

رویداد

بسته‌های تخفیفی حذف شد

● شرق: مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی با بررسی عملکرد سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی اعلام کرد: ارزان‌کردن هزینه اینترنت، بسته‌های تخفیفی اپراتورها را حذف کرد و تصمیم رگولاتوری در لغو بسته‌های تخفیف مکالمه، رقابت را از بین برد. این مرکز همچنین اعلام کرده طرح‌های پایش فضای فرانکسی که اجرای آنها به پیش از تشکیل این سازمان (سال ۱۳۸۰) برمی‌گردد، با وجود اهمیت‌شان در حفظ امنیت، کیفیت و ثبات خدمات وابسته به طیف‌های فرانکسی، همچنان نیمه‌تمام هستند. به علاوه ورود سازمان فناوری اطلاعات به فعالیت‌های دبیرخانه کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات، موضوعی است که خلاف قانون بوده و احتمالاً در آینده موجب تداخل نهادی نیز خواهد شد. تصمیم سازمان در ارزان‌کردن هزینه اینترنت با حذف بسته‌های تخفیفی از سوی اپراتورها همراه شد و تصمیم سازمان برای لغو بسته‌های تخفیف مکالمه علاوه بر اینکه سابقه بین‌المللی نداشت، موجب ازبین‌رفتن رقابت و منفعت‌ناداشتن برای مردم شد. سازمان با کشورهای همسایه قراردادهای عدم تداخل و همکاری فرانکسی منعقد می‌کند که البته تداخل فرانکسی همچنان در نقاط مرزی وجود دارد و هزینه‌های ناخواسته و غیرقانونی به مردم مناطق مرزی تحمیل می‌کند.

بازدید یک‌درصدی از صفحات مستهجن

● مهر: به گفته وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با اجرای فیلترینگ هوشمند، درصد استفاده از فیلترشکن از ۱۵ درصد به پنج درصد و درصد بازدید از صفحات مستهجن، از پنج درصد به یک درصد در میان کاربران رسید. محمود واعظی در جلسه روز گذشته صحن علنی مجلس بیان کرد: در سه سال گذشته با اجرای فیلترینگ هوشمند تلاش فنی بسیاری انجام شد؛ به نحوی که اگر در سال ۹۲ درصد دسترسی به شبکه‌های فیلترشده برای کاربران پنج درصد بوده هم‌اکنون این شبکه‌ها به نیم‌درصد رسیده است. او ادامه داد: پروژه فیلترینگ هوشمند با همکاری مراکز دانش‌بنیان و دانشگاهی در حال انجام است و برای آن ۲۰۰ میلیارد تومان اعتبار در نظر گرفته شده است. او همچنین در پاسخ به سؤال نماینده مجلس درباره ارسال پیامک امنیتی به خبرنگاران گفت: این موضوع در حوزه مأموریت وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات نیست، اما به دلیل آسیبی که به کشور می‌رساند، این موضوع را پیگیری خواهیم کرد. او افزود: به بخش‌های ذی‌ربط در روز گذشته دستور داده‌ام منشأ دلیل ارسال این پیامک‌ها را پیگیری کنند. معتقدم پیامک‌هایی که بدون امضا و منشأ مشخص به کاربران موبایل ارسال می‌شود، غیر از اشتگی در کشور هیچ ترماری ندارد و باید پیگیری شود. او با اشاره به اهداف برنامه پنجم توسعه و اسناد سیاست‌های کلان نظام افزود: طبق این اسناد قرار بود رتبه اول تا سوم را در منطقه داشته باشیم، اما تاکنون به این هدف نرسیدیم. با وجود این طبق اعلام اکونومیست، رتبه جهانی ایران در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات از ۱۰۴ در سال گذشته، به ۹۶ ارتقا پیدا کرده است. او سهم درآمدی اپراتورها را در سالی که گذشت، ۲۰ هزار میلیارد تومان عنوان کرد که تا پایان برنامه ششم به ۶۷ هزار میلیارد تومان خواهد رسید و گفت: حجم بازار فناوری اطلاعات کشور حدود ۴۲ هزار میلیارد تومان است که تا پایان برنامه ششم به ۸۶ هزار میلیارد تومان خواهد رسید.

یک‌دهم بودجه سازمانی مخصوص توسعه ابزارهای موبایلی

● رابوزر: مرکز تحقیقاتی گارتتر اعلام کرد سازمان‌ها در مجموع ۱۰ درصد از بودجه مخصوص توسعه نرم‌افزاری را به اپلیکیشن‌های موبایلی اختصاص می‌دهند. براساس گزارش آی‌تی‌پی، با وجود اینکه میزان سرمایه‌گذاری سازمان‌های جهانی برای توسعه ابزارهای موبایلی بسیار کم است، ۴۲ درصد آنها اعلام کردند که در سال ۲۰۱۶ میلادی سرمایه‌گذاری‌های خود در این زمینه را افزایش می‌دهند. این دسته از سازمان‌ها متولید دادند در مجموع قصد دارند در سال جاری موبایل میزان بودجه خود برای توسعه ابزارهای کاربردی موبایلی را ۳۱ درصد بیشتر کنند. آدریان لنسو، مدیر تحقیقات گارتتر دراین‌باره گفت: «درخواست سازمان‌های جهانی برای دراختیارگرفتن اپلیکیشن‌های موبایلی رو به افزایش است، ولی تکیه بر این برنامه‌های کاربردی هنوز یک اولویت ویژه برای سازمان‌های جهانی محسوب نمی‌شود. این فرایند باید هرچه سریع‌تر تغییر کند و سازمان‌ها بدانند اپلیکیشن‌های موبایلی می‌توانند کارایی فراوانی برای آنها به همراه داشته باشند». بررسی‌های جدید نشان داده بخش اعظم اپلیکیشن‌های موبایلی ساخته‌شده برای سازمان‌ها، مبتنی بر ابزارهای کاربردی موبایلی که برای کاربران بخش ارائه می‌شوند، توسعه می‌یابند.

حامد شفیعی: سه سال قبل ۲۰ میلیون شماره مشترک اپراتور دوم تلفن همراه در قالب فایل اکسل لو رفته و تا سه میلیون تومان خرید و فروش می‌شده است.

دوم ترجیح دادند به جای اعلام و عذرخواهی از مردم، آن را مسکوت بگذارند. اما ارسال پیامک هشدار امنیتی به خبرنگاران، باعث شد این مسئله موردتوجه همگان قرار گیرد. به نحوی که مسئولان وزارت ارتباطات اعلام کردند که روایت انتشاردهنده شماره‌تلفن‌ها و اطلاعات خصوصی کاربران را مسدود کرده‌اند. البته آنها در راستای توجیه سکوت دوساله خود اعلام کردند که این‌ا اطلاعات قدیمی است. اما در زمانی کمتر از ۲۴ ساعت، بار دیگر چنین روایاتی با تغییر جزئی در آدرس، فعالیت خود را از سر گرفته و در مطالبی که روی آن قرار گرفته این گونه عنوان شده است: «سلام دوستان روایت با امکانات جدید و شماره‌های جدید به‌روزرسانی شد. برای خرید به آی‌دی... پیام بدید. شماره‌های پشتیبانی شده ۰۹۳۵، ۰۹۳۶، ۰۹۳۷، ۰۹۳۸، ۰۹۳۹، ۰۹۳۳، ۰۹۳۰ همچنین روی این روایت این‌گونه اعلام شده: «به دلیل شکایت‌های زیاد روایت پاک شد. دیتابیس جدید با امکانات جدید با شماره‌های جدید فروشی می‌باشد».

جالب‌تر از آن، واکنش ایرانسل به موضوع بوده است. روابط‌عمومی ایرانسل اعلام کرده: «ایرانسل هنوز برای پاسخ‌گویی به خبر لورفتن اطلاعات خصوصی مشترکان خود به خبرجای نرسیده است». این مسئول در روابط‌عمومی در گفت‌وگویی با برنامه صبحگاهی شبکه سوم سیما گفته است: «موضع ما فعلاً سکوت است». واکنش همراه اول نیز نسبت به این واقعه قابل‌توجه است. درحالی‌که افکار عمومی منتظر شفاف‌سازی و عذرخواهی ایرانسل درباره

ترجمه، الهام محسنی‌آهویی: بررسی سالانه Pew نشان‌دهنده روند استفاده از تلفن همراه و سلطه پلتفرم‌هاست. سال گذشته فیس‌بوک، اسنپ‌چت و دیگر پلتفرم‌های اجتماعی، مکالمات روزنامه‌نگاری از تحت سلطه خود درآوردند. با وجود اینکه ناشران از ابزارهایی مانند بخش زنده فیس‌بوک، مقالات Instant و ویژگی discover از برنامه اسنپ‌چت برای رسیدن به مخاطبان جدید استفاده می‌کنند، همچنان نگران تغییر مدل‌های درآمدی و تهدید پلتفرم‌های جدید نسبت به کسب‌وکار خود هستند. مرکز تحقیقات Pew درباره وضعیت رسانه‌های خبری نشان می‌دهد فناوری دیجیتال همچنان صنعت اخبار را زیرورو می‌کند. یافته‌های Pew نشان می‌دهد درحال حاضر نزدیک به نیمی از بزرگسالان آمریکایی از طریق فیس‌بوک، اخبار را دنبال می‌کنند. از سالل ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵، تیراز روزانه روزنامه‌ها هفت درصد و درآمد حاصل از آگهی روزنامه‌ها هشت درصد کاهش داشته است.

درصد تغییر در تیراز روزانه و آخروهنه
براساس اظهار Pew بین سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵، هزینه‌های تبلیغات تلفن همراه ۶۵ درصد رشد داشته است. در سال ۲۰۱۵، ۳۱.۶ میلیارد دلار برابر با ۵۳ درصد از کل تبلیغات دیجیتال، در تبلیغات تلفن همراه صرف شده است. نویسندگان این گزارش می‌گویند: «در سال‌های اخیر، نرخ رشد موبایل با وجود شیب صعودی، نسبت به زمانی که نرخ رشد سهرقمی بود، پایین‌تر آمده است».
باین‌حال در سال ۲۰۱۵، ۱۷ درصد از ۱۸۳ میلیارد‌دلاری که در تبلیغات رسانهای از تمامی پلتفرم‌ها صرف شده، مختص موبایل بوده است. هم‌اکنون موبایل بیش از نیمی از هزینه تبلیغات دیجیتال را به خود اختصاص داده است.

هزینه تبلیغات دیجیتال سالانه (میلیارد دلار)
در سال ۲۰۱۵ پنج شرکت گوگل، فیس‌بوک، یاهو، مایکروسافت و تویتتر ۶۵ درصد از ۵۹.۶میلیارددلاری را که صرف تبلیغات دیجیتال شده است، به دست آوردند (در سال ۲۰۱۴ این رقم ۶۱ درصد بوده است). فیس‌بوک به‌تنهایی ۳۰ درصد برابر هشت میلیارد دلار از درآمد نمایش آگهی را به خود اختصاص داده است. سهم آن در ۲۵، ۲۰۱۴ درصد بوده است. ایچی میچل، مدیر پژوهش روزنامه‌نگاری Pew و جسی هولکومب، از دیگر مدیران تحقیقات روزنامه‌نگاری Pew، در گزارش خود می‌گویند: «تاثیر شرکت‌های فناوری بر کسب‌وکار روزنامه‌نگاری به‌مراتب فراتر از جنبه مالی بوده و به عناصر بسیار اساسی‌تر صنعت اخبار نیز تسری یافته است». پنج شرکت برتر بیش از نیمی از درآمد بخش را به خود اختصاص می‌دهند.

درصد درآمد تبلیغات دیجیتال
پیش از دوره دیجیتال، سازمان‌های روزنامه‌نگاری تا حد زیادی کنترل تولیدات و خدمات مربوط به اخبار ازجمله گزارش، نوشتن و تولید، بسته‌بندی، تحویل، بررسی تجربه مخاطب و انتخاب سرمقاله، را از ابتدا

آی تی

پاسخ وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات به افشای اطلاعات خصوصی کاربران در صحن علنی مجلس

۲ سال قبل اطلاعات ۲۰ میلیون مشترک به یک نهاد داده شد

ایرانسل: فعلاً سکوت می‌کنیم



انتشار اطلاعات عمومی ۲۰ میلیون مشترک خود بود، همراه اول پیش‌دستی و در قالب پیامی به مشترکان خود اعلام کرد: «حفظ اطلاعات شخصی مشترکان یکی از رسالت‌های جدی ۲۲ سال خدمت‌رسانی همراه اول بوده که با جدیت ادامه دارد. اطمینان می‌دهیم که موضوع افشای اطلاعات شخصی ۲۰ میلیون مشترک تلفن همراه مربوط به مشترکان این اپراتور نیست!». این اتفاقات در شرایطی رخ می‌دهد که گفته شده این اطلاعات از چند سال قبل در ازای مبالغ میلیونی به فروش می‌رسد، با این حال تاکنون اپراتور مذکور، وزارت ارتباطات و سایر نهادهای قضائی مربوطه اطلاع‌رسانی چندانی درباره اقدامات مثرم‌تر در این زمینه نداشته‌اند. برخی رسانه‌ها دراین‌باره نوشتند پس از توقف فعالیت روایت افشای اطلاعات صاحبان سیم‌کارت‌های ایرانسل، گروهی با نام «تیم امنیتی سربازان سایبری» با انتشار بیانیه‌ای

۱۵ دوشنبه ۱۴ تیر ۱۳۹۵

بازتاب

حمله گرگ تنها، در فضای مجازی

● تحقیقات انجام‌شده نشان از گسترتش فعالیت تروریستی اعضای داعش در «وب تاریک» دارد که به استخدام و برون‌سیاری حملات تروریستی اقدام کرده‌اند. جیمز اسکات با همکاری درو اسپانیل از مؤسسه تحقیقاتی «فناوری زیرساخت‌های حیاتی واشنگتن»، در گزارشی با عنوان «آنتومنی سایبرجاده»، تهدیدات و خطرات تروریستی داعش را که در وب تاریک به کمین نشسته‌اند، کشف و بررسی کرده‌اند. در ابتدا، جاه‌طلبی اصلی داعش تصرف مرزهای کشورهای خاورمیانه و ایجاد یک خلافت جعلی با اعمال افراطی از اسلام بود؛ اما ازآن‌جاکه راهبرد اول به دنبال پیشرفت‌های ارتش عراق و ارتش سوریه در مبارزه با داعش بسیار متزلزل شده، آن را تبدیل به راهبرد دیگری کرده‌اند: گسترش ترور، اختلاف و تخریب با استفاده از فناوری‌های نوین. این نگرانی‌ها با انتشار فهرست ترور داعش در اینترنت که نام ۱۵۰ نفر کانادایی در آن دیده می‌شود، دوچندان شده است. ولی چرا باید نگران بود؟ به گزارش سایبربان، این گروه تروریستی فهرست‌های زیادی از این قبیل منتشر کرده است. در بسیاری از موارد، اسامی منتشرشده را از طریق منابع باز و در دسترس دریافت می‌کنند، نه از طریق نشست اطلاعات و نقص فنی. به‌تازگی با حملات تازه تروریستی با نام «حمله گرگ تنها»، این موضوع کاملاً مشخص شده است که تروریست‌ها دیگر نیازی به ارتباط با دیگران و آموزش دیدن ندارند. آنها به‌تنهایی احساس مسئولیت کرده و برای ادای دین (?) خود به خلافت خودخوانده داعش، دست به فعالیت‌های موردنظر این گروه تروریستی می‌زنند. به این دلیل است که باید درباره این تحرکات نگران بود؛ اما این موضوع برای «جهادگراهای سایبری» بیشتر از یک جنگ روانی است و هدف آنها ایجاد نوعی ترس و بیگانه‌هراسی است. گرگ‌های خطر می‌رسد نمونه اولیه این حملات تروریستی باشد. آنها از نظر احساسی شکست خورده‌اند و تجربه‌های عمیق روانی و اجتماعی از ترک‌شدن، این افراد را تهدید با رنج می‌دهد. این افراد از نظر احساسی اغلب ناتوان هستند و نمی‌توانند به استخدام درآیند یا این کار را به‌سختی انجام می‌دهند، بنابراین وقت زیادی در اختیار دارند تا دست به انجام چنین عملیات انتحاری بزنند. گرگ‌های تنها، فقط از میان جهادگراها نیستند بلکه ممکن است از مخالفان حکومت از دو حزب چپ و راست باشند که در میان مفاهیم افراطی مانند مخالفت با هم‌جنس‌بازی یا جمهوریت به‌جای دموکراسی غرق شده باشند. این افراد اغلب از محیط اجتماعی جدا هستند، به‌این‌دلیل که اعتقادات آنها به‌شدت منحرف است و با استفاده از رایانه به‌دنبال هر چیزی هستند که آنها را به سمت اعتقادات منحرف بیشتری هدایت کند. تالارهای گفت‌وگو در وب تاریک به آنها احساس معمولی‌بودن می‌دهد. این تالارهای گفت‌وگو و کانال‌های ارتباطی، مکانی است که جهادگراها و افراطی‌ها می‌توانند در آنجا مشورت بگیرند و برای انجام عملیات تروریستی با یکدیگر همکاری کنند. چیزی که این محیط را از بقیه وب متمایز می‌کند، ارائه خدمات ۲۴ ساعته است که تروریست‌ها می‌توانند در آن به ارائه پیشنهاد‌های کاری خود بپردازند و به صورت جهانی به آن دسترسی داشته باشند. این افراد به‌صورت اینترنتی می‌توانند برای اینکه چگونه قدم‌به‌قدم، حملات سایبری را انجام دهند، آموزش ببینند.

داعش از نظر فناوری خیلی پیچیده نیست ولی منابع مالی آنها اجازه می‌دهد اقدام به برون‌سپاری پروژه‌های خود کنند. مزدوران سایبری هم وجود دارند که به‌صورت پیمانکاری، فعالیت هکری انجام می‌دهند، این هکرها می‌توانند از طریق نرم‌افزارهای مطمئن به رایانه‌ها نفوذ کنند. این نقص امنیتی «روز صفر» نام گرفته که یک آسیب‌پذیری ناشناخته است و قبل از اینکه سازندگان نرم‌افزار آن را شناسایی کنند، مورداستفاده هکرها قرار می‌گیرد. این حفره‌های امنیتی در وب تاریک بین ۵۰ تا ۱۵۰ هزار دلار به فروش گذاشته می‌شوند. تروریست‌ها می‌توانند در این محیط، حملات چندلایه سفارش دهند و باج‌افزار خریداری کنند. از این باج‌افزارها برای دریافت اطلاعات سازمان‌های دولتی حساس، بیمارستان‌ها و دانشگاه‌ها استفاده می‌شود و به منبعی برای درآمد مالی داعش تبدیل شده است. کارشناسان امنیت معتقدند امکان ردیابی این نوع تروریسم در وب تاریک وجود ندارد، چراکه این قسمت از اینترنت در موتور جست‌وجوی گوگل، ایندکس نمی‌شود. امکان محدودیت رمزنگاری نیز وجود ندارد به این خاطر که رمزنگاری آن به صورت الگوریتم‌های پیچیده ریاضیاتی انجام‌شده است.

سال ۲۰۱۵ رسید که نسبت به سال ۲۰۱۴، هشت درصد

افزایش داشته است. در این میان، اخبار تلویزیون‌های محلی بینندگان خود را در تمام بازه‌های زمانی از دست داد. بین سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵، مخاطبان برنامه‌های خبری محلی شبانگاهی پنج درصد کاهش یافت. از سال ۲۰۰۷، مخاطب برنامه‌های خبری شبانگاهی، به‌طور میانگین ۲۲ درصد کاهش یافته است. در سال ۲۰۱۵، برنامه‌های خبری صبح و عصر کاهش کندتری در حدود دو درصد نسبت به سال گذشته داشته‌اند.
باین‌حال، در سال ۲۰۱۶ با داغ‌شدن بحث انتخابات، شبکه‌های تلویزیونی محلی انتظار رشد بیشتری در تعداد مخاطبان و درآمد خود دارند. در سال انتخابات، شبکه‌های تلویزیونی محلی معمولاً با افزایش درآمد حاصل از تبلیغ مواجه می‌شوند. برای مثال در سال ۲۰۱۵، تبلیغات تلویزیونی محلی نسبت به سال قبل هفت درصد کمتر شد، اما Pew پیش‌بینی می‌کند که تبلیغات دوباره در سال ۲۰۱۶ بیشتر شوند. نویسندگان گزارش می‌گویند: «در مقایسه با روزنامه‌های چاپی و شبکه‌های خبری، بزرگسالان بیشتری به تلویزیون محلی رجوع می‌کنند، حتی برای اخبار ملی مانند انتخابات ریاست‌جمهوری سال ۲۰۱۶. اما تحقیقات نشان می‌دهند که مخاطبان تلویزیون خبری محلی در سنین بالاتری قرار دارند درحالی‌که افراد جوان‌تر احتمالاً بیشتر از رسانه‌های دیجیتال برای اخبار استفاده می‌کنند».

پادکست به رشد خود ادامه می‌دهد

Pew با استناد به تحقیق Edison اظهار می‌کند ۲۱ درصد از آمریکایی‌های ۱۲ سال به بالا، در ماه گذشته حداقل یک بار به پادکست گوش کرده‌اند. این تنها افزایشی ۱۲ درصدی در سال ۲۰۱۳ بود. ۳۶ درصد از آمریکایی‌ها می‌گویند که حداقل یک بار به پادکست گوش داده‌اند. درصد آمریکایی‌هایی که در یک ماه گذشته حداقل یک بار به پادکست گوش کرده‌اند، از ۲۰۱۳ به‌طور ثابت افزایش یافته است.

درحالی‌که هیچ برآوردی برای تعداد پادکست‌های تولیدشده در ایالات متحده وجود ندارد، طبق گفته Libsyn، یکی از شرکت‌های پادکست پیشرو، تعداد پادکست‌های این شرکت از ۲۲ هزار عدد سال ۲۰۱۴ به ۲۸ هزار عدد در سال ۲۰۱۵ رسیده است. Libsyn همچنین از ۲.۶ میلیارد دانلود در سال ۲۰۱۴ به ۳.۳ میلیارد دانلود در سال ۲۰۱۵ رسیده است. نویسندگان این گزارش می‌گویند: «با وجود اینکه تعداد زیادی از مردم به پادکست‌ها گوش می‌کنند، ولی در کل آمریکایی‌ها بخش بسیار کمی از وقت خود را صرف گوش‌دادن به منابع صوتی می‌کنند». ۵۴ درصد هنوز هم به رادیو گوش می‌دهند. NPR سازمانی است که از این قدرت پخش رادیویی استفاده کرده و با وجود بحث شدید درباره نقش رسانه‌ای NPR، در سال ۲۰۱۵ و به‌طور ثابت در هر هفته حدود ۲۶ میلیون شنونده داشته است.

وضعیت رسانه‌های خبری در سال ۲۰۱۶

موبایل همچنان به سلطه خود ادامه می‌دهد

دیجیتال در مقابل غیردیجیتال را در سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵ شکسته‌اند، درآمد حاصل از تبلیغات غیردیجیتال ۹.۹ درصد کاهش یافته، درحالی‌که کاهش تبلیغات دیجیتال شیب کمتری در حدود منفی ۱.۷ درصد داشته است. (سایر شرکت‌ها در پرونده‌های SEC خود توضیحی درباره غیردیجیتال و دیجیتالی‌بودن ارائه نکرده‌اند.)

درصد درآمد دیجیتال در میان روزنامه‌های شرکت‌های سهامی‌عام

تعداد کارکنان اتاق خبر روزنامه‌ها نیز رو به کاهش است. در سال ۲۰۱۴، طبق آخرین اطلاعات قابل‌دسترس از American Society of News Edi–tors، اشتغال افراد در اتاق خبر با کاهشی ۱۰درصدی به ۳۲هزارو ۹۰۰ رسیده است. بین سال‌های ۱۹۹۴ و ۲۰۱۴، اتاق‌های خبر بیش از ۲۰ هزار شغل برابر با ۳۹ درصد را از دست داده‌اند. (داده‌های اداره آمار کار ایالات متحده نشان می‌دهد که درحال حاضر آمریکایی‌های بیشتری برای رسانه‌های دیجیتالی کار می‌کنند تا روزنامه‌های چاپی.)

سالی متفاوت برای رسانه‌ها

در سال ۲۰۱۵، در ساعات پربیننده، برنامه خبری تلویزیون‌های کابلی برای اولین بار در سه سال گذشته به دلیل کمپین‌های مقدماتی انتخاباتی ریاست‌جمهوری ایالات متحده، بینندگان زیادی را جلب کرده است. طبق اظهار Pew با استناد به داده‌های پژوهش Nielsen Media میانگین بینندگان CNN، Fox news و MSNBC، ۳.۱ میلیون، برابر با هشت درصد، افزایش یافته است. بینندگان روزانه نیز با ۹ درصد افزایش به دو میلیون در سال ۲۰۱۵ رسیده است. پیش‌بینی می‌شد که در سه کانال خبری کابلی اصلی، درآمد کل با ۱۰ درصد افزایش به چهار میلیارد دلار برسد.

Pew با استناد به طرح‌های Kagan گزارش می‌کند که سی‌ان‌ان، فاکس نیوز و MSNBC همچنین در مجموع، هزینه‌های اتاق‌های خبر خود را با دو درصد افزایش به ۱.۹ میلیارد دلار رسانده‌اند. سی‌ان‌ان در نظر داشت تا هزینه‌ها را با دو درصد به ۸۱۷ میلیون دلار افزایش دهد، فاکس نیوز نیز افزایش هزینه تا سه درصد به مبلغ ۸۲۸ میلیون دلار و MSNBC کاهشی یک‌درصدی به ارزش ۴۹۱ میلیون دلار را پیش‌بینی کرده‌اند. در سال ۲۰۱۵، اخبار شبکه‌های تلویزیونی شاهد نتایج مختلفی بودند. بخش شبانگاهی در ABC، CBS و NBC فقط یک درصد بیشتر شد و به ۲۴ میلیون رسید. بینندگان بخش صبحگاهی در هر سه شبکه با دو درصد کاهش به ۱۳میلیون بیننده رسید. بینندگان برنامه‌های سیاسی روز یکشنبه به ۹.۳ میلیون نفر در

تا انتها بر عهده داشتند. با گذشت زمان، شرکت‌های فناوری مانند فیس‌بوک و اپل تبدیل به بازیگران اصلی بسیاری از این عرصه‌ها شدند و انتخاب‌ها و اهداف رسانه‌های خبری را با انتخاب‌ها و اهداف خود جایگزین کردند. در سال ۲۰۱۵ استفاده از تلفن همراه برای به‌دست‌آوردن اخبار ادامه داشت. Pew فهرستی از ۱۱۰ رسانه متشکل از روزنامه‌ها، مجلات، تلویزیون ملی و ناشران دیجیتال تهیه کرده است. از این میان، ۹۹ رسانه بازدیدکننده نسخه تلفن همراه بیشتری نسبت به بازدیدکننده سایت‌های دسک‌تاپ خود داشته‌اند. ترافیک موبایل نسبت به ترافیک دسک‌تاپ در رسانه‌ها روزانه بیشتری یافته است.

تعداد رسانه‌های متفاوت که ترافیک موبایل آنها بیشتر از ترافیک دسک‌تاپ است

در ۴۴ وب‌سایت از ۵۰ روزنامه برتر ایالات متحده، بازدیدکنندگان نسخه موبایل از بازدیدکنندگان دسک‌تاپ حداقل ۱۰ درصد بیشتر بوده‌اند. ۳۹ روزنامه شاهد کاهش بازدیدکنندگان نسخه دسک‌تاپ خود بوده‌اند. ترافیک نسخه دسک‌تاپ در ۲۸ روزنامه حداقل ۱۰ درصد کاهش یافته است. به‌طور مشابه، ۴۳ روزنامه شاهد رشد بازدیدکنندگان نسخه موبایل بوده‌اند که ۳۵ مورد برابر ۱۰ درصد یا بیشتر رشد داشته است. متن کامل این گزارش ۱۱۹ صفحه است و بخش‌های مختلفی ازجمله تلویزیون کابلی، شبکه‌ها، تلویزیون‌های محلی، بخش صوتی و پادکست‌ها، رسانه‌های قومی، هفته‌نامه‌ها و … را پوشش می‌دهد. اگر دربی اطلاعات خاصی درباره هر یک از آنها هستید، می‌توانید به گزارش کامل رجوع کنید، اما در اینجا برخی از نکات برجسته ذکر می‌شوند.

کسب‌وکار روزنامه‌نگاری همچنان با دشواری روبه‌روست

تیراز روزانه روزنامه‌ها و تیراز روزنامه‌های آخر هفته، بالاترین سطح کاهش خود را از سال ۲۰۱۰ تجربه کرده است. به‌طور مشابه، درآمد حاصل از تبلیغات روزنامه بیشترین کاهش را از سال ۲۰۰۹ داشته است. اما با وجود اینکه مخاطبان اخبار عمومی از نسخه‌های دیجیتال، به‌خصوص تلفن همراه، استفاده می‌کنند، روزنامه‌ها همچنان به چاپ متکی باقی مانده‌اند.

Pew عنوان می‌کند ۷۸ درصد از تیراز روزانه روزنامه‌ها و ۸۶ درصد از تیراز یکشنبه‌ها در سال ۲۰۱۵ چایی است و تنها سه روزنامه میانگین تیراز دیجیتال روزانه بالاتری نسبت به تیراز چاپی خود داشته‌اند. توجه به مطالعات صورت‌گرفته، «سود درآمد حاصل از تبلیغات دیجیتال نتوانسته کاهش درآمد چاپ را جبران کند». برای پنج شرکتی که درآمد تبلیغات

قابل توجه مودیان مالیات بر ارزش افزوده

فردا آخرین مهلت ارائه الکترونیکی اظهارنامه مالیات بر ارزش افزوده دوره بهار ۱۳۹۵ از طریق سامانه www.evaf.ir می باشد.

روابط عمومی سازمان امور مالیاتی کشور

۱۵۲۶ مرکز ارتباط مردمی

م الف ۹۸۵

