گزارش خبر
NEWSREPORT
کد خبر: ۴۵۱۵۱۵
شنبه ۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۰ ۹:۴۵

نبود شبکه ملی اطلاعات کجا خودش را نشان می دهد؟

نتیجه چند سال برنامه‌ریزی و حمایت برای پاگرفتن پیام‌رسان داخلی، بیش از آنکه نتیجه عملی داشته باشد، به پرونده‌های کاغذی قطور ختم شده است. اما چه پیش‌نیازهایی لازم است که طرح عملی نمی‌شود؟

به گزارش خرنگاران گروه علم و فناوری گزارش خبر، چند سال پیش زمانی که بحث شبکه‌های 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 می‌شود و هرچه جلوتر آمده‌ایم و پیام‌رسان‌ها نقشی کلیدی‌تر 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.
نبود شبکه ملی اطلاعات کجاها خودش را نشان می‌دهد؟
پیام‌رسان‌های 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 وجو، سیستم عامل، ایمیل و بسیاری از پروژه‌های مشابه به سرانجام مشخصی نرسیدند

در ساختار طراحی شبکه ملی اطلاعات دیده شده که با توجه به اینکه پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین نیازهای ارتباطی کاربران، به زیست بومی برای توسعه خدمات و کسب‌وکارها نیز تبدیل شده‌اند، شکل‌گیری حداقل یک پیام‌رسان اجتماعی با ظرفیت ۵۰ میلیون کاربر فعال و با امکان کسب سهم از کاربران منطقه و بین‌المللی 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 پیام‌رسان‌های داخلی بسیار بود؛ اما در عمل چندان موفقیت آمیز نبودند
پیام‌رسان داخلی، به بلوغ نرسیده، پیر شد
در همه سال‌های گذشته، بحث قدیمی شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های داخلی، روی کاغذ و در اخبار پررنگ تر از واقعیت بوده است.
نتیجه چندین سال برنامه‌ریزی و حمایت برای پا گرفتن پیام‌رسان‌های داخلی، بیش از آنکه نتیجه عملی داشته باشد، پرونده‌های 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 می‌دادند.

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 وکارها و مشاغل است.
در این سال‌ها هم همواره صدای گلایه از نامهربانی بخش دولتی و حاکمیتی نسبت به این پروژه‌های مهم و اولویت دار شنیده شده است.
برخی از پیام‌رسان‌های 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 پیام‌رسان‌های داخلی بدون اینکه نتیجه مشخصی داشته باشد، باعث کهنه شدن بحث و شاید کم اهمیت شدن و از نظر دور ماندن آن شد. برخی می‌پرسند 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 اتفاقا تازه آغاز شده است

یکی از این موارد، شبکه‌های اجتماعی این است که به نوعی زمین بازی شهروندان در فضای مجازی هم محسوب می‌شود. شبکه‌های اجتماعی علاوه بر بعد اجتماعی محسوس، دارای ابعاد متعدد فرهنگی، اقتصادی و سیاسی هستند و از این رو می‌توانند از ابعاد گوناگونی بر جوامع تاثیر داشته باشند.
پس پیام‌رسان و شبکه اجتماعی یک لایه مهم از فناوری است که اتفاقا 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 شهروندانشان وضع می‌کنند.
در این باره بخوانید: توییتر 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، پروژه هایی مانند پیام‌رسان، موتور جست وجو 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 حداقل هایی 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 طورکلی 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 پروژه هایی 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 جایزه هایی برای توسعه این فناوری در نظر بگیرند. با این اقدامات امکان توسعه فناوری پیام‌رسان به صورت بومی افزایش می‌یابد تا از حالت واردات فناوری خارجی 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.