

تأثیر همه‌گیری کووید۱۹ بر این بازار ارائه داد. در بخش هایی از این گزارش آمده است: «وبسایت‌ها و کسب‌وکارهای آنلاین، تقریباً در هر ماه با یک اختلال شدید در زیرساخت اینترنت مواجهه بودند؛ اختلالی که از کمتر از ۵ دقیقه تا ۱۰ ساعت تجربه شدند، اما زیرساخت اینترنت، تنها مشکل وبسایت‌ها و کسب‌وکارهای آنلاین ایرانی نبود، در سمت دیگر، حملات گستردهٔ سایبری و حملات DDoS آنها را نشانه گرفته بودند. براساس اطلاعات حملاتی که زیرساخت ابرآرژان با آنها مقابله کرده است، وبسایت‌ها و کسب‌وکارهای آنلاین ایرانی با میانگین ماهانه بیش از ۱۰ هزار حملهٔ مرسوم وب، بیش از ۱۰ حملهٔ DDoS لایه‌های ۳ و ۴، همچنین بیش از ۵۰ حملهٔ DDoS لایهٔ ۷ روبرو بودند. در ادامه، قصهٔ تلخ سال ۱۳۹۸ از قطعی اینترنت، نه‌تنها شوک بالایی برای تمام آنهایی بود که می‌خواستند با فناوری به نجات کشور بیایند، بلکه به مسیر پیموده‌شدهٔ بسیاری از کسب‌وکارها لطمه‌های جبران‌ناپذیری وارد کرد. اطلاعات زیرساختی ابرآرژان نشان می‌دهد که ۱۸ هزار کسب‌وکار کوچک در جایگاه‌بزرگ‌ترین‌بازندگان اکوسیستم در قطعی اینترنت، نتوانستند تا مدتی پس از اتصال اینترنت به جایگاهی که پیش‌ازآن ساخته بودند، برگردند.»

شرکت، در عمل هم نشان می‌دهد که آنان از مدافعان دسترسی آزاد به اینترنت هستند و منتقد دسترسی محدود به اینترنت در ایران. اما این انتقادات و کارها به دلایلی که ذکر خواهد شد، نه توانسته تصویری واقعی از خودشان در میان عامه حک کند و نه رضایت ساختار سیاسی را به همراه داشته است؛ ساختاری که احتمالاً بدش نمی‌آید شرکتی کوچک با خدمات محدود به‌جای مسئولان اصلی و سیاست‌گذاران کلان اینترنت و فیلترینگ مقصر شناخته شود. به‌این‌ترتیب به‌جای اینکه مسئولان اصلی وضعیت موجود اینترنت پاسخگو باشند، یک شرکت خصوصی دانش‌بنیان آماج حملات قرار می‌گیرد.

▼ میل به پیش‌رفت، میل به نمایش

ابرآروانی‌ها «شیفتهٔ پیشرفت بودند و نمایش این پیشرفت»؛ این تعبیری است که شاید بخشی از حاشیه‌هایی را که برای ابرآرژان ایجاد شد، تعریف کند یا لافل قسمتی از اکوسیستم فناوری و نوآوری چنین روایتی دارند. آنها گل سرسید اکوسیستم فناوری بودند. آنها رؤیاهای بزرگی داشتند و وعده‌های بزرگی هم می‌دادند. مدیرعامل ابرآرژان در رویداد سوسار ابرها در سال ۱۳۹۸، اعلام کرده بود که ابرآرژان برای ادامهٔ بقای کسب‌وکار خود باید در بازارهای جهانی فعال تر شود و برنامهٔ دو سال آینده ابرآرژان این است که تعداد مشتریان آسیایی‌اش معادل مشتریان ایرانی شود. به گفتهٔ او این شرکت از ۲۸ کشور دنیا مشتری فعال دارد و جزء یکی از سه CDN اقتصادی دنیاست.

انها توانایی خارق‌العاده‌ای در سرویس‌پذیرین و نمایش خوب محصولات داشتند. پیرحسینلو در کنار آنکه اولین مدل‌آور رشتهٔ شبکه در مسابقات مهارت worldskills بود، در حوزهٔ تئاتر نیز فعالیت کرده بود و به‌خوبی از هنر نمایش برای معرفی هر محصول تازه متولدشدهٔ ابرآرژان استفاده می‌کرد؛ زمانی که ابرآرژان در نمایشگاهی حضور پیدا می‌کرد، پرفورمنس خوب آنها باعث می‌شد تا تمام فضای نمایشگاهی معطوف غرقه‌ای شود که ابرآرژان در آن فعالیت دارد.

خدمات ابری عرصه‌ای نبود که اگر ابرآرژان به آن ورود نمی‌کرد، جای ارائهٔ چنین خدماتی در کشور خالی بماند، حتماً در عرصهٔ روبه‌پیشرفت فناوری و ارتباطات، دیگر شرکت‌ها به این عرصه ورود می‌کردند؛ چنانچه شرکت‌های دیگری که وارد این خدمات ابری شدند، قدمت بیشتری از ابرآرژان داشتند. تفاوت ابرآرژان در پرفورمنس چشمگیر آنها بود و برندیگی که به هنر شبیهی می‌شد و همین آنها را بسیار در چشم می‌آورد. همین موضوع باعث شد تا فاصلهٔ سایر شرکت‌ها با آنها زیاد شود و آنها یکی که ساختار ابرآرژان را دست‌نیافتنی می‌دیدند، چندان از پیشرفت‌های ابرآرژان راضی نبودند. جمع این در چشم بودن ابرآرژان به واسطهٔ جلوهٔ آنها در اکوسیستم نوآوری از یک سو و سلسله‌اتفاقات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی از آبان‌ماه ۱۳۹۸ به بعد ازسوی دیگر، ابرآرژان را از آن مقطع وارد فضایی دیگر کرد؛ فضایی خصمانه و آکنده از تئوری توطئه که دیگر ربطی به کسب‌وکار نداشت.

▼ سال ۱۳۹۸؛ پایان ماه‌عسل

سال ۱۳۹۸ به‌نحوی پایان روزهای خوش و آخر ماه‌عسل ابرآرژان بود. قطعی گستردهٔ اینترنت در روزهای پایانی آبان‌ماه ۱۳۹۸ فضای دیگری را برای این شرکت رقم زد. ابرآرژان متهم به دست‌داشتن در جریان قطعی اینترنت و دسترسی به جریان آزاد اطلاعات به‌واسطهٔ همکاری در اجرای پروژهٔ «اینترنت ملی» شد. ابرآرژان بعد از انتشار این شایعات و خدشه‌دار شدن افکار عمومی با انتشار بیانیهای علاوه بر اعتراض رسمی به قطعی اینترنت آزاد در خصوص فضاسازی‌هایی که علیه این شرکت در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های مختلف مطرح می‌شد، شفاف‌سازی کرد. گفتنی است ابرآرژان تنها شرکتی در آن مقطع زمانی بود که نسبت به قطعی اینترنت اعتراض علنی منتشر کرد. در بیانیهٔ ابرآرژان آمده است که دقایقی پس از مشخص شدن وضعیت قطعی نسبتاً کامل اینترنت کشور در بعدازظهر روز شنبه، ۲۵ آبان‌ماه ۱۳۹۸، تلاش تیم فنی ابرآرژان برای برقراری اتصال به اینترنت از طریق تنها دیتاسنترهای دارای اینترنت بین‌الملل آغاز شد. دم‌دست‌ترین راه‌حل، پیشنهاد به کسب‌وکارهای دچار مشکل برای انتقال سرورهای خارج از کشورشان به زیرساخت رایانش ابری ابرآرژان بود، اما ترجیح ابرآرژان پیدا کردن راه‌حلی فنی برای کمترین ایجاد تغییر و کمترین هزینه‌برای کسب‌وکارها بود. براساس این بیانیه، ابرآرژان بزرگ‌ترین زیرساخت ابری داخل کشور را با ۱۵ نقطهٔ حضور در دیتاسنترهای داخلی که از هشت اپراتور ارائه‌دهندهٔ اینترنت سرویس می‌گیرند، در اختیار داشت؛ به‌علاوه ۱۵ نقطهٔ حضور در دیتاسنترهای خارجی، حمایت‌کنندهٔ پایداری سرویس‌های ابرآرژان بودند. در آن زمان، محصول شبکهٔ توزیع محتوا یا CDN ابرآرژان با در اختیار داشتن این سرورهای توزیع‌شده در نقاط مختلف، این امکان را داشت که با از دسترس خارج‌شدن هر نقطهٔ حضور یا افزایش بار ترافیکی، درخواست‌ها را به نزدیک‌ترین سرور بعدی بفرستد و به‌این‌ترتیب با توزیع بار میان سرورها، بالاترین میزان دسترس‌پذیری را برای کاربران فراهم می‌کرد. در این ساختار، در اختیار داشتن حتی یک روزنهٔ کوچک از اینترنت کفایت می‌کرد تا توزیع بار انجام شود و دسترسی به اینترنت برقرار باشد. در آبان‌ماه ۱۳۹۸، از میان این هشت اپراتور، ابرآرژان در هر سه دیتاسنتر سرویس دهندهٔ فعال شامل آسیاتک، مبین‌نت و افرانت حضور داشت و توانست دسترسی دائمی به اینترنت را به کمک ابزار مسیریابی هوشمند حفظ کند.

ابرآرژان همچنین در اسفندماه ۱۳۹۸ با انتشار گزارشی، اطلاعاتی دربارهٔ تأثیر قطعی اینترنت بر فعالیت کسب‌وکارها و

حجم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی بود که بنا بود در این پروژه وارد شود، نه یک رانت دولتی چند هزار میلیاردی.

حقیقت این پروژه چیست؟ قصهٔ ابر ایران از این قرار است که در بازهٔ دهه‌های ۸۰ تا ۹۰ هر ارگانی برای خود یک دیتاسنتر راه‌اندازی کرد؛ ازاین‌رو در چار‌چوب ابر ایران این پیشنهاد مطرح شد که ظرفیت داخلی دیتاسنترها در یک کلاذ تجمع شود. درواقع در این پروژه اساساً سخنی از اینکه یک شبکهٔ داخلی ایجاد شود، به میان نیامده بود. کل پروژهٔ ابر ایران در این خلاصه می‌شد که دیتاسنترهای بلااستفاده به منابع شرکت‌ها و کسب‌وکارها اضافه شود و بعد درصدی از این منابع را به‌جای پول، به دولت بدهد. طبق اعلام سازمان فناوری اطلاعات ایران، به‌دلیل تجمع بیشتر دیتاسنترهای ایران در پایتخت، دسترسی‌پذیری کسب‌وکارهایی که در شهرستان‌ها فعال هستند به زیرساخت ابری با سختی همراه است. همچنین دسترسی مردم در نقاط دور از مرکز به بسیاری از سرویس‌ها، با کیفیت پایین انجام می‌شود. ازاین‌رو، سازمان فناوری اطلاعات تصمیم گرفت طی مزایده‌ای، پروژهٔ ابر ایران را که ایدهٔ آن در سال ۱۳۹۶ شکل گرفته بود، به‌منظور تسریع توزیع محتوا میان مناطق مختلف ایران، افزایش ابرزی کردن کسب‌وکارهای محلی، همچنین تقویت زیرساخت دولت الکترونیک به بخش خصوصی واگذار کند.

انتشار مفاد قرارداد «ابر ایران» توسط سامانهٔ شفافیت سازمان فناوری اطلاعات ایران باعث شکل‌گیری موجی از حملات به ابرآرژان شد. ابر ایران قراردادی میان سازمان فناوری اطلاعات ایران و شرکت‌های آسیاتک، ژرف‌نگر، ابر زس، ابرآرژان و فناپ است که پس از طی مراحل مزایده و ارزیابی، از میان ۲۰ شرکت متقاضی، انتخاب شدند تا ۱۰ دیتاسنتر موجود در کشور را ابری‌سازی و Overhaul کنند. مجموع دیتاسنترهای موجود در این طرح، کمتر از سه درصد از ظرفیت کل دیتاسنترهای عمومی ایران بود که قرار بود برای ارائهٔ خدمات ابری به سازمان‌های دولتی، خدمات دولت الکترونیک و کسب‌وکارهای محلی استفاده شود. دولت در این پروژه سرمایه‌گذاری نقدی نداشت و تنها زیرساخت‌های مراکز دادهٔ خود را برای گسترش زیرساخت ابری در نقاط مختلف کشور در اختیار بخش خصوصی قرار می‌داد. تمام نکتهٔ آن قراردادی بود که بسته شده بود و بندهایی داشت که بر سر آنها مناقشه بود. برای نمونه، در یک بند آمده بود که هر زمان نیاز باشد، باید دیتای مشتریان تحویل آن سازمان داده شود، در حالی که این بند به‌طور ثابت از دههٔ ۸۰ در تمام قراردادها وجود داشته و این درحالی‌است که اساساً از نظر فنی یک شرکت ابری نمی‌تواند به محتوای درخواست‌های یک ارتباط اینترنتی دسترسی داشته باشد و به زبان ساده فقط می‌تواند این ارتباط را در قالب یک بسته از دو سوی یک ارتباط اینترنتی مشاهده کند. در بخش دیگری از این قرارداد بیان شده است که دیتاسنترهای مطرح‌شده، در مالکیت سازمان فناوری اطلاعات ایران قرار دارد و طرف اول قرارداد می‌تواند شرکت‌های حاضر در پروژه ابر ایران را ملزم به قطع یا محدودیت در سرویس دهی کند. این موضوع ارتباطی با قطعی اینترنت نخواهد داشت و تنها دسترسی مشتریان به خدمات ابری در دیتاسنترهای مذکور را محدود خواهد کرد، هر چند این پروژه در نهایت به بهره‌برداری نرسید و ابرآرژان نیز سال گذشته و قبل از اعمال تحریم اتحادیهٔ اروپا، از این قرارداد خارج شد بود.

▼ اولین که آخرین نیست

کل داستان ابرآرژان از بعد از آبان‌ماه سیاه ۱۳۹۸ را می‌توان در بخشی از بیانیهای که لحظاتی پس از تحریم اتحادیهٔ اروپا منتشر کردند، دید؛ آنجا که گفتند: «مادر مقابل شایعه‌ها و جعل واقعیت شکست خورده و نتوانسته حقیقت عملکرد و بی‌گناهی خود را به‌درستی روایت کنیم.» ابرآرژان یکی از خاص‌ترین مورد‌های ارتباطاتی تاریخ ارتباطات ایران، به‌خصوص بعد از ورود شبکه‌های اجتماعی به ایران است؛ اینکه چطور پدیده‌هایی چون پروپاگاندا، دیس اینفورمیشن، میس اینفورمیشن وبعذرت سایبربولی، همه‌هم‌زمان علیه‌یک نهاد خاص به‌صورت سازمان‌دهی‌شده و البته با استفاده از فضای هیجانی و به‌دور از تفکر انتقادی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند آن را دچار بحران‌های بیابایی کند؛ بحران‌هایی که به کار و خدمات آنها هیچ ربطی ندارد که اگر داشت، این سازمان تابه‌حال از پای درآمده بود، نه اینکه با وجود تحریم‌هایی که از سوی اتحادیهٔ اروپا علیهٔ آنها اعمال شد، درآمد ابرآرژان در شش ماه منتهی به تیرماه سال جاری نسبت به‌مدت مشابه‌سال گذشته چهاربرابر شود. ابرآروانی‌ها بر این باورند که با وجود تمام تهدیدها، تهمت‌ها و تحریم‌ها استفاده‌اند و مسیر رفته را باز هم می‌روند و می‌سازند. با تمام انتقادات و حملاتی که طی سال‌های اخیر به این شرکت وارد شده، اما مسئولان ابرآرژان معتقدند که فعالیت‌های آنها بسیار شفاف است. صحت‌سنجی این باور با استناد به گزارش شفافیت ابرآرژان است که به‌صورت فصلی بر خروجی سایت آنها قرار می‌گیرد و در آن اعلام می‌کنند که از چه نهاد‌های داخلی و خارجی در خواست همکاری دارند. مورد ابرآرژان نه‌فقط به لحاظ روزنامه‌نگاری تحقیقی و فهم واقعیت قابل توجه است، بلکه از منظر علوم ارتباطات و حتی علوم اجتماعی هم می‌تواند بسیار مورد توجه قرار بگیرد. اتفاقی که برای ابرآرژان افتاد، برای هر نهادی و حتی شخصی قابل تکرار است؛ کم‌اینکه تکرار هم شد و باز هم خواهد شد.

سینمای ایران

چگونه فجر؛ عمار شد



امیر فرض‌اللهی

منتقد

خیلی دشوار نبود به‌مرور فضای غیرفرهنگی بر سینمای مطبوعات حاکم، سپس خرافه‌هایی به‌جای پرسش و نقد در نشست‌های جشنواره و مطبوعات وارد شد. تهدید فضای مطبوعات نسبتاً آزاد در دو، سه دهه پیش و چیدن دندان سینمای اجتماعی که طلاهدار سینمای ایران در دنیا بود و در ایران نقش انعکاس درها و دغدغه‌های مردم را ایفا می‌کرد، از پس‌زمینه‌های این شدن بود. چپنشی که بسیاری از سینماگران دغدغه‌مند کاربرد و نخه را از جریان تولید اکران و پخش سینما در ایران خارج ساخت و به‌جای آن، ابتذال، لودگی و کارهای سیخف سفارشی را جایگزین سینمای جان‌دار دغدغه‌مند ترکل وپیش‌روی اجتماعی کرد. ابتدا سینماگران بسیار شناخته‌راسعی در طمع و خنثی‌سازی کردند و حتی سفارش‌سازی، سپس آنها که دچار و نیمه‌جان با روش‌های روایتی موج‌نوبن آثاری می‌ساختند را با شیوه‌های مختلف گرفتار و از زده خارج کردند؛ با لطایف‌الهیلی. اینجا بود که اندیشه مستقل در همه ساحات فرهنگی به‌جز سینما مورد دستبر واقع شد. هم تحدید شد، هم تهدید... بخش‌هایی همچون ادبیات، فیلم مستند، فیلمسازی زیرزمینی و مستقل هنر تئاتر نیز از این گزند مصون نماند. گزندگی به یکسان‌سازی محتوایی و خنثی‌سازی کامل فرهنگ هدفش بود اما اهداف غایی بلندپروازانه‌تری در سر داشت. اهدافی کاملاً قشری و کمینه‌ای بر بستر فراوانی که به‌دلیل قامت بسیار اندکش قدرت تأثیرش بسیار محدود است و حتی مخاطب کاملاً عام، فریبش را نمی‌خورد، مقهورش نشده و برایش قابل تشخیص است. از سال ۱۳۸۸ خورشیدی کار بدانجا کشیده شد که اندک هنرمندان مستقل که در صحنه تولید اثر در تئاتر، ادبیات و سینما مانده بودند و همچنان با جان‌سختی در حال تولید آثاری تأثیرگذار بر مردم و جامعه، تحمل نشدند. خودشان و آثارشان به محاق برده شدند، برخی رفتند و برخی از صحنه بدر شدند. عده‌ای به مبتذل‌سازی روی آوردند برای تنازع بقاء و عده‌ای در لاک و غار خزیدند از چرخه فرهنگ خارج شدند یا شیوه‌های زنده‌ماندن به‌واسطه کار فرهنگی را عوض کردند.

ازسویی دیگر آن جناح قشری که بر پول فراوان مسلط بودند با تولید برای سفیدشویی هر آنچه سفید نبود و تولید آثار سبلی با پول ملی در جهت منافع میلی و قشری خود به کادرسازی و تقویت شبکه سفارش‌سازی پرداختند و دراین‌میان بر خسی شبیه‌هنرمندان و شبه‌روشنفکران نیز برای بقاء و حضور در صحنه، آنها را همراهی می‌کنند؛ تبهکارانی که می‌فهمند کارشان غلط است اما به‌دلیل منافع شخصی در تولید کارهایی شرکت دارند که هیچ اعتقادی بدان ندارند، فقط جیب خود را پرمی‌کنند و لکنه سیاهی بر هنر اصیل می‌پاشند. نوحه‌ای فکری این جریان قشری آنچنان صحنه را اشغال کردند که در همه عرصه‌های فرهنگ مجالی برای اندیشه و خردورزی مانده؛ ناشرانی که تا جندی پیش آثاری در خور، تولید و منتشر می‌کردند به‌دلیل شرایط وخیم اقتصادی مجالی برای‌شان نمانده که وظیفه‌شان را انجام دهند و در عرصه سینما به‌دلیل ناخردی‌های سیاسی – اقتصادی بسیار کلان، هزینه تولید فیلم آنچنان بالا رفته و آن سازمان‌های سینمایی قشری، دستمزد عوامل را آنچنان گران کرده‌اند که تولید برای دغدغه‌مندترین سینماگران اجتماعی و جان‌سخت سینمای ایران به امری تقریباً محال یا بسیار دشوار تبدیل شده است و اینگونه پیش‌رفت که در جشنواره چهل، چهل‌ویک و چهل‌دوم فجر به ایستگاهی رسیدیم که تهی از هرگونه دغدغه‌مندی اجتماعی و قطع رابطه مطلق سینما با مشکلات ترازیک فعلی مردم ایران در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، خانوادگی و... است. آری این‌چنین، چنین شد چوری که وای بگنجد نمک. حالا سفارش‌سازان بر دیگری حسد می‌ورزند و می‌چنگند که چرا دیگری سهم کلان‌تری از غنایم برداشته است... و یکسان‌سازی موضوع و سوزه در سینما همچون ابتذال آشکار در سینمای ایران، حال مخاطب عام و خاص فراگیر در میان مردم را به هم زده است، مردم و مخاطب خاص سینمای ایران دیگر هیچ‌روزنه‌امیدی برای تماشای یک اثر کمی دغدغه‌مند که انعکاس دهنده درست زندگی و مصائب آنها باشد، نمی‌بینند و عادت چنده‌های سینما رفتن از سید رفتاری آنها کنار رفته است و مشکلات اقتصادی در نتیجه چمبر کم‌سودان آنچنان بر مردم چیره شده که اگر هم بخواهند، با دشواری بسیار می‌توانند به سینما بروند، کتابی بخوانند یا به تماشای تئاتری بپردازند؛ آن هم اگر بخواهند، اثر ماندگاری یا قابل تأملی نمی‌یابند که برای خواندن، شنیدن یا تماشاایش شوق و انگیزه در خور داشته باشند.