه‌ای
- دارای حداقل رتبه ۲ انفورماتیک در موضوع تولید و پشتیبانی نرم‌افزارهای سفارش مشتری (رتبه‌بندی مابده از سازمان برنامه و بودجه) یا دارای حداقل رتبه ۲ انفورماتیک در موضوع مشاوره و نظارت بر اجرای طرح‌های انفورماتیک (رتبه بندی مابده از سازمان برنامه و بودجه)
- بدیهی است شرکت‌هایی که نسبت به خرید اسناد اقدام می‌کنند، تأیید می‌نمایند که شرایط شرکت در این مناقصه را دارا هستند. در صورت عدم‌احراز شرایط فوق‌الذکر ضمن عدم پذیرش پیشنهاد مشارالیه، مبلغ تضمین شرکت در مناقصه ضبط می‌گردد.
- به پیشنهادات فاقد امتزا، فاقد تضمین شرکت در مناقصه، مشروط، مخدوش و پیشنهادهاتی که بعد از موعد مقرر واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

هزینه آگهی بر عهده برنده مناقصه است.

درج این آگهی هیچ‌گونه تعهدی برای دستگاه مناقصه گزار ایجاد نمی نماید.

آگهی مزایده

شماره ۹۹/۱۷۰ هـ. ف

یک سازمان دولتی در نظر دارد املاک زیر را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند. متقاضیان محترم می‌توانند از تاریخ انتشار آگهی مزایده(۹۹/۱۲/۰۲) تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۹۹/۱۲/۱۳ همه روز ه ساعت ۰۸:۳۰ الی ۱۵:۰۰ برای کسب اطلاعات و خرید اسناد مزایده به دفتر فروش به نشانی: تهران، میدان آرژانتین خیابان شهید عماد مغنیه پلاک ۷ واحد ۹ شماره تماس: ۸۸۷۸۸۵۹۰-۸۸۸۸۸۸۸۸-۰۲۱- یا در خصوص ملکر در یک یکم به نشانی استان کرمان،شهرستان کرمان، بلوار شهدای هواپیروز ، دفتر تعاونی مسکن شماره تماس:۰۳۲۸۶۰۳۲۸۶-۰۲۴۴- در خصوص املاک ریف دوم وسوم به نشانی استان خوزستان،، شهرستان خرمشهر، فلکه کوی بهروز، جنب پایگاه دریایی خرمشهر، در خصوص ملکر ریف چهارم به نشانی استان کرمان، شهرستان سیرجان، انتهای بلوار امام ز(ع)، جنب فروشگاه رزم آوران، شماره تماس ۰۴۴۴-۴۲۲۲۳-۰۲۴۴ و در خصوص ملکر ریف پنجم به نشانی بوشهر،، شهرستان عسلویه، بلوار سیر افک، میدان گاز، خیابان پرواز، فرودگاه قدیم عسلویه شماره تماس:۰۵۰۰۷۷۱۳۷۱۶۴۴ ممر اعده فرمایند.

ردیف	موضوع مزایده	مساحت تقریبی (متر مربع)	پلاک ثبتی	قیمت پایه (ریال)	آدرس	ملاحظات
۱	ششدانگ یک قطعه زمین	۶۲۳۷۹۰/۶	۲۲۷۶ فرعی از ۱۳ اصلی	۱۳۳۰/۵۱۳۵/۶۰۰/۰۰۰	استان کرمان، شهرستان اختیارآباد، کنار گذر باغین کنرود، نرسیده به پل زیر گذر کوه بادانویه	نوبت دوم از مرحله اول با وضعیت موجود و با توجه به شرایط و مشخصات مزایده
۲	بخش معینی از ششدانگ یک قطعه زمین	۸۸۱۷۳۸/۶۴	۲۴۹۱۶۴۱ اصلی	۵۸۱/۲۴۷/۵۰۲/۴۰۰	استان خوزستان، حد فاصل شهرستان‌های آبادان و اروند کنتر، مجاورت روستای حاج حسین	نوبت اول از مرحله اول با وضعیت موجود و با توجه به شرایط و مشخصات مزایده
۳	ششدانگ دو قطعه زمین	۲۳۹۵۰/۶۰	۳۰۱۲ و ۳۰۱۳ اصلی	۱۰۲/۸۸۴/۰۰۰/۰۰۰	خرمستان، شهرستان خرمشهر، کوی آریا	نوبت اول از مرحله اول با وضعیت موجود و با توجه به شرایط و مشخصات مزایده
۴	بخش معینی از ششدانگ یک قطعه زمین	۱۸۰۰۴۴	۷۶۵۷۵ اصلی	۳/۵۶۴/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	استان کرمان، شهرستان سیرجان، شمال شهر سیرجان، جنب بلوار امام ز(ع)	نوبت اول از مرحله اول با وضعیت موجود و با توجه به شرایط و مشخصات مزایده
۵	ششدانگ یک قطعه زمین	۳۶۸۰۳	۷۱ فرعی از ۱۲ اصلی	۱/۴۱۶/۹۵۷/۸۵۰/۰۰۰	استان بوشهر، شهرستان عسلویه	نوبت اول از مرحله اول با وضعیت موجود و با توجه به شرایط و مشخصات مزایده

هیأت فروش