



کارهایمان را جلو ببریم. هر چقدر افراد تلاش می کردند از ایمیل فاصله بگیرند، متوجه شدند که هنوز کاراترین راه برای ارتباط است. مردم متوجه شدند هنوز نیاز دارند روزانه از ایمیل استفاده کنند، حتی با وجود ابزارهایی چون مایکروسافت تیمز و اسلک؛ به خصوص زمانی که شرکت ها کاملاً به دورکاری تغییر رویه دادند. وقتی کاربران هنوز به ایمیل نیاز دارند، تمام آن ابزارهای پیامی دیگر به صندوق های دیگری تبدیل می شوند که باید چک و مدیریت شوند! این یک سربرار پیامی ایجاد کرده و ما با بسترها و اپ های بیشتری سرو کار پیدا کرده ایم که حواس پرتی های بیشتری ایجاد می کنند و زمان بیشتری برای دوییدن دنبال تکه های وظایف و اطلاعات از میان تعداد زیادی سرویس هدر می رود!

ایمیل نو

به همین دلیل است که ایمیل باید به چیزی به روزتر و سرراست تر تکامل یابد. این استرس پریدن از این پیام رسان به آن، از این اپ مدیریت پروژه به آن، اشتراک اسناد و حتی تقویم مان دارد آسپیش را می زند! چیزی که ما نیاز داریم یک راهکار است که نحوه ارتباط و همکاری ما را بهبود بخشد، نه آن که دست و پاگیرش کند. راهکاری که بازبینی کنند ایمیل چگونه می بود اگر امروز ساخته می شد.

واضح است که ما نیاز داریم ایمیل از پایه بازطراحی شود و چگونگی ارتباط مردم با یکدیگر، در عصر حاضر و نه ۱۹۶۹ را تسهیل کند. این ارتباطات باید از منظر قرن بیست و یکمی باز فکر شود. در این دنیای واژگون شده سال ۲۰۲۰، ما به ابزارهایی بازگشته ایم که با آنها آشنا هستیم و به آنها اطمینان داریم. به همین علت هم نیاز به راهکارهایی داریم که همان قدر قدرتمند باشند که ساده هستند. اما اصل مطلب آن است که ما به ایمیل نیاز داریم.



در مسیر پیشرفت

اخیراً شاهد خبرهای زیادی در مورد ایمیل هستیم و محصولات متنوعی در ارتباط با این تکنولوژی در سال ۲۰۲۰ به راه افتادند. از سازندگان سرویس مشهور Basecamp، سرویس Hey با اشتیاق فراوانی حول آن در ماه ژوئن (خرداد) راه اندازی شد. OnMail سرویس ایمیل جدیدی از سازندگان اپ ایمیل Edison است که در آوریل (اردیبهشت) اعلام و چند هفته پیش کارش را شروع کرد. شرکت Readle، سازنده اپ محبوب Spark، در حال سرمایه گذاری و حرکت های جدیدی برای پیشرفت این اپ است. با این سرمایه گذاری ها در اپ ها و سرویس های جدید ایمیل، مشخص است که ایمیل دوباره دارد به یک تکنولوژی جذاب برای استارت اپ های «سیلیکون ولی» تبدیل می شود. جالب این که حجم نوآوری هایی که در ایمیل در دو سال اخیر دیده شده از ۱۰ سال پیش از آن بیشتر بوده است!



ایمیل در چند سال ابتدایی پس از سال ۲۰۰۰، قابل توجه ترین نوآوری از سوی گوگل بوده که یک گیگابایت فضا برای ایمیل ارائه داد. از آن موقع تا الان، چه نوآوری مهم دیگری در ایمیل دیده ایم؟



دنیای ۲۰۲۰ نشان داد به ایمیلی نوین و مدرن نیاز داریم

احیای ایمیل



محمود صادقی

محقق سیستم های تعاملی

همه ما می دانیم ایمیل جایی است که در آن «کار» انجام می شود، اما با توجه به نقش آن به عنوان کانون زندگی حرفه ای، باید گفت ایمیل تا حد زیادی در تبدیل شدن به یک ابزار ارتباطی مؤثر شکست خورده و این تکنولوژی چند دهه ساله، سال هاست را کد مانده؛ تا امسال و شیوع ویروس کرونا! کرونا با موج عظیم تغییرات کار و زندگی که همراه خود داشته، استارت اپ ها را در این زمینه هم به جنب و جوش انداخته تا چیزهای جدیدتری را امتحان کنند.

ایمیل پیر

بخشی از علت رکود ایمیل این است که یکی از قدیمی ترین فناوری های دیجیتالی است که هنوز به طور روزمره استفاده می شود. نخستین ایمیل در ۲۹ اکتبر ۱۹۶۹ میلادی ارسال شد و ما هنوز در سال ۲۰۲۰ هم ایمیل ارسال می کنیم. برخی از تکنولوژی های زیربنایی قطعاً از آن زمان تکامل یافته اند، ولی بیشتر پروتکل های در حال استفاده برای قرن پیش هستند! پروتکل SMTP (برای ارسال ایمیل) در سال ۱۹۸۲ ایجاد شد و IMAP (برای دانلود ایمیل ها) در سال ۱۹۸۶. اگر به تمام چیزهای دیجیتالی که از دهه ۸۰ تغییر کرده اند نگاه کنید، تعجب آور است که هنوز تا این حد به پروتکل هایی آن قدر قدیمی وابسته ایم!

ایمیل به این دلیل که روی استانداردهای باز (open) توسعه یافته، غیرمتمرکز باقی مانده است. به این معنا که برخلاف بسیاری از تکنولوژی های دیگر این روزها، هیچ شرکتی نمی تواند صاحبش باشد یا آن را تحت کنترل بگیرد. هر کسی می تواند شرکتی راه بیندازد و خدمات ایمیل ارائه دهد و با دیگر بسترهای ایمیل در بازار هم سازگاری خواهد داشت. اگر ایمیل روی یک سامانه بسته (closed) شکل گرفته بود، آن وقت احتمالاً توسط چند غول تکنولوژی کنترل می شد؛ مانند بعضی از راهکارهای جدید تر ارتباطی.

جنبه منفی دیگر این است که طی دو دهه اخیر، ذات باز ایمیل توجه چندان یا سرمایه گذاری مالی ای را به خود جلب نکرده است. ایمیل در چند سال ابتدایی پس از سال ۲۰۰۰، قابل توجه ترین نوآوری از سوی گوگل بود که یک گیگابایت فضا برای ایمیل

ارائه داد. از آن موقع تا الان، چه نوآوری مهم دیگری در ایمیل دیده ایم؟ اگر چیزی به ذهن تان نمی رسد برای این است که واقعاً چیز خاصی نبوده! دلیلش آن است با این که هر کسی می تواند خدمات ایمیل بدهد، شرکت های معظم تکنولوژی، به طور خاص گوگل، مایکروسافت و اپل، هنوز کنترل اکثریت بالای حساب های ایمیلی فعال را دارند.

از آنجا که امروزه هر دستگاهی یک اپ ایمیل قابل قبول دارد و حساب های ایمیل هم مثل نقل و نبات داده می شوند، دیگر بازار خاصی وجود ندارد که کسی با یک راهکار هیجان انگیز (و احتمالاً پولی) وارد شود. اپ هایی مثل Sparrow و Mailbox چند حقه جدید در رابط کاربر ارائه می کنند، اما اینها مدل کسب و کار بادوامی ندارند و نمی توانند افراد زیادی را قانع کنند که برای اشتراک اپ پول بپردازند. بر این اساس، انگیزه چندان هم برای کسی که بخواهد نوآوری به خرج دهد نیست.

ایمیل مهم

علاوه بر اینها، بستر باز ایمیل خود به تناقضی تبدیل شده، چرا که مدرن سازی آن بدون موافقت تمام ارائه دهندگان ایمیل تقریباً غیرممکن است! این بن بست به توسعه جمعی از سرویس های جدید منجر شد که به دنبال روان تر کردن ارتباطات بودند. شرکت ها راهکارهای جدید نیاز داشتند، بنابراین خودشان آنها را ساختند. سرویس هایی مثل واتس اپ طراحی شدند تا هزینه های پیامکی را برای ارسال پیام های کوتاه حذف کنند. اسلک (Slack) و مایکروسافت تیمز (Teams) ایجاد شدند تا معضل رشته های بی پایان ایمیلی را حل کنند. این گونه سرویس های جدید با این که هیجان انگیزند، اما همگی بر بسترهای بسته ساخته شده اند.

در این میان قطعاً فضایی برای پیام رسانی وجود دارد، ولی ایمیل هنوز قالب مهمی برای ارتباطاتی است که ما در زندگی حرفه ای و شخصی مان داریم. هنگامی که شما می خواهید بایک مشتری جدید ارتباط بگیرید، ایمیل می زند. هنگامی که می خواهید هزینه های ماهانه تان را حساب و کتاب کنید، رسیدها را در صندوق ایمیل تان می یابید. ایمیل هنوز نقطه کانونی حفظ خاطرات و ردپای دیجیتالی ماست و همچنین ابزار اصلی ارتباطات میان سازمانی و غیر شخصی. با این حال، در سال ۲۰۲۰ و با پدیده جهانی کرونا، همگی در یک موقعیت به هم ریخته افتادیم! خیلی بیشتر از پیش به تکنولوژی وابسته شدیم تا سازمان ها و