

گزارش رگولاتوری: نگاه بخش‌های مختلف حاکمیت به فضای مجازی یکدست نیست - دیجیاتو

آرش پارساپور | چهارشنبه، ۰۳ دی ۱۳۹۹

تعدد مراجع تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در ایران و فقدان یکپارچگی در سیاست‌گذاری‌ها، سبب شده است تا وزارت ارتباطات در بسیاری از حوزه‌ها، فاقد مرجعیت قانونی و مرجعیت یگانه در پیشبرد و اجرای قانون باشد. نهادهای و مراجع متعدد دیگری بر اساس قانون یا تفسیر قانون، در این حوزه، به فعالیت مشغول هستند که باعث چالش‌های فراوانی برای همه شده؛ از خود وزارت ارتباطات تا کسب‌وکارها. گزارش اخیر سازمان رگولاتوری به چند مورد از این موانع و سپس ارائه راهکارهایی برای این مسائل پرداخته است. وزارت ارتباطات در این گزارش اعلام کرده است که نگاه متفاوت نهادهای گوناگون حاکمیتی به فضای مجازی مانع رشد حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات شده است.

روند پرشتاب رشد در این بخش، مانند توسعه استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای آنلاین، تفاوت کسب‌وکارهای این حوزه با سایر کسب و کارهای سنتی و مقاومت‌هایی که در برابر آن وجود دارد، مهمترین چالش‌های توسعه ICT ایران در طول سال‌های اخیر به شمار می‌رود. وزارت ارتباطات گرچه متولی فنی و توسعه زیرساختی این حوزه است اما به ناگزیر، در صیانت فرهنگی از این فضا نیز تکالیفی را بر دوش گرفته است. هرچند در بسیاری از موارد به نظر می‌رسد این خود وزارت ارتباطات است که تمایلی به تصدی‌گری برخی امور نظیر فیلترینگ ندارد، چنانچه وزیر ارتباطات پیش‌تر به دیجیاتو گفته بود علاقه‌ای به کنترل فیلترینگ در کشور ندارد. گزارش «ایران در مسیر هوشمندی» چالش‌های پیش رو ICT در حوزه‌های مختلف را بررسی کرده است که در ادامه می‌خوانید.

چالش‌های سیاست‌گذاری و حکمرانی



قاچاق کالا و حضور غیر رسمی شرکت‌ها در بازار ICT ایران که به دلیل تحریم‌ها شکل گرفته و رجیستری نیز توانسته تنها بخشی از آن را کنترل کند.

فقدان اطلاعات یکپارچه از فعالان و ارزش بازار ICT در کشور که ساماندهی بازار IT را با چالش همراه ساخته چرا که خرید و فروش نرم افزار و برنامه‌های کامپیوتری، خدمات پشتیبانی، خرید و فروش انواعی از محتوا بر بستر مجازی و... به دلیل فقدان زیرساخت های مالیاتی اجازه نمی‌دهد اطلاعات دقیقی از حجم بازار به دست بیاید.

تعدد و تنوع مراجع سیاست‌گذاری که به جای جامعیت بخشیدن به نگاه حاکمیت به یک مساله، دچار تعارض‌های درونی می‌شود و نگاه‌ها در بخش‌های مختلف یکدست نیست.

پررنگ کردن نقش حاکمیت در مدیریت فضای مجازی هم باعث شده طوری به نظر برسد که دولت یا حاکمیت مسئول و فعال همه موارد این حوزه است. به طور مثال، دولت مسئول تولید محتوا در فضای مجازی نیست و بخش خصوصی، وظیفه دار است.

چالش‌های اقتصادی



در کنار این موارد چالش‌هایی ناشی از مسائل اقتصادی نیز وجود دارد که مهم‌ترین آنها را گزارشی اینطور توصیف کرده است:

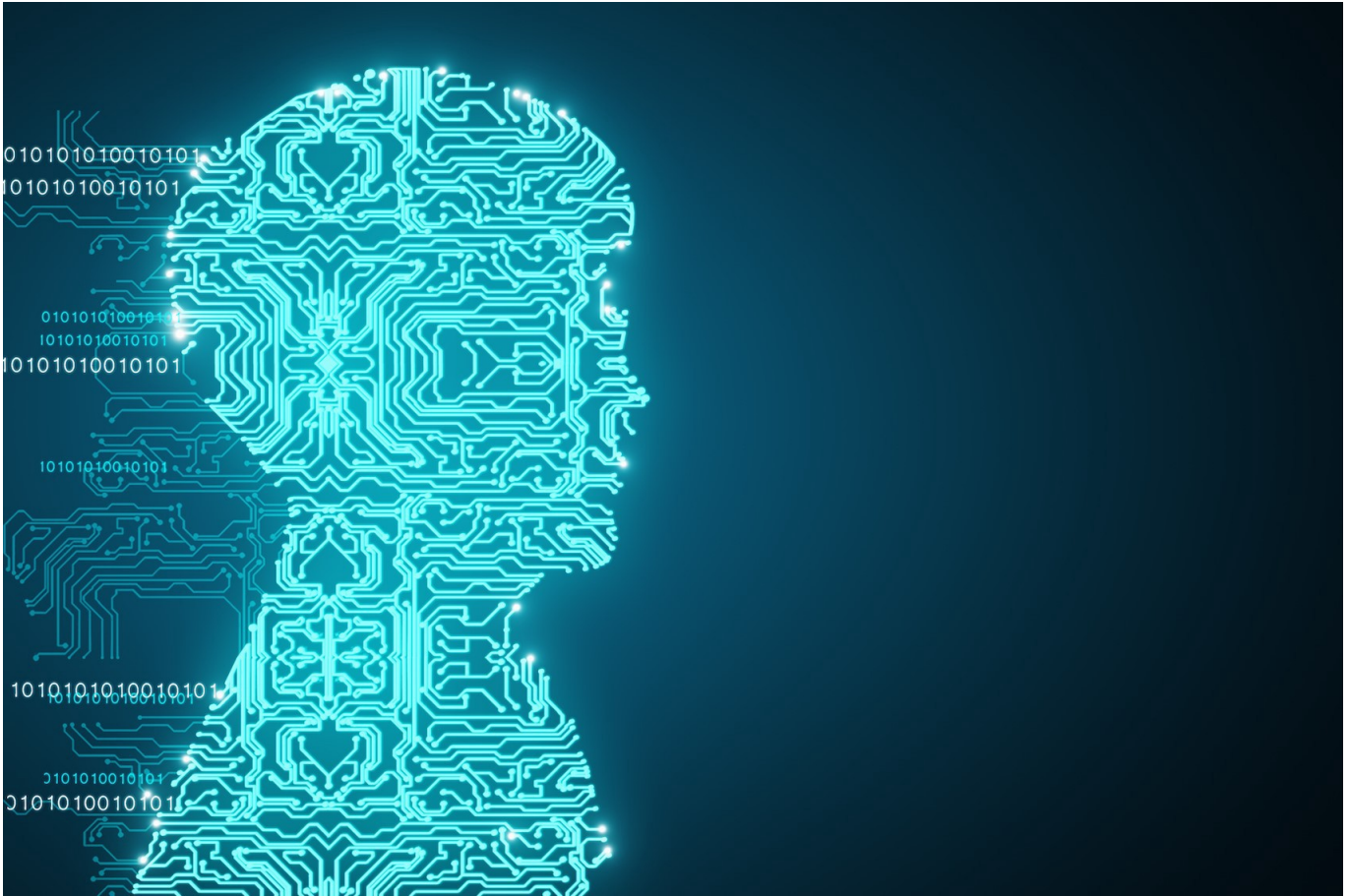
چالش‌های ناشی از تحریم‌ها که باعث شده مواردی چون تامین تجهیزات، تامین لایسنس‌ها و تکنولوژی‌های پیشرفته آثار غیرمستقیم، افزایش هزینه اپراتورها و خروج سرمایه‌گذاران را به همراه داشته باشد.

چالش‌های رونق تولید از منظر اجرای قوانین که می‌توان به عدم امکان استفاده از اپراتورهای مخابراتی از باندهای فرکانسی ۷۰۰ و ۸۰۰ که در اختیار صدا و سیما است اشاره کرد؛ یا به دریافت عوارض غیرقانونی از اپراتورها توسط شهرداری و همچنین ضعف در فرایند اعطای ای‌نماد.

تقابل کسب‌وکارهای سنتی در برابر کسب‌وکارهای مدرن از دیگر مشکلاتی است که در ایران وجود دارد و هنوز هم یکی از موانع توسعه کسب‌وکارهای آنلاین به شمار می‌رود.

چالش سرمایه‌گذاری به دلیل هزینه زیاد تجهیز پول (به طور مشخص نرخ بهره) پایین است و صدمات زیادی به رشد ICT زده است. رگولاتوری در اینجا با ذکر مثال انحصار شرکت مخابرات توضیح داده که چه صدماتی به توسعه ICT زده خواهد شد: «بزرگترین بازیگر این بخش یعنی شرکت مخابرات ایران، در این شرایط توان سرمایه‌گذاری و توسعه تلفن ثابت را ندارد و انحصار آن بر کابل‌های مسی (که از جمله واگذاری‌های غلط خصوصی سازی در دهه 80 است) سبب مشکلات زیادی در این زمینه شده است».

وابستگی ارزی در این صنعت از دیگر مشکلاتی است و باید گفت بازار ICT بیشترین تاثیر را از نوسانات ارزی می‌گیرد.



چالش‌های فرهنگ‌سازی نیز از دیگر مشکلات بر سر راه مسیر هوشمندی ایران است. رگولاتوری در این بخش از گزارش خود به موردی چون «عدم شناخت کافی از الزامات حضور در فضای مجازی» اشاره کرده است. موضوعی که به گفته این سازمان، فراگیری کاربرد فناوری‌های ارتباطی در زندگی روزمره ایرانیان، بدون پشتیبانی آموزشی لازم توسط رسانه‌ها، مدارس و دانشگاه‌ها و ... خالی از ایراد نیست.

همچنین **فقدان محتوای بومی** اطمینان بخش برای استفاده از نوجوانان از مشکلات بزرگی است که همچنان بازار ICT با آن دست و پنجه نرم می‌کند. موضوعی که البته اگر دنباله آن گرفته شود به همان چالش سرمایه‌گذاری برخورد می‌کند و باید گفت به دلیل مشکلاتی که پیش‌تر ذکر شد، سرمایه‌گذاران برای حضور در این عرصه چالش دارند.

دیگر چالش‌ها و لزوم ارتقای سواد رسانه‌ای

در کنار این موارد موضوعاتی همچون مسئولیت‌های توزیع‌کنندگان محتوا (که مشکلاتی برای مدیران عامل سایت‌هایی نظیر آپارات به وجود آورده) و یا معضل دیگری چون چالش تعدد مجوزها از جمله مواردی هستند که پیشرفت حوزه فاوا را به کندی کشانده‌اند.

سازمان رگولاتوری در نهایت همچنین توصیه اکید کرده که تمامی نهادهای حاکمیتی و دولتی باید

ارتقای سواد رسانه‌ای را در نظر بگیرند تا آحاد جامعه دانش استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی را در طیف وسیعی از مهارت‌ها را فراگیرند.

راه حل چیست؟

رگولاتوری در گزارش خود راهکارهایی را ذکر کرده که با رسیدن به آنها می‌توان برخی از مشکلات ذکر شده را حل و فصل کرد. راهکارهایی که رگولاتوری به آنها دست یافته شامل موارد زیر است:

توسعه برخورد ایجابی به جای سلبی در مدیریت فضای مجازی: تجربه شکست خورده فیلترینگ تلگرام نشان داده که مجازات باید آخرین راهبرد برای جلوگیری از تکرار وقوع جرم باشد و در برخورد ایجابی می‌تواند مقابله‌های بهتری انجام داد.

تقویت وجوه مثبت توسعه ICT: کارکردهای اجتماعی و سیاسی فضای مجازی، حاکمیت را از کارکردهای اقتصادی و وجوه مثبت آن در اقتصاد، توسعه عدالت اجتماعی، کاهش هزینه‌های دولت، غافل کرده است و سایه سنگین شبکه‌های اجتماعی، اجازه نداده است تا حاکمیت دستاوردهای مثبت توسعه بخش ICT از جمله اشتغالزایی، کاهش هزینه دسترسی، ارتقای کیفیت زندگی و... را نزد افکار عمومی برجسته سازد.

ICT در برابر چالش‌های آن: بهبود فضای کسب و کار، ثبات در قوانین و سیاست‌گذاری‌ها، زمینه سازی دولت برای جل مشارکت و سرمایه‌گذاری خارجی، عدم دخالت حاکمیت در بازار، حل و فصل انحصارها در بازار از دیگر مواردی است که از دیدگاه رگولاتوری می‌تواند حلال مشکلات باشد.

[دیجیاتو](#)