



۵۰۰۰۲۱۲۱۲۱

عصر ارتباط

عین الدوله های قجری

EsfahanErtebat.IR No.892 Jan 2019 Vol.16

سال شانزدهم بهمن ماه ۹۷ شماره ۸۹۲ ۶صفحه

۳ پایان دیجیتال مارکتینگ در شبکه های اجتماعی

۶ آس شور خدمات ارزش افزوده

۲ پناالکی فیلترینگ

۶ نون تو استارتاپه!!



شرکت آسمان فراز سپاهان



نماینده شرکت ارتباطات ثابت پارسیان دارنده مجوز FCP به شماره ۲۴-۹۴-۱۰۰ از سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی



خدمات میزبانی
Web , Mail



سرورهای مجازی
اختصاصی



سرویس
Co-LOCATION



خدمات
دیتاستر

اصفهان، خیابان امام خمینی، ابتدای خیابان شریف شرقی، کوچه جهان فولاد(۶۸)، بن بست پارسیان، ساختمان آسمان فراز
www.asmanfaraz.com info@asmanfaraz.com تلفن: ۰۳۱ - ۳۵۱۱۱

پنالتی فیلترینگ

مهم نیست در زمین فوتبال چه اتفاقی افتاده، در دنیای مجازی دروازه‌بانی که در چهار مسابقه سه گل خورده از دروازه‌بانی که در همین چهار مسابقه چهار گلین شیت داشته موفق‌تر معرفی شده است. اولی محمد العویس، دروازه‌بان عربستان سعودی است و دومی علیرضا بیرانوند خودمان. نتیجه نظرسنجی کنفدراسیون فوتبال آسیا برای تعیین بهترین گزینه این دو نفر با نتیجه ۵۳ درصد به ۴۷ درصد به نفع العویس به پایان رسید، در فضایی که برای دیگران آزاد است و برای ایرانی‌ها فیلتر.

روز ۱۹ دیماه بود که مقام معظم رهبری در سخنرانی خود با اشاره به شایعه‌سازی‌های عمده دشمنان علیه کشورمان برای مضطرب کردن مردم و ایجاد اختلاف در جامعه گفته بودند: «اگر مردم پشتوانه نظام، پشتیبان نظام نبودند، این ماجرای به این اهمیت پیش نمی‌آمد، پیش نمی‌رفت؛ این قدر وقیحند که همین مردم را وادار می‌کنند یعنی تشویق می‌کنند، تحریک می‌کنند به مواجهه با نظام. مردم در مقابل این تبلیغات ایستادگی کنند، علیه این تبلیغات حرکت کنند. جوان‌ها امروز در

فضای مجازی فعالند؛ فضای مجازی می‌تواند ابزاری باشد برای زدن توی دهن دشمنان.» این گفته‌ها درست در روزهایی مطرح می‌شود که بحث فیلترینگ اینستاگرام، یکی از معدود شبکه‌های اجتماعی فیلتر نشده کشور با جدیت تمام مطرح است. پشت سر آن هم سلسله عریض و طویلی از شبکه‌ها و سایت‌های فیلتر شده قرار دارند؛ از تلگرام بگیر تا فیس‌بوک و توئیتر. به این وضعیت باید شرایطی را اضافه کرد که در آن شکست پروژه‌های داخلی ایجاد شبکه‌های اجتماعی کاملاً عیان است؛ آن هم شبکه‌هایی که همگی حداکثر یک کپی از روی نمونه‌های خارجی بودند.

برگردیم به ماجرای اصلی؛ جایی که بیرانوند در نظرسنجی توئیتری AFC از رقیب عربستانی عقب می‌ماند. کاری نیست که بیرانوند در این جام نکرده باشد؛ از چهار گلین شیت پیاپی تا سبوحای دیدنی و مهار پنالتی کاپیتان عمان. در مقابل تنها نقطه عطف کارنامه رقیب عربستانی او که در چهار بازی سه گل خورده، مهار یک پنالتی در بازی با قطر است. همان بازی که به جز این صحنه طی آن دو گل دریافت کرده

بود. همین نمونه نظرسنجی اخیر می‌تواند بخوبی نشان دهد که سیاست فیلترینگ چگونه ما را در دنیای مجازی که حالا از خیلی لحاظ کاملاً هم واقعی است، گوشه رینگ برده است.

البته برخی معتقدند که توئیتر در ایران فیلتر هم نبود، باز هم پیش افتادن دروازه‌بان عربستان از بیرانوند در نظرسنجی AFC محتمل بود؛ هم‌اکنون در دنیا تخمین زده می‌شود که چیزی حدود ۴۵۰ میلیون عرب زبان در ۲۵ کشور دنیا وجود داشته باشند که این در مقایسه با آمار ۱۱۰ میلیون گویشگر زبان فارسی در سه کشور، آمار بسیار بیشتری است. خصوصاً با توجه به حس تعلق خاطر نسبتاً قوی که بین اکثر عرب‌زبان‌ها وجود دارد، می‌شود انتظار حمایت جدی‌تری از دروازه‌بان عربستان در این نظرسنجی داشت.

حالا بیایید ماجرا را در گستره وسیع‌تری ببینیم؛ زبان فارسی به لحاظ جمعیت گویشگران آن، جایی در بین ده زبان اول دنیا ندارد و این یعنی اینکه ما از این لحاظ در اقلیت هستیم. این یعنی ما برای رساندن پیام خود در دنیای جدید با مشکل مواجه هستیم. به این اضافه کنید دیدگاهی که به ما به‌عنوان یک جامعه مسلمان و همین‌طور شهروندان جمهوری اسلامی ایران در افکار عمومی دنیا تزیق می‌شود. مشخص است که ما در این وضعیت نیاز به امکانات و تلاش مضاعف

برای حرف زدن در عرصه جهانی با استفاده از تکنولوژی‌های نوین داریم. ولی درست در چنین شرایطی این تکنولوژی برای ما فیلتر و مسدود و برای کسانی که احتمالاً بخش زیادی از آنها قرار است علیه ما کار کنند، آزاد و کم هزینه است. مورد عقب افتادن بیرانوند در نظرسنجی AFC مورد مهمی نیست؛ از حذف عربستان و ادامه راه ایران هم که بگذریم، با یک درخشش و گلین‌شیت دیگر نتیجه این نظرسنجی از یادها می‌رود. اما قسمت مهم ماجرا این است که نگاه کنیم چگونه ابزارهای ارتباطی دنیای نو که قرار است تصویر جوامع و کشورها را بسازند، حرف آنها را به گوش بقیه برسانند و مهم‌تر از همه میدان رقابتی باشند به موازات رقابت در دنیای واقعی روی شهروندان ایرانی بسته است. در این میدان ایرانی‌ها مثل بازیکنانی هستند که باید با وزنه‌هایی بسته شده بر ساق‌هایشان و تعداد نفرات کمتر، در مقابل رقیب صف‌آرایی کنند و البته خیلی‌ها از آنها توقع پیروزی و برد هم دارند. حالا وقت آن است که باور کنیم نه تنها با فیلترینگ کسی در دنیای جدید صدای ما را نخواهد شنید که حتی فرصت‌ها و موقعیت‌های خود را هم فدای این سیاست کهنه و بی‌اثر کرده‌ایم. ما با این سیاست داریم امثال بیرانوندها را در مقابل بازیکن سعودی فیلتر می‌کنیم.

از مخالفت با «تلگراف» دیروز تا «پیامرسانهای» امروز

عین الدوله های قجری



مهدی قربانی

در خصوص مضرات استفاده از فیلترینگ اکثر رسانه‌ها و کارشناسان بصورت مبسوط گفته و نوشته‌اند و جایی برای تکرار مکررات نیست ولی نقطه‌ی پنهان شده این ماجرا اینجاست که چرا کاربران ایرانی در قبال مشاهده پیام نرم افزارهای فیلترشکن مبنی بر اینکه این برنامه مخرب است هیچ واکنشی نشان نمی‌دهند و با تایید برنامه این خطر امنیتی را نادیده می‌گیرند. شیوه‌ای که در سالیان متمادی در ایران مرسوم بوده است ممنوع کردن هر فناوری نوظهور بوده است. تقابل با فناوری در ایران قدمتی به تاریخ همان فناوری دارد و نکته جالب این ماجرا برخورد یکسان ما با فناوری از قجر تاکنون بوده است.

در دوران قاجار میرزا ملک‌خان کسی که اولین بار تلگراف را به ایران آورد نقل می‌کند: من برای آوردن تلگراف به ایران جنگیدم. در حالی که شهرهای اروپا دارای خطوط ارتباطی بودند؛ عین‌الدوله اجازه نمی‌داد در شهرهای ایران، خطوط تلگراف احداث کنم. عین‌الدوله معتقد بود: اگر رعایا دارای تلگراف شدند در ولایات و ایالات مملکت ایران، در جلوی تلگرافخانه تجمع می‌کنند و از احوال یکدیگر با خبر می‌شوند و علیه سلطنت آشوب می‌کنند.

بعد از تلگراف سرنوشت ویدئو یا ماهواره نیز متفاوت نبوده است. همگی به سرنوشت یکسانی دچار شده‌اند. یعنی همیشه کسانی بوده‌اند تا حاکمیت را راضی کنند تا به جای استفاده و توسعه؛ در برابر فناوری بیایستد.

در چند سال اخیر بواسطه رشد روز افزون اینترنت و ابزارهای آن شاهد ورود ابزارهای ارتباطی هستیم. از وبلاگهایی که کاربران می‌توانستند ایجاد و مطالب خود را به اشتراک بگذارند تا پیام‌رسانها و شبکه‌های اجتماعی فعلی که یکی پس از دیگری در ایران مسدود میشوند.

چرا فیلترینگ

سانسور اطلاعات در اقدامات پیشگیرانه در ارتکاب جرائم، تبادل اطلاعات شبکه‌های تروریستی، به اشتراک‌گذاری اطلاعات مربوط به هک حساب‌های بانکی، اطلاعات مربوط به روش‌های مختلف انجام

جرائم، انجام کلاهبرداری‌های اینترنتی از طریق وبسایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی و... از جمله مواردی هستند که لزوم دخالت دولت و اعمال محدودیت در اطلاعات موجود را اجتناب‌ناپذیر می‌کند. تحت این شرایط دولت با دخالت در این حوزه اقدام به بلاک کردن و پاک‌سازی بستر موجود، به منظور محافظت از کاربران می‌کند. در چنین شرایطی سانسور اطلاعات در حقیقت نوعی پاک‌سازی آنها است، نه تخریب و محدودسازی.

تفاوت میان دیدگاه کشورهای مختلف موجب شده تا فیلترینگ اینترنت دامنه‌ای بسیار گسترده داشته باشد. این دامنه از کشورهایی با حکومت به‌شدت دستوری تا کشورهای دموکراتیکی با درجه آزادی‌های معنوی بالا گسترده شده است. ممکن است در یک کشور فیلترینگ منحصر به یک درصد از وبسایت‌ها آن هم فقط مربوط به قشر دانش‌آموزان شود، یا ممکن است شامل معمول‌ترین شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک، توئیتر، تلگرام و... برای قشر بزرگسال نیز بشود.

زمانی که به بررسی ابزارهای ارتباطی فیلتر شده در ایران بپردازیم یک نقطه اشتراک در آنها وجود دارد و آن این است که هرگاه در ایران یک سایت یا اپلیکیشن ارتباطی نقطه تمرکز میشود و میزبان خیل عظیم کاربران ایرانی میشود تنها دو راه برای بقاء در ایران ندارد. یا اینکه بر طبق قوانین درخواست شده‌ی مسئولین کشور عمل کند یا اینکه فیلتر شود. اینکه تمامی شرکتهای فعال حوزه فناوری اطلاعات بر حفظ حریم شخصی کاربران بسیار تاکید دارند و تمکینی در قبال درخواست و خواسته‌ی مسئولین ندارند اکثر فیلتر میشوند.

تمرکز زدایی

اگر نگاهی موشکافانه به مبحث شروع فعالیت این‌گونه برنامه‌ها در ایران داشته باشید متوجه خواهید شد که در هر برهه از زمان یک یا دو ابزار در اختیار کاربران قرار می‌گیرد که بعد از مدتی فیلتر میشود. در تازه‌ترین صحبتها در خصوص فیلتر اینستاگرام در بخشی از دلایل، حجم بالای این اپلیکیشن از پهنای باند کشور سخن به میان آمده است. این در حالیست که مسبب شرایط موجود تصمیمات مسئولین می باشد. مطمئناً اگر سایتها و اپلیکیشن‌هایی چون فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب، لاین، وی‌جت، وایبر، تلگرام در کشور مسدود نباشند خود به خود این تمرکز کاربران بروی

یک ابزار خاص از بین می‌رود که باعث کاهش مواردی است که مسئولین اقدام به فیلتر کنند. آری وقتی که تنها ابزار موجود از میان نمونه‌های مشابه با کیفیت فقط یکی در دسترس باشد موجب تمرکز و ایجاد فضایی قطبی میشود. همانطور این نمونه را در طرحهای ترافیکی میتوان به راحتی مشاهده کرد.



از بین بردن تولیدات بومی

شاید در نگاه اول یکی از دلایل فیلترینگ ابزار ارتباطی خارجی حمایت از تولیدات بومی است که با توجه به نوع برخورد سلیقه‌ای مسئولین نتیجه‌ای جز تباه شدن تولیدات بومی با صرف هزینه‌های بالا است. مگر در صنعت خودرو با انحصاری کردن بازار خودرو موفق بوده ایم که بخواهیم صنعت فناوری اطلاعات را با همین شیوه به جلو برانیم. نتیجه انحصار چیزی جز نابودی تولیدات بومی نیست. چرا که با حضور رقبای خارجی برای ماندن در بازار بر کیفیت محصولات و خدمات خود خواهند افزود این در حالیست که در بازار انحصاری با توجه به عدم حضور رقبا تلاشی برای بهبود کیفیت انجام نمی‌شود. صنعت خودرو ما آینه‌ی تمام‌قد از وضعیت حمایت از تولیدات بومی است که آمار مرگ و میر ناشی از محصولات بی‌کیفیت با جنگ برابری میکند.



مسئولین آری مردم نه!!

این قانون نانوشته‌ای که اینروزها در اکثر جاها می‌بینیم، مسئولینی که خود خرما می‌خورند و توصیه نخرودن خرما به مردم را دارند. اگر پیام‌رسانها و شبکه‌های اجتماعی از نظر امنیتی و قانونی مشکل دارد چرا مسئولین از همین فضاها برای ارتباط با مردم و ابراز عقیده استفاده میکنند. این در حالیست که از نظر امنیتی حضور مسئولین نسبت به حضور مردم برای کشور خطرناک‌تر است. بجز تعدادی انگشت‌شمار که از موافقین فیلترینگ بسیاری از ابزارهای ارتباطی هستند اکثر مسئولین در شبکه‌های اجتماعی فیلترشده فعال هستند.



اقتصاد پنهان فیلترینگ

موضوع فیلترینگ اینترنت یا شبکه‌های اجتماعی وابسته به آن، از جمله بحث‌های پر مناقشه در محافل

سیاسی و اجتماعی دنیا است، اما در سال‌های اخیر علم اقتصاد در حال یافتن معیارهای کمی مناسب برای اندازه‌گیری تاثیر این‌گونه تصمیمات بر بهره‌وری و رشد اقتصادی کشورها است. در بحث‌های مدیریتی اثبات شده دسترسی آزادانه کارکنان به میزانی از اینترنت در بازه زمانی کنترل شده تاثیر مثبت قابل ملاحظه‌ای بر بهره‌وری آنان خواهد داشت.

این تکنولوژی به‌گونه‌ای معماری اصلی را در ایجاد ساخت‌هایی هدفمند برای ایده‌ها و افکار افراد را انجام می‌دهد. برآورد شده است بین سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۱ تقریباً ۲۱ درصد از رشد تولید ناخالص داخلی (GDP) کشورهای پیشرفته به‌واسطه تاثیر اینترنت بوده است. در حالی که اینترنت منبع اصلی بسیاری از تاجران، کارآفرینان و بنگاه‌های کشورهای مختلف است و در سطح خرد نیز مصرف‌کنندگان و صاحبان کسب‌وکارهای کوچک منافع بیشماری از این تکنولوژی برده‌اند.

اقتصاددانان بررسی کرده‌اند که اگر بخواهیم تاثیر ابعاد مختلف این تکنولوژی بر تولید ناخالص داخلی کشورهای پیشرفته را ارزیابی کنیم حتی از بخش کشاورزی نیز سهم بزرگ‌تری در رشد و توسعه کشورها داشته است. با توجه به تاثیرات شگرف اینترنت نظریه قالب در زمینه اعمال محدودیت دولت‌ها و تصمیم‌سازان در این حوزه، حکایت از رابطه عکس بین میزان فیلترینگ اینترنت و رشد اقتصادی دارد.

در ظرف مدت زمان کمی شبکه‌های اجتماعی با سرعت بالا یکی پس از دیگری با قابلیت‌های بالا در انتقال انواع فایل‌های صوتی و تصویری پا به عرصه ارتباطات بشری گذاشتند. چه این شبکه‌ها برای خرید و فروش لوازم آرایشی باشند و چه محلی برای انجام بحث‌های سیاسی، قادر مسلم این شبکه‌ها به منابع اصلی مردم برای ایجاد و تبادل اطلاعات تبدیل شده‌اند.

گاهی وسعت این شبکه‌ها به حدی رسیده که گویی شرکت‌ها برای انجام تبلیغات خود مجهز به رسانه عمومی چون تلویزیون هستند. براساس گزارش موسسه مک‌کینزی نزدیک به ۷۵ درصد شرکت‌های مختلف در سطح دنیا از شبکه‌های اجتماعی به‌صورت گسترده بهره‌برداری می‌کنند. این موسسه برآورد کرده است که در صورت استفاده مناسب از این شبکه‌ها می‌توان تا ۲۵ درصد کارایی کارکنان را از طریق بالا بردن دانش و مهارت‌های شغلیشان افزایش داد.



پایان دیجیتال مارکتینگ در شبکه‌های اجتماعی با فیلتر اینستاگرام



امیر مستفایی

صرفاً به اهالی همان محل نشان دهد. این موثرترین و بهترین شیوه تبلیغاتی است که در کل تاریخ وجود داشته. ما با وجود اینکه در چنین عصری زندگی می‌کنیم، نمی‌توانیم به این ویژگی‌ها دسترسی پیدا کنیم چون در این شبکه‌های اجتماعی نمی‌توان کاربر ایرانی را اینطور هدف قرار داد. برای مثال ما امروز برای مشتریان مان محتوایی را تهیه می‌کنیم و آن را به امان خدا در دریایی رها می‌کنیم تا شاید مخاطبی که مد نظر ماست، آن را ببیند. یک ایرانی خارج از ایران، با دیدن این محتوا نمی‌تواند هیچ آورده‌ای برای آن برند داشته باشد. پس تاکنون یک کاریکاتور مضحک از دیجیتال مارکتینگ در کشور داشتیم که با فیلتر شدن اینستاگرام، آن هم به پایان می‌رسد. البته تبلیغات کلیکی و موارد اینچنینی هنوز وجود خواهند داشت اما بازار آسیب می‌بیند و دیجیتال مارکتینگ به مفهوم عامیانه‌اش به پایان می‌رسد؛ این جنگیدن آنقدر سخت می‌شود که انگیزه فعالین این حوزه از بین می‌رود.»

اما آیا دیجیتال مارکتینگ، حتی در مفهوم عام با فیلتر شدن اینستاگرام به پایان می‌رسد؟ «شایان عرفانیان»، کارشناس و مدرس دیجیتال مارکتینگ نظری منفی در این باره دارد و اگرچه معتقد است که این موضوع می‌تواند به کسب‌وکارهای کوچک ضربه بزند اما باور دارد که همیشه جایگزین‌هایی نیز وجود دارد. او می‌گوید: «فیلتر شدن اینستاگرام به هیچ وجه به معنی پایان دیجیتال مارکتینگ حتی به مفهوم عام آن نیست؛ اینستاگرام یکی از شبکه‌های اجتماعی بصری است که با فیلتر شدن باز هم امکان دسترسی به آن وجود دارد اما جایگزین‌های آن مورد استفاده قرار می‌گیرد. اساساً در دیجیتال مارکتینگ شرکت‌هایی که بازارهای کوچکی دارند از شبکه‌هایی مانند اینستاگرام بیشترین استفاده را می‌برند. برای این دسته از کسب‌وکارها، این اتفاق می‌تواند یک رکود اقتصادی داشته باشد اما بخش دیجیتال، جایگزین‌های بسیاری دارد و ما حتی به سراغ بسیاری از خدمات گوگل در ایران هم نمی‌رویم.»

بزرگ که شدی برنگرد

نقطه تفاهم بسیاری از شبکه‌های اجتماعی فیلتر شده در ایران، بزرگ شدن و قرار گرفتن تمرکز کاربران روی آنهاست. کفایت به تاریخچه و آبرو تا تلگرام و حالا اینستاگرام نگاه کنید. تصمیم‌گیران برای این رویکرد دلایل خودشان را دارند اما مشکلی که ایجاد می‌شود، تلاش‌های برابردرستی کسب‌وکارها و البته استارت‌آپ‌هایی است که می‌خواهند از طریق شبکه‌های اجتماعی، با مشتریان خود بیشتر در تعامل باشند و یا مشتریان جدیدی برای خود دست و پا کنند و آگاهی برنشان را ارتقاء دهند. با این حال اردشیر طیبی معتقد است که فیلتر شدن، اثر زیادی روی کاربران حرفه‌ای شبکه‌های اجتماعی ندارد چون تجربه‌ی تلگرام برخلاف گذشته، نشان داد که به هر صورت دسترسی کاربر ادامه پیدا می‌کند. اما این روند چه تاثیری روی استارت‌آپ‌ها دارد؟ او در پاسخ به این پرسش می‌گوید: «استارت‌آپ‌ها بیشتر در شبکه‌های اجتماعی درگیر جذب کاربران جدید هستند و احتمالاً همچنان می‌توانند از شبکه‌های اجتماعی برای اینکار استفاده کنند. البته بحث دیگری هم وجود دارد؛ زمانی که یک استارت‌آپ به مراحل بالاتری از حیات خود می‌رسد، ممکن است با محدودیت‌ها و منع فعالیت در شبکه‌های فیلتر شده روبه‌رو شود. مانند اتفاقی که برای تلگرام افتاد و برندهای مختلف بزرگی که از آن ضربه خوردند.»

از آن سو عرفانیان عقیده دارد که اگر استارت‌آپ‌ها هوشمندانه رفتار کنند، می‌توانند با تغییر عادات کاربران از این چالش یک فرصت و امتیاز برای خود بسازند: «زمانی که یک شبکه اجتماعی شناخته شده مانند اینستاگرام در ایران رنگ می‌بازد، اگر استارت‌آپ‌ها بتوانند رفتار مشتریان را شناسایی کنند، قادر خواهند بود خیلی سریع جابه‌جایی‌ها را اعمال کنند و کسانی که در این جابه‌جایی‌ها پیش‌تاز باشند، می‌توانند شبکه‌های جدید را جایگزین کنند و حتی خود کسب‌وکارها در این انتقال تاثیرگذار باشند.» با همه این‌ها، او نیز فیلتر شدن اینستاگرام را از نظر جو روانی به یک بمب ساعتی تشبیه می‌کند که در صورت اعمال شدن، باعث ایجاد اعتراضات شدیدی میان صاحبین کسب‌وکار و کارآفرینان خواهد شد.

بازنده‌های بزرگ

حسن روحانی و محمدجواد آذری جهرمی عنوان کرده‌اند که در سال گذشته، فضای مجازی باعث اشتغال مستقیم ۲۰۰ هزار نفر شده است. «سیدمرتضی موسویان»، رئیس مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال وزارت ارشاد نیز قبل از فیلتر شدن تلگرام، در گفتگوی خبر از وجود دست‌کم ۱۰ هزار کانال تلگرامی که مربوط به فروش کالا یا خدمات هستند داده بود.

اما جدا از کسب‌وکارهایی که به شکل مستقیم از تلگرام و اینستاگرام درآمد کسب می‌کردند، افراد زیادی مشغول درآمدزایی به وسیله مدیریت شبکه‌های اجتماعی هستند که آمار مشخص و دقیقی از آنها در ایران وجود ندارد. در صورت فیلتر شدن اینستاگرام آسیب اصلی متوجه همین افراد خواهد بود. طیبی در رابطه با از دست رفتن شغل آدمین‌ها می‌گوید:

«معمولاً این افراد به شکل دورکار با چند برند همکاری می‌کنند و اتفاقاً اجزای مهمی از جامعه هستند؛ افرادی که در شرایط کنونی، در اوج سختی یافتن کار، خودشان با اتکا به استعدادهایشان ایجاد شغل کرده‌اند و هزینه‌ای هم برای دولت ندارند. آسیب اصلی را همین افراد می‌بینند. شاید شرکت‌ها یا شرکت‌های مشابه بتوانند به گونه‌ای حیات خود را ادامه دهند اما چنین افرادی که تعدادشان هم اصلاً کم نیست، بازنده‌های اصلی این جریان خواهند بود.»

جایگزین مناسب ایرانی؟

شرایط شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های ایرانی که الگویی مشابه با نمونه‌های خارجی را پیاده کرده‌اند بیش از حد پیچیده است. از یک سو آنها می‌خواهند همه قابلیت‌های موجود را به یک‌باره در اختیار کاربر ایرانی قرار دهند که نتیجه، یک محصول پرباگ است و از طرف دیگر هم، کاربر معمولاً علاقه‌ای به استفاده از آنها به دلایل مختلف نشان نمی‌دهد.

حقیقت این است که سرویس‌های مختلف ایرانی که تا امروز برای جایگزینی تلگرام یا اینستاگرام تولید شده‌اند، از استقبال فراگیر مواجه نشده‌اند و نتوانسته‌اند جذابیت‌هایشان را به مرحله‌ای برسانند که تبدیل به یک بستر تجاری شوند. اردشیر طیبی، تحلیلگر شبکه‌های اجتماعی علت مهجور ماندن سرویس‌های ایرانی در چند بخش توضیح می‌دهد: «اشتباهی که سرویس‌های ایرانی می‌کنند این است که می‌خواهند تمام امکانات را کپی کنند و در همان ابتدا همه‌ی آنها را گسترش داده و به کاربر عرضه کنند. در حالی که این حاصل سال‌ها تلاش شبکه‌های اجتماعی خارجی برای رسیدن به نقطه کنونی است و قابلیت‌ها ذره ذره به آن‌ها اضافه شده و با رفع باگ‌ها، در دسترس عموم قرار گرفته. اینکه توسعه‌دهنده‌های داخلی نرم افزار می‌خواهند این راه را یک شبه بروند، آسیب بزرگی است.»

از طرفی نمی‌توانند سرویس پیش پا افتاده‌ای را در اختیار کاربر ایرانی قرار دهند و انتظار رقابت داشته باشند. همچنین روند این رقابت شفاف و سالم نیست و با یک کلاف سردرگم روبه‌رو هستیم. به دلیل وجود رانت فیلتر شدن سرویس‌های خارجی، خود سرویس‌های ایرانی هم آسیب دیده‌اند. او به آمار کاربران ایرانی اینستاگرام در ژانویه ۲۰۱۸ اشاره می‌کند که بیشتر از ۲۶ میلیون کاربر بوده است؛ رقمی که عاملی ترغیب‌کننده برای برندهای ایرانی یا برندهای خارجی فعال در ایران جهت تبلیغات در اینستاگرام است. با این حال می‌گوید که چهار سال پیش، به دلیل حجم پایین کاربران ایرانی این شبکه اجتماعی فعالیت و سرمایه‌گذاری برای برندها چندان جذاب نبود: «حالا وقتی سرویس ایرانی ۵۰۰ هزار الی ۱ میلیون کاربر داشته باشد، شاید برند ترجیح دهد در خود اینستاگرام فیلتر شده فعالیت کند و به کاربران بیشتری دسترسی داشته باشد.»

طیبی اشاره می‌کند که جایگزین داخلی مناسبی برای سرویس‌های فیلتر شده و اینستاگرام وجود ندارد و بعید است بتوان در کوتاه‌مدت آن را تولید کرد. از سوی دیگر کاربرانی که از شبکه‌های فیلتر شده رفته‌اند، اکنون در سایر شبکه‌های اجتماعی یا پیام‌رسان پراکنده شده‌اند و هیچ تمرکزی وجود ندارد.

اولین گام جدی برای فیلتر شدن اینستاگرام با انتشار اظهار نظر معاون اول دادستان کل کشور برداشته شد. او خبر داد که فیلتر شدن این شبکه اجتماعی در دستور کار قرار گرفته است. این اتفاق در دومین سال فعالیت دولت دوازدهم رخ می‌دهد؛ دولتی که سرمنشا سیاست‌هایش، منشور حقوق شهروندی است و از ابتدای کار خود تلاش بسیاری داشته تا از طریق فضای مجازی، بخشی از مشکل اشتغال را در ایران حل کند. اکنون با وجود این موارد، به نظر می‌رسد که آخرین شبکه اجتماعی باقی‌مانده در ایران هم در آینده‌ای نزدیک در کنار سایر شبکه‌های اجتماعی فیلتر شده قرار گیرد؛ اتفاقی که اگرچه وزیر ارتباطات آن را تلاشی برای انحراف افکار عمومی از موضوع شفاف‌سازی ارزی می‌داند اما با نگاهی به آرشو تایید و تکذیب‌های متعدد در مورد فیلتر شدن شبکه‌های اجتماعی قبلی از جمله تلگرام، نمی‌توان مسدود شدن اینستاگرام را چندان هم دور از ذهن تصور کرد.

سوالاتی که همزمان با قوت گرفتن احتمال فیلتر شدن اینستاگرام مطرح می‌شود، چندان آینده روشنی را در برابر بازار دیجیتال مارکتینگ قرار نمی‌دهد. پس از فیلتر شدن آخرین بازمانده‌ی شبکه‌های اجتماعی در ایران، چه چیزی از دیجیتال مارکتینگ در شبکه‌های اجتماعی باقی می‌ماند؟ تکلیف اشتغال در فضای مجازی چه می‌شود و آیا باید انتظار بی‌کار شدن آدمین‌هایی که بدون ایجاد هزینه برای دولت، برای خود کاری دست و پا کرده بودند و آمار مشخصی هم از تعداد آنها در دسترس نیست را داشته باشیم؟

شبکه‌های اجتماعی ناام

اردشیر طیبی، تحلیلگر شبکه‌های اجتماعی و مدیرعامل ماهورنگار (شرکتی فعال در حوزه تولید محتوا برای برندها در شبکه‌های اجتماعی) عنوان می‌کند که هم‌اکنون، اعتماد برندهای ایرانی برای تبلیغات در فضای شبکه‌های اجتماعی به سطح پایینی رسیده است؛ مشکلی که از زمان فیلتر شدن تلگرام پررنگ‌تر شد: «زمانی که تلگرام فیلتر شد، مشکلی که پیش آمد این بود که اینستاگرام را هم مهجورتر کرد. برندها احساس کردند که اساساً سرمایه‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی، سرمایه‌گذاری امنی نیست چراکه تلگرام با بیشتر از ۴۰ میلیون کاربر ایرانی فیلتر شد و اینستاگرام هم که امروز بیشتر از ۲۶ میلیون کاربر دارد هم در معرض همین مسئله قرار دارد. فیلتر شدن تلگرام اعتماد را تحت تاثیر قرار داد و کسب و کار ما هم از این جهت آسیب دید. برندها امروز انگیزه‌ی خود جهت سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی را از دست داده‌اند که البته طبیعی است.»

مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران ماه گذشته در گزارش خود اعلام کرد که با وجود فیلتر شدن تلگرام، هنوز ۷۹ درصد از کاربران در آن فعال هستند. در نتیجه بعید به نظر می‌رسد که فیلتر شدن اینستاگرام هم آن را از دسترس کاربران خارج کند اما مشکلی که در این میان پیش می‌آید، پایان یا کاهش شدید فعالیت‌های تجاری در این شبکه‌های اجتماعی است؛ شبکه‌هایی که اتفاقاً با اضافه کردن قابلیت‌هایی مانند تماس صوتی یا تصویری و IGTV بیشتر در خطر فیلتر شدن قرار می‌گیرند.

طیبی در همین رابطه می‌گوید: «فیلتر شدن اینستاگرام، آن را از دسترس عموم خارج نمی‌کند همانطور که این اتفاق برای تلگرام هم رخ نداد. اما زمانی که از زاویه کسب‌وکار خودمان به موضوع نگاه می‌کنم، بسیار سخت است که بتوان برندی را قانع کرد که در این حوزه سرمایه‌گذاری مقبولی انجام دهد. تصور من این است که در صورت رخ دادن این اتفاق، دیجیتال مارکتینگ به معنای عامیانه‌اش در ایران به پایان می‌رسد.»

این تحلیلگر شبکه‌های اجتماعی عقیده دارد که تاکنون، آنچه از بازاریابی دیجیتال در ایران داشته‌ایم صرفاً یک نمایه و کاریکاتور بوده و این مبحث در جهان پیشرفت‌های بسیاری داشته که در ایران، به دلیل فیلتر از داخل و تحریم از بیرون نتوانسته‌ایم به آنها دست پیدا کنیم: «تا پیش از این ما در حال کشیدن یک کاریکاتور از دیجیتال مارکتینگ در کشور بودیم چون تبلیغات هدفمند در ایران بسیار محدود است. امروز در فیسبوک، خشک‌شویی محل می‌تواند با ارائه کد پستی خودش، تبلیغاتش را

تلاش اتحادیه در جهت رفع مشکلات صنف رایانه



اعضاء را تعیین می کنند. تولیدی، خدماتی، خدمات فنی و فروش، ماهیت رسته های اصناف می باشد. از مهمترین آیم های تاثیر گذار رسته ها میتوان از نقش مهم آنها در تعیین ضرائب مالیاتی و نرخ تسهیلات درخواستی از بانک ها نام برد.

اتحادیه صنف فناوری اطلاعات و ارتباطات اصفهان بعنوان خانه ی صنف تغییر و بهبود رسته های صنفی را از حدود ۳ ماه پیش در دستور کار خود قرارداد و با برگزاری جلسات متعدد کارشناسی و با توجه به نیاز و تغییر بازار به جمع بندی رسته های پیشنهادی جدید رسید که پس از طی کردن روال قانونی تایید این رسته ها از اتاق اصناف، خانه صنعت و معدن و کمیسیون نظارت استان گرفته شده است که پس از پیگیری های مجدانه اتحادیه فناوری اطلاعات اصفهان، رسته های جدید مدنظر جهت تایید نهایی و اعمال در سایت ایرانیان اصناف به کمیسیون عالی نظارت کشور ارسال گردید.

با حضور آقای مهندس مطلب زاده و اعضای هیئت مدیره، فرمانده بسیج اتحادیه و رئیس شورای امر به معروف و نهی از منکر، دبیر و بازرسی اتحادیه برگزار شد. در این جلسه موضوعاتی چون همکاری و تعامل سازگار با اداره کل فناوری اطلاعات استان اصفهان در راستای پیشبرد اهداف بخش خصوصی صنعت آی تی اصفهان، بررسی موانع موجود بر سر راه اعضاء مطرح شد که در نهایت با قول مساعدت و همکاری نزدیک بین هر دو مرکز به پایان رسید.

افزایش شدن رسته های جدید صنفی

یکی از موضوعاتی که اتحادیه در راستای داشتن صنفی قدرتمند به آن توجه ویژه دارد رسته های صنفی است. رسته ها، ماهیت شغلی و حدود فعالیت

حراست سازمان صنعت معدن تجارت اصفهان در خصوص افزایش شکایات همکاران صنفی در خصوص وضعیت فعلی به کمیسیون رسیدگی به شکایات اتحادیه گفتگو شد.

این جلسه با معرفی و هویت دادن حقوقی به کمیسیون شکایات اتحادیه به سازمان صنعت معدن تجارت اصفهان و سازمان تعزیرات و با هدف اتخاذ قرار دادن نظرات اعضای کمیسیون شکایات اتحادیه برای قضات تعزیرات در جهت رفع مشکلات اعضاء صنف برگزار شد. علاوه بر این در خصوص رفع مشکلات صنفی و حمایت از اعضاء در برابر ارگانهای مرتبط و جلوگیری از تضییع حقوق اعضاء اتحادیه که بنا به وظیفه ی ذاتی اتحادیه رایانه بعنوان متولی صنف رایانه است تبادل نظر شد.

برگزاری جلسه ی هم اندیشی با اداره کل فناوری اطلاعات استان اصفهان

به منظور هماهنگ شدن محورها در بخش فناوری اطلاعات نیاز به یک نقطه هماهنگ کننده در استانها وجود دارد و بر این اساس اداره کل ارتباطات و فناوری اطلاعات ایجاد می شود. این اداره کل به عنوان نماینده عالی بخش حاکمیت با هدف ایجاد هماهنگی در اجرای برنامه ها و سیاست های بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات در استانها تشکیل می شود. با توجه به همراستای وظایف اتحادیه صنف فناوری اطلاعات و ارتباطات اصفهان بعنوان نماینده بخش خصوصی و اداره کل فناوری اطلاعات و ارتباطات اصفهان بعنوان بخش حاکمیتی جلسه ای

برگزاری سلسله نشستهای با محوریت مشکلات صنف رایانه در سازمان صنعت معدن تجارت

با توجه به شرایط موجود و نوسانات نرخ ارز بر کسب و کارهای صنف رایانه و عدم ورود مسئولین ذیربط به این موضوع علاوه بر تعطیلی واحدهای صنفی بایستی شاهد از دست دادن شغل افراد متخصص باشیم. در همین راستا اتحادیه صنف فناوری اطلاعات و ارتباطات اصفهان بعنوان خانه ی صنف رایانه در جلساتی در خصوص معضلات صنف با مسئولین خانه صنعت و معدن به گفتگو نشستند.

در گفتگو با آقای مهندس نادری معاون سازمان صنعت معدن تجارت استان که با حضور کلیه اعضاء هیئت مدیره، دبیر و بازرسی اتحادیه برگزار شد موضوعاتی چون تامین ارز مورد نیاز اعضاء، مشکلات مالیاتی و بیمه ای اعضاء، بررسی راهکارهای در جهت رونق کسب و کار اعضاء بررسی شد.

علاوه بر این در این جلسه عملکرد برخی از NGO ها مرتبط با اعضاء اتحادیه مورد بررسی قرار گرفت و در خصوص ورود غیر قانونی به حیطه ی امور مربوط به اتحادیه و عدول از حد و حدود اختیارات قانونی خود با آقای مهندس نادری معاون سازمان صنعت معدن تجارت استان گفتگو شد. این جلسه در راستای حمایت از اعضاء صنف رایانه و در جهت جلوگیری از ورود غیرقانونی برخی به امور صنف رایانه با قول مساعد همکاری سازمان صنعت معدن تجارت اصفهان به پایان رسید.

در جلسه ای دیگر که با حضور جلیلی رئیس

سازمان فاوا رتبه برتر سازمان های شهرداری اصفهان را کسب کرد

مدیرعامل سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان با اعلام این خبر گفت: این سازمان در ارزیابی عملکرد انجام شده در ۸ ماهه سال جاری موفق به کسب رتبه اول در میان سایر سازمان های شهرداری شد. سید حمیدرضا ابطی با اشاره به اهداف اجرای این ارزیابی، اضافه کرد: این اقدام در راستای تأکید شهردار محترم اصفهان مبنی بر تقویت و گسترش ارزیابی و رتبه بندی عملکرد سازمان های وابسته و همچنین نیل به اهداف برنامه اصفهان ۱۴۰۰ در بازه زمانی فروردین تا آبان ماه ۹۷، به طور رسمی توسط مدیریت هماهنگی و نظارت معاونت هماهنگی امور مناطق و سازمان های شهرداری اصفهان انجام شد. وی با اشاره به شاخص های این ارزیابی اظهار کرد: مهمترین شاخص های ارزیابی این دوره شامل تحقق اهداف اختصاصی، پیشرفت طرح ها و پروژه ها، تحقق بودجه، بازپرداخت بدهی ها و وصول مطالبات، دستیابی به توانمندی ویژه، ارائه آمار و اطلاعات و گزارش پرسنلی و جذب مشارکت ها بود که در این راستا همکاران سازمان توانستند با تلاش فراوان در مجموع این سازمان را به رتبه برتر سازمان های شهرداری ارتقا دهند.

ابطی تأکید کرد: در این دوره ۵۰ درصد از امتیاز به دستیابی اهداف اختصاصی سازمان، پیشرفت طرح ها و پروژه ها و تحقق بودجه اختصاص داشت که به معنی تمرکز بیشتر امتیازات به فعالیت های اختصاصی سازمان می باشد.

مدیرعامل سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان ضمن عرض تبریک این موفقیت به مدیران، مهندسان و کارکنان این سازمان گفت: شایسته است کسب این موفقیت را به دکتر بهروز ارباب شیرانی، معاون برنامه ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهرداری نیز که در این مدت سرپرستی سازمان فاوا را بر عهده داشتند تبریک بگوییم چرا که بی شک موفقیت های صورت گرفته در این بازه زمانی مرهون مدیریت موثر و مدیرانه ایشان می باشد.

وی در پایان ابراز امیدواری کرد تا با تلاش و مساعی مضاعف در جهت تحقق اهداف شهر هوشمند و خدمت رسانی بیشتر به شهروندان اصفهان در آینده گام های ارزنده تری برداشته شود.

رونمایی از پروژه کیف پول الکترونیکی تا پایان بهمن ۹۷

گردشگری و معرفی مطلوب شهر اصفهان به عنوان شهر خلاق و پایتخت فرهنگی ایران اسلامی تدوین شده است. وی به چاپ و نشر مجله فرهنگی، آموزشی و رفاهی رانندگان اشاره و خاطر نشان کرد: در این مجله بیان مباحث آموزشی و فرهنگی ویژه رانندگان تاکسی، ارائه دیدگاه مدیریت شهری در حوزه حمل و نقل مسافر درون شهری و امور رفاهی ویژه ناوگان تاکسیرانی با تخفیف های ویژه اطلاع رسانی می شود.

منوچهری گفت: به زودی از سامانه مرخصی آنلاین رانندگان تاکسی نیز رونمایی خواهد شد چرا که در گذشته رانندگانی که در روزهای تعطیل درخواست مرخصی داشتند با مشکل مواجه می شدند، اما با حمایت پلیس راهور امکان مرخصی آنلاین فراهم شده است.

وی افزود: پروژه کیف پول الکترونیکی در راستای حل مشکل پول خرد، سهولت در پرداخت کرایه، پرداخت به وسیله تلفن همراه و عدم نیاز به کارت بانکی تا پایان بهمن ماه سال جاری رونمایی خواهد شد.

مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهرداری اصفهان تأکید کرد: سازمان تاکسیرانی در سه بخش فنی اجرایی و آموزشی و فرهنگی رفع مشکلات صنفی را در دستور کار خود قرار داده است.

متوقف شد؛ از آن زمان تاکنون سه دوره مدیریت شهری تغییر پیدا کرده و حالا پس از سه نسل مدیریت شهری، شورا و شهرداری فعلی به این موضوع ورود کردند و در فاز اول بسته های حمایتی به افرادی که به نوعی بابت نصب سامانه متضرر شده بودند، ارائه می شود. وی ادامه داد: این بسته حمایتی در دل رانندگانی که روزانه حداقل ۷۰ نفر را سوار و پیاده می کنند، امید ایجاد کرده است، البته باید نوید دهم که فازهای بعدی بسته تشویقی ادامه خواهد داشت.

منوچهری با بیان اینکه در سال جاری چهار هزار و ۵۰۰ نفر از رانندگان مرد از ابتدای مهرماه فرم متحدالشکل دریافت کرده اند، اظهار کرد: کاهش ۵۱ درصدی میزان شکایات از سرویس مدارس اتفاق خوشایندی بود که امسال شاهد بودیم و دلیل آن افزایش بازرسی ها و آموزش ها بوده است؛ از ابتدای مهرماه سال جاری تاکنون ۱۲ هزار نفر - ساعت آموزش به ۱۴۸۳ نفر از رانندگان تاکسی ارائه شده است.

مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهرداری اصفهان با اشاره به تدوین سند جامع آموزشی گردشگری تاکسیرانی گفت: برای نخستین بار این سند با هدف افزایش رضایت مندی گردشگران در حوزه حمل و نقل، امکان افزایش درآمد پایدار رانندگان در حوزه



مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهرداری اصفهان گفت: پروژه کیف پول الکترونیکی در راستای حل مشکل پول خرد، سهولت در پرداخت کرایه، پرداخت به وسیله تلفن همراه و عدم نیاز به کارت بانکی تا پایان بهمن ماه سال جاری رونمایی خواهد شد.

هادی منوچهری ر آیین طرح سفرهای فیروزه ای در قالب افتتاح و رونمایی از طرح های سازمان تاکسیرانی اظهار کرد: ناوگان تاکسیرانی شهرداری اصفهان ۲۲ هزار خودرو را شامل می شود که از این تعداد ۹ هزار و ۱۰۰ تاکسی پلاک «ت» و ۱۲ هزار و ۲۰۰ خودرو سرویس مدارس هستند که سهم ۱۴ درصدی در سفرهای روزنامه شهروندان دارند. وی افزود: با توجه به اینکه تاکسی سهم بالایی در انجام سفرهای روزانه شهر دارد و فعالیت آن کمتر از مترو و اتوبوس نیست باید به مباحث بودجه ریزی برای این سازمان بیشتر توجه شود.

مدیرعامل سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهرداری اصفهان با اشاره به ارائه بسته حمایتی به رانندگان تاکسی گفت: از سال ۸۹ سامانه هوشمندی در اصفهان اجرایی و بر روی تعداد زیادی از تاکسی های شهر نصب شد، اما در سال ۹۴ این طرح بنا به دلایلی

امنیت با طعم مرکز تخصصی آپا دانشگاه صنعتی اصفهان

مرکز تخصصی آپا دانشگاه صنعتی اصفهان، با تجربه برگزاری موفق پنج دوره مسابقه CTF در سطح ملی در قالب جشنواره ملی امنیت فضای تبادل اطلاعات، برای ششمین سال متوالی مسابقه ملی فتح پرچم را با هدف کشف و پرورش استعداد های جدید در حوزه امنیت فناوری اطلاعات و رشد و شکوفایی توانایی دانشجویان و علاقه‌مندان فناوری اطلاعات برگزار می‌نماید.

این مسابقه سعی بر آن دارد تا ضمن برپایی رقابتی جذاب بین افراد آشنا به این حوزه، با ارائه سوالات طبقه‌بندی شده از آسان به سخت، افرادی که با این محورها آشنایی اندکی دارند را نیز تحت پوشش قرار دهد.

ششمین دوره از مسابقات ملی فتح پرچم، همزمان با روز جهانی اینترنت امن‌تر در تاریخ ۱۷ بهمن، به صورت آنلاین برگزار می‌گردد. از برگزیدگان این رقابت در اختتامیه ششمین جشنواره ملی امنیت فضای تبادل اطلاعات در اسفند ماه ۹۷ تقدیر شده و جوایز آن‌ها اهدا می‌گردد.

مسابقه ملی فتح پرچم

برگزاری مسابقات علمی جذاب در سطح دانشگاه، ضمن فراهم نمودن فضای پرنشاط علمی برای دانشجویان، دانش و توانایی آن‌ها را افزایش می‌دهد. ارتقا فرهنگ کار گروهی افراد که یکی از نکات مغفول مانده در جامعه ایرانیست و نیز ظهور استعداد های ناب که گاهی در چارچوب‌های کلاسیک آموزشی دانشگاه اجازه بروز نمی‌یابند، از دیگر کارکردهای این مسابقات است.

یکی از جذاب‌ترین مسابقات دانشگاهی، مسابقه فتح پرچم (CTF) است. مسابقات CTF یک مانور شبیه‌سازی شده در فضای سایبری محسوب می‌گردد که در آن متخصصین فناوری اطلاعات به رقابت با یکدیگر می‌پردازند. در این دسته از مسابقات چالش‌های متنوعی در محورهای مختلف در اختیار شرکت‌کنندگان قرار داده می‌شود تا مهارت آن‌ها در بخش‌های گوناگون مورد ارزیابی قرار گیرد.

• ارزیابی امنیتی زیرساخت شبکه، سامانه‌ها و نرم‌افزارهای گوناگون و برنامه‌های کاربردی مبتنی بر وب و موبایل با هدف بررسی نفوذپذیری آن‌ها یکی از مهمترین فعالیت‌های واحد فنی عملیات محسوب می‌شود. بر این اساس برخی از سامانه‌ها و نرم‌افزارهای شناخته شده کشور گواهینامه امنیتی خود را از این مرکز اخذ نموده‌اند.

• تحلیل بدافزار دانش و مهارت منحصر به فردی است که در واحد فنی عملیات با هدف شناسایی و مهار بدافزارها نهادینه شده است. بسیاری از مهمترین بدافزارهای سال‌های اخیر، در این مرکز تحلیل و گزارش‌های در اختیار مراکز حساس امنیت سایبری کشور قرار داده شده است.

• رسیدگی به حادثه یکی از شاخص‌ترین زمینه‌های کاری واحد فنی و عملیات است. تیم رسیدگی به حادثه مرکز آپا متشکل از قوی‌ترین و ماهرترین متخصصین مرکز آپا در زمینه‌های گوناگون امنیت فناوری اطلاعات و ارتباطات بوده و در جهت شناسایی، تحلیل و مهار حوادث رایانه‌ای در سطح سازمان‌های کشور مشغول ارائه خدمت است.

• مشاوره امن‌سازی با هدف ارتقا امنیت سایبری سازمان‌ها و نیز سامانه‌های فناوری اطلاعات توسط متخصصین واحد فنی عملیات ارائه می‌شود.



تحقیق و توسعه

ماهیت دانشگاهی مرکز تخصصی آپا زمینه فعالیت‌های پژوهشی و تحقیقاتی با استفاده از ظرفیت اساتید و دانشجویان مقاطع تحصیلات تکمیلی فراهم آورده است. بر این اساس چندین پروژه ملی در سطح مرزهای دانش امنیت فضای تبادل اطلاعات در واحد تحقیق و توسعه مرکز آپا دانشگاه صنعتی اصفهان انجام پذیرفته است. نتیجه تحقیقات انجام شده منجر به توسعه چندین سامانه بومی در حوزه امنیت فناوری اطلاعات و ارتباطات شده است.

• نخستین سامانه بومی SOC کشور در واحد تحقیق و توسعه مرکز آپا اصفهان طراحی و پیاده‌سازی اولیه شده است. این سامانه، با پایش ۲۴ ساعته شبکه، دریافت و همبسته‌سازی رخدادها، تولید هشدارهای امنیتی، تشخیص و رسیدگی به حوادث امنیتی سعی می‌کند وقوع حوادث امنیتی در شبکه‌ی هدف خود را در سریع‌ترین زمان ممکن شناسایی کرده و برای رفع آن اقدام نماید.

• نخستین سامانه مدیریت وصله بومی با به روزرسانی خودکار و متمرکز سیستم‌ها و سرورها در سطح شبکه، به عنوان یک ابزار کارا در جهت پیشگیری از وقوع حوادث رایانه‌ای نقش چشمگیری ایفا می‌نماید

• نخستین سامانه بومی مقابله با حملات منع سرویس با هدف مهار حملات حجمی منع سرویس توزیع شده مورد استفاده قرار می‌گیرد. این نخستین سامانه مقابله با این حملات در سطح کشور است که می‌تواند نقش مؤثری در ارتقا عملکرد زیرساخت شبکه کشور ایفا نماید.

• طراحی و پیاده‌سازی سامانه تحلیل و دسته‌بندی ترافیک

• طراحی و پیاده‌سازی سامانه تشخیص نفوذ آماری

مرکز تخصصی آپا دانشگاه صنعتی اصفهان به عنوان یک مرکز امداد امنیت رایانه‌ای، فعالیت خود را از اواخر سال ۸۶ در زمینه تخصصی ارائه سرویس مدیریت حوادث امنیتی و آسیب‌پذیری‌های شبکه در دانشگاه صنعتی اصفهان آغاز کرده است.

این مرکز با تکیه بر توان متخصصین مجرب، فارغ‌التحصیلان برتر و دانشجویان نخبه دانشگاه‌های کشور، محصولات و خدمات متعددی را در حوزه افتا ارائه نموده است. مرکز تخصصی آپا دانشگاه صنعتی اصفهان با بیش از ۱۰ سال سابقه فعالیت آموزشی، پژوهشی و خدمات تخصصی به عنوان یکی از قوی‌ترین مراکز امنیت سایبری کشور محسوب می‌شود. در حال حاضر دکتر علی فانیان، عضو هیات علمی دانشگاه صنعتی اصفهان، مدیریت این مرکز را برعهده دارد.

مجموعه فعالیت‌های مرکز تخصصی آپا دانشگاه صنعتی اصفهان را می‌توان در سه واحد آموزش و آگاهی‌رسانی، فنی- عملیات و تحقیق و توسعه دسته‌بندی کرد.



واحد آموزش و آگاهی‌رسانی

آموزش یکی از اساسی‌ترین مراحل ارتقاء امنیت سازمان‌ها محسوب می‌شود و انجام آن برای تمامی اعضای یک سازمان (از بالاترین سطوح مدیریتی تا پایین‌ترین افراد) الزامی است. در این حوزه مرکز تخصصی آپا دانشگاه صنعتی اصفهان با توجه به آخرین توصیه‌ها و روال‌های آگاهی‌رسانی و آموزش در دنیا و شرایط بومی ایران، سرویس آگاهی‌رسانی و آموزش امنیت سایبری برای سازمان‌های مختلف را با توجه به شرایط سازمان هدف، تدوین و اجرا می‌نماید.

• برگزاری کارگاه‌ها و همایش‌های متنوع در سطوح کارشناسی، مدیریتی و عمومی در زمینه امنیت فضای تبادل اطلاعات یکی از مهمترین فعالیت‌های واحد آموزش مرکز در سطح کشور بوده است.

• برگزاری سالانه جشنواره ملی امنیت فضای تبادل اطلاعات در قالب رویدادهای مختلف با هدف ارتقا دانش و مهارت عمومی و تخصصی در زمینه امنیت فناوری اطلاعات و نیز رشد و شکوفایی استعدادها و پرورش ایده‌های نوین در حوزه امنیت سایبری یکی از فعالیت‌های کلیدی واحد آموزش و آگاهی‌رسانی مرکز تخصصی آپا در سطح ملی بوده است.

• ارائه روزانه مهمترین اخبار، رخدادها و هشدارهای امنیت سایبری، اعلان آخرین آسیب‌پذیری‌ها و معرفی آخرین بدافزارها بخشی از فعالیت مرکز تخصصی آپا در حوزه آگاهی‌رسانی افتا را شامل می‌شود.

• انتشار بسته‌های شنیداری رادیو آپا یکی از مؤثرترین تلاش‌های واحد آموزش و آگاهی‌رسانی مرکز آپا اصفهان در جهت ارتقا آگاهی عمومی و تخصصی در زمینه امنیت سایبری بوده است.



واحد فنی - عملیات

با رشد و توسعه استفاده فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخش‌های گوناگون سازمان‌ها، امنیت سایبری به یکی از دغدغه‌های جدی سازمان‌های کوچک و بزرگ بدل شده است. در این راستا واحد فنی عملیات مرکز تخصصی آپا با تکیه بر دانش و مهارت متخصصین خود و نیز تجربه یک دهه فعالیت فنی و میدانی در پروژه‌های مهم کشوری خدمات خود را در چهار بخش ارائه می‌نماید:

مرکز تخصصی آپا
دانشگاه صنعتی اصفهان



جشنواره ملی امنیت فضای تبادل اطلاعات

مسابقه ملی
فتح پرچم

CTF

رقابتی جذاب بین همه علاقه‌مندان

امنیت فضای تبادل اطلاعات

۱۷ بهمن ۹۷ به صورت آنلاین

ثبت نام رایگان در:

CTF.NSEC.IR



آش شور خدمات ارزش افزوده



ماندانا داودی

در عصر کنونی فناوری اطلاعات و ارتباطات بعنوان موتور توسعه ی کشورهای دنیا مورد استفاده قرار میگیرد ولی در ایران نگاه به ICT تنها بعنوان ابزار ارتباطی بوده و در برنامه های توسعه ای جایگاه عملیاتی ندارد. مصداق این جمله را میتوان در تخصیص بودجه به این حوزه ببینید. نوع استفاده از فناوری اطلاعات در ایران را میتوان در کسب درآمد بخش حاکمیتی از پایین ترین سطوح این حوزه دید. گویی نگاه ما به این حوزه بجای تقویت زیرساختها و استفاده کلان معطوف ابتدایی ترین ابزارهای آی تی است.

جایی که برای مسدود سازی ابزارهای ارتباطی این حوزه چون تلگرام و اینستاگرام تمامی مسئولین در دو جبهه موافق و مخالف صف آرایی میکنند ولی در قبال ارایه برنامه های آموزشی در جهت استفاده بهینه از این ابزار حرفی برای گفتن ندارند. در حالیکه دنیا در حال حرکت به سوی ارز دیجیتال و خدمات متنوع بانکی است ما هنوز در قبال سبتهای شرط بندی کاری نکرده ایم.

در این فضا جای مسئولین برای تنویر افکار عمومی بجای دعوت از کارشناسان این حوزه، از چهره های شاخص یا به اصطلاح سلبریتی ها در جهت تبادل نظر استفاده میکنند. سلبریتی هایی که در عرصه فعالیت خود واقعا حرفی برای گفتن ندارند ولی در حوزه فناوری اطلاعات و سواد رسانه ای نمیتوان به اظهارات آنها بعنوان یک کارشناس اتکا کرد. نمونه ای این رفتار سلبریتی ها را در ادامه در خصوص ارزش افزوده باهم میخوانیم.

شروع مسابقه ی خالی کردن حساب مشترکین

بعد از شروع فعالیت اپراتور دوم در ایران و ایجاد فضای رقابتی میان اپراتورها، هریک از اپراتورها برای بدست آوردن سهم بیشتری از بازار اقدام به ارایه سرویسهای پیامکی بنام ارزش افزوده کردند که مشترک در قبال کسر شارژ پیامک متنی دریافت میکند.

یکی از دلایلی که مشترکان این سرویس های پیامکی را بیشتر آزار می دهد، بی محتوا بودن بسیاری از آنها است و کاربر را به این نتیجه می رسانند که گویی قرار است فقط پولی از حساب او کسر شود. در کنار بی محتوایی سرویسهای پیامکی، غیرعلنی برگزار شدن قرعه کشی مسابقات، ارسال پیامک در ساعات نامناسب، ثبت نام بسیار ساده و لغو عضویت پیچیده کاربران را نسبت به این سیستم بدبین کرده است.

بازیگران اصلی خدمات ارزش افزوده

محمد جواد آذری جهرمی ۲۹ شهریور در صفحه شخصی خود در توییتر نوشت: بررسی پرونده یک کلاهبرداری پیامکی ارزش افزوده به پایان رسید. برخی از شرکت های ارزش افزوده در پنج ماه اخیر حدود ۲۲ میلیارد تومان از مردم کلاهبرداری کرده اند. البته جهرمی با حضور در برنامه ی حالا خورشید رشیدپور به توضیح این موضوع پرداخت. برنامه ای که اینروزها از همین سیستم برای اسپانسر خود کسب درآمد میکند!

همین اظهار نظر وزیر دهه شصتی نشان از وجود فساد بزرگی بنام ارزش افزوده در ایران میدهد. فساد که از چندین سال وجود داشته است و کماکان شاهد آن هستیم. سیستمی که بدون اجازه کاربر را به عضویت خود در می آورد و زمانی کاربر متوجه میشود که هزینه ی زیادی را بدون علت پرداخته است. هرچند روشهایی برای استعلام عضویت در این گونه سیستم ها پیش بینی و اطلاع رسانی شده است اما کافی به نظر نمیرسد.

اشتهای سیری ناپذیر شرکتهایی که اینگونه خدمات را سعی دارند با تبلیغات



اغوا کننده حتی با شعارهای غیراخلاقی به کاربران غالب کنند. از گیگهای اینترنت رایگان با وارد کردن شماره موبایل تا سفر به برزیل!!! همراه اول گزارشی از عملکرد خود در ماه آبان ۱۳۹۷ و در مجموع، ۸ ماه نخست سال ۱۳۹۷ را منتشر کرد. طبق گزارش منتشر شده توسط شرکت ارتباطات سیار ایران، اپراتور همراه اول در سال جاری به درآمد ۹ هزار و ۱۶۳ میلیارد تومانی رسیده است که حدود ۴۰۰ میلیارد آن از محل خدمات ارزش افزوده بدست آمده است.

سکوت نهادهای نظارتی

هر اپراتور، سازوکار مخصوص به خودش را دارد. برخی از اپراتورها با همکاری تجمیع کننده ها محتوا را از تامین کننده محتوا به دست مصرف کننده می رسانند. برخی از اپراتورها هم به صورت مستقیم با تامین کننده ها وارد قرارداد میشوند. ممکن است شرکت مذکور، با دهها فرد و شرکت دیگر وارد قرارداد شود و با تجمیع محتوای آنها، در قالب محصولی واحدی با اپراتور یا aggregator قرارداد منعقد کند. هر شرکت ارزش افزوده این امکان رو دارد که یک سرویس رو به واسطه ی چند تجمیع کننده یا اپراتور به دست مصرف کننده ی نهایی برساند.

مدل درآمد و تسهیم آن بر اساس هر اپراتور متفاوت است، اما عموما اپراتور بین ۲۰ تا ۸۰ درصد از درآمد را به خود اختصاص میدهند و عملا بزرگترین برنده ی این بازی محسوب می شوند. تجمیع کننده هم ۱۰ درصد از درآمد را دارد و شرکت ارزش افزوده چیزی بین ۱۰ تا ۵۰ درصد درآمد را کسب میکند. این درآمدها در بازه های زمانی بین ۲ تا ۴ ماهه توسط اپراتور تسویه میشود که درآمد مضاعفی از محل «انباشت سرمایه» برای اپراتور به دست می آید.

در این پروسه تولید محتوا تا ارسال آن به کاربر چندین مجموعه درگیر هستند تا درآمدی حاصل شود ولی چه خوب بود که تمام این تلاشها منتج به ارایه محتوای ارزشمند باشد تا کاربران با اشتیاق منتظر دریافت محتوای بعدی باشند نه اینکه بدنبال راهی برای خلاص شدن از دریافت پیامکهای بدون محتوا.

همانند دیگر حوزه ها، امکان تقلب در این سیستم وجود دارد. بیشتر از اینکه بتوان به شرکت های متقلب خرده گرفت، باید به نهادهای ناظر و خود اپراتورها نقد وارد کرد که چرا اجازه ادامه این روند و رویه به شکلی گسترده را میدهند؟ به نظر شوخی بزرگی است که فکر کنیم اپراتورها و نهادهای نظارتی مطلع نیستند. ما در ایران سازمان های مختلفی داریم که رسالت شکل گیری آنها در دفاع از حقوق مصرف کننده است که سکوت و عدم ورود به این موضوع جای سوال دارد؟

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: مهدی بکلری

سرپرست استان اصفهان: مهندس مهدی قربانی

تلفن: ۰۳۱-۹۵۰۱۳۳۳۶-۹۵۰۳۱ تلفکس: ۰۳۱-۹۵۰۱۲۴۲۱-۹۵۰۳۱

تحریریه: ۰۹۳۶۷۱۰۹۳۱۸-۰۹۳۶۷۱۵۷۵

آدرس پستی: اصفهان- صندوق پستی: ۳۳۶-۸۱۴۶۵

telegram.me/Isfahanictnews

ictnewsir@gmail.com

نون توی استارت آپه

من بازم یک کشف جدید کردم. شما همین الان تیتراخبار یکی از رسانه های حوزه ICT رو اگه مرور کنید احساس می کنید جنگه! و مسوولان روزی نیست که همدیگرو متهم به کم کاری، سیاسی کاری، موازی کاری و کارهایی از این قبیل نکنن. اما وسط این همه دعوا یه جای امن و امان وجود داره که البته چندین و چند نام و داره. اونجای امن و بهش استارت آپ، کسب و کارهای نوپا، کسب و کارهای خلاق، کسب و کارهای اینترنتی، کسب و کارهای دانش بنیان و امثالهم می گن.

یعنی اینجا بر خلاف اونجا، یه جنگ برای حمایت از این کسب و کارها در جریانیه و از دولت و مجلس و قوه قضاییه گرفته تا اصناف و فعالان بخش خصوصی، همینطور مصوبه، بخش نامه، پول، امکانات، تسهیلات، همایش، جشنواره و جایزه و غیره سرازیر هست تو این بخش.

خلاصه الان نون توی استارت آپه و در حالیکه صدای فریاد واردکننده ها و صادرکننده ها، شرکت ها و غیره روی هواس، استارت آپها ماشالا چشمشون نزنم، از در و دیوار حمایتیه که آوار شده روی سرشون.

لذا من نشستم فکر کردم و دیدم حالا که اینطوره بد نیست یه پیشنهادی به تمامی شرکت های حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات بدم. به نظرم می رسه همین الان همه برن شرکت های سابق رو منحل کنن و سریع یه شرکت استارت آپی، دانش بنیانی چیزی راه بندازن و پشت بندش یه اپلیکیشن یا سایت بالا بیارن و حالشو ببرن.

راه اندازی خیلی از این شرکت ها هم ظاهرا امکانات خاصی نمی خاد. دفتر و دستک که نمی خاد و حتی تلفن هم احتیاج نیست. این شرکت ها باید کوچیک و قیراق باشن و الان دفاتر مجازی هم جواب می ده.

میزان تنوع این مشاغل هم اینقدر زیاده که از فروشگاه های اینترنتی و تاکسی های اینترنتی گرفته تا خشکشویی اینترنتی و تحویل نون و پنیر اینترنتی رو هم شامل میشه. وام و حمایت و معافیت های مالیاتی و غیره هم که ردیفه.

خیلی هاشونم اصلا قانون ندارن و گفتن تا روزی روزگاری که مسوولان دور هم بشینن و یه قانونی برای کارشون تصویب کنن، هیچ کس کاری به کارشون نداشته باشه. به نظر شما این وضعیت خوبی برای کار و کاسبی نیست؟

اصلا چه کاریه این کسب و کارهای سنتی و شرکت های حوزه فاوا می رن از هفت خوان رستم رد می شن تا مجوز کار بگیرن و بعد هم رتبه بندی بشن و چندسالی که کار کردن تازه شاید با سفارش یه پروژه نون و آبدار گیرشون بیاد.

خب بابا اینور بازار یه اتوبان ۸ بانده از پول و امکانات ریخته. خب چه کاریه سایر شرکت های حوزه فاوا نشستن هی غر می زنن که مشکلات داریم. می خاین مشکل نداشته باشین؟ خب بفرمایید راه بازه و جاده هم بسیار هموار. هیچ کس هم جرات نداره بگه بالای چشمتون ابرو هست.

یعنی یه مقدار نگاه کنید متوجه می شید طرف این چندوقت، اونقدری که این استارت آپ های تازه کار و جوان ها با وزرا و مسوولان جلسه و بازدید دارن، مدیران عامل پیر شرکت های حوزه فاوا در ۳۰ سال گذشته جلسه با مسوولان نداشتن.

خلاصه از ما گفتن بود و دوستان دیگه خودشون می دونن که بشینن تو شرکت های قدیمی شون غر بزین یا پاشن یه استارت آپ راه بندازن و کسب و کارشون رو نجات بدن.

آوردن اقداماتی کارساز در عصری که از آن به عنوان عصر دانش محور و اقتصاد مبتنی بر دانایی یاد شده و وابستگی غیرقابل انکار آن به فناوری - به ویژه فناوری پرتحرک اطلاعات و ارتباطات - محرز است، بسیار کند و نامناسب، و در مواقعی، دست و پا گیر، بازدارنده و یا حتی مخل به شمار می آید.

با نگاهی دقیقتر به این موضوع در می یابیم که کشورهایی در این زمینه به موفقیت دست یافته اند که خود را از تجارب دیگران محروم نموده و از رهنمودهای سازمان های معتبر جهانی که از تبحر خاصی در زمینه تحلیل وقایع تاثیرگذار در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و ارائه راهبرد برخوردارند، بی نصیب نگذاشته اند. نکته ای که لازم است در اینجا بر آن تاکید شود، تلاش کشورهای موفق در زمینه حمایت از بخش خصوصی در قالب خوشه سازی و یا به روایتی دیگر، تقویت بنیه مجموعه هایی از آن بخش است که با ترسیم مدبرانه توانمندی های قابل عرضه بتوان متعاقباً از آن به عنوان شالوده توسعه در زمینه پیاده سازی برنامه های جامع راهبردی که توسط دولت (با همکاری بخش خصوصی)

توفیق بخش دولتی یا خصوصی در هدایت و تصدی صنعت فناوری اطلاعات؟

و یا حقوقی مستقل (بخش خصوصی) می گردد. در مواردی هم که تا اندازه ای آزادی عمل وجود دارد، وجود سلاقی و یا جریانهای کاری سنتی موضوع برون سپاری را با مشکلاتی بس جدی مواجه می سازد. ناگفته نماند که بسیاری از مدیران دولتی نه تنها خود را اصلح به حساب می آورند، بلکه بر این باورند که اگر به بخش خصوصی بیش از اندازه میدان داده شود، کار مربوطه لوٹ شده و دیگر به سختی می توان جلوی تبعیض و یا سودجویی های نامشروع این قشر را گرفت. بوروکراسی منسوب به بخش دولتی تا حدی ساخته و پرداخته و نشأت گرفته از چنین طرز تفکری است.

از سویی دیگر، بخش خصوصی معتقد است که ساختار حاکمیتی و مدیریتی دولتی عمدتاً از دانش و مهارت های مورد نیاز، انعطاف پذیری غیر قابل اجتناب، و خلاقیت و پویایی لازم برخوردار نیست و میزان کارایی و سرعت عمل این بخش در زمینه تصمیم گیری و یا به عمل

سوالی که غالباً در پی چالشی مستمر بین بخش های خصوص و دولتی در اذهان کارشناسان شکل می گیرد این است که کدام یک از این دو بخش بیشتر و یا بهتر قادر است که از پس هدایت و مدیریت امور مرتبط با صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور برآید؟ بدیهی است که دولتمردان در همه کشورهای جهان طبق قانون موظفند طیفی از وظایف و تکالیف تعیین شده (عمدتاً امور بنیادین، تنظیم مقررات و زیربنایی) را از طریق سازمان ها و دستگاه های تابعه به اجرا درآورده و یا اینکه حد اقل کنترل و هدایت عملیات اجرایی آن را در اختیار داشته باشند.

البته میزان مداخله بخش دولتی در جزئیات کار شدت و ضعف دارد که در این میان، امور نظامی، امنیت ملی و استراتژیک را می توان در رده بالای این طبقه بندی و اولویت های دستگاه های دولتی برشمرد. در واقع، می شود چنین اظهار داشت که وجود قوانین و ضوابط بعضاً مانع از برون سپاری بسیاری از کارها و واگذاری آنها به اشخاص حقیقی