



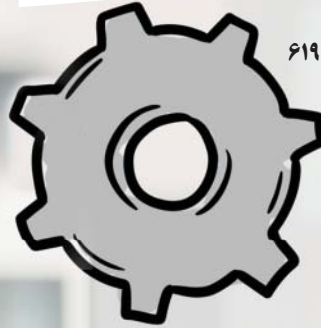
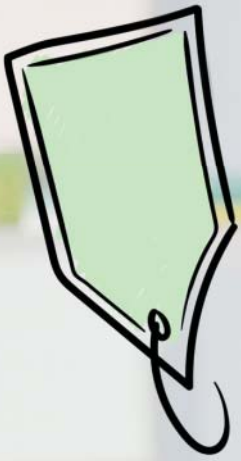
نقد و بررسی بازی Dirt 4
ایستگاه سرعت و هیجان

۴

کلیک

تاریخچه

یکشنبه ۱۱ تیر ۱۳۹۶ / شماره ۶۱۹



چگونه از پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی
روی وب استفاده کنیم؟ ۷

ارتباط از دریچه مرورگر

طرح: آرش جهانگیری

آگهی فراخوان عمومی اداره کل بهزیستی استان البرز نوبت دوم



اداره کل بهزیستی استان البرز بر اساس ماده ۲۸ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت مصوب ۸۰/۱۱/۲۷ و در اجرای ماده ۲۸ آیین نامه اجرای نظام مستندسازی و اطلاع رسانی مزایده و در جهت استفاده از ساختمان‌ها و مکان‌های بلااستفاده در نظر دارد، واحدهای ذیل را به مدت یکسال شمسی واگذار نماید:

- ۱- آشپزخانه واقع در زیرزمین اداره بهزیستی شهرستان کرج به نشانی: جهانشهر، بلوار شهید مدنی
- ۲- فضای فیزیوتراپی و کاردرمانی واقع در اداره بهزیستی شهرستان کرج به نشانی: جهانشهر، بلوار شهید مدنی

لذا متقاضیان جهت شرکت در مزایده ظرف مدت ۱۰ روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم درخواست خود را به دبیرخانه ماده ۲۸ مستقر در دفتر حقوقی اداره بهزیستی شهرستان مربوطه و اداره کل بهزیستی استان البرز واقع در: کرج- میدان طالقانی، بلوار تعاون، خیابان فرهنگ، (دبیرخانه کمیته ماده ۲۸) مراجعه نمایند.

روابط عمومی اداره کل بهزیستی استان البرز

چرا در بهاری

دوشنبه‌ها

همراه خانه و خانواده باشید

پذیرش آگهی در ضامئ:

۰۲۱-۲۳۰۰۴۰۵۱-۲



شرکت‌های بزرگ در نبرد با تروریسم

چهار شرکت بزرگ دنیای فناوری شامل گوگل، مایکروسافت، توئیتر و یوتیوب برای مبارزه با تروریسم، انجمن اینترنتی جهانی تشکیل داده‌اند. این گروه از ابزاری تکنیکی برای حذف و شناسایی عکس‌های خشن و تبلیغات تروریستی استفاده خواهند کرد. از دیگر اهداف این انجمن اینترنتی، تشکیل کمیسیون تحقیق و استفاده از کارشناسان علمی و سیاسی برای یادگیری بیشتر درباره تروریسم است. این چهار شرکت بیانیه‌ای را در توئیتر منتشر کرده‌اند و در آن درباره همکاری با شرکت‌های کوچک‌تر فناوری، دولت‌ها، گروه‌های فرامی، گروه‌های مدنی و دانشگاهی برای تقویت بیشتر نوشته‌اند.

رونمایی نیتندو از کنسول جدید



نیتندو از کنسول SNES Classic Edition

نسخه جدید و کوچک‌تر کنسول کلاسیک، رونمایی کرد. این مینی کنسول به‌صورت پیش‌فرض از ۲۱ بازی ویدیویی قدیمی از جمله سوپر ماریو کارت، سوپر ماریو ورلد و The Legend of Zelda: A Link to the Past پشتیبانی می‌کند. نیتندو این کنسول خود را ۲۹ سپتامبر (۷ مهر) با قیمت ۸۰ دلار روانه بازار خواهد کرد.

روزی برای رسانه‌های اجتماعی

سال ۲۰۱۰ سایت Mashable که در زمینه رسانه‌های اجتماعی فعالیت گسترده‌ای دارد، ۳۰ ژوئن (نهم تیر) را روز رسانه‌های اجتماعی نامگذاری کرد. هدف این سایت، شناخت تأثیر رسانه‌های اجتماعی و گرامی‌داشت این پدیده جدید دنیای وب بود. در سال‌های اخیر شبکه‌های اجتماعی توانسته‌اند هرم قدرت را تغییر دهند و مردم عادی نیز از طریق بستری که شبکه‌های اجتماعی در اختیارشان قرار می‌دهد، در مقابل ارتباطات تک‌سویه و از بالا به پایین رسانه‌های جریان اصلی، ارتباطات دوسویه و افقی را شکل داده‌اند. تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی به سیاست نیز کشیده شده و سیاستمداران زیادی از قدرت شبکه‌های اجتماعی برای همراه کردن مردم با خود استفاده می‌کنند.



خره‌بین



اگر مطالب این صفحه را می‌پسندید، عدد ۶۱۹۲ را به شماره ۳۰۰۱۱۲۲۶ پیامک کنید



گام جسورانه گوگل در حوزه سلامت

گوگل با پروژه بیسلاین خود قصد دارد در زمینه پژوهش در حوزه سلامت گامی بلند بردارد

صالح سپهری‌فر

گوگل را همه به‌موتور جست‌وجویش می‌شناسند، اما این شرکت پروژه‌های جسورانه دیگری را در حوزه‌هایی نظیر خودرهای بدون راننده، تأمین اینترنت برای مناطق دورافتاده و نیز هوشمندسازی تجهیزات خانگی نیز در دست اجرا دارد. یکی از زیرشاخه‌های شرکت آلفا (شرکت مادر گوگل)، وریلی (Verily) نام دارد. وریلی که تا چند سال پیش با نام علوم زیستی گوگل (Google Life Science) شناخته می‌شد، با هدف انجام پژوهش در حوزه سلامت و پیشگیری از بیماری‌های مختلف به فعالیت مشغول است. چند روز پیش مدیران عالی شرکت آلفا اجرای پروژه جدیدی در وریلی خبر دادند که می‌تواند آینده سلامت بشر را دگرگون کند. پروژه بیسلاین (Project Baseline) با هدف بررسی دقیق تعداد زیادی داوطلب و استخراج الگوی سلامت در آنها اجرا شده است.

لشکری از داوطلبان

برای بررسی‌های جامع و دقیق به‌گسترده بودن جامعه آماری نیاز داریم. در پروژه بیسلاین قرار است ده هزار داوطلب شرکت کنند. اطلاعات به دست آمده از این افراد به‌صورت پیوسته مورد پایش و بررسی قرار گرفته و امید است نتایج به دست آمده از این تحلیل‌ها بتواند دورنمای سلامت انسان را دگرگون کند.

فناوری در خدمت پژوهش

در پروژه بیسلاین از فناوری‌های متنوعی برای بررسی شاخص‌های مختلف سلامت استفاده می‌شود. برای نمونه اسکن بخش‌های مختلف بدن، تعیین توالی ژنتیک و نیز تحلیل ساختار میکروبی روده از جمله این موارد هستند، اما گوگل در این پژوهش قصد دارد از یکی از رایج‌ترین فناوری‌هایی که این روزها مشتریان زیادی دارد نیز استفاده کند و آن هم چیزی جز ابزارهای پوشیدنی پایش سلامت نیست.

اگر به آخرین گجت‌های عرضه شده در بازار نگاهی بیندازید، معمولاً می‌بینید گجت‌های پوشیدنی ویژه ورزش و سلامت، درصد قابل توجهی از آنها را تشکیل می‌دهند. این گجت‌ها که بیشتر به‌صورت دستبند یا ساعت هوشمند هستند، می‌توانند معیارهای مختلفی نظیر حرکت فیزیکی، تعداد گام‌های برداشته شده، ضربان قلب، فشار خون، رسانی پست و موارد دیگری از این دست را اندازه‌گیری کنند. داوطلبان شرکت‌کننده در پروژه بیسلاین با پوشیدن چنین گجت‌هایی می‌توانند اطلاعات دقیقی را از میزان فعالیت و وضعیت جسمی خود در اختیار پژوهشگران قرار دهند.

یکی دیگر از ابزارهایی که برای جمع‌آوری اطلاعات در این پروژه پیش‌بینی شده، حسگرهای پایش خواب هستند. این حسگرها که در کنار تخت‌خواب داوطلبان نصب می‌شوند، می‌توانند اطلاعات دقیقی در مورد الگو و نیز کیفیت خواب کاربران جمع‌آوری کنند.

گوگل متفاوت مثل همیشه

با این‌که پژوهش گوگل بسیار جامع به

نظر می‌رسد، اما پیش از این نیز پژوهش‌های دیگری با این جامعه آماری گسترده به انجام رسیده بود. برای نمونه پژوهش قلب فرامینگهام (Framingham Heart Study) از سال ۱۹۴۸ توانست ۱۵ هزار نفر از سه نسل مختلف را مورد مطالعه قرار دهد و به این ترتیب اطلاعات خوبی در مورد رابطه بین مصرف دخانیات و سطح کلسترول و نیز عوامل دیگر با بیماری‌های قلبی بیابد. در این پژوهش از داوطلبان صرفاً هر دو سال یکبار آزمایش به عمل می‌آمد و اطلاعاتی در مورد سبک زندگی از آنها گرفته می‌شد. همچنین منبع اطلاعاتی پژوهش دیگری که در مورد سلامت زنان یا نسه از سال ۱۹۹۳ آغاز شد نیز به همین آزمایش‌های پزشکی و دریافت گزارش خود بیمار از سبک زندگی محدود می‌شد. مشکل اینجاست که اتکا به گزارش خود فرد داوطلب می‌تواند سبب کاهش دقت مطالعه شود.

اما گوگل با هوشمندی، الگوی جدیدی را برای پژوهش خود در پیش گرفته و سعی دارد با استفاده از ابزارهای دیجیتال و هوشمندی که با قیمتی نه‌چندان بالا در دسترس همگان قرار دارد، داده‌هایی بسیار دقیق را به‌صورت آنی جمع‌آوری کند. البته اپلیکیشن ویژه‌ای که برای این پروژه طراحی شده نیز به‌صورت منظم، سوالاتی از افراد داوطلب پرسیده و اطلاعات دیگری به این ترتیب جمع‌آوری می‌شود. همچنین آزمایش‌های سالانه برای ارزیابی نمونه خون، ادرار، بزاق، عرق و اشک این افراد به عمل می‌آید.

تردیدهایی در اجرای پروژه بیسلاین

برخی کارشناسان در اجرایی بودن این پروژه بلندپروازانه گوگل تردید دارند. یکی از مواردی که در این میان مطرح می‌شود، نداشتن دقت بالای تجهیزات پوشیدنی پایش سلامت است. با این‌که این گجت‌ها می‌توانند برای کاربردهای روزانه سودمند باشند، هنوز مراجع قانونی در زمینه سلامت هیچ مجوزی برای استفاده از آنها در موارد بالینی و تحقیقات مرتبط با پزشکی صادر نکرده‌اند. مشکل اینجاست که گاهی دقت این دستگاه‌ها به اندازه دستگاه‌های گرانقیمت مورد استفاده در

بیمارستان‌ها و کلینیک‌ها نیست.

یکی دیگر از تردیدها در این میان، احتمال پوشیدن گجت‌های پایش سلامت به مدت طولانی توسط افراد داوطلب است. بیشتر این گجت‌ها به‌صورت بندی دور مچ دست قرار می‌گیرند و شاید بسیاری از افراد تمایلی به استفاده از آن به‌صورت ۲۴ ساعته نداشته باشند. جالب اینجاست که یک نظرسنجی انجام شده در سال ۲۰۱۴ در ایالات متحده نشان داد یک سوم از مجموع ۶۰۰۰ نفری که گجت‌های پوشیدنی پایش فعالیت‌های ورزشی را خریده بودند، پس از شش ماه دیگر از آن استفاده نمی‌کردند.

یکی دیگر از ابهاماتی که به این پروژه وارد می‌شود، نامشخص بودن هدف نهایی آن است. برخلاف پژوهش‌های گسترده دیگر که نام بردیم، گوگل هدف دقیق و مشخصی را از جمع‌آوری این داده‌ها اعلام نکرده و به همین دلیل برخی بر این باورند این داده‌ها نمی‌توانند به شکلی هدفمند مورد استفاده قرار گیرند. لزوم محرمانه ماندن داده‌های به دست آمده از داوطلبان نیز دغدغه دیگری است که گوگل باید به آن پاسخ دهد.

پاسخ گوگل به ابهامات وارده

گوگل هم مدتی پس از انتشار این خبر، توضیحات بیشتری در مورد پروژه بیسلاین داده تا برخی ابهامات مطرح شده را برطرف کند. این شرکت اعلام کرده نوعی ساعت هوشمند ویژه برای این پروژه طراحی کرده که می‌تواند به شکلی دقیق، داده‌های موردنظر را جمع‌آوری کند. طول عمر باتری در این ساعت بالاتر از ساعت‌های هوشمند معمولی بوده و با هر بار شارژ می‌تواند تا یک هفته انرژی آن را تأمین کند. علاوه بر این، گوگل اعلام کرده براساس مطالعه‌ای بلندمدت روی کاربران گجت‌های پوشیدنی پایش سلامت، اطلاعات خوبی در مورد دلایل کنار گذاشتن این ابزارها به دست آورده است. همچنین داده‌های افراد شرکت‌کننده در پروژه بیسلاین به‌صورت ناشناس ذخیره خواهد شد. این داده‌ها سپس در صورت درخواست دانشگاه‌ها و موسسه‌های پژوهشی به‌صورت رایگان در اختیار آنها قرار می‌گیرد.

۵ شاخص مهم که باید بعد از ارسال ایمیل تبلیغاتی رصد کنید

بازاریابی با نامه‌های مجازی

محسن سمسارپور

هر کدام از شما خوانندگان عزیز به احتمال زیاد تا امروز حداقل یک ایمیل تبلیغاتی داشته‌اید. شرکت‌های مختلف برای معرفی برندشان، معرفی محصولاتشان یا حتی فروش محصولات از ایمیل تبلیغاتی به عنوان یک ابزار استفاده می‌کنند و باید گفت بازاریابی ایمیلی یکی از بهترین روش‌های بازاریابی است. اگر شما هم قصد استفاده از این ابزار کارآمد را دارید یا این که از این ابزار استفاده کرده‌اید، باید چند شاخص مهم را برای ارزیابی موفقیت خود بررسی کنید. بررسی این شاخص‌ها به شما کمک خواهد کرد در آینده بهتر برای بحث تبلیغات شرکت یا موسسه خود تصمیم بگیرید. در ادامه با شما در مورد این پنج شاخص بیشتر صحبت خواهیم کرد، ویژگی‌های هر یک را بیان کرده و راهکارهای بهبود آنها را بیان می‌کنیم.

۱ شاخص اول: تعداد ایمیل‌های باز شده

اولین شاخص مهم که باید مورد بررسی قرار دهید، تعداد باز شدن ایمیل‌های شما توسط کاربران است، البته فقط اولین باری که ایمیل توسط کاربر باز می‌شود در شمارش باید حساب شود و باز شدن‌های تکراری را نباید محاسبه کرد. این کار توسط ابزارها و سایت‌های ارسال ایمیل انبوه انجام شده و شما می‌توانید در پنل خود این آمار را مشاهده کنید. این آمار به شما کمک می‌کند یک تصویر کلی از ایمیل‌های ارسالی و باز شدن ایمیل‌ها توسط کاربران داشته باشید. توجه داشته باشید عنوان ایمیل می‌تواند در باز شدن یا نشدن آن توسط کاربران موثر باشد، پس سعی کنید از عناوین جذاب استفاده کنید و مطمئن باشید طبق آمارها کاربران از کلمات فریبنده در عنوان ایمیل استقبال نمی‌کنند. نکته حائز اهمیت دیگر این که اگر فواصل زمانی ارسال ایمیل توسط شما برای کاربران خیلی کم یا زیاد باشد، ممکن است آنها ایمیل را باز نکنند. بنابراین سعی کنید به صورت متناوب با یک فاصله زمانی مشخص مثلاً هفته‌ای یا دو هفته یکبار ایمیل ارسال کنید.

۲ شاخص دوم: تعداد کلیک

معمولاً در ایمیل‌هایی که ارسال می‌کنید، کاربران را به سمت صفحه سایت یا صفحه محصول هدایت می‌کنید، بهتر است با استفاده از ابزارهایی مانند yoni.ir و google.com لینک را کوتاه کنید و با استفاده از آدرس‌های ایجاد شده توسط این ابزارها، شمارش کلیک‌ها را انجام دهید. وقتی یک آدرس را توسط این ابزارها ایجاد می‌کنید، با اضافه کردن + به انتهای آن لینک می‌توانید آماری دقیق‌تر از لینک کوتاه شده خود مشاهده کنید، اطلاعات آماری دقیق از محل فیزیکی کاربران، مرورگرهایی که کاربران با استفاده از آن لینک شما را باز کردند و... را به دست آورید و این که چه تعداد از افرادی که ایمیل شما را باز کردند روی هدفی که شما تعیین کرده‌اید متمرکز شده‌اند می‌تواند یک آمار مناسب برای ارزیابی موفقیت‌تان باشد. باید به این مورد توجه کنید متنی که داخل ایمیل قرار داده‌اید به چه میزان توجه کاربران را به خود جلب می‌کند. این آمار به شما نشان می‌دهد چقدر توانسته‌اید

کاربران را با خود همراه کنید. حتی می‌توانید در ایمیل ارسالی دو یا چند لینک مختلف داشته باشید و بسنجید کاربران به انتخاب کدامیک تمایل داشته‌اند. پیشنهاد می‌شود لینک را با استفاده از کلیدهای گرافیکی طراحی کنید که جذابیت بیشتری برای کاربران داشته باشد. برای جلب نظر اکثریت کاربران می‌توانید از ویدئوهای کوتاه در ایمیل خود استفاده کنید یا توضیحات کوتاهی از محصول ارائه کنید که کاربران به کلیک روی کلید ادامه مطلب یا مشاهده بیشتر ترغیب شوند.

۳ شاخص سوم: تعداد ارسال دوباره

اگر برای معرفی شرکت یا سازمان خود برنامه‌ریزی کرده باشید، این که چه تعداد از ایمیل‌های شما توسط کاربران برای کاربران جدید ارسال می‌شود می‌تواند حائز اهمیت باشد. سعی کنید در ایمیل‌های خود لینک‌های اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی و ایمیل‌های دیگر را داشته باشید و تعداد آنها را

اولین شاخص مهم که باید مورد بررسی قرار دهید، تعداد باز شدن ایمیل‌های شما توسط کاربران است، البته فقط اولین باری که ایمیل توسط کاربر باز می‌شود در شمارش باید حساب شود و باز شدن‌های تکراری را نباید محاسبه کرد

شمارش کنید. با این روش می‌توانید متوجه شوید چه میزان ایمیل‌های شما به اشتراک گذاشته شده و طبق آن میزان محبوبیت موسسه یا سازمان خود را ارزیابی کنید. البته شما می‌توانید با برنامه‌ریزی قبلی ایمیل‌های خود را ارسال کنید و آمارهای به دست آمده در این شاخص را بین ارسال‌های مختلف مورد تحلیل قرار دهید تا بتوانید راحت‌تر برای آینده تصمیم بگیرید. موضوع حائز اهمیت در این بخش میزان وفاداری و رضایت واقعی کاربران نسبت به موسسه یا شرکت شماست، این که کاربران تا چه میزان از شما راضی هستند که حتی شما را به دیگران معرفی کنند.

۴ شاخص چهارم: تعداد فروش

یکی از روش‌های معمول برای فروش محصولات به صورت مجازی، ارسال ایمیل‌های تبلیغاتی و بازاریابی است، اما مطمئناً روش‌های دیگری هم برای تبلیغات استفاده می‌شود، این که چه میزان از فروش شما توسط تبلیغات ایمیلی

ایمیل‌های ارسالی را بررسی کنید، آینده را بسازید

اگر راهکار بازاریابی و تبلیغات ایمیلی را برای معرفی محصولات یا خدمات خود یا حتی شرکت و موسسه خود انتخاب کرده‌اید، باید به یک نکته مهم و حائز اهمیت توجه داشته باشید؛ ارزیابی شاخص‌ها. شاخص‌هایی مانند تعداد ایمیل‌هایی که توسط کاربران باز شده‌اند، تعداد کلیک‌هایی که توسط کاربران انجام شده، تعداد اشتراک‌گذاری ایمیل‌های ارسالی شما توسط کاربران، تعداد خریدهایی که از طریق ارسال ایمیل صورت گرفته و حتی تعداد ایمیل‌هایی که به کاربران نرسیده می‌تواند در تحلیل و برنامه‌ریزی آینده شما موثر باشد. همچنین با استفاده از آمار این شاخص‌ها شما قابلیت بهینه‌سازی هزینه‌ها را دارید. معمولاً بودجه‌های تبلیغاتی می‌تواند در کانال‌های مختلف خرج شود، با استفاده از تحلیل آمارهای به دست آمده می‌توانید میزان هزینه در این کانال تبلیغاتی یعنی بازاریابی ایمیلی را افزایش یا کاهش دهید. در صورتی که ایمیل‌ها را به صورت دقیق طراحی کرده باشید، با استفاده از آمارهای به دست آمده آنها را بهینه کنید و روند رو به رشد داشته باشید، می‌توانید روی این روش حسابی ویژه باز کنید.

انجام شده بسیار حائز اهمیت است. برای به دست آوردن این آمار به شاخص تعداد فروش نیاز دارید، باید بررسی کنید چه میزان از ایمیل‌های ارسالی به فروش منجر شده‌اند. می‌توانید پس از هر ارسال این میزان را بررسی کرده و آمارها را با یکدیگر مقایسه کنید. اگر در مراحل بعدی فروش بهتری داشته باشید نشان‌دهنده روند رو به رشد و صحیح طراحی ایمیل‌های شماست و در غیر این صورت باید در بخش‌های مختلف ایمیل خود اصلاحات لازم را انجام دهید. در ضمن محاسبه این شاخص به شما کمک خواهد کرد هزینه‌های خود را با توجه به فروشی که انجام می‌دهید برنامه‌ریزی کنید، به عنوان مثال اگر در ماه دو میلیون تومان برای ارسال ایمیل‌های انبوه هزینه می‌کنید و میزان فروش به دست آمده از این روش فقط یک میلیون تومان در ماه باشد، قاعدتاً هزینه کردن در این مسیر برای شما به صرفه نیست و باید راه و روش دیگری را در نظر بگیرید.

۵ شاخص پنجم: تعداد ایمیل‌های نرسیده

آخرین شاخصی که به آن خواهیم پرداخت، تعداد ایمیل‌هایی است که به هر دلیلی به کاربران نرسیده است. مشکلات ارسال شدن می‌تواند به دو بخش مشکلات کوچک و بزرگ دسته‌بندی شود. مشکلات کوچک می‌تواند شامل مواردی مانند پر بودن صندوق ورودی کاربران، قطعی لحظه‌ای سرور و موارد اینترنتی باشد و مشکلات بزرگ می‌تواند وجود مشکلاتی در ایمیل ارسالی شما باشد که سیستم‌های ایمیل، ایمیل ارسالی شما را به عنوان اسپم شناسایی کنند. هر کدام از این مشکلات که به وجود آمده باشد این شاخص باید محاسبه شود و اگر میزان آن بالا باشد باید تغییراتی در عنوان و محتوای ایمیل انجام دهید. توجه داشته باشید اگر کاربران زیادی ایمیل‌های شما را به عنوان اسپم گزارش کنند IP شما به عنوان ارسال کننده اسپم شناخته شده و احتمال رسیدن ایمیل‌های شما به دست کاربران کاهش خواهد یافت، بنابراین باید در انتخاب عنوان ایمیل، متن آن و حتی بازه‌های زمانی ارسال آن دقت عمل لازم را داشته باشید.

آیا می‌دانستید؟



اگر مطالب این صفحه را می‌پسندید، عدد ۶۱۹۳ را به شماره پیامک کنید



شبهه ساز گلف

این هفته دوستانی که اهل شبهه سازی گلف باشند، می توانند گیم The Golf Club 2 را تهیه کنند. این گیم سال ۲۰۱۳ و پس از کنسلی سری Tiger Woods PGA Tour 15 رقم خورد. این گیم که برای سه پلتفرم Microsoft Windows، Xbox One و Playstation 4 منتشر می شود، به صورت تک نفره و مولتی پلیر (آنلاین) قابل بازی است. گفتنی است قسمت اول آن سال ۲۰۱۵ از سوی وبسایت Operation Sports Gaming موفق به اخذ سه جایزه، از جمله بهترین گیم ایندی / آرکید ۲۰۱۴ شد.



نقش آفرینی با طعم نیمه کارتونی

از دیگر عناوین مهم این هفته، می توان به Valkyria Revolution اشاره کرد. این گیم در سبک اکشن / نقش آفرینی و برای پلتفرم های PS4، PS Vita و Xbox One به بازار می آید. سری ولکایریا از جمله خوشنام ترین عناوین سبک نقش آفرینی است که تقریباً همیشه در جلب رضایت هوادارانش موفق بوده است. گیم پلی این قسمت از این قرار است که ابتدا گیمرها در پایگاه خود برای نبرد آماده می شوند، سپس به میدان نبرد رفته و در آنجا باید یکسری وظایف را به انجام برسانند. گرافیک این گیم حالتی نیمه کارتونی و هنری دارد.



بهترین هدیه سونی

این هفته کنسول PS4 مهمان یکی از بهترین هدایایی است که سونی می تواند به هواداران خود بدهد. مجموعه Crash Bandicoot N. Sane Trilogy را می توانید این هفته از شبکه عرضه آنلاین سونی دانلود کنید. سری کرش باندیکوت از محبوب ترین سری گیم های دوران PS1 بود. این سری که در سبک پلتفرمینگ (یا سکوبازی) ساخته شده بود، هواداران بسیار زیادی در سراسر دنیا پیدا کرد. این گیم اوایل عمر کنسول PS1 و اواخر سال های محبوبیت Sega Mega Drive و در اصل به عنوان پاسخی به محبوبیت فراوان سونیک تولید شد. با توجه به عیار این گیم، می توان انتظار داشت به لطف بهبودهای گرافیکی و فنی هنوز هم بتوان همان لحظات خوش گذشته را با این نسخه تجربه کنیم.

نقد و بررسی بازی Dirt 4

ایستگاه سرعت و هیجان

خاصیتی که نوعی جذابیت و گیرایی ویژه به سری Dirt می بخشد، تلاش آن برای ارائه و القای یک تجربه منحصربه فرد و تا جای ممکن واقع گرا بود. همین، سطح سختی قابل توجهی را برای این سری موجب شده بود که عموماً تازه واردان به میدان را می ترساند و آنهایی که صبوراً لازم را داشتند، به خوبی پاداش می داد. این تلاش برای واقع گرایی چنان بود که حتی از دیگر عناوین سری Colin McRae هم سختگیرانه تر نشان می داد. خوشبختانه قسمت جدید هم از این قاعده مستثنی نیست و به همان ساختار استخوان دار خود پایبند است، اما سازندگان با موفقیت توانسته اند کمی نرمی هم چاشنی آن کنند و در نتیجه، راه برای شیرین تر کردن آن برای تازه واردان، هموارتر شده است. مصداق آن را همان ابتدا خواهید دید. قبل از شروع، دو گزینه برای سبک بازی به افراد ارائه می شود: حالت گیمری و شبهه سازی. خوشبختانه برخلاف خیلی از نمونه های مشابه با گزینه های صوری طرف نیستیم و انتخاب یکی از این دو، واقعا تفاوتی محسوس در تجربه تان ایجاد خواهد کرد. در حالت گیمر، همه چیز رنگ و بویی ساده تر به خود می گیرد. فواصل توقف خودرو کوتاه تر شده و حتی در صورت استفاده بی پروا و بی مورد از ترمز دستی هم احتمال از دور خارج شدن خودرویتان خیلی کمتر خواهد بود. تاثیر برخی از حالات جوی و سطوح تاثیر گرفته هم کاهش یافته و کلا سواری مفرح تر و ساده تری را تجربه خواهید کرد. حتی هوش مصنوعی و خیلی ابعاد دیگر نیز تحت تاثیر قرار می گیرند. سازندگان به همین ها بسنده نکرده اند و در بخش Dirt Academy، انواع و اقسام راهنمایی ها و تمرین ها را گنجانده اند که با پرداختن به آنها خواهید توانست مفاهیمی مانند انتقال وزن، چرخش های پاندولی و تفاوت میان خودروهای محرک جلو، عقب و محرک عقب و جلو را درک کنید. در کل، این قسمت از Dirt با آغوشی بسیار بازتر از قبل به استقبال بازیکنان می آید. حالت گیمر Dirt 4 قادر است در سطحی بالا با بسیاری از عناوین نیمه آرکید بازار رقابت کند و هیچ نقص فاحشی ندارد، اما برای کسانی که تجربه خالص و ناب Dirt را می خواهند - و همچنین آنهایی که دست خود را با حالت گیمر آزموده و آماده حرکت به مرحله بعد هستند - حالت شبهه سازی چیزی دیگر است و تجربه ای چنان معرکه ارائه می کند که واقعا حیف است اگر دست نخورده بماند. تازه در این بخش است که احساس می کنید خودروها ظرفیت واقعی خود را آزاد کرده و طعم یک تجربه منحصربه فرد را می چشید.

سیاوش شهبازی

چهارمین قسمت از سری Dirt، در اصل دوازدهمین گیم از مجموعه فوق العاده محبوب Colin McRae Rally و ششمین قسمت از آن با نام Dirt است که باز هم توانسته به موفقیتی چشمگیر دست پیدا کند. مانند گذشته، این گیم بر ورزش رالی تمرکز دارد. آب و هوای متغیر برای آن در نظر گرفته شده و در پنج منطقه خاص و چشمگیر دنبال می شود. آنهایی که با مجموعه Dirt آشنایی دارند، می دانند عناوینی که این نام را یک می کشند به محیط های بیابانی و جنگلی توجه می کنند و از این حیث، هم فال است، هم تماشا.

در حالت شبهه سازی، کارآزمودگی و انعطاف پذیری در کنار صبر و دقت یکجا به کار می آیند. باید بدانید کجا گاز را بگیری و کجا نیش ترمز بزنی و چطور دائم با فرمان کلنچار بروید مبادا از مسیر خارج شوید و با نتیجه تلخ تخریب خودرویتان روبه رو شوید. حس این که هر لحظه ممکن است خودروی خود را نابود کنید، هیجانی دائم تزریق می کند که اگر با طی بدون آسیب یک مسیر همراه شود، لذتی بشدت فراوان خواهد داشت.

خودروهای فراوانی در این گیم وجود دارد که کشف ریزه کاری های تک تکشان همان لذتی را در خودروبازان ایجاد می کند که کشف مهارت های ویژه و خاص بازیکنان پرچمدار فوتبال در سری FIFA و PES در فوتبال دوستان. در طول حالت داستانی بسیاری از این خودروها را کنترل خواهید کرد. ابتدا برای اسپانسر ها خواهید راند تا این که سرمایه لازم را برای تشکیل تیم خاص خود فراهم کنید. سازندگان یکسری عنصر مدیریتی در این بخش تزریق کرده اند که به این گیم عمق بیشتری بخشیده است. استخدام مکانیک ها، تهیه تجهیزات بهتر برای تاسیسات تان به قصد بهبود زمان تعمیرات یا توسعه گاراژ برای نگهداری از خودروهای بیشتر و... اما خب عمده زمان بازیکن همانجایی می گذرد که باید بگذرد و آن هم وسط میدان و در حال مسابقه است.

تمرکز بر رالی

سه حالت اصلی برای مسابقات موجود است: rally، Landrush و Motocross. در حالت Landrush سوار بر وانت، بلاکی و کراس کارت، مسیرهای ناهموار و پر افت و خیز را تجربه خواهید کرد. این مسابقات تنوع خوبی را القا می کنند، اما طول زیاد و کمی تنوع در تعداد و طراحی مسیرها، به مرور آنها را خسته کننده می کند.

مسابقات Rallycross از وضعیت بهتری برخوردارند. در این حالت، هشت خودرو در مسیرهای لپسانس شده رالی کراس FIA به مصاف همدیگر می روند. خوشبختانه حالت کارزار این گیم طوری طراحی شده که گیمرها بتوانند خودشان تعیین کنند تمرکز را روی کدام یک از این مُد ها بگذارند و نیازی نیست حتما در تمام حالات مسابقه ای یا خیس کنند. البته تمرکز اصلی سازندگان روی حالت رالی صرف بوده و طبعاً بهترین و جذاب ترین حالت نیز همین است.

خلاقیت بداهه

یکی از جذاب ترین بخش های این گیم، Your Stage نام دارد. کافی است دو نوار را - یکی برای طول مسیر و دیگری برای پیچیدگی - تنظیم کنید تا مسیر مسابقه به طور خودکار و به مرور ساخته شده و پدید بیاید. سپس می توانید زمان مسابقه (شب، روز و...) و شرایط جوی را هم تنظیم کنید.

سازندگان در تلفیق زنده و درست مسیرهای مختلف با استادی عمل کرده اند و تقریباً هیچ اتصال واضحی بین آنها دیده نمی شود، طوری که انگار مسیر از همان ابتدا طراحی شده است. این به کنار، جزئیات چنین مسیرهایی است که حساسی بازیکن را به وجد می آورد. جمعیت به اندازه کافی و مناسب در طول مسیر پخش شده، پهنی ها و هلیکوپترهایی را می بینید که سر راهنان نمایان می شوند و هیجانی مضاعف تزریق می کنند و حتی مامورانی در طول مسیر حضور می یابند که اگر خودرویی سر راهنان دچار سانحه شده باشد، با دست به شما علامت می دهند. سازندگان از تکرر دوری کرده اند و حتی پس از چند بار اجرا و تجربه یک مسیر (برخلاف اغلب عناوین این سبک) باز هم قادر نخواهید بود تنها به حافظه خود اکتفا کرده و با راحتی بیشتر مسیرها را طی کنید. هر بار خطرات، هیجانات و چالش های مسیرها به قوت خود باقی هستند و همین مساله باعث شده کیفیت حقیقی رالی، یعنی غیرقابل پیش بینی بودن مسیر، حفظ شود و بتوان به دوام کیفیت تکرارهای چند باره این گیم امید داشت. اگر بتوانید این گیم را آنلاین تجربه کنید چالش های متعدد روزانه، هفتگی و ماهانه تا مدت ها شما را سرگرم خواهد کرد. مسابقات آنلاین هم لطف خود را دارد. در کل، Dirt 4 به خوبی توانسته هویت خاص این سری را حفظ کرده و دو قدم به جلو ببرد و در توصیه آن به علاقه مندان هیچ شک و وجود ندارد.



DIRT 4



Codemasters Southam سازنده

Codemasters ناشر

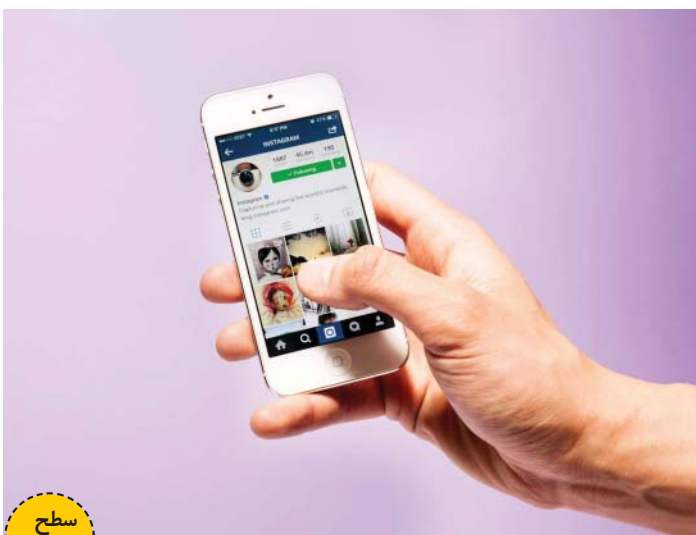
مسابقه ای / اتومبیل رانی سبک

Xbox One، PS4، PC پلتفرم

تمام سنین رده سنی



اگر مطالب این صفحه را می پسندید، عدد ۶۱۹۴ را به شماره ۳۰۰۱۱۲۲۶ پیامک کنید



سطح مبتدی

اعلان‌های مزاحم اینستاگرام

با عضویت در سرویس اینستاگرام با فعالیت‌های مختلف کاربرانی که شما را دنبال می‌کنند یا کاربرانی که شما آنها را دنبال می‌کنید، اعلان‌هایی اعم از لایک کردن عکس‌ها، ارسال دیدگاه و ... برای شما ارسال می‌شود. افرادی که کاربران کمی را دنبال می‌کنند (Follow) یا دنبال‌کنندگان (Follower) کمی دارند ممکن است با مشکلی مواجه نشوند، اما کاربرانی که دنبال‌کنندگان زیادی دارند در هر لحظه ممکن است با حجم انبوهی از اعلان‌ها و هشدارهای مختلف مواجه شوند که مربوط به فعالیت‌های انجام شده توسط دنبال‌کنندگانشان است. این درحالی است که ممکن است یک کاربر بیش از ۱۰۰ هزار دنبال‌کننده داشته باشد، اما فقط ۵۰ نفر را دنبال کند و علاقه‌مند باشد از اعلان‌های مربوط به همان ۵۰ نفر مطلع شود.

اگر شما نیز جزو این دسته از کاربران هستید و می‌خواهید اعلان‌های مربوط به کاربرانی که آنها را نمی‌شناسید و صرفاً در فهرست دنبال‌کنندگان شما قرار دارند، غیرفعال کنید کافیت مراحل زیر را دنبال کنید:

توجه: این روش در دستگاه‌های مجهز به اندروید و آی‌اواس قابل استفاده است.

۱ اپلیکیشن اینستاگرام را در دستگاه هوشمند خود اجرا کنید.

۲ از پایین - سمت راست روی آیکون پروفایل فشار دهید.

۳ از بالا - سمت راست روی آیکون گزینه‌های بیشتر که به شکل سه نقطه عمودی نمایش داده شده، فشار دهید.

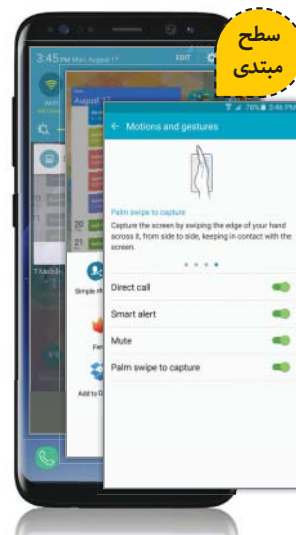
۴ صفحه باز شده را تا مشاهده بخش Settings اسکرول کنید و روی گزینه Push Notifications فشار دهید.

۵ در بخش likes و comments گزینه From Everyone را به From People I Follow تغییر دهید تا اعلان‌های مربوط به لایک کردن یا ثبت دیدگاه صرفاً از سمت کاربرانی که در فهرست دنبال‌شوندگان شما قرار دارند، ارسال شود.

اسکرین شات در گلکسی اس ۸

امیر عساری

یکی از رایج‌ترین و شناخته شده‌ترین روش‌های تهیه اسکرین‌شات در انواع دستگاه‌های اندرویدی فشار همزمان کلیدهای کاهش صدا و پاور است. این روش در گلکسی اس ۸ نیز قابل استفاده بوده و به کمک آن می‌توانید در هر بخشی از صفحه‌نمایش دستگاه عکس بگیرید. آیا می‌دانید در این دستگاه روش دیگری بدون نیاز به فشار روی دکمه‌های سخت‌افزاری نیز وجود دارد و شما می‌توانید با یک دست به‌شکلی بسیار سریع عملیات عکسبرداری از صفحه‌نمایش را اجرا کنید؟



سطح مبتدی

۱ به صفحه اصلی دستگاه هوشمند خود مراجعه کنید.

۲ صفحه را به پایین بکشید تا نوار اطلاع‌رسانی باز شود.

۳ روی آیکون تنظیمات که به شکل یک چرخ‌دنده است، فشار دهید.

۴ در پنجره تنظیمات روی گزینه Advanced features فشار دهید.

۵ کلید وضعیت در مقابل گزینه Palm swipe to capture را فشار دهید تا به حالت فعال تغییر وضعیت دهد.

۶ به هر صفحه دلخواهی که قصد تهیه عکس از صفحه‌نمایش را دارید، مراجعه کنید.

۷ دست راست خود را به حالت عمود روی لبه سمت راست صفحه‌نمایش دستگاه هوشمند قرار داده و آن را از سمت راست به سمت چپ صفحه‌نمایش حرکت دهید. با رسیدن به انتهای لبه سمت چپ، صدای عکس‌برداری از صفحه‌نمایش شنیده شده و عکس روی حافظه دستگاه ذخیره می‌شود.

کلیک شما

سوالات خود را به clickhelp@jamejamonline.ir ایمیل کنید تا پاسخگوی شما باشیم. ذکر نام، نام خانوادگی و شهر یا روستای محل اقامت خود را فراموش نکنید، زیرا به سوالات بدون نام و مشخصات پاسخ داده نمی‌شود.

برای ارتباط بیشتر با ضمیمه فناوری روزنامه جام‌جم، کانال کلیک را در تلگرام به آدرس [@clickjamejam](https://t.me/clickjamejam) دنبال کرده یا نظرات خود را به حساب کاربری [@click_jamejam](https://t.me/click_jamejam) در تلگرام ارسال کنید.



تعاونی مسکن کارکنان صنایع الکترونیک ایران - تهران پروژه شهر قدس

مجمع فوق العاده نوبت سوم - مجمع عمومی عادی نوبت دوم

بدینوسیله به اطلاع می‌رساند، مجمع فوق العاده جهت تصویب اساسنامه در روز چهارشنبه مورخ ۹۶/۴/۲۸ ساعت ۱۰ الی ۱۱ صبح در محل نمازخانه شهرک شهید چمران واقع در خیابان پاسداران، میدان نوبیناد، اول خیابان شهید لنگری برگزار می‌گردد، ضمناً مجمع عمومی عادی جهت انتخابات هیأت مدیره و بازرس در همان تاریخ و مکان پس از مجمع فوق العاده از ساعت ۱۱ الی ۱۲ برگزار می‌گردد.

یادآوری: ۱- در صورتی که حضور عضوی در مجامع مذکور میسر نباشد، می‌تواند حق حضور و اعمال رای خود را به نماینده تام‌الاختیار خود واگذار نماید، در این صورت هیچکس نمی‌تواند نمایندگی بیش از ۳ عضو را بپذیرد. همچنین برگه‌های نمایندگی مذکور با مهر و امضا هیأت مدیره معتبر خواهد بود.

۲- اعضای که جهت عضویت در هیأت مدیره و بازرس تمایل به کاندید شدن دارند، بایستی حداکثر یک هفته پس از نشر این آگهی در ساعات اداری به دفتر تعاونی مراجعه و ثبت نام نمایند.

دستور جلسه مجمع فوق العاده:

۱ - طرح و تصویب اساسنامه جدید

دستور جلسه مجمع عمومی عادی:

۱ - استماع گزارش هیأت مدیره و تصویب صورت‌های مالی سال‌های ۹۳-۹۴ و ۹۵ و

۲ - انتخابات هیأت مدیره و بازرس

رئیس هیأت مدیره تعاونی مسکن کارکنان صنایع الکترونیک ایران - تهران
سید حمید میرقاسمی



اگر مطلب این صفحه را می‌پسندید، عدد ۶۱۹۵ را به شماره ۳۰۰۰۱۱۲۲۶ پیامک کنید

Redmi Note 2

شیائومی



۵.۵ اینچ

Honor 6X BLN-L21

هواوی



۵.۵ اینچ

K10 2017

ال جی



۵.۳ اینچ

دو سیمکارته‌های کارآمد

وجود امکانات مختلف اپراتورها، مشغله کاری و نوع فعالیت دوگانه یا حتی کنترل مصرف باعث شده بیشتر کاربران دو یا چند سیمکارت مختلف داشته باشند و گاهی چند گوشی مختلف را با خود حمل کنند، اما با وجود گوشی‌های دو سیمکارت این مساله تا حدودی حل شده و دیگر احتیاجی به داشتن دو گوشی مختلف نیست. در این شماره سراغ سه گوشی مقرون به صرفه و دو سیمکارت رفته ایم تا انتخاب برایتان راحت‌تر باشد.

راند اول

بزرگتر ۵/۵ اینچی دارد، اما بدنه دستگاه مانند K10 از پلاستیک ساخته شده است. سومین رقیب یا همان Honor 6X BLN بدنه‌ای متشکل از پلاستیک و فلز دارد و همین باعث شده ظاهری جذاب‌تر از دو دستگاه دیگر داشته باشد. صفحه‌نمایش دستگاه مانند شیائومی ۵/۵ اینچی بوده تا در گروه گوشی‌های نسبتاً بزرگ قرار بگیرد. همین اختلاف اندازه و جنس بدنه باعث شده K10 با ۱۴۰ گرم وزن، از دو گوشی هواوی با ۱۶۲ و شیائومی با ۱۶۰ گرم سبک‌تر باشد.

سه رقیب این جدال از شرکت‌های ال‌جی، شیائومی و هواوی انتخاب شده‌اند. شرکت ال‌جی که پیش از این تجربه خوبی از گوشی هوشمند مدل K10 داشته با عرضه مدل ۲۰۱۷ و قوی‌تر کردن آن به این رقابت پا گذاشته است. K10 ظاهری ساده و بدنه‌ای ساخته شده از پلاستیک دارد. صفحه‌نمایش ۵/۳ اینچی دستگاه گزینه خوبی برای افرادی است که از گوشی‌های نسبتاً بزرگ خوششان نمی‌آید. در مقابل این دستگاه Redmi Note 2 شیائومی قرار دارد. این دستگاه صفحه‌نمایش

راند دوم

است و با ۸ مگاپیکسل، امکانات مناسبی برای گرفتن سلفی در نور مناسب را در اختیارتان قرار می‌دهد. جایگاه دوم به‌صورت مشترک به دو گوشی ال‌جی و شیائومی می‌رسد؛ چراکه هر دو دستگاه از یک دوربین ۱۳ مگاپیکسلی استفاده می‌کنند و در جلوی دستگاه نیز یک دوربین ۵ مگاپیکسلی برای ثبت عکس‌های سلفی جاکش کرده است. تجربه کاربری نشان می‌دهد دوربین شیائومی حداقل در نور کم عملکرد بهتری دارد.

آخر قرار می‌گیرد. بعد از سیستم‌عامل بد نیست سراغ دوربین برویم. جایی که ویژگی‌های سه دستگاه تقریباً شبیه به هم است و اختلافات بسیار کوچک سرنوشت‌ساز خواهد شد. جایگاه اول که قطعاً به هواوی خواهد رسید. این دستگاه از یک دوربین ۱۲ مگاپیکسلی در کنار یک دوربین دو مگاپیکسلی استفاده می‌کند تا تنها دستگاه با دوربین دوگانه در میان این سه رقیب باشد. دوربین سلفی دستگاه نیز از رقبای دیگر قوی‌تر

شرکت ال‌جی بار دیگر رسالت خود را در عرضه گوشی‌هایی با آخرین نسخه اندروید ادامه داده و گوشی K10 نیز از اندروید ۷ بهره می‌برد که این می‌تواند نکته بسیار مثبتی باشد. شرایط هواوی Honor 6X BLN نیز در این زمینه بد نیست و با داشتن اندروید ۶ می‌تواند بسیاری از نیازهای کاربر را برطرف کند، اما باز هم یک قدم از K10 عقب‌تر است. در این پارامتر، شیائومی Redmi Note 2 با اندروید ۵ در جایگاه

راند آخر

در بحث رم نیز دو دستگاه هواوی و ال‌جی باز هم شانه به شانه هم ایستاده‌اند و با ۲ گیگابایت رم به میان‌رده بودن خود پایبند هستند، اما هواوی شرایط را کمی بهتر کرده و از رم سه گیگابایت استفاده کرده تا برتری خود را در ویژگی‌های سخت‌افزاری حفظ کند. اگر فرض را بر این بگذاریم که قرار است این گوشی‌ها به‌صورت دو سیمکارت استفاده شود، پس حافظه داخلی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند، چراکه شیار سیمکارت دوم که به‌صورت مشترک با کارت حافظه جانبی استفاده می‌شود عملاً بلااستفاده است. در این خصوص نیز باز هواوی شرایط بهتری دارد و با ۳۲ گیگابایت حافظه داخلی از دو گوشی ۱۶ مگابایتی دیگر قوی‌تر است.

در راند سوم سرانجام مهم‌ترین ویژگی گوشی‌ها یعنی مشخصات سخت‌افزاری آنها می‌پردازیم. جایی که باز هم هواوی Honor 6X BLN با تکیه بر تراشه اختصاصی HiSilicon Kirin 655 و فرکانس ۲.۱ گیگاهرتز شرایط بهتری نسبت به دو رقیب دیگر دارد. بعد از آن، شیائومی با اختلاف کمی نسبت به رقیب قبل و بعد از خود و با تراشه میان‌رده Mediatek MT6795 Helio X10 نیازهای پردازش برای این گوشی را تامین می‌کند. در جایگاه سوم نیز به طبع ال‌جی K10 قرار می‌گیرد که مانند شیائومی از تراشه مدیاتک، اما مدل کمی ضعیف‌تر Mediatek MT6750 استفاده کرده است.

Redmi Note 2

تراشه	Mediatek MT6795 Helio X10
حافظه داخلی	۱۶ گیگابایت
مقدار رم	۲ گیگابایت
دوربین اصلی	۱۳ مگاپیکسل
باتری	۳۰۶۰ میلی آمپر

۶۶۰/۰۰۰

تومان

Honor 6X BLN-L21

تراشه	HiSilicon Kirin 655
حافظه داخلی	۳۲ گیگابایت
مقدار رم	۳ گیگابایت
دوربین اصلی	۱۲+۲ مگاپیکسل
باتری	۳۳۴۰ میلی آمپر

۷۸۰/۰۰۰

تومان

K10 2017

تراشه	Mediatek MT6750
حافظه داخلی	۱۶ گیگابایت
مقدار رم	۲ گیگابایت
دوربین اصلی	۱۳ مگاپیکسل
باتری	۲۸۰۰ میلی آمپر

۶۵۰/۰۰۰

تومان

۵ پیشنهاد مشابه

Stylus 2 K520DY

ال جی



۵.۷ اینچ

تراشه	Snapdragon 410
حافظه داخلی	۱۶ گیگابایت
مقدار رم	۲ گیگابایت
دوربین	۱۳ مگاپیکسل
باتری	۳۰۰۰ میلی آمپر ساعت

۶۳۰/۰۰۰

تومان

Galaxy J5 Prime

سامسونگ



۵ اینچ

تراشه	Exynos 7570
حافظه داخلی	۱۶ گیگابایت
مقدار رم	۲ گیگابایت
دوربین	۱۳ مگاپیکسل
باتری	۲۴۰۰ میلی آمپر ساعت

۶۸۰/۰۰۰

تومان

Desire 728G

اچ تی سی



۵.۵ اینچ

تراشه	MediaTek MT6753
حافظه داخلی	۱۶ گیگابایت
مقدار رم	۱.۵ گیگابایت
دوربین	۱۳ مگاپیکسل
باتری	۲۸۰۰ میلی آمپر ساعت

۶۵۴/۰۰۰

تومان

Mi 4i

شیائومی



۵ اینچ

تراشه	Snapdragon 615
حافظه داخلی	۱۶ گیگابایت
مقدار رم	۲ گیگابایت
دوربین	۱۳ مگاپیکسل
باتری	۳۱۲۰ میلی آمپر ساعت

۵۰۰/۰۰۰

تومان

Honor 5X

هواوی



۵.۵ اینچ

تراشه	Snapdragon 615
حافظه داخلی	۱۶ گیگابایت
مقدار رم	۲ گیگابایت
دوربین	۱۳ مگاپیکسل
باتری	۳۰۰۰ میلی آمپر ساعت

۶۳۰/۰۰۰

تومان



نبض بازار



اگر مطالب این صفحه را می‌پسندید، عدد ۶۱۹۶ را به شماره ۳۰۰۰۱۲۲۶ پیامک کنید

ارتباط از دریاچه مرورگر

محمود صادقی

در دنیای امروز ابزارهای ارتباط اجتماعی آن قدر گسترده شده‌اند که دیگر به سختی بتوانید فردی را پیدا کنید که حداقل از یکی از آنها استفاده نکند. این ابزارها بتدریج و با تکامل اجتماعات دیجیتالی، دسته‌بندی‌های خودشان را یافته‌اند. پیام‌رسان‌هایی مانند تلگرام و واتس‌آپ فضای ارتباط پیامی را به قبضه خود درآورده‌اند. فیس‌بوک، توئیتر و اینستاگرام، بستر اجتماعی نسل جدید را تنیده‌اند و ابزارهایی چون اسکایپ و فیس‌تایم هم جایگاهشان را به عنوان تلفن‌های ویدئویی این دنیای دیجیتالی حفظ کرده‌اند. در این بازار شلوغ ارتباطی، عجیب نیست که همه ابزارهای مورد نیاز افرادی که همه دستگاه‌ها بایشان نصب و آماده به خدمت باشد! سازندگان هم این را خوب می‌دانند و به همین دلیل اغلب حواسشان به ایجاد نسخه آنلاین آنها برای ارائه به کاربران است.

اسکایپ آنلاین

web.skype.com



غیر ممکن است جایی صحبت از تماس ویدئویی شود و حرفی از اسکایپ به میان نیاید. اسکایپ که توسط شرکت مایکروسافت توسعه می‌یابد، یکی از پرطرفدارترین ابزارهای چت و ارتباط صوتی و تصویری است که میلیون‌ها نفر در سراسر جهان از آن استفاده می‌کنند.

اسکایپ هم نسخه موبایل دارد و هم نسخه دسکتاپ. با این حال، مایکروسافت در اسکایپ وب (web.skype.com) تمام تلاشش را کرده تا این نسخه کاملا به‌عنوان یک اسکایپ مستقل قابل استفاده باشد. نتیجه این تلاش هم نمایان است: اسکایپ وب چیزی از نسخه موبایل آن کمتر ندارد که هیچ، ویژگی‌هایی هم در آن پیدا می‌کنید که در نسخه موبایل وجود ندارد!

در اسکایپ وب علاوه بر تماس صوتی و تصویری که به کمک میکروفون و وب‌کم قابل انجام است، می‌توانید با خانواده یا دوستانتان چت کنید و فایل، تصویر و ایموجی‌های جالب و خاص اسکایپ را هم بفرستید. مایکروسافت همچنین در نسخه جدید اسکایپ وب، امکان جست‌وجوی تصاویر گیف (از سایت GIPHY) و آهنگ را برای ارسال هنگام چت، اضافه کرده است! علاوه بر این، مترجم همزمان این شرکت که حرکت بسیار مهمی در پیشبرد ارتباطات به شمار می‌رود نیز در نسخه وب اسکایپ قابل فعال‌سازی و استفاده است (البته هنوز در فاز آزمایشی).

واتس‌آپ در وب

web.whatsapp.com



واتس‌آپ که با بیش از یک میلیارد کاربر، محبوب‌ترین پیام‌رسان محبوب در دنیاست نیز نسخه آنلاینی دارد تا به کاربران فراوانش امکان استفاده از آن را در وب بدهد. این نسخه مانند تلگرام در آدرس web.whatsapp.com قرار گرفته است.

واتس‌آپ وب به‌طور ساده و البته سریع طراحی شده و در آن امکانات چت به‌طور کامل پیاده‌سازی شده، اما تفاوت بنیادین این

اول وب، بعد اپ

میلیون‌ها کاربر، کم‌کم و با انقلاب دستگاه‌های همراه، با ارائه نرم‌افزارهای موبایل جای خود را در دستان من و شما باز کردند. بنابراین جای تعجب نیست که همه این شبکه‌ها نسخه آنلاین کامل و به‌روزی داشته باشند، زیرا هنوز هم کاربران فراوانی از طریق مرورگرشان در شبکه‌های اجتماعی فعالیت می‌کنند.

در این شبکه‌های اجتماعی باسابقه، نسخه وب معمولا حرف اصلی را می‌زند و نرم‌افزار موبایل با

تلگرام وب

web.telegram.org



این را دیگر همه می‌دانند که تلگرام با رقمی نزدیک به ۲۳ میلیون کاربر، محبوب‌ترین پیام‌رسان در کشور ماست و نصب نرم‌افزار تلگرام جزو اولین کارهایی است که بسیاری از افراد هنگام خرید یک تلفن همراه جدید انجام می‌دهند!

اما همان‌طور که خیل عظیم کاربران این سرویس به شما خواهند گفت، تلگرام نسخه وب هم دارد و این نسخه وب را شاید بتوان یکی از بهترین معادل‌های آنلاین یک نرم‌افزار در تاریخ دانست! تلگرام وب که از آدرس web.telegram.org قابل دسترسی است، یک وب اپلیکیشن فوق‌العاده است که تقریبا هیچ چیز از نرم‌افزارش کم نمی‌آورد. محیط آن کاملا مثل نرم‌افزار طراحی شده، سرعت کارکرد آن عالی است و پیام‌ها میان نسخه وب، موبایل و دسکتاپ همگام هستند. یکی از مهم‌ترین نقاط قوت تلگرام وب آن است که به‌صورت استاندارد و بدون استفاده از ابزارهایی مانند فلش نوشته شده که اجرایش روی انواع مرورگرها را بی‌نقص می‌کند. حتی جالب است بدانید تلگرام وب دقیقا مانند نرم‌افزارش به‌طور مداوم به‌روزرسانی می‌شود.

تلگرام وب آن قدر خوب است که به راحتی بتوان آن را جایگزین نرم‌افزار کرد و تنها در چند نکته کوچک با نسخه دسکتاپ تفاوت می‌کند.

یکی از این نکات که بیشتر به چشم می‌آید، هنگام ارسال فایل‌های تصویری است که مثل نسخه موبایل و بر خلاف دسکتاپ، به شما انتخاب ارسال عادی یا بدون فشرده‌سازی داده نمی‌شود و تمام تصاویر به صورت یکسان ارسال می‌شوند.

تلگرام وب گزینه بسیار خوبی برای آنهایی است که می‌خواهند با دو حساب تلگرامی کار کنند و علاقه‌ای به استفاده از نرم‌افزارهای متفرقه ندارند. با توجه به آن که تلگرام وب در مرورگر موبایل هم به‌خوبی اجرا می‌شود، می‌توان از آن به‌عنوان یک تلگرام ثانویه در کنار نرم‌افزار موبایلی یا دسکتاپی بهره برد!

نسخه واتس‌آپ موبایل آن است که امکان برقراری تماس، چه صوتی و چه تصویری، در واتس‌آپ وب وجود ندارد و برای انجام این کار باید از طریق نرم‌افزار موبایل اقدام کرد.

علاوه بر این، یکی از نکات جالب واتس‌آپ نسخه وب را همان هنگام ورود به آن می‌بینید: به جای آن که شماره موبایل خود و سپس کد دریافتی را وارد کنید، واتس‌آپ از شما می‌خواهد کد QR را که روی صفحه نمایش داده می‌شود با نرم‌افزار واتس‌آپ گوشی‌تان اسکن کنید و به محض اسکن این کد، در صفحه وب وارد حسابتان می‌شوید!

اینستاگرام در مرورگر

instagram.com



اینستاگرام اوایل محبوبیت چندانی نداشت و فقط مورد استفاده آدم‌های مشهور یا کسانی بود که عکس غذایشان را به اشتراک می‌گذاشتند! اما این قضیه بسرعت تغییر کرد و امروزه اینستا تبدیل به چارچوب پیش‌فرض ارتباط اجتماعی از طریق تصاویر شده است. بماند که حجم عظیمی از تبلیغات تصویری هم از طریق این شبکه صورت می‌پذیرد.

تیم اینستاگرام (که اکنون جزئی از فیس‌بوک است) تمرکز اصلی‌شان روی تجربه کاربری این شبکه روی تلفن‌های همراه و تبلت است و بر همین اساس هم اینستاگرام نسخه دسکتاپ ندارد. ولی در مورد وب چطور؟ نسخه وب اینستاگرام عملا همان سایتش یعنی instagram.com است که در آن با ورود به حساب کاربری خود می‌توانید از سرویس آنلاین این شبکه استفاده کنید.

اینستاگرام آنلاین از اساس با نسخه موبایل آن متفاوت است و این تفاوت ذاتی در نبود یک ویژگی کلیدی خود را نشان می‌دهد: ارسال عکس. بله، اینستاگرام وب عملا برای مشاهده تصاویر ایجاد شده و نه ارسال آنها! بنابراین گزینه‌ای هم برای این کار وجود ندارد. البته اینستا سعی کرده که به جز ایجاد پست و ارسال عکس، دیگر موارد موجود در موبایل، در وب هم معادل‌سازی شوند و در این کار تا حد خوبی موفق عمل کرده است. در سایت اینستاگرام می‌توانید پروفایل و پست‌هایتان را ببینید (البته قسمت پست‌های ذخیره شده به طرز عجیبی غایب است)، پروفایل‌تان را ویرایش کنید، روی پست‌ها کامنت بگذارید و خلاصه تقریبا هر کاری که در جز ارسال یا ویرایش پست!

تمام اهمیت آن در جایگاه بعدی قرار می‌گیرد. این را از نام دامنه این شبکه‌ها هم می‌توانید متوجه شوید: web.facebook.com یا web.twitter.com. بلکه همان facebook.com و twitter.com نداریم، بلکه همان شبکه اجتماعی مورد نظر هستند. علاوه بر این، هیچ‌کدام از این شبکه‌ها نیازی به ایجاد نرم‌افزار دسکتاپ نیز حس نمی‌کنند، بنابراین همه چیز یا در وب است یا روی تلفن همراه و تبلت.

امروزه نرم‌افزارهای شبکه‌های اجتماعی آنچنان به‌سرعت فراگیر شده‌اند که بسیاری تقریبا فراموش کرده‌اند که روزگاری خبری از اپ شبکه‌های اجتماعی روی تلفن‌های همراه نبود و همه چیز در وب خلاصه می‌شد!

فیس‌بوک، گوگل پلاس، توئیتر و لینکدین که بزرگ‌ترین شبکه‌های اجتماعی دنیا به شمار می‌روند، همگی از فضای آنلاین شروع به کار کردند و پس از موفقیت در جذب



کارگاه



اگر مطلب

این صفحه را

می‌پسندید،

عدد ۶۱۹۷

را به شماره

۳۰۰۱۱۲۲۶

پیامک کنید

گجت لیزری برای دوچرخه سواران

صالح سپهری فر

دوچرخه سواران، شیوه‌ای سالم برای مسافرت‌های درون شهری به شمار می‌رود. با وجود این، این فعالیت کاملاً ایمن نیست و هر ساله هزاران نفر از دوچرخه سواران دچار تصادف می‌شوند. این بار یک شرکت معروف تولیدکننده تایر دست به کار شده و سامانه‌ای برای جلوگیری از این سوانح طراحی کرده است. بایکاسفیر (bikesphere) یک گجت مجهز به دو حسگر مجاورت و نور است و روی دسته دوچرخه نصب می‌شود. اگر دوچرخه سوار در شب به وسیله نقلیه دیگری نزدیک شود، لامپ لیزری این دستگاه، حلقه‌هایی قرمز را روی زمین تشکیل می‌دهد تا هشدار می‌دهد دوچرخه سوار و نیز راننده وسیله دیگر داده شود. هر قدر فاصله بین این دو کمتر شود، این نور نیز شدیدتر خواهد شد. بایکاسفیر در طول روز نیز مانند یک لامپ معمولی دوچرخه عمل کرده و در صورت ورود دوچرخه سوار به محیط‌های کم نور، به صورت خودکار روشن می‌شود.



اسپیکری متفاوت

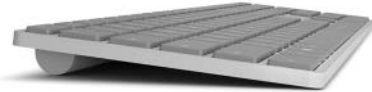
یکی دو سالی است که بازار اسپیکرهای بیسیم بلوتوثی به شدت داغ شده و به همین دلیل، شرکت‌های مختلف سازنده این گجت سعی می‌کنند با پرداختن به برخی جزئیات و ویژگی‌ها، محصولی متفاوت از دیگران ارائه دهند. استروم‌تروپر (Stromtrooper) یکی از این محصولات است. ظاهر این گجت کوچک با الهام‌گیری از فیلم معروف جنگ ستارگان طراحی شده است. استروم‌تروپر دارای یک میکروفون است و به این ترتیب پس از اتصال بیسیم دستگاه به گوشی هوشمند، با استفاده از آن می‌توان تماس تلفنی برقرار کرد.



یکی دیگر از ویژگی‌های جالب استروم‌تروپر، امکان بهره‌گیری از آن برای گرفتن عکس سلفی است. برای این کار نیز کافی است ارتباط این گجت با گوشی را برقرار کنیم و سپس با فشار دادن دکمه‌ای که روی بدنه استروم‌تروپر قرار گرفته، عکس سلفی بگیریم. استروم‌تروپر ۳۲ دلاری دارای توان ۲ وات بوده و با هر بار شارژ تا چهار ساعت کارکرد دارد.

صفحه کلید مدرن مایکروسافت

شرکت مایکروسافت از چند سال پیش با تمام توان خود وارد حوزه سخت‌افزار شد. یکی از محصولات این شرکت که مدتی پیش وارد بازار شد، صفحه کلید سرفیس (Surface Keyboard) بود که نظر مساعد بسیاری از کاربران را به خود جلب کرد. این شرکت بتازگی صفحه کلید جدیدی را معرفی کرده که از مزیت‌هایی نسبت به محصول قبلی برخوردار است. کیبورد مدرن مایکروسافت (Microsoft Modern Keyboard) به یک حسگر اثر انگشت مجهز است. این حسگر که در محل دکمه ویندوز قرار دارد، می‌تواند هویت کاربر را تعیین کند. این ویژگی در ویندوز ۱۰ کاربرد دارد. کاربر به راحتی می‌تواند این صفحه کلید را از طریق کابل یا به صورت بیسیم به رایانه خود متصل کند. البته این محصول جدید فقط برای سیستم‌عامل مایکروسافت طراحی نشده و کاربران مکینتاش و اندروید نیز می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. مایکروسافت این گجت را به قیمت ۱۳۰ دلار به بازار عرضه می‌کند.



فناوری‌های نو

نجات جان بیماران با پهپاد

براساس آمارها، فقط ۱۰ درصد از کسانی که در خارج از محیط بیمارستان دچار ایست قلبی می‌شوند، زنده می‌مانند. در واقع، انتقال دیر هنگام این افراد به مراکز درمانی یا حضور دیر هنگام آمبولانس عامل اصلی این مرگ‌ومیرها به شمار می‌رود، اما شاید بتوان از فناوری‌های نوین برای حل این مشکل استفاده کرد. یک شرکت سوئدی سازنده پهپاد بتازگی از محصولی جدید رونمایی کرده که می‌تواند جان افراد مبتلا به عارضه‌های قلبی را نجات دهد. این پهپاد، دستگاه شوک الکتریکی خودکار خارجی را به محلی که بیمار در آن قرار دارد، منتقل می‌کند. آزمایش میزان کارایی این پهپاد در ۱۸ پرواز مختلف نشان داد که این گجت به صورت متوسط چهار برابر سریع‌تر از آمبولانس در محل حاضر می‌شود. البته هنوز مشکلاتی در استفاده گسترده از این فناوری وجود دارد. برای نمونه، هنوز مشخص نیست آیا نیروی ماهری در محل برای استفاده از این دستگاه وجود دارد یا خیر.



دستیار هوشمند برای خانه

یک استارت‌آپ آلمانی محصولی جدید به نام کووی (COVI) طراحی کرده که کاربردهای زیادی برای کاربران خانگی دارد. این گجت مشابه محصولاتی دیگر نظیر آمازون اکو است و می‌تواند به انواع تجهیزات هوشمند خانگی دیگر متصل شده و آنها را مدیریت کند. همچنین کاربر می‌تواند دستورات خود را به صورت صوتی به کووی اعلام کند یا سوالاتی از آن بپرسد. کووی با اتصال به اینترنت، پاسخ این سوالات را می‌یابد. این گجت دارای اسپیکر بوده و از قابلیت پخش موسیقی مورد نظر کاربر و نیز آخرین اعلانات دریافتی در گوشی هوشمند هم برخوردار است. کووی در نگاه اول شبیه به یک آباژور است. سامانه درونی این گجت به گونه‌ای است که نور تولید شده توسط لامپ کووی می‌تواند بر اساس نیاز کاربر تغییر کند. نرم‌افزار این محصول متن‌باز بوده و توسعه‌دهندگان در سراسر دنیا می‌توانند برای بهبود آن اقدام کنند.



ماوس پد برای شارژ بیسیم

شاید شما نیز مانند بسیاری دیگر از کاربران ترجیح دهید از ماوس بیسیم استفاده کنید. با وجود این که ماوس‌های بیسیم طرفداران زیادی دارد، اما همچنان یکی از اصلی‌ترین مشکلات استفاده از آنها پابرجاست که آن هم محدود بودن انرژی باتری آنها و امکان تمام شدن زودهنگام آن است. در این میان، شرکت لاجیتک (Logitech) که در زمینه تولید انواع ماوس و کیبورد پیش‌تاز است، از محصولی جدید رونمایی کرده که شاید این مشکل را برای همیشه حل کند. ماوس پد جدید این شرکت می‌تواند ماوس قرار گرفته روی آن را به صورت بیسیم شارژ کند. این محصول قرار است تا اواسط تابستان امسال به قیمت ۱۰۰ دلار به بازار عرضه شود. افزون بر این، لاجیتک قرار است دو ماوس دیگر با نام‌های G903 و G703 را نیز به ترتیب با قیمت ۱۵۰ و ۱۰۰ دلار تولید کند که با این ماوس پد سازگاری دارند.



ربات هوشمند علف‌کش

علف‌های هرز تقریباً در هر باغ و باغچه‌ای وجود دارد. با وجود این، از بین بردن آن نیازمند استفاده از مواد سمی علف‌کش یا کار فیزیکی است که البته هر دو روش، مشکلات و دردسرهای خاص خود را دارد. ربات ترتیل (Tertill) با هدف هوشمندسازی این کار و البته کاهش هرچه بیشتر آسیب به محیط‌زیست طراحی شده است. این ربات با انرژی خورشیدی کار می‌کند و استفاده از آن بسیار ساده است. کافی است این گجت را در باغ مورد نظر قرار داده و آن را روشن کنیم. این گجت به صورت خودکار در زمین مورد نظر حرکت کرده و هر نوع گیاه با ارتفاع کمتر از یک اینچ را قطع می‌کند. همچنین پس از اتمام شارژ این ربات، باتری آن با استفاده از نور خورشید به صورت خودکار دوباره شارژ می‌شود. کاربر از طریق اپلیکیشن ویژه‌ای که برای ربات ترتیل تهیه شده، می‌تواند آمار عملکرد این دستگاه را در بازه‌های زمانی مورد نظر دریافت کند.



اگر مطالب این صفحه را می‌پسندید، عدد ۶۱۹۸ را به شماره ۳۰۰۰۱۱۲۲۶ پیامک کنید



@clickjamejam



ما را در فضای مجازی دنبال کنید

نظرات و پیشنهادات خود را درباره مطالب کلیک به نشانی تهران - بلوار میرداماد - جنب مسجد الغدير - روزنامه جام‌جم یا پست الکترونیکی click@jamejonline.ir بفرستید و یا به شماره ۳۰۰۰۱۱۲۲۶ پیامک بزنید.

