

۱. چکیده

سکوهای نوآور، با ارائه خدماتی نوین سعی در رفع نیازهای مردم دارند. این سکوها در کشور در سالهای گذشته بارها ایجاد و بنا به دلایل مختلف تضعیف و تعطیل شده‌اند. بخش مهمی از دلایل تعطیلی برخی از این سکوها، آماده نبودن ذهنی و ساختاری در جامعه برای استقبال از نوآوری و تغییر، نگاه بسته و حکمرانی نادرست بر سکوهای نوآور بود. نتیجه تعطیلی این سکوها حذف نیاز مردم نبود بلکه به مهاجرت مردم به سکوهای مشابه خارجی جهت رفع نیاز خود، انجامید. عدم نظارت‌پذیری بر سکوهای مشابه خارجی، مشکلات عدیده‌ای مانند آسیب‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی، تغییر سبک زندگی مردم و ... را برای کشور ایجاد کردند.

سه سکوی بیسفون، کلوب و لنزور، سکوهای نوآوری بودند که در سال‌های گذشته مبتنی بر نوآوری درون‌زا در کشور ایجاد شدند و ظرفیت تبدیل شدن به شبکه‌های اجتماعی محبوب جامعه را داشتند. اما با حکمرانی نادرست مبتنی بر نظارت سخت پیشینی، جایگزین‌های این سه سکو در خارج از حاکمیت نظام جمهوری اسلامی، به ترتیب: تلگرام، فیسبوک و اینستاگرام، در کشور مورد استفاده وسیع و عمومی قرار گرفتند.

اصولی که باعث تعطیلی سکوهای نوآور در کشور شده‌اند، بر اساس تجربه‌نگاری از تعطیلی سه سکوی نوآور بیسفون، کلوب و لنزور استخراج شد که در ادامه عنوان می‌شوند:

- توجه به حمایت‌های صرفاً مالی
- عدم ایجاد شرایط رقابتی برابر
- رویکرد سخت‌گیرانه سنتی و نظارت پیشینی
- عدم انعطاف مسئولین نسبت به سکوهای نوآور
- عدم شفافیت در خطوط قرمز
- بی‌مهری رسانه ملی با سکوهای داخلی
- انسداد مسائل حقوقی در سکوهای نوآور

لازمه رشد جدی سکوهای نوآور اجتماعی در کشور، تحول اساسی در بینش مسئولان و مدل حکمرانی بر فضای مجازی در کشور از نظارت پیشینی به نظارت پسینی و از بینش نظارت فیزیکی سخت‌گیرانه و کاغذی به بینش نظارت نامحسوس و سیستمی است.

۲. مقدمه

شبکه‌های اجتماعی در دنیا با ارائه مفاهیم و خدمات جدید، روزبه‌روز در حال توسعه، رفع نیازهای مردم و به تبع آن کسب درآمد بیشتر هستند. در ایران نیز در سال‌های گذشته نوآوری‌هایی در این عرصه رقم خورد اما با گذشت زمان توانایی ارائه خدمات خود را در کشور از دست دادند و برای همیشه از دسترس کاربران خارج

شدند. در این کتابچه سعی می‌شود که عوامل تعطیلی سکوهای^۱ نوآور با تجربه نگاری سه سکوی معروف داخلی استخراج شود. ابتدا روایت‌های مربوط به هر سکوی داخلی و مشابه خارجی آن‌ها ذکر و سپس مهمترین عوامل تعطیلی آن‌ها ارائه می‌شود. در انتها، مدل حکمرانی ناموفق سکوهای نوآور در جمع‌بندی ارائه می‌گردد.

سکوهای نوآور، نرم‌افزارهایی در فضای مجازی هستند که با ارائه نوآوری‌هایی در خدمات، رفع نیاز جامعه هدف را دنبال می‌کنند. این سکوها به منظور فعالیت در کشور، نیاز به درک درست حاکمیت از خواسته‌های آن‌ها و مقبولیت از طرف دولت و مسئولین دارند. در صورت فهم و درک مقتضیات این فضا توسط مسئولین و مانع زدایی به موقع، از مسیر حرکت و رشد سکوها، چنین سکوهایی تبدیل به مهره‌های ارتقاء قدرت و استقلال کشور در سطح جهان خواهند شد. در نقطه مقابل، درک نادرست از ظرفیت سکوهای نوآور و نیازهای آن‌ها می‌تواند زمینه‌ساز ورود سکوهای مشابه خارجی شوند که به دلیل تحت کنترل نبودن آن‌ها، آسیب‌های جبران ناپذیری مانند از دست رفتن اعتماد عمومی، خدشه دار شدن امنیت ملی، ایجاد تنش‌های اقتصادی و ... را بر پیکره کشور وارد می‌نماید.

۲

تا به امروز سکوهای نوآور متعددی در کشور شکل گرفته‌اند که بعضی از آن‌ها حتی برای اولین بار مفهوم‌های نوآورانه‌ای را در دنیا ارائه کرده‌اند، اما عدم حکمرانی صحیح بر این سکوها منجر به از بین رفتن آن‌ها و حضور جایگزین‌های خارجی آن‌ها در کشور شده است. در این گزارش، در ابتدا سه روایت از سکوهای نوآور داخلی و نوآوری‌های آن‌ها ارائه می‌شود، سپس دلایل تعطیلی آن‌ها ذکر می‌گردد و در نهایت اصولی که عامل تعطیلی این سکوها محسوب می‌شوند ارائه خواهد شد.



۳. روایت‌ها

۴. روایت اول: داستان تولد و مرگ یک پیام‌رسان پیش‌تاز در نوآوری؛ بیسفون

پیام‌رسان بیسفون یک سکوی نوآور ایرانی به شمار می‌رفت که از سال ۱۳۹۱ شروع به فعالیت کرد و در سال ۱۳۹۳ از نسخه‌های اندروید و iOS خود رونمایی کرد. این سکوی نوآور با رفع نیازهای ارتباط‌گیری مخاطبان خود با یکدیگر تا بهمن ۱۳۹۴ موفق شد دو میلیون کاربر را جذب نماید.

سکوی ایرانی بیسفون توسط شرکت بیستاک ذیل هلدینگ تراشه سبز ادیب (سهامی خاص) تحت مدیریت مهدی داوری تولید شد. این شرکت از سال ۱۳۷۸ با تمرکز بر ارائه خدمات اینترنت پایه‌گذاری شده بود و از جمله پیش‌تازان این حوزه به شمار می‌رفت. در سال ۱۳۸۷، شرکت تراشه سبز ادیب، خدمت مکالمات بین‌الملل را با برند بیستاک یا ۰۲۰ راه‌اندازی کرد. در ادامه مسیر، این شرکت با پیگیری ایده‌های در زمینه مکالمات بین‌الملل، به منظور ارتباط‌گیری مسافران ایرانی در خارج از کشور به واسطه گوشی‌های همراه و با هدف کاهش هزینه بالای تماس‌های بین‌المللی، اقدام به طراحی و برنامه‌نویسی یک نرم‌افزار کرد. پس از مدتی، قید استفاده صرفاً مسافران ایرانی در خارج از کشور برداشته و برای تمام مردم ایران امکان استفاده آن فراهم شد. به این ترتیب، شرکت تراشه سبز ادیب سکوی ایرانی بیسفون را تولید کرد.^۲

۵. نوآوری و امکانات ویژه بیسفون

۱. **کانال:** برای اولین بار، حتی پیش از وجود مفهوم کانال در تلگرام، بیسفون مفهوم کانال را اختراع و ارائه کرد. بنا بر اظهار مدیر عامل بیسفون، این مفهوم برای اولین بار در دنیا توسط این پیام‌رسان ارائه شد و هیچ کدام از سکوهای مشابه خارجی از چنین قابلیت‌هایی برخوردار نبودند. پس از گذشت ۴ ماه از معرفی کانال، تلگرام نیز این مفهوم را به قابلیت‌های سکوی خود اضافه کرد.

۲. **امکان جستجو در میان تمامی کانال‌ها:** نوآوری دیگری که از سوی بیسفون در نسخه بیسفون پلاس ارائه شد، جستجوی ویژه آن بود. جستجو به گونه‌ای در میان تمامی کانال‌ها صورت می‌گرفت که حتی اگر فردی عضو کانالی نبود می‌توانست مطالب موجود در آن را نیز در نتایج جستجوی خود مشاهده کند. این امکان در سایر پیام‌رسان‌ها وجود نداشت.

۳. **تماس رایگان با عراق در اربعین:** یکی از خدمات بیسفون در حوزه مکالمات بین‌الملل بود، در ایام اربعین حسینی این سکوی انجام مکالمات بین‌المللی با عراق را رایگان اعلام کرد.

۴. طراحی استیکرهای بومی و فرهنگی: بیسفون در ابتدای شروع به کار خود، استیکرهای بومی و فرهنگی با همکاری کاریکاتوربست‌ها، نقاشان و هنرمندان تولید و عرضه کرد. استیکرهای شکرستان برای شبکه اجتماعی، نوآوری بیسفون بود. این محصولات پس از حضور تلگرام در کشور، بدون اجازه این سکو به تلگرام برده شد که مدیر بیسفون این اقدام را سرقت اعلام کرد اما به دلیل اینکه تلگرام خارج از حکمرانی سایبری ایران بود، شکایت مذکور نتیجه ای در بر نداشت.

۶. مهم‌ترین دلایل تعطیلی بیسفون

بیسفون سکوی نوآوری بود که خدمات ویژه‌ای را به کاربران ارائه می‌کرد؛ این پیام‌رسان با وجود دریافت وام ۵۰ میلیارد ریالی از وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در سال ۱۳۹۷، در اسفند ۱۳۹۹ اعلام کرد که برای همیشه خاموش خواهد شد و دیگر به کاربران خود خدمت نخواهد داد. مهم‌ترین دلایلی که برای تعطیلی این سکوی نوآور می‌توان عنوان کرد، عبارت است از:

۱. الزام به اخذ مجوز به ازای ایجاد هر کانال: مفهوم کانال برای اولین بار توسط بیسفون ارائه شد؛ از آن جایی که کانال، نوعی رسانه به شمار می‌رفت و هر رسانه‌ای در کشور برای شروع به کار نیاز به مجوز داشت، مسئولین وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی اصرار بر اخذ مجوز نشر بر خط به ازای هر کانال ایجاد شده در این سکو داشتند. این نکته در گفته‌های یکی از مدیران وقت این سکو نیز آشکار است که گفته بودند: «خیلی جالب است بدانید بیسفون برای اولین بار کانال را راه اندازی کرد؛ قبل از آن که حتی تلگرامی وجود داشته باشد. پس از ایجاد کانال، مسئولین امر به ما فشار آوردند که افرادی که میخواهند کانال ایجاد کنند باید مجوز نشر برخط بگیرند؛ چیزی که تصورش هم در حال حاضر خنده دار است»^۳. این اقدام در حالی بود که تلگرام چهار ماه پس از بیسفون، کانال را راه‌اندازی کرد و توانست بدون اخذ مجوزهای لازم در ایران و در شرایط انفعال کامل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات و شورای عالی فضای مجازی، ابزار کانال را به عنوان نوآوری فوق‌العاده جذاب خود به کاربران عرضه کند.

۲. بی مهری صداوسیما به بیسفون و اشتیاق به تلگرام: تا پیش از فیلترشدن تلگرام، برنامه‌های رسانه ملی در تلگرام برای خود کانال می‌ساختند و نشانی کانال‌های تلگرامی خود را از آنتن رسانه ملی معرفی و بینندگان را به مراجعه و عضویت در آنها تشویق می‌کردند؛ اما در نقطه مقابل، نام بردن از بیسفون، تبلیغات تجاری تلقی می‌شد و تقریباً در هیچ برنامه‌ای نامی از بیسفون برده نشد. در واقع در حدود سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۵، صداوسیما به صورت رایگان و غیرمستقیم و ناخواسته، یک پیام‌رسان خارجی را به صورت مداوم بدون توجه به منشأ شکل‌گیری و محل قرارگیری آن، تبلیغ و ترویج می‌کرد. پس از مدت‌ها انفعال مسئولین وقت

رسانه ملی، از سال ۱۳۹۵ نام بردن از تلگرام در این رسانه ممنوع شد اما همچنان نشانی کانال‌های تلگرامی بدون ذکر نام این سکو در برنامه‌ها تبلیغ می‌شدند.^۴ در نهایت در سال ۱۳۹۹ آئین نامه‌ای در سازمان صداوسیما به تصویب رسید که هرگونه تبلیغ شبکه‌های اجتماعی خارجی در رسانه ملی ممنوع و نام بردن از سکوهایی داخلی، بلامانع شد.^۵ با وجود چنین مصوبه‌ای تبلیغات شبکه‌های اجتماعی خارجی در رسانه ملی کم و بیش ادامه داشت اما همچنان تبلیغی برای بیسفون مشاهده نشد. با امتیازدهی رایگان به سکوهایی خارجی و بایکوت سکوهایی داخلی به بهانه تجاری بودن آن‌ها، بیسفون در رقابتی ناعادلانه قرار گرفت و در نهایت، ناچار شد میدان را به رقیبش واگذار کند.^۶

۷. سکوی خارجی مشابه بیسفون: تلگرام

پیام‌رسان تلگرام در سال ۲۰۱۳ توسط برادران دوروف و اکسل نف شکل گرفت؛ افرادی که پیش از آن پرتفردارترین شبکه اجتماعی روسیه یعنی ویکنتاک (VK) را در اختیار داشتند. پاول دوروف، برنامه‌نویس و سرمایه‌دار روسی مالک اصلی تلگرام به حساب می‌آید و سرمایه اولیه راه‌اندازی آن را تامین کرده است. شعار وی ایجاد پیام‌رسانی ایمن و طرفدار اصل آزادی بیان در سراسر جهان بوده است. او تاکنون توانسته است با پیام‌رسان تلگرام بیش از ۷۰۰ میلیون کاربر از سراسر جهان جذب کند و یکی از پنج پیام‌رسان پرتفردار جهان لقب بگیرد.^۷ در حال حاضر تیم توسعه دهنده این پیام‌رسان در شهر دبی قرار دارند.^۸

تا پیش از ورود تلگرام به ایران، پیام‌رسان خارجی وایبر به عنوان پدیده‌ای جدید وارد گوشی‌های هوشمند ایرانیان شده بود اما با انتشار خبرهای مبنی بر ارتباط وایبر با رژیم صهیونیستی، در سال ۱۳۹۴ وایبر در ایران فیلتر و موضوع جایگزینی تلگرام مطرح شد. خیلی سریع کاربران ایرانی از وایبر به تلگرام مهاجرت کردند و ایران به عنوان دومین کشور پرجمعیت در این پیام‌رسان پرکاربرد شناخته شد.^۹ در شهریور همان سال، تعداد کاربران فعال تلگرام در دنیا به ۶۰ میلیون نفر رسید^{۱۰} و به مرور زمان تبدیل به محبوب‌ترین پیام‌رسان نزد مردم ایران شد.

^۴ <https://b2n.ir/r29114>

^۵ mehnnews.com/xTSCZ

^۶ <https://shoaresal.ir/fa/news/328439>

^۷ <https://peivast.com/p/134806>

^۸ <https://telegram.org/faq/fa>

^۹ <https://www.yjc.ir/fa/news/5246245/>

^{۱۰} <https://techrunch.com/2015/09/21/telegram-now-seeing-12bn-daily-messages-up-from-1m-in-february/>



تلگرام به فعالیت خود بدون داشتن مجوز و نظارت در ایران ادامه می‌داد تا این که در آشوب‌های آبان ۱۳۹۶ ایران، نقشی موثر برای هماهنگی آشوبگران و انتشار اخبار جعلی و جنگ روانی ایفا کرد و در بهار ۱۳۹۷ فیلتر شد.^{۱۱}

۸. آموزه‌های بخش اول: دریغ‌های فقدان حاکمیت بر فضای مجازی

اگر در زمان مسدودسازی وایبر در ۱۳۹۴، به جای هدایت مردم به تلگرام، مردم به بیسفون مهاجرت می‌کردند، چه بسا بحران‌های امنیتی و جنگ روانی-سایبری-ترکیبی سال‌های ۱۳۹۶ به بعد، شدت کمتری داشت.

اگر در سال ۱۳۹۳ که بیسفون، مفهوم کانال را ابداع و عرضه کرد، مسئولان فرهنگی کشور با سعه صدر با این نوآوری فناورانه برخورد می‌کردند و به جای مطالبه مجوز برای هر کانال در بیسفون و اعمال نظارت پیشینی قوی، نظارت پسینی، سیستمی و هوشمند خود را طراحی می‌کردند، چه بسا مردم ایران و به ویژه نسل جدید، طی سال‌های ۱۳۹۶ به بعد، این گونه در معرض بمباران بی‌سابقه اخبار بد، شایعات مایوس کننده و جنگ روانی قرار نمی‌گرفتند.

اگر در نیمه دهه ۱۳۹۰ حکمرانی بر فضای مجازیِ هوشمندانه‌ای اعمال می‌شد، چه بسا بیسفون می‌توانست به عنوان یک سکوی بین‌المللی به نشر فرهنگ ایرانی و صدور مفاهیم انقلاب اسلامی بپردازد.

۹. روایت دوم: عواقب ضعف تحمل و حاکمیت فضای مجازی؛ کلوب

تارنما و شبکه اجتماعی ایرانی کلوب (Cloob) متعلق به شرکت صبا ایده، در اوایل دهه ۸۰ شمسی متولد شد که نمونه داخلی شبکه اجتماعی فیسبوک و اورکات به حساب می‌آمد. با گسترش شبکه‌های اجتماعی در آن سال‌ها، ایرانیان که همواره از ساکنین پرجمعیت و فعال این شبکه‌ها بودند، به استقبال سکوه‌های یاهو ۳۶۰، اورکات و فیسبوک رفتند. در این میان سکوی ایرانی کلوب توانست با الگوگیری از فیسبوک و بازنویسی اورکات، تارنمای اجتماعی خود را تحت مقررات و ضوابط حاکمیت جمهوری اسلامی ایران ارائه دهد و با ارائه مفهوم شبکه اجتماعی ایرانی، توانست مخاطبان زیادی را در زمان خود جذب و محتوای بومی زیادی را در این بستر به واسطه کاربران خود تولید کند. در آخرین آمار اعلام شده، کلوب بیش از ۳ میلیون کاربر داشت و در هفته نزدیک به ۱۳۰ هزار و در ماه ۷۰۰ هزار ورود مستقل را تجربه می‌کرد^{۱۲}. این سکو در ایران تا سال ۱۳۹۰ پرترفدارترین شبکه اجتماعی به حساب می‌آمد^{۱۳}.

۱۰. نوآوری و امکانات ویژه کلوب

۱. **واحد پولی داخلی (کوروب):** یکی از امکانات ویژه کلوب علاوه بر ساختار اجتماعی این سکو، واحد پولی خلق شده به نام **کوروب** بود که قابلیت خرید و فروش آن وجود داشت. کلوب با ایجاد این واحد پولی مدل درآمدزایی ویژه خود را ابداع کرد.

۲. **ایجاد رسانه رسمی:** سازمان‌ها و ادارات، شخصیت‌های مطرح سیاسی، ورزشی، فرهنگی و شرکت‌های سرشناس و محبوب کشور، این امکان را در شبکه اجتماعی کلوب داشتند تا رسانه‌ای رسمی ویژه خود داشته باشند^{۱۴}؛ دفتر ریاست جمهوری نیز در شبکه کلوب رسانه رسمی خود را ایجاد کرده بود^{۱۵}.

۱۱. مهمترین دلیل تعطیلی کلوب

شرکت صبا ایده در سال ۱۴۰۰ تعطیلی این سکوی محبوب ایرانی را اعلام کرد و برای همیشه خدمات خود را به روی کاربران خود خاموش کرد. مهم‌ترین دلیل تعطیلی این سکوی پرترفدار عبارت بود از:

مسدودسازی به دلیل عدم سعه صدر مسئولین: ماهیت شبکه اجتماعی کلوب به دلیل الگوبرداری از شبکه‌های اجتماعی فیسبوک و اورکات مبتنی بر ارتباطات بین افراد بود، از این رو حساسیت‌های زیادی را به دنبال خود ایجاد می‌کرد؛ به همین دلیل، با وجودی که در قلمرو حاکمیت ایران قرار داشت، به دلیل محتویات بارگزاری شده توسط کاربران مانند عکس‌های بی‌حجاب، متون سیاسی و...، سه بار فیلتر و دسترسی به آن

^{۱۲} <http://dgto.ir/ppc>

^{۱۳} <https://www.tabnak.ir/fa/news/221532/>

^{۱۴} <http://linknama.ir/1394/06/cloob-com/>

^{۱۵} <http://dgto.ir/ppc>

مسدود شد. پس از یک سال از آخرین مسدودسازی و رفع محدودیت کلوب، این شبکه اجتماعی دیگر نتوانست به موفقیت سابق خود دست یابد؛ چراکه اعتماد مردم به این سکو از دست رفته بود و جایگزین‌های خارج از حکمرانی سایبری ایران نظیر توئیتر و فیسبوک، مورد استقبال مردم قرار گرفته و جایگزین کلوب شده بودند^{۱۶}. محمد جواد شکوری مقدم، مدیر کلوب درباره مسدود شدن این شبکه اجتماعی در همان روزها نوشته است:

«آن که هر روز از خواب بلند شوی و منتظر فیلتر شدن و کلا تعطیلی کسب و کارت باشی!! یکی از بزرگترین مشکلات وبمستران ایرانی تعطیلی ناگهانی و بدون اطلاع توسط کمیته فیلترینگ است! آیا نمی‌توان قبل از فیلترینگ گسترده سایت‌ها قبلاً اخطار ۴۸ ساعته به سایت‌ها اعلام کرد؟ اگر یک وبمستر باشی مطمئناً به این نکته واقع هستی راه اندازی دوباره یک سایت بعد از ۲۸ روز و از بین رفتن کاربران چیست!»^{۱۸}.

۱۲. سکوی خارجی مشابه کلوب: فیسبوک

رقیب خارجی کلوب، فیسبوک بود که در سال ۲۰۰۴ میلادی توسط مارک زاکربرگ و دوستانش در دانشگاه هاروارد به وجود آمد. در ابتدا این سایت برای استفاده دانشجویان دانشگاه هاروارد طراحی شده بود، اما پس از مدتی دبیرستان‌ها و دانشگاه‌های دیگر نیز به جمع مشتریان آن پیوستند و به تدریج شرایط برای عضویت تمامی افراد بالای ۱۳ سال در دنیا فراهم گردید.

ویژگی‌های مهم این شبکه اجتماعی، امکان ایجاد نمایه شخصی، افزودن دیگر کاربران به فهرست دوستان، فرستادن و دریافت پیام، دریافت آگاه‌سازی از تغییرات دوستان، پیوستن گروه‌های مورد علاقه، یافتن همکاران، هم‌کلاسی‌ها، پسندیدن پست‌ها، بیان دیدگاه و دسته‌بندی دوستان است. در حال حاضر، فیسبوک بیش از ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون کاربر دارد که بزرگترین شبکه اجتماعی دنیا به حساب می‌آید^{۱۹}.

فیسبوک در ایران تا قبل از مسدودسازی از سوی اقشار تحصیل کرده مانند دانشجویان، دانشگاهیان، هنرمندان، روزنامه‌نگاران، آموزگاران و... مورد استقبال قرار گرفت اما با اقبال مردم ایران به تلگرام، دیگر مورد توجه قرار نگرفت. در سال ۱۳۸۸ و همزمان با آغاز اغتشاشات آن سال این شبکه اجتماعی نیز به همراه توئیتر به دلیل استفاده توسط آشوبگران، فیلتر شدند^{۲۰}.

<https://www.tabnak.ir/fa/news/9163/> ۱۶

<http://dgto.ir/ppc> ۱۷

<https://zoomtech.org/%DA%A9%D9%84%D9%88%D9%BE-%D8%AA%D8%B9%D8%B7%DB%8C%D9%84-%D9%85%DB%8C-%D8%B4%D9%88%D8%AF/> ۱۸

<https://peivast.com/p/107907> ۱۹

<https://tarikhema.org/info/3998/> ۲۰



۱۳. آموزه‌های بخش دوم: راندن کاربران ایرانی به خارج از حکمرانی فضای مجازی ایران

شبکه اجتماعی نوآور کلوب توانست دوره کاربری به نسبت طولانی زنده بماند و در دوره قبل از تولد گوشی همراه، تعداد خیره کننده ۳ میلیون عضو بگیرد. اما در دهه ۹۰ نتوانست روند رشد خود را بنا به دلیل مسدودسازی در کشور ادامه دهد و سال‌های آخر، را با کاربران وفادار به خوبی طی کرد. این درحالی بود که کاربران در فیسبوک و توئیتر آزادی بیشتری داشتند و تحت مقررات ایران نبودند. مسدودسازی چندباره این شبکه اجتماعی، ریسک سرمایه‌گذاری به منظور توسعه آن را افزایش می‌دهد، از این رو قابلیت اعتماد آن علاوه بر کاربران نزد سرمایه‌گذاران نیز سلب می‌شود. علاوه بر این، دوران طلایی عضوگیری شبکه‌های اجتماعی محدود است و اگر از دست برود قابلیت جبران آن بسیار دشوار خواهد بود، این دوران طلایی برای کلوب با سه بار فیلتر شدن از دست رفت. به این ترتیب یک سکوی نوآور و قدیمی ایرانی با ضعف حاکمیت فضای مجازی، تعطیل شد و کاربرانش به شبکه‌های اجتماعی خارجی و خارج از قلمرو حکمرانی ایران، رانده شدند.

شوند. در بخشی از بیانۀ منتشر شده توسط مدیران لنزور مهم ترین دلایل تعطیلی این سکو را این گونه عنوان کرده اند:

«مشخص نبودن جایگاه شبکه های اجتماعی و حدود مسئولیت سرویس دهندگان در ایران و همچنین عدم پشتیبانی حقوقی (عملی و نه تئوریک) از این گونه خدمات معین نبودن خطوط قرمز فرهنگی و سرگردانی مدیران این گونه شبکه های اجتماعی نسبت به نظرات متنوع و بعضا سلیقه ای ارکان و متولیان مختلف فرهنگ کشور که تا به امروز هم ادامه دارد»^{۲۴}.

۱۷. سکوی خارجی مشابه لنزور: اینستاگرام

اینستاگرام رسانه اجتماعی عکس و ویدئو محور توسط کوین سیستروم و مایک کرایگر در سال ۲۰۱۰ بنیان نهاده شد. این سکو این امکان را به کاربران خود می دهد تا عکس ها و ویدئوهای خود را به اشتراک بگذارند. تعداد کاربران اینستاگرام تا سال ۲۰۱۲ بالغ بر ۱۰۰ میلیون نفر رسید و در نهایت توسط شرکت فیسبوک خریداری شد.

اینستاگرام سکوی مشابه خارجی لنزور بود که فعالیتش را در سراسر جهان آغاز کرد. به مرور زمان، میل کاربران ایرانی، به سوی این شبکه اجتماعی افزایش پیدا کرد و این سکو به محبوب ترین سکو در ایران تبدیل شد.

بر طبق قوانین و خط مشی های این شبکه اجتماعی، در صورتی که کاربران تصاویری مغایر با خط مشی این سکو منتشر کنند، با گزارش دهی سایر کاربران و بررسی آنها توسط شرکت مشاور اینستاگرام، در صورت صحت مغایرت قانونی، آن محتوا حذف می شود. به همین علت در محتوای تولیدی کاربران دخالت می کند از جمله می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

۱. حذف نام و تصویر شهید سلیمانی: در سال ۱۳۹۸ پس از به شهادت رسیدن سردار سلیمانی توسط نیروهای آمریکایی و تحریم هایی که ایالات متحده پس از تروریستی اعلام کردن سپاه پاسداران وضع کرد، اینستاگرام پست های منتشر شده با نام سردار شهید قاسم سلیمانی را به بهانه ترویج خشونت حذف کرد^{۲۵}. در سال ۱۳۹۹ نیز، همزمان با اولین سالروز ترور ایشان، کاربران اینستاگرام کمپینی با نام «از عکس تو هم می ترسند» در این سکوی خارجی به راه انداختند تا نارضایتی خود را نسبت به حذف تصاویر سردار

^{۲۴} <https://faceit.ir/articles/lenzor-is-shuting-down>

^{۲۵} <https://shrr.ir/0003ct>



سلیمانی از اینستاگرام نشان بدهند. اینستاگرام نیز برخی از پست‌های منتشر شده با این نام را هم حذف کرد^{۲۶}.

۲. **حذف نام نادر طالب‌زاده:** پس از درگذشت نادر طالب‌زاده، حامیان و دوستان او در اینستاگرام طی دو روز، پیام‌هایی را با نام او در این سکو انتشار دادند و خصایص اخلاقی و ویژگی‌های مثبت او را بازگو کردند؛ اما این شبکه اجتماعی ۵ هزار پست با هشتگ نادر طالب‌زاده را حذف کرد^{۲۷}.

۳. **حذف نام شهید فخری زاده:** در آذر ۱۳۹۹ شبکه اجتماعی اینستاگرام، پست‌های کاربران ایرانی مرتبط با محکوم کردن ترور دانشمند هسته‌ای شهید فخری زاده را حذف کرد^{۲۸}.

اینستاگرام درحالی به بهانه مقابله با خشونت، نام شهدای ایرانی را با شدت و جدیت سانسور می‌کند که در جریان آشوب‌های وسیع پاییز ۱۴۰۱، عملاً بستر تهییج و ترویج آشوب و آموزش ساخت و کاربرد بمب‌های آتش‌زا در ایران شده بود. در مهر سال ۱۴۰۱ پس از آشوب‌های ضد امنیتی، اینستاگرام در کشور مسدود شد.

۱۸. آموزه‌های بخش سوم: ایجاد زمینه رقابت نابرابر به نفع سکوهای خارجی در کشور

لنزور سکوی نوآور ایرانی بود که به دلیل سخت‌گیری‌های مسئولین و عدم خطوط قرمز شفاف با موانع زیادی برای فعالیت در کشور روبرو شد. این در حالی بود که اینستاگرام خارج از حاکمیت فضای مجازی ایران و بدون کمترین مشکل، ناهنجارترین محتواهای فرهنگی و امنیتی را در اختیار کاربران ایرانی قرار می‌داد. طی دهه ۱۳۹۰، از یکسو چهره‌ها و کسب‌وکارها بدون کمترین نظارت و مشکلی در اینستاگرام فعالیت می‌کردند و از سوی دیگر، لنزور ایرانی و تحت حکمرانی فضای مجازی ایران، تحت سنگین‌ترین نظارت‌ها و اعمال سلیقه‌های متنوع و غیرقابل پیش‌بینی قرار داشت.

اگر حکمرانی فضای مجازی، فرهنگی و امنیتی درباره لنزور اعمال می‌شد، چه بسا اینستاگرام محبوب نمی‌شد و ناهنجاری‌های فرهنگی و اخلاقی و امنیتی دهه ۱۳۹۰ تا این حد، در کشور گسترش نمی‌یافت.

۱۹. جمع‌بندی مدل حکمرانی ناموفق بر سکوهای نوآور

مدل حکمرانی بر سکوهای نوآور از آن جایی که مفاهیم جدیدی را ارائه می‌دهند، اقتضات خاص خود را دارد. با بهره‌گیری از اشتباهات گذشته مدلی از حکمرانی ناموفق بر سکوهای نوآور در این بخش ترسیم می‌شود.

۱. **توجه به حمایت‌های صرفاً مالی:** بیسفون و لنزور جزو سکوهایی بودند که دولت از آن‌ها حمایت مالی کرده بود اما پس از مدتی هر دو برای همیشه تعطیل شدند. در صورتی که سکوهای نوآور به شرایط

با ثبات و قابل پیش‌بینی و روشن بودن حقوق و تکالیفشان بیشتر از کمک‌های مالی نیاز دارند. کارآفرین در صورت ثبات و تضمین حقوق مالکیت، می‌تواند با جذب سرمایه‌گذار مشکل تامین مالی را حل کند اما مشکلات غیرمالی نظیر بی‌ثباتی و ابهام در سیاست‌ها و تجاوز به حقوق مالکیت را نمی‌تواند حل کند. این کارها وظیفه انحصاری و ذاتی حاکمیت است که اتفاقاً در ایران با کیفیت نازلی به نوآوران فضای مجازی ارائه می‌شود اما به جای آن، چند میلیارد تومان تسهیلات به بیسفون و لنزور ارائه شده است.

۲. **شرایط رقابتی نابرابر:** حکمرانی کشور بر سکوهای نوآور داخلی به گونه‌ای بوده است که آن‌ها در برابر رقبای خارجی خود در شرایط ناعادلانه قرار می‌گیرند. همین مسئله از عوامل تعطیلی سکوهای داخلی و منجر به رواج استفاده از سکوهای خارجی در کشور شده است.

۳. **رویکرد سخت‌گیرانه سنتی و نظارت پیشینی:** ویژگی سکوهای نوآور خلق و ارائه مفاهیم جدیدی است که می‌تواند با شیوه‌های قدیمی حکمرانی کشور همخوانی نداشته باشد. همانند بیسفون که مفهوم کانال را خلق کرد و مسئولان وقت با رویکرد سنتی و نظارت پیشینی آن را ملزم به اخذ مجوز برای هر کانال کردند. به منظور رشد فناوری‌های نوظهور و استفاده بهینه از آن‌ها در کشور، ساختار و قوانین کشور باید به گونه‌ای باشد که به جای مانع زایی، رویکرد سخت‌گیرانه و تهدید به تعطیل کردن، به استقبال از نوآوری‌ها رود، از رشد و توسعه آن‌ها حمایت کند و آن‌ها را در جهت منافع ملی و حل مشکلات کشور به کار ببندد. این رویکرد به معنای نظارت زدایی نبوده بلکه تشویق به انجام نظارت موثر است. در ساختار نظارتی موثر، نظارت پسینی، سیستمی و هوشمند، با روش‌های سنتی و ناکارآمد پیشینی جایگزین می‌شوند.

۴. **عدم انعطاف مسئولین نسبت به سکوهای نوآور:** از آن جایی که قوانین کشور بر روی سکوهای خارجی قابلیت اعمال ندارند، سخت‌گیری‌ها و عدم انعطاف‌پذیری مسئولین منجر به اعمال قواعد سخت‌گیرانه و نابرابر برای سکوهای داخلی شده است که نابودی آن‌ها و جایگزین شدن سکوهای خارجی را در پی داشته است. درحالی که با رویکرد منعطف نسبت به سکوهای داخلی نوآور و چشم‌پوشی از برخی خطاهای کاربرانشان، امکان تبدیل شدن آن‌ها به سکوهای موثر بین‌المللی در خدمت سیاست‌های فرهنگی و اعتقادی نظام وجود دارد.

۵. **ابهام در خطوط قرمز:** عدم شفافیت در خطوط قرمز، تفسیرهای گوناگون و اعمال سلیقه را به همراه خود خواهد داشت. به این ترتیب هر فرد ناظر می‌تواند متناسب با سلیقه خود، محتوای تولید شده را تایید یا رد کند. این مسئله نارضایتی کاربران سکوهای داخلی را به همراه داشته است.

۶. **بی‌مهری رسانه ملی به سکوهای داخلی:** تبلیغات برای سکوهای داخلی را می‌توان یکی از مهم‌ترین حمایت‌هایی نامید که مسئولین می‌توانند انجام دهند. این اتفاق در دهه گذشته توسط رسانه ملی تقریباً صورت نگرفت. این سازمان سال‌ها به صورت رایگان سکوهای خارجی را تبلیغ می‌کرد و حتی با وجود ممنوعیت، همچنان به تبلیغ آن‌ها ادامه داد؛ رسانه ملی تنها زمانی مجبور به تبلیغ برای سکوهای داخلی

شد که شرایط کشور ملتهب شده و اغتشاشات به راه افتاده بود. این در حالی است که تا قبل از سال ۱۴۰۱، کمتر نامی از سکوهای ایرانی در صداوسیما شنیده می شد.

۷. **انسداد مسائل حقوقی در سکوهای نوآور:** سکوهای کاربر محور مسائل حقوقی متعددی دارند که در صورت رفع آن ها می توانند با سادگی بیشتری به توسعه خود پردازند و نیازهای کشور را مرتفع نمایند. به عنوان مثال عدم تعیین و تکلیف مسئولیت محتوا در سکوهای کاربر محور، یکی از این موارد حقوقی است که تعیین و تکلیف این مسئله کمک شایان توجهی به آن ها خواهد بود. در صورتی که مسئولیت محتواهای بارگذاری شده بر عهده کاربر باشد، می تواند بار مسئولیتی مدیران سکوها را کاهش دهد و با قواعد مشخصی به فعالیت خود پردازند. اتفاقی که در سال ۱۴۰۱ برای مدیر دیوار رخ داد.

در نهایت، سکوهای نوآور، ظرفیتهای بی نظیری در هر کشوری به شمار می روند که در صورت حمایت صحیح از آن ها می توانند تأثیرات مهمی را به لحاظ اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و... در هر کشوری بگذارند، اما نوآوری های آن ها بعضاً با برخی قواعد و ساختارهای کند و قدیمی حاکمیت کشور همخوانی ندارد. لذا مسئولین کشور به جای همگامی و ارتقاء خود سعی در توقف این سکوها داشته اند. این اقدامات و ناملایمت های گذشته با سکوهای تعطیل شده اگر با انعطاف لازم صورت می گرفت، کشور با مشکلات کمتری مانند اغتشاشات، تغییر سبک زندگی مردم، شکل گیری کسب و کارها بر بسترهای خارج از کنترل کشور و بسیاری موارد دیگر، درگیر بود. در کشور وقتی سخن از حمایت به میان می آید، ذهن ها معطوف به اعطای تسهیلات می شود اما مطابق با نامگذاری این سال ها، مهم ترین حمایت و پشتیبانی از آن ها مانع زدایی و ایجاد ثبات و پیش بینی پذیری سیاست ها و تصمیمات مسئولان کشور است.

تا زمانی که سکوهای خارجی در خارج از حاکمیت فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران فعالیت می کنند و فیلترینگ، با خرید و فروش رسمی فیلترشکن، با کمترین هزینه قابل دور زدن است، سخت گیری بر سکوهای داخلی، به منزله تشویق مردم به استفاده از سکوهای خارجی غیر قابل کنترل خواهد بود. به عبارت دیگر رویکرد سخت گیرانه و تهدید به تعطیلی در نظارت بر فعالیت های نوآور ایرانی در سال های اخیر، کشور را از منافع و مزایای آن محروم کرده و کاملاً در جهت عکس منویات سیاستگذار، مردم را به فعالیت در خارج از قلمرو حاکمیت فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران، سوق داده است.

۲۰. منابع و مأخذ

۱. پایگاه خبرگزاری فارس به نشانی اینترنتی: <https://www.farsnews.ir/>
۲. پایگاه اطلاع رسانی اینترنتی سیتنا به نشانی اینترنتی: <https://www.citna.ir/>
۳. تارنمای اطلاعات عمومی تاریخ ما به نشانی اینترنتی: <https://tarikhema.org/>
۴. تارنمای انتشار آخرین اخبار فناوری زوم تک به نشانی اینترنتی: <https://zoomtech.org/>
۵. تارنمای انتشار آخرین اخبار فناوری فیسیت به نشانی اینترنتی: <https://faceit.ir/>
۶. تارنمای بارگیری نرم افزارها به نشانی اینترنتی: <https://patoghu.com/>
۷. تارنمای باشگاه خبرنگاران جوان به نشانی اینترنتی: <https://www.yjc.ir/>
۸. تارنمای خبرگزاری تابناک به نشانی اینترنتی: <https://www.tabnak.ir/>
۹. تارنمای خبرگزاری شهرآرانیوز به نشانی اینترنتی: <https://shahraranews.ir/>
۱۰. تارنمای خبری-تحلیلی شعار سال به نشانی اینترنتی: <https://shoaresal.ir/>
۱۱. تارنمای رسانه اینترنتی دیجیاتو به نشانی اینترنتی: <https://digiato.com/>
۱۲. تارنمای فهرست راهنمای تارنماهای برتر ایران به نشانی اینترنتی: <http://linknama.ir/>
۱۳. خبرگزاری افکارنیوز به نشانی اینترنتی: <https://www.afkarnews.com/>
۱۴. خبرگزاری مهر به نشانی اینترنتی: <https://www.mehrnews.ir/>
۱۵. خبرنامه دانشجویان ایران به نشانی اینترنتی: <https://iusnews.ir/>
۱۶. رسانه اخبار فناوری Techcrunch به نشانی اینترنتی: <https://techcrunch.com/>
۱۷. رسانه راهبردی مدیریتی در حوزه فناوری اطلاعات پیوست به نشانی اینترنتی: <https://peivast.com/>
۱۸. صفحه اصلی تارنمای تلگرام به نشانی اینترنتی: <https://telegram.org/>