- مقدمه

اینستاگرام به عنوان یک شبکه اجتماعی آنلاین موبایلی مبتنی بر اشتراک‌گذاری عکس و ویدئو، از محبوبیت بالایی در میان کاربران ایرانی برخوردار است. این شبکه از طریق سیستم عامل‌های گوشی‌های هوشمند و نیز با قابلیت‌های محدودتری از طریق محیط وب قابل دسترس می‌باشد.

امروزه اینستاگرام به بخش مهمی از زندگی ایرانیان در فضای مجازی بدل شده و این پلتفرم دیگر تنها عرصه بازنمایی زندگی شخصی به شمار نمی‌رود؛ بلکه به عنوان محلی برای بیان دیدگاه‌های سیاسی و مذهبی و انجام تبلیغات و بازاریابی و فروش و... مورد استفاده قرار می‌گیرد. پیوند شخصی دائمی انسان امروزی با تلفن همراه و فراگیری گسترده اجتماعی آن، نوع جدیدی از تعامل فناوری و انسان را در زیست جهان وی پدید آورده که تحول منحصر به فردی به شمار می‌رود.

در سال‌های اخیر شاهد آن هستیم که در فضای مجازی ایرانی تولید و توزیع رسانه‌ای دچار تحولات اساسی شده است و نظام حکمرانی در این مساله را با چالش‌های متعددی مواجه ساخته است. به نظر می‌رسد به دلایل مختلف ازجمله افزایش ضریب نفوذ اینترنت، احتمال اثرگذاری رسانه‌های غیررسمی بر زندگی شهروندان به ویژه در حوزه سبک زندگی بسیار بالا خواهد بود. بنابراین می‌توان گفت کانون تمرکز هر نوع سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ایران نه بر مطبوعات و رادیو و تلویزیون دولتی، که باید مبتنی بر رسانه‌های غیررسمی پرمخاطب از جمله اپلیکیشن‌های ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی (مانند اینستاگرام) باشد.

در نتیجه امروزه با توجه به اهمیت اینستاگرام در ابعاد مختلف زندگی ایرانیان آنچه بیش از گذشته می‌بایست اولویت سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران اصلی در موضوع شبکه‌های اجتماعی قرار گیرد، شناخت دقیق بستر این شبکه و ارزیابی موشکافانه راهبردهای مواجه با این شبکه اجتماعی از جمله فیلترینگ است. که پژوهشی جامع در این حوزه کمک شایانی به اجرای این سیاست‌ها خواهد نمود.

- هدف پروژه

با توجه به مقدمه و اهمیت موضوع که مورد بحث قرار گرفت، هدف از پروژه حاضر تحلیل رفتار کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام است تا بتوان با بررسی و تحلیل این پروژه در دسته بندی های موضوعی مختلف محتوایی همچون ورزشی، خبری، طنز و ... به سلیقه، علایق و نیازمندی ها کاربران در فضای دیجیتال پی برده و از این تحلیل و نتایج پروژه در تصمیم گیری های کلان (تصمیمات حاکمیتی مربوط به فیلترینگ اینستاگرام و ...) و تصمیم گیری های خرد (تعریف سرویس متناسب با سلیقه و نیاز کاربر) استفاده نمود.

اداره کل کسب و کار دیجیتال
شرکت ارتباطات سیار ایران
معاونت بازاریابی و فروش
شرکت ارتباطات سیار ایران
راه اول

- نیازمندی های پروژه

  - **شناخت محتوای تولید شده در شبکه اینستاگرام و رفتار کاربران مجازی این شبکه :**

که عبارت است دسته‌بندی محتوایی قسمتی از فضای اینستاگرام که کاربران فارسی در آن فعالیت دارند. این مرحله خود دارای ملزوماتی از جمله دسترسی مناسب به کلان داده اینستاگرام می‌باشد. در مرحله اول با استفاده از ابزار پردازش زبان طبیعی NLP، کاربست هوش مصنوعی برای دسته‌بندی موضوعی، استفاده از ابزارهای تحلیل کلان داده و همچنین با راهنمایی و تعیین نقشه راه توسط تیم تحلیل محتوا به دسته‌بندی موضوعی محتوای اینستاگرام، محورهای غالب مطرح شده در شبکه و نیز اهمیت هر موضوع و میزان مخاطبان و تاثیرگذاری آن پرداخته شود.

  - **افکار سنجی :**

بعد از انجام مرحله اول تیم تحلیل محتوا از طریق مطالعه نظری و مصاحبه نخبگانی در این موضوع پرسشنامه‌ای را طراحی کرده و با بهره‌گیری از سامانه نظرسنجی آنلاین طراحی شده، پیمایشی با نمونه معرف صورت خواهد پذیرفت. تا در مورد مسائلی از جمله رفتار کاربران فعال در شبکه اینستاگرام، خصوصیات فردی آنها و همچنین افرادی که از این شبکه استفاده نمی‌کنند، میزان اهمیت و تاثیرگذاری این شبکه در سبک زندگی شهروندان ایرانی واکاوی خواهد شد.

  - **طراحی سیاست :**

پس از اجرای دوگام اول و کسب شواهد کافی از وضعیت موجود فضای اینستاگرام، به بررسی و بیان تهدیدها و مخاطرات کنونی اینستاگرام و همچنین تعیین مرزها و خطوط قرمز نظام حکمرانی مبتی بر ارزش‌های فرهنگی و دینی پرداخته خواهد شد. و مسیرهای متعدد تصمیم‌گیری سیاستی معرفی شده و زمینه برای ارزیابی چالش‌ها و فرصت‌های اجرای هریک از آن ها، از جمله فیلترینگ فراهم خواهد شد.

اداره کل کسب و کار دیجیتال
شرکت ارتباطات سیار ایران
معاونت بازاریابی و فروش
شرکت ارتباطات سیار ایران

شرح کلی درخواست خرید خدمت

ردیف	عنوان	شرح خدمت پیمانکار	تحویل گرفتنی
۱	شناخت محتوای اینستاگرام	عبارت است دسته‌بندی محتوایی قسمتی از فضای اینستاگرام که کاربران فارسی در آن فعالیت دارند. این مرحله خود دارای ملزوماتی از جمله دسترسی مناسب به کلان داده اینستاگرام می‌باشد. در مرحله اول با استفاده از ابزار پردازش زبان طبیعی NLP، کاربست هوش مصنوعی برای دسته‌بندی موضوعی، استفاده از ابزارهای تحلیل کلان داده است.	دسته‌بندی محتوایی
۲	تحلیل تماتیک	در این مرحله، براساس کدهای به دسته آمده و دسته بندی های مفهومی و موضوعی، تحلیل تماتیک انجام شده و تم های اصلی به دست می آید.	دسته‌بندی موضوعی
۳	مصاحبه نخبگانی	براساس نتایج به دست آمده از تحلیل های قبلی، با خبرگان و نخبگان برای اعتبار سنجی نتایج و یا یافتن تحلیل جدید بایستی مصاحبه صورت گیرد. این مرحله شامل ملزوماتی همچون شناسایی و هماهنگی نخبگان است	اعتبار سنجی نتایج و یا یافتن تحلیل جدید
۴	طراحی و اجرای پیمایش	بعد از انجام مرحله اول تیم تحلیل محتوا از طریق مطالعه نظری و مصاحبه نخبگانی در این موضوع پرسشنامه‌ای را طراحی کرده و با بهره‌گیری از سامانه نظرسنجی آنلاین طراحی‌شده، پیمایشی با نمونه معرف صورت خواهد پذیرفت.	طراحی و اجرای پرسشنامه
۵	جمع‌بندی و تحلیلی یافته‌ها	در این مرحله، براساس مطالعه نظری و مصاحبه نخبگانی و تحلیل حاصل از پیمایش نتایج بررسی و ارائه می شود.	ارائه نتایج تحلیل
۶	تدوین نقشه راه	پس از اجرای دوگام اول و کسب شواهد کافی از وضعیت موجود فضای اینستاگرام، زمینه برای ارزیابی چالش‌ها و فرصت‌های اجرای هریک از آن ها فراهم خواهد شد.	دریافت نقشه راه

اداره کل کسب و کار دیجیتال
شرکت ارتباطات سیار ایران

معیار	شاخص	امتیاز از 100	مجموع
سابقه انجام پروژه های مشابه	تجربه و پیشینه شرکت در انجام موفقیت آمیز پروژه های مشابه از نظر روش، موضوع و هدف	35	100
پروپوزال ارائه شده	طرح پیشنهادی شرکت به منظور تشریح فرآیند اجرایی پروژه به منظور دستیابی به اهداف آن	15	
متدولوژی انجام پروژه	روش شناسی انجام پروژه (با توجه به این موضوع که پروژه حاضر، یک پروژه تحقیقاتی-راهبردی محسوب می شود	15	
رزومه تخصصی شرکت	زمینه فعالیت، تخصص و پیشینه شرکت در حوزه مدنظر	20	
تخصص گروه مجری	میزان تجربه و تخصص گروه تشکیل شده برای اجرای پروژه	15	

اداره کل کسب و کار دیجیتال
شرکت ارتباطات سیار ایران
نماد اعتماد

معاونت بازاریابی و فروش
شرکت ارتباطات سیار ایران
نماد اعتماد