

از فیلترشکن استفاده می‌کند. باتوجه به اختلالات گسترده‌ای که بسیاری از فیلترشکن‌های رایگان خارجی را از کار انداخته، منطقی است که لاقل بخشی از این کاربران برای دسترسی به فیلترشکن باکیفیت، هزینه‌کنند. براساس گزارش آزمایشگاه داده و حکمرانی شریف، این کاربران دست‌کم ۳۰ درصد از کاربران اینترنت در کشور را شامل می‌شوند که در ماه تا ۱۵۰ هزار تومان برای خرید یا تمدید اشتراک VPN متقبل هزینه می‌شوند. بر این اساس وب‌ادر نظر گرفتن تعداد کاربران اینترنت کشور، گردش مالی بازار خریدوفروش ابزارهای فیلترشکن سالانه بالغ بر ۵ هزار میلیارد تومان برآورد شده است. برای رسیدن به رقمی تخمینی برای گردش مالی VPN تعداد کل کاربران یکنای اینترنت ۴۰ میلیون نفر در نظر گرفته شده که ۸۰ درصد آنها از فیلترشکن استفاده می‌کنند و فرض شده که ۲۵ درصد از این کاربران برای تهیه VPN به‌شکل میانگین، ماهانه ۵۵ هزار تومان پرداخت می‌کنند. البته در محاسبات این مسئله نیز در نظر گرفته شده که برخی کاربران از اکانت مشترک برای استفاده از VPN غیررایگان بهره می‌برند.

انجمن تجارت الکترونیک تهران در این گزارش ابراز تأسف کرده بود: «هزینه‌ای که می‌توانست با برنامه‌ریزی و سیاستگذاری مناسب زمینه‌ساز توسعه زیرساخت ارتباطی کشور باشد، اما افسوس که در وضعیت کنونی نهنه‌تها نوعی تحمیل هزینه اضافی به‌سیدمصرف خانوار ایرانی است، بلکه هم‌زمان به تولیدنا رضایتی اجتماعی در سطح گسترده و خنده‌دار کردن هر چه بیشتر تجربه کاربران اینترنت دامن می‌زند.»

به اعتقاد کارشناسانی که رقم اعلامی از سوی انجمن تجارت الکترونیک را در خصوص گردش مالی فیلترشکن‌ها به حقیقت نزدیک‌تر می‌دانند، ۳۰ همت در سال رقم چشمگیری است که حتماً تأثیرات خود را در اقتصاد نشان می‌دهد. آنها استدلال می‌کنند که اتفاقاً با برداشته شدن فیلترینگ، هم شرکت ارتباطات زیرساخت و هم اپراتورها با افزایش چشمگیر در درآمدهایشان مواجه می‌شوند، اما چگونه؟

در حال حاضر شرکت ارتباطات زیرساخت اینترنت، هر مگابیت در ثانیه را بین ۸۰ تا ۱۰۰ هزار تومان به فروش می‌رساند. اگر عدد ۸۰ هزار تومان را مینا در نظر بگیریم، فروش هر ترابیت بر ثانیه ۸۰ میلیارد تومان در ماه عایدی خواهد داشت که در ۱۲ ماه می‌تواند این شرکت را به حدود هزار میلیارد تومان افزایش درآمد در سال برساند. پس شرکت ارتباطات زیرساخت که به‌شکل انحصاری اینترنت را به فروش می‌رساند و در حال حاضر به‌طور متوسط ۷-۶ ترابیت می‌فروشد، اگر بتواند یک ترابیت بیشتر فروش اینترنت داشته باشد، در سال هزار میلیارد تومان درآمد بیشتر خواهد داشت.

بناپید به تأثیر این مسئله روی درآمد اپراتورها بپردازیم. فرض کنید شرکت ایرانسل، این یک ترابیت بر ثانیه را از شرکت ارتباطات زیرساخت خریداری می‌کند. این رقم را در هزار (برای تبدیل به گیگابایت)، سپس در ۲۶۰۰ ثانیه، ۲۴ ساعت و ۳۰ روز ضرب کرده و بر ۸ تقسیم می‌کنیم (برای تبدیل گیگابیت به گیگابایت). سپس با فرض گرفتن اینکه ترافیک اینترنت در شب، نصف ترافیک اینترنت در روز است و با در نظر گرفتن قیمت پنج هزار تومان بابت فروش هر گیگابایت به کاربر، به افزایش درآمد سالیانه حدود ۱۰ هزار میلیارد تومان می‌رسیم.

کارشناسان معتقدند، در صورت دسترسی عموم مردم به اینترنت آزاد و برداشته شدن محدودیت‌ها و فیلترینگ، آن قدر درآمدها برای گروه‌های مختلف افزایش می‌یابد که گردش مالی فیلترشکن‌ها نمی‌تواند با آن رقابت کند. این به‌جز اثرات گسترده دسترسی به اینترنت آزاد روی اقتصاد دیجیتال است. رونق اسنارت‌آپ‌ها، افزایش تولید محتوا و حتی آشنی کاربران با پلتفرم‌های داخلی که این‌بار «ناچار» به استفاده از آنها نینستند، می‌تواند درنهایت به‌رونق اقتصاد دیجیتال بینجامد.

▼ اپراتورهای مقصر اما متضرر

حدود یک‌ماه پیش مهدی اخوان بهابادی، مدیرعامل همراه اول در مجمع عمومی شرکت ارتباطات سیار از روند فعلی فیلترینگ به‌عنوان بازی دو سر باخت یاد کرده بود. او گفته بود، سامانه‌های فیلترینگ گاهی به‌درستی عمل نمی‌کنند و روی کیفیت اینترنت اثر می‌گذارند. همچنین حداقل دو سوم کاربران اینترنت، از فیلترشکن استفاده می‌کنند که هم باعث مشکل امنیتی برای کاربر می‌شود و هم از نظر فنی، زیرساخت‌های اپراتور را اشغال می‌کند.

صحبت درباره سود و زیان اپراتورها از فیلترینگ از نیمه دوم سال ۱۴۰۱، اعتراضات، محدودیت‌ها و قطعی اینترنت متعاقب

روایت‌های جمعی شاید واقعیت نداشته باشند، اما نشانه‌های خوبی هستند برای آنکه بدانیم رویکرد افکار عمومی نسبت به پدیده‌ها چیست. مردم نمی‌توانند بپذیرند خسران بزرگی مثل فیلترینگ صرفاً به‌دلیل عقیدتی یا امنیتی به وجود آمده باشند و به‌دنیال دلیل موجه‌تری هستند. طبیعتاً به‌عنوان مصرف‌کنندگان مستقیم فیلترشکن‌ها اولین چیزی که به ذهن‌شان می‌رسد، هزینه ماهانه فیلترشکن‌هایی است که بسیاری از آنها پرداخت می‌کنند. با یک دو تا چهارزای سرانگشتی می‌توانند از حجم گردش مالی این حوزه شگفت‌زده شوند و آن را به‌منفع اقتصادی تصمیم‌گیران فیلترینگ منتسب می‌کنند. رویکردی که شاید با نگاهی عمیق‌تر چندان هم بی‌راه به‌نظر نرسد.

در توجیه سیاست فیلترینگ، گزاره‌های مختلفی از سوی مسئولان مطرح شده است. از نامناسب بودن محتوای شبکه‌های اجتماعی و تهاجم

آن جدی‌تر شد. از آبان‌ماه همان سال گزارش‌هایی از کاهش سود این شرکت‌ها از محل فروش اینترنت همراه منتشر شد. براساس اطلاعاتی که شرکت همراه اول در سامانه کدال منتشر کرده بود، درآمد این شرکت در مهرماه نسبت به شهریورماه ۱۴۰۱ از محل کارکرد خطوط تلفن همراه، ۷۴۳ میلیارد تومان کاهش را نشان می‌داد. به‌طوری‌که به‌هم‌ماه ۱۴۰۱ مجتبی توانگر، رئیس کمیته دانش‌بنیان و اقتصاد دیجیتال مجلس یازدهم در نامه‌ای به وزیر ارتباطات با کاهش ۴۰درصدی درآمد ارائه‌دهندگان سرویس اینترنت به‌ویژه اپراتورهای همراه کشور بعد از فیلترینگ و اعمال محدودیت‌های سنگین اشاره کرده بود. دی‌ماه همان سال ممین‌نت ادعا کرده بود که در اثر محدودیت‌های اعمال شده ۱۰ میلیارد تومان ضرر کرده و شرکت شاتل نیز از کاهش ۴۰درصدی درآمدهای خود خبر داده بود.

انجمن تجارت الکترونیک در گزارش کیفیت اینترنتی که در سال ۱۴۰۲ منتشر کرد، به‌نکات دیگری در این خصوص پرداخته بود. در بخشی از این گزارش آمده است که دو اپراتور بزرگ کشور؛ یعنی همراه اول و ایرانسل، از فیلترینگ سود می‌برند. براساس اطلاعات این گزارش، به‌صورت پیش‌فرض تجهیزات فیلترینگ در شبکه شرکت ارتباطات زیرساخت مستقر است، اما به‌موجب مصوبه شماره ۴ جلسه ۳۱۳ سازمان تنظیم مقررات، اپراتورها اجازه دارند تا با سرمایه‌گذاری، خرید تجهیزات فیلترینگ و نصب آن در شبکه خود از تخفیف ۱۰ تا ۱۵ درصدی خرید اینترنت از شرکت ارتباطات زیرساخت بهره‌مند شوند.

در این گزارش آمده است: «همراه اول و ایرانسل هر دو با نصب این تجهیزات در داخل شبکه خود، باعث شدت یافتن اختلال‌ها و آسیب رساندن این تجهیزات به شبکه‌داخل کشور و ترافیک بین‌اپراتوری شده‌اند. همراه اول از تجهیزات فیلترینگ شرکت «ایفتار» و ایرانسل از تجهیزات فیلترینگ شرکت «دوران» استفاده می‌کند که این مسئله باعث رفتار متفاوت این دو اپراتور در اعمال سیاست‌های فیلترینگ است.»

مسئله دیگری که در این گزارش عنوان شده بود و می‌تواند روی درآمد اپراتورها اثرگذار باشد، افزایش حجم مصرفی توسط کاربر است. به ادعای آنها و باتوجه به داده‌ها، به‌نظر می‌رسد اختلالات گسترده روی تمام ISPها به بهانه مقابله با VPN‌ها وجود دارد و همین اختلال سبب می‌شود ترافیک ردوبدل شده با سرورهای خارج از کشور، به‌طور میانگین دوبرابر شود و همین مسئله یکی از عوامل اصلی کیفیت‌پایین اینترنت در ایران باشد.

براساس گزارش منتشرشده در سال ۱۴۰۲، این مسئله تأثیر فاحشی بر اینترنت مصرفی کاربر می‌گذارد. چنان‌که در گزارش آمده است: «برای مثال در زمان نوشتن این مقاله، بسته یک‌ماهه ۷ گیگابایت اینترنت موبایل همراه اول ۲۸ هزار و ۲۰۰ تومان است اما کاربر برای مصرف ۷ گیگ در ماه عملاً مجبور است دو‌بار این بسته را خریداری کند و دوبرابر یعنی ۵۶ هزار و ۴۰۰ تومان هزینه کند.» البته چندماه پس از انتشار این گزارش، کاربران با افزایش قیمت خدمات اینترنتی مواجه شدند و حالا بسته یک‌ماهه ۷ گیگابایت همراه اول، ۴۱ هزار و ۲۰۰ تومان است.

کارشناسان معتقدند، نمی‌توان از این داده‌ها نتیجه‌گیری کرد که اپراتورها از اختلالات سود می‌برند، هر چند باعث افزایش درآمدشان نشود و معتقدند این گزاره بیشتر روی این مسئله تأکید دارد که در اینجا حقوق کاربر است که تضییع می‌شود و نمی‌تواند به اندازه‌ای که هزینه کرده، از اینترنت استفاده کند.

درواقع به‌باور این کارشناسان، چنانچه از زاویه هزینه - فرصت به‌موضوع نگاه کنیم، فرصت از دست‌رفته و هزینه‌های تحمیل‌شده به‌قدری زیاد است که نمی‌توان فیلترینگ را برای هیچ گروهی سودآور تلقی کرد.

▼ شرکت‌های عامل فیلترینگ سهم مهم‌تری دارند

آرین اقبال، کنشگر اینترنت آزاد در گفت‌وگو با هم‌میهن، استفاده از لفظ «مافیا» برای فروشندگان فیلترشکن را به‌صرف داشتن گردش مالی، دقیق نمی‌داند. او در این باره می‌گوید: «شخصاَروی ساختار فیلترشکن‌های عمومی،ماند فیلترشکنی که افراد از فروشگاه‌های ارائه‌دهنده خدمات موبایلی خریداری می‌کنند، تحقیقی نکرده‌ام که بگویم به‌دو، سه سرشاخه اصلی رسیده‌ام‌و این مافیاست. بنابراین نمی‌توانم به‌شکل قطعی بگویم چنین گزاره‌ای درست یا غلط است، اما از نظر فدیگر این را هم در نظر داشته باشید که گذاشتن پسوند هزار میلیارد تومان پس از یک عدد و بیان کردن این رقم به‌عنوان گردش مالی سالانه، لزوماً خبر از یک ساختار مافیایی نمی‌دهد. چپیس هم که در مغازه‌ها

به‌فروش می‌رسد، بالاخره گردش مالی چند هزار میلیارد تومانی دارد، ولی الزاما تحت نظر یک ساختار مافیایی نیست،»

او این گردش مالی سالانه را ناشی از تقاضای مردم می‌داند و توضیح می‌دهد: «فکر می‌کنم این اقتصاد بازار است. به این معنی که مردم به فیلترشکن نیاز دارند و بعضاً به فروشگاه ارائه‌دهنده خدمات موبایلی می‌روند و او به آنها فیلترشکن می‌دهد. پیش‌تر فیلترشکن‌های رایگان را برای مردم نصب کرده و رقمی را دریافت می‌کردند، اما بعد از مدتی وقتی دانش راه‌اندازی فیلترشکن توسعه پیدا کرد، این افراد آرام‌آرام شروع کردند به اینکه با خودشان فیلترشکن راه بیندازند یا از کسی بگیرند و بفروشند. گمان نمی‌کنم چنین فضایی مؤید ایده مافیا باشد.»

البته اقبال ارتباطات خاص فروشندگان فیلترشکن به‌شکل عمومی را رد نمی‌کند و در این باره می‌افزاید: «طبیعتاً کسانی که فیلترشکن عمومی می‌فروشند، ارتباطی با شرکت‌های دیتاسنتر و ISPها دارند، زیرا ISPها و دیتاسنترها سعی می‌کنند یا به‌واسطه بالا بردن هزینه ترافیک یا به‌واسطه بستن فیلترشکن، جلوی مصرف فیلترشکن را بگیرند. در دیتاسنترها این موضوع روال است که وقتی مسئول ناک (Network Operations Center) دیتاسنتر ترافیکی را مشاهده می‌کند که شبیه به فیلترشکن است، مشتری را بازخواست می‌کند. ولی وقتی با سازنده و فروشنده فیلترشکن کاری ندارند، احتمالاً ارتباطاتی وجود دارد. اما من این ارتباطات را سازمان‌یافته نمی‌بینم. به‌نظر بیشتر در حد این است که یک‌نفر با یک‌نفر دیگر هماهنگ کرده تا بتواند سرویس باکیفیت‌تری دریافت کند.

بیشتر از این نیست.»

این کنشگر اینترنت آزاد معتقد است، حذف فیلترینگ مشکل عجیبی برای دیتاسنترها و حتی فروشندگان فیلترشکن ایجاد نمی‌کند که بخواهند به‌شکلی فعالانه با اینترنت آزاد مقابله کنند و درباره آن توضیح می‌دهد: «اگر فیلترینگ حذف شود، کسی که در حال حاضر فیلترشکن می‌فروشد، می‌تواند اینترنت بفروشد یا در دیتاسنتر فعالیت کند. نمی‌توان گفت این کسانی که در حال حاضر فیلترشکن می‌فروشند، کار دیگری نمی‌توانند انجام دهند. همین افراد با آن ارتباطاتی که دارند و می‌توانند از دیتاسنترها خط‌باکیفیت بگیرند، از همان ارتباط‌های می‌توانند در جهت فروش سرویس‌های دیگر استفاده کنند و شرکت Servco بزنند (به شرکت‌هایی گفته می‌شود که خدمات رامنتی بر شبکه زیرساخت شرکت‌های دیگر به کاربران ارائه می‌دهند). اصلاً دلیلی نمی‌بینم شخصی که فیلترشکن می‌فروشد، بخواهد فیلترینگ را نگه‌دارد تا فیلترشکن بیشتری بفروشد.»

او می‌افزاید: «تتها تغییری که در بازار ممکن است ایجاد شود، این است که ساختار مشرتیان دیتاسنترها دچار تحول شود و از افرادی که برای راه‌انداختن فیلترشکن VPS می‌گیرند، تبدیل شود به کسانی که سرویسی بالا می‌آورند که محصولی را روی آن هاست کنند. درواقع ترکیب مشتری دیتاسنترها ممکن است عوض شود و تأثیری روی ترافیک خود ISPها و دیتاسنترها ندارد.» به اعتقاد اقبال، برداشته شدن فیلترینگ آثار جانبی مثبتی دارد و در این خصوص اشاره می‌کند: «فیلترینگ که رفع شود، در بلندمدت مصرف محتوای دیجیتال کاربران بالاتر می‌رود و در نتیجه همه اینها سود بیشتری می‌کنند.»

او معتقد است، بحث کردن در سطوح کلان درباره مافیای فیلترشکن‌ها، برای مخفی کردن قطعه دیگری از این پازل است و در این باره توضیح می‌دهد: «صحبت درباره مافیای فیلترشکن‌ها در مجلس اتفاق افتاد و من فکر می‌کنم علت اصلی اش، چیز دیگری بود. گشتن به دنبال مافیا و این‌طور چیزها جای دیگری بیشتر معنی می‌دهد. جایی که شرکت‌هایی که به کاسب فیلترینگ و تحریم تبدیل شده‌اند، قرار دارند. بدون فیلترشکن نمی‌توان از اینترنت ایران استفاده کرد و زندگی مردم مختل می‌شود، ولی وجود یا پیشرفت برخی شرکت‌ها و سرویس‌ها، به‌واسطه وجود تحریم و فیلترینگ معنی پیدا می‌کند. من فکر می‌کنم این داستان اقتصاد فیلترشکن و مافیای آن بر می‌گردد به مخفی کردن این قسمت از ماجرا.» آنچه از گفته‌های کارشناسان و اعداد و ارقام منتشرشده به دست می‌آید، گواه آن است که اکثر قطعاتی که پازل فیلترینگ را تکمیل می‌کنند، در صورت برداشته شدن محدودیت‌ها، وضعیت اقتصادی مناسب‌تری خواهند داشت و چنانچه سود فیلترینگ موجب شده باشد تا عده‌ای در مسیر اینترنت آزاد سنگ‌اندازی کنند، به احتمال زیاد آن عده «را فروشنندگان فیلترشکن تشکیل نمی‌دهند.

▼ چراغی برافروز!

محمدحسین انصاری

توسعه‌دهنده استعدادها

۱۲۰ کیلومتر از بندرعباس که به سمت بوشهر می‌روی، به بندری تاریخی به‌نام گُنگ می‌رسی. بندری از تک‌وتا افتاده؛ شهری با ۲۰هزار نفر جمعیت که امورات مردمش باماهی‌گیری و مبلوای می‌گذرد. نبودهادر ذوق می‌زنند، نبودبوستان، نبود کتابخانه، نبودفضای عمومی شهری.

در همین شهر، مونا و خواهرانش یک آموزشگاه خصوصی IIT دارند. آموزشگاهی که به‌وسع خود، چهره شهر را عوض کرده است و می‌توانی جوانانی در این شهر کوچک ببایی که نه‌تنها کار با کامپیوترها را فرا گرفته‌اند، بلکه‌دستی‌بربرنامه‌نویسی، تولیدمحتوای دیجیتال و کار با ابزارهای تخصصی دارند. بای حرف این خواهران که

بنشین، عمق دیگری از اشتیاق و سطح کشف‌نشده‌ای از دغدغه‌را می‌بینی؛ مونا می‌گفت: «نمی‌توانی حلدس بزنی تا چه‌اندازه بچه‌ها این‌جا باهوش‌اند، تا چه‌اندازه استعداد دارند و چقدر مشتاق‌اند؛ و یکی یکی دستاوردهای بچه‌های این آموزشگاه را نام‌برد. هم‌زمان که این‌ها را می‌شنیدم، به شرکت‌ها و تیم‌های فنی که در این چندسال در تهران درگیرش بودم فکر می‌کردم. شاید به‌تعداد انگشت‌های یک دست نرسد، دفاعتی که بعضی از بچه‌های توسعه‌دهنده و طراح را در دو، سه‌سال گذشته دیده‌ام! آمآرها می‌گوید بیس ۱۰ تا ۲۰درصد مشاغل بازارکار اقتصاد دیجیتال، مبتنی بر دورکاری دانمی است و چیزی در حدود ۳۰درصد مشاغل دیگر نیز این ظرفیت را دارند. سوال اینجاست که چرا

هیچ‌گاه، هیچ‌کدام از فرصت‌های آموزش و کارآموزی آنلاینی که در تهران ایجاد شده است، هیچ‌کدام از این همین فرصت‌های شغلی با امکان «دورکاری» را، برای این جوان‌ها در بندر کنگ ارائه نکرده‌ایم؟ چرا به‌خود زحمت نداده‌ایم که دست‌کم به گوش ایشان برسانیم که چنین مسیرها و مشاغلی هست و اوقضا برای شرایط شما مناسب؟ بندر کنگ‌ها در ایران فراوان‌اند، چرا در تمام این سال‌ها ظرفیت «توانمندسازی» شرکت‌های بزرگ IT که می‌توانند در این شرایط ایفای نقش کنند را به‌سمت این شهرها نکشاند؟ یا می‌این پرسش‌ها در کل سفر کنج‌لجار می‌رقم که یکی از هم‌راهان گفت: «آقا‌جان بنگاه هستند، نه خیریه!». احتمالاً درست می‌گوید، وظیفه ظرفیت‌سازی (capacity building) و توسعه و جامع در مأموریت اکثر شرکت‌هایی که می‌شناسم، نجنبیده است. اما اگر مسئله‌را طوری تعریف کنیم که با «عقلانیت کسب‌وکاری» و «ماهیت بنگاه‌داری» این شرکت‌ها هم‌ساز شود، آن‌گاه چطور؟ ۱۰ سال پیش، شرکت مایکروسافت یک ابتکاری را در قاره آفریقا پی گرفت: «مایکروسافت برای آفریقا» (Microsoft Africa). طرحی که در ابتدا با هدف «تسریع تحول دیجیتال» آغاز شد و با سرمایه‌گذاری بر آدم‌ها، استعدادهای محلی، کسب‌وکارهای خردو اسنارت‌آپ‌ها و توانمندسازی ایشان پیش رفت. این شرکت از همان ابتدا مشخص کرد که می‌خواهد «استعدادهای آفریقایی» را فعال کند و از طریق توانمندسازی ایشان اقتصاد دیجیتال آفریقا را توانمند سازد. بی‌شمار فرایر، بیش از ۲۶۰۰ کارآموز (Apprenticeship) از ۲۵ آزمایشگاه مهارت (Skill Lab) و ۳۰۰ استارت‌آپ با جذب حمایت از دستاوردهای این طرح هستند. اما برای مایکروسافت چه‌داشت؟ افزایش تولید و مصرف نرم‌افزار و نیازمندی فرابنده به‌سخت‌افزار و افتتاح چهار دیتاسنتر عظیم در این قاره و فروش سالانه خدمات ابری، لایسنس نرم‌افزار و قراردادهای بزرگ سرمایه‌گذاری که پیش‌برندگان‌شان همان «استعدادهای آفریقایی» بودند. نسلی از متخصصان شبکه‌امروز، شبکه‌را با گوهاینام‌ها و آموزش‌های سیسکو (Cisco) فرا گرفته‌اند و به‌واسطه آن‌که با این تجهیزات شبکه‌را بساد گرفتند، از همین تجهیزات برای سازمان‌های خود خریداری کردند. امروز بخش خوبی از بازاربایان دیجیتال، وابسته به ابزارهای جمع‌آوری و تحلیل داده گوگل هستند زیرا مسیر خود را با گوگل گاراز (Google Garage) آغاز کرده‌اند. معماران ابری ومهندسان زیرساخت دیجیتال (DevOps) در کل جهان، نماینده فروش خدمات ابری آمازون (Amazon AWS) هستند، زیرا مسیر آموزشی‌شان از دل آکادمی این شرکت گذشته است.

ورود به اقتصاد دیجیتال یک شیب اولیه دارد، شیبی که بسیاری از جوان‌های ما در این کشور را در شهرهای دور از مرکز از همان ابتدا منصرف می‌کند؛ شیب یادگیری و شیب ابزار. شیبی که می‌تواند با مشارکت بخش خصوصی IT ایران، به‌نر می‌طی شود. درعین حال فضا برای بنگاه‌های فناوری در ایران به‌مراتب مهیاتر است از آن‌جا که اولاتشنگی زیادی در نسل جوان ایران، بیرون از شهرهای بزرگ وجود دارد و برخلاف مرکز نشین‌ها، آن‌چنان هم‌گزینه‌پیش‌روی‌شان نیست و دریک کلام: «استعدادمانا» هستند.

پرش اینجاست که چه می‌شود اگر بنگاه‌های فناوری محور کشور، دست‌به‌دست هم دهند و از ظرفیت‌های خود برای آموزش و توانمندسازی «همه ایران» بهره‌گیرند؟

