پیشخوان
Pishkhaan.net

bahardaily

بهار
روزنامه

www.bahardaily.ir

اوقات شرعی به افق تهران:
اذان ظهر امروز: ۱۱:۵۷ ♦ غروب آفتاب امروز: ۱۷:۵۹ ♦ اذان مغرب امروز: ۱۸:۱۷
نیمه شب شرعی: ۲۳:۱۴ ♦ اذان صبح فردا: ۴:۳۱ ♦ طلوع آفتاب فردا: ۵:۵۴

۸

دوشنبه ♦ ۲ مهر ۱۳۹۷ ♦ شماره ۵۰۷

سخن روز:
رسانه تنها می‌تواند پژواک ندای مردم باشد نه اینکه به مردم بگوید شما چه بگویید که خوشایند ما باشد. /**اردبزرگ**

هشتگ

info@bahardaily.ir

درباره ما

بهار
روزنامه سراسری صبح ایران
سیاسی، اقتصادی، اجتماعی
صاحب امتیاز و مدیر مسئول: **احمد طالب نژاد ایرانی**
سردبیر: **امیر موسی کاظمی**

تماس با ما

نشانی: تهران، خیابان جمالزاده جنوبی، پلاک ۱۴۶ طبقه ۳، واحد ۶
تلفن: ۶۶۵۶۷۷۶۳ ♦ **نمابر:** ۶۶۵۶۷۷۶۴
امور آگهی‌ها: ۰۹۱۲۱۸۳۸۵۳۷
تلفن: ۶۶۵۶۷۷۶۵ ♦ **نمابر:** ۶۶۵۶۷۷۶۷ ♦ چاپ: **شاخه سبز**

اسپاتیفای قابلیت به‌اشتراک‌گذاری موسیقی را به هنرمندان مستقل و ناشناخته می‌دهد

انقلابی در برندینگ موسیقی

جلیل علیزاده ♦ اسپاتیفای اعلام کرده است که به زودی قابلیت بارگذاری موزیک را به تمامی هنرمندان مستقل و ناشناخته را می‌دهد. به این ترتیب شاهد انقلابی در زمینه برندینگ موسیقی خواهیم بود.
اسپاتیفای در اقدامی نوین، تصمیمی گرفته است که چندان به مذاق شرکت‌های ضبط موسیقی خوشایند نخواهد بود. بر اساس گزارشات جدید ارائه‌شده، اسپاتیفای در نظر دارد تا قراردادهای مالی مربوط به صدور حق پخش در سرویس استریم موسیقی را برای هنرمندان مستقل لغو کند. بدین ترتیب براساس اعلامیه این شرکت، کلیه هنرمندان مستقل می‌توانند به‌صورت مستقیم موسیقی خود را روی سرویس استریم بارگذاری کنند.
قابلیت آپلود کردن موسیقی از امروز بر روی نسخه بتا برنامه Spotify for Artists ایجاد شده است. برنامه‌ای که حدود یک‌سال از رونمایی آن می‌گذرد و به‌منظور ارتباط بیشتر هنرمند با سلیقه مخاطبان و آشنایی عمیق‌تر با طرفداران خود طراحی شده است.
با اضافه شدن قابلیت آپلود، اکنون هنرمند می‌تواند با تنها چند کلیک، موسیقی خود را روی سرویس استریم به‌اشتراک بگذارد.
Spotify درباره قابلیت جدید خود چنین توضیح داده است که هنرمند می‌تواند پیش از انتشار اثرش، تمامی تغییرات ایجاد شده را ببیند (ایجاد قابلیت پیش نمایش) و در صورت لزوم تغییراتی را اعمال کند. همچنین هنرمند در صورت تمایل می‌تواند روزهایی که مایل به پخش زنده موزیک ساخته‌شده‌اش از اسپاتیفای است را انتخاب کند.
نکته مهم دیگر این است که طبق گفته اسپاتیفای، روند پرداختی این شرکت به هنرمندان به مانند گذشته خواهد بود و مبالغ مربوط به موزیک‌های آپلودشده و حق امتیازشان به‌صورت ماهانه به حساب بانکی هنرمندان واریز خواهد شد.
از دیگر قابلیت‌های جدید صفحه داشبورد هنرمندان می‌توان به ارائه جزییاتی نظیر میزان درآمدزایی آهنگ آپلود شده و مدت زمانی تخمینی برای کسب درآمد هنرمند از آهنگ خود (این موضوع بیشتر مربوط به هنرمندان تازه‌کار است که چندان شناخته‌شده نیستند) اشاره کرد.
قابلیت بارگذاری رایگان است و طبق گفته Spotify، آن‌ها هیچ‌گونه کارمزدی از این بخش دریافت نخواهند کرد.
این اتفاق لیبل‌های مشهور جهان را نگران خواهد کرد؛ چرا که برندهای معروف به‌طور معمول به‌عنوان مرزی میان هنرمند و طرفداران عمل می‌کردند، اما با توجه به پیشرفت‌های شگرف رسانه‌های مجازی، اکنون ارتباط هنرمند و طرفدارانش بدون مرز و مستقیم خواهد بود.
امروز، دیگر هنرمند منتظر ایجاد ارتباط با طرفدارانش از طریق لیبل‌ها نخواهند ماند و خود به‌دنبال کشف راه‌های جدیدی برای ایجاد و تماس مستقیم با مخاطبانشان خواهند رفت.
به‌طور مثال در سرویس SoundCloud که اسپاتیفای زمانی قصد خرید آن را داشت، موزیسین‌های مستقل، دی‌جی‌ها و دیگر افرادی که در زمینه موسیقی فعالیت می‌کنند، قابلیت کسب دنبال‌کننده را دارند. به‌طور مشابه YouTube نیز از وجود مخاطبان بالای خود به‌عنوان قابلیتی برای معرفی و کشف استعدادهای ناشکفته استفاده می‌کند.
یقینا هر دو سرویس تحت تاثیر قابلیت جدید اسپاتیفای قرار خواهند گرفت؛ چرا که علت استفاده توده عظیمی از هنرمندان از این دو سرویس، نبود چنین قابلیتی در اسپاتیفای بود و اکنون پس از آنکه چنین قابلیتی را در به‌روزرسانی جدید خود ارائه داده است، به‌طور قطع بخش اعظمی از هنرمندان ترجیح می‌دهند تمام تمرکز خود را روی برنامه اسپاتیفای بگذارند و از آن استفاده کنند.
بدین منظور، کسانی که با ارائه اثری خلاقانه، توانایی جذب مخاطب داشته باشند، دیگر نیازی به داشتن قرارداد با یک برند موسیقی را احساس نکرده و بدین وسیله درآمد بیشتری خواهند داشت.
کنی آنولیفو، سرپرست بخش محصول فروشگاه مجازی Spotify در مصاحبه‌ای، توضیحاتی درباره سیستم پرداخت این شرکت ارائه داد: اسپاتیفای ۵۰ درصد از درآمد اینترنتی مربوط به آهنگ هنرمند را مستقیم به او پرداخت می‌کند. همچنین ما به ناشران موسیقی و صاحبان مجموعه‌ها مبلغی اضافه به‌عنوان حق امتیاز پرداخت می‌کنیم.
در این میان، نشریه معتبر نیویورک تایمز گزارشی درباره قرارداد هنرمندان با لیبل‌های بزرگ تهیه کرده است. بر اساس این گزارش، کار کردن با لیبل‌ها باعث کاهش درآمد می‌شود. اسپاتیفای براساس قرارداد خود با لیبل‌ها حدود ۵۲ درصد از درآمد حاصل از استریم موسیقی را به برندها پرداخت می‌کند، این در حالی است که لیبل‌ها تنها حدود ۱۵ تا نهایتا ۵۰ درصد از این مبلغ را به هنرمندان و صاحبان اثر می‌پردازند و مابقی پول در حساب شرکت باقی می‌ماند.
با یک حساب سر انگشتی می‌توان متوجه شد که اگر هنرمندان به‌طور مستقیم و بدون واسطه با اسپاتیفای در ارتباط باشند، درآمدشان افزایش قابل توجهی خواهد داشت.
به گزارش NYT لیبل‌ها نیز به‌منظور مقابله با اسپاتیفای در نظر دارند اعمالی نظیر تعلیق مجوزهای مورد نیاز اسپاتیفای به منظور توسعه بین‌المللی (در کشورهایی نظیر هند) و عدم تمدید مجدد قرارداد و.. را انجام دهند، تا در عملکرد این شرکت خلل ایجاد کنند.
همچنین آن‌ها در نظر دارند تعاملات گسترده‌ای را به رقبای اسپاتیفای، مانند Apple Music آغاز کنند تا با این روش این شرکت را بیش از پیش تحت فشار قرار دهند. اپل موزیک از جمله سرسخت‌ترین رقیبان اسپاتیفای است، که رقابت تنگاتنگ و شانه به شانه‌ای با این شرکت دارد و براساس بعضی گزارشات و همچنین ادعای تیم کوک، رییس شرکت اپل، در شمال آمریکا از اسپاتیفای پیشی گرفته است.
در گذشته نیز اسپاتیفای از چنین بزنگاه‌هایی به سلامت عبور، و اطمینان سرمایه‌گذاران را به خود جلب کرده است. سیاست این شرکت مبتنی بر ایجاد یک بازار دو سویه است، که در آن به همه سازندگان موسیقی اعم از بزرگ و کوچک، اجازه پخش موسیقی و معرفی شدن را می‌دهد و دستور کار شرکت تا زمانی که فردی از قوانین تخطی نکند، به همین شکل خواهد بود.
ایجاد گزینه آپلود به معنی این است که اگر هنرمندی که کپی‌رایت را رعایت کند و در عین حال با لیبلی قرارداد نداشته باشد، در صورتی که کیفیت کارش بالا باشد و نظرات مثبت کاربران اسپاتیفای را جلب کند، به‌راحتی می‌تواند تبدیل به یک ستاره و فردی شناخته‌شده بشود.
همچنین ایجاد این قابلیت، قطعا مورد توجه اهالی هنر قرار خواهد گرفت و بدین منظور اکثر هنرمندان ترجیح می‌دهند تا میان دو گزینه اپل موزیک و اسپاتیفای، به‌طور مستقیم با اسپاتیفای همکاری کنند.
براساس گفته اسپاتیفای، قابلیت آپلود، فعلا تنها روی نسخه بتا و برای هنرمندان معدودی است.
همچنین این نسخه جدید را تاکنون هنرمندانی نظیر؛ Michael، Noname، VIAA، Brun و Hot Shade امتحان کرده‌اند و نظرات خود را درباره بهبود این نسخه به شرکت ارائه داده‌اند.
آنولیفو درباره قابلیت جدید اسپاتیفای چنین گفته است: هنرمندان و افراد زیادی مدت‌ها خواستار این بودند که ما قابلیت بارگذاری موسیقی را ایجاد کنیم و ما اکنون به این نقطه رسیده‌ایم. همچنین برای ارائه هرچه بهتر این قابلیت به مخاطبانمان، این نسخه را قبل از عرضه به هنرمندان مختلفی ارائه کردیم تا آن را تست کنند و نظرات خود را برای هرچه بهترشدن این قابلیت با ما در میان بگذارند. قابلیت آپلود یک ویژگی به‌شدت کاربردی است و در عین حال شیوه کار کردن ساده و راحتی دارد. این ویژگی، این اجازه را به هنرمندان می‌دهد تا در هر زمان که دوست دارند، موسیقی خود را به اشتراک بگذارند. این ویژگی هیچ‌گونه محدودیتی ندارد و هنرمندان می‌توانند هر تعداد موسیقی را که مایل باشند به اشتراک بگذارند و با هواداران خود در ارتباط باشند.
تا چند ماه آینده، اسپاتیفای به هنرمندان دیگر نیز ایمیل خواهد زد و از آنان دعوت می‌کند تا از قابلیت جدید این شرکت استفاده کنند.

فناوری

هشدار مدیر گوگل به کارمندانش

سانداز پیچای مدیرعامل گوگل با ارسال یادداشتی برای کارکنان این شرکت به آنها هشدار داد که اگر سیاست بر روی نحوه کار کردنشان تاثیر بگذارد، باید پیامدهای آن را بپذیرند.
در بخشی از این نامه که برای کارمندان گوگل ایمیل شده، آمده است: محصولات ما به گونه‌ای تولید نمی‌شوند که به دستور کار سیاسی خاصی تمایل داشته باشند. اعتماد کاربران به ما بزرگترین دارایی ماست و ما باید همیشه از آن حفاظت کنیم. اگر هر یک از کارکنان گوگل بخواهند این اعتماد را تخریب کنند، ما آنها را وادار خواهیم کرد که پاسخگو باشند.
ارسال این نامه توسط مدیر عامل گوگل در شرایطی صورت می‌گیرد که دونالد ترامپ رئیس جمهور آمریکا و متحدان او گوگل را به غرض ورزی سیاسی و ضدیت با خود متهم می‌کنند. ترامپ در آگوست گذشته گفته بود که گوگل نتایج جستجوهای خود را به گونه‌ای دستکاری می‌کند که بر علیه وی باشد.

نوبت اول

(آب یعنی زندگی)

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

وزارت نیرو
شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان

شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان در نظر دارد مناقصه مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
۱- موضوع مناقصه: عملیات اجرایی خط انتقال بین مخزن تقی آباد و مخزن سراج جلالی از توابع شهرستان حاجی آباد
۲-مبلغ برآورد اولیه کارفرما: ۶,۶۹۱,۸۸۷,۹۱۳ ریال
۳-مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۳۳۴,۵۹۴,۳۹۶ ریال
۴-نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ضمانت نامه های مقرر در ماده ۴ آئین نامه تضمین معاملات دولتی سال ۹۴ بشرح مندرج در اسناد مناقصه
۵-قیمت اسناد مناقصه و شماره حساب: واریز مبلغ ۵۰۰,۰۰۰ ریال به حساب سپهر شماره ۲۱۹۵۲۱۵۴۹۱۰۰۵ بانک صادرات شعبه سه راه آزادگان بندرعباس بابت فروش اوراق مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد).
۶-مهلت زمان دریافت اسناد مناقصه از سامانه: از ۱۳۹۷/۰۷/۰۲ لغایت ۱۳۹۷/۰۷/۰۸
۷-مهلت زمان ارائه پیشنهاد: تا ساعت ۱۹/۰۰ مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۱۸
۸-تاریخ بازگشائی پیشنهادات: در ساعت ۹ صبح مورخ ۱۳۹۷/۰۷/۲۱
۹-محل بازگشائی پیشنهادات: سالن کنفرانس شرکت آب وفاضلاب روستائی استان هرمزگان
۱۰-رشته و پایه مورد نیاز: دارا بودن حداقل رتبه ۵ در رشته آب از سوی مناقصه گران الزامی میباشد.
پیشنهاد دهندگان موظف می باشند اسناد مناقصه را از طریق سامانه ستاد به آدرس www.setadiran.ir دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم را شامل پاکات الف، ب و ج تهیه و به صورت فایلهای pdf در سامانه فوق درج نمایند.
سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.
آدرس و اطلاعات تماس دستگاه مناقصه‌گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف: بندرعباس، بلوار امام حسین (ع)، جنب اداره استاندارد، شرکت آب و فاضلاب روستائی استان هرمزگان، واحد دبیرخانه، تلفن ۳-۳۳۳۳۸۰۰۲-۰۷۶
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس تهران ۴۱۹۳۴-۰۲۱
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۷/۰۷/۰۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۷/۰۷/۰۳
شناسه آگهی: ۲۵۲۹۴۳
۴۱۴۹
شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان

کسب و کار

برنامه‌ریزی لزوماً دشمن رویکرد چابک نیست

پویش پورمحمد ♦ روزنامه‌نگار

در دنیایی که سرعت تغییرات بازارها و سازمان‌ها دائماً افزایش می‌یابد، ما به نوع جدیدی از برنامه‌ریزی برای تیم‌های چابک نیاز داریم.
مدت‌ها است که برنامه‌ریزی، یکی از پایه‌های مدیریت محسوب می‌شود. هنری فایول در اوایل قرن بیستم، کار مدیران را برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، فرماندهی، هماهنگی و کنترل تعریف کرد. قابلیت و مهارت دیریان در زمینه برنامه‌ریزی، در طول قرن گذشته توسعه یافت. در اواخر دهه ۱۹۵۰، مدیریت بر مبنای هدف (MBO) به سبک مدیریتی شرکت‌های بزرگ تبدیل شد. به نظر می‌رسید دنیا کاملاً قابل پیش‌بینی است و می‌توان آینده را برنامه‌ریزی کرد. برای مدیریان کاملاً منطقی بود که اهدافشان را شناسایی کنند و پس‌از آن، همه‌چیز را به شیوه‌ای مدیریت کنند که به اهداف تعیین‌شده دست یابند.
این روند برنامه‌ریزی برای کاپیتالیسم، معادل بود با طرح پنج‌ساله سیستم کمونیستی. درواقع، یکی از نظریه‌پردازان مدیریت دهه ۱۹۶۰ گفته بود که بهترین سازمان‌های مدیریت‌شده در دنیا عبارت‌اند از شرکت استاندارد نفت نیوجرسی، کلیسای کاتولیک رم و حزب کمونیست. اعتقاد بر این بود که اگر آینده نقشه‌برداری شود، همان اتفاق رخ می‌دهد.
بعدها MBO به برنامه‌ریزی استراتژیک تبدیل شد. شرکت‌های بزرگ، واحدهای بزرگ سازمانی را به این سبک مدیریت اختصاص دادند. آن‌ها عامدانه از واقعیت‌های روزمره کسب‌وکار جدا شدند و بر روندهای رسمی‌آمار محور، تأکید کردند. هنری مینتزبرگ برنامه‌ریزی استراتژیک را «یک سیستم رسمی‌برای تدوین، تشریح و عملی کردن استراتژی‌های حال حاضر شرکت‌ها» تعریف کرد. هنوز، باور اصلی بر این بود که آینده تا حد زیادی قابل پیش‌بینی است.
در حال حاضر، برنامه‌ریزی استراتژیک دیگر از آن محبوبیت سابق برخوردار نیست. در مواجهه با تغییرات تکنولوژیکی دائمی، نیروهای متحول کننده صنایع و رقابت جهانی، برنامه‌ریزی بیشتر به یک تفکر مشتاقانه بیهوده شباهت دارد.
حالا برنامه‌ریزی؛ به‌صورت عمومی‌ارزشمند ولی به طرز ناامیدکننده‌ای از مد افتاده است و می‌توان آن را به یکی از شخصیت‌های داستان‌های جین آستن تشبیه کرد، که منتظر است کسی از راه برسد و ارزش او را درک کند.
اما مدیران در قبال برنامه‌ریزی محتاطانه رفتار می‌کنند، زیرا برنامه‌ریزی کند و آهسته، بدون انعطاف و بوروکراتیک است. میراث فایول، با شک و تردید روبرو شده است. یکی از نظرسنجی‌های HBR Analytics در سال ۲۰۱۶، نشان می‌داد که اکثر مدیران اجرایی، از برنامه‌ریزی خسته و دلسرد شده‌اند. آن‌ها معتقد بودند که سرعت، اهمیت بسیار زیادی دارد و برنامه‌ها به‌هرحال پس از مدتی تغییر می‌کنند. چرا باید در تمارین برنامه‌ریزی‌های آهسته و ناراحت‌کننده شرکت کنیم، آن‌هم وقتی که حتی نمی‌خواهیم برنامه را دنبال کنیم؟
دلسردی از شیوه‌های فعلی برنامه‌ریزی، در تقاطع با روند دیگر مدیریت قرار گرفته است: چابکی سازمانی. سازمان‌دهی مجدد پیرامون تیم‌های خود-مدیریتی که با روش‌های چابک مانند Scrum و LeSS تقویت‌شده است، به‌عنوان چابکی سازمانی معرفی می‌شود. این روند در دنیایی که کسب‌وکارها به‌سرعت در حال تغییرند، راهی حیاتی برای باقی ماندن در رقابت است. یکی از اصول کلیدی چابکی مبتنی بر تیم، این است که تیم‌ها به‌تنهایی اولویت‌های خود را تشخیص می‌دهند و تعیین می‌کنند که منابع را به چه چیزی اختصاص دهند. منطق برنامه‌ریزی استراتژیک بلندمدت متمرکز (که یک‌بار در سال، در زمان ثابتی انجام می‌شود) با طراحی جدید سازمان‌ها (که تیم‌ها به‌صورت هفتگی اولویت‌ها و محل تخصیص منابع را مشخص می‌کنند) در تضاد است.
ولی اگر برنامه‌ریزی و چابکی، هر دو ضروری و حیاتی باشند، سازمان‌ها باید راهی پیدا کنند که از هر دو گزینه استفاده کنند. آن‌ها باید یک دیاگرام ون (Venn) با برنامه‌ریزی را در یک‌طرف و چابکی را در طرف دیگر به صورتی تنظیم کنند که نقطه تقاطع آن‌ها، کارایی داشته باشد. به همین دلیل است که دیگر کسی برنامه‌ریزی استراتژیک را به‌عنوان یک اصل ضروری و حیاتی بررسی نمی‌کند. سبک برنامه‌ریزی قرن بیست و یکم، باید تحت عنوان برنامه‌ریزی چابک تعریف شود.
برنامه‌ریزی چابک از ویژگی‌های زیر برخوردار است:
چارچوب‌ها و ابزارهایی که بتوانند آینده‌ای متفاوت را اداره کنند.
توانایی مقابله با تغییرات مکرر و پویا.
نیاز به زمان با کیفیت برای یک مکالمه استراتژیک واقعی به‌جای بازی با اعداد.
منابع و بودجه، به‌صورت انعطاف‌پذیر برای فرصت‌های جدید در دسترس باشند.

آنلاین

نمایشگر هوشمند فیسبوک به‌زودی معرفی می‌شود

گزارشات اخیر حاکی از آن هستند که فیسبوک قصد دارد در آینده‌ای نزدیک، نمایشگر هوشمند اختصاصی خود را معرفی کند.
فیسبوک مدت‌ها است که روی محصولی شبیه Echo Show آمازون و Smart Display لنوو کار می‌کند. این شرکت پس از مواجهه با رسوایی بزرگ کمبریج آنالیتیکا، تصمیم گرفت معرفی این دستگاه را مدتی به‌تعویق بیاندازد. حال به‌نظر می‌رسد که Facebook قصد دارد طی هفته جاری، از این محصول جدید به‌صورت رسمی‌رونمایی کند. این دستگاه که فعلا با کدنام Portal شناخته می‌شود، به‌منظور شناسایی کاربر، از فناوری تشخیص چهره بهره می‌گیرد. از میان دیگر ویژگی‌های این محصول می‌توان به امکان برقراری تماس ویدیویی (به‌عنوان اصلی‌ترین ویژگی) اشاره کرد. در ضمد بد نیست بدانید که اخیرا گزارشی مبنی بر یکپارچه‌سازی این دستگاه با اپلیکیشن Facebook Messenger منتشر شده است.
آنطور که برخی منابع مدعی هستند، نمایشگر هوشمند فیسبوک قرار است در دو مدل با اندازه مختلف روانه بازار شود؛ گفته می‌شود که مدل کوچکتر حدودا ۳۰۰ دلار و مدل بزرگ‌تر حدودا ۴۰۰ دلار قیمت خواهند داشت.
ظاهرا فیسبوک پس از رسوایی کمبریج آنالیتیکا، تغییراتی به‌خصوص را به‌منظور افزایش امنیت کاربر، در Portal اعمال کرده است.

امکان بازنشر محتوا به اینستاگرام اضافه خواهد شد

بازنشر محتوا در اینستاگرام از جمله قابلیت‌هایی است که بسیاری از کاربران آرزویش را دارند و ماه‌هاست که گفته می‌شود این شبکه اجتماعی قصد دارد چنین امکانی را در اختیار کاربرانش بگذارد. با وجود آنکه این قابلیت هنوز رسما ارائه نشده گزارشات تازه‌ای منتشر گردیده که نشان از حقیقت داشتن چنین شایعه دارند.
اواخر هفته گذشته گزارشی منتشر شد که نشان می‌داد اینستاگرام مشغول تست قابلیت بازنشر محتوا به صورت داخلی و در میان اعضای خود است که به موجب آن کاربران می‌توانند محتوای اشتراک گذاری شده در صفحه دوستان خود را در صفحه خود پست کنند. البته تا به امروز شاهد اشتراک گذاری محتوای دیگران توسط کاربران اینستاگرام بوده ایم اما این قابلیت هنوز به صورت رسمی‌ارائه نشده و صرفا چندین دعوای حقوقی بر سر مالکیت معنوی محتوای اشتراک گذاری شده در این شبکه را به دنبال داشته. در شرایط فعلی کاربران باید نسخه ای از پست فرد مورد نظرشان تهیه کرده و مستقیما آن را با دنبال کنندگانشان به اشتراک بگذارند و با ارائه توضیحات کوتاهی در بخش description منبع خبر را برای مخاطبان خود مشخص نمایند.
حالا اما این رویه ممکن است تغییر کند چراکه ظاهرا اینستاگرام در تلاش است که قابلیت بازنشر محتوا را در اختیار کاربرانش بگذارد. نشریه ورج در گزارشی تازه ادعا کرده که با یک فرد مطلع در این باره مصاحبه نموده و طبق گفته این فرد هم اکنون قابلیت بازنشر محتوا در اینستاگرام به صورت داخلی تست می‌شود. گفته می‌شود که قابلیت بازنشر محتوا در اینستاگرام به لحاظ بصری فعلا شکل زیبایی ندارد و تیم طراح این شبکه اجتماعی در تلاش برای بهبود ظاهری اش هستند. اینستاگرام در پاسخ به این خبر اعلام داشته که مشغول توسعه امکان بازنشر محتوا نبوده و در نتیجه خبری از تست این قابلیت هم نیست. برخلاف امکان بازنشر که هم اکنون برای استوری‌های اینستاگرام فراهم است قابلیتی که به آن اشاره کردیم به کاربران امکان می‌دهد که محتوای دیگران را مستقیما از طریق حساب کاربری خود به اشتراک بگذارند.

باگ توییتر باعث افشای پیام‌های خصوصی میلیون‌ها کاربر شد

توییتر از احتمال دسترسی توسعه دهندگان خارجی به پیام‌های خصوصی میلیون‌ها کاربر در طول سال گذشته خبر داده است.
دلیل دسترسی غیرمجاز به پیام‌های خصوصی کاربران وجود یک باگ در پلتفرم این شبکه اجتماعی بوده که از اردیبهشت سال گذشته تا همین هفته قبل فعال بوده است. اگرچه نقص امنیتی مذکور یک درصد کاربران را تحت تاثیر قرار داده اما با توجه به صدها میلیون نفری که از این پلتفرم اجتماعی استفاده می‌کنند، همین میزان اندک به معنی چندین میلیون کاربر است.
باگ توییتر حساب کاربری کسب و کارها و سازمان‌ها را تحت تاثیر قرار داده و از اینرو اغلب پیام‌های افشا شده شامل تعاملات مشتریان با سرویس‌های خدماتی است. توییتر با اظهار تاسف نسبت به عدم شناسایی به موقع این باگ اعلام کرده است: وقوع همزمان مجموعه‌هایی از شرایط فنی پیچیده به ارسال اطلاعات کاربران به منابع اشتباه منجر شده است. در صورتی که شما به فرد یا کسب و کاری در توییتر پیام ارسال کرده باشید که از APIهای خاصی موسوم به AAAPI برای ارائه خدمات استفاده می‌کند، ممکن است پیام‌های شما به صورت اتفاقی برای افراد دیگر نیز ارسال شده باشد.