

Digital Future

پرونده دیجیتال

الفبای وب سایت

الف - دامنه (Domain)

همانطور که هر شخص یا شرکتی مشخصات منحصر به فردی مانند اسم، آدرس و یا آرم دارد، هر فرد یا شرکتی برای حضور در اینترنت (داشتن وب سایت) باید یک نام و آدرس مجزا برای خود داشته باشد. این آدرس مجزا و انحصاری اصطلاحاً با نام «دامنه» شناخته می شود. برای سایت های شخصی و خانوادگی می توانید از اسم و اسم فامیل خود به عنوان دامنه تان استفاده کنید به عنوان مثال:

yourname-familyname.com

برای وب سایت های تجاری دو راهکار وجود دارد:

۱- چنانچه می خواهید راحت در خاطر بمانید، در جستجوگرهای اصلی باشید و مراجعه کنندگان زیادی داشته باشید، باید دامنه خود از کلمات کلیدی کوتاه، معنی دار یا مخفف استفاده کنید.

۲- اگر تجارت شما جهانی نیست و یک تجارت محلی است، پس مراجعه کننده ناشناس برای شما اهمیتی ندارد، می توانید از اسم شرکت خود استفاده کنید.

هر دامنه با آدرس وب دو بخش دارد:

۱- Label: یا نام که می تواند تا ۶۳ حرف یا رقم باشد.

۲- Extension: یا دنباله که بعد از نقطه (dot) می آید و رایج ترین آنها، .com، .net، یا .org است.

ب- میزبانی وب (Hosting)

میزبانی وب به سرویس دهنده ای گفته می شود که میزبانی صفحات وب را برعهده دارد. در واقع میزبانی است که به دامنه شما سرویس دهی می کند، مانند اختصاص فضا، ایمیل و ...

میزبان خوب باید ویژگی های زیر را داشته باشد:

۱- سرعت بالا ۲- رعایت استانداردهای بین المللی ۳- امنیت بالا ۴- سیستم پشتیبانی فنی فعال، با تجربه و همیشه آماده

برای انتخاب نوع سرویس میزبان برای دامنه خود باید معیارهای زیر را در نظر بگیرید:

۱- میزبان فضا را متناسب با حجم سایت (فایلهای بانک اطلاعاتی و ...) انتخاب کنید.

۲- در صورتی که سایت شما بازدید کننده های زیادی داشته باشد، باید به پهنای باند (Bandwidth) اختصاص یافته توجه کنید.

میزبانی وب رایگان

شرکت هایی وجود دارند که میزبانی وب رایگان در اختیار شما قرار می دهند. این بدین معنیست که آنها خدمات رسانه ای رایگان در اختیار شما می گذارند و به شما اجازه می دهند تا وب سایت خود را طراحی کنید. این میزبان ها معمولاً فضای کمی را در اختیارتان می گذارند، به این معنی که شما تنها می توانید وب سایت های ساده و کوچکی را طراحی کنید. این شرکت ها، تبلیغاتی را برای کسب درآمد خود در وب سایت شما قرار می دهند.

میزبان وب شخصی

خرید فضای (میزبان) یک وب سایت شخصی به صورت اشتراکی از سرویس دهنده ها رایج ترین نوع عملیات میزبانی است. برای اینکار شما به یک سرویس دهنده مراجعه می کنید و هزینه ای معقول و بسته به فضا و امکاناتی که استیجاری می کنید، پرداخت می کنید. پس می توانید وب سایت خود بر روی سرورهای آن سرویس دهنده قرار دهید.

خدمات رسانهای وب اختصاصی

اگر روزی تجارت شما بالا گرفت و بازدید کنندگان وب سایتتان افزایش یافت لازم است یک سرور اختصاصی از خدمات رسانها استیجاری کنید. این نوع از میزبانی معمولاً قابل اطمینان و پرسرعت، اما طبیعتاً پرهزینه است.

افسانه آراسته پور



میهمان شدن در دنیای بدون مرز اینترنت نیاز به میزبان دارد. اگر شما هم سائیتی دارید که می خواهید همه از آن استفاده کنند، باید میزبانی داشته باشید که شما را در این شبکه جهانی قرار دهد. امروزه hosting یا میزبانی وب یکی از صنایع مهم در حوزه رایانه به شمار می آید. در کشور ما هم ۱۰ سال است که این صنعت ظهور یافته و به پیشرفت هایی هم رسیده است، اما هنوز نمی تواند با بازارهای جهانی رقابت کند. پهنای باند موسوی یکی از پیشازان صنعت hosting در ایران است که پاسخگوی سوالات ما در این زمینه خواهد بود:

میزبان های ایرانی

صنعت hosting در ایران چقدر موفق بوده است؟

hosting در ایران خیلی گسترده نیست. سال ۷۶ که ما شروع کردیم، هنوز در ایران شرکت hosting وجود نداشت. آن زمان ما هم از شرکت های خارجی می گرفتیم و به مشتری می دادیم. با محدودیت های زیادی هم رو به رو بودیم. به تدریج خودمان server گرفتیم و host راه انداختیم. از آن زمان مشکلاتمان خیلی کمتر شده است و راحت تر می توانیم به مشتری سرویس دهیم.

یعنی host ایرانی از انواع خارجی بهتر است؟

بی شک در بحث فناوری آنها از ما بالاترند، اما host ایرانی برای کاربر داخلی مزیت های ویژه ای دارد. از وقتی مراکز مخابرات با فیبر نوری به هم وصل شده اند، سرعت سایت هایی که host ایرانی دارند بیشتر از host های خارجی است. البته این فقط

برای کاربر داخل ایران صادق است. علاوه بر این وقتی با host ایرانی به مشتری سرویس می دهیم، بهتر می توانیم امنیت آن را تامین کنیم یا با هزینه کمتری به مشتری back up می دهیم. سرویس back up خارجی هم گران تر است و هم گرفتن آن زمان بیشتری می برد.

پس چرا مردم هنوز به host ایرانی اعتماد ندارند؟ بی اعتمادی مردم به محصولات ایرانی منحصر به host نیست. بیشتر مردم فکر می کنند هر چیزی خارجی اش بهتر است. اگر به خیلی از کسانی که از host ایرانی استفاده می کنند، نگوئیم، متوجه نمی شوند host ایرانیست.

چرا host و server ایرانی نمی تواند پاسخگوی سایت های پربیننده باشد؟

ما به سایت هایی که بیننده زیادی دارند، پیشنهاد

می کنیم از سرویس ویژه استفاده کنند. در سرویس عادی روی هر ۸۰۰ server تا ۹۰۰ host می دهیم، اما در سرویس ویژه این تعداد را به ۶۰ می رسانیم. این سرویس، گران تر از نوع عادیست اما امنیت و خدمات بیشتری هم دارد. حتی اگر سائیتی مخاطبش بیش از این باشد، توصیه می شود از server اختصاصی استفاده کند. در کشورهای پیشرفته هم اگر سائیتی خیلی پربیننده باشد، باید از سرویس های ویژه استفاده کند تا برای سایت های دیگر مزاحمت ایجاد نکند.

host ایرانی می تواند با بازارهای جهانی رقابت کند؟ بی شک نمی توانیم با کشورهای مثل آمریکا، انگلیس و آلمان که سابقه طولانی در این صنعت دارند رقابت کنیم. hosting در ایران هنوز هم صنعت تازه ای است. از نظر فناوری آنها پیشرفته تر از ما هستند. ما هنوز در کشورمان یک data center واقعی که استانداردهای جهانی در آن رعایت شده باشد نداریم. امیدواریم که بتوانیم در آینده نزدیک چنین مرکزی را در ایران راه اندازی کنیم.

منظورتان از استانداردهای data center چیست؟

چنین مرکزی باید زیر زمین ساخته شود، سیستم های اطفای حریق پیشرفته داشته باشد و تا ۱۰ ریزش مقاومت در برابر زلزله داشته باشد.

آیا صنعت hosting در ایران صنعت درآمدزایی است؟

این صنعت در ایران هنوز نمی تواند به تنهایی درآمدزا باشد؛ بعضی شرکت های کوچک وارد این صنعت شده اند که سرویس های با کیفیت پایین را با قیمت ارزان ارائه می دهند و بازار را آشفته می کنند. یعنی مشتری متوجه تفاوت در کیفیت نمی شود؟

در بحث کیفیت یکی از استانداردها، مشتری است. بی شک مشتری تفاوت ها را احساس می کند. اما خیلی از کسانی که برای اولین بار می خواهند host بگیرند، فقط دنبال سرویس های ارزان هستند. بنفشه رحمانی

حدود ۵ ماه طول کشید، اما گوگل فارسی بعد از ۹ ماه آنلاین شد. چون می بایست تمام آن مطالب بازیابی می شد.

به گفته وی گوگل فارسی فقط محتویات سایت گوگلش فارسی است و نه نتیجه جستجو یعنی اگر یک کلمه کلیدی را در فارسی جستجو کنید و بعد همان را در گوگل انگلیسی بجوید، از نظر تعداد هیچ تفاوتی نمی بینید: تنها موضوع این است که در گوگل فارسی نتیجه جستجو براساس زبان فارسی مرتب می شود، یعنی سایت های فارسی اول نشان داده می شوند. گفتنی است در این پروژه باید صفحه اصلی موتور جستجوگر و نیز صفحات راهنمای گوگل فارسی سازی می شد؛ همچنین ایجاد نوار ابزار فارسی گوگل، نصب نوار ابزار گوگل به زبان فارسی، فایل های منابع نوار ابزار گوگل، صفحه راهنمای نوار ابزار گوگل و پروژه جستجوگر بی سیم گوگل در این پروژه در دستور کار بود.

گوگل برای جذب کاربران بیشتر، ایده های بسیار جالبی هم دارد که قرار دادن لوگوی نوروژ باستانی در شروع نوروژ یکی از این ایده هاست. در این لوگو یک سفینه هفت سین تمام عیار ایرانی شامل سیب و سماق و سرکه و سمنو و سبزه و سکه و یک جبه سیر به همراه یک شاخه سنبل، یک تنگ با دو ماهی قرمز، چند تخم مرغ رنگی و دو شمعدان روشن دورتادور نام گوگل را احاطه کرده بودند. گرچه جعفر دیل، سخنگوی تیم پروژه فارسی سازی گوگل، معتقد است ایمیل ها و به ویژه پیگیری های شخصی وی در این مورد بسیار تاثیر داشته است. او همچنین خاطر نشان کرد که از بین ۲۸ لوگویی که برای گوگل فرستاده شده بود و آن ها برای لوگوی نوروژی مناسب تشخیص داده بودند، ۳ لوگو از ایران و ۲۵ لوگو هم از تاجیکستان ارسال شده بود. در آستانه نهمین سالگرد به راه اندازی گوگل و به پاس جستجوهای خوب و تمام سرویس هایی که به ما ارائه می دهد و نیز در جواب لوگوی نوروژی گوگل (!) ما هم از طرف تمام ایرانی ها تولد ۹ سالگی اش را تبریک می گوئیم.

گوگل تولد مبارک

فریبا فرهادیان

گوگل و نگاه آن به ایران و فرهنگ ایرانی

گوگلی از جنس فارسی



خیلی از ما به محض باز کردن صفحه اینترنت وارد سایت گوگل می شویم. شاید ۹ سال پیش که شرکتی با نام گوگل راه اندازی می شد، دست اندرکاران آن زیاد هم امیدوار به دیدن چنین روزی نبودند: روزی که موتور جستجوی آن ها یکی از اصلی ترین و کاربردی ترین موتور جستجوهای اینترنت باشد و یا این که میلیون ها نفر روزانه از سایت آن ها بازدید کنند. البته توجه به ریشه نام گوگل که برگرفته از کلمه Googol به معنی "یک عدد یک و صد صفر در جلوی آن" است، نشان می دهد که دست اندرکاران این موتور جستجو از همان روز اول راه اندازی قصد داشته اند سرویس ها، اهداف، اطلاع رسانی و اطلاعات خود را تا رسیدن به این عدد در جهان وب گسترش دهند.

گوگل تنها کمی بعد از راه اندازی سایت خود به فکر سرویس دادن به زبان های مختلف دنیا افتاد تا به این ترتیب توجه کاربران بیشتری را به خود جلب کند. در سال ۲۰۰۱ برای ترجمه مطالب سایت خود به چند زبان که فارسی هم جزو آن ها بود، درخواست همکاری کرد. در آن زمان ۵ یا ۶ ایرانی داوطلب این کار شدند و کار ترجمه به سرعت پیش رفت. شهریار فکری که خود یکی از این مترجمین بوده و به تنهایی ۷۰ درصد مطالب را ترجمه کرده است، می گوید: کار ترجمه برای من در