

گروگانی به نام بی طرفی شبکه



«احمد شریف پور»

برخی دیگر از آی‌اس‌پی‌ها (نظیر OVH در فرانسه) سعی می‌کنند در چنین شرایطی با تضمین بی طرفی کامل شبکه، سهم بیشتری از مشتریان را نصیب خود کنند. این که نتیجه این اقدامات Free چه خواهد شد، بستگی به واکنش مقامات دولتی و حتی سیاست‌های گوگل دارد. اگرچه بعید است که شرکتی مانند گوگل حاضر شود برای اصلی‌ترین منبع درآمدش یعنی تبلیغات حاضر به مصالحه شود. اهمیت این موضوع برای کاربران و سایت‌های فرانسوی هم به حدی است که فلور پلرین (Fleur Pellerin) وزیر نوآوری و اقتصاد دیجیتال فرانسه قصد دارد نشستی را با حضور نمایندگان Free و سایر منتشر کنندگان محتواهای دیجیتال برگزار کند تا حل این مشکل روند سریع‌تری به خود بگیرد. زمانی در ماهنامه شبکه با انتشار پرونده‌ای از «باغ‌های محصور» و سخن گفتیم. شرکت‌هایی که خدمات خود را به جای بستر معمول وب، تنها از طریق برنامه‌ها و اپ‌های خاصی ارائه می‌کنند که «بان» نیستند و آن را تهدیدی برای اصالت و هویت وب دانستیم. بستری که از ابتدا قرار بوده آزاد و بان، برای همه در دسترس و بی طرف باشد. اما اکنون خطر دیگری این ویژگی‌های ذاتی وب را تهدید می‌کند که رفع آن یا حتی مبارزه با آن بسیار دشوارتر به نظر می‌رسد، چراکه این بار گره کار به دست همان کسانی است که دسترسی به وب را برای ما فراهم می‌کنند. راه حل شاید این بار، آن هم با در نظر گرفتن عطشی که ما برای کیفیت‌های بالا و بالاتر ویدیو و ویدیوهای سه بعدی داریم، تنها با تلاش‌های گوگل و شرکت‌های مشابه‌اش برای عرضه فرمت‌های فشرده‌تر به نتیجه نرسد. شاید باید دوباره به اصول پایه‌ای و اساسی برگردیم که اینترنت و وب را برای ما شکل داده‌اند، حتی اگر به زیان ما باشند.

این مشکل به خصوص از زمانی جدی‌تر شد که کاربران به آپلود و تماشای ویدیو از طریق شبکه اینترنت روی آوردند. آمارها نشان می‌دهد که اکنون بیشتر ترافیک شبکه اینترنت به ویدیو مربوط است و سیسکو پیش‌بینی کرده است که در سال ۲۰۱۲ سهم ویدیو از کل ترافیک اینترنت به ۹۰ درصد برسد. چنین سهم عظیمی در ترافیک انتقالی شبکه باعث می‌شود که برخی شرکت‌های فراهم‌آورنده دسترسی شبکه سیاست‌هایی را برای کاهش این بار سنگین پیاده کنند. مثلاً مشتریان Free پیش از این نیز از کند بودن سایت اشتراک ویدیوی گوگل شکایت داشتند. کار تا جایی بالا گرفت که حتی مقامات دولتی هم برای بررسی این ادعا وارد ماجرا شدند.

اما این بار Free به جای هدف گرفتن «ویدیو» منبع انتشار آن را هدف گرفته و با این کار در واقع با گوگل وارد جنگ شده است. جنگی که گروگان آن «بی‌طرفی» شبکه است. صحت این ادعا به سادگی با مشاهده ایمیلی که توسط خاویر نیل (Xavier Niel) نایب‌رئیس ارشد Iliad شرکت مادر (Free) در پاسخ به یکی از ژورنالیست‌های فرانسوی نوشته شده است، امکان‌پذیر است. او در این ایمیل به توییت‌های یک ژورنالیست فرانسوی دیگر به نام استفانی سومیر اشاره کرده است. سومیر در یکی از توییت‌هایش می‌گوید: «به یقین نیل نمی‌خواهد برای همیشه تبلیغات را بلوک کند. جنگ نمی‌تواند یک وضعیت یا استراتژی دائمی باشد. تنها هدف این است که این بار Free قاعده بازی را تعیین کند.» از دید Free و دیگر آی‌اس‌پی‌ها، گوگل و شرکت‌های مشابه آن فراهم‌کنندگان سرویس‌های رایگانی هستند که سود سرشاری را از ترافیک فراهم شده توسط آی‌اس‌پی‌ها نصیب خود می‌کنند و این آی‌اس‌پی‌ها هستند که باید هزینه ترافیک سنگین محتوای ویدیویی را بپردازند. البته

شرکت Free دومین ISP بزرگ فرانسه است. این شرکت ارائه‌دهنده خدمات اینترنت، در اقدامی ناگهانی با راه‌اندازی سیستمی فراگیر و خودکار، «تمام تبلیغات» صفحات وب را حذف کرده است. این سرویس در حال حاضر تنها روی دستگاه‌های Set-Top-Box شرکت فعال شده است و روی تجربه کاربری مشترکان سایر خدمات این شرکت (مثلاً ADSL) هیچ تأثیری ندارد.

چند نکته در مورد این اقدام جالب توجه است. نکته نخست این که Free چگونه توانسته است یک شبه (بدون آزمایش و خطا و نسخه‌های آلفا و بتا) سیستمی جامع و یکپارچه برای حذف تبلیغات از کل سایت‌های اینترنتی پیاده‌سازی کند؟ چنین کاری حتی در سمت کاربر با انواع و اقسام افزونه‌ها و نرم‌افزارهای بلوک‌کننده با راندمان بالایی عملی نیست.

نکته دیگر این که اگرچه همه ما کم‌وبیش از نمونه‌های مختلفی از تبلیغات، چه به لحاظ محتوا چه نوع و میزان استفاده آورده شده‌ایم، اما از سوی دیگر می‌دانیم که وجود و حضور این تبلیغات برای تداوم فعالیت بسیاری از سایت‌ها و همین‌طور کسب و کارها الزامی است. به همین دلیل فکر می‌کنم رفتار خودخواهانه این ISP فرانسوی را نپسندیم.

اما این تنها پوسته قضیه است. آنچه بیش از همه این‌ها ارزش نگرانی و توجه را دارد، قربانی شدن مفهومی به نام بی طرفی شبکه است. بی طرفی شبکه یا Net Neutrality، یکی از مهم‌ترین بحث‌هایی است که با نفوذ بیش از پیش اینترنت در زندگی روزمره جدی و جدی‌تر می‌شود. آیا فراهم‌آورندگان خدمات دسترسی به شبکه، اجازه دارند بر اساس محتوایی که کاربر مصرف می‌کند، کیفیت، سرعت یا نرخ تعرفه‌های‌شان را تغییر دهند یا خیر؟