اکوسیگنال

معاون وزیر ارتباطات: دیوار به بورس می‌رود

معاون سیاست‌گذاری و اقتصاد دیجیتال وزارت ارتباطات اعلام کرده که مشکل دیوار برای ورود به بورس حل شده و این شرکت وارد این بازار سرمایه خواهد شد. احسان چیت‌ساز با اعلام این خبر و اینکه جامعه موفق شد، نوشته است: ترکیب مؤثر مطالبه‌گری عمومی، پایداری نخبگان، گفت‌وگوی مستمر درون حاکمیت و پیگیری بدنه علمی دولت، قفل‌ها را شکست. او گفته است این اتفاق کمی دیر رخ داده، اما مسیر حقوقی و نهادی اقتصاد دیجیتال را باز می‌کند. همچنین حسین افشین، معاون علمی ریاست‌جمهوری هم در نشستی با وزیر ارتباطات از حل مشکل دیوار برای ورود به بورس خبر داد. حسین افشین در نشست مشترک با ستار هاشمی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، در این مورد اعلام کرد: «این موضوع با حمایت معاونت علمی و وزارت ارتباطات و پس از تعامل با نهادهای مربوطه، برطرف شده است». هفته گذشته هم حسین افشین به «شرق» گفته بود اگر اتفاقی نیفتد، مشکل بورسی‌شدن دیوار این هفته حل خواهد شد. حسین افشین با اشاره به مصاحبه خود با «شرق» در خردادماه اعلام کرده بود نامه‌ای که اخیرا درمورد عدم صلاحیت حسام آرمندهی، هم‌بنیان‌گذار دیوار از سوی یک نهاد امنیتی منتشر شد، مربوط به اردیبهشت‌ماه بوده و او با علم به همان نامه در آن زمان خبر داده بود که مشکل با تعامل حل خواهد شد.

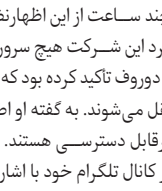
او گفته بود: «من گفتم اگر دو طرف بلوغ کافی برای تعامل داشته باشند، مشکلی برای ورود به بورس ندارند. نامه‌ای که آقای آرمندهی به‌تازگی منتشر کرده‌اند پیش از مصاحبه من با شما بود. من از نامه خبر داشتم و در حالی مصاحبه کردم که می‌دانستم نامه عدم صلاحیت زده شده است». او ادامه داد: «همان زمان اعلام کردم که اگر تعامل سازنده‌ای صورت بگیرد هیچ مشکل غیرقابل حلی برای ورود دیوار به بورس وجود نخواهد داشت». افشین تأکید کرده بود این تعامل سازنده حالا انجام شده و پیش‌بینی می‌کند در این هفته مشکل ورود دیوار به بورس حل خواهد شد. مردادماه حسام آرمندهی، بنیان‌گذار و رئیس هیئت‌مدیره دیوار با انتشار نامه‌ای، علت عدم پذیرش دیوار در بورس را رد صلاحیتش عنوان کرد.

مدیرعامل ارتباطات زیرساخت: ۸۰ درصد ترافیک کشور در بستر VPN ردوبدل می‌شود

خبرگزاری مهر: مدیرعامل ارتباطات زیرساخت اعلام کرد که حدود ۸۰ درصد کاربران از وی‌پی‌ان استفاده می‌کنند و ۷۰ درصد ترافیک کشور در این بستر ردوبدل می‌شود. به گفته او رشد مسیرهای ترانزیت ایران منجر به ارتقای بیش از ۲۰ درصد پهنای باند بین‌الملل شده است. بهزاد اکبری، مدیرعامل ارتباطات زیرساخت در نشست خبری مرور عملکرد زیرساخت در یک سال گذشته با اشاره به حجم گسترده استفاده از وی‌پی‌ان، نتایج این موضوع را برهم‌خوردن مهندسی ترافیک و اختلال در کیفیت خدمات، امنیت سایبری و حتی توزیع متوازن بار شبکه عنوان کرد. اکبری درباره این موضوع گفت: با استفاده از وی‌پی‌ان ترافیک بیشتر از شمال کشور به سمت اروپا می‌رود که آسیب‌پذیری شبکه را افزایش می‌دهد. مدیرعامل زیرساخت، حملات سایبری را یک موضوع همیشگی توصیف کرد که بنا به شرایط و رخدادها مانند ۱۲ روز جنگ یا ایام عملیات وعده صادق شدت می‌یابد. شدت این حملات از نظر حجم و تعداد در ایام جنگ پنج تا شش برابر روال عادی گزارش شده است. اکبری اشاره کرد پس از جنگ حملات به طرز زیادی کاهش یافته و حتی فروکش کرده اما خاموش نشده است. براساس اظهارات او مقابله با این حملات در دو مرحله انجام می‌شود. بخشی از این اقدامات در خارج از کشور و بخش دیگر در داخل کشور و از طریق شبکه ملی زیرساخت انجام می‌شود. حملات سایبری از خارج شناسایی و متوقف شده و در مرحله دوم، هرگونه ترافیک مخرب در داخل شبکه نیز توسط سیستم‌های پیشرفته کشف و پاک‌سازی می‌شود. مدیرعامل ارتباطات زیرساخت اعلام کرد که اکنون کمتر از ۲۰ ثانیه طول می‌کشد تا حملات شناسایی و پاسخ داده شود. مدیرعامل زیرساخت با اشاره به افزایش حملات دیداس (DDoS) اعلام کرد که شبکه با استفاده از تکنولوژی‌های مختلف ترافیک مخرب را شناسایی و پاک‌سازی می‌کند. مدیرعامل زیرساخت با تأکید بر اینکه در دولت چهاردهم، تمرکز وزارت ارتباطات بر اتصال است، عنوان کرد: این به معنای مهم‌نبودن پوشش نیست؛ پوشش هم مهم است اما ملاک اتصال کاربران است. اکبری در ادامه سیاست‌های جدید اعلام کرد که شرکت ارتباطات زیرساخت از یک ارائه‌دهنده خدمات ارتباطی صرف به یک بازیگر کلیدی در توسعه زیرساخت‌های دیجیتال کشور تبدیل خواهد شد. راه‌اندازی مراکز داده، ارائه زیرساخت‌های هوش مصنوعی و همکاری با صنایع برای هوشمندسازی ازجمله این برنامه‌ها برشمرده شده است. طبق گفته مدیرعامل زیرساخت بیش از ۹۰ درصد و چهار ترابیت ترافیک داخلی در مراکز IXP تبادل می‌شود. این رقم در مواقع پیک به بیش از پنج ترابیت بر ثانیه نیز می‌رسد. به گفته مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت درآمد این شرکت و اپراتورها پس از اتفاقات ۱۴۰۱ و کاهش شدید ترافیک به‌شدت تحت تأثیر قرار گرفت. این در حالی است که باید به صورت ارگانی حدود ۲۵ تا ۳۰ درصد رشد ترافیک اتفاق بیفتد. آن‌طور که او اعلام کرده سطح ترافیک در تیرماه ۱۴۰۳ تازه به سطح سال ۱۴۰۱ رسیده بود اما مواردی از قبیل افزایش هزینه‌ها، قیمت ارز و تورم درآمد زیرساخت و اپراتورها را کاهش داده است. اکبری درباره بدهی شرکت زیرساخت و رشد ۳۲درصدی درآمد سال گذشته گفت: خوشبختانه در یک سال گذشته، برای حل این مسئله، دو رویکرد افزایش درآمد ریالی و افزایش درآمد ارزی شرکت را اتخاذ کردیم که تمرکز ما بر فروش سرویس و بهبود کیفیت آن بود تا کاربران سرویس بهتری از نظر کیفیت دریافت کنند. این باعث شد رشد ترافیک مصرفی دیتای کشور برگردد و درآمد شرکت و اپراتورها افزایش یابد. اکبری نتیجه رویداد «ایران کریدور» در سال گذشته را افزایش قابل توجه تقاضا برای استفاده از مسیر ایران و در ادامه ۶۰ درصد فروش ترانزیت کل تاریخ شرکت در یک سال اخیر عنوان کرد. او درباره این موضوع گفت: این رشد فروش، نه‌تنها بدهی‌های ارزی ما را کاهش داده، بلکه موجب ارتقای پهنای باند بین‌الملل بیش از ۲۰ درصد شده است. مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت اعلام کرد که توافقات اولیه برای اجرای چند فیبر نوری دریایی به انجام رسیده است. او همچنین نسبت به بهره‌برداری دو پروژه تا سال آینده ابراز امیدواری کرد. اکبری همچنین از برنامه شرکت برای توسعه نقاط حضور بین‌المللی در فرانکفورت، نیویورک و سایر مناطق با هدف مدیریت بهتر ترافیک و مقابله با حملات خبر داد. اکبری درباره ارتباطات زیرساخت ارتباطات بین‌الملل در کشور گفت: متأسفانه هزینه‌های ارزی همیشه وجود دارد و کم هم نیستند. ما باید اینترنت یک کشور ۹۰ میلیونی را تأمین کنیم. عمده این ارتباطات از طریق اروپا انجام می‌شود، چون مراکز تبادل ترافیک اینترنت در چند نقطه اصلی اروپا قرار دارند. بنابراین بیشتر ظرفیت‌هایمان باید به مقصد اروپا باشد که بسیار پرهزینه است. منطقه پیام البرز، مشهد، فولادشهر اصفهان و آذربایجان چهار منطقه اصلی برای سرمایه‌گذاری در مراکز داده و زیرساخت‌های هوش مصنوعی معرفی شده‌اند. مدیرعامل زیرساخت درباره سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها گفت: تحریم‌ها مانعی جدی در مسیر جذب سرمایه‌گذاری خارجی هستند، اما زیرساخت‌های لازم برای ورود سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی کاملا فراهم شده است. اکبری درباره سیستم‌های آلوده و برخی سخت‌افزارهای دست‌دوم از کشورهای نامعلوم گفت: کشوری که تحت تحریم است، طبیعتا تأمین تجهیزاتش به صورت مستقیم از تولیدکننده انجام نمی‌شود. در چنین شرایطی، تهدیدات زنجیره تأمین همیشه وجود دارد. اگر گرایش به سمت تأمین تجهیزات استفاده شده یا دست‌دوم باشد، این تهدیدات بیشتر هم می‌شود. او درباره خدمات سرویس‌های بازی گفت: برای تجربه بهتر کابران بازی آنلاین به نزدیک‌ترین گیم‌سرورها متصل شدیم؛ سرورهایی که عمدتا در کلاس‌های آمازون، کلاد مایکروسافت یا پلتفرم‌های چینی قرار دارند. ما مستقیما به این کلاس‌ها در منطقه لینک شدیم تا کاربران بتوانند کیفیت سرویس بهتری را تجربه کنند.

گزارش «شرق» از چرایی فعال‌نشدن نمایندگی پلتفرم‌ها در ایران

بهانه تازه برای ادامه فیلترینگ



سونیا تاسراب‌پور

مسعود پزشکیان، رئیس‌جمهوری، همان‌طور که سخنگوی دولتش اخیرا اعلام کرده: «می‌توانند به صورت دستوری موضوع رفع فیلترینگ را به‌عنوان رئیس شورای‌عالی فضای مجازی حل کنند؛ اما نگاه وفاق را دنبال می‌کند»، حالا سنگ بزرگ‌تری را پیش‌روی وعده یک‌ساله خود برای دسترسی آزاد به اینترنت و رفع فیلترینگ گذاشته است؛ منوط‌شدن رفع فیلتر فقط با راه‌اندازی دفتر نمایندگی پلتفرم‌های بین‌المللی در ایران. پزشکیان رفع فیلتر از پلتفرم‌های مختلف را به یک معادله چندمجهولی تبدیل کرده که حتی خودش هم دیگر نمی‌تواند آن را حل کند. او که نتوانسته در یک سال گذشته بین اعضای شورای‌عالی فضای مجازی وفاق و وحدت مدنظرش را پیاده‌سازی کند، زیر بار اجرای مصوبه ۲۳ بندی شورای‌عالی فضای مجازی رفته که به گفته محمد سرافراز، از اعضای حقوقی این شورا و رئیس اسبق سازمان صداوسیما (در گفت‌وگو با «انتخاب») عملا رفع فیلتر سایر شبکه‌های اجتماعی را غیرممکن می‌کند. دولت مسعود پزشکیان در حالی می‌خواهد پلتفرم‌های خارجی را مجاب به راه‌اندازی دفتر نمایندگی در کشور کند تا از آنها رفع فیلتر شود که این راه بارها از سوی دو دولت گذشته رفته شده. آخرین پاسخ آن هم از سوی شرکت متا (اینستاگرام، واتس‌اپ، فیس‌بوک) به نامه ابوالحسن فیروزآبادی، دبیر سابق شورای‌عالی فضای مجازی برای راه‌اندازی نمایندگی در ایران (پاییز ۱۴۰۱) واضح بوده: «ما وارد مکالمه با مقام‌های ایران نمی‌شویم. همچنین سرگرم درخواست آنها برای تعیین یک نماینده در ایران نخواهیم شد». اما چرا راه‌اندازی دفتر نمایندگی پلتفرم‌های بین‌المللی در ایران طرحی غیرقابل اجراست یا به تعبیری بهتر چرا این پلتفرم‌ها حاضر به راه‌اندازی دفتر نمایندگی در ایران و پاسخ‌گویی نیستند؟

چارچوب‌های قانونی و تعهدات پلتفرم‌ها در دنیا

نظام‌مندکردن یا تنظیم‌گری و مدیریت فعالیت پلتفرم‌ها در هر کشوری براساس قوانین مشخصی انجام می‌شود و در این بین اینکه جمهوری اسلامی هم به دنبال تنظیم‌گری و مدیریت فعالیت پلتفرم‌های بین‌المللی در کشور باشد، خواسته‌ای خارج از عرف نیست. وقتی یک پلتفرم در یک کشور کاربر زیادی داشته باشد، از نظر حقوقی آن کشور پلتفرم را «ارائه‌دهنده خدمات» می‌شناسد و برای فعالیت، پلتفرم باید قوانین محلی را رعایت کند. در این زمینه هر کشوری قوانین خاص خودش را دارد. برای نمونه در اروپا پلتفرم‌ها باید طبق قوانین GDPR (حفاظت از داده‌های شخصی کاربر) و DSA (مسئولیت‌پذیری پلتفرم‌ها) فعالیت کنند. در کشورهای دیگر هم قوانین ملی دنبال می‌شود. برای نمونه در هند، پلتفرم‌های بین‌المللی براساس قانون‌گذاری مشخص در این زمینه به نام IT Rules که در سال ۲۰۲۱ تصویب شده فعالیت کنند. هدف این قانون هم تنظیم فعالیت شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیگر مانند Netflix و YouTube است. این روند درمورد کشورهای منطقه نیز دنبال می‌شود. در ترکیه طبق قانون اصلاح اینترنت از سال ۲۰۲۰ پلتفرم‌های بالای یک میلیون کاربر روزانه باید «نماینده مقیم» معرفی کنند، به اوامر حذف/مسدودسازی ظرف مهلت‌های کوتاه پاسخ دهند و در صورت عدم تبعیت با جریمه، ممنوعیت آگهی و حتی کندسازی پهنای باند مواجه می‌شوند. طبق گزارشی که رویترز در این زمینه منتشر کرده در ۲۰۲۰-۲۰۲۱ تقریبا همه پلتفرم‌ها (یوتیوب، فیس‌بوک/اینستاگرام، تیک‌تاک و...) در این کشور نماینده معرفی کردند و برخی موقتا جریمه/ممنوعیت آگهی گرفتند تا از قوانین این کشور تبعیت کنند. در این بین کشورهایی هم هستند که با فشار حاکمیتی غیرمستقیم، پلتفرم‌ها را مجبور به پاسخ‌گویی می‌کنند. نمونه بارز این رفتار هم در چین و روسیه دیده می‌شود. روسیه پلتفرم یوتیوب متعلق به گوگل را به جای مسدودسازی کامل، با جریمه‌های پیاپی، تهدید به کاهش سرعت/اختلال و مطالبه بازگردانی کانال‌های دولتی تحت فشار قرار داده؛ یوتیوب همچنان (با اختلالات ادواری/کندی و ریسک فیلترینگ) در دسترس بسیاری از کاربران روسی است. یا در چین متا/یوتیوب/تلگرام به طور کلی پشت «دیوار آتش» مسدود هستند و دسترسی به این پلتفرم‌ها معمولا فقط با وی‌پی‌ان امکان‌پذیر است؛ سیاستی که از دید ما کاربران ایرانی بسیار آشناست.

گام‌های شکست‌خورده برای پاسخ‌گویی پلتفرم‌های خارجی در ایران

تقریبا تمام پلتفرم‌های جهانی در ایران ازجمله اینستاگرام، تلگرام، یوتیوب، شبکه ایکس، تیک‌تاک و... در ایران فیلتر هستند. هیچ دفتر و نمایندگی رسمی برای این پلتفرم‌ها در ایران وجود ندارد. کاربران در ایران به این پلتفرم‌ها فقط از طریق فیلترشکن دسترسی دارند. براساس چند مصوبه مختلف شورای‌عالی فضای مجازی، سعی شده پلتفرم‌های بین‌المللی در ایران پاسخ‌گو باشند.

اولین گام برای راه‌اندازی دفتر نمایندگی پلتفرم‌های بین‌المللی در ایران در سال ۱۳۹۵ با دریافت مجوز این پلتفرم‌ها از یک کارگروه در شورای‌عالی فضای مجازی کلید خورد. در زمستان این سال شورای‌عالی فضای مجازی مصوبه‌ای با عنوان «سیاست‌ها و اقدامات ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی» تصویب کرد. طبق ماده ۲ این مصوبه همه پلتفرم‌های خارجی و داخلی باید از کارگروهی با اعضای مشخص از وزارت ارتباطات، فرهنگ و اطلاعات گرفته تا نیروی انتظامی، سپاه، سازمان صداوسیما و... مجوز فعالیت دریافت می‌کردند. طبق تبصره این ماده هم پلتفرم‌های خارجی متقاضی مجوز باید کار ذخیره‌سازی و پردازش داده‌ها در داخل کشور را انجام می‌دادند و ملزم بودند یک نماینده رسمی حقوقی تام‌الاختیار در کشور معرفی کنند. نتیجه اجرای این مصوبه از سوی شورای‌عالی فضای مجازی تا این لحظه منتشر نشده است. در گام بعدی طبق مصوبه «بررسی راهکارهای افزایش میزان سهم ترافیک داخلی و مقابله با پالایش‌شکن‌ها» در تاریخ ۲۳ آبان ۱۴۰۲، در راستای سازوکارهای حکمرانی‌پذیر، تنظیم‌گران بخشی موظف شده بودند خدمات و سکوهای پرکاربرد خارجی را شناسایی و مذاکره برای تأسیس نمایندگی داخل کشور را انجام دهند. این مصوبه هم تاکنون از سوی پلتفرم‌های خارجی مورد توجه قرار نگرفته است. پیش از این مصوبه‌ها هم تلاش‌هایی برای پاسخ‌گوکردن پلتفرم‌ها در ایران انجام شده بود. برای نمونه در اردیبهشت سال ۱۳۹۵ و در روزهایی که تلگرام به محبوب‌ترین پیام‌رسان کاربران ایرانی تبدیل شده بود، شورای‌عالی فضای مجازی طبق مصوبه‌ای به این شبکه اجتماعی ۱۲ ماه مهلت داد سرورهای خود را به ایران منتقل کند. یک سال بعد در ۸ مرداد ۱۳۹۶ محمود واعظی، وزیر ارتباطات دولت یازدهم، با اشاره به برگزاری جلسات فشرده با مدیران تلگرام درباره انتقال سرورهای این پیام‌رسان به ایران گفته بود: «در نتیجه جلساتی که داشتیم برخی از سرورهای تلگرام به ایران منتقل شده است و قرار است به‌زودی تلگرام شبکه انتقال محتوا یا «CDN»های خود را نیز به ایران منتقل کند». چند ساعت از این اظهارنظر نگذشته بود که مدیر تلگرام اعلام کرد این شرکت هیچ سروری را به ایران منتقل نخواهد کرد. پاول دوروف تأکید کرده بود که فقط CDNهای این شرکت به ایران منتقل می‌شوند. به گفته او اطلاعات این CDNها کدگذاری شده و غیرقابل دسترسی هستند. همچنین دوروف در یک پست مفصل در کانال تلگرام خود با اشاره به حساسیت روی حریم خصوصی کاربران خود نوشت: «مشخص است که تلگرام نمی‌تواند با توجه به سیاست‌های خود درباره حریم خصوصی کاربران، به چنین تقاضاهایی پاسخ مثبت دهد. ما حریم خصوصی کاربران خودمان را تحت هیچ خطری قرار نمی‌دهیم، حتی اگر این تصمیم باعث مسدودشدن ما در برخی از کشورها شود. ترجیح می‌دهیم بازاری بزرگ را از دست بدهیم (همان‌طور که در چین از دست دادیم) تا اینکه یک بایت از داده‌های خصوصی کاربران‌مان را قربانی کنیم».

در نهایت هم در گفت‌وگوهای غیرمستقیم دولت اول حسن روحانی اعلام کرد که CDN تلگرام به ایران منتقل شده بود اما به خاطر فیلتر آن در اردیبهشت ۱۳۹۷ فعالیت این CDN متوقف شد. تلاش برای اجبار به راه‌اندازی دفتر نمایندگی پلتفرم‌های بین‌المللی در ایران یک بار دیگر در سال ۱۴۰۱ و بعد از اجرای فیلترینگ گسترده این پلتفرم‌ها در دولت سیزدهم، انجام شد. آذر ۱۴۰۱ عبدالحسن فیروزآبادی، رئیس سابق مرکز ملی فضای مجازی، یک نامه اعتراضی رسمی درباره بسترسازی برای توسعه اغتشاشات و عدم پاسخ‌گویی و مسئولیت‌پذیری درخصوص مکاتبات رسمی پیشین توسط نهادهای مسئول ایرانی به شرکت متا (اینستاگرام) ارسال کرد. در این نامه خطاب به مارک زاکربرگ، مدیر ارشد شرکت متا در راستای عدم رعایت قوانین مصوب‌شده کشور ایران و قوانین داخلی پلتفرم از طریق دفتر حافظ منافع کشور جمهوری اسلامی ایران در واشنگتن نسبت به عملکرد سکوهای این شرکت اعتراض شده بود. به متا فرصت داده شده بود ۱۰ روز پس از دریافت این نامه با معرفی نماینده در کشور اقدامات لازم برای فعالیت پایدار خود در ایران را فراهم کند.

یک هفته بعد از انتشار این نامه هم، سخنگوی متا در گفت‌وگو با «بی‌بی‌سی» اعلام کرد: «ما وارد مکالمه با مقام‌های ایران نمی‌شویم. همچنین سرگرم درخواست آنها برای تعیین یک نماینده در ایران نخواهیم شد».

چرا پلتفرم‌های بین‌المللی در ایران نمایندگی راه‌اندازی نمی‌کنند؟

عوامل مختلفی باعث شده پلتفرم‌های بین‌المللی نه‌تنها در کشور نمایندگی یا دفتر رسمی نداشته باشند، بلکه حتی در صورت انتشار محتوایی خلاف آنچه تصمیم‌گیران در نظر دارند، پاسخی به اعتراض آنها ندهد.

چهار دلیل عمده برای عدم همکاری پلتفرم‌های بین‌المللی با ایران می‌توان متصور شد:

۱- تحریم‌های بین‌المللی

ایران تحت تحریم‌های گسترده آمریکا و اتحادیه اروپا قرار دارد. شرکت‌های آمریکایی (مثل متا و گوگل) طبق قوانین OFAC (دفتر کنترل دارایی‌های خارجی آمریکا) اجازه ندارند در ایران دفتر ثبت کنند یا خدمات مالی/ سرمایه‌گذاری ارائه دهند، مگر با مجوز خاص.

این موضوع در گزارش‌های سازمان غیرانتفاعی بین‌المللی و رسانه‌هایی مانند Reuters بارها ذکر شده که تحریم‌ها مانع همکاری رسمی شرکت‌های فناوری با ایران است.

۲- اختلاف در حاکمیت داده و سیاست محتوایی

به باور کارشناسان ایران انتظار دارد هر پلتفرم خارجی داده کاربران را در داخل کشور میزبانی کند و دفتر پاسخ‌گو داشته باشد (نمونه: پیش‌نویس‌های طرح صیانت و مصوبات شورای‌عالی فضای مجازی).

پلتفرم‌ها به دلیل نگرانی از دسترسی دولت به داده‌ها و تهدید استقلال کاربر، حاضر به چنین اقدامی نمی‌شوند.

گزارش‌های مختلف درباره دسترسی آزاد به اطلاعات اشاره کرده‌اند که درخواست ایران برای «میزبانی داده محلی» و «ارائه اطلاعات کاربران» از موانع اصلی حضور رسمی شرکت‌هاست.

۳- ریسک‌های حقوقی و امنیتی

شرکت‌های بین‌المللی نگران‌اند که اگر دفتر در ایران باز کنند، مجبور به اجرای سیاست‌های سانسور گسترده شوند یا کارکنان‌شان در معرض ریسک قضائی-امنیتی قرار بگیرند.

یکی از کارشناسان حقوق بین‌المللی در این زمینه به «شرق» می‌گوید فعالیت نمایندگی پلتفرم‌های خارجی در ایران می‌تواند فشارهای قضائی برای حذف محتوا یا افشای هویت کاربران را ایجاد کند.

۴- قطع اینترنت و فیلترینگ گسترده

از خرداد ۱۳۸۸ به بعد اکثر پلتفرم‌های پرمخاطب مانند شبکه X (توییتر سابق)، یوتیوب، سپس تلگرام، اینستاگرام و... فیلتر شده‌اند. به باور کارشناسان، ایران پیوسته رویکرد «بستن یا محدودسازی» را انتخاب کرده تا مذاکره برای به‌رسمیت‌شناختن.

یک کارشناس حقوق ارتباط بین‌الملل در گفت‌وگو با «شرق» با اشاره به محدودیت دسترسی به اینترنت می‌گوید: «ایران در شاخص آزادی اینترنت جزء کشورهایی با بیشترین محدودیت است. یکی از علل نبود دفتر رسمی پلتفرم‌ها، هم تحریم‌هاست و هم فضای بسته حقوق داخلی و اینکه قوانین مشخص و شفافی درباره داده، به اشتراک‌گذاری و دسترسی آن وجود ندارد».

به باور او ایران حتی برای پلتفرم‌های داخلی خود قوانین محتوایی سخت‌گیرانه‌ای در نظر گرفته و همین باعث می‌شود هیچ پلتفرم بزرگ جهانی این شرایط را برای ورود به ایران نپذیرد: «در بسیاری موارد پلتفرم‌های داخلی مطابق با دستورات قضائی یا خارج از دستورات قضائی مجبور به حذف محتوا شده یا فیلتر می‌شوند. در این شرایط پلتفرم‌های خارجی نگران‌اند که این سیاست‌ها باعث نقض حریم خصوصی و آزادی بیان کاربران‌شان شود». همچنین او تأکید می‌کند که در مصوبه و اظهارات مقامات مختلف اعلام می‌شود که پلتفرما باید داده کاربران را داخل ایران نگه دارند که این نقض استانداردهای حقوقی تلقی می‌شود، بنابراین شرکت‌ها از تأسیس دفتر امتناع می‌کنند.

این کارشناس با اشاره به تفاوت دیدگاه ایران با کشورهای دیگر درباره برخی محتواهایی که باید حذف شود، می‌گوید: «گاهی ممکن است محتوا یا تصویری از نظر یک نفر در ایران خارج از عرف یا قوانین کشور باشد که از نظر پلتفرمی مانند تلگرام آن محتوا یا تصویر نه خلاف قانون است نه خلاف عرف جهانی. در نهایت این تفاوت دیدگاه‌ها باعث می‌شود پلتفرم‌ها سخت‌گیری‌هایی از این دست را اجرا نکنند». این کارشناس یکی دیگر از دلایل عدم فعالیت پلتفرم‌های خارجی در ایران را علاوه بر مشکلات داخلی و قوانین سخت‌گیرانه، به مسائل مالی ارتباط می‌دهد: «تحریم‌ها و محدودیت‌های تراکنش بانکی باعث می‌شود شرکت‌ها نتوانند فعالیت تجاری رسمی داشته باشند. حتی تلاش‌های داخلی برای ایجاد دفاتر قانونی، به دلیل موانع امنیتی و مجوزهای پیچیده، تاکنون موفق نبوده است». به باور او تا زمانی که تحریم‌ها و محدودیت‌های مالی حل نشوند، پلتفرم‌های خارجی قادر به حضور رسمی و پاسخ‌گویی در ایران نخواهند بود. به نظر می‌رسد وعده رفع فیلتر بیشتر از اینکه به عوامل بین‌المللی و مالی مرتبط باشد، داخلی است و «نمایندگی رسمی» بهانه‌ای برای تأخیر در اجرای وعده داده‌شده است. هرچند براساس برخی شنیده‌های «شرق» تلگرام و تیک‌تاک تا قبل از جنگ ۱۲روزه بین اسرائیل و ایران حاضر به معرفی نماینده حقوقی خود در کشور برای تعامل و پاسخ‌گویی شده‌اند، اما آنچه امروز به‌عنوان «شرط راه‌اندازی دفتر نمایندگی پلتفرم‌های خارجی در ایران» مطرح می‌شود، بیش از آنکه راه‌حل واقعی برای رفع فیلترینگ باشد، بهانه‌ای برای تعویق وعده‌هاست. تجربه سال‌های گذشته نشان داده که نه تلگرام، نه متا، نه یوتیوب و نه دیگر پلتفرم‌ها، هیچ‌کدام به دلیل ترکیب تحریم‌های بین‌المللی، ریسک‌های حقوقی و امنیتی، و نبود قوانین شفاف داخلی حاضر به پذیرش چنین شرطی نخواهند شد. کشورهایی مانند ترکیه و هند توانستند با وضع قوانین داخلی شفاف، پلتفرم‌ها را به تبعیت و ایجاد نماینده در کشورشان وادار کنند، چراکه اول در تعامل کامل با اقتصاد جهانی هستند و دوم ساختار حقوقی شفاف و قابل پیش‌بینی دارند. اما در ایران، به دلیل هم‌زمانی فشار تحریم‌ها، چندگانگی در تصمیم‌گیری داخلی و مطالبه‌هایی فراتر از استانداردهای بین‌المللی (مانند انتقال کامل داده‌ها یا تبعیت مطلق محتوایی)، این مسیر از اساس به بن‌بست می‌رسد.

بنابراین تا زمانی که رابطه ایران با جهان بهبود پیدا نکند، نمایندگی رسمی پلتفرم‌ها در ایران آن‌هم به خاطر تحریم و نبود قوانین شفاف داخلی نه‌تنها محقق نخواهد شد، بلکه صرفا بهانه‌ای خواهد بود تا مسعود پزشکیان برای رسیدن به وفاق، وعده خود برای دسترسی آزاد به اینترنت را به تعویق بیندازد.

وضعیت نمایندگی پلتفرم‌های پرکاربرد در ایران و برخی کشورهای آسیا

کشور	تلگرام	تیک‌تاک	یوتیوب (گوگل)	متا (اینستاگرام، واتس‌اپ، فیس‌بوک)
ترکیه	نماینده دارد	نماینده دارد	نماینده دارد	نماینده دارد
هند	دفتر ندارد، همکاری قضائی	ممنوع (بدون دفتر)	دفتر دهلی دارد	دفتر و نماینده دارد
روسیه	دفتر ندارد	نسخه جهانی محدود؛ نمایندگی رسمی ندارد	دفتر تعطیل شد	ممنوع (بدون دفتر)؛ واتس‌اپ فعال بدون دفتر
چین	مسدود	نسخه Douyin با دفتر پکن	مسدود	مسدود
ایران	(بدون دفتر) فیلتر	(بدون دفتر) فیلتر	(بدون دفتر) فیلتر	فیلتر (بدون دفتر)
عراق	بدون دفتر، همکاری موردی	فعال (بدون دفتر)	فعال (بدون دفتر)	فعال (بدون دفتر)
امارات	دفتر ندارد	دفتر تجاری دوبی دارد	دفتر تجاری دوبی دارد	دفتر تجاری دوبی دارد

کتابخانه

پشت پرده قدرتمندترین موتور جست‌وجوی دنیا

سرویس‌های گوگل امروزه به بخشی از زندگی ما تبدیل شده‌اند؛ گوگل‌کروم، جی‌میل، گوگل‌فوتو، گوگل‌درایو و... . همان‌طور که در آمارها آمده است، امروز گوگل به صد زبان، جست‌وجو می‌کند و صدها میلیون پرس‌وجو را روزانه روی کامپیوتر و تلفن همراه پاسخ می‌دهد. گستردگی سرویس‌ها و خدمات گوگل به صورتی است که شاید برای ما جذاب باشد بدانیم پشت پرده گوگل چه می‌گذرد. این شرکت چگونه به وجود آمد و چه راز و رمزهایی در موفقیت این شرکت نهفته است. شاید شفاف‌شدن این موضوعات به کسب‌وکارهایی که می‌خواهند کار خود را گسترش دهند، کمک کند. کتاب «سرگذشت شگفت‌انگیز گوگل» هم به پشت پرده نحوه ایجاد گوگل پرداخته است. این کتاب نوشته دیوید ای.وایس، روزنامه‌نگار و نویسنده است و سعی کرده به صورت یک داستان خواندنی به تلاش‌های سرگئی و لاری برای خلق گوگل و توسعه آن و فرازونشیب‌هایی که این دو نفر در این راه طی کردند، بپردازد. کتاب «سرگذشت شگفت‌انگیز گوگل» مبتنی بر تحقیقات موشکافانه گوگل است. گوگلی که کارکنانش در یک ناهارخوری، غذای مجانی می‌خورند، آشپزخانه‌اش مدت‌ها توسط سرآشپز سابق گروه موسیقی گریت فول دد (Grateful Dead) اداره می‌شد و کارمندان هم در محوطه رنگارنگ شرکت در سیلیکون‌ولی با موتورسیکلت‌های کوچک و کفش‌های اسکیت تک‌ردیف خود تردد می‌کنند. براساس یادداشت مترجم: «در اواسط دوران تحصیل، سرگئی و لاری (مؤسسان گوگل) حین کار روی یک پروژه درسی به این فکر رسیدند که می‌توانند از طریق رایانه، تمام اطلاعات موجود در جهان را به‌سرعت و به طور رایگان در اختیار عموم قرار دهند؛ فکری که حتی بزرگ‌ترین مغزهای اندیشمند آن زمان در زمینه فناوری، جرئت نداشتند آن را به مخیله خود راه دهند. زمانی که لاری-سرگئی این فکر را با معدودی از افراد، ازجمله یکی از استادان خود در میان گذاشتند، هیچ‌کس آن را جدی نگرفت و در خوش‌بینانه‌ترین واکنش، آن را کاری غیرعملی یا غیرمنطقی ارزیابی کردند». اما به قول لاری پیج، از بنیان‌گذاران گوگل، در جمع صدها دانش‌آموز و معلمان در یک دبیرستان «کار، نشد ندارد» و شما باید دست به کاری بزنید که اکثر مردم نخواهند زد. پس لاری پیج و سرگئی برین در سال‌های اولیه دهه ۱۹۹۰ راهی را آغاز کردند که حالا باعث تحولی شگرف در دنیای فناوری رایانه شد. این کتاب برگزیده نیویورک‌تایمز از بین پرفروش‌ترین کتاب‌هاست و شما می‌توانید آن را از فیدیبو، دیجی‌کالا و شبکه جامع کتاب گیسوم تهیه کنید.

جعبه ابزار

موفقیت‌ها و شکست‌های کسب‌وکارها

شنیدن و خواندن درباره موفقیت‌ها و شکست‌های کسب‌وکارها می‌تواند به جوانانی که می‌خواهند کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کنند، کمک کند. در این زمینه هم منابع متعددی وجود دارد. بااین‌حال محمد داوودی تصمیم گرفته است این داستان‌ها را جمع‌آوری و در قالب پادکست استارت‌کست به ما عرضه کند. داوودی نرم‌افزار خوانده و به دنیای فناوری علاقه‌مند است. سال‌ها پیش یک محصول نرم‌افزاری را راه‌اندازی کرد و شکست خورد. چون تجربه کافی نداشت. پس مطالعه درمورد خلق محصول و تجربیات شرکت‌های بزرگ را آغاز کرد و تصمیم گرفت این مطالعه را با بقیه هم به اشتراک بگذارد. در بخش جزئیات استارت‌کست در کست‌باکس آمده است: «در این پادکست داستان‌های مدیریتی و آموزنده از موفقیت شرکت‌ها و استارت‌آپ‌های بزرگ دنیا روایت می‌شود. داستان‌های پرجزئیاتی که کمتر جایی به آنها پرداخته شده است و در آن از تمام موفقیت‌ها و شکست‌های هر برند صحبت می‌شود. تمام داستان‌ها بر مبنای واقعیت و دارای منابع معتبر است». شما در استارت‌کست داستان‌های واقعی را می‌شنوید تا متوجه شوید چگونه آدم‌های معمولی شرکت‌های بزرگ را راه‌اندازی کردند و موفق شدند. جزئیاتی که محمد در داستان‌های خود روایت می‌کند، جذاب هستند و توانسته کاربران را به خود جذب کند. این موضوع را می‌توان از نظر کاربران در کست‌باکس فهمید.