



رئیس مرکز ملی فضای مجازی با بیان اینکه در مرکز ملی فضای مجازی معتقدیم رسانه‌های خارجی که بیش از یک میلیون کاربر دارند، حتما باید داخل کشور نماینده داشته باشند، گفت: تعریفی که در مرکز ملی و شورای عالی فضای مجازی از پیام‌رسان شده شامل شبکه‌های اجتماعی هم می‌شود و سیاست ما این است که اینستاگرام هم باید در کشور نماینده پاسخگو داشته باشد.

به گزارش فاینوز، ابوالحسن فیروزآبادی امروز در حاشیه امضای تفاهم‌نامه کسب‌وکارهای دیجیتال توسکا، با بیان اینکه ما معتقدیم که پلتفرم‌های اطلاعاتی و رسانه‌ای و بهداشتی - آموزشی تجارتي و پولی بانکی باید در کشور تقویت شوند، زیرا آینده مرزهای مجازی کشور را این پلتفرم‌ها تعیین می‌کنند، گفت: پلتفرم‌های رسانه‌ای که پیام‌رسان‌ها بخش مهمی از آن هستند، در دنیا توسعه بیش‌تری پیدا کرده و در کشور ما شاید تنها پلتفرمی باشد که نزدیک به ۵۰ میلیون شهروند از آن استفاده می‌کنند. در اولویت ماست که این پلتفرم ملی شود و بخش اعظم کشور ما از پلتفرم‌های داخلی استفاده کند. حرکتی را از سال گذشته شروع کردیم و امیدواریم ظرف امسال و سال آینده به نقاط خوبی برسیم.

وی درباره‌ی جداسازی هاتگرام و طلاگرام از تلگرام توضیح داد: بنای ما این است که در کشور بخش بزرگی از جامعه از پلتفرم‌های ملی و بومی استفاده کنند؛ در رسانه هم اعتقادمان این است که مردم باید نیازهای پیام‌رسانی خود را چه در حوزه رسانه و چه ارتباطات اجتماعی و اقتصادی از طریق پلتفرم‌های داخلی انجام دهند. در سیاستی که اتخاذ شد شورای عالی فضای مجازی سندی برای تقویت پیام‌رسان‌های داخلی تصویب کرد.

دبیر شورای عالی فضای مجازی ادامه داد: در دوران گذار برای اینکه به این سمت برویم که این پیام‌رسان‌ها بخش بزرگ جامعه را در اختیار بگیرد مهلتی به دو پیام‌رسان واسط دادیم که در این دوران به خودکفایی برسند. قرار بوده تا آخر آذر این اتفاق بیفتد و امیدوارم آنها به خودکفایی برسند و ما دیگر سیاست حمایتی خود را از آنها قطع خواهیم کرد. پس از این تاریخ هم پیام‌رسان مسدود نمی‌شود اما باید بتواند مستقل از تلگرام به فعالیت خود ادامه دهد.

فیروزآبادی در پاسخ به سوال ایسنا درباره نحوه اجرای مصوبه شورای عالی فضای مجازی برای پیام‌رسان‌های خارجی بیان کرد: ما معتقدیم در مرکز ملی فضای مجازی رسانه‌های خارجی که بیش از یک میلیون کاربر دارند، حتما باید داخل کشور نماینده داشته باشند و همان قوانینی که در اروپا وجود دارد که اینگونه پیام‌رسان‌ها حق ندارند اطلاعات مردم اروپا را از اروپا خارج کنند، آنها هم نباید حق داشته باشند که اطلاعات اجتماعی و اقتصادی و حریم خصوصی مردم ایران را از کشورمان خارج کنند.

وی افزود: تعریفی که ما در مرکز ملی و شورای عالی فضای مجازی از پیام‌رسان کرده‌ایم شامل شبکه‌های اجتماعی هم می‌شود. سیاست ما این است که اینستاگرام هم باید در کشور نماینده پاسخگو داشته باشد و اطلاعات شهروندان ما را از کشور خارج نکند، اما اینکه اجرای این سیاست در چه مرحله‌ای باشد بحث دیگری است.

رئیس مرکز ملی فضای مجازی در پاسخ به میزان حمایت دولت از پیام‌رسان‌های داخلی و با اشاره به چالش ایجادشده بین وزارت ارتباطات و صدا و سیما اظهار کرد: این جنگ به نفع هیچ‌کس نیست. استقلال و تولید پلتفرم‌های بومی باید با همت و مشارکت همه مردم، بخش خصوصی، دولت و تکنولوژیست‌های کشور صورت بگیرد. از اینگونه دعوها فقط مردم هستند که ضرر می‌کنند.

فیروزآبادی همچنین خاطرنشان کرد: ما از اینکه قوای مقننه، مجریه و قضاییه در حوزه فضای مجازی فعال شوند استقبال می‌کنیم.

وی با اشاره به نقش کسب‌وکارهای نوپا در برابر تحریم‌ها بیان کرد: کسب و کارهای نوپا ایجاد اشتغال می‌کنند و باعث رونق اقتصادی می‌شوند و بخش قابل توجهی از اقتصاد خواهند شد و می‌توانند مستقل از فشارهای خارجی به فعالیت خود ادامه دهند؛ بنابراین ما روی توسعه کسب‌وکارهای نوپا و اقتصاد دیجیتال تاکید داریم و رئیس جمهوری هم در موارد مختلف از آنها اعلام حمایت کردند.

۴۰۰۰ میلیارد دلار درآمد ICT در دنیا سهم یک درصدی هم نداریم

همچنین سید ابوالحسن فیروزآبادی در مراسم امضای تفاهم‌نامه توسعه کسب‌وکارهای دیجیتالی و افتتاح مرکز نوآوری و شتاب‌دهی کسب‌وکارهای دیجیتالی توسکا، با اشاره به سهم اقتصاد دیجیتال اظهار کرد: در اوایل تولید دوره کشاورزی سرمایه و نیروی انسانی وجود داشت و در دوره صنعتی، تکنولوژی اضافه شد. در پایان دوره صنعتی یعنی دهه ۸۰ قرن ۲۰ به نظر آمد بازارهای صنعتی به اشباع رسیدند و قابل توسعه نیستند و در نهایت یک بحران جدی در اقتصاد سرمایه‌داری اتفاق افتاد و چیزی که به داد آنها رسید، ICT

وی با بیان این‌که بزرگ کردن فضای واقعی از طریق فضای مجازی اتفاق می‌افتد، افزود: فضای مجازی باعث بسط سپرهای زندگی شد. توسعه سپرهای رسانه، اطلاع‌رسانی، بانکی، تجاری، آموزشی، سلامت و بهداشت و حمل و نقل توسط فضای مجازی مبتنی بر تکنولوژی است. از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۱۶ نیز پنج شرکت اول دنیا از لحاظ اندازه شرکت‌های مبتنی بر فضای مجازی یعنی اپل، گوگل، ماکروسافت، فیسبوک و آمازون هستند.

رییس مرکز ملی فضای مجازی با تاکید بر رشد اقتصاد دیجیتال بر پایه نظام اجتماعی - اقتصادی و تکنولوژی، اظهار کرد: این پدیده را باید به درستی در کشور درک کنیم و به بازیگران این فضا نقشی واقعی بدهیم. دولت، بخش خصوصی، تکنولوژی‌ها و جامعه مدنی بازیگرانی هستند که باید با هم تعامل کنند تا اندازه بازار اقتصاد دیجیتال بزرگ شود.

فیروزآبادی در ادامه با اشاره به مشکلات موجود بیان کرد: یکی از مشکلات این است که ما تناسب نداریم. در حال حاضر از ۴۰۰۰ میلیارد دلار درآمد ICT در دنیا سهم یک درصدی هم نداریم. البته این موضوع از این جهت خوب است یعنی اقتصاد دیجیتال ما جای توسعه دارد. مشکل دیگر این است ما توازن نداریم. ۶۲ درصد بخش اقتصاد دیجیتال در دست اپراتورهاست، در حالی که باید ۳۰ تا ۳۲ درصد باشد و جامعه مدنی در قالب استارت‌آپ‌ها باید به سمتی حرکت کند که این عدد متوازن شود، این استراتژی را اپراتورهای بزرگ دنیا هم پیش گرفته‌اند.

وی ادامه داد: مشکل دیگر عدم توازن از این جهت است که تمام اقتصاد ICT ما در تهران است. برخلاف صنایع سنگین که الزامات جغرافیایی دارد. فضای مجازی نیاز به فضای جغرافیایی ندارد. همچنین صنایع سنگین به پلتفرم‌های پرهزینه نیاز دارند، اما با توسعه اقتصاد دیجیتال ما دوباره از کارخانه‌ها به خانه برمی‌گردیم.

رییس مرکز ملی فضای مجازی با بیان این‌که در اقتصاد دیجیتال همگرایی لازم وجود ندارد، اظهار کرد: در غرب این همگرایی توسط قدرت برتر چهار بازیگر صورت می‌گیرد. در کشور ما قدرت برتر دولت است و سه بازیگر دیگر خیلی هموزن نیستند، اما دولت متناسفانه هنوز به فهم نهایی نرسیده که چگونه باید زنجیره اقتصاد دیجیتال را در کشور همگرا کند.

وی با بیان این‌که قدرت‌های برتر به دلیل کارکرد و کارایی و استقلال از جغرافیا به سمت انحصار و تصرف بازارهای جهانی می‌روند، افزود: اگر ۱۵ سال پیش به ما می‌گفتند ظرف پنج سال آینده ۵۰ درصد از فضای رسانه‌ای کشور و پلتفرم آن خارجی می‌شود، باورمان نمی‌شد. اکنون هم باید گفت اگر نگاه رو به آینده نداشته باشیم ظرف چند سال آینده ۵۰ درصد از پلتفرم نظام بهداشت ما هم به سمت خارجی شدن می‌رود.

رییس مرکز ملی فضای مجازی ادامه داد: پزشکی که به مقاله‌های جهانی دسترسی نداشته باشد و یا پلتفرم اینترنت اشیاء نداشته باشد، به حکیم‌باشی تبدیل می‌شود که بیمار را از دست می‌دهد، زیرا بیمار روی پلتفرم‌های خارجی رفته است. پلتفرم‌های آموزشی هم به همین صورت هستند به همین دلیل باید به همگرا شدن زنجیره اقتصاد دیجیتال توجه شود.

فیروزآبادی خاطرنشان کرد: بحث بعدی این است که باید رابطه بخش خصوصی با این حوزه را مشخص کنیم، چون دولت به تنهایی نمی‌تواند این کار را انجام دهد، در حالی که بخش خصوصی می‌تواند هم باعث رشد کسب‌وکارهای خود شود و هم باعث سالم‌سازی زنجیره توسعه اقتصاد دیجیتال در کشور باشد.