

روس ها مشتری نرم افزار کرک شده مایکروسافت شدند!

مردم روسیه پس از توقف فروش مایکروسافت در این کشور بر سر حمله نظامی به اوکراین، در جست و جوی نسخه های کرک شده محصولات این شرکت هستند.

به گزارش ایسنا، روزنامه کومرسانت گزارش کرد جست و جوی های اینترنتی برای نرم افزار کرک شده مایکروسافت، پس از این که این شرکت در چهارم مارس فروش جدید را متوقف کرد، حداکثر ۲۵۰ درصد افزایش یافت. از ابتدای ژوئن تاکنون، جست و جوی برای دانلودهای اکسل، ۶۵۰ درصد افزایش پیدا کرده است. مایکروسافت اوایل ماه میلادی جاری اعلام کرد فعالیت هایش در روسیه را به میزان قابل توجهی کاهش داده و به جمع شرکتهایی پیوست که کسب و کارشان در روسیه را در بحبوحه تصویب تحریمهای گسترده غربی بر سر جنگ در اوکراین، تعطیل می کنند. این اقدام به روسیه به شدت لطمه زده است زیرا این شرکت برای سیستمهای فناوری بخشهای تولید و مهندسی، به نرم افزار خارجی وابسته است.

طبق گزارش مسکو تایمز، سازمان های دولتی روسیه هم در حال سوئیچ از ویندوز مایکروسافت به سیستم عامل لینوکس هستند. کومرسانت نوشت: توسعه دهندگان سیستمهای روسیه بر مبنای سیستم عامل کد باز لینوکس، تقاضای بیشتری را مشاهده می کنند. همه بخش ها نتوانسته اند سیستم های خود را به راحتی تغییر دهند. در مورد صنایع، تولیدکنندگان از نرم افزار خارجی برای ماشین آلات استفاده می کنند و به گفته سرگی دونائف، مدیر فناوری اطلاعات شرکت فولادسازی سورسترال، سازندگان تجهیزات به دقت از مالکیت معنوی خود حفاظت می کنند و در بسیاری از موارد، به مشتریان دسترسی مستقیم به کدهایی را که برای اداره کارخانه هایشان استفاده می شود، نمی دهند. همه صنایع با مشکلات مشابه روبرو شده اند. بسیاری از فرآیندها در واحدهای مدرن، توسط نرم افزار کنترل می شوند. در کوتاه مدت، جایگزین های اندکی وجود دارد. بر اساس گزارش بیزنس اینسایدر، التاسموونوفسکایا، تحلیلگر بازار روسیه در موسسه IDC در این باره گفت: مشابه های روسی در این حوزه بسیار ضعیف تر هستند و نیاز بالایی وجود دارد. اما فعلا رویکرد، اتکا به نقض کپی رایت و نسخه های قدیمی است.



حذف اپلیکیشن تیک تاک از فروشگاه اپل و گوگل

یکی از کمیسیونرهای کمیسیون ارتباطات فدرال آمریکا با اشاره به نگرانی های امنیت دیتای مربوط به چین، از اپل و گوگل خواست تیک تاک را از فروشگاه های اپلیکیشن خود حذف کنند. به گزارش ایسنا، این اپلیکیشن ویدیویی محبوب که متعلق به شرکت چینی بایت دنس است، در دوران ریاست جمهوری دونالد ترامپ زیر ذره بین رفت.

اکنون، برندن کار، یکی از کمیسیونرهای کمیسیون ارتباطات فدرال آمریکا نامه ای را در توئیتر منتشر کرد که به تیم کوک، مدیرعامل اپل و ساندرا پیچای، مدیرعامل آلفابت ارسال کرده است. در این نامه به گزارشها و مواردی اشاره شده که تیک تاک را مغایر با سیاست های فروشگاه های اپلیکیشن این دو شرکت نشان می دهد. وی در این نامه نوشت: تیک تاک آنچه در ظاهر به نظر می رسد، نیست. تیک تاک تنها یک اپلیکیشن برای اشتراک گذاری ویدیوهای سرگرم کننده نیست. این فقط ظاهر ماجراست و تیک تاک در اصل به عنوان یک ابزار مراقبتی پیشرفته عمل می کند که به گردآوری میزان انبوهی از اطلاعات شخصی و حساس می پردازد.

در نامه کار که به تاریخ ۲۴ ژوئن در سرپرگ کمیسیون ارتباطات فدرال ارسال شده، آمده است: اگر اپل و آلفابت، تیک تاک را از فروشگاه برنامه خود حذف نکنند، باید بیانه هایی تا هشتم ژوئیه برای وی فراهم کنند. در این بیانه ها باید توضیح داده شود این شرکتها چگونه به این تصمیم رسیدند که دسترسی پنهانی افراد مستقر در چین به اطلاعات خصوصی و محرمانه کاربران آمریکایی و الگوهای رفتاری گمراه کننده تیک تاک، خلاف سیاستهای فروشگاه برنامه آنها نیست. ترامپ در سال ۲۰۱۸ برندن کار را به مدت پنج سال در کمیسیون ارتباطات فدرال منصوب کرد و سناتور دسامبر تایید کرد که جسیکاروزن ورسل، به مدت پنج سال دیگر رئیس این کمیسیون خواهد بود. این مقام کمیسیون در نامه خود به گزارش بازفید نیوز اشاره کرده که طبق آن، اظهارات کارمندان تیک تاک نشان می دهد مهندسان در چین در فاصله سپتامبر ۲۰۲۱ تا ژانویه ۲۰۲۲، به دیتای آمریکایی دسترسی داشته اند.

خیلی دل مان می خواهد مردم ماتافته جدا بافته باشند!

مستولان مانمی توانند قوانین خودشان را به شبکه های اجتماعی تحمیل کنند



به ناز مقدسی | فیس بوک، ۲,۳۷
میلیارد نفر، یوتیوب ۲ میلیارد، واتس اپ ۱,۵ میلیارد و اینستاگرام ماهانه یک میلیارد کاربر فعال دارند. امروز نهم تیرماه، روز جهانی شبکه های اجتماعی است؛ شبکه هایی که اگر چه در یک دهه اخیر به عنوان مکانی برای سرگرمی و ارسال تعدادی عکس، دوست یابی و به دست آوردن چند فالوئر بین مردم طرفدار پیدا کردند، اما اکنون این سناریو تقریباً به طور کامل تغییر کرده است. سیاست های رسانه های اجتماعی جای است که همه چیز در آن اتفاق می افتد. کانال های رسانه های اجتماعی به بخش مهمی از استراتژی های بازاریابی برای مشاغل تبدیل شده اند. امروزه حضور فراگیر کاربران در کانال ها و شبکه های اجتماعی مجازی بسیار پررنگ تر از گذشته است. در این شرایط، کسب و کارها، نظریه ها، تعاملات و برنامه ها باید جایی باشند که مردم هستند و راستش را بخواهید امروز همه آنها در شبکه های اجتماعی هستند! با این حال، به مناسبت همین روز، به سراغ دکتر محمد سلطانی فر، استاد علوم ارتباطات و معاون اسبق مطبوعاتی رفتم. او در گفت و گو با «شهرود» از روند جهانی شدن شبکه های اجتماعی در تقابل با سنت های جامعه می گوید و معتقد است هیچ چیز نمی تواند در مقابل این روند ایستادگی کند.

• در یک دهه گذشته، با ظهور پدیده شبکه های اجتماعی پرمخاطب، مردم جهان توانستند از این طریق با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. نظریه های اجتماعی و ارتباطی امروز از جامعه چه می گویند؟ اساساً چقدر دچار تغییر سبک زندگی شده ایم؟

اولاً راجع به نظریه ها باید بگویم که چون این پدیده و همه پدیده های ارتباطی از غرب به داخل کشور ما و کشورهای جهان سوم و شرق آمده اند، بر همین اساس نظریه ها و تئوری ها هم در غرب ساخته و پرداخته شده اند. اما اگر منظورتان به جای نظریه، نظر اندیشمندان، نخبگان و کارشناسان در این زمینه است، باید بگویم که نظریه های مختلفی درباره این پدیده وجود دارد که معتقدند شبکه های اجتماعی یک انقلاب ارتباطی ایجاد کردند و به نوعی زیر و رو کردن فضای ارتباطی و برهم زنده فضای سنتی ارتباطات است. همه این باور را دارند که اگر هر کدام از کهکشان ها مثل کهکشان کوتنبرگ یا خط را بخواهیم در نظر بگیریم، شبکه های اجتماعی هم در نوع خودش کهکشان است شاید بزرگ تر و عمیق تر و برهم زنده همه رفتارهای سنتی که در رسانه ها و ارتباطات وجود داشته است.

• شما استاد علوم ارتباطات هستید و به همین دلیل شاید به واسطه حرفه و تجربه تان، زودتر از مردم عادی متوجه تغییر در رفتار ارتباطی و شبکه ای مردم در جامعه شده باشید. منظوری همان جرقه های اول تغییرات است. با چه رفتارهایی شروع شد و شما

از چه زمانی متوجه شدید که به زودی شبکه های اینترنتی، جامعه و سبک زندگی مردم را تغییر خواهند داد؟

ببینید، قبل از اینکه شبکه های اجتماعی مثل امروز در جامعه رواج داشته باشند، دو پدیده را پشت سر گذاشتیم. یکی پدیده ماهواره رسانه ای، ارتباطی و خبری که ابتدا با شکل گرفت و بعد از آن هم خود پدیده اینترنت که پا به عرصه جهانی گذاشت، نشان داد که این فضا، فضایی متفاوت است که مرزهای جغرافیایی را بر هم می زند و در ساختار محلی و ملی نمی گنجد و عرصه صحنه های جهانی رفتارهای مردم جهان را نشان می داد. اگر بخواهیم یک تئوری برای شبکه های اجتماعی با فضای جدید رسانه ای دنبال کنیم که غالب بر همه اینها باشد، آن تئوری چیزی نمی تواند باشد به جز جهانی شدن، جهانی کردن یا جهان گرایی. حالا هر سه مدل اینها را می توانیم تحت زور، تحمیل، اجبار یا داوطلبانه در نظر بگیریم. اینترنت صحنه های اولیه ارتباطی و اجتماعی را بر هم زد. اولین مدلی هم که ما تجربه کردیم، ایمیل بود که این اتفاق را شکل داد و بعد از آن هم ماهواره های رادیو تلویزیونی شروع پدیده شبکه های اجتماعی بود.

• این تحول چه چیزی را نشان می داد؟ طبیعتاً جهان دستخوش تغییراتی جدید شده بود و ما هم آرام آرام برای تحولات یکی پس از دیگری، خودمان را آماده می کردیم. آمدن وبلاگ ها دیگر تقریباً می شود گفت ما را به آنجایی رساند که این پدیده دیگر خواه ناخواه اتفاق افتاد. بعد از آن هم شبکه های اجتماعی یا هو و فیس بوک، بعد هم وایبر و واتس آپ و تلگرام و امروز هم با اینستاگرام و تیک تاک شکل گرفته است.

• شاید ملموس ترین ابزار یا نشانه هایی که سبک زندگی مردم را در چند سال اخیر تغییر

قبل از اینکه شبکه های اجتماعی مثل امروز در جامعه رواج داشته باشند، دو پدیده را پشت سر گذاشتیم. یکی پدیده ماهواره رسانه ای، ارتباطی و خبری که ابتدا با شکل گرفت و بعد از آن هم خود پدیده اینترنت که پا به عرصه جهانی گذاشت

دادند، استفاده رایج از گوشی های هوشمند و شبکه های اجتماعی مثل اینستاگرام بود. دلیل این همه استقبال از شبکه های اجتماعی اینستاگرام چیست؟ چرا در حالی که سال ها قبل نیز چنین شبکه هایی وجود داشتند، اما در یک دهه اخیر بخت و اقبال با اینستاگرام بیشتر یار بوده است، به خصوص در ایران؟

اینستاگرام در بطن زندگی مردم به خصوص جوان ها و بعد خانواده ها جای گرفت و به عنوان یک شبکه اجتماعی خودش را با سبک زندگی امروزی مردم تطبیق داد. قبول کنیم از زمانی که وسایل ارتباط جمعی توده ای پا به عرصه وجود گذاشتند به اصطلاح جریان، جریان یک طرفه و یک سویه ای بود که شکل گرفته بود. صاحبان روزنامه ها، روزنامه نگار و خبرنگار می گفتند و مردم هم می پذیرفتند. امروز رسانه ای موفق است که بتواند فضایش را دو طرفه کند، رسانه ای که بیشتر بارش را در فضایی که ما اصطلاحاً به آن می گوئیم دو به دو، نیاورد و جریان دو طرفه و مخاطب محور نداشته باشد، دیگر رسانه تلقی نمی شود.

قبول کنیم از زمانی که وسایل ارتباط جمعی توده ای پا به عرصه وجود گذاشتند به اصطلاح جریان، جریان یک طرفه و یک سویه ای بود که شکل گرفته بود. صاحبان روزنامه ها، روزنامه نگار و خبرنگار می گفتند و مردم هم می پذیرفتند. امروز رسانه ای موفق است که بتواند فضایش را دو طرفه کند

