

لحن تهدیدآمیز توییت‌های علی واعظ، فرد نزدیک به رابرت مالی مذاکره‌کننده هسته‌ای آمریکا چه معنایی دارد؟

آمریکا مدیریت پروژه ترس را به خبرنگار ایرانی داد

صفحه ۲

روزنامه خبری، تحلیلی، دانشگاهی صبح ایران
صدای نخبگان، نگاه جوانان

۱۶ صفحه
۳۰۰۰ تومان

شماره مسلسل ۲۵۹۱
دوشنبه ۱۱ اردیبهشت ۱۴۰۲
۱۰۰ شول ۱۳۴۴
۲۰۲۳ میلادی
شماره ۳۸۵۳

سینما را سمت ماهواره
هُل ندهید

در حالی که سینما در حال جان گرفتن دوباره است
ماجرای پخش تیزر فیلم‌ها بحث برانگیز شده است

۱۳ و ۱۲

www.Fdn.ir | Mon | 1 M...ol.14 | No. 3853 | 16 Pages



در ماجرای استیضاح فاطمی‌امین هم مجلس استقلال خود را حفظ کرد هم دولت با متانت برخورد کرد

بازی برد-برد در بهارستان

روایایی که هنوز تعبیر نشده است

Chat GPT و برنامه‌هایی مانند آن را تا چه اندازه جدی بگیریم؟

۱۵»

«نصر الشمری» سخنگوی مقاومت اسلامی نُجباء عراق در گفت و گو با «فرهیختگان»:

آمریکا زبانی غیر از
اسلحه نمی‌فهمد

۱۷»

«فرهیختگان» بررسی می‌کند

آمارهای ناامیدکننده از درآمدهای
پژوهشی دانشگاه‌های بزرگ

۵،۶»

» یادداشت

تحلیلی بر یکپارچگی و تعامل‌پذیری پیام‌رسان‌ها از منظر حکمرانی

زورآزمایی میان تنظیم‌گر و پیام‌رسان‌ها

حسین زبینه

پژوهشگر هسته ختمشی فضای مجازی (اسپهرا) مرکز رشد دانشگاه امام صادق(ع)

داستان یکپارچگی پیام‌رسان‌ها در این دولت، از سال ۱۴۰۱ شروع شد. اگرچه در سال‌های قبل وبعد از فیلترینگ تلگرام نیز این بحث مطرح بود اما در این دولت به صورت جدی‌تر در دستورکار قرار گرفت و بنا بود که با اجرای آن، کاربران بتوانند فارغ از اینکه در کدام پیام‌رسان عضوند، بین یکدیگر پیام رد و بدل نمایند. اولین وعده وزیر محترم ارتباطات برای تحقق این طرح، دهه فجر سال ۱۴۰۱ بود که متأسفانه بخت با مسئولان یار نبود و طرح به نتیجه نرسید. بنابراین کار تا عید نوروز به سرانجام برسد که باز هم کاربران ماندند و چشم‌انتظاری برای یکپارچگی. و سرانجام اجرای این طرح به واسطه پیچیدگی‌ها و لزوم ایجاد شرایط اولیه، به آخر فرودین ماه موزکول شد تا اینکه امروز شاهد ارتباط میان بله، اینتا، گپ، آپگ هستیم. تابه‌حال بررسی‌های مختلفی ناظر به این سازوکار پیشنهادی وزارت ارتباطات انجام شده است که در این یادداشت سعی می‌شود این تصمیم و اقدام از منظر حکمرانی مورد واکاوی قرار گیرد. بدین منظور، بحث را با سفر به حدود ۲۰ سال قبل و بیان داستانی از ایالات متحده آمریکا شروع می‌کنیم.

🔴 تجربه‌ای به قدمت ۲۰ سال!

حوالی سال ۲۰۰۰ بود که پیام‌رسان MSN، وابسته به شرکت بزرگ مایکروسافت فشارهای خود را بر پیام‌رسان AOL که آن موقع سهم غالب بازار پیام‌رسانی را به چنگ آورده بود شروع کرد. MSN با ارائه نسخه‌هایی که قابلیت تعامل با AOL را داشت، سعی می‌کرد انحصار بازار را به نفع خود بشکند و سهمی از کاربران را تصاحب کند. از MSN اصرار بود و از AOL انکار را تا آنجا که ناراحتی و نگرانی AOL را برانگیخته بود و مسئولان این پیام‌رسان اقدامات MSN را غیرقانونی تلقی کرده و آنها را محکوم می‌کردند. البته بسیاری از این دعوا و کشمکش مایکروسافت رانه تنها بر سر سهم بازار پیام‌رسانی، بلکه به خاطر رقابت با پلتفرم‌هایی همچون اسکایپ می‌دانستند که در حال توسعه پیام‌رسانی صوتی بود.

مایکروسافت چند سال پس از این ناکامی، وارد تعامل با یاهو شد و در سال ۲۰۰۵ اعلام کرد که کاربران MSN و Yahoo می‌توانند با یکدیگر تعامل کرده و پیام رد و بدل نمایند. بر این اساس، کاربران این دو پیام‌رسان می‌توانستند حضور آنلاین دوستان‌شان را ببینند، با هم پیام رد و بدل کنند و برای یکدیگر ایموجی ارسال کنند. این راهبرد باعث شد قریب به ۴۴ درصد از سهم بازار که به شرکت AOL تعلق نداشت، به اتحاد استراتژیک این دو پلتفرم اختصاص یابد و به نوعی توانایی رقابت با AOL برای آنان فراهم شد. البته مایکروسافت در سال ۲۰۱۱ اسکایپ را هم خرید تا بتواند جایگاه خود را محکم‌تر نماید. این حرکت‌های مایکروسافت می‌توانست نگرانی‌هایی را برآوردن انحصار بازار توسط این شرکت ایجاد کند. البته که این تنها تلاش برای یکپارچه کردن پیام‌رسان‌ها نبوده و می‌توان از سازوکارهای دیگری همچون نرم‌افزار تریلیان- که در همان اوایل دهه ۲۰۰۰ شروع به کار کرد- نیز نام برد که در آن افراد می‌توانستند تحت یک برنامه وب با حساب‌های کاربری مربوط به پیام‌رسان‌های مختلف فعالیت کنند.

اما سوال آنجا است که چه چیزی باعث شد تجربه مایکروسافت برای تعامل‌پذیری در یک مرحله تا کام بهمان‌دور در مرحله بعد با پیروزی همراه شود؟ یا فارغ از مسائل فنی و با پیش‌فرض امکان تحقق فنی، یکپارچگی پیام‌رسان‌ها در چه شرایطی می‌تواند بازار را به سمت کارآمدی بیشتر سوق دهد؟ یا حتی چرا تا به امروز آنچنان اقبال به پلتفرم‌هایی همچون تریلیان صورت نگرفته است؟ برای پاسخ به این سوال با بایستی اندکی توقف نمود، یک سطح عمیق‌تر شد و منطق توسعه پلتفرم‌ها و شرایط فعلی بازار برای پذیرش این سیاست را مورد بررسی قرار داد.

🔴 معیاری برای تصمیم

«اثر شبکه‌ای» به‌عنوان اصلی‌ترین زیربنایی رشد و توسعه پلتفرم‌ها و مهم‌ترین داشته مالکان پلتفرم‌ها، معیاری است که باید پیش از اتخاذ هر تصمیمی درباره پلتفرم‌ها، به آن توجه داشت. با این منطق، مالک پلتفرم به دنبال آن است که به هر قیمتی کاربر را روی پلتفرم خود نگه

دارد. نه تنها نگه دارد، بلکه از کاربرانی که هنوز پلتفرمی را انتخاب نکرده یا حتی از کاربران

دیگر پلتفرم‌ها نیز کاربرانی را به خود جذب کند تا با افزایش تعداد کاربران، دارایی عظیم خود، یعنی اثر شبکه‌ای را به صورت تصاعدی ارتقا دهد. همچنانکه تعداد کاربران روبه افزایش باشد و با وابستگی آنان به پلتفرم، استفاده از پلتفرم نیز افزایش یابد، دیگر دارایی کلیدی مالکان پلتفرم، یعنی «داده» نیز تولید و انباشت خواهد شد که روبه‌روز بر قدرت تحلیل و طراحی آنها می‌افزاید. با اتکا به این داده‌ها است که مالک پلتفرم می‌تواند کاربر را روی پلتفرم خود نگه دارد و به تدریج گوی سبقت را از رقبایر یابد و به بازیگر غالب بازار تبدیل شود. بر این اساس، اولین مساله آن است که تصمیم یکپارچگی پیام‌رسان‌ها، چه تغییری در اثر شبکه‌ای ایجاد خواهد نمود؟ اگرچه در نگاه اول، با اتصال پیام‌رسان‌ها به یکدیگر تعداد کل کاربران افزایش می‌یابد و در پی آن، قاعدا تا اثر شبکه‌ای نیز بیشتر خواهد شد. اما باید دید که مالکان پلتفرم‌ها به‌عنوان اصلی‌ترین بازیگران برای تحقق این سیاست نیز همین نظرا دارند و این سیاست باب میل‌شان است؟

اگر از منظر مالک پلتفرم با همان پیام‌رسان‌ها نگاه کنیم و منافع آنان را مدنظر قرار دهیم، هر سیاستی برای تعامل‌پذیر نمودن پلتفرم‌های رقیب با یکدیگر، دغدغه و نگرانی از دست رفتن و ترابرد کاربران به دیگر پلتفرم‌ها را جدی می‌کند. درحالی‌که آنان اتفاقاً به دنبال مانایی هرچه بیشتر و قفل کردن کاربران روی پلتفرم‌های خود هستند تا بتوانند کم کم سرو شکلی به هویت‌شان بدهند و برای خود اقتداری دست‌وپا کنند. بنابراین اگر چنین ادراکی برای پلتفرم‌ها وجود داشته باشد احتمال دارد نه تنها با این سیاست بلکه با هر سیاست دیگری که اثر شبکه‌ای را کاهش دهد مخالفت کنند. کما اینکه پیش از این نیز نظرات جسته و گریخته مدیرعاملان پیام‌رسان‌های مختلف چنین گزاره‌هایی را تائید می‌کردند.

🔴 تعامل‌پذیری به چه قیمتی؟

اساساً سازوکارهای تعامل‌پذیر نمودن پلتفرم‌های رقیب، ابزاری است که در شرایط مختلفی مورد استفاده قرار می‌گیرد که در ادامه به مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود: اول آنکه تنظیم‌گر از این ابزار در شرایط انحصاری و برای مقابله با جایگاه غالب یک پلتفرم استفاده می‌کند. در این صورت، تنظیم‌گر بازیگر غالب را وادار می‌کند بخشی از منابع و داده‌های خود را به اشتراک بگذارد تا بازار به تعادل برسد و منافع عمومی حاصل از رقابت تأمین شود. در شرایط دیگری همچون مثالی که از آمریکا نقل شد، چند بازیگر کوچک در مقابل بازیگر انحصاری و به‌منظور غلبه بر آن، با یکدیگر وارد تعامل می‌شوند و سازوکارهایی برای تعامل و ارتباط میان پلتفرم‌ها طراحی می‌کنند. در این شرایط، تشکیل اتحاد راهبردی و به اشتراک گذاری منابع برای رقابت با بازیگر قدرتمند اصلی‌ترین عامل همکاری و تعامل پلتفرم‌ها خواهد بود.

دیگر موضعی که ممکن است پلتفرم‌ها را وارد تعامل با رقیب کند، شرایطی است که بازار کشش خود را از دست داده باشد و اوضاع به گونه‌ای باشد که نرخ جذب کاربر و رشد پلتفرم‌ها از رفق افتاده و پلتفرم‌های مستقر برای گشودن راهی جدید نیازمند همکاری با یکدیگر باشند. این همکاری کاملاً طبیعی و به گونه‌ای است که در عین منفعت، توسعه پلتفرم‌های رقیب را نیز در پی خواهد داشت. قاعدا این نوع تعامل به صورت مستقیم آن‌گونه‌ای که تبادل پیام میان پیام‌رسان‌ها عمل می‌کند- اصلی‌ترین کارکرد پلتفرم‌یادارایی حیاتی آنها یعنی کاربران نهایی را هدف نمی‌گیرد و سعی می‌کند با ارائه خدمات مکمل، هم توسعه پلتفرم را رقم بزند و هم بازار را رقابتی‌تر کند.

بر اساس سه موقعیتی که در بالا ترسیم شد، به نظر شرایط فعلی بازار پیام‌رسانی کشور، هنوز به بلوغ خود برای شکل گیری تعامل سازنده میان پیام‌رسان‌ها نرسیده است و این مساله نه فنی، بلکه حاصل نگاه و رهیافت اجتماعی به این مساله است. پیام‌رسان‌های مختلف در این بازار چندباره، آینده روشنی را پیش روی خود می‌بینند و سودای تبدیل شدن به رهبر بازار را در سر خود می‌پروراندند. در شرایط عدم وجود بازیگر مسلط و رهبری که سهم غالب بازار را به خود اختصاص داده باشد و بعد از چند سال جنگیدن پیاپی برای پیشرفت، می‌خواهند شانس خود را برای تبدیل شدن به بازیگر غالب و انحصاری بازار امتحان کنند و هیچ چیز مانع آنها نخواهد شد.

ادامه در صفحه ۳

فرهیختگان

مدرسه عالی
مهارتی رسانه‌ای
فرهیختگان
برگزار می‌کند

آموزش نرم افزار
پریمیر
(تدوین مقدماتی)
مدرس دوره:
مجتبی خلفی زاده

برای کسب
اطلاعات بیشتر
و ثبت نام با شماره
۰۹۱۰۸۱۰۶۵۳۵
در پیام‌رسان‌های داخلی
با ما در ارتباط باشید.

۱۶ ساعت
تئوری و عملی

۱۰ ساعت
دوره کارورزی

یکشنبه‌ها
ساعت ۱۶ الی ۱۹