خبرها

اخبار ترافیک روی سایت

ایرنا: سایت گوگل اعلام کرد که این شرکت از چند روز قبل برای کاربران تلفن های همراه در بیش از ۳۰ شهر کشور آمریکا خدمات جدیدی راه اندازی کرده است که به کمک آن می توان در هر لحظه وضعیت ترافیکی خیابان های مختلف را روی نقشه های نمایش داده شده در صفحه نمایش موبایل، مشاهده کرد.

بنابر این گزارش با کمک خدمات جدید «گوگل مپ»، کاربران می توانند مبدا و مقصد حرکت خود را تعیین کرده و سپس «گوگل» بهترین و خلوت ترین مسیر ممکن برای رسیدن بدان مقصد را به آنها پیشنهاد می کند. در این خدمات نقشه هر شهر در صفحه نمایش تلفن همراه نقش می بندد که خیابان های شلوغ در آن با رنگ قرمز، خیابان های نسبتاً شلوغ با رنگ زرد و خیابان های خلوت به رنگ سبز نمایش داده می شوند. شرکت رقیب «یاهو» نیز در گذشته خدمات مشابهی را ارائه کرده بود با این تفاوت که هم اکنون تنها کاربران رایانه های شخصی قادر به استفاده از آن بوده و کاربران گوشی های موبایل بدان دسترسی ندارند. شرکت «گوگل» هم اکنون خدمات نقشه خوانی ویژه کاربران گوشی های موبایل را تنها در کشور آمریکا راه اندازی کرده اما احتمالاً آن

را در آینده به سایر نقاط جهان گسترش خواهد داد.

«گوگل» پیش از این نیز خدمات متنوع فراوانی را برای کاربران گوشی های موبایل عرضه کرده است که از جمله آنها می توان به نگارش های ویژه موبایل از موتور جست وجو و همچنین خدمات ای میل «جی میل» این شرکت اشاره کرد.

ویژگی گزارش اخبار ترافیک «گوگل» هم اکنون به صورت رایگان در آدرس اینترنتی http://google.com/gmm ویژه نصب در تلفن های همراه ارائه شده است.

پایان وضعیت آزمایشی

بنا به اعلام سایت مایکروسافت این شرکت سرانجام نوارابزار «ویندوز لایو تولبار» (Windows Live Toolbar) خود را از وضعیت آزمایشی خارج کرده و به صورت رسمی منتشر کرد. نوارابزار «ویندوز لایو تولبار» ویژه نصب روی مرورگر «اینترنت اکسپلورر» عرضه شده و تنها در رایانه های مبتنی بر سیستم عامل «ویندوز اکس پی» قابل اجرا است. نوارابزار یا «تولبار» به طور کلی به برنامه نسبتاً کوچکی گفته می شود که به عنوان مکمل مرورگر اینترنتی در رایانه نصب شده و در واقع هدف اصلی آن بهبود تجربه گشت و گذار در اینترنت برای کاربران است.

نوارابزار جدید شرکت مایکروسافت دارای یک قسمت ویژه تایپ کلید واژه هایی است که کاربران خواهان جست وجوی آنها در اینترنت هستند. بدین ترتیب کاربر می تواند در هر وب سایتی که باشد بدون نیاز به مراجعه به وب سایت های موتورهای جست وجو، اطلاعات مورد نیاز خود را در اینترنت جست وجو کند. نوارابزار «ویندوز لایو» برای جست وجوی اینترنت از موتور جست وجوی خود شرکت «مایکروسافت» یعنی «ام اس ان» استفاده می کند. این نوار ابزار جدید به علاوه قابلیت های امنیتی نظیر حفاظت کاربران در برابر وب سایت های فریبنده و جعلی (فیشینگ) و نیز ویروس های اینترنتی ارائه کرده و امکان ذخیره تصاویر، متون و وب سایت های مورد نظر در اینترنت را به سادگی فراهم می آورد. در حال حاضر نوارابزارهای ارائه شده توسط دو شرکت رقیب «یاهو» و «گوگل» در مقایسه با نوارابزار مایکروسافت از محبوبیت بسیار بالاتری برخوردارند به طوری که ۹۶ درصد از جست وجوهای اینترنتی صورت گرفته توسط نوارابزارها، توسط نوارابزار همین دو شرکت صورت می گیرد. طبق آخرین آمارها، کاربران هم اکنون در ۱۲ مورد برای جست وجوی اینترنت به جای مراجعه مستقیم به وب سایت های موتورهای جست وجو، از نوارابزارها استفاده می کنند. درحالی که شرکت مایکروسافت نوارابزار خود را تنها ویژه استفاده در مرورگر «اینترنت اکسپلورر» همین شرکت عرضه کرده، دو شرکت «یاهو» و «گوگل» علاوه بر ارائه نوارابزار برای این مرورگر، نگارش هایی از نوارابزارهای خود را نیز ویژه نصب در مرورگر دارای کد باز و محبوب «فایرفاکس» عرضه کرده اند. علاقه مندان هم اکنون می توانند با مراجعه به وب سایت شرکت «مایکروسافت»، نوارابزار «ویندوز لایو تولبار» را به صورت رایگان از این وب سایت دانلود کنند.

گوگل از یاهو پیشی گرفت

ایلنا: طی ماه مه سال جاری موتور جست وجوگر گوگل با اختصاص ۴۹/۱ درصد کل جمعیت جست وجوگران اینترنتی جهان به خود از سد یاهو گذشت و مقام نخست موتورهای جست وجوگر اینترنتی جهان را به خود اختصاص داد. سهام گوگل از بازار جست وجوی اینترنتی با ۳۴ درصد افزایش نسبت به مدت مشابه سال گذشته به ۴۹/۱ درصد رسید. این در حالی است که این رقم در سایت یاهو با ۲۲/۹ درصد افزایش به ۴۲ درصد رسیده است. پس از گوگل و یاهو سایت های MSN، AOL، ASK.com، My way، won i، Dogpile.com، Erth link و SBC در رده های بعدی ۱۰ موتور جست وجوگر برجسته جهان قرار گرفته اند.

بررسی سایت هایی که به ارائه موسیقی رایگان می پردازند

جنگ نُت روی نت

علی پرند

از زمان تولد اینترنت تاکنون سایه این شبکه عظیم بر سراسر گیتی گسترده تر شده و روز به روز بخش های جدیدتری به مجموعه های تحت پوشش این شبکه اضافه می شود. هر چند در ابتدا سرعت پایین، امکانات نسبتاً محدودی را در اختیار کاربران قرار داده بود اما به تدریج و با افزایش سرعت و کیفیت محصولات نرم افزاری تحت این شبکه عملاً دایره گسترده ای از خدمات و فعالیت ها در اختیار کاربران قرار گرفت. موسیقی به عنوان یکی از جذاب ترین و پرطرفدارترین محصولات فرهنگی بشر بلافاصله پس از افزوده شدن امکان تبادل فایل های صوتی به اینترنت راه پیدا کرد و سایت های متعددی به ارائه موسیقی های متنوع روی شبکه پرداختند. به رغم رشد سریع و مقبولیت اولیه صاحبان صنایع موسیقی از تبادل آزاد و بدون رعایت قوانین کپی رایت و حق تالیف در این شبکه سر به اعتراض برداشتند و جنگ میان صنعت موسیقی و سایت هایی که به ارائه موسیقی رایگان می پرداختند آغاز شد.

■ شکست بزرگ

هفته گذشته اعلام شد که سایت کازا (Kazaa) یکی از مشهورترین سایت های تبادل فایل های رایانه ای پس از پشت سرگذاشتن صدها دعوای حقوقی پرسروصدا قرار است سرانجام به قانونی کردن آثار موسیقی بپردازد. پیش از این کازا با استفاده از نرم افزار محبوب خود توانسته بود ده ها میلیون کاربر اینترنتی را به سمت خود جلب کند. کاربرانی که نرم افزار دانلود فایل را از این سایت دریافت می کردند از این امکان برخوردار هستند که فایل های مختلف موسیقی، تصویر و متن را با کاربران دیگر به اشتراک بگذارند و به این ترتیب روزانه صدها میلیون فایل از این طریق بدون نظارت چندانی بر آن مبادله می شد که بخش عمده آن را فایل های موسیقی تشکیل می داد. سرعت دسترسی به آلبوم های موسیقی در این سایت به اندازه ای بالا بود که بلافاصله بعد از انتشار یک آلبوم موسیقی تمامی فایل های آن به راحتی توسط کاربران مبادله می شد.

کازا اما همچون بسیاری از سایت های قبلی خود نتوانست در برابر صنعت پرقدرت موسیقی دوام بیاورد و هم اکنون توافق کرده تا ۱۰۰ میلیون دلار به عنوان خسارت به صنعت ضبط و پخش موسیقی بپردازد. اخیراً در گزارشی که صنعت موسیقی منتشر کرده بود مشخص شد که تنها طی یک سال گذشته بیش از ۲۰ میلیون قطعه آهنگ به صورت غیرقانونی در اینترنت رد و بدل شده است. این موضوع باعث ضرر و زیان فراوان این صنعت طی سال های اخیر عنوان می شود به طوری که اینترنت هم اکنون مهمترین عامل برای کاهش فروش آثار موسیقی به شمار می رود.

کازا نخستین سایت در زمینه تبادل موسیقی در اینترنت نیست. اما هم اکنون مشهورترین سایت از اینگونه است. پیش از کازا سایت مشهور نپستر نیز عملکردی مشابه کازا داشت. نپستر که به نوعی بنیانگذار تبادل موسیقی در اینترنت به شمار می آید چندین سال قبل به دلیل شکایت صنعت موسیقی مجبور به تعطیل کردن فعالیت های خود شد. نپستر نرم افزاری را در اختیار کاربران قرار می داد که می توانستند توسط آن موسیقی های متعددی را از روی این سایت به کامپیوتر خود منتقل کنند. هر چند نپستر معتقد بود که خود هزینه موسیقی های ارائه شده در این سایت را پرداخته اما سرانجام و پس از یک دعوای حقوقی طولانی دادگاه به دلیل این که نپستر به رغم خرید قانونی حق ارائه آن در سطح وسیع را به دیگران ندارد این سایت را مجبور کرد که نرم افزار خود را مسدود کند. این کار ضربه بزرگی به نپستر زد به طوری که این سایت با ورشکستگی مواجه شده و عملاً فعالیت های خود را در این زمینه متوقف کرد. اما به دنبال نپستر سایت های متعدد دیگری به وجود آمدند که مانند کازا از روش دیگری برای ارائه موسیقی به کاربران استفاده می کردند که کمتر مشکل حقوقی داشته باشد. کازا با ارائه نرم افزار اشتراک فایل عملاً خود را صرفاً در حد یک سایت پشتیبانی کننده از تبادل فایل معرفی کرد و خود به طور مستقیم به ارائه فایل های موسیقی نپرداخت. این کار باعث شد که صنعت موسیقی برای برخورد با این سایت دچار زحمات فراوانی شود. مقامات کازا در پاسخ به اعتراضات مختلف در زمینه تبادل فایل های موسیقی با استفاده از این نرم افزار چنین پاسخ می دادند که کاربران خود اقدام به انتقال غیرقانونی موسیقی می کنند و این سایت مسئولیتی در زمینه اقدام غیرقانونی کاربران ندارد.

■ تعقیب مستقیم کاربران

در ابتدای شکایت ها، سایت کازا تلاش کرد که از طرق مختلف در مسیر حقوقی برخورد با این سایت خلل ایجاد کند. در مواردی حتی این سایت حاضر شد اطلاعات کاربران خود را در اختیار این صنعت بگذارد و یا همکاری هایی با این صنعت برای پیشبرد کار و جلب اطمینان آنها انجام دهد. در یکی از این موارد به ۲۰ میلیون کاربر این سایت در آن زمان یک ماه فرصت داده شد که در مورد دزدیده شدن اطلاعات از رایانه های خود و دیگران تصمیم بگیرند. به این صورت هر کاربری که اقدام به دانلود غیرقانونی موسیقی حتی از کامپیوتر شخص دیگری کند مجرم شناخته شده و تحت تعقیب قرار می گیرد. در ابتدا برای اجرایی شدن این ایده طرح های مختلفی در نظر گرفته شد. یکی از این شیوه ها ارسال یک اسب تراوا موسوم به Altnet به کامپیوتر کاربران به همراه نرم افزار کازا بود.

به گفته کمپانی برلیانت که این طرح را اجرا کرده بود این برنامه پس از اجرا با پردازش التقاطی به جاسوسی در کامپیوتر افراد می پردازد این موضوع سروصدای بسیاری را به پا کرد به طوری که متخصصان علوم رایانه ای در آن زمان واکنش نسبتاً تندی را به آن نشان دادند. بخش عمده این واکنش به آن بازمی گشت که کازا هیچ اطلاعی را درباره وجود نرم افزار جاسوسی در داخل برنامه این سایت به کاربران نداده بود. این موضوع همچنین باعث شد که کمیسیون حفاظت اطلاعات ایالات متحده از مسئولان این شرکت بخواهد تا در این زمینه توضیحات بیشتری را به کنگره این کشور ارائه کنند. نماینده شرکت BDE در مقابل اعضای کنگره حاضر شد و گفت: رایانه های بسیاری در سراسر جهان وجود دارد که از تمام قابلیت های آنها استفاده نمی شود اگر چه کاربران پول زیادی برای فضای رایانه های خود پرداخت می کنند ولی در اغلب موارد از همه آن ها استفاده نمی کنند. از سوی دیگر کمپانی های بزرگ نیز خرج زیادی برای خرید ابررایانه ها متقبل می شوند. نرم افزار Altnet در واقع تلاشی برای نزدیک کردن این دو گروه به یکدیگر است، در آن زمان به نظر می رسید که کازا تلاش می کرد تا از طریق چنین طرح هایی تا حدودی از مخالفت های صنعت موسیقی بکاهد اما به دلیل آنکه چنین طرح هایی عملاً نرم افزار کازا را در برابر چالش های امنیتی بزرگی قرار می داد یک نوع طرح خطرناک به شمار می رفت به طوری که برخی از کارشناسان رایانه ای در آن زمان گفتند: شخصی که بتواند به ۱۵۰ هزار دستگاه رایانه دسترسی و کنترل داشته باشد از قدرت بی مانندی در اینترنت برخوردار است و اگر این میزان به بیش از ۱۰ میلیون رایانه برسد دیگر این قدرت بی حد و حصر خواهد بود.

در همین زمان بسیاری از فعالان حقوق کاربران نیز به این طرح اعتراض کردند و آن را باعث دزدیده شدن اطلاعات محرمانه کاربران دانستند. با این حال کازا نه از چنین طرح هایی سودی برد و نتوانست از مهلکه شکایت صنعت موسیقی بگریزد، به طوری که سرانجام هم اکنون موافقت کرده است بیش از ۱۰۰ میلیون دلار به این صنعت به عنوان ضرر و خسارت بپردازد. آمادگی برای پرداخت چنین خسارتی همچنین نشان دهنده میزان بالای انتقال فایل های موسیقی در اینترنت و کسب سود فراوان این شرکت نیز هست. چراکه گفته می شد این مبلغ درست معادل نیمی از درآمد صنعت موسیقی در یک سال در اروپا است. جان کندی رئیس فدراسیون بین المللی صنعت فونوگرافیک با ابراز خوشحالی از پیروزی که علیه کازا به دست آمده می گوید: ما پیش از این سایت های مشابهی نظیر نپستر را هم کنار زده بودیم و اینک نوبت کازا بود تا تاوان خسارتی را که به این صنعت تحمیل کرده بپردازد.

■ گناه صنعت موسیقی

چهارسال قبل در ادامه بالاگرفتن حجم اعتراضات و شکایت های صنعت موسیقی علیه سایت کازا، این صنعت تصمیم گرفت مستقیماً از کاربرانی که اقدام به اشتراک فایل های غیرقانونی موسیقی می کنند شکایت کند. البته به رغم آن که بسیاری از سایت ها مانند کازا و نپستر را در گسترش غیرقانونی موسیقی در اینترنت مقصر قلمداد می کنند اما انتقاد فراوانی نیز به خود صنعت موسیقی در زمینه فعالیت و حضور در اینترنت و فضاهای جدید وجود دارد. در واقع به رغم آنکه صنعت موسیقی بسیاری از افراد را به دلیل دانلود غیرقانونی موسیقی از یک کامپیوتر دیگر تحت تعقیب قرار داد بسیاری از کارشناسان نسبت به این اقدام اعتراض کرده و صنعت موسیقی را در روی آوری کاربران به این سمت مقصر اعلام کردند. به گفته این کارشناسان این گناه صنعت موسیقی است که در رسیدگی به نیازهای مصرف کننده و همگام شدن با فناوری ها تازه ناکام مانده است. گرد لیونهارد، بنیانگذار و مدیر سابق شرکت اینترنتی licensemusic.com که اکنون شرکت digmarketing.com را تاسیس کرده است در این مورد چنین اظهار نظر می کند، که صنایع موسیقی همچنان به گذشته چسبیده اند. آنها به کندی به تغییرات واکنش نشان می دهند چون نمی خواهند شیوه هایی را که طی نیم قرن گذشته به موفقیت بزرگ آنها منجر شده است رها کنند.

به گفته وی این صنعت همواره با فناوری های تازه مخالفت کرده و سیستمی را دنبال می کند که طی ۵۰ سال گذشته موثر بوده است. مشکل این صنعت این است که چه کسی در آینده از آن بهره مالی خواهد برد؟ کسانی که اکنون از آن پول در می آورند علاقه زیادی به این تغییرات ندارند. وی در مورد سرقت محصولات از اینترنت که صنایع موسیقی از آن می نالند، معتقد است: مشکل این است که تحقیقات خیلی کمی درباره تاثیر این پدیده صورت گرفته است. نه تنها تاثیرات مخرب آن بلکه همچنین این که مصرف کننده هنگام استفاده از این وب سایت ها چگونه رفتار می کند تحقیق نشده است. به گفته وی این صنعت باید در آینده بر ساختن هنرمندان تازه تمرکز کند و برای کاستن از سرقت آثار خود قیمت سی دی و MP3 را کاهش دهد.

وی می گوید: تنها ۱۰ درصد افراد بالای ۳۵ سال هنوز محصولات موسیقی خریداری می کنند و به رغم انفجار در کاربرد MP3 هنوز سی دی بر بازار حاکم است. در مقابل اما آنتونی مورگان مدیر استراتژی آژانس بازاریابی و موسیقی «فروکت» می گوید این صنعت برای تحول خود می کوشد. به زبان دقیق تر باید بگوییم که این صنعت در حال تکامل به سوی یک ساختار جدید است.

وی معتقد است هرچند فروش محصولات کاهش یافته اما در مقایسه با یک دهه قبل بی سابقه است. براساس ارقام تازه فروش محصولات موسیقی در سراسر جهان ۳۲ میلیارد دلار بوده است. به رغم چنین دعواهایی در اینترنت بین صنعت موسیقی و سایت های اشتراک فایل فعالان صنعت موسیقی جریمه هایی را برای خرید و فروش غیرقانونی موسیقی معین کردند. در آن زمان برخی متخصصان اعتقاد داشتند که این کار باعث نتیجه معکوس می شود چراکه ممکن است برخی کاربران و فروشندگان به سراغ شبکه های ناشناخته بروند. این متخصصان موضوع نپستر را مثال می زدند که بلافاصله بعد از کنار رفتن آن کاربران به سراغ سایت های دیگری چون کازا و GROKSTER رفتند. مسئولان صنعت موسیقی همچنین سعی کردند که از طریق شرکت های ISP کاربرانی را که چنین کاری انجام می دهند شناسایی و به دادگاه معرفی کنند. این کار هر چند آغاز شد اما نتیجه مطلوبی نداشت چراکه گاه اشتباهاتی در استفاده کننده اصلی از دستگاه کامپیوتر و شناسایی افراد باعث ناکامی آن می شد. از سوی دیگر بسیاری از شرکت های ISP اعلام کردند که فعالیت کاربران خود را مخفی نگاه می دارند و حاضر به همکاری با صنعت موسیقی به این منظور نیستند. این انجمن چنین کاری را با استفاده از IP کاربران انجام می داد و با شناسایی ای پی فردی که یک موسیقی غیرقانونی را دانلود

کرده وی را از طریق شرکت ISP شناسایی می کرد. انجمن صنعت ضبط موسیقی برای آنکه شرکت های خدمات دهنده اینترنت را به افشای نام کاربران متخلف وادار کند شکایتی را علیه تعدادی از این شرکت ها مطرح کرد و با حکم دادگاه توانست تعدادی از ISPها را به در اختیار قراردادن مشخصات کاربران متخلف وادار کند. چنین برخوردهایی با کاربران چندان هم برای صنعت موسیقی کم هزینه نبود. به جز مخالفت های عمومی با چنین اقداماتی برخی حرکات خرابکارانه نیز علیه این صنعت انجام گرفت. در یکی از این حملات دو کرم مای دوم و نت اسکای به سایت RIAA حمله کردند و کاربرانی را که به این سایت مراجعه می کردند آلوده می ساختند. گفته می شد که دلیل چنین کاری مستقیماً به شکایت این صنعت از کاربران باز می گردد.

■ محبوبیت به خاطر شکایت

سودآوری فروش موسیقی از اینترنت نیز بسیاری از سایت ها را به این سمت کشانده است. در یکی از این اقدامات یاهو به منظور جذب مخاطبان بیشتر و رقابت با سایر شرکت های ارائه دهنده موسیقی روی اینترنت شرکت میوزیک مچ را خریداری کرد و در قراردادی به ارزش ۱۶۰ میلیون دلار یاهو توانست تا در زمینه تجارت سودمند موسیقی دیجیتالی به رقابت جدی تر با شرکت هایی چون اپل در این زمینه بپردازد. میوزیک مچ در زمان خریداری شدن توسط یاهو در فهرست خود ۷۰۰ هزار ترانه موسیقی به ده زبان دنیا را داشت و علاقه مندان می توانستند با پرداخت مبلغ معینی به دریافت ترانه های مورد نظر خود از طریق این سایت بپردازند.

گفته می شد که یاهو با این خرید توانست تعداد مشترکان خدمات موسیقی دیجیتالی خود را از ۱۳ میلیون نفر به ۲۴ میلیون نفر برساند. یاهو در حالی به چنین کاری اقدام کرد که تا سال ۲۰۰۴ کاربران ۱۵۸ میلیون دلار برای خرید فایل های موسیقی از طریق اینترنت پرداخت کرده بودند و گفته می شود تا سال ۲۰۰۹ این میزان به ۸۰۳ میلیون دلار خواهد رسید. هم اکنون شرکت اپل با راه اندازی نرم افزار ای تیونز خود و ارائه دستگاه پخش موسیقی خود آی پاد توانسته رتبه نخست این صنعت را از آن خود کند. اما اپل در این زمینه تنها نبوده است چراکه سایت های مشهوری چون مایکروسافت نیز به سمت و سوی فروش موسیقی کشانده شده اند و گفته می شود با ارائه تازه ترین محصول مایکروسافت در زمینه پخش موسیقی که رقیب آی پاد نیز هست، این شرکت عملاً جایگاه برتری در این عرصه به دست می آورد.

حتی نپستر که در واقع متخلف ترین سایت فروش موسیقی محسوب می شد نیز هم اکنون به عرضه موسیقی قانونی روی آورده است. این سایت پس از بازگشایی مجدد در چند سال قبل یک سیستم اشتراک فایل قانونی را عرضه کرد که کاربران با پرداخت مبلغی معین بتوانند موسیقی مورد نظر خود را دریافت کنند. این کار توسط کمپانی Roxio صورت گرفت که نپستر ورشکسته را به مبلغ ۵ میلیون دلار خریداری کرد تا آن را با شکل و شمایلی قانونی به جهان معرفی کند.

نپستر در واقع بخش عمده شهرتش را مربوط به زمانی می داند که به خاطر شکایتش مجبور به مسدود کردن سایت خود شد. در آن زمان حدود شصت میلیون کاربر اینترنتی از سرویس رایگان نپستر بهره می گرفتند اما با مسدود شدن این سایت به سراغ دیگر سرویس ها رفتند. صاحبان جدید نپستر هر چند از علاقه کاربران به نرم افزار رایگان این سایت مطلع بودند اما به دلیل مشکلات قانونی چاره ای جز ورود به عرصه موسیقی پولی نداشتند ولی تلاش کردند با ارائه ارزان موسیقی توجه بیشتری را به سمت خود جلب کنند و تا اندازه ای آب رفته را به جوی بازگردانند. با این وجود اما رقبایی چون ای تیونز عملاً طی سال های اخیر نپستر و دیگران را عقب نگاه داشته است.

اپل در واقع با آی پاد انقلابی در فروش موسیقی اینترنتی ایجاد کرده است به طوری که در سال گذشته اعلام شد تنها در طول چهار روز در ژاپن این سایت یک میلیون آهنگ فروخته است. نکته مهمی که اپل بر آن انگشت گذاشت ارائه یک پخش کننده موسیقی و تطابق دادن آن با نرم افزار مخصوص است که استقبال غیرمنتظره کاربران در سراسر جهان را موجب شد. اپل تا سال گذشته ۵۵۰ میلیون در ۱۰ کشور جهان به فروش رسانده بود. نکته جالب اینکه شرکت اپل با استفاده از موفقیت های آی پاد و نرم افزار ای تیونز توانست وضعیت خود را در جهان آی تی نیز باثبات کند به طوری که سهم این شرکت در بازار سرمایه به دلیل فروش میلیونی آی پاد به نحو بی سابقه ای افزایش یافت.

در واقع با بروز انقلاب اپل فروش در بازار موسیقی نیز طی دو سال گذشته شش برابر افزایش داشته و از سوی دیگر باعث کاهش فروش سی دی و دیگر اشکال ارائه موسیقی شده است. طی سال ۲۰۰۵ فروش موسیقی ۷۹۰ میلیون دلار سود به سایت های فروشنده واریز کرد و این در حالی اتفاق افتاد که در سال قبل از آن این میزان ۲۲۰ میلیون دلار بود. بازار دیجیتالی موسیقی به خصوص در کشورهایی چون ایالات متحده، انگلستان، ژاپن، آلمان و فرانسه مشهودتر از دیگر نقاط بوده است. این بازار رو به رشد سایت هایی چون آمازون را نیز واداشت تا به این عرصه وارد شوند و به زورآزمایی بپردازند. سایت آمازون که بیشتر به عنوان یک کتابفروشی مجازی بزرگ اینترنتی شناخته شده است سال ها است با مدیران صنعت موسیقی درباره ارائه موسیقی در این سایت مذاکراتی را داشته است و سرانجام سال گذشته تصمیم گرفت تا قدم به این سرزمین جدید پرمنفعت بگذارد.

صفا رشتچی یکی از تحلیلگران ارشد اینترنت در شرکت Piper Jaffray & Co. در این خصوص گفته است که آمازون یکی از شناخته شده ترین مکان هایی خواهد بود که افراد برای خریدن موسیقی به آن مراجعه کنند. همچنین در پی انجام این طرح، آمازون طبیعتاً به کاربران این پیام را خواهد داد که اگر می خواهید این آلبوم را بخرید، می توانید با قیمتی که نشان داده شده آن را دانلود کنید یا عضو شوید. در حقیقت، آمازون به یکی از پررونق ترین مکان های ارائه خدمات دیجیتال تبدیل خواهد شد. اما گام نهادن دراین عرصه مشکلات خاص خود را نیز به دنبال خواهد داشت.

■ ■ ■

موسیقی با چنین وضعیتی امروزه به یک بازار پردرآمد برای برخی از سایت های اینترنتی تبدیل شده است. در واقع هر چند ارائه موسیقی روی اینترنت در ابتدا با شکایت و برخوردهای قانونی همراه بوده و هنوز هم هست ولی به نظر می رسد که این مسیر با گسترش سایت هایی که با قیمت ارزان موسیقی را در اختیار کاربران می گذارند، در حال تغییر است.

آن لاین

سایت یوتیوب پنجره ای به سوی دنیای تصاویر

کیوان باقری

وب سایت یوتیوب (www.youtube.com) ویژه تماشای تصاویر ویدئویی و کلیپ های آماتوری در ماه های اخیر به چنان محبوبیتی در اینترنت دست یافته که به رغم گذشت تنها اندکی بیش از یک سال از ظهور آن هم اکنون شرکت های بزرگ و پرمدعایی نظیر «گوگل»، «یاهو»، «مایکروسافت» و «ای اوال» در زمینه ارائه خدمات ویدئویی در اینترنت در برابر «یوتیوب» به زانو درآمده اند.

یوتیوب YouTube هم اکنون پربازدیدکننده ترین وب سایت ارائه دهنده تصاویر ویدئویی در اینترنت است و طبق آخرین آمارهای جمع آوری شده در حال حاضر کاربران اینترنت روزانه به طور میانگین حدود صد میلیون کلیپ ویدئویی را در این وب سایت تماشا می کنند.

وب سایت یوتیوب که حدود یک سال از عمر آن می گذرد هم اکنون به مهمترین وب سایت ارائه دهنده تصاویر ویدئویی در جهان بدل شده و به یک باره حدود ۲۹ درصد از بازار سرگرمی های تصویری اینترنتی در کشور آمریکا را از آن خود ساخته است.

جدیدترین آمارها نشان می دهند هم اکنون ۶۰ درصد از تمامی تصاویر ویدئویی که به صورت آن لاین تماشا می شوند، به وب سایت «یوتیوب» تعلق داشته که این وب سایت تماشای این تصاویر را به صورت رایگان برای تمامی بازدیدکنندگان ممکن می سازد و کاربران اینترنت برای تماشای این تصاویر بدون نیاز به استفاده و یا دانلود هیچ نرم افزار اضافی، می توانند آنها را به کمک فناوری «فلش» شرکت «آدوب» درون مرورگر اینترنتی خود مشاهده کنند. به غیر از برنامه های تلویزیونی، کلیپ های موسیقی و فیلم های ارائه شده در «یوتیوب»، بقیه تصاویر ویدئویی این وب سایت معمولاً کلیپ های آماتوری کوتاه (در حدود ۲ دقیقه) هستند که افراد عادی و با دوربین های غیرحرفه ای ضبط کرده اند و اغلب از موضوعاتی جالب با سوژه های بسیار متنوع برخوردارند. وب سایت «یوتیوب» امکان دریافت و ذخیره این کلیپ ها را برای بازدیدکنندگان فراهم نکرده و تنها تماشای آنها را در همین وب سایت ممکن می کند و همچنین کاربران می توانند کلیپ های تولیدی خود را برای تماشای سایرین در اختیار این وب سایت قرار دهند.

■ پیدایش یوتیوب

در روز پانزدهم فوریه سال ۲۰۰۵ سه تن از کارکنان خدمات پرداخت اینترنتی «پی پل» شرکت «یی بی» به نام های «چاد هرلی»، «استیو چن» و «جاوید کریم» وب سایت «یوتیوب» را در آدرس اینترنتی www.youtube.com راه اندازی کردند و شرکت دیگری به نام «سکوییا کپیتال» در دو مرحله در نوامبر ۲۰۰۵ و آوریل ۲۰۰۶ در مجموع ۱۱/۵ میلیون دلار برای گسترش وب سایت «یوتیوب» سرمایه گذاری کرد و با آغاز همکاری شبکه های بزرگ تلویزیونی نظیر «ان بی سی» (ژوئن ۲۰۰۶) و «سی بی اس» (ژوئیه ۲۰۰۶) با «یوتیوب» این وب سایت به یک پورتال ویدئویی همه جانبه بدل شد. «یوتیوب» هم اکنون با حدود ۵۰ کارمند و به مرکزیت شهر «سن ماتئو» در کالیفرنیا به یکی از پرشتاب ترین وب سایت های در حال رشد در اینترنت بدل شده به طوری که بر طبق آمار ارائه شده توسط شرکت تحقیقات اینترنتی «الکسیا» سرعت رشد آن حتی از وب سایت اجتماعی مشهور و پرشتاب «مای اسپیس» نیز پیشی گرفته است.

بررسی ها نشان می دهند تنها در ماه ژوئن گذشته ۲/۵ میلیارد کلیپ ویدئویی در وب سایت «یوتیوب» مورد بازدید کاربران قرار گرفته است و هم اکنون روزانه کاربران حدود ۶۵ هزار کلیپ ویدئویی جدید در اختیار این وب سایت قرار می دهند که به کلیپ های قابل مشاهده در «مای تیوب» افزوده می شود.

مسئولین «یوتیوب» در شانزدهم ژوئیه سال جاری اعلام کردند کاربران اینترنت روزانه ۱۰۰ میلیون کلیپ در این وب سایت تماشا می کنند و وب سایت تحقیقات اینترنتی «نیلسن / نت ریتینگز» نیز در آمار جدید خود اعلام کرده است که در هر ماه به طور میانگین ۲۰ میلیون کاربر مختلف از این وب سایت بازدید می کنند.

به گفته کارشناسان اینترنتی، پهنای باند بسیار گسترده ارائه شده توسط «یوتیوب» برای خدمات دادن به میلیون ها بازدیدکننده از تصاویر ویدئویی در این وب سایت احتمالاً ماهیانه هزینه ای در حدود یک میلیون دلار برای گردانندگان «یوتیوب» در بر دارد اما این وب سایت همچنان از کاربران در ازای نمایش تصاویر ویدئویی، پولی دریافت نمی کند و درآمدزایی از طریق جلب آگهی های اینترنتی را نیز تنها از ماه مارس سال ۲۰۰۶ آغاز کرده است.

نشریه معتبر «نیویورک پست» در شماره ۲۳ ماه ژوئیه سال جاری ارزش فعلی وب سایت «یوتیوب» را بین ۶۰۰ میلیون تا یک میلیارد دلار تخمین زده بود.

موفقیت چشمگیر «یوتیوب» بزرگترین شرکت های ارائه دهنده خدمات اینترنتی را نیز به تقلا انداخته به طوری که هر سه شرکت «گوگل»، «یاهو» و «ای اوال» در ماه های اخیر به متحول کردن خدمات ویدئویی خود اقدام کرده اند اما تمامی این اقدامات نیز چیزی از سرعت رشد «یوتیوب» نکاسته است.

شرکت تحقیقاتی «هیت وایز» چندی پیش اعلام کرده بود «یوتیوب» هم اکنون حدود ۳۰ درصد از بازار تصاویر ویدئویی اینترنتی را دراختیار خود گرفته و پس از آن «مای اسپیس» با ۱۹ درصد از سهم بازار کلیپ های اینترنتی در مقام دوم ایستاده و خدمات ویدئویی «یاهو»، «مایکروسافت»، «گوگل» و «ای اوال» در رتبه های بعدی قرار دارند و هرکدام بین ۳ تا ۵ درصد از این بازار را در اختیار خود گرفته اند.