توسعه گردشگری با سرزمین دیجیتال

علی محمد آقازمانی

مشاهده و بررسی تعاملات درون‌سازمانی و برون‌سازمانی اقوام گذشته ایران، در موزه‌های کشور بیش از هر مقوله‌ای در امر گردشگری، برای توریست‌های داخلی و خارجی از اهمیت شایان برخوردار است. با مشاهده موزه‌ها و کاخ‌موزه‌های ایران، می‌توان به اطلاعات بسیار ذی‌قیمتی دست پیدا کرد که اطلاع‌یابی از آنها در کتب و منابع دیگر، سخت‌تر است. اهمیت بازدید از موزه‌ها در سرزمینی که کتیبه‌های هخامنشی و گنبد سر به فلک کشیده سلطانیه زنجان و شکوه معماری و تمدن ساسانیان تا صفویان، انقلابی را در عرصه علم و هنر و فرهنگ و تاریخ جهانی ایجاد کرده است، بر همگان آشکار است. تمدن ایران، از لحاظ وسعت، غنا و تنوع ساختارهای باستانی و گردشگری، پایین‌تر از مصر، فرانسه و یونان نیست. اما آنچه باعث شده است تا نتوانیم این شعور بالای پیشینیان خود را در هنر، فرهنگ و ادب، به آن اندازه‌ای که ایتالیایی‌ها و چینی‌ها به دنیا عرضه کردند، معرفی کنیم، ریشه در مسائل متعددی دارد که در این مبحث، به اجمال به یکی از آنها اشاره می‌کنیم. بی‌شک، فناوری اطلاعات و شاهراه جهانی اطلاع‌رسانی (اینترنت) امروزه نبض اطلاع‌رسانی جهانی و اثربخش پتانسیل گردشگری ملل را در اختیار دارد. میلیون‌ها ساعت فیلم و هزاران قطعه تصویر هنری و گردشگری را می‌توان با چند کلیک در اختیار داشت! کلکسیونی که پیش از خلق اینترنت، در اختیار داشتن آن، خیالی بیهوده بود.

■ **آی‌تی و گردشگری**

فناوری اطلاعات (ICT) از دهه نود میلادی به این سو، کمک‌های شایانی به رشد هنر و شناساندن ظرفیت‌های آن به ملل کرده است و در این رهیافت، معرفی فراگیر و گسترده زبان هنر به اقشار مختلف مردم، به نسبت روش‌های سنتی قرن بیستم و ما قبل، آسان‌تر و کاربردی‌تر شده است. اکنون، صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات، با ظرفیت‌های مختلف خود، توانسته است حجم کثیری از قابلیت‌های فرهنگی و هنری اقوام مختلف کره زمین را در گرداگرد صفحات الکترونیکی در سرزمین دیجیتال اینترنت، در اختیار هنرجویان مشتاق قرار دهد. اکنون شما این امکان را دارید که در هر لحظه که اراده کنید، فایل‌های مختلف و با کیفیت‌های گوناگونی از برترین شاهکارهای نقاشی، موسیقی، صنایع دستی، هنرهای بومی ملل را در عرض کمتر از یک دقیقه در اینترنت در اختیار داشته باشید. آن هم به صورت کاملاً رایگان و با کمترین هزینه ممکن. اگر نگوییم که حداکثر ظرفیت‌های تاریخ هنر بشریت به صورت متنی و تصویری در وب منتشر شده است، می‌توان ادعا کرد که تقریباً همه روزنه‌های ممکن برای کسب اطلاعات در مورد عمومی‌ترین تا تخصصی‌ترین مسائل هنری جهان، توسط سایت‌های جست‌وجو و اطلاعاتی وب قابل بررسی و کاوش است. بنابراین باید از این فرصت استفاده کرد تا با معرفی توانمندی‌های ناب هنر متعالی ایرانی در رسانه‌ای با یک میلیارد مخاطب فعال، اثربخشی و ظرافت‌های هنر کشور را در اختیار علاقه‌مندان و محققان وبگرد قرار داد. ناگفته پیدا است که عنوان «تارموزه» یا همان سایت‌های اینترنتی موزه‌ها، نقش بسزایی در شناساندن قابلیت‌های فرهنگی و گردشگری ایران به مخاطبان ایفا می‌کنند.

■ **گردشگری در وب**

باید پذیرفت که سایت اینترنتی موزه‌های ایران در سرزمین دیجیتال، عین وضعیت سایت‌های سفارتخانه‌های ایران در وب است. سایت‌هایی که باید سمبل معرفی دیجیتالی ظرفیت‌های فرهنگی و گردشگری ایران در وب باشند، با به‌روزرسانی ضعیف، عدم اطلاع‌رسانی فراگیر و مولتی‌مدیا، بارگذاری استاتیک و غیراکتیو و مسائلی از این دست روبه‌رو هستند. البته این ضعف‌ها، تا حدودی در سال‌های اخیر با افزایش اعتبارات حوزه گردشگری و عنایت مسئولان امر به اطلاع‌رسانی دیجیتالی، مرتفع شده است. راه‌اندازی خبرگزاری اختصاصی میراث فرهنگی و گردشگری ایران (www.chtn.ir) که حداقل جبهه تولید محتوای وبی در این حوزه را افزایش داده است، از راهکارهای ارزنده در این حوزه تصور می‌شود. البته برخی از شهرها و مراکز گردشگری ایران مثل کیش (www.kish.ir)، نراق (www.naragh.ir)، تهران (www.tehran.gov.ir) در این اطلاع‌رسانی موثر هستند. اما باید برای سایت‌های دولتی ارزش خاصی گذاشت. اخیراً، پایگاه‌هایی مثل تارنمای ستاد تسهیلات سفر سازمان گردشگری ایران (http://stsn.ir)، سایت اولین کنفرانس جهانی گردشگری تهران (www.ficth.com)، پژوهشکده حفاظت آثار تاریخی ایران (www.rcccr.org) و سایت قبلی سازمان ایرانگردی (www.itto.org) از بازدید قابل ملاحظه‌ای برخوردار شده‌اند که ضرورت مدیریت هدفمند و بهینه در سایت‌های دولتی ایران را روایت می‌کند.

اما همچنان پرسش‌های سنتی کارشناسان امر از وضعیت گردشگری ایران پابرجا است:

۱- آیا واقعاً همه موزه‌ها و مراکز گردشگری ایران، در وب دارای صفحه اختصاصی هستند؟

۲- آیا در ساختار سازمانی بازاریابی و اطلاع‌رسانی عناصر گردشگری ایران، اینترنت جایگاه درخور و شایسته‌ای دارد؟

۳- آیا مسئولان گردشگری ایران، به پتانسیل اطلاع‌رسانی اینترنت در گسترش مبانی گردشگری ایران توجه دارند؟

امیدواریم مسئولان محترم سازمان میراث فرهنگی به این پرسش‌های قابل اعتنا پاسخ دهند. لکن، به هر صورت، آی‌تی و گردشگری، دو جزء لاینفک از یکدیگر شده‌اند. درک این ارتباط، فیدبک مثبتی را استنتاج خواهد کرد که ماحصلش، رشد و باروری صنعت گردشگری ایران در لوای صنعت فناوری اطلاعات است. براساس یک بررسی کلی که بر روی یک جامعه آماری از نسخه‌های وبی برترین موزه‌های ایران و برخی از مشهورترین نسخه‌های وبی موزه‌های فرانسه و ایالات متحده صورت گرفت، این نتیجه آشکار است که در بحث معرفی اینترنتی توانمندی‌های موزه‌های ایران به مخاطبان خاص و عام، رفتار سازمانی الکترونیکی خوبی از سوی نهادهای ذی‌ربط صورت نگرفته است. حتی برخی از پایگاه‌های موزه‌ای ایران، جوابگوی نیازهای حداقل دانشجویان داخلی رشته‌های مختلف هنری نیست؛ چه برسد به محققان خارجی که بسترهای الکترونیکی موزه‌های ایران را به عنوان یکی از راهکارهای سهل‌الوصول برای دستیابی به اطلاعات گرانبهای تمدن ایران زمین می‌دانند.

■ **تارموزه‌ها**

سایتی مانند موزه لوور پاریس که نشانی آن در: http://www.louvre.fr/llv/commun/home.jsp قرار دارد، علاوه بر ارائه اطلاعات فنی و عمومی گسترده در رابطه با امکانات موزه لوور، چندین تور مجازی نیز برای مشاهده سریع بینندگان سایت از داخل موزه لوور ایجاد کرده است که توسط خود کاربر سایت، مدیریت و حرکت داده می‌شود. قابلیت زوم و بزرگ‌نمایی مطالب و حرکت داخل قفسه‌ها و تالارها، از جمله امکانات عالی سایت موزه لوور است. در این پایگاه، به نسبت قشر سنی مراجعه‌کننده به سایت، اطلاعات و مطالب ارائه شده متفاوت است و این مسئله نشان از مخاطب‌شناسی خوب مرکز اطلاع‌رسانی موزه لوور دارد که به فکر جذب مخاطب مختلف از سراسر جهان است. همین مسئله باعث شده است تا در بین ۳۲ میلیون نتیجه جست‌وجو در مورد (Museum)، سایت لوور در صدر نتایج قرار بگیرد. این وضعیت برای موزه مشهور متروپولیتن نیویورک نیز صادق است. این موزه که نشانی وب آن در آدرس: http://www.metmuseum.org قرار دارد، ۵ هزار سال تاریخ هنری جهان را بر اساس امکانات الکترونیکی سایت در اختیار مراجعه‌کننده وبگرد قرار داده است. حجم اطلاعات ارزنده و گسترده و توجه به اطلاع‌رسانی مرتب و مکرر، و توجه به ارائه اطلاعات با کیفیت و مستندسازی بهینه، از جمله شاخص‌های ممتاز این پایگاه به شمار می‌آید که نسخه الکترونیکی مطلوبی برای این موزه مشهور دنیا است. این وضعیت برای سایت موزه‌های آرمیتاژ مسکو، سن‌پترزبورگ و موزه ملی چین و یا موزه مشهور بریتانیا که مانند یک آکادمی الکترونیکی هنری است و در نشانی: www.thebritishmuseum.ac.uk قرار دارد و جمیعاً، از جمله معروف‌ترین موزه‌های آسیا و اروپا به شمار می‌آیند نیز صادق است. در حقیقت با این تطبیق کلی می‌توان دریافت که اهمیت اطلاع‌رسانی الکترونیکی توانمندی‌ها و برتری‌های تمدن هنری ملل در سرزمین تور جهان‌گستر (اینترنت)، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است و این مسئله، نقش مستقیمی در ارتقای مارکتینگ الکترونیکی موزه‌ها برای جذب مخاطب دارد. به هر حال انتظار می‌رود برخی از مشکلاتی که در پایان این گزارش در مورد سایت موزه‌های ایران معرفی می‌شود، زمینه را برای حال نواقص و ارائه چهره برتری از دنیای موزه‌های ایران در وب، ایجاد کند. گوگل برای واژه Tourism، قریب به ۳۸۶ میلیون وب‌پیج معرفی می‌کند که وب‌پیج رسمی مرکز گردشگری مالزی (www.tourism.gov.my) و سایت کمیسیون گردشگری استرالیا (www.australia.com) در صدر این نتایج قرار دارد. سازمان جهانی گردشگری (www.world-tourism.org) ایران را از ممتازترین منابع گردشگری جهان دانسته است که خود نشانگر مسائل زیادی است.

خلاصه مقاله

۱- فناوری اطلاعات (ICT) از دهه نود میلادی به این سو، کمک‌های شایانی به رشد هنر و شناساندن ظرفیت‌های آن به ملل کرده است و در این رهیافت، معرفی فراگیر و گسترده زبان هنر به اقشار مختلف مردم، به نسبت روش‌های سنتی قرن بیستم و ما قبل، آسان‌تر و کاربردی‌تر شده است.

۲- سایت‌هایی که باید سمبل معرفی دیجیتالی ظرفیت‌های فرهنگی و گردشگری ایران در وب باشند، با به‌روزرسانی ضعیف، عدم اطلاع‌رسانی فراگیر و مولتی‌مدیا، بارگذاری استاتیک و غیراکتیو و مسائلی از این دست روبه‌رو هستند.

■ **موزه‌های ایران در وب**

رهیافتی کوتاه بر تارموزه‌های ایران در اینترنت، حداقل کاری است که برای رهایی از غربت موزه‌های ایران در سرزمین دیجیتال می‌توان انجام داد. به هر حال، رشد صنایعی مثل گردشگری دیجیتالی و به طور کل فناوری اطلاعات، مدیون رسانه‌های سنتی مثل مطبوعات است.

■ **موزه فرش ایران**

www.carpetmuseum.ir

موزه فرش ایران که نمایانگر توانمندی‌ها و ظرفیت‌های هنر متعالی فرش پارسی است، دارای یک پایگاه وب ارزنده است که توجه هر مخاطبی را به خود جلب می‌کند. این سایت که از سال ۲۰۰۱ میلادی تا کنون بارگذاری شده است، تصاویر و اطلاعات فنی گسترده خوبی را به علاقه‌مندان جهانی فرش ایران در اینترنت تقدیم می‌کند که به همین خاطر می‌بایست از وب‌مستر محترم این سایت تقدیر کرد. به هر حال دنیای فرش پارسی یا Persian carpet، پایگاه اطلاع‌رسانی ممتازی در موزه فرش ایران دارد که مشاهده آن را به خریداران فرش توصیه می‌کنیم. نگاهی اجمالی به ۶ تارموزه ایران در وب:

■ **موزه شیشه و سرامیک ایران**

www.glasswaremuseum.ir

موزه دنیای هنرهای سفالین و شیشه‌ای ایران پایگاه ارزنده‌ای دارد که نمودهای خوبی از یک پایگاه موزه‌ای وبی را عرضه کرده است. در این سایت تور مجازی جالبی برای گشت و گذار مجازی در سایت موزه در اختیار بیننده سایت قرار داده شده است که در کنار اطلاعات متنی و تصویری انگلیسی سایت، راهنمای خوبی برای بازدیدکنندگان به شمار می‌آید. مهم‌ترین مشکل این سایت، نبود زبان فارسی و ارائه مستنداتی درباره عناصر معرفی شده در سایت موزه است.

■ **کاخ موزه گلستان**

www.golestanpalace.ir

شاید بتوان ادعا کرد که بهترین سایت موزه‌ای ایران در اینترنت، سایت کاخ موزه گلستان است که صدها صفحه اطلاعات را در قالب فایل‌های الکترونیکی در اختیار کاربران خود قرار داده است.

کاخ موزه گلستان که بر روی پسوند کشوری ایران نیز بارگذاری شده است، از اخبار و ارائه تورهای مجازی گرفته تا معرفی فنی و عمومی امکانات کاخ موزه گلستان که مقر ناصرالدین شاه قاجار بوده است، مطالب خواندنی خوبی را ارائه کرده است که برای بیننده سایت جالب است. مهم‌ترین ضعف سایت، وجود ایندکس فارسی برای این پایگاه است که وارد شدن یک کاربر خارجی به سایت را دچار مشکل می‌کند.

■ **کاخ موزه نیاوران**

www.niavaranpalace.ir

دیدار وبی از موزه اصلی کاخ نیاوران، موزه کوشک احمدشاهی، کاخ صاحبقرانیه، موزه جهان‌نما و کتابخانه اصلی در سایت نیاوران پلس دات ای‌آر امکان‌پذیر است. کاخ نیاوران با معماری و فضای دل‌انگیز آن، تصویر الکترونیکی نسبتاً خوبی در وب دارد و در این پایگاه، برای قشرهای سنی مختلف اطلاعات ارزنده‌ای ارائه شده است. مثلاً بخش کودکان این سایت نیز در نشانی وبی:

http://www.niavaranpalace.ir/Farsi/home-persian.htm قرار دارد. این موزه دارای مراجعه‌کننده حضوری و مجازی خوبی در شمال شهر تهران است. کنسرت‌ها، همایش‌های مختلف و گالری‌های هنری برترین‌های ایران و جهان، کاخ موزه و سایت موزه نیاوران را به یکی از پایگاه‌های هنری ارزنده کشور در وب مبدل کرده است.

■ **موزه رضا عباسی**

www.rezaabbasimuseum.ir

موزه رضا عباسی نیز که از سال ۲۰۰۱ میلادی و از طرف شرکت هتراتک راه‌اندازی شده است، جلوه‌ای از هنر مرموز باستانی و معاصر تمدن ایران‌زمین است که از اجسام سفالی تا کتب خطی و دست‌نوشته‌های کهن را شامل می‌شود. در این سایت، بخش آموزشی خوبی راه‌اندازی شده است که به کاربر اطلاعات خاصی را ارائه می‌دهد. تور مجازی و تصاویر با کیفیت سایت، از جمله قابلیت‌های سایت موزه رضا عباسی به شمار می‌آید. اما به نظر می‌رسد شمار بیننده این سایت به اندازه حداقل‌های لازم نیست و انتظار می‌رود تا مسئولان سایت برای بارگذاری بهتر و ارائه جذابیت‌های بهتر در این سایت تلاش مضاعفی ارائه کنند.

■ **کاخ موزه سعدآباد**

www.saadabadpalace.org

کاخ موزه سعدآباد نیز در اینترنت مخاطبان زیادی دارد. کنتور سایت که توسط پشتیبانان شبکه استفاده شده است، نشان از حداقل ۲۰۰ بازدید روزانه از این سایت دارد. بخش‌های خبری و اطلاع‌رسانی و تصویری گسترده سایت که با به روز رسانی خوبی همراه شده است، بر ارتقای بیننده و مشهوریت پایگاه افزوده است. دیدار اینترنتی از موزه سعدآباد را به همه خوانندگان محترم توصیه می‌کنیم. ولی گویا این سایت، یک سال است که به‌روزرسانی نشده است و از این بابت متاسفیم!

■ **راهکارهایی در فعالیت وبی موزه‌ها**

همان‌طور که ملاحظه کردید، پایگاه‌های موزه‌ای ایران در اینترنت، در مقایسه با سایت‌های اطلاع‌رسانی موزه‌های دیگر دنیا، از وضعیت خوبی برخوردار نیستند. با آن که این سایت‌ها، جزء سایت‌های دولتی ایران در وب به شمار می‌آیند، اما از توجه خوب سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ایران برخوردار نشده‌اند. در زیر به ارائه راهکارهایی در جهت ارتقای فعالیت الکترونیکی این مراکز در وب اشاره می‌کنیم و انتظار داریم سازمان میراث فرهنگی کشور، با ایجاد کمیته ICT توسعه فعالیت‌های فرهنگی و گردشگری ایران، ضریب اثربخشی فعالیت‌های اطلاع‌رسانی الکترونیکی فرهنگ و تمدن ناب ایران را در وب ارتقا دهد:

۱- کمیته‌ای از سوی این سازمان بر توسعه و اطلاع‌رسانی فعالیت‌های الکترونیکی مراکز فرهنگی و گردشگری و هنری ایران در وب نظارت داشته باشد.

۲- برای فعالیت‌هایی که در زمینه گردشگری آن لاین توسط بخش خصوصی صورت می‌گیرد، تسهیلات متنوعی اختصاص یابد.

۳- تمام موزه‌های رسمی کشور، دارای سایت اینترنتی مولتی‌مدیا و مبتنی بر پسوند کشوری ایران شوند.

۴- برای کاربرانی که از طریق سایت موزه ثبت‌نام می‌کنند، بلیت با تخفیف و امتیازات خاص صادر شود و بن سفر ۲۰ هزار تومانی، امور وبی را هم شامل شود.

۵- تارموزه‌های ایران در بیش از هزار سایت رسمی ایران در وب تبلیغ و معرفی شود.

۶- تورهای مجازی مختلفی در سایت موزه‌های ایران طراحی و راه‌اندازی شود و این امکانات در سایت‌های دولتی ایران تبلیغ عمومی شود.

خبرها

وب‌سایت یک هکر مشهور هک شد

وب‌سایت کوین میتنیک که یک هکر بسیار مشهور است و در این رابطه شهرت جهانی دارد عاقبت هک شد. این هکر در این وب‌سایت به ارائه خدمات مشاوره و معرفی و فروش کتب خود می‌پرداخت. مهاجمان آن لاینی که ظاهراً اهل پاکستان هستند موفق شدند چندی پیش کنترل چهار وب‌سایت میتنیک را در دست گیرند. در برخی از این سایت‌ها و از جمله MitnickSecurity.com و KevinMitnick.com پیام‌های هکرها به نمایش در می‌آمد که البته این مشکل هم‌اکنون برطرف شده است. کوین میتنیک در سال ۱۹۹۵ پس از اثبات اتهامات وارده در مورد خرابکاری رایانه‌ای توسط FBI دستگیر شد و ۵ سال را در زندان گذراند. اما هم اکنون به شرکت‌های مختلف مشاوره امنیتی می‌دهد.

دعوت مایکروسافت از بنیاد موزیلا

ایرنا: سایت مایکروسافت اعلام کرد که این شرکت به منظور سازگار کردن نرم‌افزارهای تولیدی بنیاد «موزیلا» با سیستم‌عامل جدید «ویندوز ویستا»، به شکل رسمی از بنیاد «موزیلا» دعوت به همکاری کرده است.

سم رمجی سرپرست بخش نرم‌افزارهای دارای کد باز «مایکروسافت» از مسئولان بنیاد «موزیلا»، سازنده مرورگر اینترنتی «فایرفاکس» و نرم‌افزار مدیریت ای‌میل «ثاندربرد»، دعوت به همکاری کرده تا از سازگاری کامل این دو محصول با سیستم‌عامل جدید «ویندوز ویستا» اطمینان حاصل شود.

بنیاد «موزیلا» که در سال‌های اخیر موفق شده با مرورگر دارای کد باز «فایرفاکس» خود بخش بزرگی از کاربران مرورگر «اینترنت اکسپلورر» شرکت مایکروسافت را به سوی خود جلب کند، همواره رقیب سرسخت «مایکروسافت» محسوب شده و ارسال این دعوتنامه از سوی «مایکروسافت» برای مسئولان «موزیلا»، نشان‌دهنده تغییر سیاست‌های «مایکروسافت» در برخورد با نرم‌افزارهای رقیب دارای کدباز است.

به گفته کارشناسان، هم‌اکنون دوران سلطه کامل «مایکروسافت» بر بازار نرم‌افزاری جهان به پایان رسیده و بسیاری از کاربران از سیستم‌عامل‌هایی نظیر «لینوکس»، «یونیکس» و «مک‌او‌اس اکس» به جای «ویندوز» استفاده کرده و به علاوه بسیاری نرم‌افزارهای دارای کدباز همانند «فایرفاکس» محبوبیت فراوانی در میان کاربران پیدا کرده‌اند و به همین علت «مایکروسافت» چاره‌ای جز همکاری با تولیدکنندگان این نرم‌افزارهای دارای کدباز نمی‌بیند. آخرین آمارهای موجود نشان می‌دهد هم‌اکنون حدود ۱۳ درصد از کاربران اینترنت در جهان از مرورگر «فایرفاکس» برای گشت و گذار در اینترنت استفاده می‌کنند و این درحالی است که سهم بازار مرورگر «اینترنت اکسپلورر» شرکت مایکروسافت که زمانی بیش از ۹۰ درصد کاربران اینترنت از آن استفاده می‌کردند هم‌اکنون به کمتر از ۸۰ درصد در جهان کاهش یافته‌است. بنیاد «موزیلا» هنوز به دعوت همکاری ارسال شده از سوی «مایکروسافت» پاسخ نداده است.

راه‌اندازی سایت استارهبیت ویژه یافتن تصاویر

شرکت پیکسی Pixsy در حال راه‌اندازی موتور جست‌وجوی جدیدی است که انبوهی از جدیدترین و متنوع‌ترین عکس‌ها و کلیپ‌های ویدئویی مربوط به شخصیت‌های مهم، هنرمندان و ورزشکاران مشهور را در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهد.

موتور جست‌وجوی جدید با نام «استارهبیت» که در آدرس اینترنتی www.starhabit.com و در ماه میلادی جاری راه‌اندازی خواهد شد صدها هزار عکس و ویدئوی مربوط به افراد معروف را در اختیار کاربران قرار داده و تصاویر و ویدئوهای فهرست شده توسط این موتور جست‌وجو مدام افزایش یافته و به روز خواهند شد.

شرکت «پیکسی» درحالی خود را برای راه‌اندازی این موتور جست‌وجوی جدید آماده می‌کند که مجله «تایمز» به تازگی وب‌سایت اصلی این شرکت (www.pixsy.com) را در فهرست پنجاه وب‌سایت جالب و برگزیده برای سال ۲۰۰۶ قرار داده است.

شرکت «پیکسی» علاوه بر راه‌اندازی موتور جست‌وجوی جدید در حال آماده‌سازی خدماتی دیگری به نام «پیکسی‌پاور» نیز هست که به کاربران امکان می‌دهد بر طبق نیازها و علاقه‌مندی‌های خود، به شکلی بسیار ساده یک موتور جست‌وجوی جدید ویژه جست‌وجوی عکس و ویدئو ایجاد کنند و سپس این جست‌وجوگر شخصی را در وب‌لاگ و یا وب‌سایت خود قرار دهند.

تازه ها

گوگل و طرح دیجیتالی کتاب‌ها

دانشگاه کالیفرنیا در آمریکا به تازگی با در اختیار گذاشتن کتاب‌های ۱۰۰ کتابخانه بزرگ خود، به طرح عظیم دیجیتالی کردن دانش مکتوب جهان توسط شرکت گوگل پیوسته است. سایت گوگل از حدود ۲۰ ماه قبل طرح بزرگی را برای اسکن کردن میلیون‌ها کتاب آغاز کرده و به‌رغم شکایت‌های بسیاری ناشران در مورد زیرپا گذاشته شدن حقوق معنوی آنها در این طرح، تلاش گوگل در این زمینه همچنان ادامه دارد و پیوستن دانشگاه کالیفرنیا بدان سبب افزایش اعتبار آن خواهد شد. پیش از دانشگاه «کالیفرنیا»، دانشگاه‌های «هاروارد»، «استنفورد» و «میشیگان» کتاب‌های کتابخانه‌های خود را در اختیار گوگل قرار داده و کتابخانه عمومی «نیویورک» و دانشگاه «آکسفورد» در انگلیس نیز از جمله مراکز مهم دیگری محسوب می‌شوند که در این طرح مشارکت کرده‌اند. کارشناسان عقیده دارند طرح دیجیتالی کردن میلیون‌ها کتاب شرکت «گوگل» احتمالاً سال‌ها به طول انجامیده و ده‌ها میلیون دلار هزینه در بر خواهد داشت که تامین این هزینه برای «گوگل» کار چندان دشواری نخواهد بود. «گوگل» در طول ۸ سال فعالیت خود نزدیک به ۱۰ میلیارد دلار به دارایی‌های خود افزوده است. به گفته کارشناسان، تلاش «گوگل» برای دیجیتالی کردن اطلاعات مکتوب جهان بدین علت است که این شرکت می‌خواهد اطلاعات منحصر به فردی را به اطلاعات قابل جست‌وجو در موتور جست‌وجوی خود افزوده و بدین ترتیب با افزایش اعتبار و تعداد کاربران این موتور جست‌وجو، درآمدهای ناشی از جلب آگهی‌های اینترنتی در وب‌سایت‌های خود که مهمترین منبع درآمد «گوگل» محسوب می‌شوند را به میزان قابل توجهی بالا ببرد.

گوگل لینک ویدیو را به صفحه اصلی خود اضافه کرد

ایسنا: موتور جست‌وجوگر گوگل در تلاش برای افزایش فاصله خود با دیگر موتورهای جست‌وجوی جهانی، لینک جدیدی با نام «ویدیو» را به صفحه اصلی خود اضافه کرد. گوگل که پرمخاطب‌ترین موتور جست‌وجو در جهان است، با هدف جذب تعداد کاربران بیشتر، لینک ویدیو را در صفحه اصلی خود قرار داد تا ترافیک مراجعان را افزایش دهد. هم‌اکنون در صفحه اصلی گوگل لینک‌های وب، عکس، خبر و ویدیو و نیز لینک سرویس نقشه به‌چشم می‌خورد. گوگل در ماه ژوئن اعلام کرد که در حال آزمایش یک برنامه تبلیغاتی جدید برای سرویس‌های ویدیویی خود است. گوگل همچنین لوگوی تبلیغ‌کننده را بالای ویدیوپلیر قرار داده که کاربر با کلیک بر روی آنها، وارد وب‌سایت تبلیغ‌کننده می‌شود.

یاهو و پیشگیری از حملات فیشینگ

بنا به اعلام سایت یاهو این شرکت قابلیت امنیتی جدیدی را به صورت آزمایشی و به شکل محدود برای مبارزه با حملات اینترنتی موسوم به «فیشینگ» راه‌اندازی کرده است. براساس این قابلیت امنیتی جدید، در صفحات اینترنتی شرکت «یاهو» ویژه واردکردن کلمات عبور و اسم‌رمز کاربران، نشانه‌های منحصر به فردی که توسط خود کاربران انتخاب شده است، نمایش داده می‌شود تا کاربران در هر بار مراجعه به این سایت‌ها با مشاهده نشان مذکور، از غیرجعلی بودن این وب‌سایت‌ها مطمئن شده و بتوانند بدون نگرانی از وجود یک حمله «فیشینگ»، کلمه عبور و اسم روز خود را وارد کنند. «فیشینگ» به‌طور کلی به حملاتی گفته می‌شود که در آن هکرها وب‌سایت‌هایی را با ظاهری کاملاً مشابه وب‌سایت‌های شناخته شده، مثلا وب‌سایت «یاهو میل»، طراحی کرده و با نمایش این وب‌سایت‌های جعلی، کاربران را فریب داده و اسم‌رمز و کلمه عبور تایپ شده توسط کاربران را ثبت کرده و می‌ربایند. شرکت «یاهو» اعلام کرده است هم‌اکنون بخش کوچکی از کاربران «یاهو» که برای استفاده از خدمات این شرکت به وب‌سایت‌هایی که مستلزم درج اسم رمز و کلمه عبور است مراجعه می‌کنند، به صورت تصادفی انتخاب شده و خدمات نشان الکترونیک جدید برای آنها معرفی می‌شود و در آینده این خدمات امنیتی برای تمامی کاربران «یاهو» به صورت عمومی عرضه خواهد شد. براساس این خدمات، کاربران «یاهو» که به هرکدام از خدمات مستلزم ورود کلمه عبور و اسم رمز «یاهو» نظیر «یاهو میل» وارد شوند، از آنها درخواست می‌شود یک متن منحصر به‌فرد و یا عکس را انتخاب کنند که از آن تاریخ به بعد، هر بار که کاربر آن رایانه وارد یکی از چنین وب‌سایت‌های «یاهو» شود، آن عکس و یا نوشته برای او به نمایش درمی‌آید و او می‌تواند با آسودگی خاطر از تقلبی نبودن وب‌سایت، اسم رمز و کلمه عبور خود را وارد کند. شرکت «یاهو» اعلام کرده است در این خدمات به جای هر کاربر، به هر رایانه یک نشان الکترونیک اختصاص می‌یابد زیرا اگر قرار بود هر کاربر یک نشان الکترونیکی ویژه خود داشته باشد، آن کاربر برای معرفی خود و مشاهده نشان مربوط به خود مجبور بود اسم رمز و کلمه عبور خود را وارد کند که این امر باز خطر «فیشینگ» را به دنبال داشت. استفاده از روش مشابه برای جلب اطمینان کاربران در زمینه غیرجعلی بودن وب‌سایت‌ها پیش از این نیز توسط برخی موسسات مالی از جمله وب‌سایت بانک «بنک آو آمریکا» مورد استفاده قرار گرفته است.