خبرها

نفوذ اسرائیلی‌ها به اینترنت

ایسنا: وزارت خارجه اسرائیل به مبلغان اینترنتی - دیپلمات‌های کارآموز - دستور داده است تا نتایج نظرسنجی‌های آن‌لاین و گردهمایی‌های اینترنتی را در راستای خط مشی اسرائیل تحریف و مخدوش کنند. این یک تلاش سازمان‌دهی شده است که در آن از یک نرم‌افزار ویژه «بلندگو» برای آگاه کردن صدها هزار فعال یهود استفاده شده است تا آنها بتوانند چت‌روم‌ها و وب‌سایت‌های اینترنتی که آزادی بیشتری دارند را در راستای همان جهت‌گیری‌هایی قرار دهند که اکنون بر رسانه‌ها رخنه کرده است.

دولت اسرائیل دستورات و سیاست خود را به گونه‌ای قرار داده است تا حامیان خود را به مقابله با آنچه تعصب غلط و موج تبلیغاتی حامی عرب می‌پندارد، بفرستد. براساس دستور وزارت خارجه اسرائیل به مبلغان اینترنتی، آنها موظفند چت‌روم‌ها و وب‌سایت‌هایی را شناسایی کنند که شبکه‌های گروه‌های آمریکا و اروپا با صدها هزار عضو فعال یهود بتوانند پیام‌های حمایتی بگذارند. طی هفته گذشته حدود پنج هزار تن از اعضای مجمع جهانی دانشجویان یهود اقدام به دانلود نرم‌افزار بلندگو کردند که آنها را نسبت به چت‌روم‌ها و نظرسنجی‌های ضداسرائیلی آگاه می‌سازد و به آنها امکان آن را می‌دهد تا با دیدگاه‌های مخالف در نظرسنجی شرکت کنند.

براساس این گزارش، دانشجویان یهودی که از محیط وب آگاهی دارند، باید دیدگاه‌های مخالف طرف‌های مقابل را اتخاذ کنند. در این نرم‌افزار به دانشجویان یهودی گفته شده است اگر از اسرائیل انتقاد می‌شود، از آن ساده نگذرید، آن را تغییر دهید.

آنچه برای مقامات اسرائیلی اهمیت دارد، این است که حجم بین‌المللی این مخالفت‌ها تعدیل یابد. این نرم‌افزار حتی به گونه‌ای طراحی شده است که در نظرسنجی، یک یهودی می‌تواند با یک فهرست میل در آن شرکت کند؛ به این معنا که در مدت ۱۵ دقیقه یک یهودی با ۴۰۰ رای موافق اسرائیل می‌تواند نتیجه را تغییر دهد.

وزارت خارجه اسرائیل اگرچه به ظاهر خود مستقیماً در تغییر افکار عمومی در اینترنت نقشی ندارد، اما از طریق گروه‌های بین‌المللی یهود اهداف خود را پیگیری می‌کند. رئیس بخش روابط عمومی دفتر وزارت خارجه اسرائیل در این رابطه می‌گوید: اینترنت اکنون شایع‌ترین راه برای ارسال اخبار و شکل‌دهی افکار میلیون‌ها تن در جهان است. مشکل ما این است که رسانه‌ها مصیبت‌های مردم لبنان را به شکل گسترده‌ای انعکاس می‌دهند که این به سود ما نمی‌تواند باشد؛ تغییر افکار عمومی می‌تواند تاثیر بسزایی در تصمیم‌گیری سیاسی داشته باشد.

ایستادن بر قله پربازدیدکننده‌ترین سایت‌های جهان

ایرنا: سایت مای‌اسپیس که در ابتدا به عنوان سایتی ناشناس و کوچک فعالیت خود را آغاز کرده بود، هم‌اکنون به یک پدیده فرهنگی و نیز یکی از مشهورترین وب‌سایت‌های اینترنت تبدیل شده است.

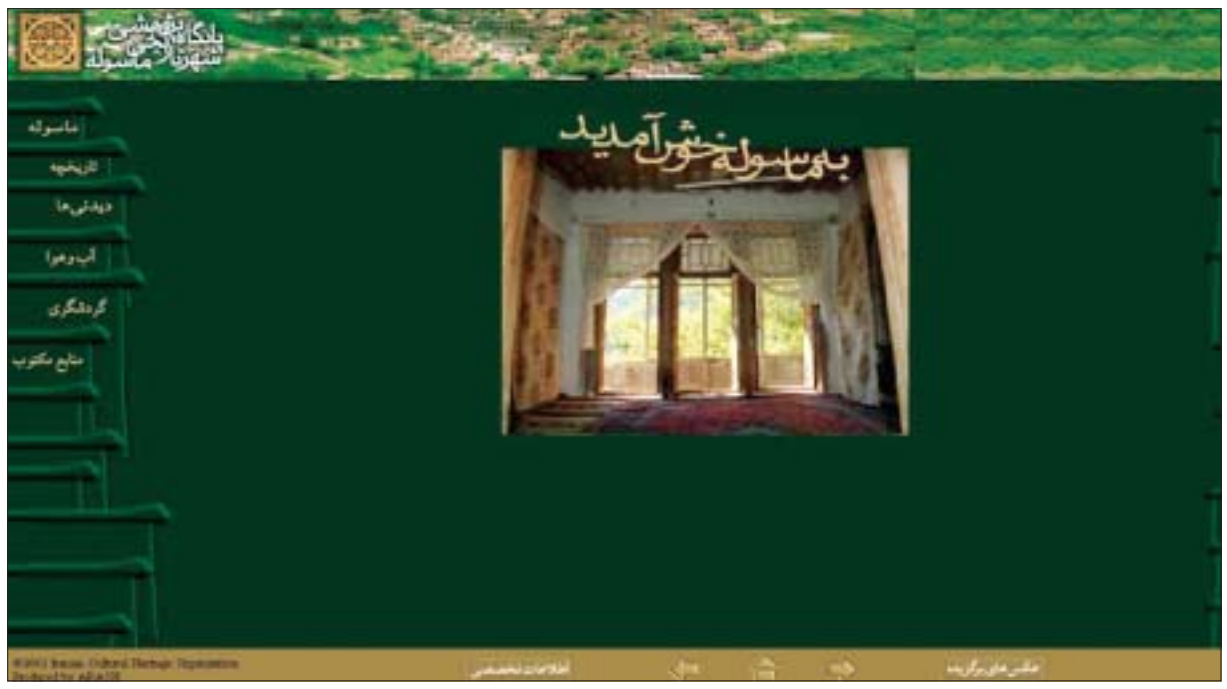
آخرین آمارهای جمع‌آوری شده نشان می‌دهد وب‌سایت اجتماعی «مای‌اسپیس» با پیشی گرفتن از وب‌سایت اصلی «یاهو» و وب‌سایت موتور جست‌وجوی اینترنتی «گوگل»، هم‌اکنون پربازدیدکننده‌ترین وب‌سایت اینترنت در کشور آمریکا است و در تمامی جهان نیز در رقابتی تنگاتنگ با یاهو به سر می‌برد. اما دلیل این همه شهرت برای مای‌اسپیس چیست؟

شاید دلیل اصلی را باید در آن دانست که کاربران سایت «مای‌اسپیس» از گستره وسیعی از خدمات متنوع و رایگان، از جمله امکان فرستادن و دریافت پیغام، بازی‌های رایانه‌ای، وبلاگ‌نویسی، تالارهای گفت‌وگو و مواردی از این قبیل برخوردار می‌شوند. به گفته کارشناسان، «مای‌اسپیس» نخستین وب‌سایت ارائه‌دهنده خدمات اجتماعی نبوده و بدون شک آخرین آنها نیز نخواهد بود اما هوشمندی طراحان این وب‌سایت در توجه به خواسته‌ها و علاقه‌مندی‌های جوانان و همچنین معرفی مداوم خدمات جدید و جالب، سبب موفقیت باورنکردنی آن شده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد تعداد کاربرانی که در خدمات «مای‌اسپیس» ثبت‌نام کرده‌اند در سال گذشته با یک رشد چشمگیر مواجه شده و هم‌اکنون از ۸۰ میلیون نفر گذشته است. آخرین آمارها حاکی است که به طور میانگین روزانه در حدود ۲۷۰ هزار نفر از سرتاسر جهان به عضویت این خدمات درمی‌آیند. رشد «مای‌اسپیس» در ماه‌های اخیر به اندازه‌ای بوده که حتی برخی کارشناسان عقیده دارند شرکت «یاهو» ظاهر پورتال اینترنتی خود را از بیم جا ماندن از همین خدمات، پس از سال‌ها دگرگون کرده است. هم‌اکنون شرکت‌های کوچک‌تر فراوانی با امید تبدیل شدن به یک «مای‌اسپیس» دوم، اقدام به راه‌اندازی خدمات مشابه کرده‌اند. در این میان، شرکت بزرگ «ای‌او‌ال» نیز دست به کار شده و خدماتی به نام «ای‌آی‌ام پیجز» راه‌اندازی کرده و امیدوار است با تکیه بر خدمات مسنجر خود با نزدیک به ۵۰ میلیون کاربر، بتواند موفقیت «ای‌آی‌ام پیجز» را تضمین کند.

گردشگری اینترنتی یک واقعیت است

علی‌محمد آقازمانی



گردشگری امروزه به عنوان یکی از صنایع بسیار مهم در توسعه فرهنگ‌ها و ارتباطات ملل، نقش ممتازی در استقرار صلح و آرامش در جهان ایفا کرده است. ۶۲۳ میلیارد دلار گردش مالی سالیانه توریسم در جهان است که سهم کشور ایران به ۰/۱ درصد هم نمی‌رسد. صنعت گردشگری، در گسترش توسعه پایدار و شناساندن پتانسیل ملت‌ها به یکدیگر، مورد توجه و اهتمام روشنفکران و فعالان سیاسی جوامع بوده است. گذار از عصر صنعتی به دوران طلایی عصر اطلاعات، فضای جوامع اطلاعاتی را با تغییر روبه‌رو کرده است. وقتی ابزارهای نوین در ارتباطات و اطلاع‌رسانی به خدمت شهروندان در می‌آید، باید تغییر در شیوه‌های زندگی روزمره را به انتظار کشید. یکی از این تغییرات دگردیسی در گردشگری و تولد گردشگری مجازی است.

■ ایران را بشناسیم

خیلی از ما ایرانی‌ها، ایران را نمی‌شناسیم. دقیقاً مثل نیمی از آگرانشینان هندوستان، که دلیل شکوه بنای تاج محل را که به عنوان یکی از عجایب هفت‌گانه جهان شمرده شده است، نمی‌دانند، همه انسان‌های معاصر به این ایدئولوژی معتقدند که پیروزی در آینده، جز با درک زندگی پیشینیان امکان‌پذیر نیست. امیدواریم اینترنت ابزاری برای شناخت بهتر ایران برای ما ایرانیان شود. اما ایران کجاست؟ سایت رسمی مرکز گردشگری دانشجویی ایران این‌گونه ایران را معرفی کرده است: سرزمین پهناور ایران که از گذشته‌های دور مهد علم، فرهنگ و تمدن بوده است، در ردیف کهن‌ترین تمدن‌های جهان قراردارد. ایران دارای چهارفصل بی‌همتا است درمیان سه دریا و گذرگاهی به سوی اقیانوس‌ها با دشت‌های گسترده، رودهای فراخ و کوه‌های سربلند پوشیده از برف در زمینه فیروزه‌ای آسمان. این سرزمین بی‌همتا خاستگاه نخستین انسان‌های دانا با قدمتی چندین هزارساله است. آریایی‌ها اولین شعبه متمدن جهان بودند که در این سرزمین کم‌نظیر سکنی گزیدند و به خدای یگانه ایمان آوردند. اولین دولت جهان در فلات مرکزی ایران تشکیل شد و تنها امپراتوری منسجم جهان ۲۵۰۰ سال پیش به عنوان مقبول‌ترین امپراتوری در این سرزمین برپا شده است. منشور حقوق بشری که سرسلسله امپراتوری هخامنشی (کوروش کبیر) در آن زمان تدوین کرد از منشور امروزی حقوق بشر سازمان ملل پیشرفته‌تر و انسانی‌تر است. اغراق نیست اگر ایران را سرزمین «اولین‌ها» و «ترین‌ها» بنامیم.

■ گردشگری مجازی

گردشگری مجازی (e-tourism) مقوله جالبی است که حداکثر دو دهه از پدید آمدن آن نمی‌گذرد. گردشگری مجازی حضور در سرزمین دیجیتالی وب و مشاهده داده‌های صوتی، متنی و تصویری از دنیای فیزیکی پیرامون ما است. دور دنیا که در نوشته ژول ورن نویسنده شهیر فرانسوی در هشتاد روز امکان‌پذیر شد، امروز با ابر متن‌های اینترنتی با یک کلیک امکان‌پذیر است. دور دنیا با یک کلیک آرزویی بود که امروزه از مرحله آرزو به حقیقتی غیرقابل انکار مبدل شده است. با استفاده از سایت‌های کاخ موزه‌ها، اماکن باستانی جهان می‌توان به دنیایی از اطلاعات متنی و تصویری از نمادهای تاریخ باستان دست یافت. برخی از پایگاه‌های دولتی در اینترنت امروزه سیستم‌های دوربین شهری خود را به سرزمین دیجیتال نیز پیوند داده‌اند. بااین دوربین‌ها می‌توانید شهرهای مختلف را به صورت زنده مشاهده کرده و حتی از آنها عکس یادگاری بگیرید. شهرداری تهران و حتی سایت مرکز کنترل ترافیک استان تهران، چنین سرویسی را در دسترس علاقه‌مندان قرار داده است. اما این که چرا مجموعه ارزشمند پاسارگاد یا بیستون یا سعدآباد تهران، از چنین سایت‌های مالتی مدیا بی‌بهره است، پاسخی برای آن نیافتیم، خیلی از علاقه‌مندان به بازدید از موزه‌های بزرگ جهان، از هرمیتاژ مسکو تا لوور پاریس از پایگاه‌های اینترنتی آنها برای مشاهده اطلاعات استفاده می‌کنند. حتی، رزرو بلیت هواپیما، هتل، مسابقات بین‌المللی ورزشی و جشنواره‌های فرهنگی هنری جهانی امروز با رفتارهای سازمانی الکترونیکی همراه شده است. میلیون‌ها کاربر از سراسر جهان به دنبال برگزاری تابستانی مسابقات جام جهانی در شهرهای آلمان امروزه از سایت‌های دولتی و غیردولتی گردشگری این کشور استفاده می‌کنند.

این مسئله نقش قابل توجهی در آشنایی با فرهنگ و دانش و پتانسیل تجاری و سیاسی و علمی دولت فدرال آلمان داشته است. وقتی کانال ARD DAS ERSTE آلمان پخش مستقیم مراسم قرعه‌کشی را چند ماه پیش پخش کرد، بیش از ۲ میلیارد بیننده از سراسر جهان و صدها میلیون کاربر اینترنت، این مراسم را نظاره‌گر بودند. این مسئله‌ای بود که تاثیر زیادی بر روی ارتقای سطح حداکثری علاقه‌مندی برای سفر به کشور آلمان ایجاد کرد. به هر حال، با ارتقای سیستم‌های اطلاع‌رسانی و ارتباطی دولتی در اینترنت و گسترش دولت الکترونیک (E-GOVERNMENT) بر روی سرزمین دیجیتال، می‌توان به توسعه توریسم اینترنتی و استفاده از میلیون‌ها دلار فواید آن امیدوار بود.

■ چند پرسش اینترنتی

اگر یک ایتالیایی بخواهد به ایران بیاید، سایت‌های دولتی ما چه قدر به او کمک می‌کند، چه قدر راهنمای الکترونیکی کشور ایران در اینترنت کارساز خواهد بود؟ چقدر وب‌پیج‌های ایرانی دولتی یا خصوصی در زمینه گردشگری ایران به زبان فرانسوی یا انگلیسی است؟ اینها پرسش‌هایی است که باید مراکز مربوط به این صنعت مهم در کشور به آن اهتمام کنند. آیا موزه‌ها، مراکز باستانی گردشگری مهم کشور و شهرهای ایران دارای پایگاه‌های الکترونیکی مالتی مدیای چند زبانه برای اطلاع‌رسانی از پتانسیل تمدن ۲۵۰۰ ساله ایران هست؟ متاسفانه با وجود بیش از هزار سایت دولتی ایران در اینترنت و بیش از ۵۰ هزار سایت خصوصی فارسی در وب هنوز مجموع عملکرد دولت الکترونیک ایران در حوزه گردشگری مجازی، به سمت اشتغال‌زایی مولد و اطلاع‌رسانی فراگیر هدفمند پیش نرفته است. هنوز بعد از گذشت شش سال هزاره سوم میلادی سایت‌های سفارتخانه‌های ما در خارج از کشور، وضعیت مطلوبی ندارند و سازمان‌های دولتی ایران در اینترنت، بستر ارتباطی دیجیتالی خوبی با مخاطبان درون و برون سازمانی خود نیستند. کشوری مثل تونس که یک صدم جاذبه گردشگری ایران را ندارد، اما به گفته آمار، ۱۰ برابر ایران گردشگر دارد. این را سفیر پیشین تونس در ایران، در دی ماه سال گذشته در گفت و گویی با یکی از خبرگزاری‌های داخلی اعلام کرد. چرا واقعاً نباید با پتانسیل سرزمین دیجیتالی وب واقعیت‌های گردشگری در کشور چهار فصل ایران را به دنیا اعلام کرد؟ به هر حال رسم درآمدزایی از صنعت فناوری اطلاعات، فقط مربوط به تولید نرم‌افزار و سخت‌افزار نیست. همان طور که کتاب الکترونیکی (e-book) و تجارت الکترونیکی، نقش مستقیمی در توسعه درآمدزایی دارند، گردشگری مجازی هم به صورت غیرمستقیم مارکتینگ بین‌المللی در حوزه گردشگری است که باید مورد توجه قرار بگیرد. گردشگری اینترنتی می‌باید در راستای اهداف یک دولت الکترونیک قوی، مورد بازبینی و بررسی قرار گیرد. با استقرار دولت الکترونیک می‌توان زیرساخت‌های لازم را برای اطلاع‌رسانی و دسترسی دیجیتالی به ظرفیت‌های گردشگری کشور فراهم کرد.

■ چند نمونه جالب

سازمان پیشین ایرانگردی ایران http://www.itto.org که به سازمان میراث فرهنگی و گردشگری تغییر نام یافت (www.iranmiras.com) رسمی‌ترین سایت گردشگری ایران در وب است. اطلاعات جامع چند زبانه فرصت خوبی را برای علاقه‌مندان به مشاهده ایران از طریق وب ایجاد کرده است. اما با وجود صدها سایت مربوط به هتل‌ها، مراکز گردشگری و اطلاع‌رسانی ایرانی در وب هنوز به سایت جامع مطلوبی برای نیل به گردشگری مجازی در ایران پیداست. برای تجربه‌اندوزی از سیستم گردشگری مجازی می‌توان به سایت‌هایی که در ادامه معرفی می‌شود، مراجعه کرد. یکی از این سایت‌ها، سایت درس‌هایی در گردشگری الکترونیکی است. www.etourismnewsletter.com، لینک‌های مختلفی را ارائه می‌کند که جالب توجه است. دکترین گردشگری الکترونیکی از اروپا در سال ۲۰۰۳ در نشانی www.eyefortravel.com/etourism2003 در دسترس است.

آیا فکر می‌کردید که کشور آفریقایی نامیبیا سایت اطلاع‌رسانی برای توانمندی‌های گردشگری خود داشته باشد؟ بله، کشور چیتاهای پر سرعت در نشانی www.e-tourism.com.na سایت خوبی را راه‌اندازی کرده است. این وضعیت برای کشور دیجیتالی مالزی هم صادق است. مالزی مجازی دات کام به www.virtualmalaysia.com نام پایگاهی است که قطب گردشگری آسیا را با برج‌های سر به فلک کشیده و دانشگاه‌های چند رسانه‌ای اش www.mmu.edu.mg به مخاطبان این کشور معرفی می‌کند. به هر حال ۲۵۶ هزار وب‌پیجی که موتورهای جست و جو برای گردشگری مجازی ارائه می‌کنند، عمق ارزش‌گذاری به مقوله گردشگری مجازی را به ما نشان می‌دهد.

■ لوازمات گردشگری آن‌لاین

گردشگری اینترنتی لوازماتی دارد که برای استقرار و پیاده‌سازی آن در کشور باید به آنها اهتمام کرد. گردشگری آن‌لاین مقوله نوینی در صنعت گردشگری به شمار می‌آید. شاید e-tourism، یکی از مقولاتی باشد که در سومین اجلاس جهانی جامعه اطلاعاتی که سال ۲۰۰۷ برگزار خواهد شد، مورد توجه کشورهای جهان قرار بگیرد. کنوانسیون اروپایی جرایم رایانه‌ای و صدها قانون اینترنتی دیگر که فضا را برای قانونمندتر کردن فعالیت‌های وبی فراهم می‌کند، خود عاملی مثبت و موثر در راستای استقرار فرهنگ گردشگری آن‌لاین در دنیای وب است. یکی از ملزومات مهم گردشگری آن‌لاین توجه به دخیل کردن دانش‌آموزان و دانشجویان، به عنوان قشر آینده‌دار کشور در آشنایی با ظرفیت‌های مربوطه است. این سایت سه‌زبانه، با معرفی جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و معماری، اجتماعی، فرهنگی و استانی کشور، صفحات متعددی طراحی کرده است. معرفی مصور استان‌ها و خدمات گردشگری این سایت جهاد دانشگاهی ایران به دانشجویان خود رویکرد ارزنده‌ای برای گسترش گردشگری آن‌لاین در کشور به شمار می‌آید. اخیراً سایت مرکز گردشگری علمی-فرهنگی دانشجویان ایران در نشانی: http://www.istta.ir/index.asp بارگذاری و راه‌اندازی شده است. ایساتا فرصتی را برای اطلاع‌رسانی فراگیر و بین‌المللی در حوزه گردشگری برای این قشر کشور فراهم کرده است. البته مدتی است که خبرگزاری ایسنا بخش ویژه‌ای به امور گردشگری اختصاص داده است که خود تاثیر زیادی در معرفی پتانسیل گردشگری ایران در تولید محتوای فارسی در وب دارد.

■ ■ ■

با این اوصاف برای ارتقای صنعت گردشگری ایران‌زمین، باید به گردشگری مجازی توجه شایانی داشت. توسعه پایدار، ارتقای درآمد ملی و افزایش حداکثری دانش جهانی از توانمندی و پتانسیل فرهنگی، علمی و بومی ایران، با گردشگری به بهترین شکل ممکن امکان‌پذیر خواهد بود. بنابراین اشتغال‌زایی مولدی که از جانب فناوری اطلاعاتی و ارتباطی روز می‌تواند در اختیار رشد GNP ایران قرار بگیرد، با وجود مولفه‌های اثر بخش E-TOURISM قابل حصول خواهد بود. هشت پیشنهاد برای گسترش گردشگری مجازی در کشور در خاتمه ارائه می‌شود که عبارتند از:

۱- ایجاد نهادی تحت عنوان مرکز گردشگری مجازی در سازمان ایرانگردی ایران
۲- بازبینی، اصلاح و مدیریت سایت‌های اطلاع‌رسانی مراکز گردشگری ایران در اینترنت
۳- دخالت دادن وزن گردشگری مجازی در چشم‌انداز گسترش صنعت گردشگری در ایران
۴- ایجاد و تدوین دوره‌های آموزش الکترونیکی توسعه گردشگری در مراکز دانشگاهی کشور
۵- توجه به اطلاع‌رسانی الکترونیکی رسمی پتانسیل‌های گردشگری ایران در رسانه‌های جهان
۶- تبلیغ سایت‌های گردشگری رسمی ایران در کلیه سایت‌های دولتی کشور در وب
۷- راه‌اندازی پایگاه‌های اطلاع‌رسانی دیجیتالی درون شهری
۸- ایجاد کارت‌های الکترونیکی اعتباری برای استفاده از مراکز گردشگری ایران و فروش آن از طریق وب برای مخاطبان داخلی و بین‌المللی

در یک کلام نباید تعامل وزارت امور خارجه و دیگر نهادهای دولتی با سازمان ایرانگردی کشور را برای گسترش بسترهای گردشگری مجازی که همانا توسعه ویزای الکترونیک، رزرواسیون و مسائلی در این وادی است، فراموش کرد.

دور ایران در یک کلیک

برای گشتن در ایران به صورت گردشگری آن‌لاین این ۲۹ لینک معرف خوبی برای ظرفیت‌های گردشگری ایران در فضای مجازی است و برای علاقه‌مندان به گردشگری در ایران در فرصت تعطیلات تابستانی راهنمای آن‌لاین خوبی است. گردشگری اینترنتی علاوه بر آن که امتیازاتی مثل اطلاع‌رسانی ظرفیت‌های گردشگری در اختیار کاربران قرار می‌دهد، امکانات اجرایی خوبی نظیر رزرواسیون اینترنتی هتل‌ها، مراکز اقامتی گوناگون، رزرو بلیت قطار و هواپیما را برای علاقه‌مندان به همراه خواهد داشت. به هر حال راه‌حل گسترش فرهنگ گردشگری در ایران توجه به پتانسیل ممتاز آی‌تی در این مقوله است.

۱- آیا پیر: www.ayapir.com
۲- مجموعه هفت تپه: www.hafttappeh.ir
۳- مجموعه ارزنده چغازنبیل: www.choghazanbil.ir
۴- گنبد بی‌نظیر و مشهور سلطانیه: www.sultanieh.ir
۵- بهشتی گمشده به نام ماسوله: www.masooleh.ir
۶- دنیای روستای تاریخی میمند: www.maymand.org
۷- تخت‌سلیمان در اینترنت: www.takhtesoleiman.ir
۸- محوطه تاریخی بیستون: www.bisotun.ir
۹- ارگ بم در وب: www.argebam.ir
۱۰- شکوه پارسه در وب: www.persepolis.ir
۱۱- باغ‌های معروف ایران در اینترنت: www.persiangarden.ir
۱۲- پژوهشکده مرمت آثار تاریخی: www.rcccr.org
۱۳- مرکز اسناد میراث فرهنگی: www.ichodoc.ir
۱۴- پژوهشکده مردم شناسی: www.nowruz.ir
۱۵- دفتر معاونت حفظ و احیا: www.to_miras.ir
۱۶- پژوهشکده هنرهای سنتی: www.iranmiras.tradart.ir
۱۷- دوستداران مراکز گردشگری در وب: www.yadiran.com
۱۸- گالری سعدآباد: www.saadabadgallery.ir
۱۹- موزه ملی ایران: www.nationalmuseumofiran.com
۲۰- تار موزه گلستان: www.golestanpalace.com
۲۱- تار موزه نیاوران: www.niavaranpalace.ir
۲۲- تار موزه سعدآباد: www.saadabadpalace.org
۲۳- تار موزه آبگینه: www.glasswaremuseum.ir
۲۴- تار موزه فرش ایران: www.carpetmuseum.ir
۲۵- تار موزه رضا عباسی: www.rezaabbasimuseum.ir
۲۶- بانک اطلاعات گردشگری ایران: www.iran_tourism.ir
۲۷- بانک رزرواسیون گردشگری ایران: www.reservation.ir
۲۸- راهنمای گردشگری آن‌لاین ایران: www.irpedia.com
۲۹- رزرو هتل در ایران: www.hotelbooking.ir

تازه ها

سایت یاهو همچنان جذاب و پرکاربر

سایت «یاهو» در روز دوم تیرماه سال جاری نگارش جدید و هشتم از خدمات «یاهو مسنجر» خود را منتشر کرد و نشان داد همچنان با تاکید بر نوآوری و معرفی امکانات جدید و جالب، خواهان افزایش تعداد کاربران خود و حفظ عنوان دومین خدمات «مسنجر» پرکاربر اینترنت است.

خدمات «مسنجر» هم‌اکنون پس از خدمات «ای‌میل» مهمترین وسیله ارتباط صدها میلیون کاربر اینترنت با یکدیگر محسوب می‌شوند و «یاهو مسنجر» به عنوان یکی از قدیمی‌ترین و پرکاربرترین «مسنجر»ها همواره برخی بهترین قابلیت‌های ممکن را در اختیار کاربران خود قرار داده است.

یکی از ویژگی‌های مهم نگارش هشتم «یاهو مسنجر»، قابلیت دانلود و نصب «پلاگ این»های مختلف برای افزودن کارایی‌های متنوع به «یاهو مسنجر» است. به طور مثال کاربران نگارش هشتم «یاهو مسنجر» با کمک یک «پلاگ این» می‌توانند به صورت مداوم از جدیدترین کتاب‌ها و سایر محصولات ارائه شده در وب‌سایت پربازدیدکننده «آمازون» مطلع شده، و یا با کمک یک «پلاگ این» دیگر از وضعیت حراجی‌های وب‌سایت معروف «eBay» آگاهی پیدا کنند. به علاوه مسنجر جدید یاهو از یک خدمات تلفن اینترنتی جدید برخوردار شده که تماس‌های رایانه به رایانه و رایانه به تلفن‌های موبایل و ثابت را بیش از پیش تسهیل کرده است. «یاهو مسنجر ۸» همچنین به یک کیت نرم‌افزاری مجهز است که برنامه‌نویسان می‌توانند از آن برای افزودن قابلیت‌های دلخواهشان به «یاهو مسنجر» استفاده کنند و به علاوه کاربران عادی نیز می‌توانند انواع «پلاگ این»های مورد نظر خود را که توسط شرکت «یاهو» ارائه شده دریافت و در این مسنجر اجرا کنند.

از دیگر ویژگی‌های «یاهو مسنجر» جدید، امکان افزودن تا هزار نفر به فهرست ارتباطات اینترنتی («فرند لیست») بوده و این درحالی است که در نگارش قبلی حداکثر تا سیصد نفر در این فهرست قابل معرفی بودند.

«یاهو مسنجر ۸» امکان دانلود افکت‌های صوتی و همچنین نقل و انتقال فایل‌های بزرگ میان کاربران تا حجم حداکثر یک گیگابایت را ممکن می‌کند درحالی که در نگارش قبلی حداکثر حجم فایل‌های قابل انتقال میان کاربران، تا ۱۰۰ مگابایت تعیین شده بود.

از دیگر قابلیت‌های جدید «یاهو مسنجر» امکان برقراری ارتباط کاربران این خدمات با کاربران خدمات مسنجر جدید شرکت «مایکروسافت» به نام «نیدوز لایو مسنجر» است که به تازگی از سوی شرکت مایکروسافت به عنوان جایگزین خدمات معروف «ام‌اس‌ان مسنجر» معرفی شده است.

دو شرکت «مایکروسافت» و «یاهو» سرانجام پس از مذاکرات طولانی و بررسی قابلیت‌های فنی، ارتباط آزمایشی بین دو خدمات مسنجر پرکاربر خود را آغاز کردند به طوری که هم‌اکنون کاربران نگارش جدید «یاهو مسنجر» و نگارش جدید «ام‌اس‌ان مسنجر» (ویندوز لایو مسنجر) می‌توانند برای یکدیگر پیغام فرستاده، از میان کاربران مسنجر شرکت دیگر به دوستان اینترنتی خود افزوده، از آن‌لاین بودن کاربران خدمات مقابل آگاهی یافته و در آینده نزدیک با یکدیگر ارتباط صوتی نیز برقرار کنند.

این دو شرکت هم‌اکنون به صورت آزمایشی ارتباط میان کاربران «یاهو مسنجر» و «ویندوز لایو مسنجر» را آغاز کرده‌اند و کاربران کشورهای آمریکا، کانادا، انگلیس، مکزیک و فرانسه می‌توانند در این آزمایش شرکت کنند و در آینده این قابلیت در اختیار کلیه کاربران سرتاسر جهان قرار خواهد گرفت.

طبق آخرین آمار منتشر شده توسط شرکت تحقیقاتی «کام‌اسکور مدیا متریکس» خدمات مسنجر شرکت مایکروسافت با ۲۰۴/۶ میلیون کاربر هم‌اکنون پرکاربرترین مسنجر اینترنت است و «یاهو مسنجر» با ۷۶ میلیون کاربر پس از آن ایستاده و رتبه سوم نیز در اختیار مسنجر شرکت «ای‌او‌ال» با ۵۱/۳ میلیون کاربر ثبت شده است.

با توجه به آمار فوق هم‌اکنون در مجموع حدود ۳۰۰ میلیون نفر از یکی از دو خدمات «یاهو مسنجر» و «ام‌اس‌ان مسنجر» استفاده می‌کنند که ایجاد ارتباط میان این دو مسنجر می‌تواند جامعه کاربران خدمات جدید «ویندوز لایو» شرکت مایکروسافت را با کاربران خدمات «یاهو» مرتبط کند که این امر علاوه بر برخورداری از مزایای فراوان برای کاربران، در نهایت به نفع هر دو شرکت نیز خواهد بود.

کارشناسان عقیده دارند اتحاد جدید «یاهو» و «مایکروسافت» مفهومی بالاتر از ارتباط مسنجرهای این دو شرکت داشته و از یک سو در راستای تقویت خدمات VOIP تلفن اینترنتی و در کل فناوری‌های ارتباطی این دو شرکت و از سوی دیگر ضربه‌ای به مسنجر نوپای رقیبی قدرتمند به نام «گوگل»، یعنی مسنجر «گوگل تاک» است.

این درحالی است که هم‌اکنون «گوگل» و «ای‌او‌ال» نیز برای مرتبط کردن خدمات مسنجر خود با یکدیگر وارد مذاکره شده‌اند. کاربران خدمات مسنجر معروف شرکت «ای‌او‌ال» از چند ماه قبل می‌توانند با کاربران خدمات مسنجر شرکت «اپل» به نام «آی‌چت»، ارتباط برقرار کنند. نگارش هشتم «یاهو مسنجر» هم‌اکنون به صورت رایگان از سوی شرکت «یاهو» ارائه شده و علاقه‌مندان برای دریافت آن می‌توانند به آدرس اینترنتی www.messanger.yahoo.com مراجعه کنند.