خبرها

گوگل و ارائه نرم‌افزارهای رایگان

جست‌وجوگر اینترنتی «گوگل» برای گسترش خدمات خود مجموعه‌ای از نرم‌افزارهای رایانه‌ای را به طور رایگان در اختیار شرکت‌های مختلف قرار می‌دهد. به این ترتیب گوگل که محور فعالیتش تاکنون خدمات جست‌وجو و پخش آگهی بوده، وارد میدان رقابت شرکت‌های بزرگ تولیدکننده نرم‌افزار رایانه‌ای مانند «مایکروسافت» شده است و این در حالی است که مایکروسافت سرگرم به روز کردن مجموعه برنامه موسوم به «آفیس» خود است. گوگل می‌گوید در پاسخ به تقاضای بازار برای بسته‌های نرم‌افزار به جای خدمات فردی، برنامه‌های رایانه‌ای مجانی را در اختیار شرکت‌ها گذاشته است. گوگل اواخر سال ۲۰۰۶ این نرم‌افزارها را در قبال پرداخت وجه به شرکت‌ها ارائه خواهد داد. قیمت این نرم‌افزارها که شامل تبلیغات نمی‌شود، هنوز اعلام نشده است. اما مدیرعامل گوگل تاکید دارد که تازه‌ترین خدمات این شرکت «به هیچ‌وجه جایگزینی برای سیستم عامل ویندوز و حذف برنامه‌های دیگر نیست.» این خبر در حالی منتشر شده که گوگل با سایت خرید و فروش اینترنتی «ای‌بی» (eBay) برای ارائه خدمات پخش آگهی همکاری خود را آغاز کرده است. «ای‌بی» و گوگل درصددند خدمات موسوم به «برای تماس کلیک کن» خود را به طور مشترک در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند تا آنها بتوانند به طور مستقیم با شرکت‌ها تماس برقرار کنند. سال گذشته میلادی کشمکش حقوقی گوگل و مایکروسافت بر سر یک مهندس چینی، علاقه رسانه‌ها به رقابت این دو شرکت بزرگ را تقویت کرد. گوگل همچنین در اواخر سال ۲۰۰۵ اعلام کرد یک میلیارد دلار از سهام شرکت آمریکن آن لاین را می‌خرد که عملاً به شایعات مربوط به قرارداد احتمالی بین مایکروسافت و آمریکن آن لاین پایان داد. گوگل از ژانویه ۲۰۰۴ با عرضه سرویس ای‌میل «جی‌میل» به کسب و کار تک‌محصولی‌اش که فقط جست‌وجو در اینترنت بود، تنوع بخشید و امروز به برکت ایجاد سبدی متنوع از خدمات و محصولات به بزرگترین شرکت رسانه‌ای دنیا تبدیل شده است. گوگل در اوت ۲۰۰۴ سهامش را به قیمت ۸۰دلار عرضه کرد، ولی در روز پنجم ژانویه ۲۰۰۶ این رقم به ۴۴۸دلار رسید که بالاترین رقم در این ۱۸ ماه است. در همین مدت ارزش سهام مایکروسافت راکد بوده است.

همکاری تبلیغاتی دو سایت گوگل و eBay

ایرنا: مقامات شرکت eBay از همکاری و متحد شدن خود با شرکت گوگل برای جذب و انتشار آگهی و تبلیغات اینترنتی خبر دادند. این تبلیغات قرار است علاوه بر درج شدن بر روی سایت این دو شرکت بر روی سایت‌های پرطرفدار اینترنتی در آمریکا نیز درج شود. مقامات این دو شرکت نیز پیش‌بینی کردند که از طریق این همکاری مسالمت‌آمیز و به طور قانونی می‌توانند بخش عظیمی از بازار تبلیغات را در این کشور و دیگر کشورها در دست

بگیرند. همکاری این دو شرکت اینترنتی به گونه‌ای است که با ورود به سایت گوگل و eBay با کلیک کردن بر روی واژهCLICK TO CALLمتقاضیان می‌توانند درخواست تبلیغات شرکت و آگهی‌های خود را اعلام کنند. مقامات این دو شرکت اعلام کردند که همکاری آنان با یکدیگر تنها برای جذب آگهی و تبلیغ شرکت‌های بازرگانی و رایانه‌ای موجود در کشور آمریکا نیست بلکه کشورهای دیگری که قصد همکاری در زمینه ارائه تبلیغات دارند نیز می‌توانند به طور مستقیم درخواست تبلیغات خود را اعلام کنند. همکاری شرکت گوگل و eBay قرار است از آغاز سال ۲۰۰۷ شروع شود. همچنین مقامات این دو شرکت به توافق رسیدند که سود و درآمد ناشی از تبلیغات اینترنتی و جذب آگهی به طور مساوی مابین دو طرف تقسیم شود.

معرفی شهرها در سایت ویکی مپیا

سایت ویکی مپیا WikiMapia این امکان را برای کاربران اینترنتی فراهم کرده است که بتوانند با مراجعه به نقشه ماهواره‌ای گوگل، شهرها، خیابان‌ها و محله‌های مورد نظر خود را معرفی کنند. ویکی مپیا مانند سایت ویکی پدیا یک دایره‌المعارف زنده و آن لاین برای معرفی نقاط جغرافیایی در نقشه ماهواره‌ای جهان است. کاربران می‌توانند با مراجعه به‌این سایت به آدرس اینترنتی www.wikimapia.org و کلیک گزینه add new place منطقه جغرافیایی مورد نظر خود را انتخاب و با دادن توضیحات و عنوان مورد نیاز آن را معرفی کنند. سایت «ویکی مپیا» برای کاربران این امکان را فراهم کرده است که خانه خود را به صورت خصوصی ببابند و آن را نشانه‌گذاری کنند و همچنین درباره مکان‌های معرفی شده، نظرات خود را ارائه دهند. این سایت از زبان‌های مختلف از جمله فارسی پشتیبانی می‌کند و نقشه‌های ماهواره‌ای استفاده شده در آن از سیستم گوگل مپGoogle Mapاست. در دایره‌المعارف «ویکی پدیا» درباره سایت «ویکی مپیا» آمده است: این سایت یک نقشه «آن لاین» است که به کمک «گوگل مپ» به کاربران اجازه می‌دهد تا مکان‌های مختلف را معرفی کنند.

بازی‌های کامپیوتری سایت‌های اینترنتی را تصرف می‌کنند

یک صنعت پرسود

علی پرند

بازی‌های ویدئویی سال‌هاست به عنوان یک وسیله سرگرم‌کننده مورد استفاده مردم جهان است و سال‌هاست اینترنت و سایت‌های اینترنتی نیز در این میان نقش ویژه‌ای را ایفا می‌کنند و عملاً انقلابی را در عرصه بازی‌های کامپیوتری و ویدئویی به وجود آورده‌اند. حالا دیگر بازی‌های ویدئویی از یک کالای کوچک و خرد به یک صنعت درآمدزا تبدیل شده‌اند، صنعتی که مخاطبان آن نه فقط کودکان و نوجوانان بلکه بخش عمده‌ای از بزرگسالان را نیز در برمی‌گیرد. هر چند هنوز هم بسیاری با شنیدن نام بازی‌های ویدئویی یاد کلوپ‌های بازی و یا دستگاهی مقابل گیرنده‌های تلویزیونی می‌افتند اما اینترنت عملاً یک کلوپ بزرگتر و گسترده‌تر را به وجود آورده و سایت‌های بی‌شماری در این راه به درآمدهای کلانی دست یافته‌اند. بخش عمده‌ای از کاربران امروز اینترنت ساعاتی از روز و شب خود را در این سایت‌ها می‌گذرانند، با کسانی که هیچ‌گاه ندیده‌اند و نخواهند دید به بازی می‌پردازند و یا از این راه به کسب درآمد مشغولند. ماهیت بازی‌های ویدئویی حالا کاملاً با ماهیت یک بازی ساده متفاوت است.

■ محبوب خانواده‌ها

چندی قبل لاون استاین یکی از مقامات انجمن نرم‌افزارهای سرگرمی آمریکا در نمایشگاه تجاری E3-(Electronic Entertainment Expo) که در واقع یکی از معتبرترین نمایشگاه‌های صنایع سرگرمی به شمار می‌آید گفت که فروش این گونه نرم‌افزارها در آمریکای شمالی از سه میلیارد دلار در سال ۱۹۹۴ به ۱۰ میلیارد دلار افزایش یافته و اکنون یک صنعت جهانی ۲۵ میلیارد دلاری است.

شرکت EA، غول نرم‌افزارهای سرگرمی، فروش خود را از ۳۰۰ میلیون دلار به پنج میلیارد دلار افزایش داده و این در حالی است که کیفیت بازی‌های ویدئویی جهشی کوانتومی را تجربه کرده‌اند. اما «لاون استاین» می‌گوید که هنوز دوره سرخوشی این صنعت فرانرسیده است. در واقع او و مدیران «سونی»، «مایکروسافت» و «نینتندو» دنیایی را به تصویر می‌کشند که در آن سرگرمی‌های ویدئویی به اندازه تلویزیون، فیلم‌های سینمایی و موسیقی فراگیر می‌شوند. برخی حتی معتقدند صنعت بازی‌های ویدئویی طی دهه آینده دامنه نفوذش را دو برابر امروز می‌گستراند. در حال حاضر حدود ۳۵ میلیون خانوار آمریکایی یک کنسول بازی دارند و تحلیلگران معتقدند وقتی کنسول‌های دستی را نیز به این رقم بیفزاییم، درخواهیم یافت که تنها در ایالات متحده قریب به ۵۰ میلیون خانه حداقل یک «بازیکن» دارد.

امروزه بخش عمده این صنعت از طریق کنسول‌های بازی و یا دستگاه‌هایی به جهان عرضه می‌شود که امکان اجرای بازی‌ها را روی خود فراهم می‌آورند. رئیس بخش کنسول‌های بازی ایکس‌باکس مایکروسافت معتقد است که به‌رغم حضور همه جانبه کودکان و نوجوانان در دایره مخاطبان صنعت بازی‌های کامپیوتری هنوز بخش بزرگی از جمعیت با قابلیت حضور در این دایره را دارند. به گفته وی هم‌اکنون بخشی از مردان بین ۱۸ تا ۳۴ سال وجود دارند که به طور بالقوه می‌توانند مشتریان خوبی برای بازی‌های کامپیوتری باشند.

وی ابراز امیدواری می‌کند که طی ده سال آینده حجم این صنعت دو برابر خواهد شد اما این ریسک نیز وجود دارد که چنین پیش‌بینی‌هایی به وقوع نپیوندد و عملاً همه نقشه‌ها نقش برآب شود. به عنوان مثال خشونت روزافزونی که بر بازی‌های کامپیوتری حاکم است می‌تواند در آینده موجی از مخالفت‌ها را ایجاد کند که عملاً به کل این صنعت لطمه وارد سازد. نقطه مشخص چنین نگرانی‌ای ایجاد قوانین و مقررات سختگیرانه برای تولید بازی‌های رایانه‌ای و اینترنتی است که عملاً به تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان این بازی‌ها لطمه می‌زند. نکته مهم دیگر تکثیر و کپی غیرمجاز از این بازی‌هاست؛ معضلی که البته خاص بازی‌های کامپیوتری نیست اما به هر حال ضرر و زیان قابل توجهی را به این صنعت وارد می‌سازد. هم‌اکنون در بسیاری از کشورهای آسیایی و آفریقایی و حتی در آمریکا و اروپا نیز بازی‌های ویدئویی به صورت کپی در اختیار کاربران قرار می‌گیرد. اینترنت و سایت‌های اینترنتی نیز در این میان در توزیع نرم‌افزارهای شکستن قفل و به اصطلاح «کرک» نقش ویژه‌ای را ایفا می‌کنند و به این ترتیب عملاً یک دایره بزرگی از توزیع غیرقانونی در سراسر جهان به وجود آمده است.

چنین موردی البته در مورد سایت‌های اینترنتی به‌ندرت صدق می‌کند چراکه این بازی‌ها به دلیل آنکه روی سرور خاصی نگهداری می‌شوند و همواره تحت کنترل قرار دارند عملاً در اختیار مشتریان مخصوصی قرار می‌گیرند اما واقعیت این است که هنوز بازی‌های تحت کنسول و یا تحت کامپیوتر محبوبیت بیشتری نسبت به اینترنت دارند و از این رو قفل شکنی آنان نیز یک نقطه ضعف عمده محسوب می‌شود.

مهمترین نکته‌ای که در این میان وجود دارد این است که مسیر آینده بازی‌های ویدئویی باید درست تعیین شود و این موضوع خصوصاً با توجه به پیشرفت‌های صنعت کامپیوتر بسیار قابل توجه است. در واقع تولیدکنندگان بازی‌های ویدئویی باید حدس بزنند که در آینده چه نوع مدیوم یا رسانه‌ای در زمینه بازی‌های کامپیوتری حرف اول را خواهد زد، اگر این مدیوم اینترنت است تولیدکنندگان بازی باید از هم‌اکنون روی آن برنامه‌ریزی و تحقیق را شروع کنند. ممکن است موج تلفیق دستگاه‌های دیجیتالی که از چند سال قبل آغاز شده در سال‌های آینده به سمت و سویی برود که بازی‌های ویدئویی نیز در چنین دستگاه‌هایی عرضه شوند آنگاه دیگر کنسول‌های بازی ارزش واقعی خود را از دست خواهند داد. همچنین ممکن است با رشد سریعی که در عرصه تکنولوژی تلفن همراه صورت می‌گیرد بازی‌های ویدئویی به سمت و سوی این وسیله ارتباطی سوق داده شوند و این نیز یک استراتژی دیگر را می‌طلبد.

■ گام جدید

اینترنت پرسرعت تاثیرات قابل توجهی را در عرصه زندگی دیجیتالی افراد به وجود آورده است و یکی از مهمترین آنها تاثیر قابل توجهی است که در زمینه بازی‌های کامپیوتری ایجاد کرده است. اینترنت پرسرعت امروزه تبدیل به یک بستر مناسب برای ارائه و همچنین لذت بردن از یک بازی کامپیوتری تبدیل شده است. با گسترش این نوع از اینترنت عملاً شکل و نوع بازی‌هایی از این دست و خصوصاً بازی‌های چندنفره نیز تغییر کرده است و محدودیت‌هایی چون سرعت و کیفیت روز به روز در حال محو شدن هستند. مکمل کردن دستگاه‌های کامپیوتری با دستگاه‌های بازی و دستگاه‌های ارتباطی یکی از مهمترین دغدغه‌های تولیدکنندگان بازی‌های کامپیوتری است و در این میان اینترنت پرسرعت عملاً مسیر این دغدغه را تغییر داده است. در واقع سرعت دسترسی و شبکه گسترده‌ای که بسیاری از افراد به آن دسترسی دارند بهترین فرصت را برای آینده این صنعت فراهم آورده است. از سوی دیگر شکل و چهره بازی‌ها نیز با افزایش سرعت ارتباطات و سرعت پردازنده‌ها شکل واقعی‌تری به خود گرفته به طوری که در بسیاری از مواقع عملاً فضای بازی‌ها به فضاهای واقعی بسیار نزدیک شده است.

اینترنت بی‌سیم نیز تحول دیگری در این زمینه ایجاد کرده است. امروزه در بسیاری از رستوران‌ها و فروشگاه‌ها اینترنت بی‌سیم و پرسرعت در اختیار مشتریان قرار می‌گیرد و چنین فضاهایی عملاً مطلوب بازی‌های کامپیوتری نیز هست. در این میان هر چند هنوز بسیاری از کاربران ترجیح می‌دهند که به سراغ بازی‌های پولی نروند اما جذابیت‌های این بازی‌ها از یک سو و پایین آوردن قیمت بازی‌های آن لاین از سوی دیگر باعث شده که درآمد زیادی از این بخش نصیب این صنعت شود.

چندی قبل شرکت نینتندو و مک‌دونالد موافقتنامه‌ای را با هم به امضا رساندند که براساس آن مشتریان رستوران‌های مک‌دونالد می‌توانند به طور رایگان از اینترنت مجانی استفاده کرده و با افراد دیگری به صورت آن لاین بازی کامپیوتری انجام دهند. این امکان البته برای کسانی فراهم شده بود که از کنسول‌های بازی نینتندو برخوردارند.

رستوران‌های مک‌دونالد هم‌اکنون نیز سرویس‌های اینترنتی بی‌سیم برای مشتریان خود ارائه می‌دهد اما مک‌دونالد برای این سرویس از مشتریان خود پول دریافت می‌کند. نینتندو این اقدام را در جهت رقابت با کنسول‌های بازی سونی و مایکروسافت انجام داد و البته این شرکت اعلام کرده که کنسول جدید خود را که نسل جدید کنسول‌های بازی عنوان شده در سال ۲۰۰۶ ارائه خواهد کرد که امکان ارتباط و بازی آن لاین از جمله قابلیت‌های آن خواهد بود.

سونی و مایکروسافت نیز که هر دو از غول‌های این صنعت پولساز به شمار می‌روند معتقدند که می‌توانند بازیکنان بیشتری را به استفاده از بازی‌های آن لاین پولی ترغیب کنند. «رابرت کوتیک» مدیر اجرایی Activision، بازی‌سازی که دو سال پیش ۹۴۵ میلیون دلار فروش داشت، به آسوشیتدپرس گفته است: جالب خواهد بود که ببینیم آیا تجربه اصلی بازی از طریق کنسول متصل به تلویزیون خواهد بود یا از طریق مرورگر اینترنت که سخت‌افزارهای تخصصی را بی‌استفاده‌تر می‌سازد. در این میان کارشناسان دیگری نیز وجود دارند که معتقدند سخت‌افزار و شبکه در صنعت بازی‌های کامپیوتری حرف نخست را نمی‌زند بلکه این محتوای این بازی‌هاست که تعیین‌کننده است. کازا هاری رئیس بخش سرگرمی کامپیوتری شرکت سونی می‌گوید: در این بخش محتوا بر سخت‌افزار ارجحیت دارد نهایتاً همه چیز حول محور سرگرمی می‌چرخد و هسته کلیه این فناوری‌ها را سرگرمی تشکیل می‌دهد. محصولاتی موفق خواهند شد که بتوانند به بهترین شکل عطش سیری‌ناپذیر همه ما به سرگرمی را سیراب سازند. طبعاً هرکدام از بازیگران بزرگ این صنعت درباره چگونگی تکامل آن دیدگاه متفاوتی دارد. نقطه قوت سونی در طراحی سخت‌افزار است. «هارای» اعتقاد دارد سری بازی‌های «پلی‌استیشن» می‌تواند تا چند سال دیگر دوام بیاورد، ولی بعد به نسل آینده این کنسول‌های بازی نیاز خواهد بود. در واقع صنایع سرگرمی هم‌اکنون در اندیشه تلفیق محتوا هستند. مثلاً تلفیق موسیقی سینما و بازی کامپیوتری. سونی دو سال قبل یک دستگاه قابل حمل موسوم به پلی‌استیشن شخصی را عرضه کرد که می‌تواند فیلم پخش کند و ارتباطش به تلویزیون بدون سیم است. این شرکت ژاپنی همچنین خبر داده که یک قرارداد توسعه با «آی‌بی‌ام» برای تولید یک تراشه جدید امضا کرده که برای پردازش محتویات دیجیتالی تخصصی فوق‌العاده خواهد داشت. این تراشه می‌تواند به کنسول‌های پرشتاب جان بخشد. مایکروسافت در این زمینه پیشرو است. چند سال قبل که این شرکت وارد صنعت بازی‌های کامپیوتری شد خیلی سریع از دومین بازیگر بزرگ این عرصه یعنی شرکت نینتندو جلو زد و اکنون با تاکید بر توانایی‌های نرم‌افزاری خود می‌خواهد عملاً در این عرصه نیز حاکم بلامنازع باشد.

مسئولان مایکروسافت معتقدند که این نرم‌افزار است که همه چیز را گرد هم می‌آورد. آنها با ارائه یک دستگاه چندمنظوره برای کنترل خانه‌های آینده عملاً گام جدیدی را در این عرصه برداشته‌اند. این دستگاه کنترل‌کننده بسیاری از وسایل خانه و در عین حال وسیله سرگرمی بسیار قابل توجهی است که انواع و اقسام محتویات سرگرمی را در خود ذخیره می‌کند.

اعتقاد وی بر این است که خانه‌های آینده یک سیستم کنترل سرگرمی تمام‌منظوره- شاید شبیه یک رایانه شخصی- با چند دستگاه جانبی متصل به آن خواهند داشت. سیستم‌های سرگرمی خانگی همچنین دربرگیرنده یک دستگاه تلویزیون با کیفیت بالا، سیستم صوتی احاطه‌گر، کنسول بازی و یک رایانه خواهند بود که انواع و اقسام محتویات سرگرمی را ذخیره می‌سازد. هر دستگاه به کمک یک وسیله دستی قابل دسترسی خواهد بود.

■ انقلاب بزرگ

هم‌اکنون بسیاری از مسابقات جهانی بازی‌های کامپیوتری به صورت آن لاین انجام می‌گیرد. به این ترتیب که کاربران با مراجعه به یک سایت مخصوص و ثبت‌نام در آن می‌توانند به صورت تک‌نفره یا گروهی به بازی بپردازند. برخی از این مسابقات از اعتبار بسیار بالایی برخوردارند به طوری که کاربران در مراحل نهایی و در صورت راهیابی به مراحل پایانی جوایز بسیار قیمتی دریافت می‌کنند و از شهرت بسیاری نیز برخوردار می‌شوند. در سایت‌هایی از این دست کاربران بر اساس نمراتی که در بازی‌ها کسب می‌کنند دارای رنکینگ یا نمره رده‌بندی می‌شوند و می‌توانند در مراحل بالاتر و مناطق گسترده‌تر جهانی به رقابت بپردازند. گسترش اینترنت پرسرعت تاثیر بسیار زیادی در گسترش این دسته از بازی‌ها داشته است به طوری که همواره برترین بازیکنان این رقابت‌ها از کشورهایی هستند که سطح دسترسی به اینترنت پرسرعت در آنها بالاست. برای شرکت در یک مسابقه آن لاین کاربران یک نرم‌افزار مخصوص را روی دستگاه کامپیوتر خود نصب می‌کنند و سپس با ارتباط گرفتن با سرور اصلی به انتخاب حریف و بازی می‌پردازند. برخی از سایت‌ها امکان ذخیره بازی‌های انجام شده را برای بازبینی بعدی فراهم می‌کنند و همچنین صفحاتی نیز برای ارتباط عادی میان کاربران در این سایت‌ها وجود دارد تا در آن به ارائه نظرات خود بپردازند.

نکته

هم‌اکنون بسیاری از مسابقات جهانی بازی‌های کامپیوتری به صورت آن لاین انجام می‌گیرد. به این ترتیب که کاربران با مراجعه به یک سایت مخصوص و ثبت‌نام در آن می‌توانند به صورت تک‌نفره یا گروهی به بازی بپردازند.

به جز سایت‌های اینترنتی بازی‌های موبایل‌ها نیز امروزه به یک صنعت درآمدزا تبدیل شده است. این موضوع خصوصاً از آن جهت بیشتر مورد توجه واقع می‌شود که بدانیم تکنولوژی‌های دسترسی دستگاه‌های تلفن همراه به اینترنت و شبکه‌های پرسرعت ارتباطی افزایش قابل توجهی یافته است. بازی مار که نخستین‌بار در سال ۱۹۹۶ توسط یک شرکت ساخت گوشی تلفن همراه ارائه شد نخستین نمونه از این بازی‌ها بود که به شکلی بسیار ساده طراحی شده بود. این بازی و بازی‌هایی از این دست دیگر منسوخ شده هر چند هنوز هم روی بسیاری از دستگاه‌های موبایل قدیمی می‌توان چنین بازی‌هایی را مشاهده کرد. امروزه تکنولوژی موبایل چنان پیشرفتی کرده که امکانات ارائه بازی‌های باکیفیت و متنوعی روی این دستگاه‌ها وجود دارد. اکنون بازی‌های موبایل بخش مهمی از صنعت سودآور بازی‌های سرگرم‌کننده هستند. «متیو بیلوز» بنیانگذار مشترک واحد بازنگری بازی‌های بی‌سیم در سایت Gamspot.com در جریان نمایشگاه E3 گرداننده یک میزگرد درباره بازی‌های موبایل بود. شرکت‌کنندگان در این میزگرد که همگی از پیشتازان این بخش بودند، به پیشرفت‌های فناوری تاثیرگذار بر بازی‌های گوشی تلفن همراه در آینده نزدیک مانند گرافیک سه‌بعدی و توانایی پذیرش چند بازیکن بدون سیم پرداختند. بیلوز به حضار یادآوری کرد که صنعت سرگرمی تنها دو سال پیش متوجه ارزش بازی‌های موبایل شد. تا سال ۲۰۰۲، بازی‌ها تقریباً همگی از پیش روی گوشی‌ها نصب می‌شدند و به جز گوشی‌های Nextel، دانلود کردن بازی برای موبایل امکان‌پذیر نبود. افزون بر این تعداد گوشی‌های دارای صفحات رنگی در آمریکا و دنیا محدود بود. اما امروزه شما به راحتی می‌توانید از سایت سازنده گوشی‌تان یا سایت وابسته هر بازی دلخواه را دانلود کنید. با این وجود، بازی‌های موبایل کماکان نوپا محسوب می‌شوند و همانند بزرگ شدن یک طفل خردسال تماشای پیشرفت‌های حاصل ظرف این مدت کوتاه جالب است. شاید مهم‌ترین ویژگی بازی‌های موبایل این باشد که وقتی به دستتان می‌رسند، به شبکه متصلند. بدین ترتیب بازیکنان می‌توانند با دوست یا غریبه، نزدیک یا دور، بازی کنند. چند روز قبل نیز شرکت مایکروسافت اعلام کرد تا پایان ماه میلادی جاری نرم‌افزار «اکس‌ان‌ای گیم استودیو اکسپرس» را ویژه ساخت بازی‌های رایانه‌ای به بازار خواهد داد. نرم‌افزار «اکس‌ان‌ای گیم استودیو اکسپرس» (XNA Game Studio Express) در حقیقت نگارش ساده‌شده نرم‌افزار حرفه‌ای است که برای طراحی بازی‌های پرطرفدار کنسول «اکس‌باکس ۳۶۰» مورد استفاده قرار گرفته است. این نرم‌افزار که تنها در سیستم‌عامل «ویندوز» قابل نصب است، به تمامی علاقه‌مندان بازی‌های رایانه‌ای اجازه می‌دهد با استفاده از سلیقه و خلاقیت خود، بازی‌های رایانه‌ای جدید ایجاد کنند و آنها را از طریق خدمات بازی‌های اینترنتی «مایکروسافت اکس‌باکس لایو» در اختیار سایر کاربران قرار دهند. نرم‌افزار «اکس‌ان‌ای گیم استودیو» نخستین نرم‌افزاری است که طراحی بازی برای کنسول‌های بازی‌های رایانه‌ای را برای کاربران خانگی ممکن می‌کند.

این کار مایکروسافت در واقع ایده‌ای برای انتقال طراحی بازی‌های رایانه‌ای از طراحان حرفه‌ای و شرکت‌ها به سطح جامعه قلمداد شده است. به طور معمول برای ساخت هر بازی رایانه‌ای گروه بزرگی از هنرمندان، انیمیشن‌سازان، برنامه‌نویسان و حتی ریاضیدانان با یکدیگر همکاری می‌کنند و گاه چند سال زمان و میلیون‌ها دلار هزینه برای تولید هر بازی رایانه‌ای پیشرفته صرف می‌شود که هم‌اکنون «مایکروسافت» با ارائه این نرم‌افزار، به هر کاربر اجازه داده است با حداقل منابع در دسترس و در عرض تنها چند هفته و با داشتن حداقل دانش برنامه‌نویسی، بازی‌های رایانه‌ای ساده مورد نظر خود را بسازد. هر چند مشخص است نتیجه ساخت چنین بازی رایانه‌ای با بازی‌ای که میلیون‌ها دلار برای آن هزینه می‌شود یکسان نیست اما به گفته کارشناسان، استفاده از این نرم‌افزار می‌تواند کودکان را با مراحل ساخت بازی‌های رایانه‌ای آشنا کرده و به علاوه آنها را به فراگیری علم برنامه‌نویسی رایانه‌ای تشویق کند.

به‌رغم آنکه هم‌اکنون اینترنت و سایت‌های اینترنتی سطح گسترده‌ای از بازی‌های رایانه‌ای را ارائه می‌دهند و در این زمینه انقلابی ایجاد کرده‌اند اما این کار چندان هم بی‌خطر نبوده است. چند روز قبل اعلام شد که کارشناسان امنیتی مایکروسافت هشدار داده‌اند که بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند مورد استفاده هکرها و تبهکاران اینترنتی قرار گیرد. بنا به گزارش خبرگزاری رویترز در حال حاضر برخی بازی‌های رایانه‌ای مشهور به گونه‌ای طراحی شده‌اند که کاربران آنها می‌توانند بسته به امتیازات کسب شده در طول بازی برای خود ابزارهای مجازی مورد استفاده در بازی را خریداری کنند. کارشناسان امنیتی شرکت مایکروسافت اعلام کردند هم‌اکنون برخی هکرها با طراحی کدهای مخرب خود، به حساب مجازی مورد استفاده کاربران در بازی‌های رایانه‌ای نفوذ کرده و با ربودن امتیازات آنها، این امتیازات مجازی کسب شده توسط کاربر را در اینترنت با قیمت‌های بالا به علاقه‌مندان بازی‌های رایانه‌ای به فروش می‌رسانند. «دیو واینشتاین» کارشناس امنیتی مایکروسافت در همایش بازی‌های رایانه‌ای «گیم فست» به طراحان بازی‌های رایانه‌ای آن لاین هشدار داد هم‌اکنون این بازی‌ها به طور گسترده‌ای هدف حملات هکرها قرار گرفته‌اند. بسیاری از بازی‌های رایانه‌ای پرکاربر جدید نظیر «ورلد آو واردکرفت» (World Of Warcraft) به گونه‌ای طراحی شده‌اند که کاربر پس از خریداری نرم‌افزار بازی و نصب آن باید مبلغی را به صورت ماهیانه برای ارتباط اینترنتی با سایر کاربران این بازی و همکاری با آنها به صورت یک تیم، پرداخت کند. به گفته کارشناسان اینترنتی علاوه بر حساب‌های بانکی، اسم رمزها و کلمات عبور ربوده شده کاربران، حساب‌های آن لاین مربوط به بازی‌های رایانه‌ای نیز در حال حاضر به شکلی گسترده در بازار سیاه خرید و فروش می‌شوند و بازی‌های رایانه‌ای به یکی از جدیدترین منابع درآمد غیرقانونی هکرها بدل شده‌اند به طوری که برخی از این حساب‌های مجازی مورد استفاده در بازی‌های رایانه‌ای دارای ارزشی حقیقی به میزان ۱۰ هزار دلار هستند.

■■■

بازی‌های رایانه‌ای با استفاده از ابزار اینترنت و سایت‌های اینترنتی امروزه به یکی از تاثیرگذارترین صنایع سرگرمی تبدیل شده‌اند و بی‌سبب نیست که اسامی غول‌های بزرگ صنایع نرم‌افزار و سخت‌افزار در این صنعت زیاد به گوش می‌رسد. هر چند رقابت برای گرفتن بازار در این زمان بیش از هر چیز برای این دسته از شرکت‌ها اهمیت دارد اما نگاه به روند بازار و آینده دستگاه‌های دیجیتالی مهمترین دغدغه سازندگان بازی‌های کامپیوتری است.

آن لاین

«ناموس آن لاین» در روزنامه‌نگاری سایبر

رضا ولی‌زاده

در روزگاری که روزنامه‌ها با انتشار خود دور تازه‌ای از تولد فناوری ارتباطی را در ساختار جامعه اطلاعاتی بدوی کشورمان آغاز کردند خود نیز دارای ساختاری ابتدایی و سنتی بودند. بسیاری از ویژگی‌های این ساختار سنتی و بدوی را که دیگر امروز با ورود به جهان مدرن باید ضعف نامید هنوز در عموم روزنامه‌های در حال انتشار کشور به روشنی می‌توان دید. یکی از ضعف‌های ساختار و دیدگاه سنتی روزنامه‌های آن روزگار درج شمارگان (تیراژ) انتشار بود؛ البته در روزنامه‌های عهد قاجار واژه شمارگان و تیراژ هنوز متولد نشده بودند و به جای آنها از عبارت «عده نسخه مطبوعه»[1] و به جای عبارت «تجدید چاپ» از واژه «کپیه» استفاده می‌شد. در آن روزگار «عده نسخه مطبوعه» یا همان شمارگان، نام غیر رسمی دیگری نیز میان اهالی صنف مطبوعات داشت؛ آن‌ها شمارگان نشریه را در میان خود «ناموس نشریه»[2] نیز می‌خواندند و فاش شدن راز تعداد انتشار روزنامه، حکم به باد رفتن ناموس نشریه را داشت. این عادت و دیدگاه محافظه‌کارانه در مطبوعات امروزی نیز دیده می‌شود. روزنامه‌ها و دیگر نشریات کشور از اعلام شمارگان خود پرهیز دارند.

سال ۱۳۷۸ «هیات نظارت بر مطبوعات» آیین‌نامه‌ای مبنی بر درج اجباری شمارگان انتشار تمامی نشریات کشور تصویب کرد که البته عمر گردن نهادن مطبوعات به این آیین‌نامه چند صباحی به درازا نکشید و حتی در آن دوره روزنامه‌هایی چون «کیهان»، «جوان» و چند نشریه دیگر به اجرای این آیین‌نامه تن ندادند. در آن دوره حتی تحلیل‌هایی مبنی بر اهداف سیاسی آیین‌نامه یادشده مطرح شد. ظهور رسانه‌های آن لاین و تغییر بنیادین شکل ارتباط آنها با مخاطب نیز فصل تازه و پرتحولی را در جامعه اطلاعاتی روزگار ما رقم زده است که بی‌گمان در آینده و از نگاه آیندگان بسیار سنتی خواهد بود. با مقایسه نگاه روزنامه‌نگاری چاپی و روزنامه‌نگاری سایبر به پدیده درج شمارگان درمی‌یابیم پیشرفت تکنولوژی‌های ارتباطی می‌تواند بسیاری از دیدگاه‌ها و کنش‌های ما را دچار تغییر و دگرگونی‌های بنیادین کند.

نکته جالب توجه این است که بسیاری از صاحبان رسانه‌های سایبر با وجود پا گذاشتن به فضایی که قواعد و اصول خاص خود را دارد همچنان به دیدگاه‌های سنتی خود پایبند مانده‌اند و حاضر نیستند به قواعد جهان سایبر تن دهند. پنهان کردن آمار بازدیدکنندگان و به نمایش نگذاشتن عقاید و نظر مخاطبان (کامنت) همچنان جزء پس‌مانده‌های تفکر حاکم بر رسانه‌های چاپی است. آن دسته از رسانه‌های سایبر که با آغوش باز به استقبال تازه‌ترین امکانات نرم‌افزاری گسترش تعامل بی‌واسطه با مخاطب می‌روند حیات خویش را در گرو تعامل‌گرایی و اصل ارتباطی «مشتری‌مداری» می‌دانند، از این‌رو با شفاف‌سازی عملکرد خویش، نوار قلب خود را با کلیک‌های هر مخاطب ترسیم می‌کنند و به نمایش عمومی می‌گذارند.

معادلات بسیار ظریفی باعث می‌شود تا رسانه‌های سایبر شمارگان یا به تعبیر گذشتگان «ناموس» خود را به نمایش آن لاین و عمومی بگذارند.

برخی از دلایل ساده اعلام شمارگان در رسانه سایبر را می‌توان این گونه برشمرد:

۱ - در رسانه سایبر، شمارگان (تیراژ) با فروش و مخاطب برابر است.

۲ - رسانه چاپی تعداد شمارگان خویش را می‌داند، اما رسانه سایبر به طور ذاتی اصلاً نمی‌تواند بدون بازدید مخاطب منتشر شود.

۳ - رسانه چاپی تعداد انتشار را خود تعیین می‌کند، اما تعداد انتشار رسانه سایبر به وسیله مخاطب تعیین می‌شود، بنابراین مدیر رسانه سایبر باید تعداد انتشار یا به عبارتی دیگر تعداد بازدیدکنندگان خود را مشاهده کند.

بنابراین در رسانه سایبر برخلاف رسانه کاغذی، دیگر پدیده‌هایی مانند برگشت روزنامه و خمیر کردن آن معنایی ندارند و نمی‌توان رسانه را خمیر کرد. خمیر کردن روزنامه یعنی خمیر کردن مخاطبان خیالی و یا مورد انتظار فرد یا نهاد منتشرکننده.

در رسانه سایبر برخلاف رسانه چاپی، چرخه عرضه و تقاضا در هم ریخته و عرضه براساس تقاضا صورت می‌گیرد.

نرم‌افزارهای گزارش‌گیری از میزان حضور مخاطبان که امروزه جزیی ساده از سایر امکانات وبلاگ‌ها به شمار می‌آیند این امکان را فراهم کرده‌اند تا مدیر وبلاگ هر لحظه دقیق‌ترین اطلاعات را درباره تعداد بازدید (برابر با انتشار)، تعداد بازدیدکنندگان، پراکندگی جغرافیایی، مسیرهای ورودی و زمان ورود بازدیدکنندگان و... مشاهده کند، در حالی که رسیدن به چنین اطلاعاتی برای رسانه چاپی مستلزم صرف زمانی طولانی و به‌کارگیری چند نیروی انسانی است. هرچند که تلاش رسانه سنتی برای به دست آوردن اطلاعات یاد شده به هیچ عنوان به نتیجه قطعی و دقیق نخواهد رسید.

رسانه سایبر به واسطه انتشار آن لاین همواره در معرض داوری مستقیم مخاطب قرار خواهد گرفت و درباره تک‌تک مطالب خود می‌تواند بازخوردهای مخاطبان را دریافت کند، در حالی که چنین امک