

# آیا رویای درآمدزایی از جویشرهای بومی به حقیقت می پیوندد؟ - دیجیاتو

امین قیاسی | چهارشنبه، ۱۷ آبان ۱۳۹۶

در دنیای امروز یکی از درگاه ورودی اصلی هر کاربر به فضای مجازی، مرورگر و موتور جستجو است. به همین دلیل یکی از مهم‌ترین پروژه‌هایی که در دولت یازدهم کلید خورد، موتور جستجوی بومی بود که با هدف بی‌نیازی از موتورهای جستجوی پرطرفدار خارجی همچون گوگل و یاهو تعریف شد تا کاربران ایرانی برای جستجوهای متنی، تصویری یا نقشه‌ها و ترجمه‌های مورد نیاز خود از جستجوگر داخلی استفاده کنند.

اگرچه این پروژه در دولت یازدهم با پیشرفت‌هایی همراه بود اما متأسفانه حتی به مرحله تجاری‌سازی و قابل استفاده بودن نزدیک هم نشد. در همین خصوص «محمد جواد آذری جهرمی» وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات اواخر مهرماه از مسئولان خواست تا دستاوردهای طرح مذکور را به طور کامل اعلام کنند.

آذری جهرمی در این باره عنوان نموده بود که اگرچه به لحاظ پژوهشی اقداماتی انجام شده اما به لحاظ سهم بازار، جویشرهای بومی سهم قابل قبولی ندارند و موفق نبوده‌اند. وزیر ارتباطات خبر از عدم توان برای برآورده کردن نیاز مردم با جویشرهای بومی داده و گفته بود: «در این طرح نیاز به کار و انرژی بیشتر و توجه به مدل اقتصادی بازار و نیازهای مردم وجود دارد.»

## چشم‌انداز جویشرهای بومی چه بود؟

این طرح از سال ۹۳ به عنوان برنامه‌ای متمرکز با هدف حمایت از فعالیت و خلاقیت ایده پردازان و فعالان بخش IT و همچنین توسعه سرویس‌های خاص و مورد نیاز کاربران ایرانی مطرح شد. مجری این طرح، دکتر «علیرضا یاری» رئیس پژوهشکده فناوری اطلاعات، در گفتگو با دیجیاتو خبر می‌دهد که این پژوهشکده در ابتدا به دنبال ایجاد قابلیت‌های خاصی در تیم‌های داخلی جهت ارائه سرویس‌های متفاوت بود تا این شرکت‌های نوپا با همکاری یکدیگر بتواند به شرکت‌های متوسط و بزرگی تبدیل شوند.

در صورت تحقق این اهداف ایران نیز می‌توانست همانند کشورهای دیگر موتور جستجوی بومی داشته باشد که سرویس‌های مختلف و ویژه‌ای در راستای نیاز کاربرانش ارائه کنند.

## پیشرفت زیر پروژه‌های جستجوگر بومی چگونه بوده است؟

نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که بیشترین پیشرفت زیر پروژه‌های جویسگر بومی مربوط به سرویس جستجوی کتاب و مستندات علمی است که ۹۸ درصد رشد داشته است. از دیگر زیر پروژه‌های جویسگر بومی می‌توان به سامانه‌ی تحلیل و جستجوی خبر و همچنین بازاریابی مبتنی بر جویسگر اشاره نمود که به ترتیب با پیشرفت ۹۵ و ۹۰ درصدی همراه بوده‌اند. از سوی دیگر، پروژه‌هایی مانند سامانه ترجمه ماشینی دوسویه (انگلیسی-فارسی) حدود ۳۳ درصد پیشرفت داشته و توسعه آزمایشگاه ارزیابی خدمات وب نیز پیشرفت ۳۰ درصدی را نشان می‌دهد.



درصد پیشرفت زیر پروژه‌های جستجوگر بومی را می‌توانید در جدول بالا ببینید.

دکتر «علیرضا یاری» رئیس پژوهشکده فناوری اطلاعات و مدیر طرح جویسگران بومی درصد پیشرفت محاسبه شده را معیار خوبی برای کارآیی سرویس‌های این جویسگران نمی‌داند و نقطه نظر خود را این‌گونه با دیجیاتو در میان می‌گذارد:

«این سرویس‌ها کامل شده و در حال ارائه خدماتند، برای مثال ترجمه ماشینی دوسویه به علت تمرکز بر زبان فارسی، کارآیی مطلوبی از خود نشان می‌دهد و از همتایان خود همچون مترجم گوگل در زمینه ترجمه متنی فارسی جلوتر است. دانش نامه آزاد نیز به یکی از منابع کاربردی محققان و دانشجویان برای دسترسی به مقالات مرجع تبدیل شده است. درصد پیشرفت ارائه شده صرفاً به علت محقق نشدن اهداف این سرویس‌ها در بحث تجاری‌سازی و بازگشت سرمایه است.»

## اهداف و اولویت‌های اصلی جویسگران بومی چیست؟

گام بعدی این طرح، تجاری‌سازی و درآمدزایی سرویس‌های جویسگر خواهد بود. دکتر یاری معتقد است که سرمایه گذاری بخش خصوصی می‌تواند نقش مهمی در تبدیل این سایت‌ها به سکوی خدمات اینترنتی ایفا کند. به گفته او سکوی اینترنتی ایجاد شده هم در جذب کسب‌وکارهای جدید مفید خواهد بود و هم در جذب مخاطبان. او ارتباط جذب سرمایه و مخاطب را رابطه‌ای دوسویه خوانده و معتقد است موتورهای جستجوی مطرح دنیا وام دار مخاطبشان هستند و اصولاً سرمایه گذاری در این زمینه نیازمند استقبال مخاطب است.

یاری درباره تجاری‌سازی این طرح به دیجیاتو می‌گوید:

«در حال حاضر تبلیغات هوشمند پارس‌جو تنها دستاوردهای درآمدزایی در این زمینه است. ما علاقه داریم تا با جذب سرمایه گذاری خصوصی شرایطی برای برگشت سرمایه دولتی فراهم

آوریم چرا که صرف بودجه‌های دولتی نمی‌تواند طرح را به موفقیت برساند. اگر بتوانیم خوشه‌ای اقتصادی در بخش ایجاد کنیم تا موقعیتی برای فعالیت مشترک شرکت‌های نوپا مهیا شود مشخصاً افراد کلیدی در بخش ICT کشور از سرمایه‌گذاری در این بخش استقبال خواهند نمود.»

دکتر یاری خبر از وابستگی رشد جویشگرهای بومی به تصمیم‌گیری شورای عالی فضای مجازی داد و عنوان نمود که این مرکز قرار بود سیاست‌های حمایتی از جویشگرهای بومی را اعلام کند؛ اتفاقی که هنوز رخ نداده است:

«ما مقدمات را چیده بودیم و قرار بود یکسال پیش مرکز ملی فضای مجازی با اعلام سیاست‌گذاری‌های مشخصی، وزارت‌خانه‌ها و مراکز مختلف را به استفاده از جویشگران بومی تشویق کند. همچنین برنامه‌های متنوعی برای جایگزینی استفاده دانش‌آموزان از جویشگرهای بومی توسط آموزش و پرورش بکار گرفته شود که متأسفانه هیچکدام اجرایی نشدند و ما هنوز در انتظار این اتفاق هستیم.»

## موردهای مشابه خارجی جویشگران بومی

اگر ویژگی‌ها و ابزارهای مناسب با توجه به تفاوت فرهنگی و نیاز کاربران کشور طراحی شوند، جویشگران ایرانی می‌توانند همانند نمونه‌های مشابه به موفقیت برسند. در حال حاضر جستجوگرانی چون «یاندکس» روسیه، «بایدو» چین و «ناور» کره جنوبی توانسته‌اند با سرمایه‌گذاری مناسب، ۷۰ درصد سهم جستجوی کاربران کشورشان را به خود اختصاص دهند.

دکتر یاری معتقد است با بررسی فعالیت جستجوگران نوپایی چون «سِرْنَم» مجارستانی که با محدود بودن تعداد ویژگی نسبت به نمونه‌های بین‌المللی توانسته ۹۰ درصد جستجوی کشور ۱۱ میلیونی مجارستان را به خود اختصاص دهد و بیش از ۱۰۰۰ فرصت شغلی ایجاد کند، می‌توان به این نتیجه رسید که بومی‌سازی جستجوگران امری ناممکن نیست و با آموزش و ایجاد فرصت مناسب قابل دسترسی است.

«اگر ما پس از ۵ سال فعالیت [تا سال ۹۸] بتوانیم ۳۰ درصد جستجوی کاربران ایرانی از گوگل را که حدود ۶۰ میلیون است به خود اختصاص دهیم، جویشگران نه تنها خواهند توانست هزینه‌های خود را پوشش دهند بلکه می‌توانند کارمندان خود را از حدود ۵۰ نفر به بیش از ۱۰۰۰ نفر رسانده و درآمدزایی کنند.»

لازم به ذکر است که تاکنون بیشترین بازدید و جستجوی صورت گرفته در جویشگران فارسی مربوط به سایت «فارسی‌جو» بوده که به ترتیب ۵۰۰ هزار بازدید و ۲۵۰ هزار پرسش را به خود اختصاص داده که با استانداردهای مجریان طرح فاصله‌ی بسیاری دارد. حال باید دید معادله استقبال مخاطب و جذب سرمایه‌گذار به چه شکل حل خواهد شد و ماهیتاً ویژگی‌های متفاوت جویشگران

بومی توان این را خواهند داشت که توجه کاربران کشور را به خود معطوف کنند یا خیر؟

[دیجیاتو](#)