

نبرد شبکه ملی اطلاعات کجا خودش را نشان می دهد؟

نتیجه چند سال برنامه ریزی و حمایت برای پاک کردن پیامرسان داخلی، بیش از آنکه نتیجه عملی داشته باشد، به پرونده های کاغذی قطور ختم شده است. اما چه پیش نیازهایی لازم است که طرح عملی نمی شود؟

به گزارش خبرنگاران گروه علم و فناوری گزارش خبر، چند سال پیش زمانی که بحث شبکه های پیامرسان خارجی در کشور داغ شده بود و به ویژه موضوع فعالیت یا عدم فعالیت تلگرام به عنوان زمین بازی مهم کاربران ایرانی اینترنت، در صدر اخبار مربوط به فضای مجازی در ایران قرار گرفته بود، بحث لزوم ایجاد پیامرسان داخلی مطرح شد.

از آن زمان تا کنون سال ها است که بحث پیامرسان داخلی، همواره در اخبار شنیده می شود و هرچه جلوتر آمده ایم و پیامرسان ها نقشی کلیدی تر در فضای سایبر کشور ایفا کرده است؛ اما هیچگاه به سرانجام مطلوبی نرسیده است. البته پروژه پیامرسان داخلی و شبکه اجتماعی داخلی تنها پروژه فضای مجازی کشور نیست که بدون نتیجه مشخص ادامه یافته یا بر زمین مانده است.

نبرد شبکه ملی اطلاعات کجاها خودش را نشان می دهد؟ پیامرسان های داخلی اتفاقاً یکی از اجزای اصلی در معماری کلان پروژه بزرگ شبکه ملی اطلاعات هستند که تکلیف اجرای خود شبکه ملی اطلاعات هم هنوز روشن نیست.

در این باره این مطلب را بخوانید: ایجاد پیامرسانی با ۵۰ میلیون کاربر از خدمات پایه شبکه ملی است

پیامرسان، شبکه اجتماعی، موتور جست و جو، سیستم عامل، ایمیل و بسیاری از پروژه های مشابه به سرانجام مشخصی نرسیدند

در ساختار طراحی شبکه ملی اطلاعات دیده شده که با توجه به اینکه پیامرسان ها و شبکه های اجتماعی به عنوان یکی از مهم ترین نیازهای ارتباطی کاربران، به زیست بومی برای توسعه خدمات و کسب و کارها نیز تبدیل شده اند، شکل گیری حداقل یک پیامرسان اجتماعی با ظرفیت ۵۰ میلیون کاربر فعال و با امکان کسب سهم از کاربران منطقه و بین المللی از اقدامات ضروری در حوزه خدمات پایه شبکه ملی اطلاعات است. به این ترتیب طراحان شبکه ملی اطلاعات هم بر ضرورت داشتن پیامرسان داخلی و هم برخورداری از شبکه اجتماعی داخلی تاکید کردند. اما همواره ایده ها و برنامه ها به طور کامل اجرا نمی شوند.

برنامه برای رشد پیامرسان های داخلی بسیار بود؛ اما در عمل چندان موفقیت آمیز نبودند

پیامرسان داخلی، به بلوغ نرسیده، پیر شد

در همه سال های گذشته، بحث قدیمی شبکه های اجتماعی و پیامرسان های داخلی، روی کاغذ و در اخبار پررنگ تر از واقعیت بوده است.

نتیجه چندین سال برنامه ریزی و حمایت برای پاک کردن پیامرسان های داخلی، بیش از آنکه نتیجه عملی داشته باشد، پرونده های کاغذی را قطور کرده و در صفحات اخبار پرتکرار شده است.

با این اوضاع هم اکنون، از جمع پیامرسان مورد تایید وزارت ارتباطات شامل بله، بیسفون، سروش، ویسپی، گپ و آی گپ که بنا بود از سال ۹۷ جایگزینی برای تلگرام باشند، برخی تعطیل شدند، برخی باقی مانده اند و برخی هم به تازگی به این بازار اضافه شده اند. اما همه کسب و کارهایی که امروز در بازار پیامرسان داخلی حضور دارند، با جامعه محدودی از کاربران و سختی هایی برای پذیرفته شدن در جامعه، مواجه هستند و از این رو برای موفقیت کسب و کار خود هر یک این راه سخت را با ایده منحصر به خودشان ادامه می دادند.

صاحبان کسب و کارهای مرتبط با پیامرسانی، علاوه بر گلایه از بی توجهی بخش دولتی، به حمایت دولت از رقیب خارجی هم معترض هستند

یکی بر خدمات پرداخت متمرکز شده، دیگری بر خدمات ویدئویی و یکی هم درصدد جلب نظر کسب و کارها و مشاغل است.

در این سال ها هم همواره صدای گلایه از نامهربانی بخش دولتی و حاکمیتی نسبت به این پروژه های مهم و اولویت دار شنیده شده است.

برخی از پیامرسان های بومی مورد تاییدی که قرار بود جایگزین تلگرام شوند، از صحنه رقابت کنار رفتند

آیا هنوز هم نیاز به پیامرسان داخلی وجود دارد؟

تکرار چند ساله موضوع ضرورت داشتن پیامرسان های داخلی بدون اینکه نتیجه مشخصی داشته باشد، باعث کهنه شدن بحث و شاید کم اهمیت شدن و از نظر دور ماندن آن شد. برخی می پرسند آیا هنوز هم نیاز به پیامرسان داخلی وجود دارد؟

با توجه به اهمیت روز افزون، فضای مجازی در حکمرانی کشور ها، شاهد هستیم که توجه کشورها به مسائل ملی در حوزه فضای مجازی در حال افزایش است.

پیامرسان و شبکه اجتماعی یک لایه مهم از فناوری است که نه تنها زمان آن نگذشته، بلکه اتفاقاً تازه آغاز شده است

یکی از این موارد، شبکه های اجتماعی این است که به نوعی زمین بازی شهروندان در فضای مجازی هم محسوب می شود. شبکه های اجتماعی علاوه بر بعد اجتماعی محسوس، دارای ابعاد متعدد فرهنگی، اقتصادی و سیاسی هستند و از این رو می توانند از ابعاد گوناگونی بر جوامع تاثیر داشته باشند.

پس پیامرسان و شبکه اجتماعی یک لایه مهم از فناوری است که اتفاقاً نه تنها زمان آن نگذشته، بلکه تازه آغاز شده و از این پس زوایا و کاربردهای جدید و بیشتری از این فناوری نمایان خواهد شد.

بنابراین پروژه پیام‌رسان داخلی، طرحی نیست که به اتمام برسد. به همین دلیل است که می‌بینیم کشورها به تدریج قوانین ویژه خود را برای مدیریت بهتر حضور شهروندان خود در شبکه‌های اجتماعی و همچنین حضور مطلوب تر شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی شهروندان وضع می‌کنند. در این باره بخوانید: توییت در ترکیه، دفتر حقوقی تاسیس می‌کند

کشورها دیگر به حضور پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی کشورشان بی اهمیت نیستند

۴ ابزار لازم که برای ساختن پیام‌رسان داخلی نداریم

اما برای حمایت از پیام‌رسان‌های داخلی در عمل چه کارهایی لازم بود و امروز برای داشتن این ظرفیت در کشور، به چه پیش نیازهایی نیاز داریم؟

بیشترین و خبر ساز ترین حمایتی که وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات از پیام‌رسان‌های داخلی کرد، اختصاص وام ۵ میلیارد تومانی بود که در رسانه‌ها هم بسیار خبرساز شد. اما این حمایت هرگز نتوانست گره کار پیام‌رسان‌های داخلی را باز کند. زیرا به گفته همه کارشناسان و متخصصان امر، پروژه‌هایی مانند پیام‌رسان، موتور جست و جو یا ایمیل، هیچ گاه با توان مالی و فنی محدود یک شرکت اجرایی نخواهند بود.

تجربه‌های جهانی نشان می‌دهند که برای داشتن پیام‌رسان داخلی، به حداقل‌هایی نیاز داریم که تا فراهم نشوند، گره کار پیام‌رسان بومی باز نمی شود

تجربه‌های جهانی نشان می‌دهند که به طور مشخص برای ساختن پیام‌رسان داخلی، به حداقل‌هایی نیاز داریم که این پیش نیازها را در مورد خلاصه می‌کنیم:

خدمات رایانش ابری (Cloud Computing). رایانش ابری یا به اشتراک گذاری محتوا بستر شبکه، بستری است که وظیفه نگهداری اطلاعات و اجرای برنامه‌های مختلف را برای دارنده اطلاعات انجام می‌دهد.

در حال حاضر سرورهای ابری در کشور گران است که برخی استفاده از آنها را به صرفه نمی دانند و برخی‌ها هم از نظر پایداری سرویس به آن اطمینان ندارند. بازیگران بازار خدمات رایانش ابری هم محدود هستند. در نتیجه وضعیت به گونه ای است که دارندگان سرویس‌های پیام‌رسانی و شبکه اجتماعی ترجیح می‌دهند که سرورهای مورد نیاز خود را به صورت فیزیکی و اختصاصی تهیه کنند. اما به طور کلی توسعه خدمات رایانش ابری با کیفیت، به مرور هزینه راه اندازی و اداره انواع کسب و کارهای ارائه دهنده خدمات داده ای و کاربر محور را کاهش خواهد بود.

موضوع دوم، نحوه به دست آمدن درآمد در ساختار شرکت ارتباطات زیرساخت و وزارت ارتباطات است. فروش اینترنت بین الملل بخش مهمی از درآمدها در این ساختار را تشکیل می‌دهد که با ذات تمایل برای داخلی شدن ترافیک در پیام‌رسان‌های داخلی در تضاد است.

پیش نیاز سوم، تعیین تکلیف مسئولیت محتوا در پلتفرم‌های داخلی است. در حال حاضر مسئولیت محتوای منتشر شده در پلتفرم روی دوش پلتفرم است و نه کاربر. در این شرایط وقتی هر محتوایی بدون محدودیت در پیام‌رسان خارجی در دسترس است، وقتی به پیام‌رسان داخلی حق انتشار آن محتوا را نمی دهیم، در واقع زمین بازی را به سمت رقیب خارجی شیب داده ایم.

نیاز آخر، ضرورت ملی و کلان دیدن پروژه‌هایی مانند پیام‌رسان و برنامه ریزی و حمایت در سطح کلان برای آنها است. وقتی پروژه ای با اولویت ملی دیده شود، طبیعی است که ابعاد کار روی آن از سطح یک شرکت با اختیارات و توان محدود فراتر می‌رود و زمینه بیشتری برای رشد پروژه فراهم می‌شود. تاکنون شرکت‌های پیام‌رسان، در حد توان خود، این فناوری را وارد کرده اند، توسعه داده اند و تا حد امکان بومی کرده اند. نهادهای حامی بخش علمی کشور مانند معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری می‌تواند فناوری پیام‌رسان‌ها را جز فناوری‌های سطح بالا محسوب کند و حمایت‌ها و جایزه‌هایی برای توسعه این فناوری در نظر بگیرند. با این اقدامات امکان توسعه فناوری پیام‌رسان به صورت بومی افزایش می‌یابد تا از حالت واردات فناوری خارج شود.

در نهایت در صورت فراهم شدن این پیش نیازها، در شرایط مطلوب انتظار می‌رود که در عرصه رقابت عادلانه و بدون انحصار، در نهایت یک یا ۲ پیام‌رسان و شبکه اجتماعی در سطح ملی و سراسری مطرح شوند، زیرا بدیهی است که جامعه آماری محدود و سرگردانی کاربر در چندین شبکه، به نفع هیچ یک از شرکت‌های موجود نیست.