رویداد

ایجاد مرکز تبادل اطلاعات اقتصاد

● **شرق:** مرکز تبادل اطلاعات اقتصاد (FIX) با هدف ایجاد ارتباط بین مراکز اطلاعات اقتصادی و مالی کشور توسط سازمان فناوری اطلاعات راه‌اندازی شد. مرکز تبادل اطلاعات اقتصاد (FIX) ارتباط بین مراکز اطلاعات اقتصادی و مالی کشور را در بستری امن فراهم و استانداردهای لازم را برای تبادل آسان و مطمئن‌تر اطلاعات تعریف و تبیین می‌کند. تبادل اطلاعات بین دستگاه‌ها موجب تسریع در اجرای پروژه دولت الکترونیک می‌شود و ازاین‌رو سازمان‌های اجرائی باید زمینه بهره‌گیری از چنین نوآوری‌هایی را در دستگاه‌های خود فراهم کنند. در چارچوب این طرح، امکان تبادل اطلاعات اقتصادی و مالی سامانه‌های دستگاه‌های دولتی، در قالب‌های استاندارد تعریف‌شده فراهم می‌شود.

وعده وزیر ارتباطات برای ارتباطات بدون مشکل در اربعین حسینی

● **شرق:** به گفته وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات ازدحام ایرانیان مشتاق در کربلای معلا بر ترافیک ارتباطی بین ایران و عراق می‌افزاید؛ به گونه‌ای که در شرایط عادی میزان ترافیک ۱۵۰ هزار دقیقه است، ولی در سال گذشته و در ایام اربعین این ترافیک به ۲.۵ میلیون دقیقه رسید. محمود واعظی دراین‌باره بیان کرد: به طوری که به فاصله یک روز ۶۰۰ هزار دقیقه به میزان عادی ارتباطات روزانه اضافه می‌شود که نیازمند شبکه ارتباطی گسترده‌ای است. او گفت: این تجربه سبب شد تا برای امسال به فکر افزایش ظرفیت در ایام خاص و به‌ویژه در ایام اربعین حسینی باشیم. او افزود: بر اساس رایزنی‌های صورت‌گرفته حدود هزارو ۸۰۰ کانال به کانال‌های ارتباطی بین دو کشور اضافه شد تا زائران مشکلی در امر ارتباطات نداشته باشند.

طراحی سامانه پیشگیری از نشت اطلاعات سازمانی

● **شرق:** محققان در یک شرکت دانش‌بنیان موفق به طراحی سامانه‌ای در راستای جلوگیری از نشت اطلاعات سازمانی شدند. محققان در شرکت دانش‌بنیان «امن‌افزار گستر شریف» موفق به طراحی سامانه‌ای به نام (سامانه پارس‌رایت) شدند که فرایند پیشگیری از نشت اطلاعات سازمانی را بر اساس سیاست‌های امنیتی پیشرفته و با تکیه بر مکانیسم‌های کنترلی یکپارچه از داده‌ها و دارایی‌های سازمان انجام می‌دهد. این سامانه عملیات نظارت مداوم و بلادرنگ از داده‌ها در یک سازمان را به کار می‌گیرد. رویکرد غالب در پیاده‌سازی سامانه پارس‌رایت جلوگیری از آسیب‌های احتمالی از منظر بدافزارها، خرابکاران و مهاجمان در فضای سایبری کشور است. رمزنگاری داده‌های حیاتی سازمان، کنترل درگاه‌های سخت‌افزاری ورودی/خروجی اطلاعات، اعمال سیاست‌های امنیتی برای بهره‌برداری از برنامه‌های کاربردی مجاز/غیرمجاز، تهیه فهرست دارایی‌های سازمان، مدیریت اسناد کاغذی و نظارت بر امنیت آنها با استفاده از مکانیسم‌های «Watermarking» از ویژگی‌های این سامانه به شمار می‌روند.

پیروزی اپل در منازعه حقوقی حق اختراعات

● **فارس:** اپل در یک منازعه حقوقی دیگر بر سر استفاده از برخی حقوق اختراعات ثبت‌شده دیگر مؤسسات به پیروزی رسیده است. شاکی این پرونده ContentGuard Holdings است که زیرمجموعه شرکت Pendrell محسوب می‌شود. بر اساس گزارش تک‌تایمز، ContentGuard که در زمینه مدیریت حقوق دیجیتال فعالیت می‌کند، مدعی شده بود که اپل از پنج حق اختراع ثبت‌شده این شرکت در حوزه مقابله با نقض حریم شخصی بدون کسب مجوز استفاده کرده است. اما دادگاه این ادعاها را رد کرده و می‌گوید اپل از این اختراعات مربوط به مدیریت حقوق دیجیتال در سرویس‌های توزیع محتوای دیجیتال خود استفاده نکرده است. این شرکت در سال ۲۰۱۴ گوگل را هم متهم به نقض چند حق اختراع ثبت‌شده خود کرده بود. اما هر دوی این شرکت‌ها از اتهامات یادشده تبرئه شده بودند.

ثبت شماره شناسه گوشی‌های وارداتی در گمرک

● **شرق:** گمرک ایران اعلام کرد، از پانزدهم آذرماه سال جاری ثبت و دریافت شماره شناسه گوشی‌های همراه وارداتی اجرائی می‌شود. گمرک جمهوری اسلامی ایران در راستای اجرای سیاست‌های کنترل هوشمند ورود کالا به کشور و به منظور تسریع و شفاف‌سازی فرایند واردات تلفن همراه و افزایش دقت در کنترل‌های گمرکی، در نظر دارد نسبت به ثبت و دریافت شماره شناسه گوشی‌های وارداتی اقدام کند. بر این اساس از تاریخ ۱۵ آذرماه امسال علاوه بر اظهارنامه و فهرست عدل‌بندی، ارائه شناسه بین‌المللی تجهیزات موبایل- شناسه بین‌المللی تجهیزات موبایل - (IMEI) توسط کلیه واردکنندگان از طریق سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی الزامی است. همچنین به منظور ارائه تسهیلات بیشتر، به‌زودی امکان بررسی وضعیت گوشی‌های همراه از طریق سامانه پنجره واحد تجارت فرامرزی در اختیار عموم مردم قرار خواهد گرفت.

نویسنده «کم‌عمق‌ها»:

چگونه رسانه‌های اجتماعی سیاست را ویران می‌کنند

ترجمه رضا دانشمندی

نیکلاس کار را، در ایران بیشتر با کتاب «کم‌عمق‌ها؛ اینترنت با مغز ما چه می‌کند؟» می‌شناسیم. این کتاب زمستان سال ۱۳۹۳ منتشر شد. این روزنامه‌نگار و نویسنده آمریکایی که در بیشتر آثارش به رابطه انسان و فناوری و آینده این رابطه می‌پردازد، چندی قبل به بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر انتخابات ریاست‌جمهوری ۲۰۱۶ آمریکا پرداخت. «چگونه رسانه‌های اجتماعی سیاست را ویران می‌کنند» عنوان مقاله اوست که در مجله «پلتیکو» منتشر شد. او در بخشی از مقاله خود می‌نویسد: گفتمان سیاسی‌مان در حال آب‌رفتن است تا به اندازه صفحات تلفن‌های هوشمندمان شود. برای نمونه، اوباما سفرش به آلاسکا و موضوع مهم شرکت در نشستی با موضوع تغییرات آب‌وهوایی و محیط‌زیست، را با انتشار تصویر و متن کوتاهی در اینستاگرام اعلام و به‌سرعت هزاران «لایک» دریافت کرد. اوباما از زمان انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۲۰۰۸ که «انتخابات فیس‌بوک» نامیده شد، در استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای ایجاد ارتباط با مردم پیشتاز بوده است. اما در این دور از رقابت‌ها، نامزد طیف او چیزی ندارد. تد کروز در «پریسکوپ» به صورت زنده ظاهر می‌شود؛ مارکو روبیو در «اسنپ‌چت» فعال است؛ هیلاری کلینتون و جب بوش در توییتر مشاجره دارند؛ رند پل و لیندسی گراهام دستپاچه برای یوتیوب ویدئو تولید می‌کنند. حتی برنی سندرز پیر و بداخلاق، نزدیک به دومیلیون لایک در فیس‌بوک جذب کرده که باعث شد نیویورک‌تایمز او را «سلطان رسانه‌های اجتماعی» بنامد؛ بعد نوبت به دونالد ترامپ می‌رسد: اگر سندرز «سلطان» است، ترامپ «بت‌وار»ست. او نخستین نامزدی است که الگوریتم اخبار گوگل را بهینه کرد. ترامپ در یک توییت معمولی هما عابدین -دستیار کلینتون- را «ریسک امنیتی بزرگی» توصیف و چهار میلیون دنبال‌کننده پیدا کرد. آنچه ترامپ درک کرده این است که بهترین راه تسلط بر گفتمان آنلاین «آگاه‌کردن» نیست، بلکه «تحریک و برانگیختن» است.

تابش ترامپ احتمالا کم‌فروغ می‌شود - فتیله افراد سرشناس آنلاین زود می‌سوزد- اما توان ترامپ برای کنترل برنامه‌ها در تابستانی که گذشته، نکات زیادی درباره پویایی متغیر رقابت‌های سیاسی بیان می‌کند. اگر رسانه‌های سنتی چاپی، رادیو و تلویزیون از نامزدها می‌خواستند «نام» باشند- چهره‌های باثبات و منسجم - رسانه‌های اجتماعی نامزدها را وادار می‌کنند بدل به «فعل» - درگیر فعالیت - شوند. اقتدار و احترام در رسانه‌های اجتماعی انباشت نمی‌شود؛ آنها باید در هر لحظه از نو بازسازی شوند.

آنچه اکنون اهمیت دارد، شخصیتی است که از یک‌سو، به اندازه‌ای بزرگ باشد که توجه‌های همیشه پریشان را برباید و از سوی دیگر، آن‌قدر هم کوچک باشد که در هزاران ظرف رسانه‌ای کوچک بگنجد؛ شخصیتی که به بهترین شکل می‌توان آن را شخصیت «اسنپ‌چت»ی توصیف کرد؛ شخصیتی که در فواصل منظمی و بدون آنکه نیازمند تمرکزی مداوم باشد، ناگهان توجه‌ها را جلب می‌کند. [اسنپ‌چت اپلیکیشنی است که کمتر در ایران شناخته شده است. با استفاده از این برنامه، کاربران می‌توانند به عکس یا ویدئو ضبط‌شده (یا اسنپ) را به فهرست معینی از دریافت‌کنندگان ارسال کنند. البته دریافت‌کنندگان صرفا می‌توانند در یک محدوده زمانی مشخص که کاربر آن را تعیین می‌کند، تصاویر را مشاهده کنند. به بیان دیگر، با پایان این محدوده زمانی، تصاویر مخفی شده و حذف می‌شوند]. رسانه‌های اجتماعی ترجیح می‌دهند پرسروصدا باشند و نه پرمحتوا. همچنین در رسانه‌های اجتماعی به «احساسات‌نمایی» بها داده می‌شود و نه دلیل و برهان. هرچه پیام غریزی‌تر باشد، سریع‌تر به گردش درمی‌آید و تکثیر می‌شود و به مدت طولانی‌تری حواس مردم را به خود جلب می‌کند. رخوت مشابهی گریبانگیر نامزدهای کنونی انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکاست. آنها همچنان از قواعد پخش تلویزیونی تبعیت می‌کنند. آنان تصور می‌کنند تلویزیون موضع گفت‌وگوهای مبارزات انتخاباتی را تعیین می‌کند. آنها ممکن است تیم‌هایی از کارگزاران دیجیتال داشته باشند که تمایل به ارسال پیام‌های آنلاین دارند، اما نامزدها هنوز رسانه‌های اجتماعی را به‌عنوان مکمل پوشش تلویزیونی می‌دانند؛ ابزاری برای تقویت پیام‌ها و تصاویرشان و نه نیروی محرک مبارزات انتخاباتی. سازمان‌های خبری هم برای مطابقت با ظهور یک رسانه جدید مایل هستند آهسته حرکت کنند. تلویزیون، با اخبار روزانه‌اش، ریتمی نمایشی به مبارزات انتخاباتی بخشید. هر روز در مبارزات انتخاباتی، صحنه‌ای از یک درام گسترده‌تر بود که از منازعه به بحران بدل می‌شد و سرانجام به نتیجه می‌رسید. مبارزات انتخاباتی «روایت‌ها»یی بودند که یک طرح کلی یا «خط داستانی» داشتند، اما رسانه‌های اجتماعی متفاوت هستند؛ پیام‌ها و گفت‌وگوهای آنها تکه‌تکه و منقطع است. با وجود این، گزارشگران و کارشناسانی که به عصر تلویزیون تعلق خاطر دارند، همچنان تلاش می‌کنند تکه‌ها و قطعات توییتر و فیس‌بوک را در داستانی خطی قرار دهند.

اینترنت دموکراسی‌ساز است؟

اغلب به ما گفته شده اینترنت نیروی مؤثری برای «ایجاد و تقویت دموکراسی» است و آنچه تاکنون از پوشش رقابت‌های انتخابات ۲۰۱۶ دیده‌ایم، ظاهرا این نکته را اثبات می‌کند. اما ارزشمند است بپرسیم کدام نوع دموکراسی ترویج شده است. علاقه‌مندان اولیه دیجیتال تصور کردند وب با آزادسازی توده‌ها از دست تولیدکنندگان اخبار تلویزیونی و سایر دروازه‌بانان رسانه، سبب‌ساز گفت‌وگوی ملی عمیق‌تری می‌شود و مردم کنترل گفت‌وگو را به‌دست خواهند گرفت. آنلاین می‌شویم تا مواضع مختلف را مطالعه کنیم، به‌دنبال دیدگاه‌های گوناگون می‌رویم و در بحث‌های سیاسی فعالانه شرکت می‌کنیم. ایجاد و تقویت حکومت‌های دموکراتیک با «اینترنت» ایده شیکی بود، البته تصور رؤیایی و غیرواقع‌بینانه طراحان آن را هم از ماهیت انسان و رسانه‌های ارتباطی نشان داد. حتی یک دهه قبل، در روزهای هیجان‌انگیز وبلاگستان، نشانه‌هایی وجود داشت که رسانه‌های آنلاین ذهنیت مردم بیش‌فعال را افزایش می‌دهند. مردم در جست‌وجوی اطلاعاتی که تعصب‌هایشان را تقویت و نظرات متضاد را رد کند، تیترها و مطالب را به‌صورت سطحی مطالعه کردند. گردآوری اطلاعات بیشتر قبیله‌ای بود تا تکثرگرایانه. همان‌گونه که محققان اعلام کرده‌اند، «نویسندگان وبلاگ‌ها تمایل دارند قوم‌وخویشی ایدئولوژیک خود را با هم مرتبط کنند و خوانندگان وبلاگ هم به وبلاگ‌هایی می‌گروند که نظرات آنها را تقویت می‌کرد». شبکه‌های اینترنتی که توسط شرکت‌هایی مانند فیس‌بوک، توییتر و گوگل هدایت می‌شدند، صرفا تنظیم‌کننده پیام‌هایی نیستند که دریافت می‌کنیم. آنها پاسخ‌های ما را نیز تنظیم می‌کنند. آنها از طریق طراحی اپلیکیشن‌ها و رژیم‌های فیلتر اطلاعات، به گفتمان‌های ما شکل می‌دهند. وقتی وارد فیس‌بوک می‌شویم، پیام‌هایی را می‌بینیم که توسط الگوریتم خبری فیس‌بوک تعیین شده است و شیوه‌هایی برای واکنش نشان‌دادن به پیام‌های ما وجود دارد. می‌توانیم روی لینک آنها کلیک کنیم؛ می‌توانیم آنها را با دوستان‌مان به اشتراک گذاریم؛ می‌توانیم اظهارنظر کنیم. می‌توانیم به پیام‌هایی که در توییتر می‌بینیم، پاسخ دهیم، آنها را دوباره ارسال کنیم و بپسندیم و هر فکر و ایده‌ای که بیان می‌کنیم باید به اندازه محدودیت‌های متنی این سرویس (۱۴۰ کرکتر) باشد. اخبار گوگل با تأکید بر اینکه آخرین اخبار دریافتی را دسته‌بندی کرده، مجموعه‌ای از تیترها را به ما ارائه می‌کند و امکاناتی برای اشتراک‌گذاری این تیترها در گوگل‌پلاس، توییتر و فیس‌بوک در اختیار کاربران قرار می‌دهد. تمامی شبکه‌های اجتماعی این نوع محدودیت‌ها را تحمیل می‌کنند، هم بر آنچه می‌بینیم و هم بر چگونگی پاسخی که می‌دهیم. آنها منافع تجاری شرکت‌هایی را نشان می‌دهند که شبکه‌ها و قواعد برنامه‌نویسی نرم‌افزاری را عملیاتی می‌کنند. چون شبکه‌های اجتماعی ارتباطات را آسان و سریع کرده است، کیفیت کلیشه‌ای رسانه‌های اجتماعی به‌خوبی متناسب با شوخی‌هایی است که میان دوستان رخ می‌دهد. کلیک یک نماد قلب ممکن است شیوه کاملی برای داوری درباره ارزش یک سلفی اینستاگرامی (یا حتی یک اسنپ‌شات) باشد، اما زمانی‌که [لایک!] برای سخنان سیاسی به‌کار می‌رود، می‌تواند مهلک باشد. گفتمان سیاسی به‌ندرت از قالب‌ها و روال‌های جدید سود برده است. این گفتمان زمانی ارزشمندترین شکل را خواهد داشت که شامل تأمل و غور دقیق، توجه به جزئیات و اندیشه انتقادی ظریف و نامحدود باشد. شبکه‌های اجتماعی به جای اینکه ما را به این موارد امیدوار کنند، ناامیدمان می‌کنند. سال آینده، در حالی‌که انتخابات ریاست‌جمهوری به فرجام خود نزدیک می‌شود، همه ما - مردم، مطبوعات و خود نامزدهای انتخابات - می‌آموزیم در عصر شبکه‌های اجتماعی، انتخابات چگونه خواهد بود.

امنیت

آیا پیام‌رسان‌های موبایل امن هستند؟

تحقیقات کسپرسکی و مؤسسه B2B International، ضمن هشدار به کاربران درباره استفاده از پیام‌رسان‌های موبایل، امن‌ترین این برنامه‌ها را معرفی کرد. تحقیقات اخیری که توسط کسپرسکی و با نظارت مؤسسه B2B Interlnational صورت گرفته است، نشان می‌دهد ۶۲ درصد مخاطبان فکر نمی‌کنند پیام‌رسان‌های آنلاین امن باشند، ۶۱ درصد اطمینانی به سرویس‌های VoIP (تلفن روی بستر IP) و ۶۰ درصد هم حین یک مکالمه تصویری، این احساس را که محافظت‌شده باشند، ندارند. درعین‌حال ۳۷ درصد کاربران، پیام‌رسان‌های آنلاین را ترجیح می‌دهند، ۲۵ درصد از پیام‌رسان‌های شبکه‌های اجتماعی و ۱۵ درصد به‌طور مداوم از سرویس VoIP استفاده می‌کنند. علاوه بر این، ۱۷ درصد کاربران از ابزارهای الکترونیکی ارتباطاتی برای تبادل داده‌های حساس و خصوصی استفاده می‌کنند. به گزارش «ایتنا»، تحقیقات اخیری که توسط Electronic Frontier Foundation (EFF) صورت گرفته، نشان داده است که اکثریت پیام‌رسان‌های شناخته‌شده دارای سطوح امنیتی بالا نیستند. بالاترین امتیازی که یک پیام‌رسان امن توانسته کسب کند، عدد هفت (از ۱۰) است. متأسفانه، Skype، AIM و Blackberry Messenger صرفا یک امتیاز کسب کرده‌اند و Facebook، Google Hangouts، Viber و Snapchat و Messenger درنهایت دو امتیاز به دست آورده‌اند. نرم‌افزار فراگیر WhatsApp نیز تنها دو امتیاز کسب کرده بود، اما با ارائه پروتکلی که Open Whis-per Systems مطرح کرد و کاملا توسط WhatsApp پشتیبانی می‌شود، می‌توان گفت این پیام‌رسان تکلیف خود را انجام خواهد داد و سطح بالاتری از قابلیت اطمینان در رمزنگاری را به دست خواهد آورد. گروه آتنا در گزارش خود آورده است: تمام پیام‌رسان‌هایی که در بالا معرفی شده است ارتباط را رمزنگاری می‌کنند، اما هیچ‌کدام کلیدهای رمزنگاری را تغییر نمی‌دهند یا هویت طرفین ارتباط را تأیید نمی‌کنند. علاوه بر این، شرکت‌های توسعه‌دهنده قادر هستند اطلاعات خصوصی شما را بخوانند. همچنین، با توجه به اختصاصی‌بودن کد برنامه‌ها، حفره‌های امنیتی تنها می‌تواند توسط کارمندان شرکت مربوطه کشف و وصله شوند. از میان تمام پیام‌رسان‌های محبوب و شناخته‌شده، تنها دو مورد یافت شدند که به طور قابل‌قبول امن هستند: Apple iMessage که امتیاز چهار را کسب کرده و Telegram که امتیاز پنج را به دست آورده است. درباره Telegram هم می‌توان گفت، آنها نیز شروع به خواندن اطلاعات کاربران خود کرده و کانال‌های ناخواسته (کانال‌هایی که ارتباط تنگاتنگ با سازمان‌های تروریستی دارند) را مسدود می‌کنند. درحال‌حاضر تنها یک برنامه مکالمه تصویری محبوب و درعین‌حال امن وجود دارد؛ Apple Facetime که امتیاز چهار را کسب کرده است. بنابراین، آیا این به آن معناست که عملا هیچ پیام‌رسان امنی وجود ندارد؟ درواقع مواردی وجود دارند اما به‌وفور مورداستفاده قرار نگرفته‌اند. آیا درباره Signal، CryptoCat، Chatsecure یا SilentText چیزی شنیده‌اید؟ احتمالا خیر؛ اما این موارد قهرمانان رتبه‌بندی EFF بوده‌اند. برخی پیام‌رسان‌های دیگر که از لحاظ شهرت یکسان هستند، مانند OTR (توسط Adium و Pidgin (Retroshare و Subrosa امتیاز شش را کسب کردند. سرویس‌های امن VoIP نیز وجود دارند. در این میان می‌توان به RedPhone و Silent Phone اشاره کرد که بالاترین امتیاز را کسب کردند و همچنین Jisti که امتیاز شش را به دست آورد. یک پیام‌رسان امن واقعی تنها به رمزنگاری بسنده نمی‌کند. چنین برنامه‌هایی از کلیدهای رمزنگاری پویا استفاده می‌کنند. در نتیجه یک مهاجم قادر نخواهد بود با یافتن کلیدها، اطلاعات را به دست آورد. همچنین، اگر پیام‌رسان مبتنی بر کدهای متن باز باشد مزیتی خواهد داشت که اجازه می‌دهد جامعه کاربران باگ‌ها و حفره‌های امنیتی را تشخیص دهند و آنها را مرتفع کنند. علاوه بر این، با استفاده از این روش، توسعه‌دهندگان این خدمات قادر نخواهند بود به اطلاعات خصوصی دسترسی داشته باشند که در حقیقت طراحی کاربر به‌طور «private» بنا نهاده می‌شود. بنابراین اگر تصمیم گرفتید چیزی بسیار سری را روی بستر پیام‌رسان‌های آنلاین به اشتراک بگذارید، ما به شما پیشنهاد می‌کنیم به مخاطب خود هشدار دهید که از ابزارهای کمتر شناخته‌شده و امن‌تر استفاده کند. به طور کلی، استفاده از پیام‌رسان‌ها اثبات می‌کند که مردم در مواجهه با حریم شخصی خود خیلی سهل‌انگار هستند. اکثریت مردم ترجیح می‌دهند خود را وابسته به یک گزینه شناخته‌شده‌تر و راحت‌تر کنند بدون اینکه سطح امنیتی و شخصی‌سازی تضمین‌شده را در نظر بگیرند. درست مانند افرادی است که هر جا راحت هستند از خیابان عبور می‌کنند و خود را به‌سختی نمی‌اندازند تا از روی خط عابر پیاده بگذرند.

بازار

۴/۷ اینچ، محبوب‌ترین اندازه گوشی هوشمند

مؤسسه DeviceAtlas هرساله به ارائه آمار و ارقام جدیدی درباره میزان محبوبیت تلفن‌های هوشمند از جنبه‌های مختلف می‌پردازد و در تازه‌ترین گزارش این مؤسسه مشخص شده که ابعاد و رزولوشن آیفون۶ و ۶ اس محبوب‌ترین اندازه و رزولوشن برای تلفن‌های هوشمند هستند. اگر هنوز بر سیطره اپل بر بازار تلفن‌های هوشمند شک دارید، شاید گزارش جدید DeviceAtlas نظر شما را تغییر دهد. گزارش جدید این مؤسسه که کارش تهیه آمار و ارقام مختلف درباره ابزارهای هوشمند است، اطلاعات متنوعی دارد که در بین آنها، چیزی که بیش از بقیه جلب نظر می‌کند، ابعاد نمایشگر (و رزولوشن) تلفن‌ها و میزان محبوبیت آنها در جای‌جای جهان است. بر اساس گزارش زومیت، این اطلاعات از طریق وب جمع‌آوری شده‌اند و گزارش DeviceAtlas حکایت از این دارد که با وجود آنکه نمایشگرهایی با ابعاد بزرگ‌تر از پنج اینچ در حال محبوب‌شدن هستند، اندازه ۴.۷ اینچ هنوز محبوب‌ترین اندازه برای تلفن هوشمند است. برای این موضوع هم فقط یک توضیح وجود دارد و آن چیزی نیست جز آیفون۶ و آیفون۶ اس. بر همین اساس محبوب‌ترین رزولوشن نمایشگر نیز ۱۳۳۴ در ۷۵۰ پیکسل است که فقط می‌توانید آن را در آیفون‌های اپل ببینید. دومین اندازه محبوب نمایشگر تلفن هوشمند، پنج اینچ و رزولوشن محبوب دیگر ۱۹۹۰ در ۱۰۸۰ پیکسل یا همان نمایشگر فول اچ‌دی است. بسیاری از پرچم‌داران محبوب اندرویدی رزولوشن Quad HD یا ۱۴۴۰ در ۲۵۶۰ دارند و این موضوع باعث افزایش محبوبیت این رزولوشن شده است. در کشورهایی چون ایالات متحده، محبوبیت این رزولوشن کمتر از ۱۰ درصد است، درحالی‌که در کشور هند این میزان به ۱۲ درصد می‌رسد. بهترین بازار برای فبلت‌ها (تلفن‌هایی با نمایشگر ۵.۵ اینچ و بالاتر) نیز کشور آمریکا است.

بازتاب

گام‌به‌گام با هوآوی در بازار تلفن هوشمند

● براساس گزارش‌های آماری مؤسسه IDC، هوآوی در سه ماهه دوم سال ۲۰۱۵ سهمی برابر با ۸.۷ درصد از فروش جهانی موبایل را در اختیار خود داشته است. این سهم در دوره سه‌ماهه مشابه در سال ۲۰۱۴ برابر با ۶.۷ درصد بوده و برای دوره مشابه در سال ۲۰۱۳، صرفا ۴.۳ درصد بوده است. حال سؤال اصلی این است که در آینده نزدیک، چه سرنوشتی در انتظار این شرکت خواهد بود، آیا باز هم به بالارفتنش ادامه می‌دهد یا درنهایت روزی خواهد رسید که نام چندانی از آن نماند؟ برای چندین دوره سه‌ماهه مالی، سامسونگ با کاهش سود مواجه بود، اچ‌تی‌سی تا مرز ورشکستی پیش رفته، موتورلا به برند چینی لنوو فروخته شده و سونی هم تلاش می‌کند بخش موبایل خود را دوباره سودآور کند. این در حالی است که هوآوی از راه رسیده و به‌خوبی توانسته برخلاف این موج حرکت کرده و فروش جهانی‌اش را نیز بالا ببرد. این سازنده تاکنون از چندین استراتژی متفاوت استفاده کرده و همین موضوع باعث شده اکنون قادر به کسب چنین رشدی شود. در ابتدای راه، هوآوی به سراغ تولید موبایل‌های ارزان‌قیمت و اقتصادی رفت تا بدین‌شکل بتواند نام خود را بر سر زبان‌ها اندازد. سپس نوبت به تولید میان‌رده‌ها رسید و اکنون تجربه این سازنده به جایی رسیده که می‌تواند محصولات مرغوب را نیز تولید کند. به‌طور مشخص، هوآوی پیکان را به سمت بخش بالایی بازار نشانه گرفته ولی دراین‌بین، سایر بخش‌ها را نیز به شکل کامل به دست فراموشی نسپرده است. به گزارش دیجیاتو، هوآوی موبایل‌هایش را در سراسر کره‌زمین و ۷۰ کشور به فروش می‌رساند اما بر چین، خاورمیانه، آمریکای‌لاتین و آفریقا تسلط خاصی دارد. دراین‌میان با استفاده از کمپین‌های تبلیغاتی، توانسته فروش خود را در قاره اروپا نیز بالاتر از پیش ببرد. این سازنده در بیشتر نقاط جهان تولیداتش را به فروش می‌رساند اما هدف بزرگ بعدی‌اش، ایالات متحده است. در سال ۲۰۱۲، نیویورک‌تایمز گزارش داده بود محصولات برند مورد بحث، مشکلات امنیتی دارند، چراکه رابطه هوآوی با دولت چین بسیار نزدیک است و چینی‌ها تصمیم دارند این‌گونه از ایالات متحده جاسوسی کنند. همین خبرها باعث شدند فروش این برند در آمریکا کاهش پیدا کند. بسیاری از کاربران در سراسر جهان چندان به برندهای چینی اعتماد نمی‌کنند، به‌ویژه زمانی که پای خرید موبایلی گران‌قیمت و مرغوب در بین باشد که قرار است دست‌کم برای یک الی دو سال، نقش اصلی‌ترین گجت آنها را بازی کند. البته نباید فراموش کرد همکاری گوگل و هوآوی، صرفا به نفع برند چینی نبوده. پیش از این توضیح داده بودیم غول جست‌وجو بیشتر به این دلیل توسعه مرغوب‌ترین نکسوس را به هوآوی سپرده که بتواند دوباره به بازار کشور چین بازگردد. هوآوی نقش بسیار مؤثری در رونمایی از اولین شبکه موبایلی با سرعت یک گیگابیت بر ثانیه بر عهده داشت که از سوی اپراتور Hong Kong Telecom در اختیار کاربران قرار گرفت و عنوان نسل ۴.۵ برایش انتخاب شد. در حوزه سازمانی هم، هوآوی با شرکت Micron همکاری‌های بسیاری دارد و حافظه‌های فلش برای دیتاسنترها را در اختیار مشتریان اروپایی قرار می‌دهد. به چنین شرکتی با این دامنه گسترده از فعالیت‌ها، می‌توان گفت یک غول دنیای فناوری. شاید یکی از دلایل اصلی موفقیت هوآوی در بازار آشفته امروزی، این باشد که شرکت یادشده به شکل خانگی چیپست‌های مجتمعی که در موبایل‌هایش به کار می‌برد را تولید می‌کند. این رویکرد، شباهت بسیاری به تلاش‌های سامسونگ در سال‌های اخیر برای توسعه چیپست‌های سری اگزینوس دارد و شاید در آینده نزدیک، هوآوی تصمیم به فروش پردازنده‌های کایرین به سایر تولید کننده‌ها نیز بگیرد. درهرحال، این هم نقطه‌ای دیگر است که می‌تواند در بازار کنونی، برای هوآوی سودآوری مناسبی را به ارمغان آورد.

نوبت اول

آگهی شناسایی و ارزیابی کیفی پیمانکاران

شماره آگهی: ۸۷۳۴۰۰۳۳

شماره مجوز: ۱۳۹۴.۴۵۳۹

شرکت انتقال گاز ایران
منطقه دو عملیات انتقال گاز

منطقه دو عملیات انتقال گاز درنظر دارد **پروژه انتقال و تصفیه فاضلاب بهداشتی تاسیسات دوراهان (چهارمحال و بختیاری)، دهاقان (اصفهان) و پتاوه (کهگیلویه و بویر احمد)** را پس از ارزیابی کیفی به پیمانکاران دارای صلاحیت واگذار نماید، لذا متقاضیانی که واجد شرایط اعلام شده باشند، می توانند درخواست کتبی خود را به همراه مدارک مورد نیاز جهت اعلام آمادگی حداکثر ظرف مدت ۷ روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم به دفتر امور پیمانها منطقه دوعملیات انتقال گاز ارائه نمایند.

اطلاعات مناقصه:

۱)دستگاه مناقصه گزار : منطقه دو عملیات انتقال گاز ۲)مدت اجراء پیمان : یک سال (۱۲ماه) شمسی

۳)مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : ۲۱/۵۰۰/۰۰۰ ریال ۴)پیمانکار بایستی توانایی ارائة ضمانتنامه حسن انجام تعهدات، ضمانتنامه شرکت در مناقصه، ضمانتنامه پیش پرداخت مطابق با اسناد مناقصه را دارا باشد.

۵)زمان دریافت و برگشت فرمهای استعلام ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه: ظرف مدت حداکثر ۱۴ روز از تاریخ درج شده در اسناد مناقصه

۶)محل دریافت فرمهای استعلام ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه: کیلومتر ۱۷ جاده اصفهان - نجف آباد - منطقه دو عملیات انتقال گاز - امور پیمانها- تلفکس ۳۶۲۸۱۴۱۳- ۰۳۱ (اسناد ارزیابی کیفی و پیشنهاد مالی همزمان توزیع و جمع آوری می گردد)

۷)فرایند مناقصه : یک مرحله ای - ارزیابی کیفی ۸)محل گشایش پاکت های پیشنهاد قیمت: کیلومتر ۱۷ جاده اصفهان - نجف اباد - منطقه دو عملیات انتقال گاز- سالن جلسات

۹)زمان گشایش پاکت ها : متعاقباً اعلام میگردد .

ضمناً هزینه اسناد مناقصه به عهده برنده مناقصه خواهد بود.

شرایط متقاضیان:

● ارایه اصل یا تصویر برابر اصل گواهینامه صلاحیت معتبر حداقل پایه ۵ در رشته های آب یا تاسیسات و تجهیزات از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور یا گواهینامه معتبر از مراجع صلاحیت‌دار در زمینه موضوع پیمان برای دریافت اسناد الزامی است.

● کد اقتصادی، شناسه ملی

● داشتن توان مالی، تجربه مرتبط، حسن سابقه کافی برای اجرای موضوع پیمان

ضمناً آگهي فوق در سايتهاي ذيل نيز قابل مشاهده مي باشد.

WWW . SHANA . IR - WWW . NIGC - NIGTC . IR
WWW . NIGC - DIST2 . IR
http ://iets.mporg.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۴/۰۹/۰۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۴/۰۹/۰۴

روابط عمومی منطقه دو عملیات انتقال گاز ایران