



کسب درآمد از اینترنت

حمیدرضا علی میرزائی

1mirza.com

کسب درآمد از اینترنت

نویسنده : حمیدرضا علی میرزایی

مقدمه

به دلیل گسترش و رشد استفاده از گوشی های هوشمند و به تبع آن گسترش استفاده از اینترنت دنیای ما بیش از پیش وابسته به این تکنولوژی شده است یکی از بخش های بسیار لذیذ اینترنت فروشگاه های آن هستند این بخش ها هم برای فروشندگان پر منفعت هستند هم برای خریداران.

در کتاب حاضر نیز تلاش شده مطالبی در مورد کسب درآمد از اینترنت ارائه شود زیرا که این روزها اکثرا بسته هایی با این عنوان در اینترنت موجود هستند.

امیدوارم با خواندن این مطالب اندکی بیشتر از کسب درآمد از اینترنت بدانید.

فهرست مطالب

۱	مقدمه
۷	بخش اول
۷	مقدمات
۸	آشنایی با کامپیوتر
۸	واژه کامپیوتر Computer
۹	تعریف‌ها از کامپیوتر Computer
۱۲	تاریخچه
۱۳	رایانه‌ها چگونه کار می‌کنند ؟
۱۴	کاربردهای رایانه
۱۶	تاریخچه رایانه‌های نوین
۱۷	گونه‌های رایانه
۱۷	رایانه‌های توکار
۱۸	رایانه‌های شخصی (PC ها)

- ۲۰ نرم افزار کامپیوتر
- ۲۲ سیستم عامل OS
- ۲۳ معماری داخلی یک دستگاه رایانه - کامپیوتر
- ۲۸ شبکه
- ۲۹ اهداف ایجاد شبکه
- ۲۹ تاریخچه شبکه
- ۳۴ شبکه کامپیوتری چیست ؟
- ۳۹ مدل های شبکه
- ۴۵ انواع شبکه از لحاظ جغرافیایی
- ۴۹ تفاوت شبکه ها از لحاظ جغرافیایی
- ۴۹ انواع شبکه از لحاظ توپولوژی
- ۶۸ اینترنت
- ۶۹ اینترنت چیست؟
- ۷۰ اینترنت کجا است؟
- ۷۵ چه کسی اینترنت را ساخته؟

- ۷۷ چه کسی اینترنت را اداره می کند؟
- ۷۹ سخت افزارهای اینترنتی.
- ۸۲ پروتکل های اینترنتی چه می کنند؟
- ۸۵ وب جهان شمول چیست؟
- ۸۵ وب
- ۸۶ مرورگر وب چیست؟
- ۸۷ چه کسی مسئول وب است؟
- ۹۰ یو آر ال چیست؟
- ۹۰ سیستم نام دامنه چیست؟
- ۹۱ آیکان
- ۹۳ تاریخ اینترنت از ابتدا تا به امروز:
- ۱۱۸..... اینترنت در ایران
- ۱۳۷..... گاهشمار اینترنت در ایران
- ۱۴۰..... بخش دوم قوانین مربوط به اینترنت
- ۱۴۱..... قانون و نیاز به دانستن آن در اینترنت

- ۱۴۱..... تعریف قانون
- ۱۴۴..... اهمیت و لزوم قانون
- ۱۴۵..... نقش قانون در هدایت انسان ها
- ۱۴۶..... تأثیر قانون بر تکامل انسان ها
- ۱۴۷..... لزوم دانستن قانون و رعایت آن در استفاده از اینترنت
- ۱۴۹..... بایسته‌های حقوقی مبادلات تجاری در فضای مجازی
- ۱۵۳..... حقوق مصرف کننده و تکالیف فروشنده
- ۱۵۵..... قانون تجارت الکترونیکی
- ۱۸۴..... قانون جرائم رایانه‌ای
- ۲۰۹..... فهرست مصادیق محتوای مجرمانه
- ۲۱۶..... ثبت در سایت ساماندهی
- ۲۷۴..... بخش سوم تجارت الکترونیک
- ۲۷۵..... تاریخچه و انواع تجارت الکترونیک
- ۲۷۵..... تجارت الکترونیکی
- ۲۷۶..... تجارت چیست؟

- ۲۹۰..... تاریخچه ی تجارت الکترونیکی
- ۲۹۹..... مزایا و معایب تجارت الکترونیک:
- ۳۰۵..... انواع تجارت الکترونیک:
- ۳۱۲..... تجارت الکترونیکی در دنیا
- ۳۱۴..... رشد تجارت الکترونیک جهانی
- ۳۱۷..... تجارت الکترونیک در ایران
- ۳۲۶..... بخش چهارم راههای کسب درآمد از اینترنت

بخش اول

مقدمات

آشنایی با کامپیوتر



رایانه یا کامپیوتر دستگاهی است که برای پردازش اطلاعات تحت یک روال معین استفاده می‌شود.

واژه کامپیوتر Computer

مدتی در فارسی به کامپیوتر «مغز الکترونیکی» می‌گفتند. بعد از ورود این دستگاه به ایران در اوایل دهه ۱۳۴۰ نام کامپیوتر به کار رفت. واژه رایانه در دو دهه اخیر رایج شده و به تدریج جای کامپیوتر را می‌گیرد. واژه رایانه پارسی است و از فعل پارسی رایاندن به معنی سامان دادن و مرتب کردن آمده. معنی واژگانی رایانه می‌شود ابزار دسته‌بندی و ساماندهی. و در لغت نامه عمید رایانه را اندیشه نوین؛ ایده جدید تعریف نموده است.

اما در زبان انگلیسی طی سالیان متمادی واژه‌های هم ارزش بسیاری برای این واژه بکار می‌رفته، و کلمات دیگری نیز وجود داشته‌اند که از آنها به عنوان کامپیوتر یاد می‌شود اما معانی متفاوتی را در خود

داشته اند. یف شاعرانه تری بکار می‌رود، tölva که واژه ایست مرکب و به معنای «زن پیشگوی شمارشگر!» می‌باشد. در چینی رایانه dian nao یا «مغز برقی» خوانده می‌شود. در انگلیسی واژه‌ها و تعابیر گوناگونی استفاده می‌شود، به‌عنوان مثال دستگاه داده پرداز یا data processing machine

تعریف‌ها از کامپیوتر Computer

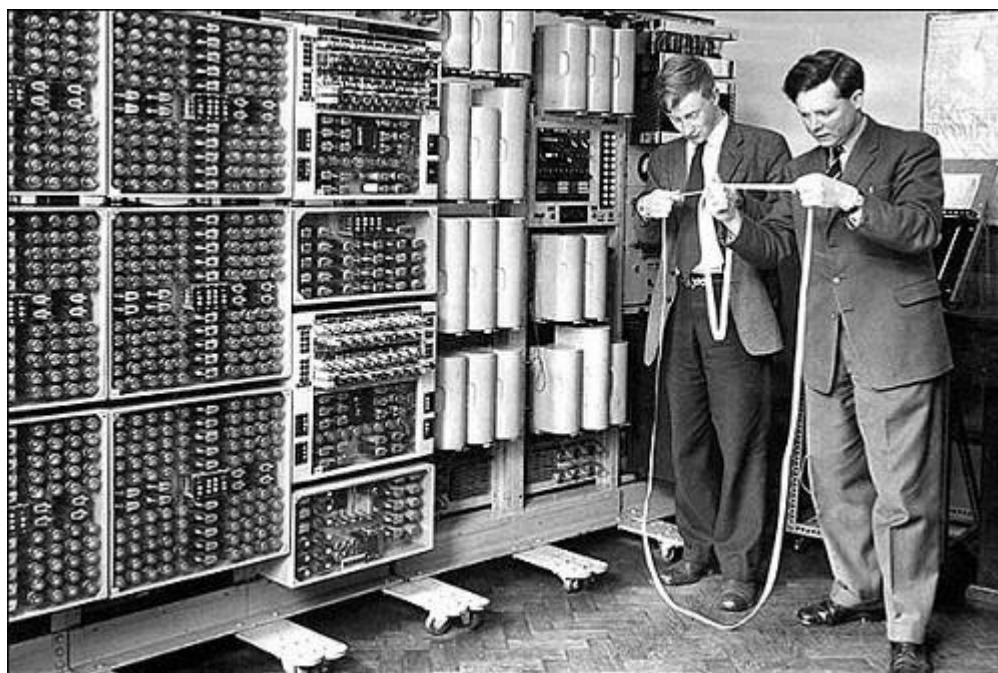


با تعریف‌های بالا می‌توان به همه ماشین‌های مکانیکی محاسبه مانند خط‌کش محاسبه و یا چرتکه نیز به همان صورت که برای ماشین‌های امروزی به کار می‌رود، رایانه گفت. البته عبارات و واژه‌های بهتری نیز می‌تواند توصیف فعالیت‌های این ماشین‌ها باشند، واژه‌هایی مانند: داده‌پرداز، سامانه‌های پردازش اطلاعات و همچنین کنترل‌گر.

در اصل کلمه کامپیوتر در زبان انگلیسی از Computer ترکیب Comput و er تشکیل شده است
 Comput به معنای محاسبه ؛ پردازش اطلاعات ترجمه می شود و با گرفتن ای ار er به صفت مفعولی
 محاسبه گر ؛ پردازشگر معنا می شود البته شاید این به دلیل کارایی ابتدایی کامپیوتر بوده است.

نیم نگاهی به سابقه و تاریخچه کامپیوتر - رایانه Computer

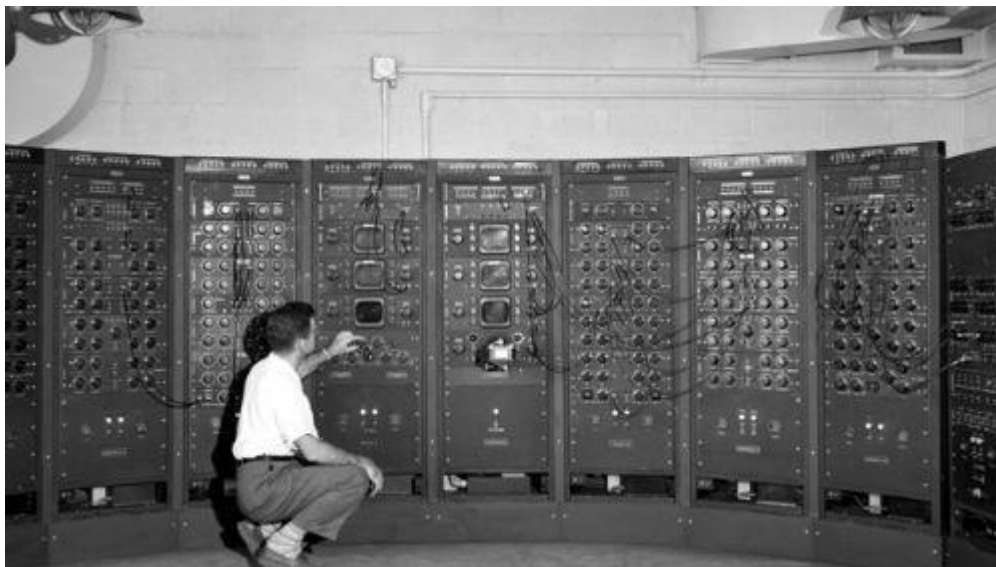
- کامپیوترهای اولیه



هنگامی که رایانه‌های امروزی را در نظر می‌گیریم، اغلب ویژگی درخور نگرشی می‌توانند تمامی ویژگی
 که در سایر دستگاهها پردازشی که اختراع می‌شوند تقلید نمایند (به هر حال یقینا با سرعت پایین تر).
 گهگاه، این آستانه قابلیت یک محک سودمند برای شناسایی «رایانه‌های همه‌کاره» از ابزارهای با کارایی
 ویژه قدیمی می‌باشد. این تعریف «همه کاره» می‌تواند بصورت رسمی در این تعریف که یک ماشین

معین باید بتواند رفتارهای ماشین تورینگ (Turing machine) را تقلید نماید، بکار گرفته شود. ماشینهایی که این نیازمندی را تأمین کرده باشند به عنوان تورینگ کامل (Turing-complete) خطاب می‌شوند. تا هنگامی که بصورت فیزیکی تأمین فضای ذخیره نامتناهی و احتمال zero crashing وجود نداشته باشد لفظ تورینگ کامل بصورت آسان گیرانه‌ای به ماشین با ظرفیت ذخیره سازی بالا (نامتناهی) و با قابلیت اطمینان واقعی، گفته می‌شود. نخستین سری از این ماشینها در سال ۱۹۴۱ بوجود آمد: Z: ۳ ساخت کونراد زوسه (Konrad Zuse) که توسط برنامه کنترل می‌شد (اما ویژگی تورینگ کامل آن در سال ۱۹۹۸ به آن داده شد). ماشین‌های دیگری نیز بصورت آشفته و با عجله در سراسر دنیا توسعه یافتند. برای اطلاعات بیشتر به تاریخچه رایانه نگاه کنید.

تاریخچه



لایبنیتز (leibniz) ریاضی‌دان آلمانی از نخستین کسانی است که در ساختن یک دستگاه خودکار محاسبه کوشش کرد. او که به پدر حسابدارش در تنظیم حساب‌ها کمک می‌کرد، از زمانی که برای انجام محاسبات صرف می‌کرد گله‌مند بود.

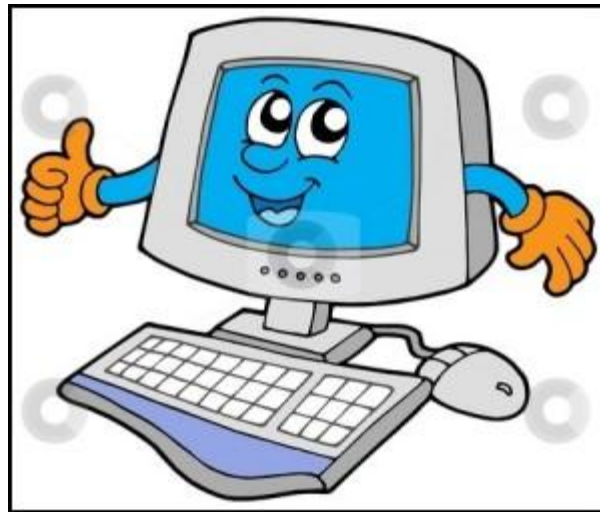
چارلز بابیج (Charles Babbage) یکی از اولین ماشینهای محاسبه مکانیکی را که به آن ماشین تحلیلی گفته می‌شد، طراحی نمود، اما بخاطر مشکلات فنی موجود در زمان حیاتش همچون ماشینی ساخته نشد(در سال ۱۹۹۳ در موزه علوم لندن مدلی که بر اساس طرح بابیج کار می‌کرد ساخته شد).

در گذشته دستگاههای مختلف مکانیکی ساده‌ای مثل خط‌کش محاسبه و چرتکه نیز کامپیوتر خوانده می‌شدند. در برخی موارد از آنها به‌عنوان رایانه‌های آنالوگ نام برده می‌شود. چراکه برخلاف رایانه‌های رقمی، اعداد را نه به‌صورت اعداد در پایه دو بلکه به‌صورت کمیت‌های فیزیکی متناظر با آن اعداد نمایش می‌دهند. چیزی که امروزه از آن به‌عنوان «رایانه» یاد می‌شود در گذشته به‌عنوان «رایانه‌های رقمی

(دیجیتال) یاد می‌شد تا آنها را از انواع «رایانه‌های آنالوگ» جدا سازد(که هنوز در برخی موارد استفاده

می‌شود مثلاً نشانک پرداز آنالوگ یا analog signal processing

رایانه‌ها چگونه کار می‌کنند ؟



از زمان رایانه‌های اولیه که از سال ۱۹۴۱ تا کنون فناوری‌های دیجیتالی بصورت شگرفی رشد نموده

است، اغلب رایانه‌ها از معماری فون نویمان که در اواخر دهه ۱۹۴۰ از سوی جان فون نویمان ابداع

گردید سود می‌جویند.

کاربردهای رایانه



نخستین رایانه‌های رقمی، با قیمت‌های زیاد و حجم بزرگشان، در اصل محاسبات علمی را انجام می‌دادند، انیاک یک رایانه قدیمی ایالات متحده اصولاً طراحی شده تا محاسبات پرتابه‌ای توپخانه و محاسبات مربوط به جدول چگالی نوترونی را انجام دهد. (این محاسبات بین دسامبر ۱۹۴۱ تا ژانویه ۱۹۴۶ روی حجمی بالغ بر یک میلیون کارت پانچ انجام پذیرفت! که این خود طراحی و سپس تصمیم نادرست بکارگرفته شده را نشان می‌دهد) بسیاری از ابررایانه‌های امروزی صرفاً برای کارهای ویژه محاسبات جنگ افزار هسته‌ای استفاده می‌گردد.

CSIR Mk I نیز که نخستین رایانه استرالیایی بود برای ارزیابی میزان بارندگی در کوه‌های اسنویی (Snowy) این کشور بکاررفت، این محاسبات در چارچوب یک پروژه عظیم تولید برقابی انجام گرفت. برخی رایانه‌ها نیز برای انجام رمزگشایی بکارگرفته می‌شد، برای مثال Colossus که در جریان جنگ جهانی دوم ساخته شد، جزو اولین کامپیوترهای برنامه‌پذیر بود (البته ماشین تورینگ کامل نبود). هرچند

رایانه‌های بعدی می‌توانستند برنامه ریزی شوند تا شطرنج بازی کنند یا تصویر نمایش دهند و سایر کاربردها را نشان دهد.

سیاستمداران و شرکتهای بزرگ نیز رایانه‌های اولیه را برای خودکارسازی بسیاری از مجموعه‌های داده و پردازش کارهایی که قبلاً توسط انسان‌ها انجام می‌گرفت، بکار بستند - برای مثال، نگهداری و بروزرسانی حسابها و دارایی‌ها. در موسسات پژوهشی نیز دانشمندان رشته‌های مختلف شروع به استفاده از رایانه برای مقاصدشان نمودند.

کاهش پیوسته قیمت‌های رایانه باعث شد تا سازمانهای کوچک‌تر نیز بتوانند آنها را در اختیار بگیرند. بازرگانان، سازمانها، و سیاستمداران اغلب تعداد زیادی از کامپیوترهای کوچک را برای تکمیل وظایفی که قبلاً برای تکمیلشان نیاز به رایانه بزرگ (mainframe) گران قیمت و بزرگ بود، به کار بگیرند. مجموعه‌هایی از رایانه‌های کوچک‌تر در یک محل اغلب به‌عنوان خادم سرا (server farm) نام برده می‌شود.

تاریخچه رایانه‌های نوین



با اختراع ریزپردازنده‌ها در دهه ۱۹۷۰ این امکان که بتوان رایانه‌هایی بسیار ارزان قیمت را تولید نمود بوجود آمد. رایانه‌های شخصی برای انجام وظایف بسیاری محبوب گشتند، از جمله کتابداری، نوشتن و چاپ مستندات. محاسبات پیش بینی‌ها و کارهای تکراری ریاضی توسط صفحات گسترده (spreadsheet)، ارتباطات توسط پست الکترونیک، و اینترنت. حضورگسترده رایانه‌ها و سفارشی کردن آسانشان باعث شد تا در امورات بسیار دیگری بکارگرفته شوند.

در همان زمان، رایانه‌های کوچک، که معمولاً با یک برنامه ثابت ارایه می‌شدند، راهشان را بسوی کاربردهای دیگری بازمی نمودند، کاربردهایی چون لوازم خانگی، خودروها، هواپیماها، و ابزار صنعتی. این پردازشگرهای جاسازی شده کنترل رفتارهای آن لوازم را ساده تر کردند، همچنین امکان انجام رفتارهای پیچیده را نیز فراهم نمودند (برای نمونه، ترمزهای ضدقفل در خودروها). با شروع قرن بیست و یکم، اغلب دستگاههای الکتریکی، اغلب حالت‌های انتقال نیرو، اغلب خطوط تولید کارخانه‌ها توسط

رایانه‌ها کنترل می‌شوند. اکثر مهندسان پیش بینی می‌کنند که این روند همچنان به پیش برود. یکی از کارهایی که می‌توان به وسیله رایانه انجام داد پروگرام گیرنده ماهواره است.

گونه‌های رایانه

البته شاید تقسیم کامپیوترها شامل موارد زیادی شود ولی در مجموع می‌توان دسته بندی اینچنین را فرض کرد.

رایانه‌های توکار

شاید این کلمه را زیاد شنیده اید خودرو فلانی کامپیوتری است یا دوربین کامپیوتری ؛ شاید به کارگیری این تعبیر زیاد مناسب نباشد اما در اصل برخی از دستگاهها و تجهیزات به یک رایانه درونی و توکار مجهزند. البته این مشمول تمام تجهیزات با پسوند کامپیوتری نمی‌شود .

در ۲۰ سال گذشته یا همین حول و حوش، هرچند برخی ابزارهای خانگی که از نمونه‌های قابل ذکر آن می‌توان جعبه‌های بازی‌های ویدیویی را که بعدها در دستگاههای دیگری از جمله تلفن همراه، دوربین‌های ضبط ویدیویی، و PDA ها و دهها هزار وسیله خانگی، صنعتی، خودروسازی و تمام ابزاری که در درون آنها مدارهایی که نیازهای ماشین تورینگ را مهیا ساخته اند، گسترش یافت، را نام برد(اغلب این لوازم برنامه‌هایی را در خود دارند که بصورت ثابت روی ROM تراشه‌هایی که برای تغییر نیاز به

تعویض دارند، نگاشته شده اند). این رایانه‌ها که در درون ابزارهای با کاربرد ویژه گنجانیده شده‌اند «ریزکنترل‌گرها» یا «رایانه‌های توکار (Embedded Computers)» نامیده می‌شوند. بنابراین تعریف این رایانه‌ها به‌عنوان ابزاری که با هدف پردازش اطلاعات طراحی گردیده محدودیتهایی دارد. بیشتر می‌توان آنها را به ماشینهایی تشبیه کرد که در یک مجموعه بزرگ‌تر به‌عنوان یک بخش حضور دارند مانند دستگاههای تلفن، ماکروفرها و یا هواپیما که این رایانه‌ها بدون تغییر فیزیکی توسط کاربر می‌توانند برای مقاصد مختلفی بکارگرفته شوند.

رایانه‌های شخصی (PC ها)



اشخاصی که با انواع دیگری از رایانه‌ها ناآشنا هستند از عبارت رایانه برای رجوع به نوع خاصی که رایانه شخصی (PC) ها) نامیده می‌شوند استفاده می‌کنند.

کامپیوتر شخصی یا پرفشنال کامپیوتر زمانی باب شد که اکثر کامپیوترهای قدیمی به صورت سوپرکامپیوترها ؛ مایم فرم ها و انواع دیگر بوده اند که بسیاری از قطعات و قسمت‌های صدها کنسول

اپراتور مانند پردازنده ؛ حافظه و واحد و به صورت متمرکز در یک ساختمان مرکزی بوده اند و اپراتور تنها یک صفحه کلید و مانیتور اختصاصی داشت تمام عملیات و اتفاقات به صورت متمرکز و با منابع مشترک انجام می شد.

تا اینکه ایده کوچک شدن کامپیوتر باعث شد که یک کامپیوتر با تمام منابع خود در اختیار اپراتور باشد یعنی حافظه ؛ پردازنده ؛ واحد محاسبات و ... بدین ترتیب این کامپیوترهای به کامپیوتر اختصاصی تغییر نمود و نام پی سی یا رایانه شخصی را به خود داد. ای بی ام اولین تولید کننده پی سی ها در جهان محسوب می شود.

- بقیه انواع کامپیوتر در زیر نمایش داده شده اند:

(۱) رایانه آنالوگ

(۲) رایانه ضربانی

(۳) ریزرایانه

(۴) رایانه خانگی کامپیوترها کوچکی بود که مانند مدل کمودر ۶۴ بدون مانیتور بود یک صفحه کلید که به یک تلویزیون معمولی وصل می شد و پردازش اختصاصی و محدود داشت . سیستم عامل کوچک مانند بیسیک داشت به دلیل کاربرد این رایانه ها در سطح غیرحرفه ای به رایانه خانگی Home computer معروف هستند.

(۵) رایانه شخصی (قبلا توضیح داده شد)

کسب درآمد از اینترنت

۶) ادم یا server

۷) رایانه کوچک

۸) رایانه پردازنده مرکزی

۹) ابررایانه

۱۰) رایانه کوانتومی

نرم افزار کامپیوتر



نرم افزار کد ها پیوسته و معنادار گفته می شود که با منطق خاص در کنار هم چیده و در نهایت باعث انجام عملیات خاص در کامپیوتر می شود.

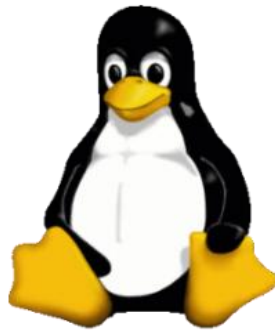
به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

هر رایانه تنها دارای یک مجموعه کم تعداد از دستورالعملهای ساده و تعریف شده می‌باشد. از انواع پرکاربردشان می‌توان به دستورالعمل «محتوای خانه ۱۲۳ را در خانه ۴۵۶ کپی کن!»، «محتوای خانه ۶۶۶ را با محتوای خانه ۰۴۲ جمع کن، نتایج را در خانه ۰۱۳ کن!»، «اگر محتوای خانه ۹۹۹ برابر با صفر است، به دستورالعمل واقع در خانه ۳۴۵ رجوع کن.»!

دستورالعمل‌ها در داخل رایانه بصورت اعداد مشخص شده‌اند - مثلاً کد دستور العمل (copy instruction) برابر ۰۰۱ می‌تواند باشد. مجموعه معین دستورالعمل‌های تعریف شده که توسط یک رایانه ویژه پشتیبانی می‌شود را زبان ماشین می‌نامند. در واقعیت، اشخاص معمولاً به [زبان ماشین] دستورالعمل نمی‌نویسند بلکه بیشتر به نوعی از انواع سطح بالای زبانهای برنامه نویسی، برنامه نویسی می‌کنند تا سپس توسط برنامه ویژه‌ای (تفسیرگرها (interpreters) یا همگردانها (compilers) به دستورالعمل ویژه ماشین تبدیل گردد. برخی زبانهای برنامه نویسی از نوع بسیار شبیه و نزدیک به زبان ماشین که اسمبلر (یک زبان سطح پایین) نامیده می‌شود، استفاده می‌کنند؛ همچنین زبانهای سطح بالای دیگری نیز مانند پرولوگ نیز از یک زبان انتزاعی و چکیده که با زبان ماشین تفاوت دارد بجای دستورالعمل‌های ویژه ماشین استفاده می‌کنند.

سیستم عامل OS



رایانه همیشه نیاز دارد تا برای بکارنداختنش حداقل یک برنامه روی آن در حال اجرا باشد. تحت عملکردهای عادی این برنامه همان سیستم عامل یا OS است. سیستم یا سامانه عامل تصمیم می‌گیرد که کدام برنامه اجرا شود، چه زمان، از کدام منابع (مثل حافظه، ورودی/خروجی و ...) استفاده شود. همچنین سیستم عامل یک لایه انتزاعی بین سخت افزار و برنامه‌های دیگر که می‌خواهند از سخت افزار استفاده کنند، می‌باشد، که این امکان را به برنامه نویسان می‌دهد تا بدون اینکه جزئیات ریز هر قطعه الکترونیکی از سخت افزار را بدانند بتوانند برای آن قطعه برنامه نویسی نمایند.

معماری داخلی یک دستگاه رایانه - کامپیوتر

معماری فون نویمن یک رایانه را به چهار بخش اصلی توصیف می کند :

■ واحد محاسبه و منطق (Arithmetic and Logic Unit) یا (ALU)

واحد کنترل یا حافظه، و ابزارهای ورودی و خروجی (که جمعاً I/O نامیده می شود). این بخش‌ها توسط اتصالات داخلی سیمی به نام گذرگاه (bus) با یکدیگر در پیوند هستند.

■ حافظه

در این سامانه، حافظه یک توالی شماره گذاری شده از خانه‌ها است، هر کدام محتوی بخش کوچکی از داده‌ها می‌باشند. داده‌ها ممکن است دستورالعملهایی باشند که به رایانه می‌گویند چه کاری را انجام دهد باشد. خانه ممکن است حاوی اطلاعات مورد نیاز یک دستورالعمل باشد.

محتوای هر خانه حافظه ممکن است هر زمان تغییر یابد و بیشتر شبیه دفتر چرک‌نویس می‌ماند تا یک لوح سنگی.

اندازه هر خانه، و تعداد خانه‌ها، در رایانه‌های مختلف متفاوت است، همچنین فناوریهای بکاررفته برای اجرای حافظه نیز از رایانه‌ای به رایانه دیگر در تغییر است (از بازپخش کننده‌های الکترومکانیکی تا تیوپها و فنرهای پر شده از جیوه و یا ماتریس‌های ثابت مغناطیسی و در آخر ترانزیستورهای واقعی و مدار مجتمعها با میلیونها خازن روی یک تراشه تنها)

پردازش ؛ واحد محاسبه و منطق یا ALU

واحد محاسبه و منطق یا ALU دستگاهی است که عملیات پایه مانند چهار عمل اصلی حساب (جمع و تفریق و ضرب و تقسیم)، عملیات منطقی (و، یا، نقیض)، عملیات قیاسی (برای مثال مقایسه دو بایت برای شرط برابری) و دستورات انتصابی برای مقدار دادن به یک متغیر را انجام می‌دهد. این واحد جاییست که «کار واقعی» در آن صورت می‌پذیرد. البته CPU ها به دو دسته کلی RISC و CISC تقسیم بندی می‌شوند. نوع اول پردازش گره‌های مبتنی بر اعمال ساده هستند و نوع دوم پردازشگرهای مبتنی بر اعمال پیچیده هستند. پردازشگرهای مبتنی بر اعمال پیچیده در واحد محاسبه و منطق خود دارای اعمال و دستوراتی بسیار فراتر از چهار عمل اصلی یا منطقی می‌باشند. تنوع دستورات این دسته از پردازنده‌ها تا حدی است که توضیحات آن‌ها خود می‌تواند یک کتاب با قطر متوسط ایجاد کند. پردازنده‌های مبتنی بر اعمال ساده اعمال بسیار کمی را پوشش می‌دهند و در حقیقت برای برنامه نویسی برای این پردازنده‌ها بار نسبتاً سنگینی بر دوش برنامه نویس است. این پردازنده‌ها تنها حاوی ۴ عمل اصلی و اعمال منطقی ریاضی و مقایسه‌ای به علاوه چند دستور بی اهمیت دیگر هستند)

قابل ذکر است پردازنده‌های اینتل از نوع پردازنده مبتنی بر اعمال پیچیده هستند..

واحد کنترل همچنین این مطلب را که کدامین بایت از حافظه حاوی دستورالعمل فعلی اجرا شونده است را تعقیب می‌کند، سپس به واحد محاسبه و منطق اعلام می‌کند که کدام عمل اجرا و از حافظه دریافت شود و نتایج به بخش اختصاص داده شده از حافظه ارسال گردد. بعد از یک بار عمل، واحد کنترل به دستورالعمل بعدی ارجاع می‌کند(که معمولاً در خانه حافظه بعدی قرار دارد، مگر اینکه دستورالعمل

جهش دستورالعمل بعدی باشد که به رایانه اعلام می‌کند دستورالعمل بعدی در خانه دیگر قرار گرفته است).

■ ورودی/خروجی ، (I/O) Input/Output

بخش ورودی/خروجی (I/O) این امکان را به رایانه می‌دهد تا اطلاعات را از جهان بیرون تهیه و نتایج آنها را به همان جا برگرداند. محدوده فوق العاده وسیعی از دستگاههای ورودی/خروجی وجود دارد، از خانواده آشنای صفحه‌کلیدها، نمایشگرها، نَرم‌دیسک گرفته تا دستگاههای کمی غریب مانند رایابین‌ها (webcams).

چیزی که تمامی دستگاههای عمومی در آن اشتراک دارند این است که آنها رمز کننده اطلاعات از نوعی به نوع دیگر که بتواند مورد استفاده سیستم‌های رایانه دیجیتالی قرار گیرد، هستند. از سوی دیگر، دستگاههای خروجی آن اطلاعات به رمز شده را رمزگشایی می‌کنند تا کاربران آنها را دریافت نمایند. از این رو یک سیستم رایانه دیجیتالی یک نمونه از یک سامانه داده‌پردازی می‌باشد.

■ معماری‌ها

در رایانه‌های معاصر واحد محاسبه و منطق (ICU) را به همراه واحد کنترل در یک مدار مجتمع که واحد پردازشی مرکزی (CPU) نامیده می‌شود، جمع نموده اند. عموماً، حافظه رایانه روی یک مدار مجتمع کوچک نزدیک CPU قرار گرفته. اکثریت قاطع بخش‌های رایانه تشکیل شده‌اند از سامانه‌های فرعی (به عنوان نمونه، منبع تغذیه) و یا دستگاههای ورودی/خروجی.

برخی رایانه‌های بزرگ‌تر چندین CPU و واحد کنترل دارند که بصورت هم‌زمان با یکدیگر در حال کارند. این‌گونه رایانه‌ها بیشتر برای کاربردهای پژوهشی و محاسبات علمی بکار می‌روند.

کارایی رایانه‌ها بنا به تیوری کاملاً درست است. رایانه داده‌ها و دستورالعمل‌ها را از حافظه اش واکشی (fetch) می‌کند. دستورالعمل‌ها اجرا می‌شوند، نتایج ذخیره می‌شوند، دستورالعمل بعدی واکشی می‌شود. این رویه تا زمانی که رایانه خاموش شود ادامه پیدا می‌کند. واحد پردازنده مرکزی در رایانه‌های شخصی امروزی مانند پردازنده‌های شرکت ای-ام-دی و شرکت اینتل از معماری موسوم به Pipeline استفاده می‌شود و در زمانی که پردازنده در حال ذخیره نتیجه یک دستور است مرحله اجرای دستور قبلی و مرحله واکشی دستور قبل از آن را آغاز می‌کند. همچنین این رایانه‌ها از سطوح مختلف حافظه نهانگاهی استفاده می‌کنند که در زمان دسترسی به حافظه اصلی صرفه جویی کنند.

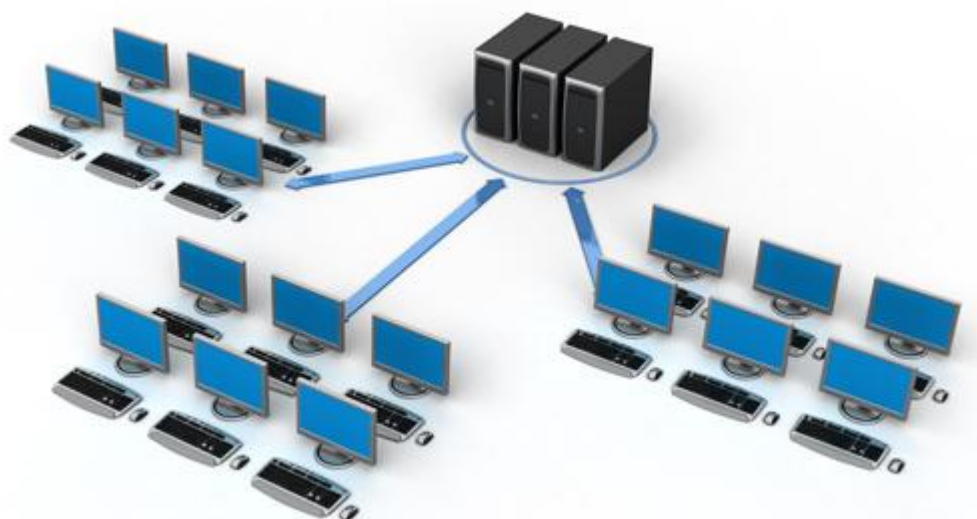
■ برنامه‌ها

برنامه رایانه‌ای فهرست‌های بزرگی از دستورالعمل‌ها (احتمالاً به همراه جدول‌هایی از داده) برای اجرا روی رایانه هستند. خیلی از رایانه‌ها حاوی میلیون‌ها دستورالعمل هستند، و بسیاری از این دستورات به تکرار اجرا می‌شوند. یک رایانه شخصی (PC) نوین نوعی (در سال ۲۰۰۳) می‌تواند در ثانیه میان ۲ تا ۳ میلیارد دستورالعمل را پیاده نماید. رایانه‌ها این مقدار محاسبه را صرف انجام دستورالعمل‌های پیچیده نمی‌کنند. بیشتر میلیون‌ها دستورالعمل ساده را که توسط اشخاص باهوشی «برنامه نویسان» در کنار یکدیگر چیده شده‌اند را اجرا می‌کنند. برنامه نویسان خوب مجموعه‌هایی از دستورالعمل‌ها را توسعه می‌دهند تا یکسری از وظایف عمومی را انجام دهند (برای نمونه، رسم یک نقطه روی صفحه) و سپس آن

مجموعه دستورالعمل‌ها را برای دیگر برنامه نویسان در دسترس قرار می‌دهند. (اگر مایلید «یک برنامه نویس خوب» باشید به این مطلب مراجعه نمایید).

رایانه‌های امروزه، قادرند چندین برنامه را در آن واحد اجرا نمایند. از این قابلیت به عنوان چندکارگی (multitasking) نام برده می‌شود. در واقع، CPU یک رشته دستورالعمل‌ها را از یک برنامه اجرا می‌کند، سپس پس از یک مقطع ویژه زمانی دستورالعمل‌هایی از یک برنامه دیگر را اجرا می‌کند. این فاصله زمانی اکثراً به عنوان یک برش زمانی (time slice) نام برده می‌شود. این ویژگی که CPU زمان اجرا را بین برنامه‌ها تقسیم می‌کند، این توهم را بوجود می‌آورد که رایانه هم‌زمان مشغول اجرای چند برنامه است. این شبیه به چگونگی نمایش فریم‌های یک فیلم است، که فریم‌ها با سرعت بالا در حال حرکت هستند و به نظر می‌رسد که صفحه ثابتی تصاویر را نمایش می‌دهد. سیستم عامل همان برنامه‌ای است که این اشتراک زمانی را بین برنامه‌های دیگر تعیین می‌کند.

شبکه



شبکه های کامپیوتری به مجموعه ای از تجهیزات (device) به هم مرتبط گفته می شود که توانایی تبادل داده و اطلاعات را با یکدیگر داشته باشند. به اعضای شبکه در اصطلاح «گره (node)» گفته می شود. دقت داشته باشید منظور از تجهیزات یا گره ، لزوماً کامپیوتر نمی باشد به عنوان مثال یک تلفن و یا چند کامپیوتر با چاپگر نیز با همدیگر می توانند تشکیل یک شبکه را بدهند. توجه داشته باشید گاهی به جای واژه ی گره از واژه ی هاست یا میزبان (host) نیز استفاده می شود.

اهداف ایجاد شبکه

در این بخش قصد پاسخگویی به این سوال را داریم که اصلا چه نیازی به شبکه های کامپیوتری هست؟

در اینجا چند مورد از مهم ترین هدف های ایجاد شبکه های کامپیوتری را مرور می کنیم.:

تاریخچه شبکه



• در سال ۱۹۵۷ نخستین ماهواره، یعنی اسپوتنیک توسط اتحاد جماهیر شوروی سابق به فضا پرتاب شد. در همین دوران رقابت سختی از نظر تسلیحاتی بین دو ابرقدرت آن زمان جریان داشت و دنیا در دوران رقابت سختی از نظر تسلیحاتی بین دو ابر قدرت آن زمان جریان داشت و دنیا در دوران جنگ سرد به سر می برد. وزارت دفاع امریکا در واکنش به این اقدام رقیب نظامی خود، آژانس پروژه های تحقیقاتی پیشرفته یا آرپا (ARPA) را تاسیس کرد. یکی از پروژه های مهم این آژانس تامین ارتباطات در

زمان جنگ جهانی احتمالی تعریف شده بود. در همین سال ها در مراکز تحقیقاتی غیر نظامی که بر امتداد دانشگاه ها بودند، تلاش برای اتصال کامپیوترها به یکدیگر در جریان بود. در آن زمان کامپیوتر های Mainframe از طریق ترمینال ها به کاربران سرویس می دادند. در اثر اهمیت یافتن این موضوع آژانس آریا (ARPA) منابع مالی پروژه اتصال دو کامپیوتر از راه دور به یکدیگر را در دانشگاه MIT بر عهده گرفت. در اواخر سال ۱۹۶۰ اولین شبکه کامپیوتری بین چهار کامپیوتر که دو تای آنها در MIT، یکی در دانشگاه کالیفرنیا و دیگری در مرکز تحقیقاتی استنفورد قرار داشتند، راه اندازی شد. این شبکه آرپانت نامگذاری شد. در سال ۱۹۶۵ نخستین ارتباط راه دور بین دانشگاه MIT و یک مرکز دیگر نیز برقرار گردید. در سال ۱۹۷۰ شرکت معتبر زیراکس یک مرکز تحقیقاتی در پالوآلتو تاسیس کرد. این مرکز در طول سال ها مهمترین فناوری های مرتبط با کامپیوتر را معرفی کرده است و از این نظریه به یک مرکز تحقیقاتی افسانه ای بدل گشته است. این مرکز تحقیقاتی که پارک (PARC) نیز نامیده می شود، به تحقیقات در زمینه شبکه های کامپیوتری پیوست. تا این سال ها شبکه آرپانت به امور نظامی اختصاص داشت، اما در سال ۱۹۲۷ به عموم معرفی شد. در این سال شبکه آرپانت مراکز کامپیوتری بسیاری از دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی را به هم متصل کرده بود. در سال ۱۹۲۷ نخستین نامه الکترونیکی از طریق شبکه منتقل گردید. در این سال ها حرکتی غیر انتفاعی به نام MERIT که چندین دانشگاه بنیان گذار آن بوده اند، مشغول توسعه روش های اتصال کاربران ترمینال ها به کامپیوتر مرکزی یا میزبان بود. مهندسان پروژه MERIT در تلاش برای ایجاد ارتباط بین کامپیوتر ها، مجبور شدند تجهیزات لازم را خود طراحی کنند. آنان با طراحی تجهیزات واسطه برای مینی کامپیوتر ۱۱-DEC-PDP-

نخستین بستر اصلی یا Backdone شبکه کامپیوتری را ساختند. تا سال ها نمونه های اصلاح شده این کامپیوتر با نام PCP یا Processor Communications Primary نقش میزبان را در شبکه ها ایفا می کرد. نخستین شبکه از این نوع که چندین ایالت را به هم متصل می کرد Michnet نام داشت. روش اتصال کاربران به کامپیوتر میزبان در آن زمان به این صورت بود که یک نرم افزار خاص بر روی کامپیوتر مرکزی اجرا می شد. و ارتباط کاربران را برقرار می کرد. اما در سال ۱۹۷۶ نرم افزار جدیدی به نام Hermes عرضه شد که برای نخستین بار به کاربران اجازه می داد تا از طریق یک ترمینال به صورت تعاملی مستقیماً به سیستم MERIT متصل شوند. این، نخستین باری بود که کاربران می توانستند در هنگام برقراری ارتباط از خود پرسند: کدام میزبان؟ از وقایع مهم تاریخچه شبکه های کامپیوتری، ابداع روش سوئیچینگ بسته ای یا Switching Packet است. قبل از معرفی شدن این روش از سوئیچینگ مداری یا Switching Circuit برای تعیین مسیر ارتباطی استفاده می شد. اما در سال ۱۹۷۴ با پیدایش پروتکل ارتباطی IP/TCP از مفهوم Switching Packet استفاده گسترده تری شد. این پروتکل در سال ۱۹۸۲ جایگزین پروتکل NCP شد و به پروتکل استاندارد برای آرپانت تبدیل گشت. در همین زمان یک شاخه فرعی بنام MILnet در آرپانت همچنان از پروتکل قبلی پشتیبانی می کرد و به ارائه خدمات نظامی می پرداخت. با این تغییر و تحول، شبکه های زیادی به بخش تحقیقاتی این شبکه متصل شدند و آرپانت به اینترنت تبدیل گشت. در این سال ها حجم ارتباطات شبکه ای افزایش یافت و مفهوم ترافیک شبکه مطرح شد. مسیر یابی در این شبکه به کمک آدرس های IP به صورت ۳۲ بیتی انجام می گرفته است. هشت بیت اول آدرس IP به شبکه های محلی تخصیص داده شده بود که به سرعت مشخص

گشت تناسبی با نرخ رشد شبکه ها ندارد و باید در آن تجدید نظر شود. مفهوم شبکه های LAN و شبکه های WAN در سال دهه ۷۰ میلادی از یکدیگر تفکیک شدند. در آدرس دهی ۳۲ بیتی اولیه، بقیه ۲۴ بیت آدرس به میزبان در شبکه اشاره می کرد. در سال ۱۹۸۳ سیستم نامگذاری دامنه ها (System Name Domain) به وجود آمد و اولین سرویس دهنده نامگذاری (Server Name) راه اندازی شد و استفاده از نام به جای آدرس های عددی معرفی شد. در این سال تعداد میزبان های اینترنت از مرز ده هزار عدد فراتر رفته بود.

استفاده از شبکه های کامپیوتری در چندین سال اخیر رشد فراوانی کرده و سازمانها و موسسات اقدام به برپایی شبکه نموده اند. هر شبکه کامپیوتری باید با توجه به شرایط و سیاست های هر سازمان ، طراحی و پیاده سازی گردد. در واقع شبکه های کامپیوتری زیر ساخت های لازم را برای به اشتراک گذاشتن منابع در سازمان فراهم می آورند؛ در صورتیکه این زیر ساختها به درستی طراحی نشوند، در زمان استفاده از شبکه مشکلات متفاوتی پیش آمده و باید هزینه های زیادی به منظور نگهداری شبکه و تطبیق آن با خواسته های مورد نظر صرف شود.

در زمان طراحی یک شبکه سوالات متعددی مطرح می شود:

- برای طراحی یک شبکه باید از کجا شروع کرد؟

- چه پارامترهایی را باید در نظر گرفت ؟

- هدف از برپاسازی شبکه چیست ؟

- انتظار کاربران از شبکه چیست ؟

- آیا شبکه موجود ارتقاء می باید ویا یک شبکه از ابتدا طراحی می شود؟

- چه سرویس ها و خدماتی بر روی شبکه ارائه خواهد شد؟

بطور کلی قبل از طراحی فیزیکی یک شبکه کامپیوتری ، ابتدا باید خواسته ها شناسایی و تحلیل شوند،

مثلا در یک کتابخانه چرا قصد ایجاد یک شبکه را داریم واین شبکه باید چه سرویس ها و خدماتی را

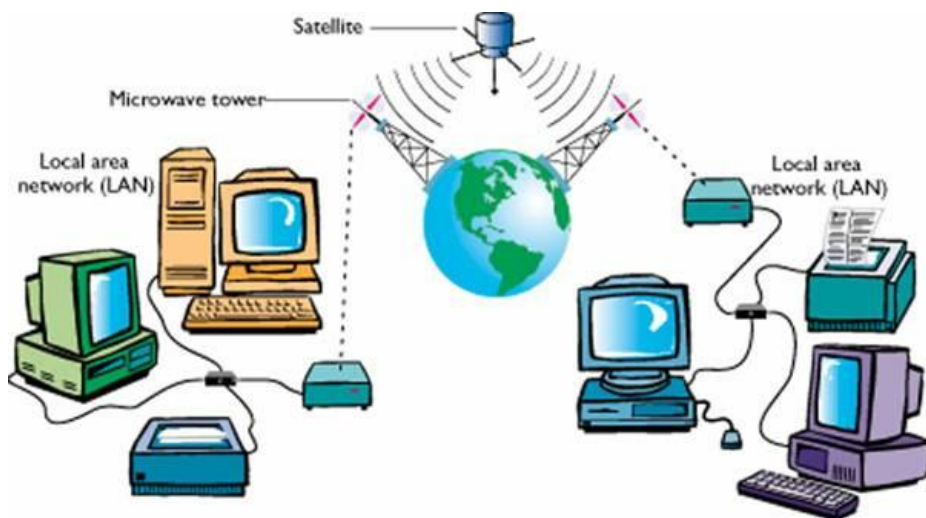
ارائه نماید؛ برای تامین سرویس ها و خدمات مورد نظر اکثریت کاربران ، چه اقداماتی باید انجام داد ؛

مسائلی چون پروتکل مورد نظر برای استفاده از شبکه ، سرعت شبکه واز همه مهمتر مسائل امنیتی شبکه

، هر یک از اینها باید به دقت مورد بررسی قرار گیرد. سعی شده است پس از ارائه تعاریف اولیه ، مطالبی

پیرامون کاربردهای عملی آن نیز ارائه شود.

شبکه کامپیوتری چیست ؟



-اساساً یک شبکه کامپیوتری شامل دو یا بیش از دو کامپیوتر و ابزارهای جانبی مثل چاپگرها، اسکنرها و مانند اینها هستند که بطور مستقیم بمنظور استفاده مشترک از سخت افزار و نرم افزار، منابع اطلاعاتی ابزارهای متصل ایجاد شده است توجه داشته باشید که به تمامی تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری موجود در شبکه منبع (Source) گویند.

در این تشریح مساعی با توجه به نوع پیکربندی کامپیوتر ، هر کامپیوتر کاربر می تواند در آن واحد منابع خود را اعم از ابزارها و داده ها با کامپیوترهای دیگر همزمان بهره ببرد.

دلایل استفاده از شبکه را می توان موارد ذیل عنوان کرد:



۱ - استفاده مشترک از منابع:

استفاده مشترک از یک منبع اطلاعاتی یا امکانات جانبی رایانه ، بدون توجه به محل جغرافیایی هریک از منابع را استفاده از منابع مشترک گویند.

۲ - کاهش هزینه:

متمرکز نمودن منابع و استفاده مشترک از آنها و پرهیز از پخش آنها در واحدهای مختلف و استفاده اختصاصی هر کاربر در یک سازمان کاهش هزینه را در پی خواهد داشت.

۳ - قابلیت اطمینان:

این ویژگی در شبکه ها بوجود سرویس دهنده های پشتیبان در شبکه اشاره می کند ، یعنی به این معنا که می توان از منابع گوناگون اطلاعاتی و سیستم ها در شبکه نسخه های دوم و پشتیبان تهیه کرد و در صورت عدم دسترسی به یک از منابع اطلاعاتی در شبکه " بعلت از کارافتادن سیستم " از نسخه های پشتیبان استفاده کرد. پشتیبان از سرویس دهنده ها در شبکه کارآیی،، فعالیت و آمادگی دائمی سیستم را افزایش می دهد.

کسب درآمد از اینترنت

۴ - کاهش زمان :

یکی دیگر از اهداف ایجاد شبکه های رایانه ای ، ایجاد ارتباط قوی بین کاربران از راه دور است ؛ یعنی بدون محدودیت جغرافیایی تبادل اطلاعات وجود داشته باشد. به این ترتیب زمان تبادل اطلاعات و استفاده از منابع خود بخود کاهش می یابد.

۵ - قابلیت توسعه:

یک شبکه محلی می تواند بدون تغییر در ساختار سیستم توسعه یابد و تبدیل به یک شبکه بزرگتر شود. در اینجا هزینه توسعه سیستم هزینه امکانات و تجهیزات مورد نیاز برای گسترش شبکه مد نظر است.

۶ - ارتباطات:

کاربران می توانند از طریق نوآوریهای موجود مانند پست الکترونیکی و یا دیگر سیستم های اطلاع رسانی پیغام هایشان را مبادله کنند ؛ حتی امکان انتقال فایل نیز وجود دارد."

در طراحی شبکه مواردی که قبل از راه اندازی شبکه باید مد نظر قرار دهید شامل موارد ذیل هستند:

۱ - اندازه سازمان

۲ - سطح امنیت

۳ - نوع فعالیت

۴ - سطح مدیریت

کسب درآمد از اینترنت

۵ - مقدار ترافیک

۶ - بودجه

مفهوم گره "Node" و ایستگاههای کاری: "Work Stations"

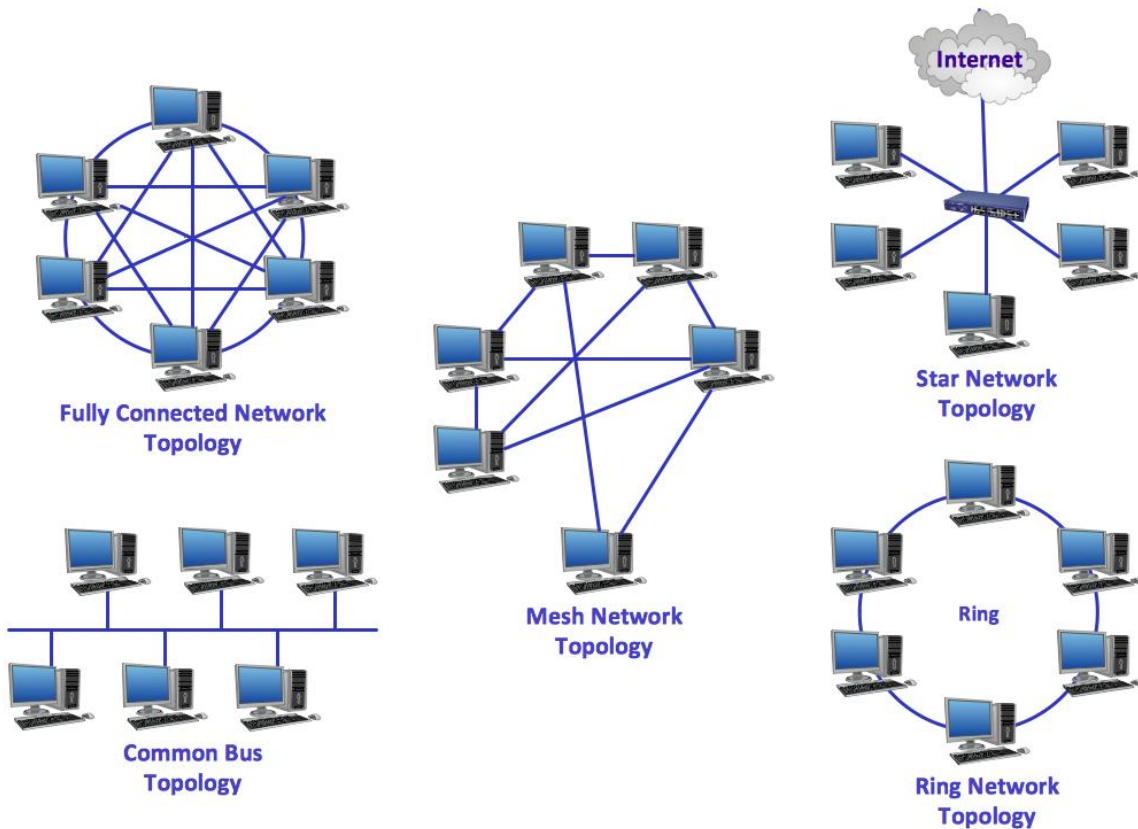


هرگاه شما کامپیوتری را به شبکه اضافه می کنید ، این کامپیوتر به یک ایستگاه کاری یا گره تبدیل می شود.

یک ایستگاه کاری ؛ کامپیوتری است که به شبکه الصاق شده است و در واقع اصطلاح ایستگاه کاری روش دیگری است برای اینکه بگوییم یک کامپیوتر متصل به شبکه است. یک گره چگونگی ارتباط شبکه یا ایستگاه کاری ویا هر نوع ابزار دیگری است که به شبکه متصل است وبطور ساده تر هر چه را که به شبکه متصل والحاق شده است یک گره گویند."

برای شبکه جایگاه و آدرس یک ایستگاه کاری مترادف با هویت گره اش است.

مدل های شبکه



- در یک شبکه ، یک کامپیوتر می تواند هم سرویس دهنده وهم سرویس گیرنده باشد. یک سرویس دهنده (Server) کامپیوتری است که فایل های اشتراکی وهمچنین سیستم عامل شبکه که مدیریت عملیات شبکه را بعهده دارد را نگهداری می کند.
- برای آنکه سرویس گیرنده " Client " بتواند به سرویس دهنده دسترسی پیدا کند، ابتدا سرویس گیرنده باید اطلاعات مورد نیازش را از سرویس دهنده تقاضا کند. سپس سرویس دهنده اطلاعات در خواست شده را به سرویس گیرنده ارسال خواهد کرد.

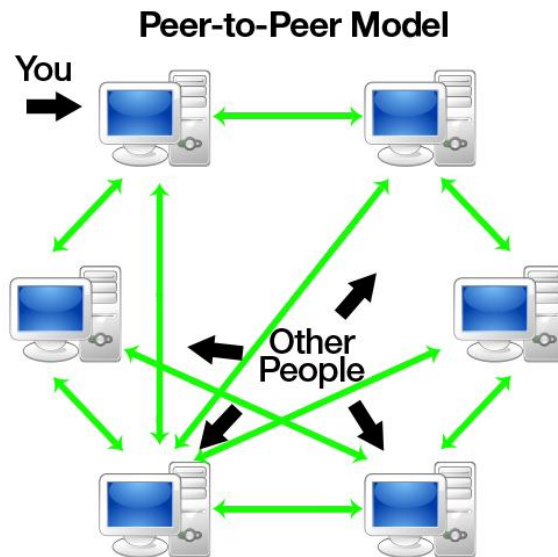
سه مدل از شبکه هایی که مورد استفاده قرار می گیرند ، عبارتند از:

۱ - شبکه نظیر به نظیر " Peer- to- Peer "

۲ - شبکه مبتنی بر سرویس دهنده " Server- Based "

۳ - شبکه سرویس دهنده / سرویس گیرنده " Client Server "

۱ - مدل شبکه نظیر به نظیر " Peer- to- Peer "



در این شبکه ایستگاه ویژه ای جهت نگهداری فایل های اشتراکی و سیستم عامل شبکه وجود ندارد.

هر ایستگاه می تواند به منابع سایر ایستگاه ها در شبکه دسترسی پیدا کند. هر ایستگاه خاص می تواند

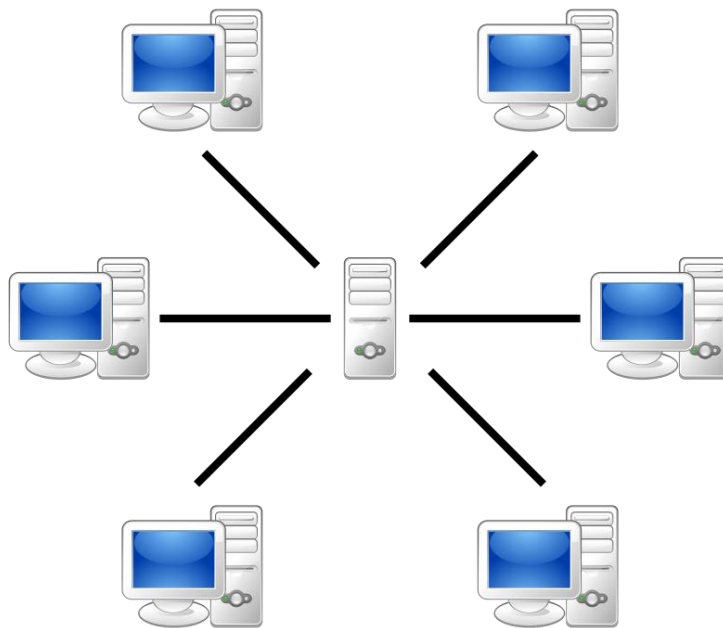
هم بعنوان Server و هم بعنوان Client عمل کند. در این مدل هر کاربر خود مسئولیت مدیریت و ارتقاء

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

دادن نرم افزارهای ایستگاه خود را بعهده دارد. از آنجایی که یک ایستگاه مرکزی برای مدیریت عملیات شبکه وجود ندارد ، این مدل برای شبکه ای با کمتر از ۱۰ ایستگاه بکار می رود.

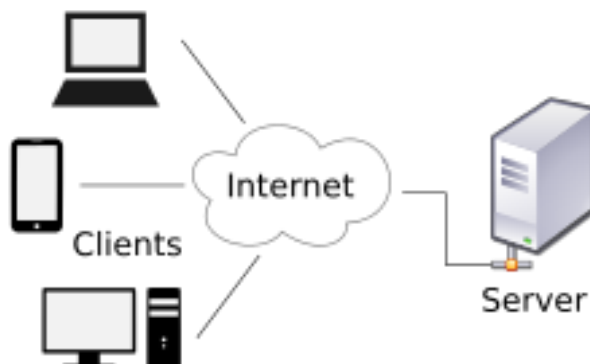
۲ - مدل شبکه مبتنی بر سرویس دهنده " Server- Based "



در این مدل شبکه ، یک کامپیوتر بعنوان سرویس دهنده کلیه فایل ها و نرم افزارهای اشتراکی نظیر واژه پردازها، کامپایلرها ، بانک های اطلاعاتی و سیستم عامل شبکه را در خود نگهداری می کند. یک

کاربر می تواند به سرویس دهنده دسترسی پیدا کرده و فایل های اشتراکی را از روی آن به ایستگاه خود منتقل کند.

۳ - مدل شبکه سرویس دهنده / سرویس گیرنده " Client Server "

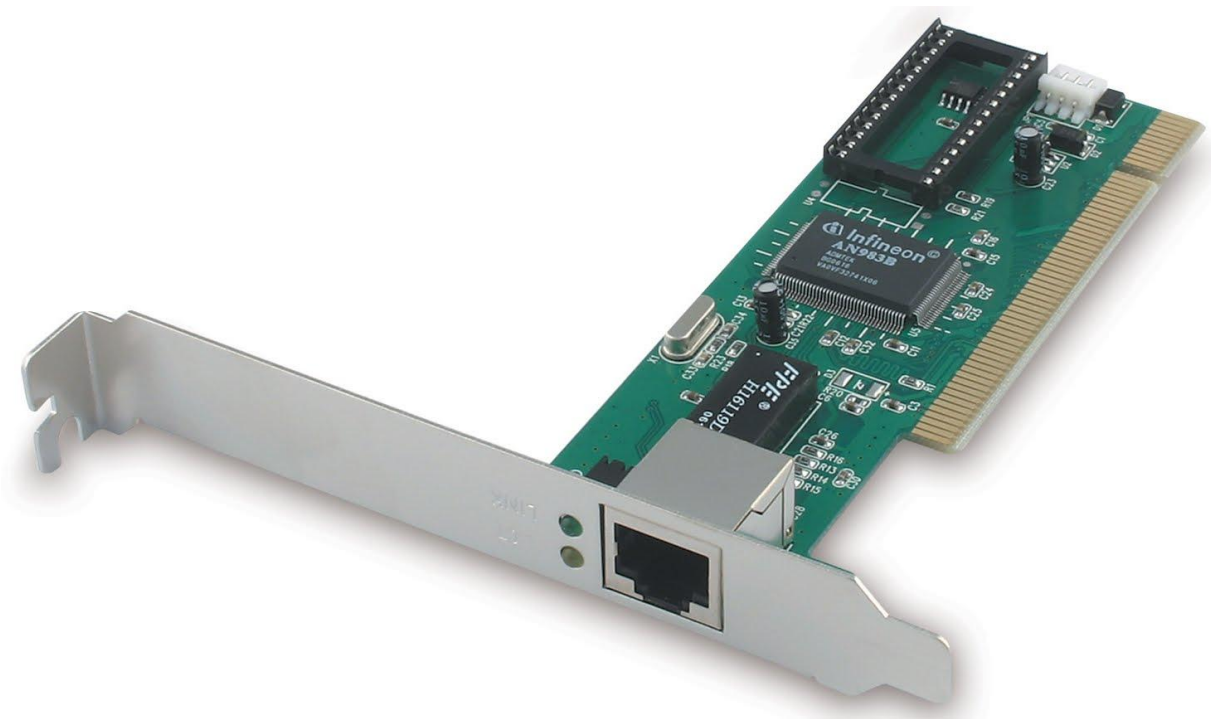


در این مدل یک ایستگاه در خواست انجام کارش را به سرویس دهنده ارائه می دهد و سرویس دهنده پس از اجرای وظیفه محوله ، نتایج حاصل را به ایستگاه در خواست کننده عودت می دهد. در این مدل حجم اطلاعات مبادله شده شبکه ، در مقایسه با مدل مبتنی بر سرویس دهنده کمتر است و این مدل دارای کارایی بالاتری می باشد.

اجزاء شبکه:

اجزا اصلی یک شبکه کامپیوتری عبارتند از:

۱ - کارت شبکه: "NIC- Network Interface Card"



برای استفاده از شبکه و برقراری ارتباط بین کامپیوترها از کارت شبکه ای استفاده می شود که در داخل یکی از شیارهای برد اصلی کامپیوترهای شبکه " اعم از سرویس دهنده و گیرنده " بصورت سخت افزاری و برای کنترل ارسال و دریافت داده نصب می گردد.

۲ - رسانه انتقال: "Transmission Medium"

رسانه انتقال کامپیوترها را به یکدیگر متصل کرده و موجب برقراری ارتباط بین کامپیوترهای یک شبکه

می شود . برخی از متداولترین رسانه های انتقال عبارتند از : کابل زوج سیم بهم تابیده - Twisted "

"Pair" ، کابل کواکسیال "Coaxial" و کابل فیبر نوری . "Fiber- Optic"

۳ - سیستم عامل شبکه: "NOS- Network Operating System"

سیستم عامل شبکه بر روی سرویس دهنده اجرا می شود و سرویس های مختلفی مانند: اجازه ورود به

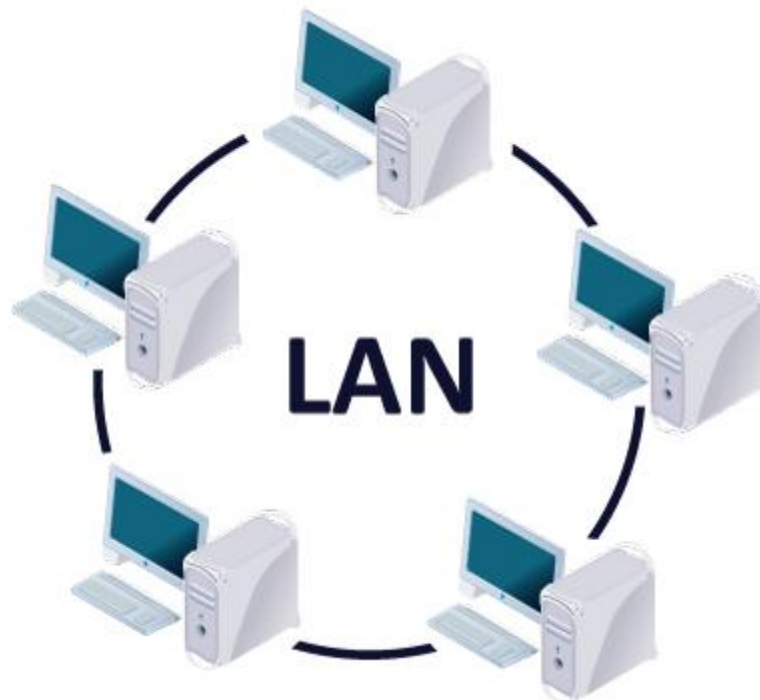
سیستم "Login" ، رمز عبور "Password" ، چاپ فایل ها "Printfiles" ، مدیریت شبکه "Net work "

"management در اختیار کاربران می گذارد.

انواع شبکه از لحاظ جغرافیایی

نوع شبکه توسط فاصله بین کامپیوتر های تشکیل دهنده آن شبکه مشخص می شود:

شبکه محلی "LAN" "Local Area Network"



ارتباط و اتصال بیش از دو یا چند رایانه در فضای محدود یک سازمان از طریق کابل شبکه و پروتکل بین رایانه ها و با مدیریت نرم افزاری موسوم به سیستم عامل شبکه را شبکه محلی گویند. کامپیوتر سرویس گیرنده باید از طریق کامپیوتر سرویس دهنده به اطلاعات و امکانات به اشتراک گذاشته دسترسی یابند. همچنین ارسال و دریافت پیام به یکدیگر از طریق رایانه سرویس دهنده انجام می گیرد.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

از خصوصیات شبکه های محلی می توان به موارد ذیل اشاره کرد:

۱ - اساسا در محیط های کوچک کاری قابل اجرا و پیاده سازی می باشند.

۲ - از سرعت نسبتا بالایی برخوردارند.

۳ - دارای یک ارتباط دائمی بین رایانه ها از طریق کابل شبکه می باشند.

اجزای یک شبکه محلی عبارتند از:

الف - سرویس دهنده

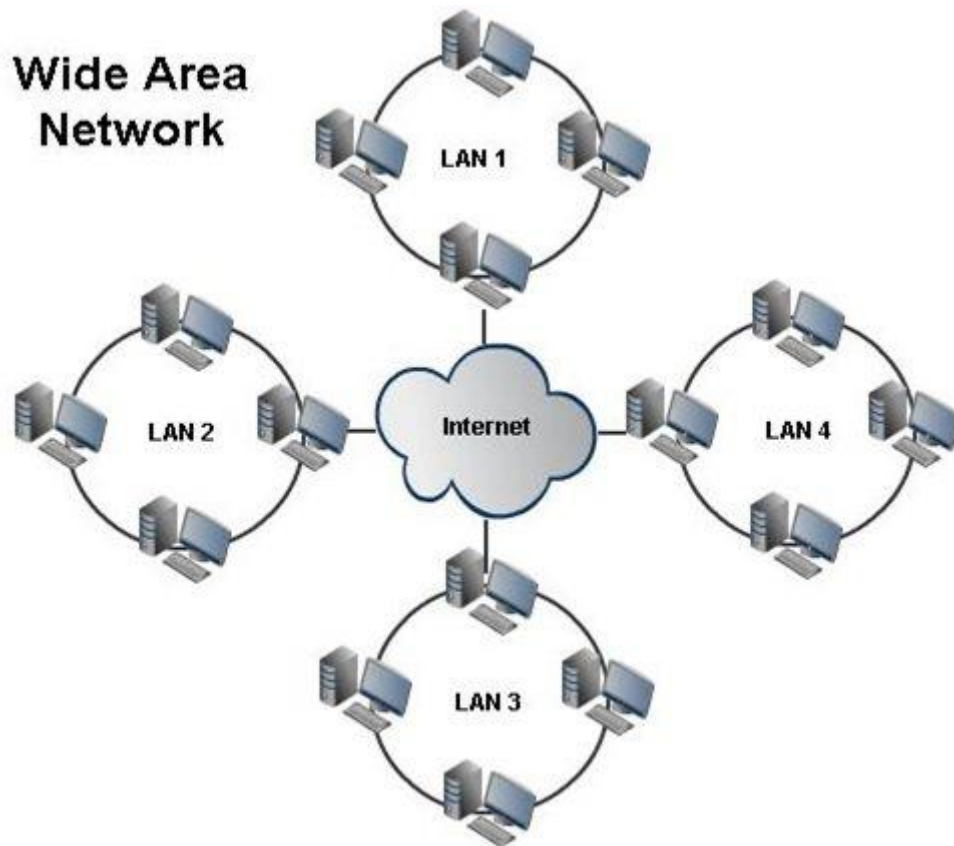
ب - سرویس گیرنده

ج - پروتکل

د - کارت واسطه شبکه

ط - سیستم ارتباط دهنده

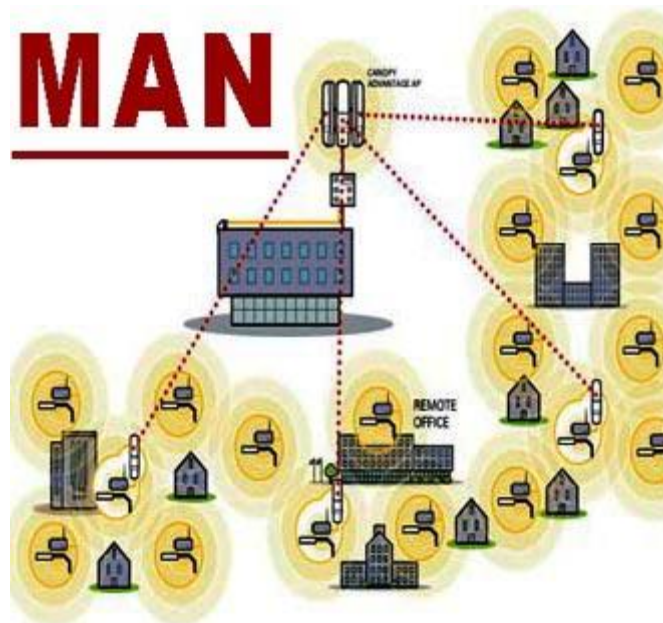
شبکه گسترده " WAN " Wide Area Network"



اتصال شبکه های محلی از طریق خطوط تلفنی، کابل های ارتباطی ماهواره ویا دیگر سیستم های مخابراتی چون خطوط استیجاری در یک منطقه بزرگتر را شبکه گسترده گویند. در این شبکه کاربران یا ش ها از مسافت های دور واز طریق خطوط مخابراتی به یکدیگر متصل می شوند. کاربران هر یک از این شبکه ها می توانند به اطلاعات و منابع به اشتراک گذاشته شده توسط شبکه های دیگر دسترسی یابند.

از این فناوری با نام شبکه های راه دور LongHaul Network نیز نام برده می شود. در شبکه گسترده سرعت انتقال داده نسبت به شبکه های محلی خیلی کمتر است. بزرگترین و مهم ترین شبکه گسترده، شبکه جهانی اینترنت می باشد.

شبکه محلی "MAN" Metropolitan Area Network



معمولاً شبکه های man با اتصال راه دور چندین شبکه محلی در مقیاس های مانند یک شهر در صورت امکان برای فواصل راه دور از فیبر نوری، اتصال بی سیم، خطوط اجاره ای و سایر امکانات lan, wan استفاده می شود. انتخاب نوع اتصال بستگی به شرایط محیطی، زیر ساختهای شهری و سیاستهای کلی سازمان دارد.

تفاوت شبکه ها از لحاظ جغرافیایی

توپولوژی شبکه "Network Topology"

توپولوژی شبکه تشریح کننده نحوه اتصال کامپیوتر ها در یک شبکه به یکدیگر است. پارامترهای اصلی در طراحی یک شبکه ، قابل اعتماد بودن و مقرون به صرفه بودن است.

انواع شبکه از لحاظ توپولوژی

۱- توپولوژی ستاره ای "Star"

۲- توپولوژی حلقوی "Ring"

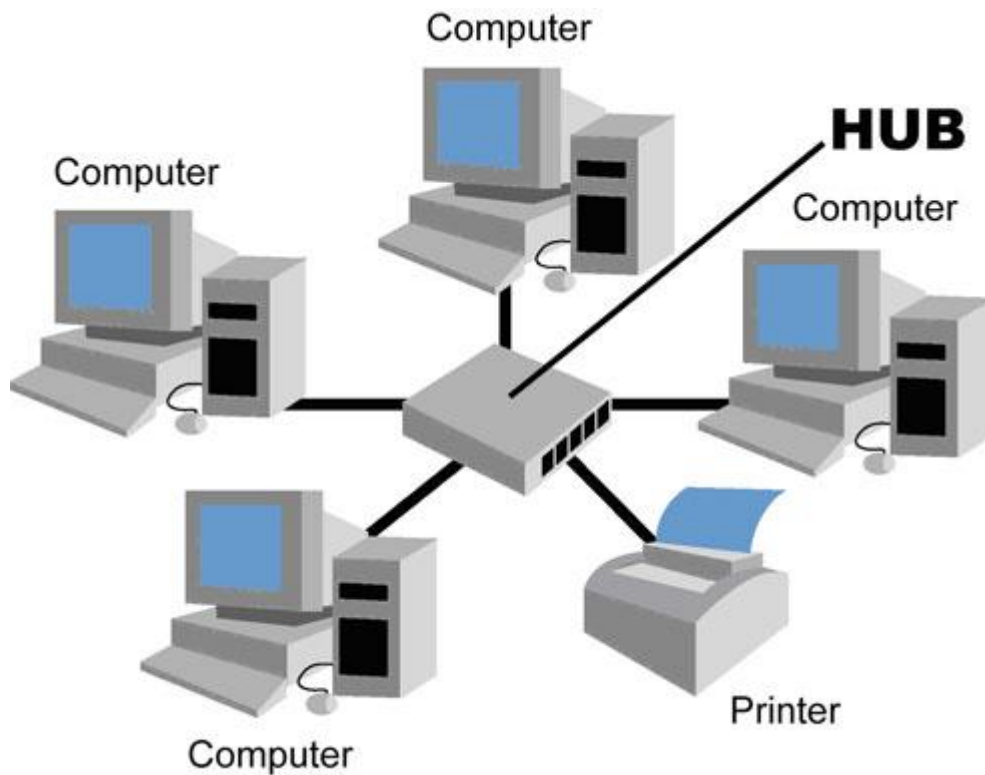
۳- توپولوژی گذرگاه "BUS"

۴- توپولوژی گراف "Mesh"

۵- توپولوژی درختی "Tree"

۶- توپولوژی ترکیبی "Hybrid"

توپولوژی ستاره ای " Star "



در این توپولوژی ، کلیه کامپیوتر ها به یک کنترل کننده مرکزی با هاب متصل هستند. هرگاه کامپیوتری بخواهد با کامپیوتری دیگری تبادل اطلاعات نماید، کامپیوتر منبع ابتدا باید اطلاعات را به هاب ارسال نماید. سپس از طریق هاب آن اطلاعات به کامپیوتر مقصد منتقل شود. اگر کامپیوتر شماره یک بخواهد اطلاعاتی را به کامپیوتر شماره ۳ بفرستد ، باید اطلاعات را ابتدا به هاب ارسال کند، آنگاه هاب آن اطلاعات را به کامپیوتر شماره سه خواهد فرستاد.

نقاط ضعف این توپولوژی آن است که عملیات کل شبکه به هاب وابسته است. این بدان معناست که

اگر هاب از کار بیفتد، کل شبکه از کار خواهد افتاد.

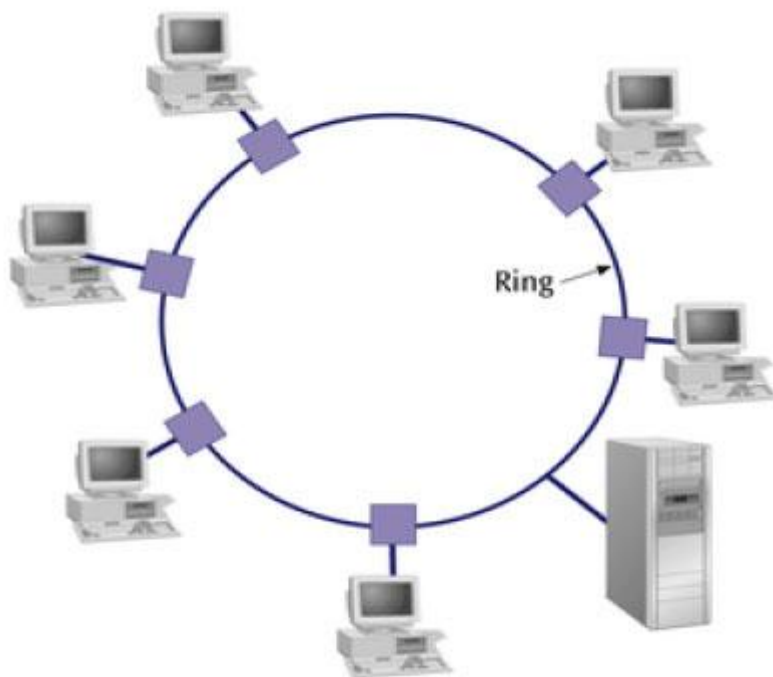
نقاط قوت توپولوژی ستاره عبارتند از :

* نصب شبکه با این توپولوژی ساده است.

* توسعه شبکه به راحتی انجام می شود.

* اگر یکی از خطوط متصل به هاب قطع شود، فقط یک کامپیوتر از شبکه خارج می شود.

توپولوژی حلقوی "Ring"



این توپولوژی توسط شرکت IBM اختراع شد و بهمین دلیل است که این توپولوژی بنام IBM Tokenring مشهور است. در این توپولوژی کلیه کامپیوترها به گونه ای به یکدیگر متصل هستند که مجموعه آنها یک حلقه را می سازد. کامپیوتر مبدا اطلاعات را به کامپیوتری بعدی در حلقه ارسال نموده و آن کامپیوتر آدرس اطلاعات را برای خود کپی می کند، آنگاه اطلاعات را به کامپیوتر بعدی در حلقه منتقل خواهد کرد و بهمین ترتیب این روند ادامه پیدا می کند تا اطلاعات به کامپیوتر مبدا برسد. سپس کامپیوتر مبدا این اطلاعات را از روی حلقه حذف می کند .

نقاط ضعف توپولوژی فوق عبارتند از :

* اگر یک کامپیوتر از کار بیفتد، کل شبکه متوقف می شود.

* به سخت افزار پیچیده نیاز دارد " کارت شبکه آن گران قیمت است."

* برای اضافه کردن یک ایستگاه به شبکه باید کل شبکه را متوقف کرد.

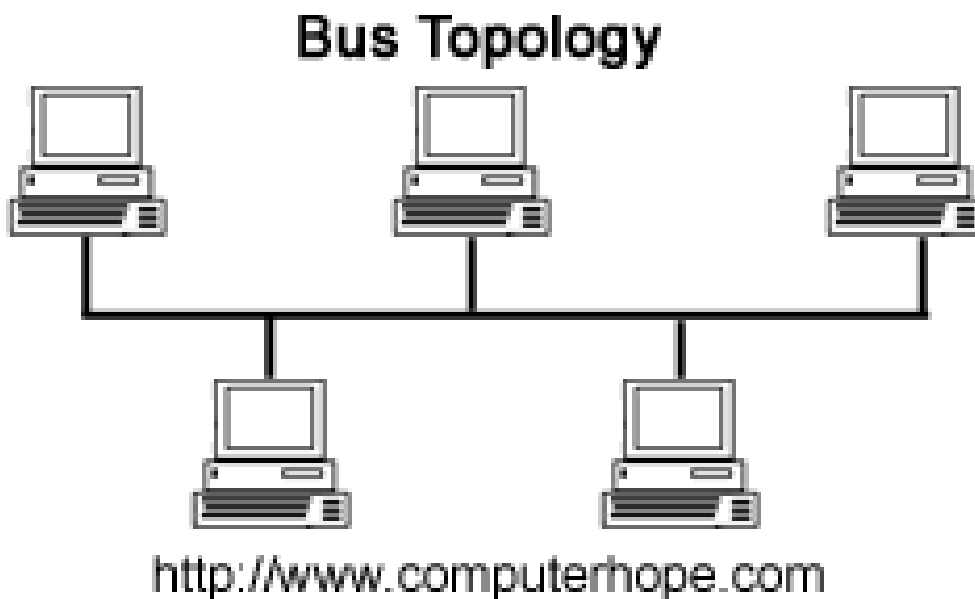
نقاط قوت توپولوژی فوق عبارتند از:

* نصب شبکه با این توپولوژی ساده است.

* توسعه شبکه با این توپولوژی به راحتی انجام می شود.

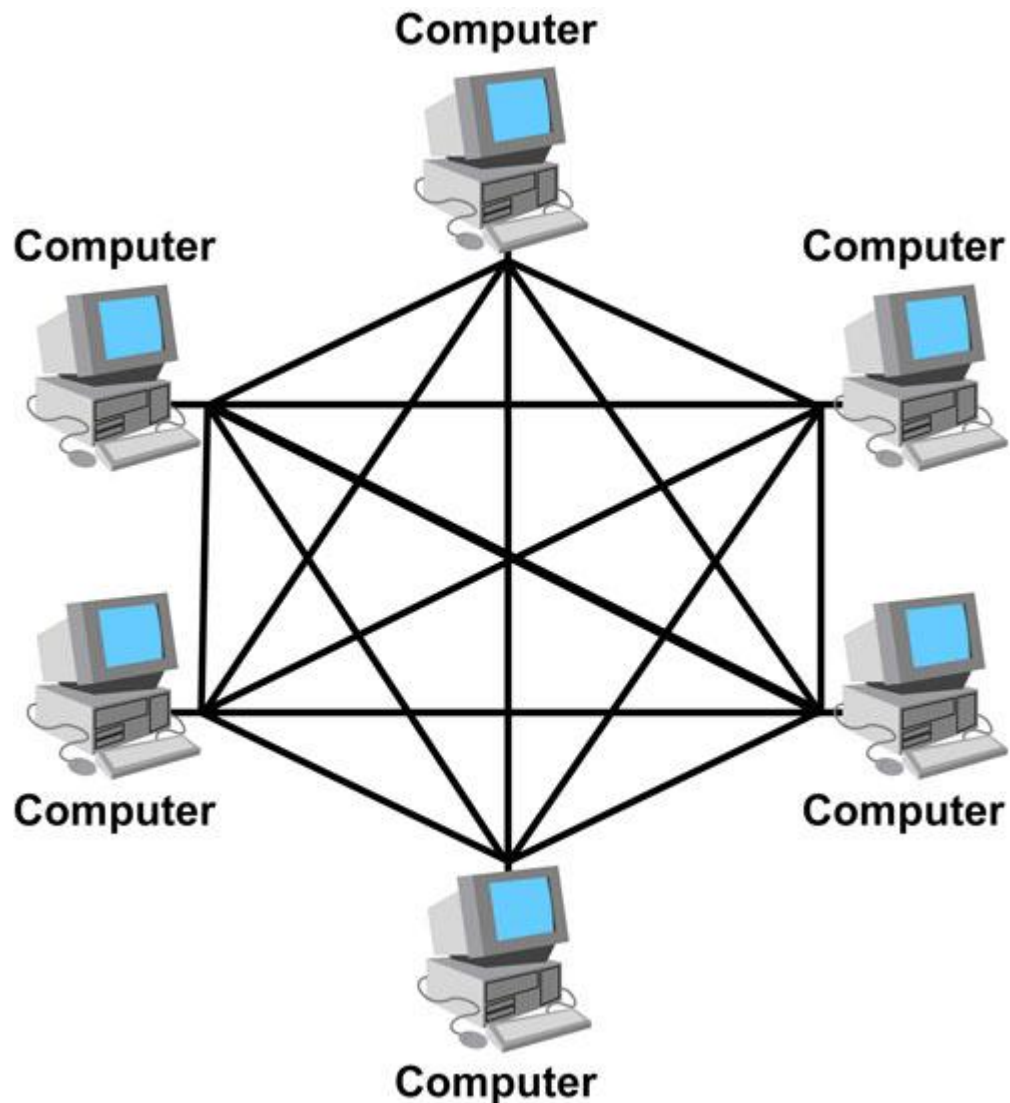
* در این توپولوژی از کابل فیبر نوری میتوان استفاده کرد.

توپولوژی گذرگاه "BUS"



در یک شبکه خطی چندین کامپیوتر به یک کابل بنام گذرگاه متصل می شوند. در این توپولوژی، رسانه انتقال بین کلیه کامپیوترها مشترک است. یکی از مشهورترین قوانین نظارت بر خطوط ارتباطی در شبکه های محلی اترنت است. توپولوژی اتوبوس از متداولترین توپولوژی هایی است که در شبکه محلی مورد استفاده قرار می گیرد. سادگی، کم هزینه بودن و توسعه آسان این شبکه، از نقاط قوت توپولوژی گذرگاه می باشد. نقطه ضعف عمده این شبکه آن است که اگر کابل اصلی که بعنوان پل ارتباطی بین کامپیوتر های شبکه می باشد قطع شود، کل شبکه از کار خواهد افتاد.

توپولوژی گراف "Mesh"

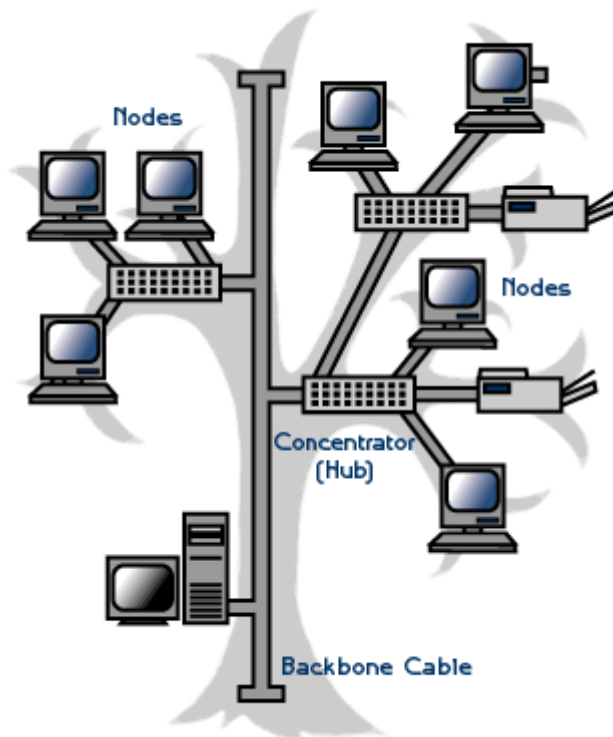


در این توپولوژی هر کامپیوتری مستقیماً به کلیه کامپیوترهای شبکه متصل می شود. مزیت این توپولوژی آن است که هر کامپیوتر با سایر کامپیوترها ارتباطی مجزا دارد. بنابراین، این توپولوژی دارای بالاترین

درجه امنیت واطمینان می باشد. اگر یک کابل ارتباطی در این توپولوژی قطع شود، شبکه همچنان فعال باقی می ماند.

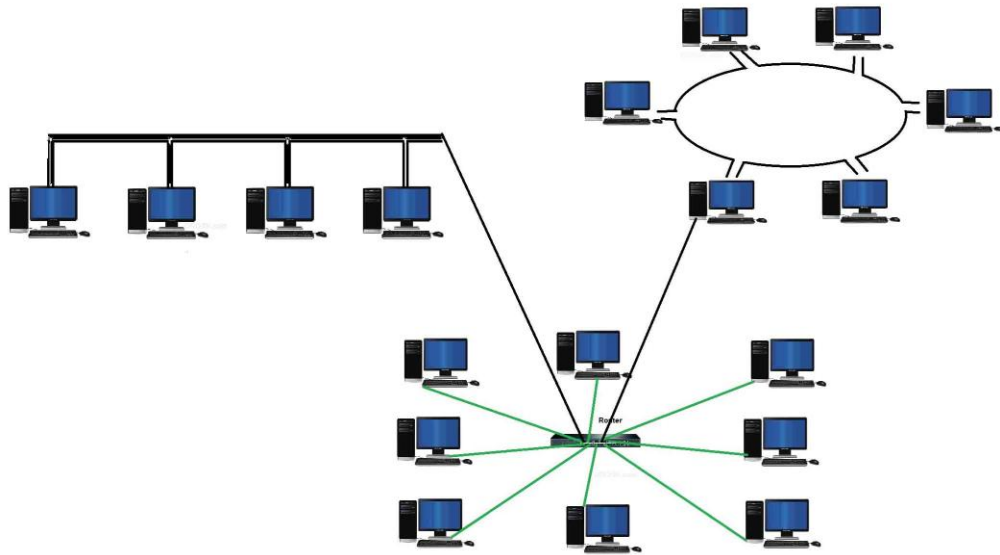
از نقاط ضعف اساسی این توپولوژی آن است که از تعداد زیادی خطوط ارتباطی استفاده می کند، مخصوصا زمانیکه تعداد ایستگاه ها افزایش یابند. به همین جهت این توپولوژی از نظر اقتصادی مقرون به صرفه نیست. برای مثال، در یک شبکه با صد ایستگاه کاری، ایستگاه شماره یک نیازمند به نود و نه می باشد. تعداد کابل های مورد نیاز در این توپولوژی با رابطه $N(N-1)/2$ محاسبه می شود که در آن N تعداد ایستگاه های شبکه می باشد.

توپولوژی درختی "Tree"



این توپولوژی از یک یا چند هاب فعال یا تکرار کننده برای اتصال ایستگاه ها به یکدیگر استفاده می کند. هاب مهمترین عنصر شبکه مبتنی بر توپولوژی درختی است : زیرا کلیه ایستگاه ها را به یکدیگر متصل می کند. وظیفه هاب دریافت اطلاعات از یک ایستگاه و تکرار و تقویت آن اطلاعات و سپس ارسال آنها به ایستگاه دیگر می باشد.

توپولوژی ترکیبی "Hybrid"



این توپولوژی ترکیبی است از چند شبکه با توپولوژی متفاوت که توسط یک کابل اصلی بنام استخوان بندی Back bone به یکدیگر مرتبط شده اند. هر شبکه توسط یک پل ارتباطی Bridg به کابل استخوان بندی متصل می شود.

کسب درآمد از اینترنت

پروتکل های شبکه:

ما در این دستنامه تنها دو تا از مهمترین پروتکل های شبکه را معرفی می کنیم:

"پروتکل کنترل انتقال / پروتکل اینترنت

"1/ Internet Protocol Tcp / ip= Transmission Control Protoc"

پروتکل فوق شامل چهار سطح است که عبارتند از:

الف - سطح لایه کاربرد " Application "

ب - سطح انتقال " Transporter "

ج - سطح اینترنت " Internet "

د - سطح شبکه: "Net work"

"از مهمترین ومشهورترین پروتکل های مورد استفاده در شبکه اینترنت است این بسته نرم افزاری به اشکال مختلف برای کامپیوترها وبرنامه های مختلف ارائه می گردد Tcp/ip. از مهمترین پروتکل های ارتباطی شبکه در جهان تلقی می شود ونه تنها برروی اینترنت وشبکه های گسترده گوناگون کاربرد

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

دارد، بلکه در شبکه های محلی مختلف نیز مورد استفاده قرار می گیرد و در واقع این پروتکل زبان مشترک بین کامپیوتر ها به هنگام ارسال و دریافت اطلاعات یا داده می باشد. این پروتکل به دلیل سادگی مفاهیمی که در خود دارد اصطلاحاً به سیستم باز مشهور است ، بر روی هر کامپیوتر و ابر رایانه قابل طراحی و پیاده سازی است. از فاکتورهای مهم که این پروتکل بعنوان یک پروتکل ارتباطی جهانی مطرح می گردد، به موارد زیر می توان اشاره کرد:

۱ - این پروتکل در چار چوب UNIX Operating System ساخته شده و توسط اینترنت بکار گرفته می شود.

۲ - بر روی هر کامپیوتر قابل پیاده سازی می باشد.

۳ - بصورت حرفه ای در شبکه های محلی و گسترده مورد استفاده قرار می گیرد.

۴ - پشتیبانی از مجموعه برنامه ها و پروتکل های استاندارد دیگر چون پروتکل انتقال فایل " FTP "

و پروتکل دو سویه. " Point to point Protocol = PPP "

بنیاد و اساس پروتکل Tcp/ip آن است که برای دریافت و ارسال داده ها یا پیام پروتکل مذکور ؛ پیام ها و داده ها را به بسته های کوچکتر و قابل حمل تر تبدیل می کند ، سپس این بسته ها به مقصد انتقال

داده می شود و در نهایت پیوند این بسته ها به یکدیگر که شکل اولیه پیام ها و داده ها را بخود می گیرد ، صورت می گیرد.

یکی دیگر از ویژگی های مهم این پروتکل قابلیت اطمینان آن در انتقال پیام هاست یعنی این قابلیت که به بررسی و بازبینی بسته ها و محاسبه بسته های دریافت شده دارد. در ضمن این پروتکل فقط برای استفاده در شبکه اینترنت نمی باشد. بسیاری از سازمان و شرکت ها برای ساخت وزیر بنای شبکه خصوصی خود که از اینترنت جدا می باشد نیز در این پروتکل استفاده می کنند .

- پروتکل سیستم ورودی و خروجی پایه شبکه " [۱۹] Net work basic input/ output System= Net Bios واسطه یا رابطی است که توسط IBM بعنوان استاندارد برای دسترسی به شبکه توسعه یافت . این پروتکل داده ها را از لایه بالاترین دریافت کرده و آنها را به شبکه منتقل می کند. سیستم عاملی که با این پروتکل ارتباط برقرار می کند سیستم عامل شبکه "NOS" نامیده می شود کامپیوتر ها از طریق کارت شبکه خود به شبکه متصل می شوند. کارت شبکه به سیستم عامل ویژه ای برای ارسال اطلاعات نیاز دارد. این سیستم عامل ویژه را Net BIOS می نامند که در حافظه ROM کارت شبکه ذخیره شده است.

Net BIOS همچنین روشی را برای دسترسی به شبکه ها با پروتکل های مختلف مهیا می کند . این پروتکل از سخت افزار شبکه مستقل است . این پروتکل مجموعه ای از فرامین لازم برای درخواست خدمات شبکه ای سطح پایین را برای برنامه های کاربردی فراهم می کند تا جلسات لازم برای انتقال اطلاعات در بین گره ها ی یک شبکه را هدایت کنند.

در حال حاضر وجود " Net BIOS Net BEUI= Net BIOS Enhanced User Interface " امتیازی جدید می دهد که این امتیاز در واقع ایجاد گزینه انتقال استاندارد است و Net BEUI در شبکه های محلی بسیار رایج است. همچنین قابلیت انتقال سریع داده ها را نیز دارد . اما چون یک پروتکل غیر قابل هدایت است به شبکه های محلی محدود شده است.

ابزارهای اتصال دهنده: " Connectivity Devices " :

ابزارهای اتصال به یک شبکه اضافه می گردند تا عملکرد و گستره شبکه و توانایی های سخت افزاری شبکه را ارتقاء دهند . گستره وسیعی از ابزارهای اتصال در شبکه وجود دارند اما شما احتمالا برای کار خود به ابزارهای ذیل نیازمند خواهید بود:

۱- کنترل کننده ها: "Repeaters"

تکرار کننده وسیله ای است که برای اتصال چندین سگمنت یک شبکه محلی بمنظور افزایش وسعت مجاز آن شبکه مورد استفاده قرار می گیرد . هر تکرار کننده از درگاه ورودی " Port " خود داده ها را پذیرفته و با تقویت آنها ، داده ها را به درگاهی خروجی خود ارسال می کند. یک تکرار کننده در لایه فیزیکی مدل OSI عمل می کند.

هر کابل یا سیم بکار رفته در شبکه که بعنوان محلی برای عبور و مرور سیگنال هاست آستانه ای دارد که در آن آستانه سرعت انتقال سیگنال کاهش می یابد و در اینجا تکرار کننده بعنوان ابزاری است که این سرعت عبور را در طول رسانه انتقال تقویت می کند.

۲- هاب

هاب ها ابزاری هستند در شبکه که برای اتصال یک یا بیش از دو ایستگاه کاری به شبکه مورد استفاده قرار می گیرد و یک ابزار معمول برای اتصال ابزارهای شبکه است . هابها معمولا برای اتصال سگمنت های شبکه محلی استفاده می شوند. یک هاب دارای در گاهی های چند گانه است. وقتی یک بسته در یک درگاهی وارد می شود به سایر در گاهی ها کپی می شود تا اینکه تمامی سگمنت های شبکه محلی بسته ها را ببینند. سه نوع هاب رایج وجود دارد:

الف - هاب فعال:

که مانند آمپلی فایر عمل می کند و باعث تقویت مسیر عبور سیگنال ها می شود واز تصادم و برخورد سیگنال ها در مسیر جلوگیری بعمل می آورد . این هاب نسبتا قیمت بالایی دارد.

ب - غیر فعال:

که بر خلاف نوع اول که در مورد تقویت انتقال سیگنال ها فعال است این هاب منفعل است.

ج - آمیخته:

که قادر به ترکیب انواع رسانه ها " کابل کواکسیال نازک ، ضخیم و..... " باعث تعامل درون خطی میان سایر ها بها می شود.

به طور خلاصه باید بگوییم هاب یک جعبه است که دارای تعدادی ورودی بنام پورت (PORT) می باشد. تعداد این ورودی ها بسته به تعداد کامپیوترهایی است که می خواهیم در یک شبکه باشند، در هر طبقه یک هاب قرار می دهند و تمام دستگاههای آن طبقه با کابل به هاب مورد نظر وصل می شوند که بعد هر کدام از این هاب ها به طریقی به کامپیوتر سرور متصل می شوند. اگر اطلاعاتی به داخل این جعبه آمد توسط کابل وارد تمام کامپیوترها می شود. شاید بگویید پس چه فرقی بین این روش و روش اولیه وجود دارد؟ در جواب باید گفت بزرگترین فرق در این است که شما می توانید هر زمان که بخواهید به راحتی یک کامپیوتر جدید را با اتصال به این جعبه به شبکه اضافه کنید و یا با خارج کردن کابل یک دستگاه از این جعبه آن را از شبکه خارج کنید بدون این که کل شبکه تحت تاثیر قرار بگیرد. اکثر هاب ها یک چراغ نمایشگر دارند که نشان می دهد هر کابل به خوبی دستگاه را به شبکه متصل کرده است و یک چراغ دیگر وضعیتی را نشان می دهد که دو سیستم سعی می کنند در یک زمان اطلاعات را به اشتراک بگذارند و در نتیجه باعث تصادف داده ها (DATA COLLISION) می شوند. نوع دیگری هم از هاب وجود دارد که هوشمند نامیده می شود که به مسوول شبکه اجازه کنترل از راه دور اتصالات را می دهد.

۳ - مسیر یاب ها Routers":

در شبکه سازی فرایند انتقال بسته های اطلاعاتی از یک منبع به مقصد عمل مسیر یابی است که تحت عنوان ابزار ی تحت عنوان مسیر یاب انجام می شود. مسیر یابی یک شاخصه کلیدی در اینترنت است زیرا که باعث می شود پیام ها از یک کامپیوتر به کامپیوتر دیگر منتقل شوند. این عملکرد شامل تجزیه و تحلیل مسیر برای یافتن بهترین مسیر است. مسیر یاب ابزاری است که شبکه های محلی را بهم متصل می کند یا به بیان بهتر بیش از دو شبکه را بهم متصل می کند. مسیر یاب بر حسب عملکردش به دو نوع زیر تقسیم می شود:

الف - مسیریاب ایستا : که در این نوع ، جدول مسیر یابی توسط مدیر شبکه که تعیین کننده مسیر می باشد بطور دستی مقدار دهی می شود.

ب - مسیر یاب پویا : که در این نوع ، جدول مسیر یابی خودش را، خود تنظیم می کند و بطور اتوماتیک جدول مسیریابی را روز آمد می کند.

۴ - دروازه ها: "Gateways"

دروازه ها در لایه کاربرد مدل ا اس ای عمل می کنند. کاربرد آن تبدیل یک پروتکل به پروتکل دیگر است. هر هنگام که در ساخت شبکه هدف استفاده از خدمات اینترنت است دروازه ها مقوله های مطرح در شبکه سازی خواهند بود.

۵ - پل ها: " Bridge "

یک پل برای اتصال سگمنت های یک شبکه " همگن " به یکدیگر مورد استفاده قرار می گیرد. یک پل در لایه پیوند داده ها " Data link " عمل می کند.

پل ها فریم ها را بر اساس آدرس مقصدشان ارسال می کنند. آنها همچنین می توانند جریان داده ها را کنترل نموده و خطاهایی را که در حین ارسال داده ها رخ می دهد.

عملکرد این پل عبارتست از تجزیه و تحلیل آدرس مقصد یک فریم ورودی و اتخاذ تصمیم مناسب برای ارسال آن به ایستگاه مربوطه . پل ها قادر به فیلتر کردن فریم ها می باشند. فیلتر کردن فریم برای حذف فریم های عمومی یا همگانی که غیر ضروری هستند مفید می باشد، پل ها قابل برنامه ریزی هستند و می توان آنها را به گونه ای برنامه ریزی کرد که فریم های ارسال شده از طرف منابع خاصی را حذف کنند.

با تقسیم یک شبکه بزرگ به چندین سگمنت و استفاده از یک پل برای اتصال آنها به یکدیگر ، توان عملیاتی شبکه افزایش خواهد یافت . اگر یک سگمنت شبکه از کار بیفتد ، سایر سگمنت ها ی متصل به پل می توانند شبکه را فعال نگه دارند ، پل ها موجب افزایش وسعت شبکه محلی می شوند.

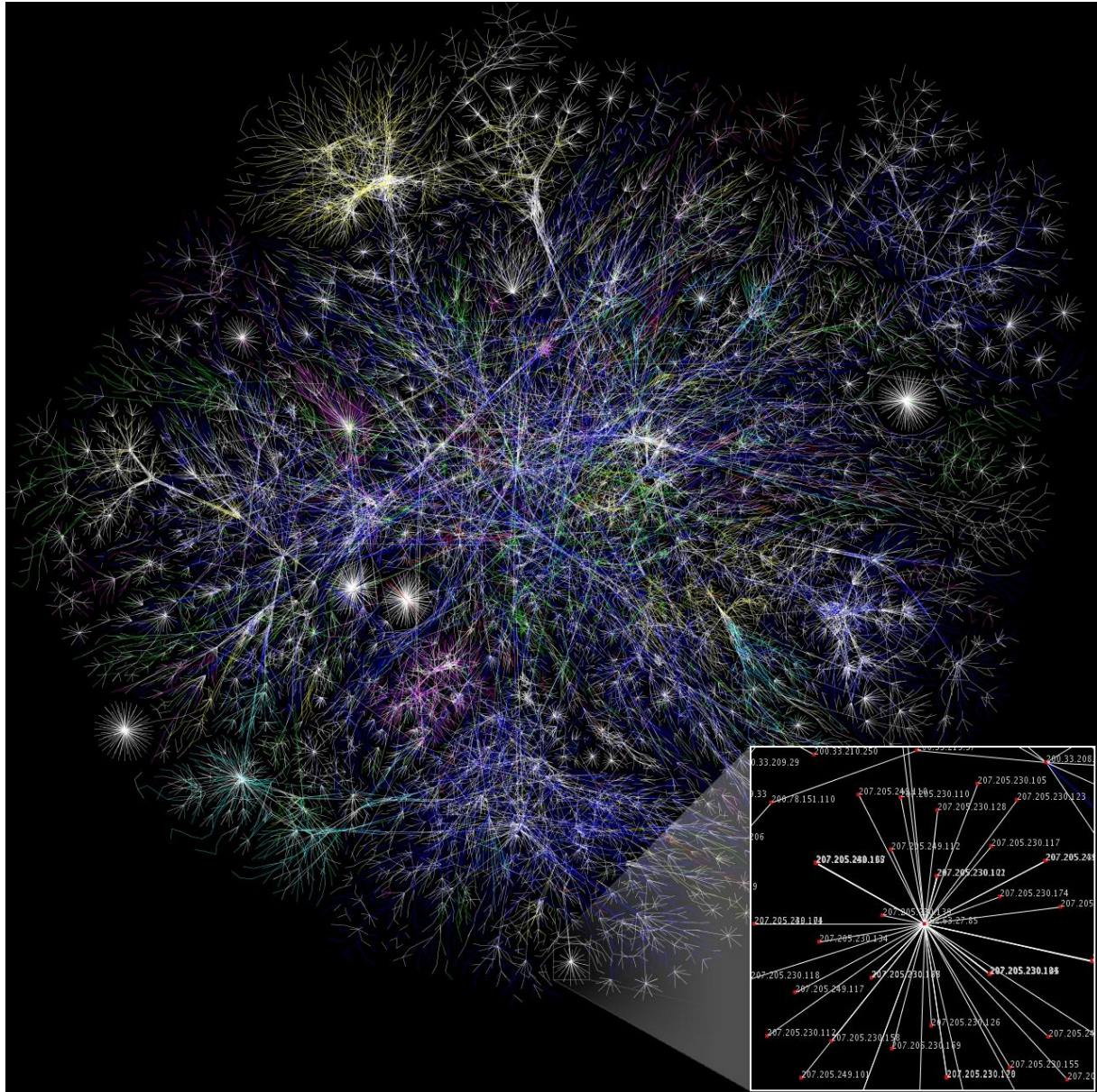
۶- سوئیچ ها: "Switches"

سوئیچ نوع دیگری از ابزارهایی است که برای اتصال چند شبکه محلی به یکدیگر مورد استفاده قرار می گیرد که باعث افزایش توان عملیاتی شبکه می شود. سوئیچ وسیله ای است که دارای درگاه های متعدد است که بسته ها را از یک درگاه می پذیرد، آدرس مقصد را بررسی می کند و سپس بسته ها را به درگاه مورد نظر " که متعلق به ایستگاه میزبان با همان آدرس مقصد می باشد" ارسال می کند. اغلب سوئیچ های شبکه محلی در لایه پیوند داده های مدل ۱ اس آی عمل می کند.

سوئیچ ها بر اساس کاربردشان به متقارن "Symmetric" و نامتقارن "Asymmetric" تقسیم می شوند.

در نوع متقارن ، عمل سوئیچینگ بین سگمنت هایی که دارای پهنای باند یکسان هستند انجام می دهد یعنی ۱۰ mbps به ۱۰ mbps و.... سوئیچ خواهد شد. اما در نوع نامتقارن این عملکرد بین سگمنت هایی با پهنای باند متفاوت انجام می شود.

اینترنت



به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

اینترنت چیست؟



اینترنت محبوب ترین شبکه کامپیوتری دنیا است که ابتدا به شکل یک پروژه تحقیقاتی آکادمیک در سال ۱۹۶۹ شروع و سپس در دهه ۱۹۹۰ میلادی به یک شبکه جهانی تبدیل شد. امروزه نیز توسط بیش از ۲ میلیارد نفر در سرتاسر دنیا استفاده می شود.

اینترنت به خاطر عدم تمرکزش مشهور است. نه کسی صاحب اینترنت است و نه کسی می تواند تعیین کند که چه کسانی به آن وصل شوند. در عوض، هزاران سازمان مختلف شبکه های خود را مدیریت کرده و دربارۀ توافقنامه های اتصال دو طرفه، آزادانه مذاکره می کنند.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

بیشتر مردم از طریق یک مرورگر وب به اینترنت وصل می شوند. در اصل، وب آنقدر محبوب شده که بسیاری مردم به اشتباه واژه های "اینترنت" و "وب" را به عنوان معادل یکدیگر به کار می برند. اما در عمل وب فقط یکی از کاربردهای فراوان اینترنت است. از جمله سایر کاربردهای اینترنت می توان به ایمیل، بیت تورنت، و اف تی پی اشاره کرد.

اینترنت کجا است؟



از سرآغاز اینترنت، یعنی ۱۹۶۹ میلادی تا کنون فاصله ای طولانی طی شده. اینترنت که روزی ۴ سیستم کامپیوتری میزبان آن بودند حالا در بستر ده ها میلیون سیستم خفته. اینکه اینترنت مالک خاصی ندارد به این معنا نیست که به طرق مختلف نگهداری و نظارت نمی شود. جامعه اینترنت سازمانی غیر انتفاعی است که به سال ۱۹۹۲ تاسیس شده تا بر سیاست گذاری ها و پروتکل های ارتباطی اینترنت نظارت کند.

امروزه اینترنت از ۳ بخش اصلی تشکیل شده:

۱. کیلومتر آخر (یا مایل آخر) اصطلاحی است که توسط شرکت های مخابراتی، شبکه های تلویزیون کابلی و صنایع اینترنتی استفاده می شود و اشاره دارد به آخرین بازو یا شاخه ای که ارتباطات را به مصرف کننده عام منتقل می کند. به زبان ساده، «کیلومتر آخر بخشی از شبکه است که خانه ها و کسب و کارهای کوچک را به اینترنت متصل می کند.» در حال حاضر، در ایران اینترنت توسط ادارات مخابرات، شرکت های تامین کننده خدمات اینترنتی (ISP ها)، و شرکت های مخابراتی به شکل اینترنت Adsl، موبایل (GPRS و EDGE و ۳G) و وایمکس ارائه می شود.

کیلومتر آخر بخشی از شبکه است که خانه ها و کسب و کارهای کوچک را به اینترنت متصل می کند. بنابراین کیلومتر آخر برای ما شامل خطوط قدیمی تلفن و فیبرهای نوری (برای ADSL)، و دکل های مخابراتی برای اینترنت موبایل و وایمکس است. هر چند در حال حاضر اینترنت بی سیم در اقلیت استفاده قرار دارد ولی در همه دنیا، شمار کاربران اینترنت موبایل در حال رشد روز افزون است و در نتیجه ترافیک بیشتر به دکل های مخابراتی (سلولار) اضافه می شود.



۲. مراکز داده به مکان های فیزیکی بعضا بزرگی اطلاق می شود که پر از سرورهای مختلف هستند. این سرورها از داده های کاربران، برنامه های آنلاین و انواع محتواها میزبانی می کنند. برخی از مراکز داده متعلق به شرکت های بزرگ مانند گوگل و فیسبوک هستند که هر یک در طول روز چند صد میلیون کاربر دارند. سایر مراکز داده تجاری میزبان وبسایت ها و خدمات آنلاین کوچکتر هستند.



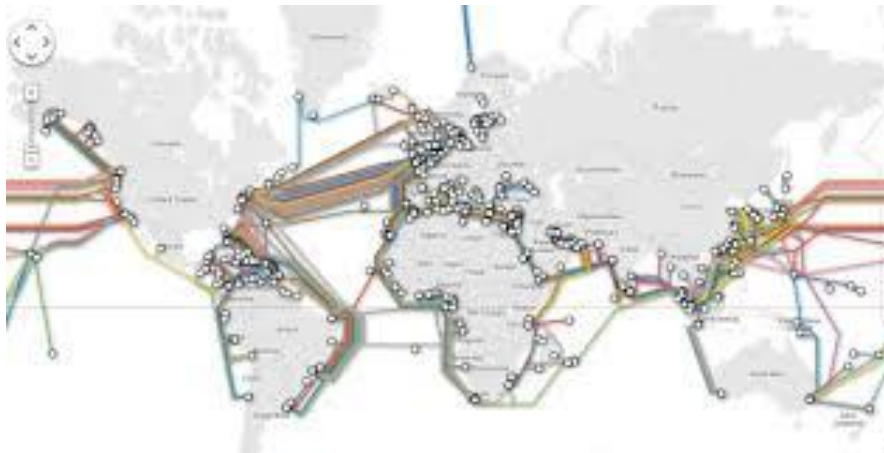
مراکز داده دارای اینترنت بسیار پر سرعت هستند که به آنها اجازه می دهد همزمان به کاربران زیادی خدمت رسانی کنند. ممکن است در هر جایی تاسیس شوند ولی معمولا به خاطر زمین و الکتریسیته ارزان تر، در مناطق برون شهری ساخته می شوند. مثلا گوگل، فیسبوک و مایکروسافت، هر ۳ در آیووا مراکز داده بزرگی دارند.

۳. ستون فقرات متشکل از شبکه های دور-بُردی است که داده ها را بین مراکز داده و مصرف کنندگان حمل می کنند. بازار ستون فقرات بسیار رقابتی است. ستون فقرات اینترنت در وهله اول از کابل های فیبرنوری تشکیل شده. مهیا کنندگانش به دفعات شبکه های خود را در نقاط تبادل اینترنت که معمولا

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

در شهرهای بزرگ واقع شده اند، به یکدیگر وصل می کنند. حضور در نقاط تبادل اینترنت به مهبانندگان ستون فقرات کمک می کند تا اتصالات خود با دیگر مهبانندگان را بهبود بخشند.



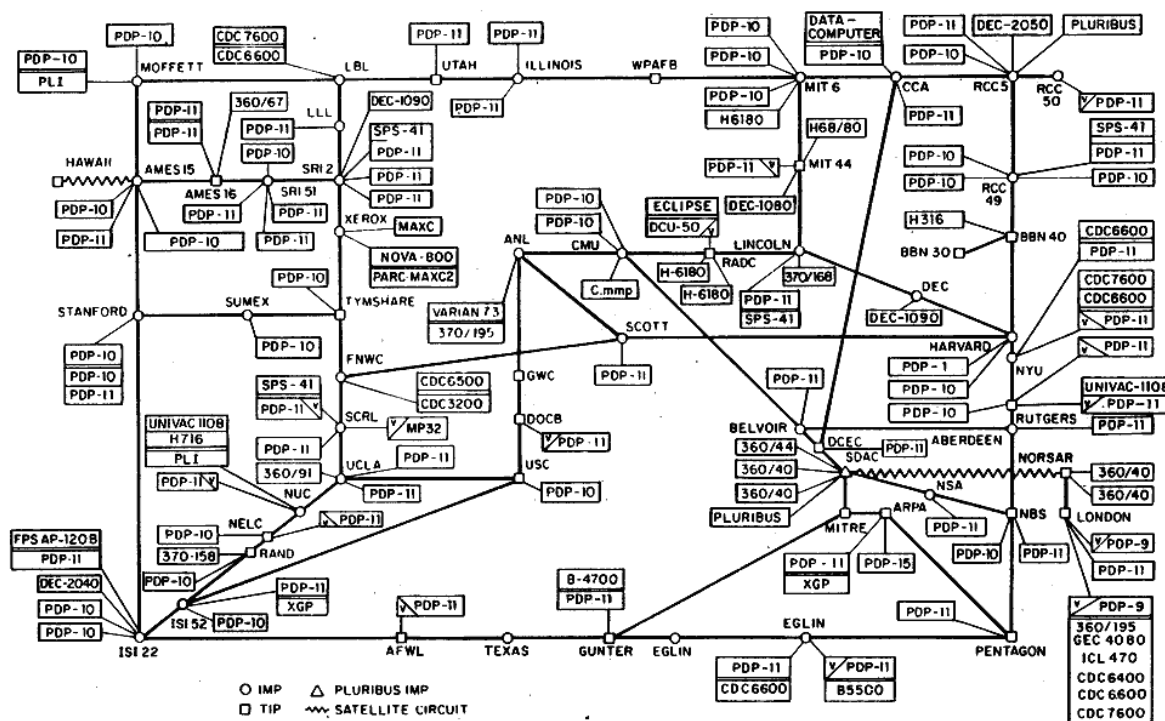
بنیاد ملی علوم (NSF) در امریکا در سال ۱۹۸۷ اولین ستون فقرات پرسرعت را ساخت. به آن NSFNET گفته می شد و یک خط ۱T بود که ۱۷۰ شبکه کوچکتر را به هم وصل می کرد و با سرعت ۱/۵۵ مگابیت بر ثانیه به انتقال داده می پرداخت. سال بعد IBM و MCI و Merit با NSF برای ساختن یک ستون فقرات همکاری کردند و یک خط ۳T با سرعت ۴۵ مگابیت بر ثانیه ساختند.

اینترنت به بیان دیگر، یک معاهده بزرگ است بین شرکت ها برای رد و بدل کردن آزادانه داده ها. ستون های فقرات در واقع متشکل از ساختارهای بزرگ با شاه سیمی از نوع فیبر نوری هستند. شاه سیم متشکل از چندین کابل فیبر نوری است که برای افزایش ظرفیت شبکه در کنار یکدیگر قرار گرفته اند. امروزه شرکت های زیادی ستون فقرات مخصوص خود را اداره می کنند و تمام آنها در نقاط دسترسی مختلف در سرتاسر دنیا به یکدیگر متصل هستند. به این روش، هر کسی که در اینترنت حضور دارد،

جدای از مکان و سرویس دهنده، قادر است با دیگران ارتباط برقرار کند. پس اینترنت به بیان دیگر، یک معاهده بزرگ است بین شرکت ها برای رد و بدل کردن آزادانه داده ها.

چه کسی اینترنت را ساخته؟

ARPANET LOGICAL MAP, MARCH 1977



(PLEASE NOTE THAT WHILE THIS MAP SHOWS THE HOST POPULATION OF THE NETWORK ACCORDING TO THE BEST INFORMATION OBTAINABLE, NO CLAIM CAN BE MADE FOR ITS ACCURACY.)

NAMES SHOWN ARE IMP NAMES, NOT (NECESSARILY) HOST NAMES

اینترنت تحت عنوان پروژه ARPANET شروع شد، یک شبکه تحقیقات دانشگاهی که سازمان پروژه های تحقیقاتی پیشرفته (ARPA) که اینک با نام سازمان پروژه های تحقیقاتی پیشرفته دفاعی (DARPA) شناخته می شود، آن را پشتیبانی می کرد. این پروژه توسط باب تیلور (Bob Taylor)، یکی از مدیران آریا، هدایت می شد و شبکه آریانت نیز توسط شرکت مشاوره بولت، برانک و نیومن ساخته و در سال ۱۹۶۹ عملیاتی شده بود.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

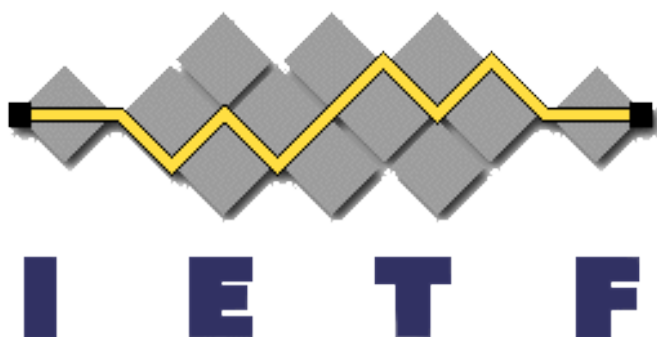
در سال ۱۹۷۳، دو مهندس نرم افزار به نام های وینت سرف و باب کان شروع به کار بر روی نسل بعدی استانداردهای شبکه برای آرپانت کردند. این استانداردها که تحت عنوان TCP/IP شناخته می شوند، تبدیل به بنیان اینترنت مدرن شدند. آرپانت در ۱ ژانویه ۱۹۸۳ شروع به استفاده از TCP/IP کرد.



اما در دهه ۱۹۸۰، تامین هزینه اینترنت از ارتش امریکا به سازمان ملی علوم (NSF) منتقل شد. شبکه های دور-بُردی را تامین سرمایه می کرد که در فاصله سال های ۱۹۸۱ تا ۱۹۸۴ تبدیل به ستون فقرات اینترنت شده بودند. سپس در ۱۹۹۴، دولت کلینتون کنترل ستون فقرات اینترنت را به بخش خصوصی واگذار کرد. از آن زمان به بعد نیز سرمایه گذاری و اداره آن به شکل خصوصی صورت گرفته.

چه کسی اینترنت را اداره می کند؟

هیچ کس اینترنت را اداره نمی کند. اینترنت در واقع شبکه ای غیرمتمرکز متشکل از شبکه های کوچکتر است. هزاران شرکت، دانشگاه، دولت، و نهاد دیگر شبکه های اختصاصی خودشان را اداره می کنند و بر اساس معاهدات ارتباط اختیاری، با یکدیگر به تبادل می پردازند.



استانداردهای فنی مشترک که چرخ اینترنت را به حرکت در می آورند توسط سازمان نیروی ضربت مهندسی اینترنت (IETF) مدیریت می شوند. IETF تشکیلاتی آزاد است؛ هر کسی می تواند در جلسات آن شرکت کند، استانداردهای جدید پیشنهاد کند، و یا تغییراتی را برای استانداردهای فعلی ارائه نماید. هیچ کس مجبور به پذیرش استانداردهای تایید شده توسط IETF نیست ولی فرآیند تصمیم گیری مبتنی بر اجماع این سازمان کمکی بزرگ است برای اینکه از پذیرش و تطبیق یافتن اکثریت جامعه اینترنت با معیارهای آن، اطمینان حاصل شود.

استانداردهای فنی مشترک توسط سازمان نیروی ضربت مهندسی اینترنت (IETF) مدیریت می شوند

آی پی آدرس ها یا آدرس های پروتکل اینترنت، اعدادی هستند که کامپیوترها برای شناختن همدیگر در اینترنت استفاده می کنند. مثلا آی پی آدرس `digiato.com` عبارت است از `۲۰۷/۱۶۵/۱۷۵/۷۹` که با وارد کردن آن در کادر مرورگرتان به دیجیاتو منتقل خواهید شد، اما حتما قبول دارید که به خاطر سپردن یک نام، آسان تر از یک آی پی آدرس است.



Internet Assigned Numbers Authority

یکی از اداره های آیکان به نام اداره شماره های واگذار شده (IANA یا آیانا) به طور اختصاصی مسئول توزیع آی پی آدرس ها است تا مطمئن شود که هیچ دو سازمان یا وبسایت یا سرویسی از یک آدرس استفاده نمی کنند.

سخت افزارهای اینترنتی.

برای درک بهتر اینترنت، بهتر است آن را سیستمی با دو بخش اصلی در نظر گرفت. یکی از آنها سخت افزار است؛ شامل هر چیزی از کابل های انتقال دهنده ترابایت های اطلاعات گرفته تا کامپیوتر یا تلفن یا تبلتی که الان جلوی آن هستید.

انواع دیگری از سخت افزار شامل روترها، سرورها، برج های مخابراتی، ماهواره ها، فرستنده های رادیویی و دستگاه های نمایش دهنده اینترنت هستند. همه این دستگاه ها در کنار هم شکل دهنده شبکه ای از شبکه ها هستند.

در نظر داشته باشید که اینترنت یک سیستم منعطف است، یعنی با ورود یا خروج اجزاء مختلف به زنجیره آن، تغییرات اندکی می کند. البته برخی از این اجزاء می توانند جای ثابتی پیدا کرده و زیرساخت اینترنت را تشکیل دهند. ولی بقیه ثانوی هستند.

این اجزاء حکم اتصال ها را دارند. برخی مثل کامپیوتر، تلفن یا تبلت در سمت کاربر اینترنتی قرار دارند که به این دستگاه های حلقه آخر، کلاینت (Client) می گویند. اطلاعاتی هم که روی اینترنت جستجو می کنیم، بر روی ماشین هایی به نام سرور (Server) ذخیره شده اند.

سایر اجزا، گره (Node) هایی هستند که به عنوان نقطه اتصال به یک مسیر ترافیک اینترنتی ایفای نقش می کنند. دیگر، خطوط انتقالی را داریم که شاید از نوع کابل یا فیبر نوری باشند، و یا سیگنال های بی سیم که از طریق ماهواره، برج های مخابراتی و مواردی از این دست مخابره می شوند.

تمام این سخت افزارها بدون یک جزء دوم به نام پروتکل ها قادر به تشکیل یک شبکه نیستند. پروتکل ها مجموعه ای از قواعد هستند که ماشین ها برای انجام وظایف خود از آنها پیروی می کنند. بدون مجموعه ای از پروتکل ها که همه ماشین های اینترنتی باید به شان اتکا کنند، ارتباط و مراوده بین دستگاه ها غیر ممکن است.

ماشین های مختلف قادر به فهم زبان یکدیگر یا حتی ارسال اطلاعات به شکلی معنادار، نیستند. در واقع پروتکل ها، هم روش و هم یک زبان عمومی را برای ماشین ها فراهم می کنند تا برای ارسال و دریافت داده ها از آنها استفاده کنند.

حال به پروتکل ها و چگونگی ارسال اطلاعات در گستره اینترنت می پردازیم.

آی پی آدرس نسخه ۶ چیست؟

آی پی آدرس ها از پروتکل اینترنت دنباله روی می کنند. هر دستگاهی که به اینترنت وصل می شود یک آی پی آدرس دارد و با استفاده از آنها است که دستگاه ها در یک شبکه عظیم جهانی یکدیگر را پیدا می کنند.

استاندارد فعلی اینترنت، مشهور به آی پی آدرس نسخه ۴ یا IPv۴، دچار یک مشکل بزرگ است. از آنجا که سیستم آدرس دهی IPv۴ از نوع ۳۲ بیتی است، تنها ۴ میلیارد آی پی آدرس منحصر به فرد قابل تولید است. این عدد در دهه ۱۹۷۰ خیلی بزرگ به نظر می آمد، اما امروزه تقریباً آدرس های ۳۲ بیتی تمام شده اند.

به همین خاطر نیروی ضربت مهندسی اینترنت (IETF با ماموریت کار روی پروتکل های اینترنتی، در سال ۱۹۹۱ تصمیم به توسعه نسخه ای جدیدتر گرفت که تعداد آن به اندازه نیازهای آینده دنیا باشد. به این شکل آی پی آدرس نسخه ۶ (IPv۶) بر اساس سیستم آدرس دهی ۱۲۸ بیتی و با طول ۳۹ رقم / حرف به وجود آمد که می تواند تا آینده ای دراز نیازها را برآورده کند.

تعداد آی پی آدرس های نسخه ۶ آنقدر زیاد است که می توان به تک تک ذرات سطح زمین یکی اختصاص داد.

البته انتقال به IPv۶ کند پیش رفته. کار فنی بر روی این استاندارد در دهه ۱۹۹۰ تکمیل شد ولی جامعه اینترنت دچار یک مشکل بود: تا زمانی که مردم از IPv۴ استفاده می کردند انگیزه کمی برای مهاجرت به IPv۶ وجود داشت. اما با به انتها رسیدن آی پی آدرس های نسخه ۴ کم کم گرویدن به نسخه ۶ سرعت گرفت. برای مثال تعداد افرادی که با IPv۶ به گوگل وصل می شوند، از ۱ درصد در آغاز ۲۰۱۳ به ۲/۵ درصد در پایان این سال رسید. با این حال سال های زیادی تا بازنشستگی IPv۴ از دنیای اینترنت باقی مانده.

پروتکل های اینترنتی چه می کنند؟

شما به احتمال زیاد درباره پروتکل های مختلف اینترنت شنیده اید. برای مثال پروتکل انتقال ابرمتن (http) چیزی است که برای مشاهده وبسایت ها از طریق مرورگر استفاده می شود. حتما http را در جلوی آدرس سایت های اینترنتی دیده اید. یا اگر از سرورهای FTP استفاده کرده باشید، حتما با پروتکل انتقال فایل سر و کار داشته اید.

پروتکل هایی نظیر اینها و ده ها پروتکل دیگر یک چهارچوب کامل را خلق کرده اند که تمام دستگاه ها باید درون آن کار کنند تا بخشی از اینترنت تلقی شوند. دو تا از مهمترین پروتکل ها عبارت هستند از پروتکل هدایت انتقال (TCP) و پروتکل اینترنت (IP). (ما اغلب این دو را با هم جمع می بندیم و در اکثر بحث ها پیرامون پروتکل های اینترنتی به صورت TCP/IP از شان یاد می شود.

پروتکل ها چکار می کنند؟

اما این پروتکل ها چکار می کنند؟ در مرحله اول، اینها قواعد لازم برای چگونگی انتقال اطلاعات در اینترنت را وضع می کنند. بدون این قواعد شما نیازمند اتصال مستقیم به سایر کامپیوترها هستید تا دسترسی به اطلاعات آنها میسر شود.

نیاز هست که هر دو، کامپیوتر شما و کامپیوتر هدف، یک زبان مشترک داشته باشند. وقتی شما می خواهید یک پیام بفرستید یا اطلاعاتی را از یک کامپیوتر دیگر دریافت کنید، پروتکل های TCP/IP این

عملیات را ممکن می کنند. درخواست شما در شبکه ارسال می شود، به سیستم نام دامنه (DNS) می رسد و به کمک آن سرور مقصد را می یابد.

DNS وظیفه دارد درخواست های دریافتی را در جهت صحیح ارسال کند. وقتی سرورهای مورد نظر آن درخواست را دریافت کردند قادر به ارسال پاسخی به سوی کامپیوتر شما می شوند. البته داده های درخواستی ممکن است در یک مسیر کاملا متفاوت نسبت به داده های ارسال شده از سمت شما حرکت کنند تا به کامپیوتر تان برسند. این راهکار منعطف بخشی از مجموعه ای است که اینترنت را به ابزاری چنین قدرتمند تبدیل کرده.

بسته-داده-ها چه هستند؟

به منظور دریافت این مقاله، کامپیوتر شما مجبور به اتصال به یک سرور وب است که فایل مقاله در آن ذخیره شده. از این مثال برای تشریح سفر داده ها و اطلاعات در گستره اینترنت استفاده می کنیم.

ابتدا مرورگر را باز می کنید و به وبسایت ما متصل می شوید. بعد، کامپیوتر شما یک درخواست الکترونیکی را از طریق اشتراک اینترنتی شما که از ارائه کننده خدمات اینترنتی (ISP) خریده اید، ارسال می کند. ISP این درخواست را به یک سرور می فرستد و به همین طریق درخواست شما دست به دست در حلقه های اینترنت جهانی پیش می رود تا سر انجام به یک DNS برسد.

این سرور نیز به دنبال معادلی برای دامنه تایپ شده توسط شما می گردد، به بیان دیگر معادل عددی دامنه www.1mirza.com را می یابد و پس از آن درخواست شما را به سمت آدرس آی دی سرور مورد نظر هدایت می کند. اگر هم معادلی برای دامنه تایپ شده نیافت، درخواست شما را به سروری ارسال می کند که اطلاعات بیشتری در اختیار دارد.

سر انجام این درخواست به سرور وبسایت ما می رسد. سرور ما نیز پاسخ آن را با ارسال بسته هایی از داده ها می دهد. این بسته ها (Packet) بخش های تشکیل دهنده فایلی هستند که بین ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ بایت حجم دارد. بسته ها دارای سرآغاز و پایان هستند که به کامپیوترها می گوید چه چیزی داخل آن بسته است و اطلاعات موجود در آن چطور با دیگر بسته ها جفت و جور می شود تا یک فایل کامل را بسازد. هر بسته مسیری را در شبکه طی کرده و به کامپیوتر شما می رسد. بسته ها لزوماً از یک مسیر واحد و پشت سر هم عبور نمی کنند، بلکه هر یک مسیری با کمترین مقاومت را طی می کنند.

این یک ویژگی مهم است. از آنجا که بسته ها قادر به سفر در مسیرهای مختلف برای رسیدن به مقصد نهایی هستند، امکان دارد که اطلاعات مناطق پرتراфик شبکه را دور بزنند. در حقیقت، تا زمانی که تعدادی مسیر ارتباطی باقی بماند، حتی از دسترس خارج شدن کل اینترنت هم نمی تواند مانعی شود در برابر عبور و مرور اطلاعات بین بخش های مختلف، و فقط می تواند زمان انتقال بسته ها را افزایش دهد.

وقتی بسته ها به شما رسیدند، کامپیوتر آنها را بر اساس قواعد پروتکل ها مرتب می کند. چیزی شبیه کنار هم گذاشتن پازل. نتیجه نهایی هم دیده شدن این مقاله توسط شما است.

این فرآیند برای سایر فایل ها هم صدق می کند. وقتی یک ایمیل ارسال می کنید، آن ایمیل قبل از ارسال در گستره اینترنت، به بسته هایی ریزتر شکسته می شود. تماس های صوتی نیز که از طریق اینترنت برقرار می کنید، با استفاده از صدا در پروتکل اینترنت (VoIP) به بسته های کوچکتر شکسته می شوند. بابت این پروتکل ها باید ممنون افرادی مثل وینتون سرف (Vinton Cerf) و رابرت کان (Robert Kahn) باشیم، تلاش های اولیه آنها به شکل گیری سیستمی کمک کرد که هم می توان مقیاس آن را تغییر داد و هم ابعادش را بزرگتر کرد.

این مقاله ای مختصر درباره چگونگی کارکرد اینترنت است. وقتی به دستگاه ها و پروتکل های دخیل در اینترنت بنگرید، منظره بزرگتر را خیلی پیچیده تر از آنچه در اینجا توضیح داده شد خواهید یافت. موضوع بسیار جذابی است که در آینده دقیق تر به آن خواهیم پرداخت.

وب جهان شمول چیست؟

وب

وب جهان شمول (World Wide Web) یا WWW راهی است بسیار رایج برای انتشار اطلاعات بر روی اینترنت. وقتی اولین مرورگر وب در سال ۱۹۹۱ عرضه شد، یک رابط بصری بسیار پیشرفته و کاربر پسند در مقایسه با تجربه های قبلی رقم زد. شبکه وب از ابتدا از هایپرلینک ها پشتیبانی می کرد که با وجود آنها می شد تنها با یک کلیک از یک متن به متن دیگر رفت.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

به مرور زمان وب پیشرفته تر شد؛ پشتیبانی از عکس، صوت، ویدئو و محتواهای تعاملی از جمله مهمترین جنبه های بلوغ آن هستند. در میانه دهه ۱۹۹۰ میلادی، شرکت هایی مثل یاهوو و آمازون شروع به برپایی کسب و کارهای سودآور بر بستر وب کردند. در دهه اول قرن ۲۱ برنامه های کاربردی با امکانات کامل خلق شدند، از آن جمله اند یاهو مپس و گوگل داکس.

شبکه وب آنقدر گسترده و محبوب است که بسیاری مردم آن را معادل اینترنت می دانند. البته به لحاظ فنی، وب تنها یک کاربرد اینترنت است.

مرورگر وب چیست؟

مرورگر

مرورگر وب یک برنامه کامپیوتری است که به کاربران امکان دریافت و مشاهده محتوای وبسایت ها را می دهد. مرورگرهای وب برای کامپیوترها، تبلت ها و تلفن های همراه در دسترس هستند.

اولین مرورگری که به طور گسترده استفاده می شد، Mosaic نام داشت و توسط محققین دانشگاه ایلینوی خلق شد. تیم موزایک سپس به کالیفرنیا نقل مکان کرد تا Netscape را تاسیس کند، و از دل آن اولین مرورگر وب واقعا موفق بیرون آمد.

محبوبیت نتسکیپ خیلی زود تحت الشعاع اینترنت اکسپلورر مایکروسافت قرار گرفت، اما بعدها یک نسخه منبع باز نتسکیپ تبدیل به مرورگر مدرن فایرفاکس شد. اپل در سال ۲۰۰۳ مرورگر سافاری را معرفی کرد و گوگل نیز در سال ۲۰۰۸ مرورگر خود به نام کروم را.

امروزه کروم با سهمی که بیش از یک سوم بازار تخمین زده می شود، محبوب ترین مرورگر وب است. اینترنت اکسپلورر، فایرفاکس و سافاری نیز سهم محسوسی در بازار دارند. جالب اینجا است که نسخه موبایل سافاری طبق آخرین آمارها، بیشترین میزان کاربرد را در بین مرورگرهای موبایل دارد اما کروم نسخه موبایل با بیش از ۱ میلیارد بار نصب روی دستگاه ها، پر کاربرترین است.

چه کسی مسئول وب است؟

تیموتی برنرزی

وب در سال ۱۹۹۱ توسط تیموتی برنرزی-لی به دنیا معرفی شد که یک برنامه نویس کامپیوتری در سازمان تحقیقات علمی اروپا، سرن، بود. در سال ۱۹۹۴، برنرزی لی کنسرسیوم وب جهان شمول (W3C) را تاسیس کرد تا سازمانی برای استانداردهای رسمی وب باشد. او همچنان مدیر W3C است و توسعه استانداردهای وب را زیر نظر دارد.

با وجود این نقش تاریخی، وب یک پلتفرم باز است و W3C نمی تواند کسی را قانع به گرویدن به پیشنهادهاى خود کند. در عمل، موثرترین سازمان ها در وب عبارت هستند از شرکت های «مایکروسافت، گوگل، اپل و موزیلا»، یعنی سازندگان مرورگرهای پیشرو در بازار مصرف. تکنولوژی

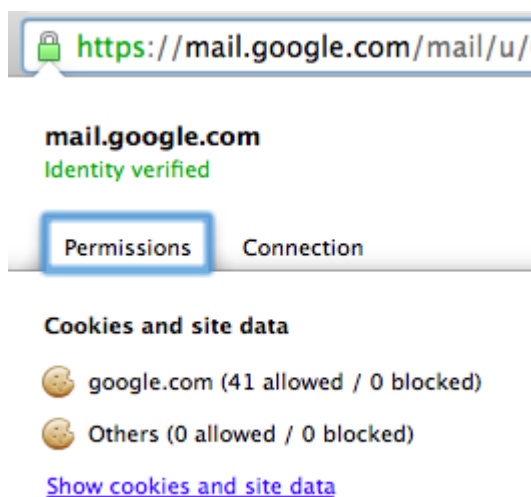
هایی که توسط این ۴ شرکت به کار گرفته شوند، خوب یا بد، در عمل تبدیل به استانداردهای وب می شوند.

اس اس ال چیست؟

اس اس ال

پروتکل امنیتی لایه انتقال (TLS) بر پایه لایه سوکت های امن (SSL) ساخته شده تا امنیت ارتباطات از طریق اینترنت را تضمین کند. اس اس ال خاندانی از تکنولوژی های رمزنگاری است که به کاربران وب امکان می دهد به طور پنهانی و امن اطلاعات خود را در گستره اینترنت رد و بدل نمایند.

وقتی شما به سایت امنی مثل Gmail.com سر می زنید، علامتی شبیه یک قفل در کنار آدرس سایت می بینید که نشان می دهد ارتباطات شما با این وبسایت به صورت رمزنگاری شده اند. شکل آن شبیه تصویر زیر است:



به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

وجود این قفل یعنی افراد یا گروه های متفرقه قادر به تداخل در ارتباطات و مطالعه اطلاعات ارسالی و دریافتی شما نخواهند بود. اس.اس.ال داده های شما را به یک پیام کُد شده تبدیل می کند که فقط دریافت کننده قادر به رمزگشایی از آن است. اگر یک بدافزار به این گفتگوی کد شده بنگرد، تنها زنجیره ای از حروف و علائم تصادفی را می بیند، و نه محتوای ایمیل ها یا سایر اطلاعات خصوصی تان را.

اس.اس.ال اولین بار با نتسکیپ و در سال ۱۹۹۴ معرفی شد. در سال های اخیر روند رو به رشد گرایش سایت های بزرگ و مشهور به آن، به خوبی دیده می شود. امروزه گوگل، یاهو، و فیسبوک به طور پیش فرض از رمزنگاری اس اس ال استفاده می کنند.

وقتی به درستی از اس.اس.ال استفاده شود، جزو امن ترین راهکارها به شمار می رود. اما در سال ۲۰۱۴ چند مشکل در یک نرم افزار پر استفاده اس.اس.ال مشاهده شد. در فوریه، یک نقص بسیار جدی در کدهای مبتنی بر اس.اس.ال که اپل در محصولاتش استفاده کرده بود مشاهده شد. اما برجسته ترین نقص چیزی نیست جز ایراد موسوم به Heartbleed که در اُپن اس اس ال یافته شد. اُپن اس اس ال یک پیاده سازی متن باز از پروتکل اس اس ال و تی ال اس است. هارت بلید به مهاجمین امکان می داد که بتوانند اطلاعات موجود در حافظه قربانی را به اجازه بخوانند.

یو آر ال چیست؟

یو آر ال یا نشانی وب وقتی از وب استفاده یا یک ایمیل ارسال می کنید، به یک نام دامنه نیاز دارید. برای مثال، یو آر الی مثل <http://www.digiato.com> که شامل نام دامنه دیجیاتو هم هست. یا آدرس ایمیل [info\[at\]digiato\[dot\]com](mailto:info[at]digiato[dot]com) برای ارتباط با ما. هر بار که از یک نام دامنه استفاده می کنید، سرورهای DNS به کمک تان می آیند تا دامنه قابل خواندن توسط انسان را تبدیل به آی پی آدرس هایی قابل تشخیص توسط ماشین ها تبدیل کنند.

دامنه های رده اول شامل [com](http://www.com)، [org](http://www.org)، [net](http://www.net)، [edu](http://www.edu)، [gov](http://www.gov) هستند و البته کشورهای مختلف نیز دامنه های مخصوصی را ارائه می کنند. مثلا [ir](http://www.ir) مختص ایران است.

سیستم نام دامنه چیست؟

سیستم نام دامنه (DNS) که چند باری در این متن به چشم تان خورده، عاملی است که به شما امکان می دهد با تایپ کردن [digiato.com](http://www.digiato.com) در نوار آدرس مرورگرتان، به سایت ما برسید، نه با تایپ کردن آدرس های عددی که به یاد سپاری شان تقریبا غیرممکن است.

این سیستم سلسله مراتبی است. برای مثال، در آن دامنه های [com](http://www.com) توسط شرکتی به نام Verisign اداره می شوند. Verisign زیر-دامنه ها را هم ارجاع می دهد. یعنی دارنده دامنه [digiato.com](http://www.digiato.com) می تواند زیر-دامنه هایی مثل [live.digiato.com](http://www.live.digiato.com) را هم ثبت کند.

از آنجا که وبسایت های معروف از نام دامنه برای عرضه خود به مردم استفاده می کنند، امنیت DNS تبدیل به موضوعی بسیار مهم شده. خلاف کاران و جاسوسان در کنار هم دلایل مشخصی دارند تا به

جعل DNS ها پردازند و از این طریق وبسایتی جعلی را به جای وبسایت اصلی نمایش دهند تا کاربر فریب بخورد و اطلاعات مربوط به حساب کاربری اش را دو دستی تقدیم شان نماید.

استانداردی به نام ضمیمه های امنیتی سامانه نام دامنه (DNSSEC) از طریق رمزنگاری امنیت DNS را بالا می برد تا درستی هویت منتشر کننده محتوا (صاحب وبسایت و ارائه کننده خدمت) دقیق تر بررسی شود. ولی هنوز این استاندارد آن طور که باید و شاید جا نیفتاده است.

چه کسی درباره اختصاص یافتن نام دامنه ها تصمیم می گیرد؟

آیکان

سیستم نام دامنه توسط آیکان اداره می شود که پیش تر به معرفی آن پرداختیم. آیکان که در سال ۱۹۹۸ تاسیس شده از سوی وزارت بازرگانی امریکا اختیاردار DNS است، با این حال به شکل روز افزونی از دولت ایالات متحده استقلال می یابد.

در حال حاضر دو نوع نام دامنه وجود دارد. اولین نوع دامنه سطح بالای عمومی (gTLD) نام دارد که شامل com. و edu. و org. است. از آنجا که اینترنت در ایالات متحده اختراع شده، این دامنه ها در آنجا بیشتر عمومیت دارند. اختیار این دامنه ها معمولا به سازمان های خصوصی محول می شود.

نوع دوم دامنه سطح بالای کد کشوری (ccTLD) است. هر کشوری در دنیا یک کد ۲ حرفی مخصوص دارد. برای مثال کد ایران ir. و کد ایالات متحده نیز us. است. این دامنه ها توسط سازمان های مسئول

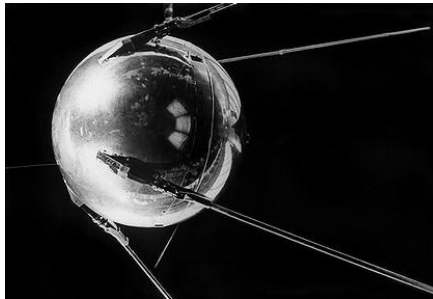
در داخل هر کشور مدیریت می شوند. برخی از ccTLD ها مانند tv. متعلق به کشور جزیره ای تووالو (و) io. متعلق به قلمرو بریتانیا در اقیانوس هند) در خارج از کشورهای خود بسیار محبوب شده اند. در سال ۲۰۱۱ بود که آیکان در یک رای گیری ساختن gTLD های جدید را آسان تر کرد. در نتیجه، طی سال های آینده باید منتظر ظهور ده ها و حتی صدها هزار دامنه جدید بود.

تاریخ اینترنت از ابتدا تا به امروز:

سال ۱۹۵۷ :

لیکلایدر در سال ۱۹۵۰ (میلادی) پس از علاقه‌مند شدن به فناوری اطلاعات از آزمایشگاه روانشناسی صدا در دانشگاه هاروارد به ام آی تی رفت. در ام آی تی او در کمیته‌ای مشغول به خدمت شد که آزمایشگاه لینکلن را تأسیس کرد و بر روی پروژه SAGE کار می‌کرد. در سال ۱۹۵۷ (میلادی) او نایب رئیس شرکت بی بی ان (BBN) شد. در آنجا بود که اولین محصول PDP-۱ را خرید و نخستین نمایش عمومی اشتراک زمانی را هدایت نمود.

سال ۱۹۵۸:



افتتاح پروژه اسپوتنیک توسط اتحاد جماهیر شوروی سوسیالیستی زنگ خطر را برای ایالات متحده به صدا درآورد تا با تأسیس آریا یا مؤسسه پروژه‌های تحقیقاتی پیشرفته در سال ۱۹۵۸ (میلادی) پیشروی در زمینه فناوری را باز یابد.



۲ همچنین در این سال آزمایشگاه بل مودم را اختراع کرد.

سال ۱۹۶۱ :

لئونارد کلینراک استاد دانشگاه کالیفرنیا تئوریهای زیربنایی شبکه‌های بسته را در سال ۱۹۶۲ (میلادی)

ارائه داد.

است. یعنی وسیله‌ای که سیگنال‌ها را مدوله (پیمانه‌ای) یا Modular-Demodular مخفف (Modem) نام مودم: *Modem
دمدوله می‌کند.

سال ۱۹۶۲ :

جی . سی . اریکلایدر دست نوشته هایی در مورد مفهوم بین کهکشانی شبکه از شبکه های کامپیوتری^۴ می نویسد و اولین رئیس پروژه ی کامپیوتری آرپا^۵ می شود.

۱۹۶۳ : اولین نسخه از کد اسکی در این سال ارائه شد . کدهای اسکی در کامپیوترها، وسایل ارتباطی و هر وسیله دیگری که با متن سروکار دارد، برای نمایش متون استفاده می شوند. تمام مجموعه کارکترهای نسل جدید (مانند یونیکد و UTF) از اسکی نشأت می گیرند. هر کاراکتر اسکی دارای یک کد عددی معادل است.

: ۱۹۶۵

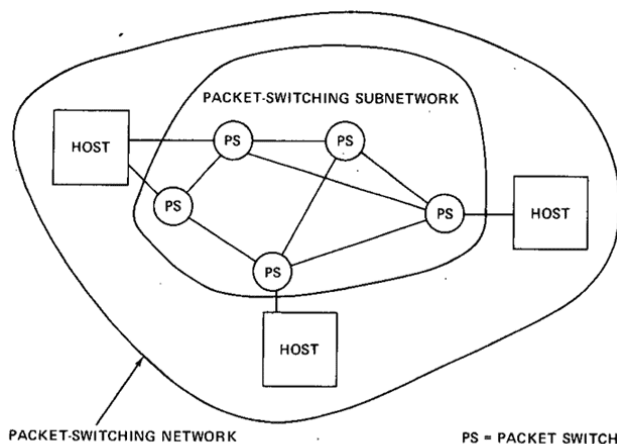


Fig. 1. Typical packet switching network.

^۴J.C.R. Licklider

^۵Intergalactic Network concept

^۶ARPA

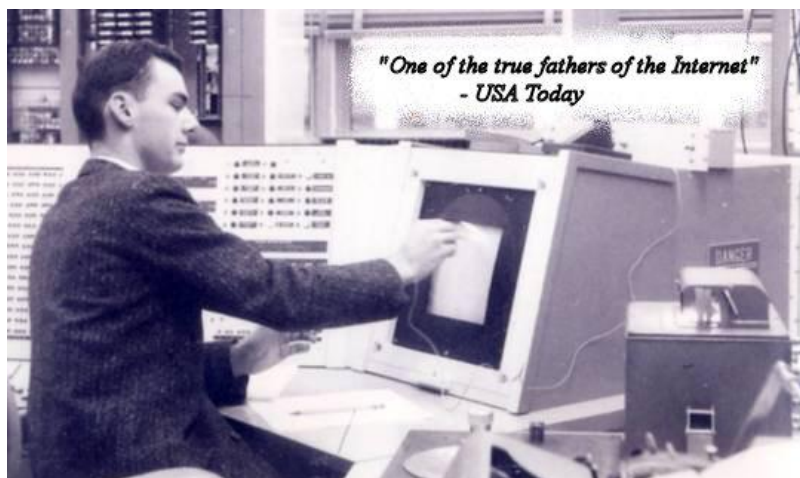
در تلاشی جداگانه، دونالد دیویز نیز، در آزمایشگاه ملی فیزیک انگلیس مفهوم راه‌گزینی بسته کوچک را کشف کرده بود. او نخستین بار آن را در ۱۹۶۵ (میلادی) مطرح نمود. کلمات بسته و راه‌گزینی بسته در واقع توسط او ابداع شدند و بعدها توسط استانداردها پذیرفته و به کار گرفته شدند.

هم چنین در این سال آرپا بر روی مطالعه روی شبکه های تعاونی از کامپیوترهای اشتراک زمانی سرمایه گذاری کرد.

در سال ۱۹۶۵

لورنس رابرتز و توماس میرل اولین شبکه گسترده ، ارتباطی با فاصله زیاد به صورت دایال آپ بین کامپیوتر TX-2 در ماساچوست و کامپیوتر Q-32 در کالیفرنیا، را ایجاد کردند.

سال ۱۹۶۶ :



Wide Area Network
Dial-up

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

لورنس رابرتز در سال ۱۹۶۶ شبکه های تعاونی از کامپیوترهای اشتراک زمانی را در آزمایشگاه شبکه ساخت. مسؤل کامپیوترهای پروژه ی آریا رابرت تیلیور پروژه ی آرپانت را راه اندازی کرد که اساس اینترنت فعلی است.

: ۱۹۶۷



لورنس رابرتز مسئول آرپانت مباحث را ارائه داد و اولین طراحی آرپانت را روی کاغذ تحت این عنوان طراحی کرد: " شبکه با چند کامپیوتر و ارتباط بین کامپیوتر ها ". وزلی کلارک پیشنهاد کرد که شبکه با یک قطعه متصل جلوی کامپیوتر اصلی با نام "پردازنده پیام رابط" متصل شود. تکامل پردازنده های پیام رابط همین روتر های امروزی اند.

لئونارد کلینراک تئوری مسیریابی سلسله مراتبی را در سال ۱۹۶۷ (میلادی) ارائه کرده بود، مفاهیمی که زمینه ساز گسترش اینترنت به شکل امروزی آن شدند.

۱۹۶۷

دونالد دیویس از آزمایشگاه فیزیک ملی در انگلستان مقاله‌ی خود را در مورد سوئیچینگ بسته ارائه داد.

: ۱۹۶۹



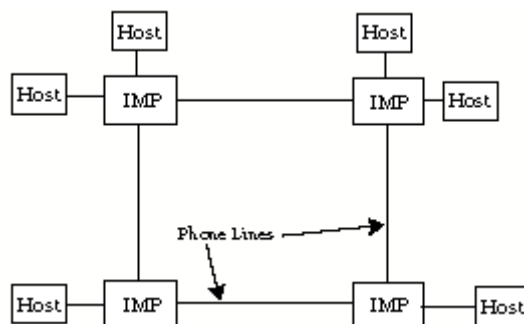
پس از کار فراوان، سرانجام در ۲۹ اکتبر ۱۹۶۹ دو گره اول آنچه که بعدها آرپانت شد به هم متصل شدند. این اتصال بین مرکز سنجش شبکه کلینراک در دانشکده مهندسی و علوم کاربردی UCLA و سامانه NLS داگلاس انگلبرت در مؤسسه تحقیقاتی SRI International در پارک منلو در کالیفرنیا برقرار شد. سومین مکان در آرپانت مرکز ریاضیات تعاملی Culler-Fried در دانشگاه کالیفرنیا، سانتا باربارا بود و چهارمی دپارتمان گرافیک دانشگاه یوتا بود.

^۱Donald Watts Davies
packet-switching

۱۹۷۰ : دیویز همچنین یک شبکه راهگزینی بسته به نام Mark I در سال ۱۹۷۰ (میلادی) در انگلستان ساخته بود.

پرفسور پیتیر کریستین از کالج دانشگاهی لندن اولین گره از آرپانت اروپا را با آی پی بین قاره ای قابل اتصاف ، شروع کرد.

سال ۱۹۷۲



در این سال شبکه IMP رشد کرد و ۱۵ گره داشت.

لوئیس پورزین تلاش کرد CYCLADES را که نسخه ی فرانسوی آرپانت بود را توسعه دهد.

در این سال همچنین ری تامپسون از BBN طرحی ابداع کرد که بوسیله آن برنامه بتوان پیام را بین شبکه های توزیع شده ارسال کرد. انتخاب نشان @ برای جدا سازی محلی از جهانی به صورت hamid@host است.

: ۱۹۷۳

توسعه چیزی که امروزه از آن تحت عنوان TCP/IP توسط گروهی به مدیریت ویتون سرف از استنفورد و رابرت کان، با نام دارپا شکل گرفت.

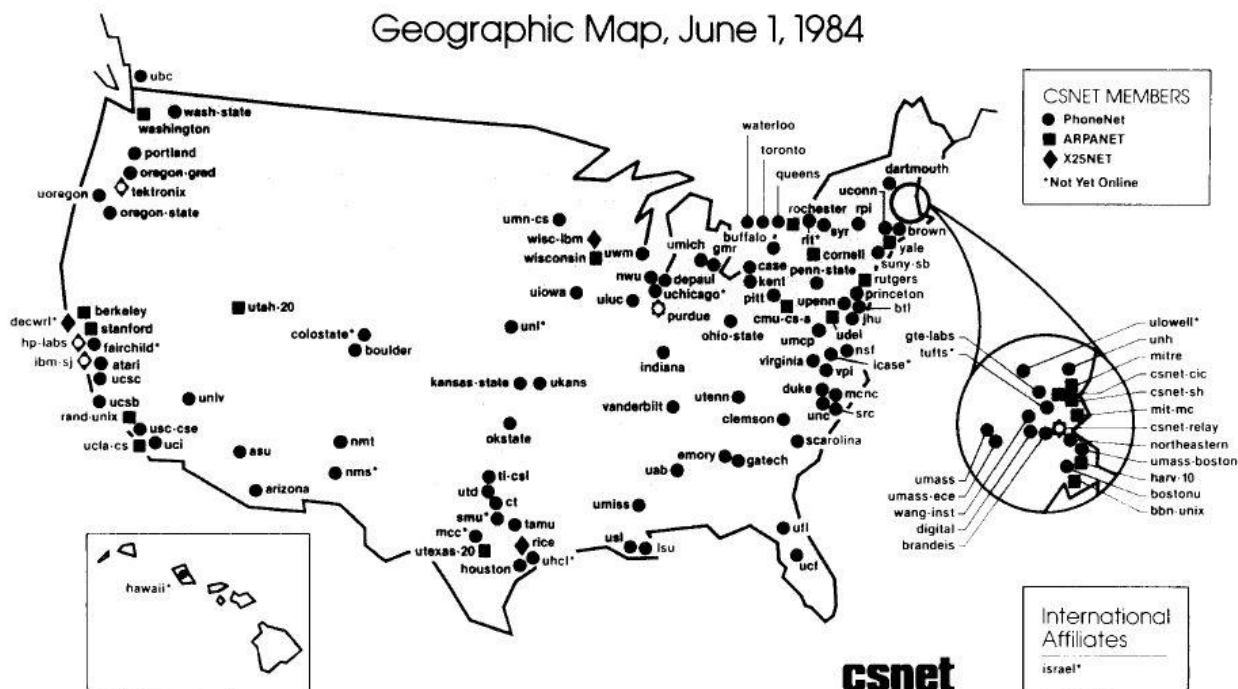
سال ۱۹۷۴ :

در این سال وینت کرف (Vint Cerf) و باب کان (Bob Kahn) از کلمه اینترنت (Internet) در مقاله خود با عنوان Transmission Control Protocol استفاده نمودند .

سال ۱۹۷۶ :

کابل اترنت (Ethernet Cable) و کابل کواکسیال (Coaxial Cables) برای اولین بار در سال ۱۳۷۶ توسط دکتر رابرت متکالفه (Robert Metcalfe) اختراع شدند. این اختراع تحول شگرفی در انتقال داده محسوب می شد و می توان گفت که مهمترین عامل در توسعه و شکل گیری یک شبکه محلی (Local Area Networks = LAN) بوده است.

سال ۱۹۷۷ :



لورنس لندوبر CSNet^۱ را ایجاد کرد. CSNET شبکه ای بود برای همه دانشگاهها و مراکز تحقیقات

صنعتی کامپیوتر امریکا.

سال ۱۹۷۸ :

اولین اسپم (Spam) در این سال توسط گری تورک (Gary Thuerk) به ۴۰۰ کاربر ARPANET

ارسال گردید که نمونه ای از مینی کامپیوترها را تبلیغ می نمود.

^۱CSNET (Computer Science Network)

سال ۱۹۸۰

پرلن پروتکل IS-S را برای مسیریابی بسته های آی پی طراحی کرد.^۱



دکتر بری لینر به عنوان مدیر دارپا به پایه گذاری برد فعالیت های اینترنت (IAB^۱) کمک کرد، که منجر به مجموعه ای از استاندارد های تکنیکی برای اینترنت شد.

سال ۱۹۸۱ :

دانی کان شبیه ساز بصری را برای اجرا بر روی آرپانت سازگار ساخت، اولین برنامه کاربردی شبکه های سوئیچینگ بسته تبدیل به برنامه های زمان واقعی شد.

^۱Intermediate System to Intermediate System
^۱Internet Activities Board

سال ۱۹۸۲ :

تئوس هگان شبکه یونیک اروپا را به عنوان سرویس دایال آپ EUUG ، که اولین شبکه گسترده (WAN) عمومی در اروپا بود را راه اندازی کرد که با ۴ ستون فقرات کار میکرد.

کیلنام چان ، پرفسوری از دانشگاه کیئو ژاپن ، اولین کانکشن ارتباطی اینترنت را در اسیا را تحت عنوان SDN توسعه داد. و این کار او باعث الهام گرفتن دیگران و رشد اینترنت در این منطقه شد.

سال ۱۹۸۳ :

از ابتدای ژانویه سال ۱۹۸۳ ، هر کامپیوتری که درخواست اتصال به شبکه ARPANET را داشتند ملزم به رعایت پروتکل TCP/IP و (Transmission Control Protocol and Internet Protocol) شدند و این هسته اولیه اینترنت می باشد.

۱

۵

پائول مکاپرتیس سیستم نام دامنه را ابداع کرد.

سال ۱۹۸۴ :

دکتر جون پوستل (Dr. Jon Postel) در این سال ایده خود را در رابطه با دامنه های اینترنتی شامل .edu , .gov , .org , .com و .mil در مجموعه مقالات خود توسط Internet Engineering Task Force منتشر نمود.

در سال ۱۹۸۴ بالغ بر ۱۸۰ دانشگاه، مرکز صنعتی و بخش های علوم کامپیوتر به CSNET پیوسته بودند.

دکتر جان مورای که به عنوان پدر اینترنت ژاپن شناخته می شود شبکه یونیکس دانشگاهی ژاپن را توسعه داد.

اولین ایمیل در آلمان از امریکا در ۳ آگوست ۱۹۸۴ دریافت شد. ورنر زورن نقش حیاتی در این رخداد داشت او از کسانی بود که در رشد اینترنت در آلمان نیز نقشه مهمی داشت.



در این سال NSFNET که اولین شبکه کامپیوتری باز برای حمایت از تحقیقات و آموزش عالی بود توسط دکتر استفن ولف راه اندازی شد.

در این سال دنیس جنینگز (Dennis Jennings) در بنیاد ملی علوم (National Science Foundation) تعیین نمود که TCP/IP می بایست برای هر شبکه اجباری باشد .

سال ۱۹۸۶ :



در ژانویه سال ۱۹۸۶ در سان‌دی‌اگو ۲۱ نفر از کسانی که متخصص در طراحی ، تحقیقات و مهندسی اینترنت داشتند جلسه ای تاریخی را برگزار کردند این گروه بعد ها نیروی وظیفه ی مهندسی اینترنت IETF نامگذاری شد.^۷

سال ۱۹۸۷

سرینوآسان رمانی نقش کلیدی در شبکه تحقیقات و آموزش (ERNET) در هند داشت و تلاش کرد ERNET در گاهی برای ورود اینترنت به هند باشد.

CompuServe : بصورت تصادفی فناوری استفاده از تصویر (Graphics Interchange Format)
Gif را در این سال منتشر نمود.

سال ۱۹۸۸ :

در سال ۱۹۸۸ در موسسه ی تکنولوژی آسیا (AIT) دکتر کانچانا دامنه TH. را برای کشور تایلند ثبت کرد.

ون جیکوبسون الگوریتمی را برای کنترل تصادم در پروتکل انتقال اینترنت (TCP) ارائه داد که هنوز در ۹۰ درصد میزبانان اینترنت استفاده می شود.

سال ۱۹۸۹ :

شرکت The World به عنوان اولین ارائه دهنده خدمات اینترنت (Internet Service Provide = ISP) (اولین خدمات " تجاری " اتصال اینترنت از طریق Dial-up را ارائه نمود. پس از آن شرکت های Netom و Panix نیز اقدامی مشابهی انجام دادند.

برستر کال اولین سیستم ائشار اینترنتی را تحت عنوان ^۱WAIS راه اندازی کرد که می توان آن را اولین موتور جستجوی اینترنتی دانست.

^۱Wide Area Information Server

سال ۱۹۹۰ :

Linux



استفان کینت اولین شبکه باز امن را راه اندازی کرد.

لینوس تراولدز لینوکس را ساخت.

ترو تاکاشی کمک کرد که اینترنت به ژاپن بیاید و همچنین کمک کرد که اینترنت در سراسر آسیا رشد کند.

سال ۱۹۹۲ :

سازمان تحقیقات و علوم شبکه (CREN) پروتکل World Wide Web را منتشر نمود. در همین سال

بنیاد علوم ملی (NSFNET) سرعت شبکه خود را به ۴۴/۷۳۹ Mbps ارتقا داد.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

وینتون سرف و رابرت کان جامعه اینترنت را پایه گذاری کردند.

سال ۱۹۹۳ : مارک اندریسن (Mark Andreessen) در دانشگاه ایالتی ایلینویز ، " Mosaic for X " که یک رابط گرافیکی برای World Wide Web محسوب می شد را ارائه نمود. وی در سال بعد Netscape را راه اندازی نمود و همچنین شرکت وی لایه امن (SSL (Secure Socket Layer) را توسعه داد و که به کد گذاری داده ها می پردازد.

دکتر جان سیوفی تکنولوژی DSL را توسعه داد و پدر DSL نام گذاری شد.

سال ۱۹۹۴ :

شرکت بزرگ و معروف پیتزا هات (Pizza Hut) اولین فروش آنلاین را بر روی وب سایت خود ارائه نمود.

اولین سند برای درخواست (RFC) نوشته شد.

سال ۱۹۹۵ :

این سال برای ایرانی ها از جایگاهی ویژه برخوردار است، چرا که پیر امیدیار ایرانی الاصل در این سال اولین سایت خرید و فروش اینترنتی یعنی AuctionWeb را ارائه نمود که البته بعداً به eBay تغییر نام داد.

برندنبرگ و تیمش روی فرمت فایل های صوتی کار کردند و آن ها را فشرده ساختند و فرمت MP3 را ایجاد کردند.

سال ۱۹۹۶ :



در ماه ژانویه ۱۹۹۶ پروژه ی تحقیقاتی گوگل توسط سرگی برین و لری پیج که هر دو دانشجوی دکترای دانشگاه استنفورد بودند آغاز شد.

هات میل (Hotmail) راه اندازی شد و در سال بعدی توسط ماکروسافت به قیمت ۴۰۰ میلیون دلار خریداری شد.

انتقال صدا در اینترنت : در این سال دکتر هنینگ سچولزرین پروتکل VoIP را توسعه داد.

سال ۱۹۹۸ :

در ۴ سپتامبر ۱۹۹۸ گوگل با ورود سرمایه اندی بکتولشم (Andy Bechtolsheim) از sun به microsystem سهامی عام تبدیل گردید.

در این سال ابزاری ظهور کرد که به کاربران غیر حرفه ای کمک میکرد تا بتوانند در وب مطالب خود را ارائه دهند این ابزاری چیزی نبود جز بلاگ.

سال ۱۹۹۹ :

استاندارد شبکه (Wi-Fi (Wireless Internet Technology) معرفی گردید. در همین سال شون فانینگ (Sean Fanning) در حالی که تنها ۱۸ سال داشت، نیپستر (Napster) را خلق نمود که اولین بار ایده شبکه p۲p را برای اشتراک گذاری موزیک پیاده سازی نمود.

سال ۲۰۰۱ :

در این سال اولین دانش نامه آزاد اینترنت یعنی ویکی پدیا (Wikipedia) توسط جیمی ولز انتشار یافت.

سال ۲۰۰۳ :

شرکت بزرگ اپل ، فروشگاه موزیک آنلاین iTunes را راه اندازی نمود که با وجود اینکه تنها ۲۰۰ هزار موزیک را در خود جای داده بود در مدت ۲۴ ساعت فروش ۲۵۰ هزار نسخه از آهنگ های خود را به ثبت رساند.

سال ۲۰۰۴ :

در اول آوریل این سال گوگل ، سرویس ایمیل خود را با نام Gmail راه اندازی نمود که با فضای ۱ GB ارائه می شد در حالیکه Yahoo و Hotmail تنها با فضای ۴ و ۲ مگابایت ارائه می شدند. حتی برخی تصور کردند که اعلامیه گوگل ، دروغ اول آوریل بوده است.

کسب درآمد از اینترنت

سال ۲۰۰۵ :

یوتیوب (YouTube) در این سال راه اندازی شد ، که انقلابی در دنیای ویدئو آنلاین محسوب می گردد و گوگل در سال بعد یوتیوب را به ارزش ۱/۶ میلیارد دلار خریداری نمود.

سال ۲۰۰۶ :

این سال را باید سال شبکه های اجتماعی نامید، چرا که در این سال ، دام ساگولا (Dom Sagolla) شبکه محبوب توئیتر (Twitter) را معرفی نمود و شبکه اجتماعی فیس بوک (Facebook) که این زمان تنها محدود به شبکه دانشجویان بود برای استفاده عموم آزاد گردید.

سال ۲۰۰۹ :

ترافیک انتقال داده موبایل از ترافیک انتقال صدا در ماه عبور نمود و برای اولین بار حجم ترافیک داده های تلفن همراه به عدد یک میلیارد گیگابایت رسید.

وب سایت سینا ویبو در ۱۴ آگوست ۲۰۰۹ را اندازی شد این سایت ترکیبی از توئیتر و فیس بوک است که در کشور چین مورد استفاده ی عموم کاربران اینترنت است.

کسب درآمد از اینترنت

سال ۲۰۱۰ :

در این سال ، با راه اندازی سرویس ابر سرور ، خدمات رایانش ابری برای نخستین بار در ایران توسط پارس پک ارائه گردید که مورد استقبال هزاران علاقمند به دنیای فناوری اطلاعات در ایران قرار گرفت.

سال ۲۰۱۱ :

اسکایپ محبوبترین شبکه ارتباط تصویری بر پهنای اینترنت توسط ماکروسافت به ارزش ۸/۵ میلیارد دلار خریداری شد.

سال ۲۰۱۲ :

*المپیک لندن زیرسایه دستاوردهای تازه صنعت آی تی

**مهاجرت به IPv۶

با اتمام آدرس های IPv۴ چاره ای جز مهاجرت به IPv۶ برای شرکت ها، مدیران سایت ها و مردم عادی باقی نمی ماند IPv۶. ۶ که حدود یک دهه قبل طراحی شد به دلیل فناوری متفاوت طراحی می تواند جلوی کمبود آدرس های اینترنتی را بگیرد .

آخرین آدرس های ۳۲ بیتی باقی مانده IPv۴ این روزها به پایان می رسد و با پشتیبانی و تاکید جدی شرکت های سرویس دهنده اینترنت مهاجرت به IPv۶ جدی تر از گذشته تعقیب می شود. البته برای موفقیت در این زمینه به روزرسانی زیرساخت ها هم ضروری تر از گذشته به نظر می رسد و دولت های جهان باید بودجه کافی به این امر اختصاص دهند.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

****خبرسازی های تازه اپل**

بیش از یک سال است که شایعاتی در مورد راه اندازی نسل جدیدی از تلویزیون توسط شرکت اپل به گوش می رسد. پیش از این اپل با عرضه آی پاد دنیای موسیقی و سبک ماشهده فیلم و گوشی کردن به موسیقی را تحت تاثیر قرار داده بود و حال باید منتظر ماند و دید Apple TV که ترکیبی از تلویزیون و اینترنت محسوب می شود چه تاثیراتی به همراه می آورد. همچنین در سال ۲۰۱۲ آی پد ۳ و آیفون ۵ هم قرار است عرضه شوند.

****شبکه های نسل چهارم تلفن همراه**

در روزهای پایانی سال ۲۰۱۱ تعدادی از اپراتورهای تلفن همراه تلاش برای راه اندازی شبکه های نسل چهارم تلفن همراه را آغاز کردند. در این زمینه تاخیرها و مشکلات فنی متعددی هم به وجود آمد که امید می رود در سال ۲۰۱۲ برطرف شود.

مایکروسافت در سال ۲۰۰۸ برای خرید یاهو ۴۴۶ میلیارد دلار پیشنهاد داده بود. البته این رقم مربوط به زمانی بود که بحران اقتصادی تشدید نشده بود و یاهو هم شرایط ناامیدکننده امروز را نداشت.

این روزها باز هم شایعه خرید یاهو توسط مایکروسافت شنیده می شود و هیچ بعید نیست این شایعه در سال ۲۰۱۲ به واقعیت مبدل شود.

سال ۲۰۱۳ :

۱- اسنودن؛ در مقابل عظیم‌ترین سازمان جاسوسی دنیا

ادوارد اسنودن، متخصص ۲۹ ساله امنیت دیجیتال، از روز نخست که انتشار اسناد محرمانه آژانس امنیت ملی آمریکا (NSA) را آغاز کرد و از اقدامات ناشناخته یکی از بزرگ‌ترین سیستم‌های جاسوسی دیجیتال در جهان پرده برداشت، می‌دانست که قدم در راهی بی‌بازگشت گذاشته است.

۲- رونق بی‌سابقه دیپلماسی دیجیتال

سال ۲۰۱۳ نقطه عطفی بود در بهره‌گیری از ابزارها و سرویس‌های نوین ارتباطی برای پیش‌برد اهداف سیاسی و دیپلماتیک بود. موج گسترده مهاجرت دولتمردان و سیاستمداران سراسر جهان به رسانه‌های اجتماعی برای تماس و تعامل مستقیم با شهروندان، آغازگر فصلی جدید در عصر اطلاعات بود.

سال ۲۰۱۴ :

تقسیم سهام اپل

پیش از این هم در زومیت به افزایش سهام اپل و تبدیل آن به با ارزش‌ترین کمپانی تاریخ تجارت اشاره کرده‌ایم، در ماه آوریل اپل سهام خود را تقسیم کرد و توانست برنامه‌ی بازخرید سهام خود را به اندازه‌ی ۳۰ میلیارد دلار به سرانجام رسانده و ۹۰ میلیارد دلار به ارزش کل سهام اضافه کند. سود سهام نیز ۸ درصد افزایش یافته و البته سهامداران از این تغییرات راضی ماندند.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

خرید بیتس

بعد از هفته‌های پر از شک و تردید مبنی بر خرید بیتس توسط اپل، بالاخره این اتفاق افتاد و اپل با تصاحب بیتس به ارزش ۳ میلیارد دلار باعث شد تا Dr. Dre به پردرآمدترین موزیسین عرصه‌ی موسیقی تبدیل شود. مهم‌تر از آن، اپل صاحب "جیمی لاورین" غول صنعت موسیقی و دوست قدیمی استیو جابز شد.

سیستم‌عامل Yosemite و iOS

۲۰۱۴ یک سال بزرگ در دنیای نرم‌افزار بود. اپل سیستم‌عامل iOS و Yosemite را در کنفرانس توسعه‌دهندگان خود در ماه ژوئن عرضه کرد، که هر دو تغییر جهش بزرگی برای این سیستم‌عامل‌ها به شمار می‌آید.

اینترنت در ایران

اینترنت در ایران عبارت است از کلیه جنبه‌های مرتبط به ایجاد، توسعه و استفاده از شبکه‌های رایانه‌ای تحت مجموعه پروتکل اینترنت در ایران که آن را از اینترنت به معنای عام مشخص و متمایز می‌کند و شامل امور فنی، ساختارهای حقوقی و اداری، دسترسی، خدمات، کاربری و نیز آثار و چالش‌های ناشی از آن می‌شود.

اینترنت در ایران در سطح جامعه اکثراً محدود به وب‌گردی و ارتباطات راه‌دور و در دانشگاه‌ها تحقیقات علمی است و تجارت الکترونیک به علت نبود زیرساخت‌ها و قوانین لازم در سطح محدودی ارائه می‌گردد. با این حال برای کارهای دیگری مثل رزرو اینترنتی هتل‌ها، بلیت‌های چارتری و تورها، خانه معلم برای فرهنگیان، بلیت قطارهای نوروزی، بلیت هواپیماها و کشتی‌ها، ثبت نام اینترنتی، استفاده از ایمیل، الخ نیز از اینترنت استفاده می‌شود.

در سال ۱۹۹۳، ایران به اینترنت متصل شد. از آن زمان، تعداد کاربران اینترنت در ایران روند فزاینده‌ای داشته‌است. اما بر اساس آمار دسامبر ۲۰۱۲ ایران به لحاظ سرعت اینترنت در دسترسی برای کاربران خانگی، در بین ۱۷۸ کشور در جایگاه ۱۶۴ قرار داشت و از بین کشورهای خاورمیانه تنها مصر و سوریه

رتبه پایین‌تری داشتند. کاربران اینترنت در ایران هم از فیلترینگ اعمال‌شده توسط نهادهای دولتی و هم از فیلترینگ معکوس اعمال‌شده توسط شرکت‌های وابسته به کشورهای که ایران را تحریم کرده‌اند، رنج می‌برند. همچنین، تولیدکنندگان محتوا در اینترنت طبق قانون موظفند که اطلاعات شخصی خود و ویژگی‌های فنی وب‌گاه خود را نزد دولت ثبت کنند.

پیشینه

پیش از ایجاد شبکه اینترنت، نسل قبلی شبکه‌های رایانه‌ای جهان گستر به نام بیت‌نت در دنیا به کار می‌رفت. به گفته سیاوش شهشهانی، قائم‌مقام سابق پژوهشگاه دانش‌های بنیادی، این مرکز در ایران در سال ۱۳۶۸ خورشیدی (معادل ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۰) برای اولین بار به شبکه بیت‌نت متصل شد؛ هدف این کار ارتباط علمی و پژوهشی با دانشگاه‌های دنیا بود. شبکه بیت‌نت با شبکه اینترنتی که امروز استفاده می‌شود تفاوت‌های بسیار داشت. استفاده اصلی که از آن می‌شد دریافت و ارسال نامه‌های الکترونیکی بود. سیاوش شهشهانی، قائم‌مقام آن زمان پژوهشگاه دانش‌های بنیادی، در مصاحبه‌ای می‌گوید: «وقتی عضویت ما را تصویب کردند یک بند جدید هم به تعهدات اعضا اضافه کردند و آن این که از شبکه برای تبلیغات مذهبی استفاده نشود.» یکی دیگر از تعهدات این بود که هیچ عضوی نباید جلوی عبور اطلاعات از کشوری به کشور دیگر را بگیرد. محمد جواد لاریجانی فردی بود که تعهدات لازم برای برقراری این اتصال را پذیرفت و توافق‌نامه را امضا کرد. مرکز در ابتدا از طریق اتصال با شماره‌گیری و با استفاده از خط تلفن به دانشگاهی در اتریش متصل شد. پس از آن یک خط استیجاری با دانشگاه وین برقرار شد. این اتصال از سال ۱۹۹۳ به شکل رسمی درآمد.

اینترنت به صورت عمومی از حدود سال‌های ۱۹۹۳ (معادل ۱۳۷۲ خورشیدی) برای استفاده‌های دانشگاهی وارد ایران شد. پژوهشگاه دانش‌های بنیادی اولین مرکزی بود که به سمت استفاده از اینترنت گام برداشت و از طریق دانشگاه وین به اینترنت متصل شد. در ابتدا خدمات اتصال به اینترنت فقط به کاربران دانشگاهی داده می‌شد. استفاده عمومی از اینترنت برای اولین توسط شرکت ندا رایانه فراهم آورد.

نقش مخابرات

به گفته سیاوش شهشهانی وزارت مخابرات دولت ایران نیز از مخالفان گسترش شبکه اینترنت در ایران بود. به گفته وی مخابرات اینترنت را موضوعی موقت و مد روز می‌دانست و در پی گسترش شبکه X.۲۵ در ایران بود. این مخالفت‌ها مدت‌ها ادامه یافت و تا حدودی گسترش اینترنت در ایران را در سال‌های اول کند کرد:

برای اتصال دانشگاه به شبکه، در مرکز تحقیقات ۲ دیدگاه مختلف وجود داشت؛ یکی این که اینترنت را به عنوان یک امتیاز ویژه برای مرکز حفظ کنیم. دوم این که آن‌ها را در دانشگاه‌ها توزیع کنیم. بالاخره بعد از بحث‌های متوالی، نظریه دوم پیروز شد و دانشگاه‌ها به نوبت به اینترنت وصل شدند. با توجه به

این که در آغاز اتصال از طریق خط استیجاری بود، به طور طبیعی محدودیت‌هایی در دانشگاه‌ها به وجود آمد. برای استفاده از اتصال ماهواره‌ای، مذاکراتی طولانی با مخابرات را پشت سر گذاشتیم و تا پای عقد قرارداد هم رفتیم؛ ولی تصادفاً در همان روزی که بنا بود قرارداد امضا شود، رئیس مخابرات عوض شد. رئیس بعدی هم از امضای قرارداد خودداری کرد. به همین دلیل حدود ۳ سال طول کشید تا اولین ارتباط ماهواره‌ای با سرعت ۱۲۸ کیلو بیت بر ثانیه از طریق یک شرکت ایتالیایی برقرار شود. پیش از آن به ترتیب دانشگاه‌های صنعتی شریف و صنعتی اصفهان، مرکز تحقیقات ژنتیک و مرکز زلزله‌شناسی به اینترنت وصل شده بودند. اتصال ۱۲۸ که برقرار شد وضع اینترنت در دانشگاه‌ها کمی بهتر شد. البته ۲ تا ۳ ماه بعد ظرفیت این اتصال به نقطه اشباع رسید برای همین ۸ ماه بعد یعنی اوایل سال ۱۹۹۷ آن را به اتصال ۵۱۲ کیلو بیت در ثانیه ارتقا دادیم.

ساختار فنی

در ایران بیش از ۶۰۰ شرکت ارائه‌کننده خدمات اینترنت (رسا) فعال هستند که دسترسی کاربران به اینترنت را به شکل‌های مختلفی فراهم می‌کنند. ارزان‌ترین شکل اینترنت در ایران، اینترنت مبتنی بر شماره‌گیری (دایل آپ) است. قیمت اینترنت بر اساس سرعت اتصال و پهنای باند متفاوت است. قیمت اینترنت در ایران گران‌ترین قیمت ممکن در دنیا به نسبت سرعت و کیفیت و حجم دانلود است.

پهنای باند

پهنای باند ورودی به ایران از طریق فیبر نوری تأمین می‌شود. تا سال ۱۳۸۴، قسمت عمده پهنای باند ایران از طریق کابل دریایی بین جاسک و فجیره تأمین می‌شد که به علت وابستگی به یک ورودی، قطعی‌های عمده در اینترنت ایران به ویژه در ماه دی رخ می‌داد. تا سال ۱۳۸۸، ایران تعداد مبادی اینترنت خود را به ۹ عدد افزایش داد به شکلی که با تمام کشورهای همسایه به جز پاکستان، فیبر ارتباطی داشت. به علاوه ایران در این سال خبر از پیوستن به شبکه فالكون را داد؛ به این ترتیب ظرف پانزده سال بعدی، ایران می‌بایست مستقیماً به شبکه فیبرنوری جهانی (فلگ) پیوندد. در آبان ۱۳۹۱، مجموع پهنای باند ایران از طریق این ۹ درگاه مختلف برابر با ۴۶۷ اس‌تی‌ام-۱ اعلام شد که معادل ۷۲۰۶۲۷ مگابیت در ثانیه است. پهنای باند ورودی به ایران توسط شرکت ارتباطات زیرساخت تهیه می‌شود و قیمت فروش آن به شرکت‌های توزیع کننده خدمات اینترنتی یکی از دلایل قیمت بالای دسترسی به اینترنت در ایران دانسته می‌شود.

در اکتبر ۲۰۰۸ رئیس انجمن شرکت‌های اینترنتی ایران اعلام کرد که کل پهنای باند وارد شده به ایران برابر با مجموع پهنای باند دو دانشگاه در سوئد است. و برخی کارشناسان مشکلات شبکه داخلی در ایران را در حدی می‌دانند که حداکثر سرعت مجاز برای دسترسی خانگی به اینترنت (که توسط سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی برابر با ۱۲۸ کیلوبیت در ثانیه معادل ۱۶ کیلوبایت در ثانیه تعیین شده‌است) را در درجه کمتری از اهمیت در مورد محدودیت سرعت دسترسی قرار می‌دهند.

در شش ماهه نخست سال ۲۰۱۰ از میان ۱۵۲ کشور بررسی شده، ایران پس از کشورهای چون ونزوئلا، نیجریه، بولیوی، عراق، پاراگوئه و جزایر ترک و کایکاس با سرعتی برابر ۶۱/۰ مگابیت بر ثانیه در رتبه ۱۴۴ قرار گرفت. آمار منتشرشده در مرداد ۱۳۹۰ نیز حاکی از آن بود که از نظر متوسط سرعت اتصال کاربران به اینترنت، ایران در بین کشورهای جهان رتبه پنجم از آخر را داراست. بر اساس آمار دی ۱۳۹۱ ایران به لحاظ سرعت اینترنت خانگی، در بین ۱۷۸ کشور در جایگاه ۱۶۳ قرار گرفته است. گزارش سال ۲۰۱۳ خانه آزادی درباره آزادی اینترنت در نقاط مختلف جهان می گوید که از میان ۶۰ کشور مورد مطالعه، ایران بدترین رتبه را در یک سال گذشته داشته است.

در بهمن ۱۳۸۹ مخابرات ایران اعلام کرد که از ۲۸ میلیون کاربر اینترنت در کشور، تنها ۷۰۰'۰۰۰ نفر از اینترنت پرسرعت استفاده می کنند و مابقی (۹۸٪) از اینترنت با استفاده شماره گیری استفاده می کنند. هم چنین در بهمن ۱۳۸۹ نمایندگان مجلس شورای اسلامی اعلام کردند که محدودیت سرعت اینترنت برای کاربرد خانگی برداشته خواهد شد.

شبکه ملی اطلاعات

پروژه «اینترنت ملی» یا «شبکه ملی اطلاعات»، پروژه ای است که توسط دولت ایران برای انتقال مراکز داده ها و میزبانی وب گاه های ایرانی به داخل کشور برنامه ریزی شده است. به گفته یکی از نمایندگان

مجلس ایران، اینترنت ملی جایگزینی برای شبکه اینترنت و روشی برای کنترل محتوای اینترنت است و راه حل مشکل فیلترینگ و کم کردن سرعت اینترنت خواهد بود. این اظهار نظر، در کنار گفته‌های وزیر ارتباطات وقت که گفته بود «اینترنت ملی جایگزین اینترنت جهانی می‌شود» و گفته‌های مدیرعامل شرکت فناوری اطلاعات که مسدود شدن سرویس‌های رایانامه خارجی نظیر جی‌میل را فرصتی برای حرکت به سمت «ایمیل ملی» تلقی کرده بود. این شائبه را برانگیخته که دولت ایران به دنبال جداسازی کامل شبکه اینترنت ایران از شبکه جهانی اینترنت است. پیش از ایران، میانمار و کوبا نیز اقدام به جداسازی شبکه ملی خود از اینترنت کرده بودند و چین نیز در حال اجرای این برنامه بود. با این حال، دیگر نمایندگان مجلس و اشخاص حقوقی، وجود برنامه‌ای برای جدا شدن ایران از اینترنت جهانی را تکذیب کرده‌اند.

مقابله با محتوای غیرمجاز یا مجرمانه از طریق محدودیت دسترسی

محدودسازی دسترسی به نشانی‌های اینترنتی از طریق پالایش یا فیلترینگ در ایران از سال ۱۳۸۰ با تصویب مقررات و ضوابط شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای آغاز می‌شود و مصادیق فعالیت‌های اینترنتی غیرمجاز معین می‌شود. پیرو آن در سال ۱۳۸۱ «کمیته مصادیق پایگاه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای غیرمجاز» (که گاه «کمیته مصادیق پایگاه‌های غیرمجاز اینترنتی» نامیده شده است)، زیر نظر شورای عالی انقلاب فرهنگی تشکیل شد. وزارت اطلاعات، سازمان صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نماینده شورای عالی انقلاب فرهنگی و سازمان تبلیغات اسلامی اعضای ثابت و اصلی کمیته

مصادیق پایگاه‌های غیرمجاز اینترنتی بودند و وزارت اطلاعات مسئولیت آن را برعهده داشت. به نوشته رضا باقری اصل، مدیر وقت دفتر فناوری‌های نوین مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، «نقد اساسی که به این کمیته وارد است غیر قضایی بودن جایگاه کمیته و نیز ترکیب اعضاء می‌باشد. زیرا فیلتر کردن یک سایت یا رفع فیلتر اساساً یک اقدام قضایی در جهت اعطاء یا سلب حق از یک شخص است و کمیته مذکور با ترکیبی از اعضای که برشمرده شد چنین جایگاهی را ندارد.»

از سال ۱۳۸۲ در کنار کمیته تعیین مصادیق، «دفتر اینترنت دادستانی» از سوی «دادستانی تهران» تأسیس شد. طبق بند ۵ اصل ۱۵۶ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، مسئولیت پیشگیری از وقوع جرایم به عهده قوه قضائیه است و از این رو دادستانی برای اعمال مقررات شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی مبادرت به این اقدام مبادرت کرد. در آن زمان دفتر اینترنت دادستانی جهت مسدودسازی وب سایت‌های مستهجن، به ویژه پایگاه‌های فارسی، به ماده ۶۳۹ قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵ استناد می‌کردند. همچنین برای رسیدگی به شکایات افراد از وب سایت‌هایی که فعالیت‌هایی از قبیل کلاهبرداری، نشر اطلاعات خصوصی و سایر عناوین مجرمانه را دارند، را رأساً از سوی محاکم تحت پیگرد قرار می‌داد. این دفتر با تشکیل پرونده و ارجاع آنها به شعب اختصاصی پیش بینی شده، فرایند کیفری را تسهیل می‌کند و در صورت صدور حکم دادگاه مبنی بر مسدود شدن وب سایت مربوط، اقدامات مقتضی را با مجریان فیلترینگ به انجام می‌رساند.

شرکت فناوری اطلاعات، به‌عنوان متولی اصلی اجرای فیلترینگ کشور، کار خود را از سال ۱۳۸۰ با نرم‌افزار آمریکایی وبسنس آغاز کرد. در سال ۱۳۸۲ نرم‌افزار اسمارت (به انگلیسی Smart) و بعداً نرم‌افزار وب‌واشر (به انگلیسی Webwasher) بکارگرفته شد که حق اشتراک آن تا پایان آبان ۱۳۸۵ اعتبار داشت. در این نرم‌افزارها کنترل محیط‌هایی نظیر پست الکترونیکی و محیط‌های گپ وجود ندارد، حال آنکه در صورت بکارگیری فیلترینگ روباتیک وب، می‌توان آن را در ابتدای پهنای باند قرار داد تا به صورت خودکار و هوشمند به جستجو پردازد و براساس طبقه‌بندی تعریف شده، فهرست سیاه را تکمیل کند. به همین منظور، ابزاری به نام دلتا گلوبال (به انگلیسی Delta Global) خریداری و به کار گرفته شده‌است. ضعف ابزارهای خارجی و هزینه آنها باعث شد مسئولان شرکت به سمت تولیدات داخلی گرایش یابند. در این رابطه، چند شرکت موفق شدند تأییدیه لازم را از شرکت فناوری اطلاعات و قوه قضائیه اخذ کنند. این ابزارها که برای پوشش دهی مسیر ارسال طراحی و تولید شده‌اند، ابتدا جوابگوی ظرفیت شبکه نبودند؛ لذا به آنها اجازه داده شد در لایه‌های بعدی توزیع، یعنی ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی به کار گرفته شوند. پس از رفع نواقص از اردیبهشت ماه ۸۶ لایه کلاس حامل (به انگلیسی Carrier Class) را در اختیار گرفته‌اند. کسب این توفیق باعث شد مجدداً مناقصه خارجی برگزار نشود. این مسئولیت پس از تصویب قانون جرائم رایانه‌ای در سال ۱۳۸۸ به شرکت ارتباطات زیرساخت محول شد.

با تصویب قانون جرائم رایانه‌ای و تشکیل «کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه رایانه‌ای» در سال ۱۳۸۸ مسئولیت تعیین موارد پالایش به این کارگروه محول شد. طبق حکم ماده ۲۲ این قانون، «قوه قضائیه موظف است ظرف یک ماه از تاریخ تصویب این قانون کمیته تعیین مصادیق محتوای مجرمانه را در محل دادستانی کل کشور تشکیل دهد. وزیر یا نماینده وزارتخانه‌های آموزش و پرورش، ارتباطات و فناوری اطلاعات، اطلاعات، دادگستری، علوم، تحقیقات و فناوری، فرهنگ و ارشاد اسلامی، رئیس سازمان تبلیغات اسلامی، رئیس سازمان صدا و سیما و فرمانده نیروی انتظامی، یک نفر خبره در فناوری اطلاعات و ارتباطات به انتخاب کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی و یک نفر نماینده مجلس شورای اسلامی به انتخاب کمیسیون حقوقی و قضایی و تأیید مجلس شورای اسلامی اعضای کمیته را تشکیل خواهند داد. ریاست کمیته به عهده دادستان کل کشور خواهد بود.» بنا بر اعلام محمود خسروی مدیرعامل شرکت ارتباطات زیرساخت «براساس ماده ۲۱ قانون جرایم رایانه‌ای فیلترینگ یکپارچه برای تمامی شرکتهای اینترنتی تعریف شده است و ارائه‌دهندگان خدمات اینترنتی این اجازه را ندارند که به دلخواه برای سایتی محدودیت و عدم محدودیت اعمال کنند. فیلترینگ یکپارچه در کل کشور و از مسیر «گیت وی» انجام می‌شود و تعیین سایت‌هایی که مشمول این طرح قرار می‌گیرند از سوی کمیته تعیین مصادیق خواهد بود و شرکت ارتباطات زیرساخت آن را اعمال می‌کند. برابر قانون نیز هر سرویس دهنده اینترنت موظف است که این موارد را اجرا کند.»

«کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه رایانه‌ای» در اجرای حکم ماده ۲۱ قانون جرائم رایانه‌ای و بر اساس قوانین موضوعه از جمله قانون مجازات اسلامی، قانون مطبوعات و قانون جرائم رایانه‌ای و نیز مصوبات شورای عالی امنیت ملی مجموعه‌ای از محتواها را مجرمانه اعلام نمود. این محورها عبارت هستند از:

- ۱) محتوا علیه عفت و اخلاق عمومی
- ۲) محتوا علیه مقدسات اسلامی
- ۳) محتوا علیه امنیت و آسایش عمومی
- ۴) محتوا علیه مقامات و نهادهای دولتی و عمومی
- ۵) محتوایی که برای ارتکاب جرایم رایانه‌ای به کار می‌رود (محتوا مرتبط با جرایم رایانه‌ای)
- ۶) محتوایی که تحریک، ترغیب، یا دعوت به ارتکاب جرم می‌کند (محتوای مرتبط با سایر جرایم)
- ۷) محتوا مجرمانه مربوط به امور سمعی و بصری و مالکیت معنوی
- ۸) محتوای مجرمانه مرتبط با انتخابات مجلس شورای اسلامی
- ۹) محتوای مجرمانه مرتبط با انتخابات ریاست جمهوری

تارنمای پیوندها

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

با استناد به قانون جرایم رایانه ای
دسترسی به تارنمای فراخوانده شده امکان پذیر نمی باشد.

رسیدگی به گزارشات و شکایات: filter@ddci.ir

پیوندها :: WWW.PEYVANDHA.IR :: پیوندها

فرهنگی و مذهبی	خبری	خانواده	سرگرمی و علمی	خدمات اینترنتی	شبکه اجتماعی	عمومی
• قرآن	• واحد مرکزی خبر	• ازدواج	• رشد	• ساماندهی	• پارسی بلاگ	• درگاه ایران
• تبیان	• ایرنا	• خانواده سبز	• نشریات ایران	• جس جو	• بلاگفا	• 118
• حوزه علمیه	• فارس	• لقمه	• ایران ویج	• نقشه من	• ایران بلاگ	• سنجش
• پاسخگویی دینی	• مهر	• دست پخت	• ایران بلوتوث	• ثبت دامنه	• بلاگ اسکای	• کتاب اول
• راسخون	• برنا	• کودکان ایران	• نرم افزارهای متن باز	• صبا میل	• پرشین بلاگ	• قیمت ها (124)
• انقلاب فرهنگی	• تابناک	• مشاوره	• آرشو سیما	• میهن میل	• پرشین گیگ	• لغت نامه
• گردشگری	• رجا نيوز	• ورزشی	• صدا و موسیقی ایران	• برداخت الکترونیک	• سرزمین مجازی	• نچانگر
ادامه >	ادامه >	ادامه >	ادامه >	ادامه >	ادامه >	ادامه >

فهرست مفادیک محتوای مجرمانه | نظارت بر اینترنت در دیگر کشورها

[این صفحه بعد از 28.3 ثانیه بصورت اتفاقی وارد ادامه یکی از موضوعات بالا می شود.]

صفحه پیوندها که به جای وبگاههای محدود شده نمایش می یابد، حاوی فهرستی از موضوعات مختلف

است و بعد از ۱۰ ثانیه به طور خودبه خود به صفحه ای قدیمی تر می رود.

تأثیر تحریم های بین المللی بر محدودیت دسترسی

از سوی دیگر، کاربران اینترنت در ایران از محدودیت دسترسی معکوس نیز رنج می برند به این معنی

که برخی وبگاه های اینترنتی به دلیل الزامشان به تبعیت از تحریم های علیه ایران مجبور به محدود کردن

خدماتی هستند که به کاربران ایرانی ارائه می شود. از جمله این شرکت ها می توان به گوگل، نوکیا و

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

سیمتک اشاره کرد. با این حال، در برخی موارد این محدودیت‌ها فراتر از ضوابط تحریم‌های علیه ایران بوده‌اند؛ به‌عنوان مثال، اگرچه شرکت گوگل تا مدت‌ها دریافت برنامه‌های افزودنی گوگل کروم از ایران را ممنوع کرده بود، پس از پی‌گیری آن توسط کاربران ایرانی این محدودیت در اوایل سال ۲۰۱۲ برداشته شد. شرکت اپل نیز در اوایل سال ۲۰۱۲ محدودیت‌هایی اعمال‌شده برای ایرانیان در خرید برنامه‌های کاربردی از فروشگاه اپل استور را برداشت. به دلایل بالا، کاربران اینترنت در ایران به استفاده از نرم‌افزارهای فیلترشکن و روش‌های گریز از این محدودیت‌ها روی آورده‌اند. بر اساس آمار منتشرشده در اکتبر ۲۰۱۲ به نقل از پلیس فضای تولید و تبادل اطلاعات ایران، حدود ۳۰ درصد از کاربران اینترنت در ایران از وی‌پی‌ان استفاده می‌کنند. این در حالی است که استفاده از فیلترشکن در ایران جرم تلقی می‌شود و پلیس نسبت به خطرات استفاده از وی‌پی‌ان و نرم‌افزارهای فیلترشکن نیز هشدار می‌دهد. و بر اساس آمار الکسا صفحه پیوندها بین ۵-۷ صفحه پربازدید در ایران تبدیل شد.

یکی دیگر از راه‌های دسترسی به اینترنت در ایران کافی‌نت‌ها هستند. هر روز بر حساسیت استفاده کاربران از اینترنت در کافی‌نت‌ها از سوی نهادهای دولتی و امنیتی افزایش پیدا می‌کند، فرمانده نیروی انتظامی تهران در مردادماه سال ۱۳۹۲ اعلام کرد که مأموران نظارت بر اماکن عمومی پلیس تهران در جریان عملیات تازه سرکشی از ۳۵۲ کافی‌نت بازدید کرده‌اند. طبق آمار از هر ۵ کافی‌نتی که بازدید کرده‌اند یکی را پلمپ کرده‌اند. نیروی انتظامی هدف از این اقدام را "تامین امنیت کاربران و استفاده‌کنندگان از سرویس‌های دفاتر خدمات اینترنت (کافی‌نت‌ها)" اعلام کرده‌است. نیروهای انتظامی

همچنین دفاتر خدمات اینترنت را موظف کرده‌اند اطلاعات هویتی کاربران را با دریافت مدارک شناسایی معتبر ثبت و از ارائه خدمات به مراجعه کنندگانی که مدارک شناسایی ارائه نمی‌کنند خودداری کنند. همچنین دفاتر خدمات اینترنت موظفند حداقل دو دوربین در در محوطه دفاتر خود نصب کرده باشند و علاوه بر اطلاعات هویتی کاربران، سایر اطلاعات کاربری شامل روز و ساعت استفاده، آی‌پی اختصاص یافته و فایل لاگ وب سایت‌ها و صفحات رویت شده را ثبت و حداقل تا شش‌ماه نگهداری کنند.

در مورد آمار تعداد وبگاه‌های فیلتر شده در ایران باید گفت که به‌طور معمول آمار رسمی و دقیقی منتشر نمی‌شود اما یکی از مشاوران قوه قضائیه ایران تعداد وبگاه‌های فیلتر شده تا آبان ۱۳۸۷ را پنج میلیون برشمرد، همچنین در دی‌ماه سال ۱۳۹۱ عنوان شد که با نگاهی به برخی استان‌ها که آمار فیلترینگ خود را اعلام کرده‌اند، تعداد وبگاه‌های فیلترشده در سه‌ماهه اول این سال بیش از ۱۰۰ وبگاه ایرانی و خارجی است. همچنین در حالی که برخی متولیان اینترنت در ایران می‌گویند، ۹۰ درصد وب‌گاه‌ها بر اساس درخواست‌های مردمی مسدود می‌شوند، مدیر سرویس وبلاگ "پرشین‌بلاگ" از شش برابر شدن تقاضای مسدود سازی وبلاگ‌ها، در هشت ماه اخیر از سوی کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه خبر می‌دهد. از سوی دیگر سیدمحمدرضا آقامیری عضو کمیته تعیین مصادیق محتوای مجرمانه ماهانه فقط در حدود ۱۵۰۰ وب‌گاه ضد دینی توسط این کمیته فیلتر می‌شود و آمار دقیقی درباره فیلترینگ کلیه وب‌گاه‌ها وجود ندارد.

محدودیت در به کارگیری

بسیاری از وب‌گاه‌های شبکه اجتماعی که در سطح جهانی فعالیت می‌کنند (نظیر فیس‌بوک و توییتر) در ایران فیلتر شده‌اند. اگر چه عضویت در این شبکه‌های اجتماعی به خودی خود جرم تلقی نمی‌شود، اما دور زدن سامانه فیلترینگ برای دسترسی به این شبکه‌ها جرم تلقی می‌گردد. همچنین، فعالیت ایرانیان در این شبکه‌های اجتماعی به شکلی که منجر به توهین به مقدسات جمهوری اسلامی ایران شود (از جمله با انتشار تصاویر بدون حجاب) جرم تلقی می‌شود.

ایران اولین کشوری نیست که چنین الزامی را برای تولید محتوا دارد؛ پیش از ایران، چین نیز کاربران اینترنت را جهت ایجاد وب‌گاه و وب‌نوشت ملزم به اعلام هویت خود کرده بود. چین در سال ۲۰۱۲ این قوانین را گسترش داد به شکلی که کاربرانی که در اینترنت محتوا تولید نمی‌کنند و تنها برای استفاده محتوا به اینترنت سر می‌زنند هم ملزم به اعلام هویت خود به ارائه‌دهندگان خدمات اینترنت هستند. ایران پیش از این تلاش کرده بود که با الگو برداری از چین، یک موتور جستجوی داخلی طراحی کند تا از کاربری موتور جستجوی گوگل توسط کاربران ایرانی کاسته شود.

احراز هویت کاربران برای استفاده از خدمات اینترنت به شکل دیگری نیز اعمال می‌شود: برای ثبت دامنه‌های اینترنتی کاربران باید کد ملی خود را در اختیار ایرنیک بگذارند.

سرعت اینترنت

طبق اعلام نت‌ایندکس، سرعت دانلود پهن‌بند به‌طور متوسط در جهان ۲۳ مگابیت بر ثانیه است که این رقم برای ایران ۵/۶ مگابیت بر ثانیه است. در حالیکه براساس اعلام مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، هزینه اینترنت در ایران دو برابر افغانستان و ۳۵۰۰ برابر ژاپن است.

محتوای مورد مراجعه

آمار دقیقی در مورد محتوای مورد مراجعه بین کاربران ایرانی اینترنت موجود نیست. با این حال در دهه ۱۳۹۰ خورشیدی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های کاربردی پیام‌رسان افزایش داشته‌است. مطابق آماری به نقل از خبرگزاری مهر، شبکه پیام‌رسان تلگرام که در ایران بیش از ۲۰ میلیون کاربر دارد، بالغ بر ۱۲٪ از پهنای باند مصرفی در ایران را به خود اختصاص می‌دهد.

آمار دیگری از خبرگزاری مهر که محدود به وب‌گاه‌ها است، و سایر موارد استفاده نظیر برنامه‌های کاربردی یا رسانه‌های جاری را شامل نمی‌شود، حاکی از آن است که ۴۳٪ از وب‌گاه‌هایی که ایرانیان بازدید می‌کنند، وب‌گاه‌هایی ایرانی هستند (دامنه .ir دارند). مطابق همین آمار بیشترین بازدید از وب‌گاه‌های خبری انجام می‌شود و وب‌گاه‌های بازی و سرگرمی پس از آن در رتبه دوم قرار دارند.

ساختار حقوقی

سیاست‌های مربوط به اینترنت

سیاست‌های کلی نظام در خصوص شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای

این سیاست‌ها برای تنظیم خط مشی حاکمیت در خصوص شبکه‌های رایانه‌ای از جمله اینترنت در تاریخ ۱۱ مهر ۱۳۷۷ توسط مقام رهبری، آیت الله خامنه‌ای، مصوب و ابلاغ گردید و در آن بر اموری شامل «ساماندهی و تقویت نظام ملی اطلاع‌رسانی رایانه‌ای»، «توسعه کمی و کیفی شبکه اطلاع‌رسانی ملی»، «ایجاد دسترسی به شبکه‌های اطلاع‌رسانی جهانی صرفاً از طریق نهادها و مؤسسات مجاز»، «حضور فعال و اثرگذار در شبکه‌های جهانی»، «ایجاد و تقویت نظام حقوقی و قضایی متناسب»، «توسعه فناوری اطلاعات (به ویژه حفاظت از اطلاعات) و آینده‌نگری در خصوص آثار تحولات فناوری اطلاعات» و «اقدام مناسب برای دستیابی به میثاق‌ها و مقررات بین‌المللی و ایجاد اتحادیه‌های اطلاع‌رسانی» تأکید شد.

سیاست‌های کلی نظام در بخش امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات (افتا)

این سیاست‌ها در خصوص امنیت فناوری اطلاعات و ارتباطات و از جمله اینترنت در تاریخ ۲۹ بهمن ۱۳۸۹ توسط رهبر ایران، مصوب و ابلاغ گردید. هدف آن عبارت است از «ایجاد نظام جامع و فراگیر در سطح ملی و سازوکار مناسب برای امن‌سازی ساختارهای حیاتی و حساس و مهم در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، و ارتقاء مداوم امنیت شبکه‌های الکترونیکی و سامانه‌های اطلاعاتی و ارتباطی در کشور به منظور استمرار خدمات عمومی، پایداری زیرساخت‌های ملی، صیانت از اسرار کشور، حفظ

فرهنگ و هویت اسلامی-ایرانی و ارزشهای اخلاقی، و حراست از حریم خصوصی و آزادیهای مشروع و سرمایههای مادی و معنوی.» این هدف از طریق «ارتقاء سطح دانش و ظرفیتهای علمی، پژوهشی، آموزشی و صنعتی کشور برای تولید علم و فناوری» در زمینه افتا و «تکیه بر فناوری بومی و توانمندیهای تخصصی داخلی» در این حوزه پیگیری می‌شود.

حکم تأسیس شورایعالی فضای مجازی

نوشتار اصلی: مرکز ملی فضای مجازی

این شورا به تاریخ ۱۷ اسفند ۱۳۹۰ به فرمان آیت‌الله سید علی خامنه‌ای تشکیل شد و موظف است که مرکز ملی فضای مجازی کشور را راه اندازد.

در بخشی از فرمان‌نامه وی آمده‌است که

گسترش فزاینده فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به‌ویژه شبکه جهانی اینترنت و آثار چشمگیر آن در ابعاد زندگی فردی و اجتماعی و لزوم سرمایه‌گذاری وسیع و هدفمند در جهت بهره‌گیری حداکثری از فرصت‌های ناشی از آن در جهت پیشرفت همه‌جانبه کشور و ارائه خدمات گسترده و مفید به قشرها گوناگون مردم و همچنین ضرورت برنامه‌ریزی و هماهنگی مستمر به منظور صیانت از آسیب‌های ناشی از آن اقتضا می‌کند که نقطه کانونی متمرکزی برای سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری و هماهنگی در فضای مجازی کشور به وجود آید. به این مناسبت شورای عالی فضای مجازی کشور با اختیارات کافی به ریاست رئیس‌جمهور تشکیل می‌گردد و لازم است به کلیه مصوبات آن ترتیب آثار قانونی داده شود.

در ادامه گفته‌است که شورا وظیفه دارد «مرکز ملی فضای مجازی کشور» را درست کند تا کامل و به‌روز بر فضای مجازی درونی و بیرونی اشراف داشته و درباره نحوه رویارویی با آسیب‌های اینترنت تصمیم بگیرد. او همه دستگاه‌های کشور را موظف به همکاری با مرکز کرده‌است.

گاهشمار اینترنت در ایران

سال ۱۳۶۸

مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضیات (IPM) به منظور ایجاد و اداره پروژه‌های تحقیقاتی و اشاعه تماس علمی بین دانشگاه‌های ایران و موسسات بین‌المللی آغاز بکار کرد.

سال ۱۳۷۱

تعداد کمی از دانشگاه‌های ایران، از جمله دانشگاه صنعتی شریف و دانشگاه گیلان، توسط مرکز تحقیقات فیزیک نظری و از طریق پروتکل UUCP به اینترنت وصل می‌شوند تا با دنیای خارج ایمیل رد و بدل کنند.

سال ۱۳۷۲

مرکز تحقیقات فیزیک نظری و ریاضیات، بعنوان تنها نهاد ثبت اسامی قلمرو [ir.] در ایران به رسمیت شناخته می‌شود. این قلمرو مشخصه تعیین شده برای هویت ایران در فضای اینترنت است.

سال ۱۳۷۳

مؤسسه ندا رایانه تأسیس می‌شود. پس از راه‌اندازی اولین بولتن‌برد (BBS)، در عرض یک سال نیز اولین وب سایت ایرانی داخل ایران را راه‌اندازی می‌کند. همچنین، این مؤسسه روزنامه «همشهری» را به زبان فارسی در اینترنت منتشر می‌کند، که این اولین روزنامه رسمی ایرانی در وب محسوب می‌شود.

در همین سال بدنبال اتصال به اینترنت از طریق ماهواره کانادائی «کد ویژن(Cadvision)»، مؤسسه ندا رایانه فعالیت بازرگانی خود را بعنوان اولین شرکت خدمات سرویس اینترنتی (ISP) آغاز می‌کند.

سال ۱۳۷۴

مجلس ایران تأسیس شرکت «امور ارتباطات دیتا» تحت نظر شرکت مخابرات ایران را تصویب می‌کند و مسؤلیت توسعه خدمات دیتا در سطح کشور را بطور انحصاری در اختیار آن شرکت قرار می‌دهد.

سال ۱۳۷۶

خبرگزاری جمهوری اسلامی ایران (IRNA) وب سایت خود را از طریق شرکت مخابرات انگلستان انتشار می‌دهد. بعداً آنرا به آمریکا منتقل می‌کند تا بوسیله وب سرور شرکت GPG منتشر شود.

سال ۱۳۷۷

پروژه یونیکد در ایران با قرارداد شورای عالی انفورماتیک و همکاری بنیاد دانش و هنر واقع در انگلستان و با نظارت و مدیریت فنی دانشگاه صنعتی شریف تحت عنوان «فارسی وب» آغاز می‌شود. هدف پروژه اینست که با گنجاندن کامل و جامع الفبای فارسی در استاندارد یونیکد، نشر فارسی در کامپیوتر، مخصوصاً اینترنت و وب، استاندارد شود و اصولاً مشکل قلم (فونت) های غیر استاندارد موجود در نرم افزارهای ایرانی حل شود.

سال ۱۳۷۹

شرکت IranGate.net در شهر اصفهان تأسیس می‌شود تا بعنوان يك ISP خدمات اینترنتی را بطور اختصاصی به شهرهای پر جمعیت غیر از تهران ارائه دهد. در پایان همین سال ایران بطور رسمی عضو کنسرسیوم یونیکد می‌شود.

سال ۱۳۸۰

برای اولین بار پدیده وبلاگ نویسی در ایران آغاز می‌شود. درست يك سال بعد، بنا بر آمار غیر رسمی تعداد وبلاگ نویسان از مرز ۱۵۰۰۰ نفر می‌گذرد.

سال ۱۳۸۱

اولین سرویس وبلاگ نویسی ویژه فارسی زبانان در وب سایت Persianblog.com در ایران آغاز بکار می‌کند. هدف تیم ارائه دهنده این سرویس مجانی ایجاد محیطی کاملاً فارسی از جمله متن نویس سازگار با زبان فارسی، تقویم شمسی و سیستم نظرخواهی فارسی، و متمرکز نمودن وبلاگ نویسان فارسی زبان در یک سایت و در نتیجه افزایش بینندگان این وبلاگ‌ها است.

در عرض هفت ماه نزدیک به ۲۱۰۰۰ ایرانی برای استفاده از این سرویس ثبت نام می‌کنند.

بخش دوم

قوانین مربوط به اینترنت

قانون و نیاز به دانستن آن در اینترنت

تعریف قانون

واژه ی قانون معرّب کلمه ی لاتین کانون (canon) و از نظر لغوي به معنای وسیله ای است برای تنظیم سطور و خطوط و یا در معنای دیگری مانند روش ، قاعده و ترتیب، سند، دستورالعمل و اصل هر چیز نیز تعبیر شده است. در علم حقوق نیز ، تعاریف زیادی از قانون شده است.

قانون مسیری است که توسط حکومت یا جامعه برای رشد انسان و جامعه تعیین می شود. قانون معرب کلمه یونانی canon است که به فرانسه loi و به انگلیسی law ترجمه می شود. از آن جا که شرط قانون، حمایت یکسان از همگان است، نمی تواند تنها برای يك فرد یا گروه قابل اجرا باشد ^۲.

^۲ جهاننگلو ، ۱۳۸۵ ، ۱۷ - ۱۳

از لحاظ حقوقی، قانون در دو معنای عام و خاص به کار می رود.

در معنای عام، مقصود از قانون، تمام مقرراتی است که از طرف یکی از سازمان های صلاحیت دار دولت وضع شده باشد. ممکن است این سازمان (مرجع) قوه ی مقننه، رئیس دولت یا یکی از اعضای قوه ی مجریه باشد. بنابراین این در معنای عام طیف وسیعی از مقررات به عنوان قانون نامیده می شود و شامل تمام مصوبات مجلس، تصویب نامه ها، آیین نامه ها و بخش نامه های اداری می شود.^۲

اما در اصطلاح خاص، قانون به قواعدی گفته می شود که با تشریفات مقرر در قانون اساسی، توسط مجالس قانون گذاری وضع می شود.

در جمهوری اسلامی ایران، تصویب قانون به معنای خاص فقط در صلاحیت مجلس شورای اسلامی است.

اصل پنجاه و هشتم قانون اساسی در این زمینه اشاره دارد:

«اعمال قوه ی مقننه از طریق مجلس شورای اسلامی است که از نمایندگان منتخب مردم تشکیل

میشود...»

^۲ مقدمه علم حقوق ناصر کاتوزیان

همچنین به موجب اصل پنجاه و نهم قانون اساسی، در مسائل مهم اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ممکن است، اعمال قوه ی مقننه از راه همه پرسی و مراجعه به آرای مردم صورت گیرد.

همان طور که ملاحظه می شود، دست یافتن به یک تعریف واحد و معین از قانون، دشوار است اما در تعریف آن، باید پنج وصف یا خصوصیت وجود داشته باشد:

۱- کلیت و عمومیت داشته باشد.

۲- الزام آور باشد.

۳- تنظیم کننده ی روابط اجتماعی باشد.

۴- عادلانه باشد.

۵- اجرای آن از طرف دولت، تضمین شده باشد.

بنابر اوصاف مذکور، قانون را می توان چنین تعریف کرد:

«قانون عبارت از قاعده ی کلی و الزام آوری است که به منظور ایجاد نظم و استقرار عدالت بر زندگی

اجتماعی انسان حکومت می کند و اجرای آن از طرف دولت تضمین می شود»

اهمیت و لزوم قانون

همان طور که می دانیم خواسته های انسان ها با همدیگر مشابهت های زیادی دارد و مردم در یک جامعه کم و بیش چیزهای مشابهی را طالب اند. بنابر این، برای جلب منافع بیشتر و بهره مندی از امکانات، اختلافات بین انسان ها در می گیرد، اما از آغاز خلقت دریافتند که بقای اجتماع با آشوب و زورگویی امکان پذیر نیست و ناچار باید قواعدی را بر روابط اشخاص، از آن جهت که عضو جامعه اند، بر قرار نماید و ما امروز مجموع این قواعد را حقوق یا قانون می نامیم. در نتیجه، تصور بقای یک جامعه بدون قانون و حقوق امکان ندارد.

اگر ما عادت بکنیم به رعایت قانون در خیلی از جاها مشکلاتمان حل خواهد شد. عمل به قانون گاهی تلخی هایی بدنبال دارد که این تلخی ها را باید از جنس تلخی داروهایی دانست.

که پزشک برای در مان مریض تجویز می نماید . اجرای یکنواخت وبا قدرت قانون ، سلامت جامعه را تامین می نماید .قانون وقتی عنوان قانونیت پیدامی کند که مجلس تصویب کند .مجلس شورای اسلامی علاوه بر تصویب حق نظارت مستمر بر اجرای قوانین را هم دارد . وباید توجه شود همه اصلاحات در پناه قانون انجام گیرد .قانون زاییده اراده عمومی است .قانون وقتی قانون است که بایستی برای همه افراد مساوی اجرا شود . قانون همان چیزی است که فرد یا گروه ویا همه مردم آنرا وضع می کنند . غیر از این منبعی برای قانونگذاری نداریم . قانون باید منافع همه افرادجامعه را تامین کند . پس یک ویژگی قانون این است که باید برای منافع همه انسانها بی که در آن جامعه زندگی می کنند موثر ومفید باشد

وبه بهترین وجه آن منافع را تامین نماید. بعضی ها پیدا می شوند که روحیه قانون پذیری را ندارند، یعنی از روی قانون عبور می کنند وزیر پا می گذارند. روحیه عبور از قانون، روحیه خوبی نیست که در بعضی از ماها ممکن است باشد. ماباید نسبت به قانون متعبد باشیم. به قانون به عنوان موجودی مقدس احترام بگذاریم.

نقش قانون در هدایت انسان ها

در قرآن کریم آمده است که موجودات جهان، همگی بر پایه حساب و اندازه آفریده شده و با پیروی از قانون الهی در حرکتند و فراتر از توان و اجازه خود، کاری نمی کنند. افزون بر قانون تکوینی حاکم بر کاینات، خداوند به منظور هدایت بشر و رفع ابهام و اختلاف از زندگی او، کامل ترین کتاب قائن و فرمان الهی را برای آدمیان نازل کرده است، چنان که در آیه ۲۱۳ از سوره بقره در قرآن کریم می خوانیم:

مردم (در آغاز) یک دسته بیشتر نبودند (و تضادی میان آنها نبود). سپس میان آنها اختلافات (و تضادهایی) به وجود آمد. پس خداوند، پیامبران را برانگیخت تا مردم را بشارت دهند و بر حذر بدارند و کتاب آسمانی که به سوی حق دعوت می کرد، بر آنها نازل کرد تا میان مردم، در آنچه اختلاف داشتند، حکومت کند. (افراد با ایمان در آن اختلاف نکردند) فقط (گروهی از) کسانی که کتاب را دریافت کرده بودند و نشانه های روشن به آنها رسیده بود، به خاطر انحراف از حق و ستم گری، در آن اختلاف کردند.

خداوند به فرمان خود، آنهایی را که ایمان آورده بودند، به حقیقت آنچه مورد اختلاف بود، رهبری کرد و خداوند هر که را بخواهد، به راه راست هدایت می کند.

پیام متن: همه هستی از قانونی الهی پیروی می کنند و قانون خداوندی نیز برای اختلاف زدایی از انسان ها نازل شده است. (جواد آملی ، ۱۳۸۰ ؛ ۱۳۱)

تأثیر قانون بر تکامل انسان ها

امام خمینی رحمه الله ، قانون را زمینه ساز تربیت درست می دانست و می فرمود: اسلام به قانون نظر آلی دارد؛ یعنی آن را آلت و وسیله تحقق عدالت در جامعه می داند، وسیله اصلاح اعتقادی و اخلاقی و تهذیب انسان می داند. قانون برای اجرا و برقرار شدن نظم اجتماعی عادلانه و به منظور پرورش انسان مهذب است.

برای بسیاری از سیاست مداران درست کار و مردم گرا، اجرای قانون و برقراری نظم و عدالت، هدف است، ولی برای امام رحمه الله که به ماوراء الطبیعه و ساختن انسان الهی نظر داشت، ایجاد نظم و عدل، مقدمه پرورش انسان مهذب بود. البته از نظر امام خمینی رحمه الله ، قانون به تنهایی برای تربیت انسان ها کافی نیست و نمی تواند سعادت کامل بشر را فراهم کند، بلکه قانون باید اجرا نیز شود. امام خمینی رحمه الله در این باره می فرماید: اصولاً قانون و نظامات اجتماعی، مجری لازم دارد؛ در همه کشورهای عالم و همیشه این طور است که قانون گذاری، به تنهایی فایده ندارد و قانون گذاری، به تنهایی سعادت بشر را تأمین نمی کند. پس از تشریح قانون ، بایستی قوه مجریه ای به وجود آید. قوه

مجریه است که قوانین و احکام دادگاه ها را اجرا می کند و ثمره قوانین و احکام عادلانه دادگاه ها را عاید مردم می سازد. به همین جهت، اسلام همان طور که قانون گذاری کرده، قوه مجریه هم قرار داده است.

پیام متن: در کنار قانون گذاری مطلوب و بی نقص، اجرای کامل آن نیز در جامعه ضروری است.

(جوادی آملی ، ۱۳۸۰ ؛ ۱۴۵)

هر جا قانون نباشد سعادت و برکات نیست . ما باید یاد بگیریم به قوانین هر چند مخالف نظر و سلیقه شخصی امان باشد احترام بگذاریم . کشور یعنی حاکم ، قانون ، اگر قانون حاکم نباشد مملکت و کشور نیست ، حاکم باید قانون باشد و هر کس باید از خودش بترسد یعنی اگر من بد کردم بترسم . این است معنی اجرای قانون ، این است کشور قانونی . این قانون برای این است که از بعضی از مردمان فاسد جلوگیری کنند .

لزوم دانستن قانون و رعایت آن در استفاده از اینترنت

عمل به قانون گاهی تلخی هایی بدنبال دارد که این تلخی ها را باید از جنس تلخی داروهایی دانست. برای پاسخ به این سوال که چرا در اینترنت نیاز به دانستن قانون هست کفایت نگاهی به آماری که پلیس فتا در مورد جرایم اینترنتی ارائه می دهد نگاهی بکنیم . و با خطراتی که در صورت عدم رعایت

قانون در استفاده از اینترنت با آن مواجه خواهیم شد آشنا شویم و بدانیم انجام چه کارهایی در اینترنت غیر قانونی و جرم است چرا که بسیاری کسانی که مرتکب جرم می شوند حال آنکه از جرم بودن آن عمل آگاه نبوده اند. برای آشنایی با این موضوع نیز در ادامه قانون جرایم رایانه ای را برای شما عزیزان در بخش بعدی قرار می دهیم که با مطالعه ی آن و داشتن آگاهی کامل نسبت به قوانین بتوانید استفاده ی کامل و بی خطری از اینترنت داشته باشید. هم چنین برای اینکه قصد شما از استفاده از اینترنت تجارت و راه اندازی فروشگاه است نیاز به دانستن قانون تجارت الکترونیک نیز دارید که قانون تجارت الکترونیک را نیز بعد از قانون جرایم رایانه ای در بخش بعدی ارائه می دهیم که با یاری خدا و دانستن قوانین نه حقی از کسی ضایع بکنیم نه اجازه دهیم حقمان پایمال شود.

بایسته‌های حقوقی مبادلات تجاری در فضای مجازی

در جهان امروز، ارتباط با فضای مجازی، امری اجتناب‌ناپذیر محسوب می‌شود؛ به طوری که افراد مختلف برای انجام بخش زیادی از امور جاری خود مجبور به کار کردن با رایانه و سیستم‌های دیجیتال با رویکرد ایجاد دولت الکترونیک هستند. به طور قطع چنین تعاملاتی افزایش خواهد یافت و این در حالی است که شاید بعضی از کاربران از ضوابط و مقررات حاکم بر این حوزه آگاهی نداشته باشند.

در جهان امروز، ارتباط با فضای مجازی، امری اجتناب‌ناپذیر محسوب می‌شود؛ به طوری که افراد مختلف برای انجام بخش زیادی از امور جاری خود مجبور به کار کردن با رایانه و سیستم‌های دیجیتال با رویکرد ایجاد دولت الکترونیک هستند. به طور قطع چنین تعاملاتی افزایش خواهد یافت و این در حالی است که شاید بعضی از کاربران از ضوابط و مقررات حاکم بر این حوزه آگاهی نداشته باشند.

مسعود غفاری‌راد، کارشناس ارشد حقوق خصوصی اظهار کرد: بند ۲ از اصل ۳ قانون اساسی، یکی از وظایف دولت را بالا بردن سطح آگاهی‌های عمومی در همه زمینه‌ها با استفاده صحیح از مطبوعات و رسانه‌های گروهی و وسایل دیگر دانسته است.

وی اضافه کرد: لذا با توجه به سرعت گسترش ارتباطات و تعاملات در فضای مجازی لازم است در جهت فراگیری قوانین حاکم بر این حوزه، اقدامات موثر و متناسبی انجام شود. از اساسی‌ترین قوانین مرجع می‌توان به قانون تجارت الکترونیک مصوب سال ۱۳۸۲ و قانون جرایم رایانه‌ای مصوب سال ۱۳۸۸ اشاره کرد.

قانون تجارت الکترونیک صرفاً بر اعمال تجاری حاکم نیست

غفاری‌راد در ادامه بیان کرد: از آنجایی که قانونگذار در ماده ۱ قانون تجارت الکترونیک مقرر کرده است که «این قانون مجموعه اصول و قواعدی است که برای مبادله آسان و ایمن اطلاعات در واسط‌های الکترونیکی و با استفاده از سیستم‌های ارتباطی جدید به کار می‌رود» می‌توانیم نتیجه بگیریم که با وجود عنوان قانون تجارت الکترونیک، این قانون صرفاً بر اعمال تجاری حاکم نبوده و بر سایر اعمال و وقایع حقوقی نافذ است.

وی با بیان اینکه باید اعتبار مبادلات الکترونیکی و دیجیتال در فضای مجازی را بررسی کنیم، عنوان کرد: بر اساس ماده ۶ قانون تجارت الکترونیک، «هرگاه وجود یک نوشته از نظر قانون لازم باشد، داده‌پیام در حکم نوشته است.»

این حقوقدان با بیان اینکه قانونگذار در ماده ۲ قانون تجارت الکترونیک، داده‌پیام را تعریف کرده است، گفت: در این ماده آمده است که «داده پیام، هر نمادی از واقعه، اطلاعات یا مفهوم است که با وسایل الکترونیکی، نوری یا فناوری‌های جدید اطلاعات تولید، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش می‌شود.» طبق این ماده، داده‌پیام شامل عکس، صوت، فیلم و نوشته است.

وی با بیان اینکه قانونگذار در ماده ۱۲۸۴ قانون مدنی، سند را تعریف کرده است، گفت: سند عبارت است از هر نوشته‌ای که در مقام دعوی یا دفاع قابل استناد باشد.

غفاری‌راد در ادامه بیان کرد: همانطور که اشاره شد، ماده ۶ قانون تجارت الکترونیک مقرر کرده است که هر زمان، قانونی وجود نوشته‌ای را لازم بداند، داده‌پیام در حکم نوشته است و داده‌پیام می‌تواند به عنوان سند، مورد شناسایی واقع شده و معتبر باشد. این استنباط با توجه به تطبیق ماده ۱۲۸۴ قانون مدنی و ماده ۶ قانون تجارت الکترونیک صورت می‌گیرد.

حق یا تکلیف در مراودات صورت گرفته در فضای مجازی

وی تصریح کرد: به همین دلیل تا قبل از تصویب قانون تجارت الکترونیک در سال ۱۳۸۲، شکل سند محدود به نوشته‌ها بود اما هم‌اکنون عکس، فیلم، صدای ضبط شده، پیامک، ایمیل یا هر واقعه‌ای که در چارچوب این قانون، معتبر شناخته شود، می‌تواند به عنوان سند در مراجع قضایی مورد رسیدگی قرار گیرد. به طوری که طبق ماده ۱۲ قانون تجارت الکترونیک «اسناد و ادله اثبات دعوی ممکن است به صورت داده‌پیام بوده و در هیچ محکمه یا اداره دولتی نمی‌توان براساس قواعد ادله موجود، ارزش اثباتی داده‌پیام را صرفاً به دلیل شکل و قالب آن رد کرد».

به گفته این کارشناس ارشد حقوق خصوصی، لازم به توضیح است که بر اساس قواعد حقوقی، نوشته‌ای را می‌توان سند دانست که در مقام اثبات، بتوان آن را به صاحب سند نسبت داد و به همین دلیل است که در ماده ۱۳ قانون تجارت الکترونیک عنوان شده است که «به طور کلی، ارزش اثباتی داده‌پیام‌ها با توجه به عوامل مطمئنانه از جمله تناسب روش‌های ایمنی به‌کارگرفته‌شده با موضوع و منظور مبادله داده‌پیام تعیین می‌شود».

وی افزود: به هر حال، باید توجه داشت که مراداتی که در حوزه فضای مجازی صورت می‌گیرد، اعم از ارسال پیام، انجام فعالیت‌های مالی یا غیر مالی از قبیل خرید و فروش، سفارش کالا در چارچوب ضوابط و مقررات معتبر و شناخته‌شده می‌تواند موجب حق یا تکلیف شود.

حقوق مصرف کننده و تکالیف فروشنده

غفاری‌راد اضافه کرد: به عنوان مثال، بر اساس ماده ۳۷ قانون تجارت الکترونیک «در هر معامله از راه دور مصرف کننده باید حداقل هفت روز کاری، وقت برای انصراف (حق انصراف) از قبول خود بدون تحمل جریمه یا ارایه دلیل داشته باشد. تنها هزینه تحمیلی بر مصرف کننده، هزینه بازپس فرستادن کالا خواهد بود».

وی ادامه داد: در حقیقت قانونگذار در این ماده، یک حق برای مصرف کننده و یک تکلیف برای فروشنده قائل شده است که در مواردی حتی می‌تواند به عنوان عمل مجرمانه، مستوجب مجازات شود؛ به گونه‌ای که در قانون جرایم رایانه‌ای مواردی مانند جعل رایانه‌ای، تخریب، اختلال در سیستم‌های رایانه‌ای یا مخابراتی، سرقت و کلاهبرداری رایانه‌ای و امثال آن تشریح شده یا در خصوص جرایم علیه عفت و اخلاق عمومی در ذیل ماده ۱۴ قانون جرایم رایانه‌ای بیان شده است که «هرکس به وسیله سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا حامل‌های داده، محتویات مستهجن را منتشر، توزیع یا معامله کند یا به قصد تجارت یا افساد تولید یا ذخیره یا نگهداری کند، به حبس از نود و یک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون ریال تا چهل میلیون ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد».

این حقوقدان ادامه داد: در حال حاضر که دسترسی به فضای مجازی بدون محدودیت و برای تمام اقشار و سنین مختلف جامعه سهل و آسان شده است، باید کاربران بخصوص نوجوانان و جوانان را از مسؤلیتهای حقوقی و الزامات قانونی و سایر مقررات آگاه کنیم.

وی خاطرنشان کرد کرد: به طور قطع، در این میان، مدارس یکی از مناسبترین فضاهایی هستند که در این زمینه، باید برنامه اجرایی داشته و مشارکت موثری داشته باشند.

قانون تجارت الکترونیکی

منبع :

<http://www.cyberpolice.ir/page/۲۵۸۱>

باب اول - مقررات عمومی

مبحث اول- در کلیات

فصل اول- قلمرو و شمول قانون

ماده ۱- این قانون مجموعه اصول و قواعدی است که برای مبادله آسان و ایمن اطلاعات در واسط‌های الکترونیکی و با استفاده از سیستم‌های ارتباطی جدید به کار می‌رود.

فصل دوم - تعریف

ماده ۲-

الف - «داده‌پیام (Data Message)» هر نمادی از واقعه، اطلاعات یا مفهوم است که با وسایل

الکترونیکی، نوری و یا فناوری‌های جدید اطلاعات تولید، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش می‌شود.

ب- «اصل ساز: (Originator) «منشأ اصلی «داده‌پیام» است که «داده‌پیام» به وسیله او یا از طرف او تولید یا ارسال می‌شود اما شامل شخصی که در خصوص «داده‌پیام» به عنوان واسطه عمل می‌کند نخواهد شد.

ج- «مخاطب: (Addressee) «شخصی است که اصل ساز قصد دارد وی «داده‌پیام» را دریافت کند، اما شامل شخصی که در ارتباط با «داده‌پیام» به عنوان واسطه عمل می‌کند نخواهد شد.

د- «ارجاع در داده‌پیام: (By Reference Incorporation) «یعنی به منابعی خارج از «داده‌پیام» عطف شود که در صورت مطابقت با ماده (۱۸) این قانون جزئی از «داده‌پیام» محسوب می‌شود.

ه- «تمامیت داده‌پیام: (Integrity) «عبارت است از موجودیت کامل و بدون تغییر «داده‌پیام». اعمال ناشی از تصدی سیستم از قبیل ارسال، ذخیره یا نمایش اطلاعات که به طور معمول انجام می‌شود خدشه‌ای به تمامیت «داده‌پیام» وارد نمی‌کند.

و- «سیستم رایانه‌ای (Computer): (System) «هر نوع دستگاه یا مجموعه‌ای از دستگاه‌های متصل سخت‌افزاری- نرم‌افزاری است که از طریق اجرای برنامه‌های پردازش خود کار «داده‌پیام» عمل می‌کند.

ز- «سیستم اطلاعاتی: (System Information) «سیستمی برای تولید (اصل‌سازی)، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش «داده‌پیام» است.

ح- «سیستم اطلاعاتی مطمئن: (System Secure Information) «سیستم اطلاعاتی است که:

۱- به نحوی معقول در برابر سوء استفاده و نفوذ محفوظ باشد.

۲- سطح معقولی از قابلیت دسترسی و تصدی صحیح را دارا باشد.

۳- به نحوی معقول متناسب با اهمیت کاری که انجام می‌دهد پیکربندی و سازماندهی شده باشد.

۴- موافق با رویه ایمن باشد.

ط- «رویه ایمن: (Secure Method)» رویه‌ای است برای تطبیق صحت ثبت «داده‌پیام» منشأ و مقصد آن با تعیین تاریخ و برای یافتن هرگونه خطا یا تغییر در مبادله، محتوا و یا ذخیره سازی «داده‌پیام» از یک زمان خاص. یک رویه ایمن ممکن است با استفاده از الگوریتم‌ها یا کدها، کلمات یا ارقام شناسائی، رمزنگاری، روش‌های تصدیق یا پاسخ برگشت و یا طرق ایمنی مشابه انجام شود.

ی- «امضای الکترونیکی: (Electronic Signature)» عبارت از هر نوع علامت منضم شده یا به نحو منطقی متصل شده به «داده‌پیام» است که برای شناسائی امضاکننده «داده‌پیام» است که برای شناسائی امضاکننده «داده‌پیام» مورد استفاده قرار می‌گیرد.

ک- «امضای الکترونیکی مطمئن (Secure/Enhanced/Advanced Electronic Signature)»

هر امضای الکترونیکی است که مطابق با ماده (۱۰) این قانون باشد.

ل- «امضاء کننده: (Signatory)» هر شخص یا قائم مقام وی که امضای الکترونیکی تولید می‌کند.

م- «شخص: (Person)» اعم است از شخص حقیقی و حقوقی و یا سیستم‌های رایانه‌ای تحت کنترل آنان.

ن- «معقول» (سنجش عقلانی)، (Reasonableness Test) با توجه به اوضاع و احوال مبادله «داده‌پیام» از جمله: طبیعت مبادله، مهارت و موقعیت طرفین، حجم مبادلات طرفین در موارد مشابه، در دسترس بودن گزینه‌های پیشنهادی و در آن گزینه‌ها از جانب هر یک از طرفین، هزینه گزینه‌های پیشنهادی، عرف و روش‌های معمول و مورد استفاده در این نوع مبادلات، ارزیابی می‌شود.

س- «مصرف کننده» (Consumer) «هر شخصی است که به منظوری جز تجارت یا شغل حرفه‌ای اقدام می‌کند».

ع- «تأمین کننده» (Supplier) «عبارت از شخصی است که بنا به اهلیت تجاری، صنفی یا حرفه‌ای فعالیت می‌کند».

ف- «وسایل ارتباط از راه دور» (Means Of Distance Communication) «عبارت از هر نوع وسیله‌ای است که بدون حضور فیزیکی همزمان تأمین کننده و مصرف کننده جهت فروش کالا و خدمات استفاده می‌شود».

ص- «عقد از راه دور» (Distance Contract) «ایجاب و قبول راجع به کالاها و خدمات بین تأمین کننده و مصرف کننده با استفاده از وسایل ارتباط از راه دور است».

ق- «واسط بادوام» (Durable Medium) «یعنی وسائل که به موجب آن مصرف کننده شخصا «داده‌پیام»‌های مربوطه را بر روی آن ذخیره کند از جمله شامل فلاپی دیسک، دیسک فشرده، دیسک سخت و یا پست الکترونیکی مصرف کننده».

ز- «داده‌پیام‌های شخصی: (Private Data)» یعنی «داده‌پیام»‌های مربوطه به یک شخص حقیقی (موضوع «داده» Data Subject) «مشخص و معین».

فصل سوم - تفسیر قانون

ماده ۳- در تفسیر این قانون همیشه باید به خصوصیت بین‌المللی، ضرورت توسعه هماهنگی بین کشورها در کاربرد آن و رعایت لزوم حسن نیت توجه کرد.

ماده ۴- در مواقع سکوت و یا ابهام باب اول این قانون، محاکم قضایی باید بر اساس سایر قوانین موضوعه و رعایت چهارچوب فصول و مواد مندرج در این قانون، قضاوت نمایند.

فصل چهارم - اعتبار قراردادهای خصوصی

ماده ۵- هرگونه تغییر در تولید، ارسال، دریافت، ذخیره و یا پردازش داده‌پیام با توافق و قرارداد خاص طرفین معتبر است.

مبحث دوم- در احکام «داده‌پیام»

- نوشته، امضاء اصل

ماده ۶- هرگاه وجود یک نوشته از نظر قانون لازم باشد، «داده‌پیام» در حکم نوشته است مگر در موارد

زیر:

الف- اسناد مالکیت اموال غیرمنقول.

ب- فروش مواد داروئی به مصرف‌کنندگان نهایی.

ج- اعلام، اخطار، هشدار و یا عبارات مشابهی که دستور خاصی برای استفاده کالا صادر می‌کند و یا از

بکارگیری روش‌های خاصی به صورت فعلی یا ترک فعل منع می‌کند.

ماده ۷- هرگاه قانون، وجود امضاء را لازم بداند امضای الکترونیکی مکفی است.

ماده ۸- هرگاه قانون لازم بداند که اطلاعات به صورت اصل ارائه یا نگهداری شود، این امر یا نگهداری

و ارائه اطلاعات به صورت داده‌پیام نیز در صورت وجود شرایط زیر امکان پذیر می‌باشد:

الف- اطلاعات موردنظر قابل دسترسی بوده و امکان استفاده در صورت رجوع بعدی فراهم باشد.

ب- داده‌پیام به همان قالبی (فرمتی) که تولید، ارسال و یا دریافت شده و یا به قالبی که دقیقاً نمایشگر

اطلاعاتی باشد که تولید، ارسال و یا دریافت شده، نگهداری شود.

ج- اطلاعاتی که مشخص کننده مبدأ، مقصد، زمان ارسال و زمان دریافت داده‌پیام می‌باشند نیز در

صورت وجود نگهداری شوند.

د- شرایط دیگری که هر نهاد، سازمان، دستگاه دولتی و یا وزارتخانه در خصوص نگهداری داده‌پیام مرتبط با حوزه مسؤولیت خود مقرر نموده فراهم شده باشد.

ماده ۹- هرگاه شرایطی به وجود آید که از مقطعی معین ارسال «داده‌پیام» خاتمه یافته و استفاده از اسناد کاغذی جایگزین آن شود سند کاغذی که تحت این شرایط صادر می‌شود باید به طور صریح ختم تبادل «داده‌پیام» را اعلام کند. جایگزینی اسناد کاغذی به جای «داده‌پیام» اثری بر حقوق و تعهدات قبلی طرفین نخواهد داشت.

مبحث سوم- «داده‌پیام» مطمئن

فصل اول- امضاء و سابقه الکترونیکی مطمئن

ماده ۱۰- امضای الکترونیکی مطمئن باید دارای شرایط زیر باشد:

الف- نسبت به امضاء کننده منحصر به فرد باشد.

ب- هویت امضاء کننده «داده‌پیام» را معلوم نماید.

ج- به وسیله امضاء کننده و یا تحت اراده انحصاری وی صادر شده باشد.

د- به نحوی به يك «داده‌پیام» متصل شود که هر تغییری در آن «داده‌پیام» قابل تشخیص و کشف باشد.

ماده ۱۱- سابقه الکترونیکی مطمئن عبارت از «داده‌پیام»ی است که با رعایت شرایط یک سیستم اطلاعاتی مطمئن ذخیره شده و به هنگام لزوم در دسترس و قابل درک است.

فصل دوم - پذیرش، ارزش اثباتی و آثار سابقه و امضای الکترونیکی مطمئن

ماده ۱۲- اسناد و ادله اثبات دعوی ممکن است به صورت داده‌پیام بوده و در هیچ محکمه یا اداره دولتی نمی توان براساس قواعد ادله موجود، ارزش اثباتی «داده‌پیام» را صرفاً به دلیل شکل و قالب آن رد کرد.

ماده ۱۳- به طور کلی، ارزش اثباتی «داده‌پیام»ها با توجه به عوامل مطمئن از جمله تناسب روش‌های ایمنی به کار گرفته شده با موضوع و منظور مبادله «داده‌پیام» تعیین می‌شود.

ماده ۱۴- کلیه «داده‌پیام»هائی که به طریق مطمئن ایجاد و نگهداری شده‌اند از حیث محتویات و امضای مندرج در آن، تعهدات طرفین یا طرفی که تعهد کرده و کلیه اشخاصی که قائم مقام قانونی آنان محسوب می‌شوند، اجرای مفاد آن و سایر آثار در حکم اسناد معتبر و قابل استناد در مراجع قضائی و حقوقی است.

ماده ۱۵- نسبت به «داده‌پیام» مطمئن، سوابق الکترونیکی مطمئن و امضای الکترونیکی مطمئن انکار و تردید مسموع نیست و تنها می‌توان ادعای جعلیت به «داده‌پیام» مزبور وارد و با ثابت نمود که «داده‌پیام» مزبور به جهتی از جهات قانونی از اعتبار افتاده است.

ماده ۱۶- هر «داده‌پیام»ی که توسط شخص ثالث مطابق با شرایط ماده (۱۱) این قانون ثبت و نگهداری می‌شود، مقرون به صحت است.

مبحث چهارم- مبادله «داده‌پیام»

فصل اول- اعتبار قانونی ارجاع در «داده‌پیام»، عقد و اراده طرفین

ماده ۱۷- «ارجاع در داده‌پیام» با رعایت موارد زیر معتبر است:

الف- مورد ارجاع به طور صریح در «داده‌پیام» معین شود.

ب- مورد ارجاع برای طرف مقابل که به آن تکیه می‌کند روشن و مشخص باشد .

ج- «داده‌پیام» موضوع ارجاع مورد قبول طرف باشد.

فصل دوم- انتساب «داده‌پیام»

ماده ۱۸- در موارد زیر «داده‌پیام» منسوب به اصل‌ساز است:

الف- اگر توسط اصل‌ساز و یا به وسیله شخصی ارسال شده باشد که از جانب اصل‌ساز مجاز به این کار بوده است.

ب- اگر به وسیله سیستم اطلاعاتی برنامه‌ریزی شده یا تصدی خودکار از جانب اصل‌ساز ارسال شود.

ماده ۱۹- «داده‌پیام»ی که بر اساس یکی از شروط زیر ارسال میشود مخاطب حق دارد آن را ارسال شده محسوب کرده، و مطابق چنین فرضی (ارسال شده) عمل نماید:

الف- قبلاً به وسیله اصل‌ساز روشی معرفی و یا توافق شده باشد که معلوم کند آیا «داده‌پیام» همان است که اصل‌ساز ارسال کرده است.

ب- «داده‌پیام» دریافت شده توسط مخاطب از اقدامات شخصی ناشی شده که رابطه‌اش با اصل‌ساز، یا نمایندگان وی باعث شده تا شخص مذکور به روش مورد استفاده اصل‌ساز دسترسی یافته و «داده‌پیام» را به مثابه «داده‌پیام» خود بشناسد.

ماده ۲۰- ماده (۱۹) این قانون شامل مواردی نیست که پیام از اصل‌ساز صادر نشده باشد و یا به طور اشتباه صادر شده باشد.

ماده ۲۱- هر «داده‌پیام» يك «داده‌پیام» مجزا و مستقل محسوب می‌گردد، مگر آن که معلوم باشد که آن «داده‌پیام» نسخه مجددی از «داده‌پیام» اولیه است.

فصل سوم- تصدیق دریافت

ماده ۲۲- هرگاه قبل یا به هنگام ارسال «داده‌پیام» اصل‌ساز از مخاطب بخواهد یا توافق کنند که دریافت «داده‌پیام» تصدیق شود، اگر به شکل یا روش تصدیق توافق نشده باشد، هر نوع ارتباط خوکار

یا مکاتبه یا اتخاذ هر نوع تدبیر مناسب از سوی مخاطب که اصل‌ساز را به نحو معقول از دریافت «داده‌پیام» مطمئن کند تصدیق دریافت «داده‌پیام» محسوب می‌گردد.

ماده ۲۳- اگر اصل‌ساز به طور صریح هر گونه اثر حقوقی «داده‌پیام» را مشروط به تصدیق دریافت «داده‌پیام» کرده باشد، «داده‌پیام» ارسال نشده تلقی می‌شود، مگر آن که تصدیق آن دریافت شود.

ماده ۲۴- اماره دریافت «داده‌پیام» راجع به محتوای «داده‌پیام» صادق نیست.

ماده ۲۵- هنگامی که در تصدیق قید میشود، «داده‌پیام» مطابق با الزامات فنی استاندارد یا روش مورد توافق طرفین دریافت شده، فرض براین است که آن الزامات رعایت شده اند.

فصل چهارم- زمان و مکان ارسال و دریافت «داده‌پیام»

ماده ۲۶- ارسال «داده‌پیام» زمانی تحقق می‌یابد که به یک سیستم اطلاعاتی خارج از کنترل اصل‌ساز یا قائم مقام وی وارد شود.

ماده ۲۷- زمان دریافت «داده‌پیام» مطابق شرایط زیر خواهد بود:

الف- اگر سیستم اطلاعاتی مخاطب برای دریافت «داده‌پیام» معین شده باشد دریافت، زمانی محقق میشود که:

« ۱- داده‌پیام» به سیستم اطلاعاتی معین شده وارد شود؛ یا

۲- چنانچه «داده‌پیام» به سیستم اطلاعاتی مخاطب غیر از سیستمی که منحصرأً برای این کار معین شده وارد شود «داده‌پیام» بازیافت شود.

ب- اگر مخاطب، یک سیستم اطلاعاتی برای دریافت معین نکرده باشد، دریافت زمانی محقق می‌شود که «داده‌پیام» وارد سیستم اطلاعاتی مخاطب شود.

ماده ۲۸- مفاد ماده (۲۷) این قانون بدون توجه به محل استقرار سیستم اطلاعاتی جاری است.

ماده ۲۹- اگر محل استقرار سیستم اطلاعاتی با محل استقرار دریافت «داده‌پیام» مختلف باشد مطابق قاعده زیر عمل می‌شود:

الف- محل تجاری، یا کاری اصل ساز محل ارسال «داده‌پیام» است و محل تجاری یا کاری مخاطب محل دریافت «داده‌پیام» است مگر آن که خلاف آن توافق شده باشد.

ب- اگر اصل ساز بیش از یک محل تجاری یا کاری داشته باشد، نزدیکترین محل به اصل معامله، محل تجاری یا کاری خواهد بود در غیر این صورت محل اصلی شرکت، محل تجاری یا کاری است.

ج- اگر اصل ساز یا مخاطب فاقد محل تجاری یا کاری باشند، اقامتگاه قانونی آنان ملاک خواهد بود.

ماده ۳۰- آثار حقوقی پس از انتساب، دریافت تصدیق و زمان و مکان ارسال و دریافت «داده‌پیام» موضوع فصول دوم تا چهارم مبحث چهارم این قانون و همچنین محتوی «داده‌پیام» تابع قواعد عمومی است.

باب دوم - دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی (Certification Service Provider)

ماده ۳۱- دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی واحدهائی هستند که برای ارائه خدمات صدور امضای الکترونیکی در کشور تأسیس میشوند. این خدمات شامل تولید، صدور، ذخیره، ارسال، تأیید، ابطال و به روز نگهداری گواهیهای اصالت (امضای) الکترونیکی می باشد.

ماده ۳۲- آیین نامه و ضوابط نظام تأسیس و شرح وظایف این دفاتر توسط سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و وزارتخانه های بازرگانی، ارتباطات و فناوری اطلاعات، امور اقتصادی و دارایی و دادگستری تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.

باب سوم- در قواعد مختلف

مبحث اول- حمایت های انحصاری در بستر مبادلات الکترونیکی

فصل اول- حمایت از مصرف کننده (Consumer Protection)

ماده ۳۳- فروشندگان کالا و ارائه دهندگان خدمات بایستی اطلاعات مؤثر در تصمیم گیری مصرف کنندگان جهت خرید و یا قبول شرایط را از زمان مناسبی قبل از عقد در اختیار مصرف کنندگان قرار دهند. حداقل اطلاعات لازم، شامل موارد زیر می باشد:

الف- مشخصات فنی و ویژگی های کاربردی کالا و یا خدمات.

ب- هویت تأمین کننده، نام تجاری که تحت آن نام به فعالیت مشغول می باشد و نشانی وی.

ج- آدرس پست الکترونیکی، شماره تلفن و یا هر روشی که مشتری در صورت نیاز بایستی از آن طریق با فروشنده ارتباط برقرار کند.

د- کلیه هزینه هایی که برای خرید کالا بر عهده مشتری خواهد بود (از جمله قیمت کالا و یا خدمات، میزان مالیات، هزینه حمل، هزینه تماس).

ه- مدت زمانی که پیشنهاد ارائه شده معتبر می باشد.

و- شرایط و فرایند عقد از جمله ترتیب و نحوه پرداخت، تحویل و یا اجرا، فسخ، ارجاع، خدمات پس از فروش.

ماده ۳۴- تأمین کننده باید به طور جداگانه ضمن تأیید اطلاعات مقدماتی، اطلاعات زیر را ارسال نماید:

الف- آدرس محل تجاری یا کاری تأمین کننده برای شکایت احتمالی.

ب- اطلاعات راجع به ضمانت و پشتیبانی پس از فروش.

ج- شرایط و فراگرد فسخ معامله به موجب مواد (۳۷) و (۳۸) این قانون.

د- شرایط فسخ در قراردادهای انجام خدمات.

ماده ۳۵- اطلاعات اعلامی و تأییدیه اطلاعات اعلامی به مصرف کننده باید در واسطی با دوام، روشن و صریح بوده و در زمان مناسب و با وسایل مناسب ارتباطی در مدت معین و براساس لزوم حسن نیت در معاملات و از جمله ضرورت رعایت افراد ناتوان و کودکان ارائه شود.

ماده ۳۶- در صورت استفاده از ارتباط صوتی، هویت تأمین کننده و قصد وی از ایجاد تماس با مصرف کننده باید به طور روشن و صریح در شروع هر مکالمه بیان شود.

ماده ۳۷- در هر معامله از راه دور مصرف کننده باید حداقل هفت روز کاری، وقت برای انصراف (حق انصراف) از قبول خود بدون تحمل جریمه و یا ارائه دلیل داشته باشد. تنها هزینه تحمیلی بر مصرف کننده هزینه باز پس فرستادن کالا خواهد بود.

ماده ۳۸- شروع اعمال حق انصراف به ترتیب زیر خواهد بود:

الف- در صورت فروش کالا، از تاریخ تسلیم کالا به مصرف کننده و در صورت فروش خدمات، از روز انعقاد.

ب- در هر حال آغاز اعمال حق انصراف مصرف کننده پس از ارائه اطلاعاتی خواهد بود که تأمین کننده طبق مواد (۳۳) و (۳۴) این قانون موظف به ارائه آن است.

ج- به محض استفاده مصرف کننده از حق انصراف، تأمین کننده مکلف است بدون مطالبه هیچ گونه وجهی عین مبلغ دریافتی را در اسرع وقت به مصرف کننده مسترد نماید.

د- حق انصراف مصرف کننده در مواردی که شرایط خاصی بر نوع کالا و خدمات حاکم است اجرا نخواهد شد. موارد آن به موجب آیین نامه‌ای است که در ماده (۷۹) این قانون خواهد آمد.

ماده ۳۹- در صورتی که تأمین کننده در حین معامله به دلیل عدم موجودی کالا و یا عدم امکان اجرای خدمات، نتواند تعهدات خود را انجام دهد، باید مبلغ دریافتی را فوراً به مخاطب برگرداند، مگر در بیع کلی و تعهداتی که برای همیشه وفای به تعهد غیر ممکن نباشد و مخاطب آماده صبر کردن تا امکان تحویل کالا و یا ایفای تعهد باشد. در صورتی که معلوم شود تأمین کننده از ابتدا عدم امکان ایفای تعهد خود را می دانسته، علاوه بر لزوم استرداد مبلغ دریافتی، به حداکثر مجازات مقرر در این قانون نیز محکوم خواهد شد.

ماده ۴۰- تأمین کننده می تواند کالا یا خدمات مشابه آنچه را که به مصرف کننده وعده کرده تحویل یا ارائه نماید مشروط بر آن که قبل از معامله یا در حین انجام معامله آن را اعلام کرده باشد.

ماده ۴۱- در صورتی که تأمین کننده، کالا یا خدمات دیگری غیر از موضوع معامله یا تعهد را برای مخاطب ارسال نماید، کالا و یا خدمات ارجاع داده می شود و هزینه ارجاع به عهده تأمین کننده است. کالا یا خدمات ارسالی مذکور چنانچه به عنوان یک معامله یا تعهد دیگر از سوی تأمین کننده مورد ایجاب قرار گیرد، مخاطب می تواند آن را قبول کند.

ماده ۴۲- حمایت‌های این فصل در موارد زیر اجرا نخواهد شد:

الف- خدمات مالی که فهرست آن به موجب آیین‌نامه‌ای است که در ماده (۷۹) این قانون خواهد آمد.

ب- معاملات راجع به فروش اموال غیر منقول و یا حقوق مالکیت ناشی از اموال غیرمنقول به جز اجاره.

ج- خرید از ماشین‌هایی فروش مستقیم کالا و خدمات.

د- معاملاتی که با استفاده از تلفن عمومی (همگانی) انجام می‌شود.

ه- معاملات راجع به حراجی‌ها.

ماده ۴۳- تأمین کننده نباید سکوت مصرف کننده را حمل بر رضایت وی کند.

ماده ۴۴- در موارد اختلاف و یا تردید مراجع قضائی رسیدگی خواهند کرد.

ماده ۴۵- اجرای حقوق مصرف کننده به موجب این قانون نباید بر اساس سایر قوانین که حمایت

ضعیفتری اعمال می‌کنند متوقف شود.

ماده ۴۶- استفاده از شروط قراردادی خلاف مقررات این فصل و همچنین اعمال شروط غیرمنصفانه به

ضرر مصرف کننده، مؤثر نیست.

ماده ۴۷- در معاملات از راه دور آن بخش از موضوع معامله که به روشی غیر از وسائل ارتباط از راه

دور انجام می‌شود مشمول مقررات این قانون نخواهد بود.

ماده ۴۸- سازمان‌های قانونی و مدنی حمایت از حقوق مصرف کننده می‌توانند به عنوان شاکی اقامه دعوی نمایند. ترتیب آن به موجب آیین نامه‌ای خواهد بود که به پیشنهاد وزارت بازرگانی و تصویب هیأت وزیران می‌باشد.

ماده ۴۹- حقوق مصرف کننده در زمان استفاده از وسایل پرداخت الکترونیکی به موجب قوانین و مقرراتی است که توسط مراجع قانونی ذیربط تصویب شده و یا خواهد شد.

فصل دوم- در قواعد تبلیغ (Marketing) -

ماده ۵۰- تأمین کنندگان در تبلیغ کالا و خدمات خود نباید مرتکب فعل یا ترک فعلی شوند که سبب مشتبّه شدن و یا فریب مخاطب از حیث کمیت و کیفیت شود.

ماده ۵۱- تأمین کنندگانی که برای فروش کالا و خدمات خود تبلیغ می‌کنند نباید سلامتی افراد را به خطراندازند.

ماده ۵۲- تأمین کننده باید به نحوی تبلیغ کند که مصرف کننده به طور دقیق، صحیح و روشن اطلاعات مربوط به کالا و خدمات را درک کند.

ماده ۵۳- در تبلیغات و بازاریابی باید هویت شخص یا بنگاهی که تبلیغات به نفع اوست روشن و صریح باشد.

ماده ۵۴- تأمین کنندگان نباید از خصوصیات ویژه معاملات به روش الکترونیکی جهت مخفی نمودن حقایق مربوط به هویت یا محل کسب خود سوء استفاده کنند .

ماده ۵۵- تأمین کنندگان باید تمهیداتی را برای مصرف کنندگان در نظر بگیرند تا آنان راجع به دریافت تبلیغات به نشانی پستی و یا پست الکترونیکی خود تصمیم بگیرند.

ماده ۵۶- تأمین کنندگان در تبلیغات باید مطابق با رویه حرفه‌ای عمل نمایند. ضوابط آن به موجب آیین‌نامه‌ای است که در ماده (۷۹) این قانون خواهد آمد.

ماده ۵۷- تبلیغ و بازاریابی برای کودکان و نوجوانان زیر سن قانونی به موجب آیین‌نامه‌ای است که در ماده (۷۹) این قانون خواهد آمد.

فصل سوم- حمایت از «داده‌پیام»‌های شخصی (حمایت از داده(Data Protection) -

ماده ۵۸- ذخیره، پردازش و یا توزیع «داده‌پیام»‌های شخصی مبین ریشه‌های قومی یا نژادی، دیدگاه‌های عقیدتی، مذهبی، خصوصیات اخلاقی «داده‌پیام»‌های راجع به وضعیت جسمانی، روانی و یا جنسی اشخاص بدون رضایت صریح آنها به هر عنوان غیر قانونی است.

ماده ۵۹- در صورت رضایت شخص موضوع «داده‌پیام» نیز به شرط آن که محتوای داده‌پیام وفق قوانین مصوب مجلس شورای اسلامی باشد ذخیره، پردازش و توزیع «داده‌پیام»‌های شخصی در بستر مبادلات الکترونیکی باید با لحاظ شرایط زیر صورت پذیرد:

الف- اهداف آن مشخص بوده و به طور واضح شرح داده شده باشند.

ب- «داده‌پیام» باید تنها به اندازه ضرورت و متناسب با اهدافی که در هنگام جمع‌آوری برای شخص موضوع «داده‌پیام» شرح داده شده جمع‌آوری گردد و تنها برای اهداف تعیین شده مورد استفاده قرار گیرد.

ج- «داده‌پیام» باید صحیح و روزآمد باشد.

د- شخص موضوع «داده‌پیام» باید به پرونده‌های رایان‌های حاوی «داده‌پیام»‌های شخصی مربوط به خود دسترسی داشته و بتواند «داده‌پیام»‌هایی ناقص و یا نادرست را محو یا اصلاح کند.

ه- شخص موضوع «داده‌پیام» باید بتواند در هر زمان با رعایت ضوابط مربوطه در خواست محو کامل پرونده رایانه‌ای «داده‌پیام»‌های شخصی مربوط به خود را بنماید.

ماده ۶۰- ذخیره، پردازش و یا توزیع «داده‌پیام»‌های مربوطه به سوابق پزشکی و بهداشتی تابع آیین‌نامه‌ای است که در ماده (۷۹) این قانون خواهد آمد.

ماده ۶۱- سایر موارد راجع به دسترسی موضوع «داده‌پیام» از قبیل استثنائات، افشای آن برای اشخاص ثالث، اعتراض، فراگردهای ایمنی، نهادهای مسؤول دیدبانی و کنترل جریان «داده‌پیام»‌های شخصی به موجب مواد مندرج در باب چهارم این قانون و آیین‌نامه مربوطه خواهد بود.

مبحث دوم - حفاظت از «داده‌پیام» در بستر مبادلات الکترونیکی

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

فصل اول- حمایت از حقوق مؤلف (Author's Right/ Copyright) در بستر مبادلات الکترونیکی

ماده ۶۲- حق تکثیر، اجراء و توزیع (عرصه و نشر) آثار تحت حمایت قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸/۹/۳ و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی مصوب ۱۳۵۲/۹/۲۶ و قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹/۱۰/۴، به صورت «داده‌پیام» می‌باشند، از جمله اطلاعات، نرم‌افزارها و برنامه‌های رایانه‌ای، ابزار و روش‌های رایانه‌ای و پایگاه‌های داده و همچنین حمایت از حقوق مالکیت‌های فکری در بستر مبادلات الکترونیکی شامل حق اختراع، حق طراحی، حق مؤلف، حقوق مرتبط با حق مؤلف، حمایت از پایگاه‌های داده، حمایت از نقشه مدارهای یکپارچه قطعات الکترونیکی (Integrated Circuits & Chips) و حمایت از اسرار تجاری، مشمول قوانین مذکور در این ماده و قانون ثبت علائم و اختراعات مصوبت ۱۳۱۰/۴/۱ و آیین‌نامه اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب ۱۳۳۷/۴/۱۴ خواهد بود، منوط بر آن که امور مذکور در آن دو قانون موافق مصوبات مجلس شورای اسلامی باشد.

تبصره ۱- حقوق مرتبط با مالکیت ادبی و هنری (Related Rights) که پیش از این به عنوان حقوق جانبی مالکیت ادبی و هنری (Neighboring Rights) شناخته می‌شدند شامل حقوق مادی و معنوی برای عناصر دیگری علاوه بر مؤلف، از جمله حقوق هنرمندان مجری آثار، تولید کنندگان صفحات صوتی و تصویری و سازمان‌ها و مؤسسات ضبط و پخش می‌باشند که مشمول قوانین مصوب ۱۳۴۸/۹/۳ و ۱۳۵۲/۹/۲۶ و مورد اشاره در این ماده می‌باشند.

تبصره ۲- مدار یکپاچه (Integrated Circuit) یک جزء الکترونیکی با نقشه و منطقی خاص است که عملکرد و کارائی آن قابلیت جایگزینی با تعداد بسیار زیادی از اجزاء الکترونیکی متعارف را داراست. طراحی‌های نقشه، جانمایی و منطق این مدارها بر اساس قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب ۱۳۱۰/۴/۱ و آیین‌نامه اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجارتي و اختراعات مصوب ۱۳۳۷/۴/۱۴ مورد حمایت میباشد.

ماده ۶۳- اعمال موقت تکثیر، اجراء و توزیع اثر که جزء لاینفک فراگرد فني پردازش «داده‌پیام» در شبکه‌ها است از شمول مقرر فوق خارج است.

فصل دوم- حمایت از اسرار تجاری (Trade Secrets)

ماده ۶۴- به منظور حمایت از رقابت‌های مشروع و عادلانه در بستر مبادلات الکترونیکی، تحصیل غیرقانونی اسرار تجاری و اقتصادی بنگاه‌ها و مؤسسات برای خود و یا افشای آن برای اشخاص ثالث در محیط الکترونیکی جرم محسوب و مرتکب به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید.

ماده ۶۵- اسرار تجاری الکترونیکی «داده‌پیام»ی است که شامل اطلاعات، فرمول‌ها، الگوها، نرم‌افزارها و برنامه‌ها، ابزار و روش‌ها، تکنیک‌ها و فرایندها، تألیفات منتشر نشده، روش‌های انجام تجارت و داد و ستد، فنون، نقشه‌ها و فراگردها، اطلاعات مالی، فهرست مشتریان، طرح‌های تجاری و امثال اینها است،

که به طور مستقل دارای ارزش اقتصادی بوده و در دسترس عموم قرار ندارد و تلاش‌های معقولانه‌ای برای حفظ و حراست از آنها انجام شده است.

فصل سوم - حمایت از علائم تجاری (Trade Names)

ماده ۶۶- به منظور حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تشویق رقابت‌های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی استفاده از علائم تجاری به صورت نام دامنه (Domain Name) و یا هر نوع نمایش برخط (Online) علائم تجاری که موجب فریب یا مشتبه شدن طرف به اصالت کالا و خدمات شود ممنوع و متخلف به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید.

باب چهارم - جرایم و مجازات‌ها

مبحث اول - کلاهبرداری کامپیوتری

ماده ۶۷- هر کس در بستر مبادلات الکترونیکی، با سوء استفاده و یا استفاده غیر مجاز از «داده‌پیام» برنامه‌ها و سیستم‌های رایانه‌ای و وسایل ارتباط از راه دور و ارتکاب افعالی نظیر ورود، محو، توقف

«داده‌پیام» مداخله در عملکرد برنامه یا سیستم رایانه‌ای و غیر دیگران را بفریید و یا سبب گمراهی سیستم‌های پردازش خودکار و نظایر آن شود و از این طریق برای خود یا دیگری وجوه، اموال یا امتیازات مالی تحصیل کند و اموال دیگران را ببرد مجرم محسوب و علاوه بر رد مال به صاحبان اموال به حبس از یک تا سه سال و پرداخت جزای نقدی معادل مال مأخوذه محکوم می‌شود.

تبصره- شروع به این جرم نیز جرم محسوب و مجازات آن حداقل مجازات مقرر در این ماده می‌باشد.

مبحث دوم- جعل کامپیوتری

ماده ۶۸- هر کس در بستر مبادلات الکترونیکی، از طریق ورود، تغییر، محو و توقف «داده‌پیام» و مداخله در پردازش «داده‌پیام» و مداخله در پردازش «داده‌پیام» و سیستم‌های رایانه‌ای، و یا استفاده از وسایل کاربردی سیستم‌های رمزنگاری تولید امضاء- مثل کلید اختصاصی- بدون مجوز امضاء کننده و یا تولید امضای فاقد سابقه ثبت در فهرست دفاتر اسناد الکترونیکی و یا عدم انطباق آن وسایل با نام دارنده در فهرست مزبور و اخذ گواهی مجعول و نظایر آن اقدام به جعل «داده‌پیام» دارای ارزش مالی و اثباتی نماید تا با ارائه آن به مراجع اداری، قضایی، مالی و غیره به عنوان «داده‌پیام»‌های معتبر استفاده نماید جاعل محسوب و به مجازات حبس از یک تا سه سال و پرداخت جزای نقدی به میزان پنجاه میلیون ریال محکوم می‌شود.

تبصره- مجازات شروع به این جرم حداقل مجازات در این ماده می‌باشد.

مبحث سوم- نقض حقوق انحصاری در بستر مبادلات الکترونیک

فصل اول- نقض حقوق مصرف کننده و قواعد تبلیغ

ماده ۶۹- تأمین کننده متخلف از مواد (۳۳)، (۳۴)، (۳۵)، (۳۶) و (۳۷) این قانون به مجازات از ده میلیون ریال تا پنجاه میلیون ریال محکوم خواهد شد.

تبصره- تأمین کننده متخلف از ماده (۳۷) به حداکثر مجازات محکوم خواهد شد.

ماده ۷۰- تأمین کننده متخلف از مواد (۳۹)، (۵۰)، (۵۱)، (۵۲)، (۵۳)، (۵۴)، (۵۵) این قانون به مجازات از بیست میلیون ریال تا یکصد میلیون ریال محکوم خواهد شد.

تبصره ۱- تأمین کننده متخلف از ماده (۵۱) این قانون به حداکثر مجازات در این ماده محکوم خواهد شد.

تبصره ۲- تأمین کننده متخلف از ماده (۵۵) این قانون به حداقل مجازات در این ماده محکوم خواهد شد.

فصل دوم- نقض حمایت از «داده‌پیام»‌های شخصی / حمایت از داده

ماده ۷۱- هر کس در بستر مبادلات الکترونیکی شرایط مقرر در مواد (۵۸) و (۵۹) این قانون را نقض نماید مجرم محسوب و به یک تا سه سال حبس محکوم می‌شود.

ماده ۷۲- هر گاه جرایم راجع به «داده‌پیام» های شخصی توسط دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی و سایر نهادهای مسؤول ارتکاب یابد، مرتکب به حداکثر مجازات مقرر در ماده (۷۱) این قانون محکوم خواهد شد.

ماده ۷۳- اگر به واسطه بی‌مبالاتی و بی احتیاطی دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی جرایم راجع به «داده‌پیام» های شخصی روی دهد، مرتکب به سه ماه تا یک سال حبس و پرداخت جزای نقدی معادل پنجاه میلیون ریال محکوم می‌شود.

مبحث چهارم- نقض حفاظت از «داده‌پیام» در بستر مبادلات الکترونیکی

فصل اول- نقض حق مؤلف

ماده ۷۴- هر کس در بستر مبادلات الکترونیکی با تکثیر، اجرا و توزیع (عرضه و نشر) مواردی که در قانون حمایت حقوق مؤلفان، مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸/۹/۳ و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی مصوب ۱۳۵۲/۹/۲۶ و قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹/۱۰/۴ منوط بر آنکه امور مذکور طبق مصوبات مجلس شورای اسلامی مجاز

شمرده شود، در صورتی که حق تصریح شده مؤلفان را نقض نماید به مجازات سه ماه تا یک سال حبس و جزای نقدی به میزان پنجاه میلیون ریال محکوم خواهد شد.

فصل دوم- نقض اسرار تجاری

ماده ۷۵- متخلفین از ماده (۶۴) این قانون و هر کس در بستر مبادلات الکترونیکی به منظور رقابت، منفعت و یا ورود خسارت به بنگاه‌های تجاری، صنعتی، اقتصادی و خدماتی، با نقض حقوق قراردادهای استخدام مبنی بر عدم افشای اسرار شغلی و یا دستیابی غیرمجاز، اسرار تجاری آنان را برای خود تحصیل نموده و یا برای اشخاص ثالث افشا نماید به حبس از شش ماه تا دو سال و نیم، و جزای نقدی معادل پنجاه میلیون ریال محکوم خواهد شد.

فصل سوم- نقض علائم تجاری

ماده ۷۶- متخلفان از ماده (۶۶) این قانون به یک تا سه سال حبس و جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یکصد میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال محکوم خواهند شد.

فصل چهارم- سایر

ماده ۷۷- سایر جرایم، آیین دادرسی و مقررات مربوطه به صلاحیت جزایی و روش‌های همکاری بین‌المللی قضایی جزایی مرتبط با بستر مبادلات الکترونیکی به موجب قانون خواهد بود.

باب پنجم- جبران خسارت

ماده ۷۸- هرگاه در بستر مبادلات الکترونیکی در اثر نقص یا ضعف سیستم مؤسسات خصوصی و دولتی، به جز در نتیجه قطع فیزیکی ارتباط الکترونیکی، خسارتی به اشخاص وارد شود، مؤسسات مزبور مسؤول جبران خسارت وارده می‌باشند مگر اینکه خسارات وارده ناشی از فعل شخصی افراد باشد که در این صورت جبران خسارات بر عهده این اشخاص خواهد بود.

باب ششم- متفرقه

ماده ۷۹- وزارت بازرگانی موظف است زمینه‌های مرتبط با تجارت الکترونیکی را که در اجرای این قانون مؤثر می‌باشند شناسائی کرده و با ارائه پیشنهاد و تأیید شورای عالی فناوری اطلاعات، خواستار تدوین مقررات مربوطه و آئین‌نامه‌های این قانون توسط نهادهای ذی‌ربط شود. این آئین‌نامه‌ها مقررات پس از

تصویب هیأت وزیران به مرحله اجرا در خواهند آمد. سایر آیین‌نامه‌های مورد اشاره در این قانون به ترتیب ذیل تهیه خواهند شد:

الف- آیین‌نامه مربوطه به مواد (۳۸) و (۴۲) این قانون به پیشنهاد وزارتخانه‌های بازرگانی، امور اقتصادی و دارائی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.

ب- آیین‌نامه مربوط به مواد (۵۶) و (۵۷) این قانون به پیشنهاد وزارتخانه‌های بازرگانی و فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.

ج- آیین‌نامه مربوط به ماده (۶۰) این قانون به پیشنهاد وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.

قانون جرائم رایانه‌ای

منبع :

<http://www.cyberpolice.ir/page/۴۲۹۸۱>

بخش یکم - جرائم و مجازاتها

فصل یکم - جرائم علیه محرمانگی داده‌ها و سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی

مبحث یکم - دسترسی غیرمجاز

ماده ۱- هرکس به طور غیرمجاز به داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی که به وسیله تدابیر امنیتی حفاظت شده است دسترسی یابد، به حبس از نود و یک روز تا یک سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

مبحث دوم - شنود غیرمجاز

ماده ۲- هر کس به طور غیرمجاز محتوای در حال انتقال ارتباطات غیرعمومی در سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا امواج الکترومغناطیسی یا نوری را شنود کند، به حبس از شش ماه تا دو سال یا

جزای نقدی از ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

مبحث سوم - جاسوسی رایانه‌ای

ماده ۳- هر کس به طور غیرمجاز نسبت به داده‌های سری در حال انتقال یا ذخیره شده در سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا حاملهای داده مرتکب اعمال زیر شود، به مجازاتهای مقرر محکوم خواهد شد:

الف) دسترسی به داده‌های مذکور یا تحصیل آنها یا شنود محتوای سری در حال انتقال، به حبس از یک تا سه سال یا جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا شصت میلیون (۶۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات.

ب) در دسترس قراردادن داده‌های مذکور برای اشخاص فاقد صلاحیت، به حبس از دو تا ده سال.

ج) افشاء یا در دسترس قرار دادن داده‌های مذکور برای دولت، سازمان، شرکت یا گروه بیگانه یا عاملان آنها، به حبس از پنج تا پانزده سال.

تبصره ۱- داده‌های سری داده‌هایی است که افشای آنها به امنیت کشور یا منافع ملی لطمه می‌زند.

تبصره ۲- آئین نامه نحوه تعیین و تشخیص داده‌های سری و نحوه طبقه‌بندی و حفاظت آنها ظرف سه ماه از تاریخ تصویب این قانون توسط وزارت اطلاعات با همکاری وزارتخانه‌های دادگستری، کشور، ارتباطات و فناوری اطلاعات و دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح تهیه و به تصویب هیأت وزیران خواهد رسید.

ماده ۴- هرکس به قصد دسترسی به داده‌های سری موضوع ماده (۳) این قانون، تدابیر امنیتی سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی را نقض کند، به حبس از شش ماه تا دو سال یا جزای نقدی از ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

ماده ۵- چنانچه مأموران دولتی که مسؤول حفظ داده‌های سری مقرر در ماده (۳) این قانون یا سامانه‌های مربوط هستند و به آنها آموزش لازم داده شده است یا داده‌ها یا سامانه‌های مذکور در اختیار آنها قرار گرفته است بر اثر بی احتیاطی، بی‌مبالاتی یا عدم رعایت تدابیر امنیتی موجب دسترسی اشخاص فاقد صلاحیت به داده‌ها، حامل‌های داده یا سامانه‌های مذکور شوند، به حبس از نود و یک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات و انفصال از خدمت از شش ماه تا دو سال محکوم خواهند شد.

فصل دوم - جرائم علیه صحت و تمامیت داده‌ها و سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی

مبحث یکم - جعل رایانه‌ای

ماده ۶ - هر کس به طور غیرمجاز مرتکب اعمال زیر شود، جاعل محسوب و به حبس از یک تا پنج سال یا جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد:

الف) تغییر یا ایجاد داده‌های قابل استناد یا ایجاد یا واردکردن متقلبانة داده به آنها.

ب) تغییر داده‌ها یا علائم موجود در کارتهای حافظه یا قابل پردازش در سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا تراشه‌ها یا ایجاد یا وارد کردن متقلبانة داده‌ها یا علائم به آنها.

ماده ۷- هرکس با علم به مجعول بودن داده‌ها یا کارتها یا تراشه‌ها از آنها استفاده کند، به مجازات مندرج در ماده فوق محکوم خواهد شد.

مبحث دوم - تخریب و اخلال در داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی

ماده ۸ - هرکس به طور غیرمجاز داده‌های دیگری را از سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا حاملهای داده حذف یا تخریب یا مختل یا غیرقابل پردازش کند به حبس از شش ماه تا دو سال یا جزای نقدی از ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

ماده ۹- هر کس به طور غیرمجاز با اعمالی از قبیل واردکردن، انتقال دادن، پخش، حذف کردن، متوقف کردن، دستکاری یا تخریب داده‌ها یا امواج الکترومغناطیسی یا نوری، سامانه‌های رایانه‌ای یا

مخابراتی دیگری را از کار بیندازد یا کارکرد آنها را مختل کند، به حبس از شش ماه تا دو سال یا جزای نقدی از ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

ماده ۱۰- هرکس به طور غیرمجاز با اعمالی از قبیل مخفی کردن داده‌ها، تغییر گذر واژه یا رمزنگاری داده‌ها مانع دسترسی اشخاص مجاز به داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی شود، به حبس از نود و یک روز تا یک سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

ماده ۱۱- هرکس به قصد خطر انداختن امنیت، آسایش و امنیت عمومی اعمال مذکور در مواد (۸)، (۹) و (۱۰) این قانون را علیه سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی که برای ارائه خدمات ضروری عمومی به کار می‌روند، از قبیل خدمات درمانی، آب، برق، گاز، مخابرات، حمل و نقل و بانکداری مرتکب شود، به حبس از سه تا ده سال محکوم خواهد شد.

فصل سوم - سرقت و کلاهبرداری مرتبط با رایانه

ماده ۱۲- هرکس به طور غیرمجاز داده‌های متعلق به دیگری را برآید، چنانچه عین داده‌ها در اختیار صاحب آن باشد، به جرای نقدی از یک میلیون (۱/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا بیست میلیون

(۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال و در غیر این صورت به حبس از نود و یک روز تا یک سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

ماده ۱۳- هرکس به طور غیرمجاز از سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی با ارتکاب اعمالی از قبیل وارد کردن، تغییر، محو، ایجاد یا متوقف کردن داده‌ها یا مختل کردن سامانه، وجه یا مال یا منفعت یا خدمات یا امتیازات مالی برای خود یا دیگری تحصیل کند علاوه بر رد مال به صاحب آن به حبس از یک تا پنج سال یا جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

فصل چهارم - جرائم علیه عفت و اخلاق عمومی

ماده ۱۴- هرکس به وسیله سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا حاملهای داده محتویات مستهجن را منتشر، توزیع یا معامله کند یا به قصد تجارت یا افساد تولید یا ذخیره یا نگهداری کند، به حبس از نود و یک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

تبصره ۱- ارتکاب اعمال فوق درخصوص محتویات مبتذل موجب محکومیت به حداقل یکی از مجازاتهای فوق می‌شود.

محتویات و آثار مبتذل به آثاری اطلاق می‌گردد که دارای صحنه و صور قبیحه باشد.

تبصره ۲- هرگاه محتویات مستهجن به کمتر از ده نفر ارسال شود، مرتکب به يك ميليون

(۱/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال جزای نقدی محکوم خواهد شد.

تبصره ۳- چنانچه مرتکب اعمال مذکور در این ماده را حرفه خود قرار داده باشد یا به طور

سازمان یافته مرتکب شود چنانچه مفسد فی الارض شناخته نشود، به حداکثر هر دو مجازات مقرر در

این ماده محکوم خواهد شد.

تبصره ۴- محتویات مستهجن به تصویر، صوت یا متن واقعی یا غیر واقعی یا متنی اطلاق می‌شود

که بیانگر برهنگی کامل زن یا مرد یا اندام تناسلی یا آمیزش یا عمل جنسی انسان است.

ماده ۱۵- هرکس از طریق سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا حامل‌های داده مرتکب اعمال زیر

شود، به ترتیب زیر مجازات خواهد شد:

الف) چنانچه به منظور دستیابی افراد به محتویات مستهجن، آنها را تحریک، ترغیب، تهدید یا

تطمیع کند یا فریب دهد یا شیوه دستیابی به آنها را تسهیل نموده یا آموزش دهد، به حبس از نود و يك

روز تا يك سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰)

ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

ارتکاب این اعمال در خصوص محتویات مبتذل موجب جزای نقدی از دو میلیون

(۲/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال است.

ب) چنانچه افراد را به ارتکاب جرائم منافی عفت یا استعمال مواد مخدر یا روان گردان یا خودکشی یا انحرافات جنسی یا اعمال خشونت آمیز تحریک یا ترغیب یا تهدید یا دعوت کرده یا فریب دهد یا شیوه ارتکاب یا استعمال آنها را تسهیل کند یا آموزش دهد، به حبس از نود و یک روز تا یک سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم می شود.

تبصره - مفاد این ماده و ماده (۱۴) شامل آن دسته از محتویاتی نخواهد شد که برای مقاصد علمی یا هر مصلحت عقلایی دیگر تهیه یا تولید یا نگهداری یا ارائه یا توزیع یا انتشار یا معامله می شود.

فصل پنجم - هتک حیثیت و نشر اکاذیب

ماده ۱۶ - هرکس به وسیله سامانه های رایانه ای یا مخابراتی، فیلم یا صوت یا تصویر دیگری را تغییر دهد یا تحریف کند و آن را منتشر یا با علم به تغییر یا تحریف منتشر کند، به نحوی که عرفاً موجب هتک حیثیت او شود، به حبس از نود و یک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

تبصره - چنانچه تغییر یا تحریف به صورت مستهجن باشد، مرتکب به حداکثر هر دو مجازات مقرر محکوم خواهد شد.

ماده ۱۷- هر کس به وسیله سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی صوت یا تصویر یا فیلم خصوصی یا خانوادگی یا اسرار دیگری را بدون رضایت او جز در موارد قانونی منتشر کند یا دسترس دیگران قرار دهد، به نحوی که منجر به ضرر یا عرفاً موجب هتک حیثیت او شود، به حبس از نود و یک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

ماده ۱۸- هر کس به قصد اضرار به غیر یا تشویش اذهان عمومی یا مقامات رسمی به وسیله سامانه رایانه‌ای یا مخابراتی اکاذیبی را منتشر نماید یا در دسترس دیگران قرار دهد یا با همان مقاصد اعمالی را برخلاف حقیقت، رأساً یا به عنوان نقل قول، به شخص حقیقی یا حقوقی به طور صریح یا تلویحی نسبت دهد، اعم از اینکه از طریق یادشده به نحوی از انحاء ضرر مادی یا معنوی به دیگری وارد شود یا نشود، افزون بر اعاده حیثیت (در صورت امکان)، به حبس از نود و یک روز تا دو سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا چهل میلیون (۴۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

فصل ششم - مسؤولیت کیفری اشخاص

ماده ۱۹- در موارد زیر، چنانچه جرائم رایانه‌ای به نام شخص حقوقی و در راستای منافع آن ارتکاب یابد، شخص حقوقی دارای مسؤولیت کیفری خواهد بود:

الف) هرگاه مدیر شخص حقوقی مرتکب جرم رایانه‌ای شود.

ب) هرگاه مدیر شخص حقوقی دستور ارتکاب جرم رایانه‌ای را صادر کند و جرم به وقوع بپیوندد.

ج) هرگاه یکی از کارمندان شخص حقوقی با اطلاع مدیر یا در اثر عدم نظارت وی مرتکب جرم

رایانه‌ای شود.

د) هرگاه تمام یا قسمتی از فعالیت شخص حقوقی به ارتکاب جرم رایانه‌ای اختصاص یافته باشد.

تبصره ۱- منظور از مدیر کسی است که اختیار نمایندگی یا تصمیم‌گیری یا نظارت بر شخص

حقوقی را دارد.

تبصره ۲- مسؤولیت کیفری شخص حقوقی مانع مجازات مرتکب نخواهد بود و در صورت نبود

شرایط صدر ماده و عدم انتساب جرم به شخص خصوصی فقط شخص حقیقی مسؤول خواهد بود.

ماده ۲۰- اشخاص حقوقی موضوع ماده فوق، با توجه به شرایط و اوضاع و احوال جرم ارتکابی،

میزان درآمد و نتایج حاصله از ارتکاب جرم، علاوه بر سه تا شش برابر حداکثر جزای نقدی جرم ارتکابی،

به ترتیب ذیل محکوم خواهند شد:

الف) چنانچه حداکثر مجازات حبس آن جرم تا پنج سال حبس باشد، تعطیلی موقت شخص

حقوقی از یک تا نه ماه و در صورت تکرار جرم تعطیلی موقت شخص حقوقی از یک تا پنج سال.

ب) چنانچه حداکثر مجازات حبس آن جرم بیش از پنج سال حبس باشد، تعطیلی موقت شخص

حقوقی از یک تا سه سال و در صورت تکرار جرم، شخص حقوقی منحل خواهد شد.

تبصره - مدیر شخص حقوقی که طبق بند «ب» این ماده منحل می‌شود، تا سه سال حق تأسیس یا نمایندگی یا تصمیم‌گیری یا نظارت بر شخص حقوقی دیگر را نخواهد داشت.

ماده ۲۱- ارائه‌دهندگان خدمات دسترسی موظفند طبق ضوابط فنی و فهرست مقرر از سوی کارگروه (کمیته) تعیین مصادیق موضوع ماده ذیل محتوای مجرمانه که در چهارچوب قانون تنظیم شده است اعم از محتوای ناشی از جرائم رایانه‌ای و محتوایی که برای ارتکاب جرائم رایانه‌ای به کار می‌رود را پالایش (فیلتر) کنند. در صورتی که عمداً از پالایش (فیلتر) محتوای مجرمانه خودداری کنند، منحل خواهند شد و چنانچه از روی بی‌احتیاطی و بی‌مبالاتی زمینه دسترسی به محتوای غیر قانونی را فراهم آورند، در مرتبه نخست به جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال و در مرتبه دوم به جزای نقدی از یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یک میلیارد (۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال و در مرتبه سوم به یک تا سه سال تعطیلی موقت محکوم خواهند شد.

تبصره ۱- چنانچه محتوای مجرمانه به تارنماهای (وب سایتهای) مؤسسات عمومی شامل نهادهای زیر نظر ولی فقیه و قوای سه‌گانه مقننه، مجریه و قضائیه و مؤسسات عمومی غیردولتی موضوع قانون فهرست نهادها و مؤسسات عمومی غیردولتی مصوب ۱۳۷۳/۴/۱۹ و الحاقات بعدی آن یا به احزاب، جمعیتها، انجمن‌های سیاسی و صنفی و انجمن‌های اسلامی یا اقلیتهای دینی شناخته‌شده یا به سایر اشخاص حقیقی یا حقوقی حاضر در ایران که امکان احراز هویت و ارتباط با آنها وجود دارد تعلق

داشته باشد، با دستور مقام قضائی رسیدگی کننده به پرونده و رفع اثر فوری محتوای مجرمانه از سوی دارندگان، تارنما (وب سایت) مزبور تا صدور حکم نهایی پالایش (فیلتر) نخواهد شد.

تبصره ۲- پالایش (فیلتر) محتوای مجرمانه موضوع شکایت خصوصی با دستور مقام قضائی رسیدگی کننده به پرونده انجام خواهد گرفت.

برای اطلاع از مصادیق محتوای مجرمانه اینجا کلیک کنید.

ماده ۲۲- قوه قضاییه موظف است ظرف يك ماه از تاریخ تصویب این قانون کارگروه (کمیته) تعیین مصادیق محتوای مجرمانه را در محل دادستانی کل کشور تشکیل دهد. وزیر یا نماینده وزارتخانه‌های آموزش و پرورش، ارتباطات و فناوری اطلاعات، اطلاعات، دادگستری، علوم، تحقیقات و فناوری، فرهنگ و ارشاد اسلامی، رئیس سازمان تبلیغات اسلامی، رئیس سازمان صدا و سیما و فرمانده نیروی انتظامی، يك نفر خبره در فناوری اطلاعات و ارتباطات به انتخاب کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی و يك نفر از نمایندگان عضو کمیسیون قضائی و حقوقی به انتخاب کمیسیون قضائی و حقوقی و تأیید مجلس شورای اسلامی اعضای کارگروه (کمیته) را تشکیل خواهند داد. ریاست کارگروه (کمیته) به عهده دادستان کل کشور خواهد بود.

تبصره ۱- جلسات کارگروه (کمیته) حداقل هر پانزده روز یک بار و با حضور هفت نفر عضو رسمیت می‌یابد و تصمیمات کارگروه (کمیته) با اکثریت نسبی حاضران معتبر خواهد بود.

تبصره ۲- کارگروه (کمیته) موظف است به شکایات راجع به مصادیق پالایش (فیلتر) شده رسیدگی و نسبت به آنها تصمیم‌گیری کند.

تبصره ۳- کارگروه (کمیته) موظف است هر شش ماه گزارشی در خصوص روند پالایش (فیلتر) محتوای مجرمانه را به رؤسای قوای سه‌گانه و شورای عالی امنیت ملی تقدیم کند.

ماده ۲۳- ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی موظفند به محض دریافت دستور کارگروه (کمیته) تعیین مصادیق مذکور در ماده فوق یا مقام قضائی رسیدگی‌کننده به پرونده مبنی بر وجود محتوای مجرمانه در سامانه‌های رایانه‌ای خود از ادامه دسترسی به آن ممانعت به عمل آورند. چنانچه عمداً از اجرای دستور کارگروه (کمیته) یا مقام قضائی خودداری کنند، منحل خواهند شد. در غیر این صورت، چنانچه در اثر بی احتیاطی و بی‌مبالاتی زمینه دسترسی به محتوای مجرمانه مزبور را فراهم کنند، در مرتبه نخست به جزای نقدی از بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال و در مرتبه دوم به یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یک میلیارد (۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال و در مرتبه سوم به یک تا سه سال تعطیلی موقت محکوم خواهند شد.

تبصره - ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی موظفند به محض آگاهی از وجود محتوای مجرمانه مراتب را به کارگروه (کمیته) تعیین مصادیق اطلاع دهند.

ماده ۲۴- هرکس بدون مجوز قانونی از پهنای باند بین‌المللی برای برقراری ارتباطات مخابراتی مبتنی بر پروتکل اینترنتی از خارج ایران به داخل یا برعکس استفاده کند، به حبس از یک تا سه سال یا جزای نقدی از یکصد میلیون (۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا یک میلیارد (۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد.

فصل هفتم - سایر جرائم

ماده ۲۵- هر شخصی که مرتکب اعمال زیر شود، به حبس از نود و یک روز تا یک سال یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا بیست میلیون (۲۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهد شد:

الف) تولید یا انتشار یا توزیع و در دسترس قرار دادن یا معامله داده‌ها یا نرم‌افزارها یا هر نوع ابزار الکترونیکی که صرفاً به منظور ارتکاب جرائم رایانه‌ای به کار می‌رود.

ب) فروش یا انتشار یا در دسترس قرار دادن گذر واژه یا هر داده‌ای که امکان دسترسی غیرمجاز به داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی متعلق به دیگری را بدون رضایت او فراهم می‌کند.

ج) انتشار یا در دسترس قرار دادن محتویات آموزش دسترسی غیرمجاز، شنود غیرمجاز، جاسوسی رایانه‌ای و تخریب و اخلاف در داده‌ها یا سیستم‌های رایانه‌ای و مخابراتی.

تبصره - چنانچه مرتکب، اعمال یادشده را حرفه خود قرار داده باشد، به حداکثر هر دو مجازات مقرر در این ماده محکوم خواهد شد.

فصل هشتم - تشدید مجازات‌ها

ماده ۲۶- در موارد زیر، حسب مورد مرتکب به بیش از دو سوم حداکثر یک یا دو مجازات مقرر محکوم خواهد شد:

الف) هر یک از کارمندان و کارکنان اداره‌ها و سازمانها یا شوراهای و یا شهرداریها و موسسه‌ها و شرکتهای دولتی و یا وابسته به دولت یا نهادهای انقلابی و بنیادها و مؤسسه‌هایی که زیر نظر ولی فقیه اداره می‌شوند و دیوان محاسبات و مؤسسه‌هایی که با کمک مستمر دولت اداره می‌شوند و یا دارندگان پایه قضائی و به طور کلی اعضاء و کارکنان قوای سه‌گانه و همچنین نیروهای مسلح و مأموران به خدمت عمومی اعم از رسمی و غیررسمی به مناسبت انجام وظیفه مرتکب جرم رایانه‌ای شده باشند.

ب) متصدی یا متصرف قانونی شبکه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی که به مناسبت شغل خود مرتکب جرم رایانه‌ای شده باشد.

ج) داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی، متعلق به دولت یا نهادها و مراکز ارائه‌دهنده خدمات عمومی باشد.

د) جرم به صورت سازمان یافته ارتکاب یافته باشد.

ه) جرم در سطح گسترده‌ای ارتکاب یافته باشد.

ماده ۲۷- در صورت تکرار جرم برای بیش از دو بار دادگاه می‌تواند مرتکب را از خدمات الکترونیکی عمومی از قبیل اشتراک اینترنت، تلفن همراه، اخذ نام دامنه مرتبه بالای کشوری و بانکداری الکترونیکی محروم کند:

الف) چنانچه مجازات حبس آن جرم نودویک روز تا دو سال حبس باشد، محرومیت از یک ماه تا یک سال.

ب) چنانچه مجازات حبس آن جرم دو تا پنج سال حبس باشد، محرومیت از یک تا سه سال.

ج) چنانچه مجازات حبس آن جرم بیش از پنج سال حبس باشد، محرومیت از سه تا پنج سال.

بخش دوم - آئین دادرسی

فصل یکم - صلاحیت

ماده ۲۸- علاوه بر موارد پیش‌بینی شده در دیگر قوانین، دادگاههای ایران در موارد زیر نیز

صالح به رسیدگی خواهند بود:

الف) داده‌های مجرمانه یا داده‌هایی که برای ارتکاب جرم به کار رفته است به هر نحو در سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی یا حاملهای داده موجود در قلمرو حاکمیت زمینی، دریایی و هوایی جمهوری اسلامی ایران ذخیره شده باشد.

ب) جرم از طریق تارنماهای (وبسایتهای) دارای دامنه مرتبه بالای کد کشوری ایران ارتکاب یافته باشد.

ج) جرم توسط هر ایرانی یا غیرایرانی در خارج از ایران علیه سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی و تارنماهای (وبسایتهای) مورد استفاده یا تحت کنترل قوای سه‌گانه یا نهاد رهبری یا نمایندگی‌های رسمی دولت یا هر نهاد یا مؤسسه‌ای که خدمات عمومی ارائه می‌دهد یا علیه تارنماهای (وبسایتهای) دارای دامنه مرتبه بالای کد کشوری ایران در سطح گسترده ارتکاب یافته باشد.

د) جرائم رایانه‌ای متضمن سوءاستفاده از اشخاص کمتر از هجده سال، اعم از آنکه مرتکب یا بزه‌دیده ایرانی یا غیرایرانی باشد.

ماده ۲۹- چنانچه جرم رایانه‌ای در محلی کشف یا گزارش شود، ولی محل وقوع آن معلوم نباشد، دادسرای محل کشف مکلف است تحقیقات مقدماتی را انجام دهد. چنانچه محل وقوع جرم مشخص نشود، دادسرا پس از اتمام تحقیقات مبادرت به صدور قرار می‌کند و دادگاه مربوط نیز رأی مقتضی را صادر خواهد کرد.

ماده ۳۰- قوه قضائیه موظف است به تناسب ضرورت شعبه یا شعبی از دادسراها، دادگاههای عمومی و انقلاب، نظامی و تجدیدنظر را برای رسیدگی به جرائم رایانه‌ای اختصاص دهد.

تبصره - قضات دادسراها و دادگاههای مذکور از میان قضاتی که آشنایی لازم به امور رایانه دارند انتخاب خواهند شد.

ماده ۳۱ - در صورت بروز اختلاف در صلاحیت، حل اختلاف مطابق مقررات قانون آئین دادرسی دادگاههای عمومی و انقلاب در امور مدنی خواهد بود.

فصل دوم - جمع‌آوری ادله الکترونیکی

مبحث اول - نگهداری داده‌ها

ماده ۳۲- ارائه‌دهندگان خدمات دسترسی موظفند داده‌های ترافیکی را حداقل تا شش ماه پس از ایجاد و اطلاعات کاربران را حداقل تا شش ماه پس از خاتمه اشتراک نگهداری کنند.

تبصره ۱- داده ترافیکی هرگونه داده‌ای است که سامانه‌های رایانه‌ای در زنجیره ارتباطات رایانه‌ای و مخابراتی تولید می‌کنند تا امکان ردیابی آنها از مبدأ تا مقصد وجود داشته باشد. این داده‌ها شامل اطلاعاتی از قبیل مبدأ، مسیر، تاریخ، زمان، مدت و حجم ارتباط و نوع خدمات مربوطه می‌شود.

تبصره ۲- اطلاعات کاربر هرگونه اطلاعات راجع به کاربر خدمات دسترسی از قبیل نوع خدمات، امکانات فنی مورد استفاده و مدت زمان آن، هویت، آدرس جغرافیایی یا پستی یا پروتکل اینترنتی (IP)، شماره تلفن و سایر مشخصات فردی اوست.

ماده ۳۳- ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی داخلی موظفند اطلاعات کاربران خود را حداقل تا شش ماه پس از خاتمه اشتراک و محتوای ذخیره شده و داده ترافیک حاصل از تغییرات ایجاد شده را حداقل تا پانزده روز نگهداری کنند.

مبحث دوم - حفظ فوری داده‌های رایانه‌ای ذخیره شده

ماده ۳۴- هرگاه حفظ داده‌های رایانه‌ای ذخیره شده برای تحقیق یا دادرسی لازم باشد، مقام قضائی می‌تواند دستور حفاظت از آنها را برای اشخاصی که به نحوی تحت تصرف یا کنترل دارند صادر کند. در شرایط فوری، نظیر خطر آسیب‌دیدن یا تغییر یا از بین رفتن داده‌ها، ضابطان قضائی می‌توانند رأساً دستور حفاظت را صادر کنند و مراتب را حداکثر تا ۲۴ ساعت به اطلاع مقام قضائی برسانند. چنانچه هر یک از کارکنان دولت یا ضابطان قضائی یا سایر اشخاص از اجرای این دستور خودداری یا داده‌های حفاظت شده را افشاء کنند یا اشخاصی که داده‌های مزبور به آنها مربوط می‌شود را از مفاد دستور صادره آگاه کنند، ضابطان قضائی و کارکنان دولت به مجازات امتناع از دستور مقام قضائی و سایر اشخاص به حبس از نودویک روز تا شش ماه یا جزای نقدی از پنج میلیون (۵/۰۰۰/۰۰۰) ریال تا ده میلیون (۱۰/۰۰۰/۰۰۰) ریال یا هر دو مجازات محکوم خواهند شد.

تبصره ۱- حفظ داده‌ها به منزله ارائه یا افشاء آنها نبوده و مستلزم رعایت مقررات مربوط است.

تبصره ۲- مدت زمان حفاظت از داده‌ها حداکثر سه ماه است و در صورت لزوم با دستور مقام

قضائی قابل تمدید است.

مبحث سوم - ارائه داده‌ها

ماده ۳۵- مقام قضائی می‌تواند دستور ارائه داده‌های حفاظت‌شده مذکور در مواد (۳۲)، (۳۳)

و (۳۴) فوق را به اشخاص یادشده بدهد تا در اختیار ضابطان قرارگیرد. مستتکف از اجراء این دستور به

مجازات مقرر در ماده (۳۴) این قانون محکوم خواهد شد.

مبحث چهارم - تفتیش و توقیف داده‌ها و سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی

ماده ۳۶- تفتیش و توقیف داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی به موجب دستور قضائی و

در مواردی به عمل می‌آید که ظن قوی به کشف جرم یا شناسایی متهم یا ادله جرم وجود داشته باشد.

ماده ۳۷- تفتیش و توقیف داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی در حضور متصرفان قانونی

یا اشخاصی که به نحوی آنها را تحت کنترل قانونی دارند، نظیر متصدیان سامانه‌ها انجام خواهد شد.

در غیر این صورت، قاضی با ذکر دلایل دستور تفتیش و توقیف بدون حضور اشخاص مذکور را صادر

خواهد کرد.

ماده ۳۸- دستور تفتیش و توقیف باید شامل اطلاعاتی باشد که به اجراء صحیح آن کمک میکند،

از جمله اجراء دستور در محل یا خارج از آن، مشخصات مکان و محدوده تفتیش و توقیف، نوع و میزان

داده‌های مورد نظر، نوع و تعداد سخت افزارها و نرم افزارها، نحوه دستیابی به داده‌های رمزنگاری یا حذف شده و زمان تقریبی انجام تفتیش و توقیف.

ماده ۳۹- تفتیش داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی شامل اقدامات ذیل می‌شود:

الف) دسترسی به تمام یا بخشی از سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی.

ب) دسترسی به حامل‌های داده از قبیل دیسکت‌ها یا لوحهای فشرده یا کارتهای حافظه.

ج) دستیابی به داده‌های حذف یا رمزنگاری شده.

ماده ۴۰ - در توقیف داده‌ها، با رعایت تناسب، نوع، اهمیت و نقش آنها در ارتکاب جرم، به

روش‌هایی از قبیل چاپ داده‌ها، کپی‌برداری یا تصویربرداری از تمام یا بخشی از داده‌ها، غیرقابل

دسترس کردن داده‌ها با روش‌هایی از قبیل تغییر گذرواژه یا رمزنگاری و ضبط حاملهای داده عمل

می‌شود.

ماده ۴۱ - در هر یک از موارد زیر سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی توقیف خواهد شد:

الف) داده‌های ذخیره شده به سهولت در دسترس نبوده یا حجم زیادی داشته باشد،

ب) تفتیش و تجزیه و تحلیل داده‌ها بدون سامانه سخت افزاری امکان پذیر نباشد،

ج) متصرف قانونی سامانه رضایت داده باشد،

د) تصویربرداری (کپی‌برداری) از داده‌ها به لحاظ فنی امکان‌پذیر نباشد،

ها) تفتیش در محل باعث آسیب داده‌ها شود،

ماده ۴۲ - توقیف سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی متناسب با نوع و اهمیت و نقش آنها در ارتکاب جرم با روش‌هایی از تغییر گذرواژه به منظور عدم دسترسی به سامانه، پلمپ سامانه در محل استقرار و ضبط سامانه صورت می‌گیرد.

ماده ۴۳ - چنانچه در حین اجراء دستور تفتیش و توقیف، تفتیش داده‌های مرتبط با جرم ارتكابی در سایر سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی که تحت کنترل یا تصرف متهم قرار دارد ضروری باشد، ضابطان با دستور مقام قضائی دامنه تفتیش و توقیف را به سامانه‌های مذکور گسترش داده و داده‌های مورد نظر را تفتیش یا توقیف خواهند کرد.

ماده ۴۴ - چنانچه توقیف داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی موجب ایراد لطمه جانی یا خسارت مالی شدید به اشخاص یا اخلال در ارائه خدمات عمومی شود ممنوع است.

ماده ۴۵ - در مواردی که اصل داده‌ها توقیف می‌شود، ذی‌نفع حق دارد پس از پرداخت هزینه از آنها کپی دریافت کند، مشروط به این که ارائه داده‌های توقیف شده مجرمانه یا منافی با محرمانه بودن تحقیقات نباشد و به روند تحقیقات لطمه‌ای وارد نشود.

ماده ۴۶ - در مواردی که اصل داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی توقیف می‌شود، قاضی موظف است با لحاظ نوع و میزان داده‌ها و نوع و تعداد سخت افزارها و نرم افزارهای مورد نظر و نقش آنها در جرم ارتكابی، در مهلت متناسب و متعارف نسبت به آنها تعیین تکلیف کند.

ماده ۴۷ - متضرر می‌تواند در مورد عملیات و اقدامهای مأموران در توقیف داده‌ها و سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی، اعتراض کتبی خود را همراه با دلایل ظرف ده روز به مرجع قضائی دستوردهنده تسلیم نماید. به درخواست یادشده خارج از نوبت رسیدگی گردیده و تصمیم اتخاذ شده قابل اعتراض است.

مبحث پنجم - شنود محتوای ارتباطات رایانه‌ای

ماده ۴۸ - شنود محتوای در حال انتقال ارتباطات غیرعمومی در سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی مطابق مقررات راجع به شنود مکالمات تلفنی خواهد بود.

تبصره - دسترسی به محتوای ارتباطات غیرعمومی ذخیره‌شده، نظیر پست الکترونیکی یا پیامک در حکم شنود و مستلزم رعایت مقررات مربوط است.

فصل سوم - استناد پذیری ادله الکترونیکی

ماده ۴۹ - به منظور حفظ صحت و تمامیت، اعتبار و انکارناپذیری ادله الکترونیکی جمع‌آوری شده، لازم است مطابق آئین‌نامه مربوط از آنها نگهداری و مراقبت به عمل آید.

ماده ۵۰ - چنانچه داده‌های رایانه‌ای توسط طرف دعوا یا شخص ثالثی که از دعوا آگاهی نداشته، ایجاد یا پردازش یا ذخیره یا منتقل شده باشد و سامانه رایانه‌ای یا مخابراتی مربوط به نحوی درست

عمل کند که به صحت و تمامیت، اعتبار و انکارناپذیری داده‌ها خدشه وارد نشده باشد، قابل استناد خواهد بود.

ماده ۵۱ - کلیه مقررات مندرج در فصل‌های دوم و سوم این بخش، علاوه بر جرائم رایانه‌ای شامل سایر جرائمی که ادله الکترونیکی در آنها مورد استناد قرار می‌گیرد نیز می‌شود.

بخش سوم - سایر مقررات

ماده ۵۲ - در مواردی که سامانه رایانه‌ای یا مخابراتی به عنوان وسیله ارتکاب جرم به کار رفته و در این قانون برای عمل مزبور مجازاتی پیش‌بینی نشده است، مطابق قوانین جزائی مربوط عمل خواهد شد.

تبصره - در مواردی که در بخش دوم این قانون برای رسیدگی به جرائم رایانه‌ای مقررات خاصی از جهت آئین دادرسی پیش‌بینی نشده است طبق مقررات قانون آئین دادرسی کیفری اقدام خواهد شد.

ماده ۵۳ - میزان جزاهای نقدی این قانون بر اساس نرخ رسمی تورم حسب اعلام بانک مرکزی هر سه سال یک بار با پیشنهاد رئیس قوه قضائیه و تصویب هیأت وزیران قابل تغییر است.

ماده ۵۴ - آیین‌نامه‌های مربوط به جمع‌آوری و استنادپذیری ادله الکترونیکی ظرف مدت شش ماه از تاریخ تصویب این قانون توسط وزارت دادگستری با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تهیه و به تصویب رئیس قوه قضائیه خواهد رسید.

ماده ۵۵ - شماره مواد (۱) تا (۵۴) این قانون به عنوان مواد (۷۲۹) تا (۷۸۲) قانون مجازات اسلامی (بخش تعزیرات) با عنوان فصل جرائم رایانه‌ای منظور و شماره ماده (۷۲۹) قانون مجازات اسلامی به شماره (۷۸۳) اصلاح گردد.

ماده ۵۶ - قوانین و مقررات مغایر با این قانون ملغی است.

قانون فوق مشتمل بر ۵۶ ماده و ۲۵ تبصره در جلسه علنی روز سه شنبه مورخ پنجم خردادماه یکهزار و سیصد و هشتاد و هشت مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ ۱۳۸۸/۳/۲۰ به تأیید شورای نگهبان رسید .

فهرست مصادیق محتوای مجرمانه

منبع :

<http://www.cyberpolice.ir/page/۲۵۵۱>

موضوع ماده ۲۱ قانون جرایم رایانه ای

الف) محتوا علیه عفت و اخلاق عمومی

۱. اشاعه فحشاء و منکرات. (بند ۲ ماده ۶ ق.م)

۲. تحریک ، تشویق ، ترغیب ، تهدید یا دعوت به فساد و فحشاء و ارتکاب جرایم منافی عفت یا انحرافات

جنسی. (بند ب ماده ۱۵ قانون ج.ر و ماده ۶۳۹ ق.م.ا)

۳. انتشار ، توزیع و معامله محتوای خلاف عفت عمومی. (مبتذل و مستهجن) (بند ۲ ماده ۶ ق.م و

ماده ۱۴ قانون ج.ر)

۴. تحریک ، تشویق ، ترغیب ، تهدید یا تطمیع افراد به دستیابی به محتویات مستهجن و مبتذل. (ماده ۱۵

قانون جرایم رایانه ای)

۵. استفاده ابزاری از افراد (اعم از زن و مرد) در تصاویر و محتوا ، تحقیر و توهین به جنس زن ، تبلیغ

تشریفات و تجملات نامشروع و غیرقانونی. (بند ۱۰ ماده ۶ ق.م)

ب (محتوا علیه مقدسات اسلامی

۱. محتوای الحادی و مخالف موازین اسلامی (بند ۱ ماده ۶ ق.م)

۲. اهانت به دین مبین اسلام و مقدسات آن (بند ۷ ماده ۶ ق.م و ماده ۵۱۳ ق.م.ا)

۳. اهانت به هر یک از انبیاء عظام یا ائمه طاهرين (ع) یا حضرت صدیقه طاهره (س) (ماده ۵۱۳

ق.م.ا)

۴. تبلیغ به نفع حزب گروه یا فرقه منحرف و مخالف اسلام (بند ۹ ماده ۶ ق.م)

۵. نقل مطالب از نشریات و رسانه ها و احزاب و گروه های داخلی و خارجی منحرف و مخالف اسلام به

نحوی که تبلیغ از آنها باشد. (بند ۹ ماده ۶ ق.م)

۶. اهانت به امام خمینی (ره) و تحریف آثار ایشان (ماده ۵۱۴ ق.م.ا)

۷. اهانت به مقام معظم رهبری (امام خامنه ای) و سایر مراجع مسلم تقلید (بند ۷ ماده ۶ ق.م)

ج (محتوا علیه امنیت و آسایش عمومی

۱. تشکیل جمعیت ، دسته ، گروه در فضای مجازی (سایر) با هدف برهم زدن امنیت کشور. (ماده

۴۹۸ ق.م.ا)

۲. هر گونه تهدید به بمب گذاری. (ماده ۵۱۱ ق.م.ا)

۳. محتوایی که به اساس جمهوری اسلامی ایران لطمه وارد کند. (بند ۱ ماده ۶ ق.م.ا)

۴. انتشار محتوا علیه اصول قانون اساسی. (بند ۱۲ ماده ۶ ق.م.ا)

۵. تبلیغ علیه نظام جمهوری اسلامی ایران. (ماده ۵۰۰ ق.م.ا)

۶. اخلال در وحدت ملی و ایجاد اختلاف مابین اقشار جامعه به ویژه از طریق طرح مسائل نژادی و

قومی. (بند ۴ ماده ۶ ق.م.ا)

۷. تحریک یا اغوای مردم به جنگ و کشتار یکدیگر. (ماده ۵۱۲ ق.م.ا)

۸. تحریک نیروهای رزمنده یا اشخاصی که به نحوی از انحا در خدمت نیروهای مسلح هستند به عصیان

، فرار، تسلیم یا عدم اجرای وظایف نظامی. (ماده ۵۰۴ ق.م.ا)

۹. تحریص و تشویق افراد و گروه ها به ارتکاب اعمالی علیه امنیت ، حیثیت و منافع جمهوری اسلامی

ایران در داخل یا خارج از کشور. (بند ۵ ماده ۶ ق.م.ا)

۱۰. تبلیغ به نفع گروه ها و سازمانهای مخالف نظام جمهوری اسلامی ایران (ماده ۵۰۰ ق.م.ا)

۱۱. افش نمودن و انتشار غیرمجاز اسناد و دستورها و مسایل محرمانه و سری دولتی و عمومی. (بند ۶

ماده ۶ ق.م و مواد ۳ و ۲ قانون مجازات انتشار و افشای اسناد محرمانه و سری دولتی و ماده ۳ قانون

ج.ر)

۱۲. افش نمودن و انتشار غیرمجاز اسرار نیروهای مسلح. (بند ۶ ماده ۶ ق.م)

۱۳. افش نمودن و انتشار غیرمجاز نقشه و استحکامات نظامی. (بند ۶ ماده ۶ ق.م)

۱۴. انتشار غیرمجاز مذاکرات غیرعلنی مجلس شورای اسلامی. (بند ۶ ماده ۶ ق.م)

۱۵. انتشار بدون مجوز مذاکرات محاکم غیرعلنی دادگستری و تحقیقات مراجع قضایی. (بند ۶ ماده ۶

ق.م)

۱۶. انتشار محتوای که از سوی شورای عالی امنیت ملی منع شده باشد.

د) محتوا علیه مقامات و نهادهای دولتی و عمومی

۱۱. اهانت و هجو نسبت به مقامات ، نهادها و سازمان های حکومتی و عمومی. (بند ۸ ماده ۶ ق.م و

مواد ۶۰۹ و ۷۰۰ ق.م.ا)

۲. افترا به مقامات ، نهادها و سازمان های حکومتی و عمومی. (بند ۸ ماده ۶ ق.م و ۶۹۷ ق.م.ا)

۳. نشر اکاذیب و تشویش اذهان عمومی علیه مقامات ، نهادها و سازمانهای حکومتی. (بند ۱۱ ماده ۶

ق.م و ۶۹۸ ق.م.ا)

ه) محتوای که برای ارتکاب جرایم رایانه ای به کار می رود (محتوا مرتبط با جرایم رایانه ای)

۱. انتشار یا توزیع و در دسترس قرار دادن یا معامله داده ها یا نرم افزارهایی که صرفاً برای ارتکاب

جرایم رایانه ای به کار می رود. (ماده ۲۵ قانون ج.ر)

۲. فروش انتشار یا در دسترس قرار دادن غیرمجاز گذرواژه ها و داده هایی که امکان دسترسی غیرمجاز

به داده ها یا سامانه های رایانه ای یا مخابراتی دولتی یا عمومی را فراهم می کند. (ماده ۲۵ قانون ج.ر

(

۳. انتشار یا در دسترس قرار دادن محتویات آموزش دسترسی غیرمجاز ، شنود غیرمجاز ، جاسوسی

رایانه ای ، تحریف و اخلال در داده ها یا سیستم های رایانه ای و مخابراتی. (ماده ۲۵ قانون ج.ر)

۴. آموزش و تسهیل سایر جرایم رایانه ای. (ماده ۲۱ قانون ج.ر)

۱۵. انتشار فیلترشکن ها و آموزش روشهای عبور از سامانه های فیلترینگ. (بند ج ماده ۲۵ قانون ج.ر
(

۱۶. انجام هرگونه فعالیت تجاری و اقتصادی رایانه ای مجرمانه مانند شرکت های هرمی. (قانون اخلاص
در نظام اقتصادی کشور و سایر قوانین)

(و محتوا مجرمانه مربوط به امور سمعی و بصری و مالکیت معنوی

۱۷. انتشار و سرویس دهی بازی های رایانه ای دارای محتوای مجرمانه. (مواد مختلف ق.م.ا و قانون
ج.ر)

۱۸. معرفی آثار سمعی و بصری غیرمجاز به جای آثار مجاز. (ماده ۱ قانون نحوه مجازات اشخاصی که
در امور سمعی و بصری فعالیت غیرمجاز دارند)

۱۹. عرضه تجاری آثار سمعی و بصری بدون مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (ماده ۲ قانون نحوه
مجازات اشخاصی که در امور سمعی و بصری فعالیت غیر مجاز دارند)

۲۰. تشویق و ترغیب به نقض حقوق مالکیت معنوی (ماده ۱ قانون حمایت از حقوق پدید آورندگان نرم
افزار های رایانه ای و ماده ۷۴ قانون تجارت الکترونیکی)

ز) محتوای که تحریک ، ترغیب ، یا دعوت به ارتکاب جرم می کند (محتوای مرتبط با سایر جرایم)

۱. انتشار محتوای حاوی تحریک ، ترغیب ، یا دعوت به اعمال خشونت آمیز و خودکشی. (ماده ۱۵

قانون ج.ر)

۲. تبلیغ و ترویج مصرف مواد مخدر ، مواد روان گردان و سیگار. (ماده ۳ قانون جامع کنترل و مبارزه

ملی با دخانیات ۱۳۸۵)

۳. باز انتشار و ارتباط (لینک) به محتوای مجرمانه تارنماها و نشانی های اینترنتی مسدود شده ، نشریات

توقیف شده و رسانه های وابسته به گروه ها و جریانات منحرف و غیر قانونی.

۴. تشویق تحریک و تسهیل ارتکاب جرمی که دارای جنبه عمومی هستند از قبیل اخلاص در نظم ،

تخریب اموال عمومی ، ارتشاء ، اختلاس ، کلاهبرداری ، قاچاق مواد مخدر ، قاچاق مشروبات الکلی و

غیره. (ماده ۴۳ ق.م.ا)

۵. تبلیغ و ترویج اسراف و تبذیر. (بند ۳ ماده ۶ ق.م)

بعد دیگری از اجرای قانون در اینترنت ثبت سایت در سیستم ساماندهی اینترنت است که در زیر توضیحاتی در مورد این سیستم و نحوه کار با آن ارائه می دهیم

ثبت در سایت ساماندهی

سامانه ساماندهی پایگاه های اینترنتی

این سامانه تحت عنوان سایت ساماندهی پایگاه های اینترنتی در سال ۱۳۸۵ به منظور ثبت اطلاعات مدیران پایگاه های اینترنتی ایرانی تشکیل شد.

همچنین این پایگاه به عنوان مرجع احراز هویت مدیران پایگاه های اینترنتی در کارگروه تعیین محتوای مجرمانه مورد استفاده قرار می گیرد. (تبصره ۱ ماده ۲۱ قانون جرایم رایانه ای) به استناد این تبصره اگر پایگاهی حاوی محتوای مجرمانه باشد و در صورتیکه که مشخصات مدیر پایگاه در ساماندهی ثبت شده باشد، چنانچه وی در اسرع وقت نسبت به حذف محتوای مجرمانه اعلام شده از پایگاه خود اقدام نماید، پایگاهش فیلتر نخواهد شد.

علاوه بر این به استناد آیین نامه ساماندهی و توسعه رسانه ها و فعالیتهای فرهنگی دیجیتال مصوب هیات محترم وزیران تمامی رسانه های برخط می بایست اطلاعات خود را در این سامانه ثبت نمایند.

سامانه جدید سایت ساماندهی

در سامانه جدید، به تمامی پایگاه های اینترنتی که مراحل احراز هویت خود را طی کرده باشند و مجوزهای لازم برای فعالیت را دارا باشند یک لوگو اعطا می شود که کاربران با مشاهده این لوگو از اطمینان خاطر نسبی از مورد تایید بودن محتوای پایگاه ها برخوردار خواهند شد

راهنمای کاربری سامانه ساماندهی پایگاه های اینترنتی ایرانی

فرایند ساماندهی شامل ۴ مرحله است:

۱) **ثبت نام کاربران**: شامل ایجاد حساب کاربری و فعال سازی نام کاربری از طریق ایمیل

۲) **تکمیل اطلاعات**: شامل تکمیل کردن فرم اطلاعات و احراز اطلاعات تماس کاربران

۳) **افزودن رسانه برخط**: شامل اضافه کردن سایتهای متعلق به شما و انجام تاییدیه فنی

۴) **اعطای لوگو**: درخواست ثبت و دریافت لوگوی هوشمند

در ادامه هر یک از مراحل فوق به تفصیل شرح داده می شود:

۱) ثبت نام کاربران

۱/۱ حساب کاربری

کاربرانی که هنوز در سامانه ثبت نام نکرده اند باید از طریق گزینه ایجاد حساب کاربری در صفحه ورود به سامانه، اقدام به ایجاد حساب کاربری نمایند:

✓ بعد از انتخاب ایجاد حساب کاربری، فرم ثبت نام باز شده که کاربران باید نوع شخصیت خود (حقیقی یا حقوقی) را انتخاب کنند .

✓ بر اساس نوع شخصیت انتخاب شده باید فیلدهای مشخص شده را تکمیل نمایند

✓ مطالعه شرایط و قوانین سامانه و قبول شرایط

✓ انجام تایید نهایی

۲/۱) فعال سازی نام کاربری از طریق ایمیل

➤ با زدن دکمه تایید در صفحه ثبت نام یک ایمیل که حاوی لینک تاییدیه است به آدرس ایمیلی که در قسمت قبلی وارد نموده اید ارسال می شود.

➤ برای فعالسازی نام کاربری می بایست به ایمیل خود مراجعه کنید و بر روی آدرس لینک ارسال شده کلیک کنید .

➤ پس از کلیک بر روی لینک پیام فعالسازی نام کاربری خود را در صفحه باز شده مشاهده خواهید نمود .

➤ از این به بعد می توانید با این نام کاربری و رمز عبور انتخاب کرده وارد سامانه شوید .

***تذکر:** در صورتی که ایمیل فعالسازی را دریافت نمودید می توانید در صفحه ورود به سامانه، گزینه ارسال مجدد ایمیل را انتخاب کنید. در این صفحه با ورود مجدد آدرس ایمیل خود، ایمیل فعالسازی مجدداً برای شما ارسال می شود.

۲) تکمیل اطلاعات

۱/۲) تکمیل فرم اطلاعات

اولین اقدام پس از اولین مرتبه ورود به سامانه تکمیل اطلاعات کاربران است. در این فرم اطلاعات تکمیل اشخاص و نیز اطلاعات تماس با افراد دریافت می شود

✚ برای این کار پس از اولین مرتبه ورود باید در صفحه ظاهر شده اطلاعات خواسته شده را به دقت وارد نمایید .

✚ اطلاعات تماس شما نیز باید به دقت و صحیح وارد شود زیرا در مراحل بعدی هم صحت آنها سنجیده شده و هم راه ارتباطی مدیریت سامانه و نیز کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه با شما است.

***توجه** نمایید از آنجا که این سامانه به سیستم احراز هویت اداره ثبت احوال متصل می باشد اطلاعات وارد شده شامل نام و نام خانوادگی و کد ملی و تاریخ تولد می بایست کاملاً مطابق با اطلاعات درج شده در کارت ملی شما باشد. (اگر نام خانوادگی شما پسوند دارد نیز باید آن را به دقت وارد نمایید) اگر این کار را به درستی انجام ندهید امکان تایید و انجام بقیه فعالیت ها وجود ندارد.

کسب درآمد از اینترنت

۲/۲) احراز اطلاعات

پس از اینکه فرم اطلاعات را تکمیل کردید و تایید شد در این مرحله می بایست اطلاعات تماس شما شامل شماره تلفن ثابت و شماره همراه شما تایید شود.

برای این کار طبق راهنمای بیان شده در صفحه احراز اطلاعات کدهای اعلام شده را توسط تلفن ثابت و تلفن همراه خود به سامانه های مربوط اعلام نمایید.

***توجه:** بعد از وارد کردن و ارسال کدها ممکن مرحله تایید حداکثر ۱۰ دقیقه به طول بیانجامد

***توجه:** قبل از احراز اطلاعات تماس امکان ادامه فعالیت ها وجود ندارد.

۳) افزودن رسانه برخط

۳/۱) اضافه کردن پایگاه های اینترنتی متعلق به شما

برای این کار از منوی سمت راست داخل پنل کاربری افزودن رسانه برخط را انتخاب کرده ، با انتخاب این گزینه فرم افزودن رسانه برخط باز شده که در آن عنوان و نوع رسانه برخط و نام دامنه را انتخاب کرده و گزینه تایید را می زنید.

تعریف انواع رسانه های برخط برای سهولت در انتخاب صحیح نوع رسانه برخط جهت استحضار ذکر

می شود

تعریف انواع رسانه برخط :

نوع رسانه برخط	تعریف	برخی از مصادیق
<u>رسانه کاربرمحور</u>	رسانه برخطی که بستر قراردادن محتوای دیجیتال در معرض دسترسی عموم و نیز تعامل و تشکیل گروه‌ها و شبکه‌های مجازی را برای کاربران فراهم آورد.	شبکه های اجتماعی، ارائه دهندگان خدمات وبلاگ، چت روم ها و فروم ها
<u>رسانه برخط اختصاصی</u>	رسانه ای که صرفاً شخص حقیقی یا حقوقی متصدی آن را معرفی و محتوای دیجیتال در قلمرو اطلاعات، اخبار، خدمات، آثار و محصولات شخص یاد شده را در معرض دسترس قرار می‌دهد	وب سایتهای شخصی افراد، وب سایتهای شرکتها که به معرفی شرکت و خدمات آنها می پردازد.
<u>رسانه برخط غیر اختصاصی</u>	رسانه برخطی که امکان قراردادن محتوای دیجیتال در معرض دسترس عموم را فراهم می‌آورد.	وب سایتهایی که انواع محتوا شامل نرم افزار، بازی، موسیقی، فیلم، کتاب و... را به کاربران ارائه می دهند.
<u>نشریه الکترونیکی</u>	رسانه ای که بطور مستمر در محیط دیجیتال انواع خبر، تحلیل و مصاحبه و گزارش را در قالب نوشتار و صدا و تصویر منتشر می کند	سایتهای خبری، خبرگزاری ها
<u>وبلاگ با دامنه اختصاصی</u>	ثبت یک دامنه اختصاصی برای وبلاگ و نمایش وبلاگ از طریق این دامنه اختصاصی به جای نام دامنه زیرمجموعه یک بلاگر.	استفاده از دامنه myname.com برای ارجاع به وبلاگ myname.blog.com
<u>وبلاگ</u>	وبلاگ یا وب نوشت نوعی از صفحات اینترنتی با محتوای شخصی است که مطالب آن بر مبنای زمانی نوشته شدن آن ارائه می شود و این سرویس توسط ارائه دهندگان سرویس وبلاگ در اختیار متقاضیان قرار می گیرد	مانند myname.blog.com
<u>صفحه شخصی در رسانه کابر محور</u>	صفحه ها و پروفایلهایی که کاربران در شبکه های اجتماعی ایجاد می کنند.	Socialnetwork.com/myname

۳/۲) انجام تاییدیه فنی

سایتهایی که در قسمت افزودن رسانه برخط اضافه می نمایید را می توانید در منوی مدیریت رسانه برخط

مشاهده نمایید.

برای اثبات این که این سایت متعلق به شما است باید یکی از اقداماتی که به عنوان تاییدیه فنی ذکر شده است را انجام دهید.

برای این کار بر روی گزینه انجام تاییدیه فنی کلیک نمایید

از دستورات بیان شده حداقل یکی را انجام دهید و گزینه تایید را بزنید.

*توجه : با توجه که بررسی این اقدام به صورت سیستمی انجام می شود از زمان اعمال دستورات توسط

شما تا زمانی که این تاییدیه توسط

سامانه ساماندهی بررسی و تایید شود ممکن است حدود ۵ دقیقه به طول بیانجامد.

تغییر می کند. « شناسایی شد » پس از انجام تاییدیه فنی وضعیت سایت شما در صفحه مدیریت رسانه
برخط به

نکته بسیار مهم : با انجام این مرحله عملاً سایت شما مورد شناسایی قرار گرفته و مالکیت شما بر این
سایت مورد تایید است. این اطلاعات مورد استفاده کارگروه تعیین مصادیق محتوای مجرمانه قرار می
گیرد و افرادی که تا این مرحله را انجام داده باشند سایتشان مستقیماً مورد پالایش قرار نخواهد گرفت.
تذکر : افرادی که سایتشان فیلتر شده است می بایست پس از انجام تاییدیه فنی با همین نام کاربری و
رمز عبوری که در این سامانه دارند، وارد شوند. از آنجا که انتقال اطلاعات بین ساماندهی و رفع فیلتر
هر دو ساعت یکبار انجام می شود توجه internet.ir سامانه رفع فیلتر در سایت داشته باشید که از

زمان شناسایی سایت شما در این سامانه تا زمانی که امکان ورود به سامانه رفع فیلتر را داشته باشید حداقل دو ساعت بگذرد.

۴ دریافت لوگو

۴/۱ درخواست اعطای لوگو

از منوی سمت راست گزینه اعطای لوگو را انتخاب نموده، سپس از صفحه باز شده در جدول گزینه گزینه درخواست اعطای لوگو را انتخاب نمایید با انتخاب این گزینه صفحه ای باز می شود که در آن فرم مربوط به تکمیل اطلاعات رسانه شما می باشد فرم را تکمیل کرده و مدارک مجوزهای مربوط به فعالیت خود را اضافه و سپس تایید نمایید.

توجه: لوگوی هوشمند به وبلاگ ها و صفحات شخصی در رسانه های کاربر محور اعطا نمی شود

۴/۲ اعطای لوگوی موقت

پس از ارائه درخواست و اخذ تعهد از متقاضی، یک لوگوی موقت به متقاضی اعطا می شود که با قرارداد آن در صفحه اول سایت نماد لوگوی موقت قابل مشاهده خواهد بود.

لوگوی موقت به این معناست که هویت مسئول این سایت شناسایی شده است ولی هنوز صلاحیت های متقاضی احراز نشده است.

۴/۳ بررسی توسط کارشناس

پس از تایید فرم قبلی رسانه شما در پروسه بررسی توسط کارشناس و تایید قرار می گیرد به این معنا که سایت را کارشناس مربوطه با موضوع انتخابی شما و مجوزهای بازگزاری شده بررسی می کند.

برای اعطای لوگو متصدی رسانه برخط باید شرایط ذیل را داشته باشد:

- ۱) متصدی رسانه برخط مورد تقاضا احراز هویت شده باشد: احراز هویت در حال حاضر از طریق اتصال به سامانه ثبت احوال و بررسی تطابق کد ملی با اطلاعات وارد شده انجام می شود.
- ۲) حدود فعالیت رسانه برخط مورد تقاضا، خارج از موضوع فعالیت رسمی شخص حقیقی یا حقوقی متصدی رسانه مزبور نباشد: به این معنی که اگر یک وب سایت که متعلق به یک شرکت می باشد در زمینه خاصی فعالیت دارد این موضوع فعالیت باید در موضوعات فعالیت مندرج در اساسنامه وی درج شده باشد.
- ۳) متصدی رسانه برخط متقاضی دریافت لوگو، صلاحیت قانونی فعالیت در موضوع رسانه مربوط را داشته باشد: به این معنی که اگر موضوع فعالیت سایت بر اساس قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران نیاز به مجوزی داشته باشد، متقاضی می بایست این مجوز را کسب کرده باشد.
- ۴) دامنه رسانه برخط متقاضی لوگو در آیکان (مرکز ثبت دامنه) به نام شخص حقیقی یا حقوقی درخواست دهنده ثبت شده باشد (دامنه به نام متقاضی باشد)
- ۵) موضوع فعالیت رسانه برخط متقاضی لوگو طبق قوانین جاری کشور ممنوع نباشد.
- ۶) تکمیل صحیح فرم درخواست لوگو اعم از نوع رسانه برخط، نوع فعالیت و موضوع فعالیت

در صورتی که نقصي وجود داشته باشد به شما اطلاع رسانی می شود پس از رفع نقص تایید نهایی انجام می شود.

۴/۴ اعطای لوگوی دائم

پس از تایید کارشناس اعطای لوگوی دائم به شما انجام می شود. بدین صورت که یک کدی به شما اعلام می شود که با جایگزین کردن آن با کد لوگوی موقت، لوگوی دائم قابل مشاهده خواهد بود. با کلیک بر روی لوگوی سایت شما مراتب ثبت شما در ساماندهی به اطلاع بینندگان سایت شما خواهد رسید.

اعتبار این لوگو ۶ ماه خواهد بود و پس از این با درخواست تمدید و احراز عدم تخلف در این بازه زمانی لوگوی شما تمدید خواهد شد.

مراحل ثبت نام

ثبت نام

کادرهای اطلاعاتی را تکمیل نمایید:

نوع شخصیت

اطلاعات حساب کاربری خود را وارد نمایید:

ست الکترونیکی

شناسه کاربری

رمز عبور

تکرار رمز

شرایط و قوانین سامانه را مطالعه کرده و قبول دارم.

تولید بازگشت

© 1394 مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال
پشتیبانی: 88315931 الی 4 (داخلی 157.170.173 و 189)

ثبت نام

کادرهای اطلاعاتی را تکمیل نمایید:

نوع شخصیت

نوع شخصیت

- شخص حقیقی - تبعه ایران
- شخص حقیقی - تبعه خارجی
- شخص حقوقی - شرکتهای تجاری و موسسات غیرتجاری
- شخص حقوقی - دستگاه های اجرایی
- شخص حقوقی - اعضای اصناف
- شخص حقوقی - انواع نشریات و نشریات الکترونیک و مجلات
- شخص حقوقی - سایر اشخاص حقوقی

رمز عبور

تکرار رمز

شرایط و قوانین سامانه را مطالعه کرده و قبول دارم.

تولید بازگشت

© 1394 مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال
پشتیبانی: 88315931 الی 4 (داخلی 157.170.173 و 189)

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

ثبت نام

کادرهای اطلاعاتی را تکمیل نمایید:

شخص حقیقی - تبعه ایران ▼

نام A

نام خانوادگی A

کد ملی

اطلاعات حساب کاربری خود را وارد نمایید:

ست الکترونیکی

شناسه کاربری

رمز عبور

تکرار رمز ✓

شرایط و قوانین سامانه را مطالعه کرده و قبول دارم.

← تولید

→ بازگشت

© 1394 مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال
 پشتیبانی: 88315931 الی 4 (داخلی 157,170,173 و 189)

ثبت نام


× ثبت نام با موفقیت انجام شد. جهت فعالسازی شناسه کاربری خود، به پست الکترونیکی خود مراجعه نمایید.

کادرهای اطلاعاتی را تکمیل نمایید:

شخص حقیقی - تبعه ایران ▼


نام A

نام خانوادگی A

کد ملی 

اطلاعات حساب کاربری خود را وارد نمایید:

پست الکترونیکی 

شناسه کاربری 

رمز عبور 

تکرار رمز ✓

شرایط و قوانین سامانه را مطالعه کرده و قبول دارم.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

ورود به سامانه

شناسه کاربری شما فعال گردید.

1mirza

.....

ورود مرا بخاطر بسیار

آیا رمز عبور خود را فراموش کرده اید؟ بازیابی شناسه و رمز

آیا در سامانه حساب کاربری ندارید؟ ایجاد حساب کاربری

آیا ایمیل فعال سازی را دریافت نکرده اید؟ ارسال مجدد ایمیل

جهت دریافت راهنمای کار با سامانه روی اینجا کلیک کنید.

1394 © مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال
پشتیبانی: 88315931 الی 4 (داخلی 157,170,173 و 189)

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

تکمیل فرم اطلاعات

خانه > تکمیل اطلاعات > تکمیل فرم اطلاعات

تکمیل اطلاعات

افزودن رسانه

مدیریت رسانه

انطباق لوگو

پشتیبانی

حساب کاربری

شخص حقیقی - همه ایران

<p>نام خانوادگی</p> <p>نام</p> <p>نام خانوادگی</p>	<p>نام</p> <p>نام</p> <p>نام خانوادگی</p>
<p>عنوان صندلی این</p> <p>عنوان صندلی این</p>	<p>عنوان صندلی این</p> <p>عنوان صندلی این</p>
<p>تاریخ تولد</p> <p>روز/ماه/سال</p> <p>سال: 1367/5/23</p>	<p>کد ملی</p> <p>0370063171</p>
<p>جنسیت</p> <p>زن <input type="radio"/> مرد <input type="radio"/></p>	
<p>شهر</p>	<p>استان</p>
<p>آدرس</p> <p>آدرس</p>	
<p>کد پستی</p> <p>کد پستی</p> <p>10 رقمی و بدون خط تیره یا فاصله</p>	
<p>تلفن ثابت</p> <p>تلفن ثابت</p> <p>همراه با پیش شماره و بدون خط تیره یا فاصله مانند 02187654321</p>	<p>تلفن همراه</p> <p>تلفن همراه</p> <p>11 رقمی و با 09 آغاز شود.</p>
<p>شماره شماره های ثابت (اختیاری)</p> <p>شماره شماره های ثابت</p> <p>همراه با پیش شماره باشد. در صورت وجود بیش از یک شماره، بین آنها فاصله درج شود.</p>	<p>شماره شماره های همراه (اختیاری)</p> <p>شماره شماره های همراه</p> <p>11 رقمی و 09 آغاز شود. در صورت وجود بیش از یک شماره، بین آنها فاصله درج شود.</p>
<p>شماره ایمیل ها (اختیاری)</p> <p>شماره ایمیل ها</p> <p>در صورت وجود بیش از یک ایمیل، بین آنها فاصله درج شود.</p>	

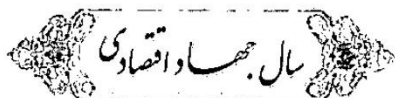
ذخیره

تمامی حقوق سادانه منطبق بر مرکز مشاوره اطلاعات و رسانه های دیجیتال می باشد.

بسمه تعالی
وزیر

شماره:
تاریخ:
پیوست:

جمهوری اسلامی ایران
وزارت بازرگانی



**الحاقیه آیین نامه اجرایی ضوابط لازم برای صدور پروانه کسب فروشگاه‌های الکترونیکی
(تبصره ۱ ماده ۱۲ قانون نظام صنفی)**

گسترش روزافزون فروشگاه‌های الکترونیکی (سایت‌های تجاری در اینترنت) و ورود آنها به جریان داد و ستد در بازار داخلی (ارایه کالاها و خدمات گوناگون از طریق اینترنت) ضرورت ساماندهی و قانونمند نمودن فعالیت و نظارت بر آنها را ایجاب نموده است. به همین منظور ضوابط لازم برای صدور پروانه کسب و ساماندهی فعالیت فروشگاه‌های الکترونیکی به شرح ذیل تعیین می‌گردد:

ماده ۱- تعاریف:

واژه‌های به کار رفته در این متن که به صورت جمع یا مفرد مورد استفاده قرار گرفته است، جز در مواردی که صریحاً در مفهوم خاصی به کار روند، دارای معانی زیر خواهند بود:

۱-۱) فروشگاه الکترونیکی: عبارت از هر واحد اقتصادی که فعالیت آن در فضای سایبر از طریق شبکه‌های رایانه‌ای از جمله اینترنت بوده و توسط اشخاص حقیقی و یا حقوقی با دریافت پروانه کسب از اتحادیه مربوطه دایر شده و به فعالیت مشغول می‌باشد.

۱-۲) فرد صنفی: هر شخص حقیقی و یا حقوقی که در فضای سایبر نسبت به ارائه کالا و خدمات اقدام می‌نماید.

۱-۳) مصرف‌کننده: هر شخصی که در ازای پرداخت هزینه مبادرت به دریافت کالا و خدمات می‌نماید.

ماده ۲- هر فرد صنفی که بخواهد فروشگاه الکترونیکی ایجاد نماید، موظف است جهت دریافت پروانه کسب به اتحادیه ذی ربط مراجعه و درخواست خود را تسلیم نماید.

ماده ۳- اتحادیه مربوطه موظف است درخواست‌های رسیده برای اخذ پروانه کسب را به ترتیب شماره و تاریخ در دفتر مخصوص ثبت و رسید آن را به متقاضی تسلیم نماید.

ماده ۴- شرایط و مدارک لازم برای دریافت پروانه کسب:

۴-۱) تابعیت ایران و در مورد اشخاص غیر ایرانی داشتن پروانه کار و اقامت معتبر از مراجع ذیصلاح قانونی.

۴-۲) ارایه سند مالکیت یا اجاره‌نامه رسمی و یا عادی و یا میابهنامه و یا حکم قطعی دادگاه مبنی بر الزام به تنظیم اجاره‌نامه یا رسید پرداخت اجاره‌بهای معتبر و یا ارایه قراردادهای منعقد فی‌مابین متقاضی پروانه کسب با اشخاص حقیقی و یا ادارات و سازمان‌های دولتی، نهادهای شهرداری‌ها، شرکت‌های تعاونی مسکن و شرکت‌های خاص صنفی، شرکت‌های تحت پوشش سازمان‌های دولتی و نهادهای جهت شناسایی اقامتگاه قانونی فرد صنفی.

تبصره ۱: دریافت تعهد محضری از دارندگان اسناد عادی مبنی بر پذیرش مسئولیت حقوقی ناشی از آن.

شماره:
تاریخ:
پوست:

جمهوری اسلامی ایران
وزارت بازرگانی

بسمه تعالی
وزیر

سال حسابداری

تبصره ۲- اخذ تعهد محضری از متقاضی دریافت پروانه کسب مبنی بر الزام ایشان به اطلاع رسانی در خصوص هر گونه تغییر مکان و پذیرش مسؤلیت حقوقی ناشی از عدم اعلام تغییر محل کاری تأمین کننده. ۳- ۴) گواهی پایان خدمت نظام وظیفه یا معافیت دائم و یا ارایه گواهی معتبر مبنی بر داشتن معافیت تحصیلی یا پزشکی و همچنین دارندگان دفترچه آماده به خدمت بدون مهر غیبت و در مدت اعتبار آن وفق بند (ه) ماده ۱۰ قانون خدمت وظیفه عمومی و بندهای (ج)، (د)، (ی) ماده ۵۰ آیین نامه اجرایی قانون مزبور.

تبصره ۵- حداقل سن جهت خانمها به منظور دریافت پروانه کسب ۱۸ سال می باشد.

۴- ۴) ارایه گواهی عدم سوء پیشینه مبنی بر نداشتن سابقه مؤثر کیفری در خصوص افراد دارای سن کمتر از هفتاد سال تمام.

۴- ۵) ارایه تأییدیه فعالیت متقاضی از پلیس سایبری (فتا).

۴- ۶) ارایه گواهی عدم اعتیاد به مواد مخدر از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی.

۴- ۷) ارایه ۲ قطعه عکس جدید و تصویر شناسنامه و کارت ملی.

تبصره ۵- در مورد اتباع بیگانه ارایه ۲ قطعه عکس و تصویر گذرنامه الزامی می باشد.

۴- ۸) ارایه کارت معاینه پزشکی و گواهی صلاحیت بهداشتی از وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی برای مشاغل که مستقیماً در امر تولید و توزیع کالاهای مشمول قانون اصلاح ماده ۱۳ قانون مواد خوردنی، آشامیدنی، بهداشتی و آرایشی می باشند.

۴- ۹) ارایه مدارک لازم مبنی بر دارا بودن صلاحیت فنی برای کسانی که مستقیماً نسبت به ارایه خدمات فنی و مشاغل تخصصی موضوع آیین نامه تبصره ۱۳ قانون نظام صنفی اقدام می نمایند.

تبصره ۵- اشخاصی که مستقیماً نسبت به ارایه خدمات فنی و مشاغل تخصصی موضوع این بند اقدام نمی نمایند، ملزم به ارایه تعهد مبنی بر پذیرش مسؤلیت ناشی از نوع فعالیت خود و نیز عملکرد مجموعه طرف قرارداد خود در این حوزه می باشند.

۴- ۱۰) ارایه نشانی وبسایت فروشگاه الکترونیکی که به نام متقاضی ثبت گردیده است.

تبصره ۵- نشانی وبسایت در این بند، شامل دامنه اصلی و کلیه زیر دامنه های آن می باشد.

۴- ۱۱) اخذ گواهی SSL وزارت بازرگانی.

۴- ۱۲) کسب نماد الکترونیکی اعتماد از مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و رعایت ضوابط راه اندازی وبسایت تجاری.

تبصره ۱- در مورد اشخاص حقوقی ضمن احراز شرایط و مدارک مندرج در بندهای ۱-۴ الی ۱۲-۴ فوق، در مورد نماینده هیات مدیره، لازم است تصویر برابر اصل اساسنامه شرکت و آخرین روزنامه رسمی معرفی صاحبان امضاء ممهور به مهر شرکت نیز از ایشان اخذ گردد.

شماره:
تاریخ:
پوست:

جمهوری اسلامی ایران
وزارت بازرگانی

بسمه تعالی
وزیر

سال جهاد اقتصادی

تبصره ۲- برای اشخاص حقوقی (شرکت‌ها) و مشارکت‌های مدنی، یک پروانه کسب به نام شرکت با ذکر نام نماینده هیأت‌مدیره شخص حقوقی درخواست‌کننده و یا احدی از شرکاء در مشارکت‌های مدنی (که توسط سایر شرکا کتباً معرفی و امضای آنان توسط دفترخانه اسناد رسمی گواهی شده باشد) در صورت احراز سایر شرایط صادر می‌گردد.

ماده ۵- متقاضی پروانه کسب موظف است از زمان قبول تقاضا توسط اتحادیه حداکثر ظرف سه ماه مدارک مورد نیاز اتحادیه را تکمیل کند و به اتحادیه تسلیم دارد. در غیر اینصورت متقاضی جدید محسوب می‌شود. اتحادیه موظف است پس از دریافت تمام مدارک لازم و با رعایت ضوابط، ظرف پانزده روز نسبت به صدور پروانه کسب برای متقاضی اقدام کند.

تبصره ۱- چنانچه اتحادیه درخواست متقاضی پروانه کسب را رد کند و یا از صدور پروانه کسب استنکاف ورزد، باید مراتب را با ذکر دلایل مستند به طور کتبی به متقاضی اعلام کند. در صورتی که متقاضی به آن معترض باشد، می‌تواند اعتراض کتبی خود را ظرف بیست روز از تاریخ دریافت پاسخ به مجمع امور صنفی ذربط تسلیم دارد، مجمع امور صنفی مکلف است طی بیست روز به اعتراض متقاضی رسیدگی و نظر نهایی خود را برای اجرا به اتحادیه اعلام کند.

تبصره ۲- در صورتی که اتحادیه یا متقاضی به نظر مجمع امور صنفی معترض باشند، می‌توانند ظرف بیست روز از زمان ابلاغ نظر مجمع، اعتراض خود را نسبت به نظر مجمع مذکور، به کمیسیون نظارت منعکس کنند. کمیسیون نظارت مکلف است ظرف یک‌ماه نظر خود را اعلام دارد. نظر کمیسیون نظارت در این مورد معتبر و قابل اجرا است مگر آن که هیأت عالی نظارت نظر کمیسیون نظارت را ظرف یک ماه پس از دریافت اعتراض، نقض کند. در این صورت نظر هیأت عالی نظارت قطعی و لازم‌الاجراست.

ماده ۶- کلیه دستگاه‌هایی که اتحادیه برای صدور پروانه کسب از آنها استعلام می‌کند، موظفند ظرف مدت پانزده روز از تاریخ دریافت استعلام، نظر قطعی و نهایی خود را اعلام نمایند، عدم اعلام نظر در مهلت مقرر به منزله نظر مثبت تلقی می‌گردد.

ماده ۷- دارنده پروانه کسب می‌تواند جهت اداره فروشگاه الکترونیکی اقدام به معرفی مباشر یا نماینده واجد شرایط فردی مندرج در ماده ۴ این آیین‌نامه نماید. همچنین در صورتی که صاحب پروانه کسب به هر دلیل نتواند واحد صنفی خود را اداره نماید، معرفی مباشر واجد شرایط الزامی است.

تبصره ۱- صاحب پروانه کسب و مباشر وی متضامناً کلیه مسؤولیت‌هایی که قانوناً بر عهده صاحب پروانه کسب می‌باشد را بر عهده خواهند داشت.

تبصره ۲- صاحب پروانه کسب می‌تواند در هر زمان نسبت به عزل یا تغییر مباشر اقدام نماید. لیکن ضروری است این تغییر را در اسرع وقت به اتحادیه اعلام نماید.

شماره:
تاریخ:
پوست:

جمهوری اسلامی ایران
وزارت بازرگانی

بسمه تعالی
وزیر

سال جهش اقتصادی

ماده ۸- در صورت اسقاط شرایط دارنده پروانه کسب به تشخیص مراجع ذیصلاح قانونی، اتحادیه مکلف به تعطیل موقت فروشگاه الکترونیکی و یا ابطال پروانه کسب خواهد بود.

ماده ۹- فروشگاه‌های الکترونیکی موظفند نسبت به اعلام و درج مشخصات پروانه کسب صادره از اتحادیه و نماد اعتماد الکترونیکی دریافتی از مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در وبسایت خود اقدام نمایند. همچنین مصرف‌کنندگان می‌بایست، نسبت به اینکه فرد صنفی دارای وبسایت تجاری طرف معامله ایشان دارای پروانه کسب می‌باشد، اطمینان حاصل نمایند. در صورت عدم رعایت مفاد این ماده توسط مصرف‌کننده، مسؤلیت هرگونه خسارات وارده به مصرف‌کنندگان بر عهده خود ایشان خواهد بود.

ماده ۱۰- چنانچه دارندگان پروانه کسب به دلایلی از ادامه فعالیت منصرف گردند و یا فروشگاه الکترونیکی خود را به شخص دیگری واگذار نمایند، مکلفند پروانه کسب خود را جهت ابطال به اتحادیه تحویل نمایند و در غیر اینصورت اتحادیه مکلف است ضمن ارسال گزارش به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، نسبت به ابطال پروانه کسب مزبور اقدام نماید.

تبصره- صدور پروانه کسب جدید برای متقاضیان پروانه کسب موضوع این ماده منوط به اخذ تعهد محضری مبنی بر قبول مسؤلیت انجام و ادامه تعهدات دارنده پروانه کسب قبلی در حوزه فعالیت فروشگاه الکترونیکی می‌باشد.

ماده ۱۱- این آیین‌نامه در ۱۱ ماده و ۱۳ تبصره تهیه و در تاریخ توسط وزیر بازرگانی به تصویب رسید و از زمان تصویب این آیین‌نامه «آیین‌نامه ساماندهی فعالیت و نظارت بر فروشگاه‌های الکترونیکی» مصوب ۱۳۸۸/۰۹/۲۱ لغو می‌گردد.

مهدی غضنفری

آیین نامه جمع آوری و استنادپذیری ادله الکترونیکی

شماره: ۱۱۳۸۱۹۹/۱
تاریخ: ۱۲/۵/۹۳
پست:
طبقه بندی:



آیین نامه جمع آوری و استنادپذیری ادله الکترونیکی

در اجرای ماده ۵۴ قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸/۳/۵ مجلس شورای اسلامی و بنا به پیشنهاد وزیر دادگستری، آیین نامه جمع آوری و استنادپذیری ادله الکترونیکی به شرح مواد آتی است:

فصل اول: تعاریف

ماده ۱- واژه‌ها و اصطلاحات بکار برده شده در این آیین نامه در معانی زیر بکار می‌رود:

الف- ارائه دهندگان خدمات دسترسی: اشخاصی هستند که امکان ارتباط کاربران را با شبکه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی و ارتباطی داخلی یا بین‌المللی یا هر شبکه مستقل دیگر فراهم می‌آورند از قبیل تأمین کنندگان، توزیع کنندگان، عرضه کنندگان خدمات دسترسی به شبکه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی.

ب- ارائه دهندگان خدمات میزبانی: اشخاصی هستند که امکان دسترسی کاربران به فضای ایجاد شده توسط سامانه‌های رایانه‌ای، مخابراتی و ارتباطی تحت تصرف یا کنترل خود را به کاربران واگذار می‌کنند تا راساً یا توسط کاربر متقاضی، داده‌های رایانه‌ای را جهت نگهداری، انتشار، توزیع یا ارائه در شبکه‌های داخلی یا بین‌المللی یا هر منظور دیگر ذخیره یا پردازش کنند.

ج- ارائه داده‌های الکترونیکی: عبارت است از در اختیار قراردادن تمام یا بخشی از داده‌های حفظ یا نگهداری شده توسط ارائه دهندگان خدمات دسترسی یا میزبانی یا اشخاصی که داده‌ها را تحت تصرف یا کنترل دارند.

د- جمع آوری ادله الکترونیکی: فرایندی است که طی آن ادله الکترونیکی به تنهایی یا به همراه سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا حامل‌های داده، نگهداری، حفظ فوری، تفتیش و توقیف و شنود می‌شوند.

هـ- زنجیره حفاظتی: مجموعه اقداماتی است که ضابط دادگستری و سایر اشخاص ذیصلاح به منظور حفظ صحت، تمامیت، اعتبار و انکار ناپذیری ادله الکترونیکی با بکارگیری ابزارها و روشهای استاندارد در مراحل شناسایی، کشف، جمع آوری، مستند سازی، تجزیه و تحلیل و ارائه آنها به مرجع مربوط به اجرا در آورده و ثبت می‌کنند؛ به نحوی که امکان رد یابی آنها از مبدا تا مقصد وجود داشته باشد.

و- شنود: عبارت است از هرگونه دستیابی به محتوای در حال انتقال ارتباطات غیر عمومی در سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی یا امواج الکترومغناطیسی با استفاده از سامانه‌ها و تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مربوط.



شماره: ۰۰۲۸۱۴۹۱۰۰
تاریخ: ۱۲، ۹۳، ۵
پوست:
طبقه بندی:



- ز - مجری حفاظت: شخصی است که به نحوی داده‌های رایانه‌ای ذخیره شده را تحت تصرف یا کنترل دارد و مطابق ماده ۳۴ قانون و سایر قوانین و مقررات جهت حفاظت آنها تعیین می‌شود.
- ح - متصرف قانونی: در مورد اشخاص حقیقی، شخص مالک یا شخصی است که به نحوی داده یا سامانه را به صورت مشروع در اختیار دارد یا نماینده یا ولی یا سرپرست قانونی وی. در مورد اشخاص حقوقی دولتی یا عمومی غیر دولتی، بالاترین مقام آنها یا نماینده قانونی آنها طبق مقررات مربوط و در مورد سایر اشخاص حقوقی، مدیر یا نماینده قانونی آنهاست.
- ط - قانون: منظور از قانون در این آیین نامه، قانون جرایم رایانه‌ای مصوب ۱۳۸۸/۳/۵ می‌باشد. تبصره: سایر اصطلاحات به شرح تعریف ارائه شده در قوانین دیگر می‌باشد.

فصل دوم: جمع‌آوری ادله الکترونیکی

الف: نگهداری داده‌ها

- ماده ۲- ارائه دهندگان خدمات دسترسی و میزبانی موظفند از سامانه‌هایی استفاده نمایند که قابلیت نگهداری داده‌های ترافیک و اطلاعات کاربران را مطابق مواد ۳۲ و ۳۳ قانون داشته باشد.
- ماده ۳- ارائه‌دهندگان خدمات دسترسی موظفند سامانه‌های خود را به نحوی تنظیم کنند که کلیه ارتباطات رایانه‌ای را که از طریق آنها انجام می‌شود ثبت کنند و کلیه داده‌های ترافیک مربوط به خود و کاربران مربوط را تا شش ماه پس از ایجاد نگهداری کنند.
- تبصره: عرضه کنندگان خدمات دسترسی اینترنتی (کافی نت‌ها) موظفند مشخصات هویتی، آدرس، ساعت شروع و خاتمه کار کاربر و نشانی اینترنتی (IP) تخصیصی را در دفتر روزانه ثبت نمایند.
- ماده ۴- ارائه دهندگان خدمت دسترسی موظفند اطلاعات کاربران را حداقل ۶ ماه پس از خاتمه اشتراک، یا لغو قرارداد کاربر نگهداری کنند. هویت و نشانی کاربر باید در قرارداد منعقد درج شود.
- ماده ۵- ارائه‌دهندگان خدمات میزبانی داخلی و نمایندگان داخلی ارائه دهندگان خدمات میزبانی خارجی موظفند اطلاعات کاربران خود را حداقل تا شش ماه پس از خاتمه اشتراک و محتوای ذخیره شده و داده ترافیک حاصل از تغییرات ایجاد شده را حداقل تا پانزده روز نگهداری کنند. برگه اشتراک باید به نحوی تنظیم شود که هویت و نشانی آنان مشخص باشد.

شماره: ۰۰۲۸۱۹۹۱۰۰
 تاریخ: ۹۳-۰۵-۱۲
 پست:
 طبقه بندی:



تبصره ۱: ارائه دهندگان خدمات میزبانی موظفند سامانه‌های رایانه‌ای خود را به نحوی تنظیم کنند که هرگونه تغییر اعم از اصلاح یا حذف محتوا و داده ترافیک حاصل از آن را ذخیره نماید.
 تبصره ۲: اشخاصی که نسبت به انباشت یا ذخیره موقت اطلاعات در راستای ارائه خدمات دسترسی اقدام می‌کنند، ارائه دهنده خدمات میزبانی محسوب نمی‌شوند.
 ماده ۶: ارائه دهندگان خدمات دسترسی و میزبانی و مجریان حفاظت موظفند امنیت داده‌های ترافیکی و محتوای نگهداری و حفاظت شده را مطابق با ضوابط و دستورالعمل‌هایی که به تصویب رییس قوه قضائیه می‌رسد، تأمین نمایند.

ماده ۷: داده‌های محتوا و ترافیک و اطلاعات کاربران باید مطابق مقررات این آیین‌نامه به نحوی نگهداری، حفاظت، توقیف و ارائه شود که صحت و تمامیت، محرمانگی، اعتبار و انکار ناپذیری آنها محفوظ بماند.
 ماده ۸: در مواردی که برابر قانون نگهداری و حفاظت داده‌ها الزامی است، نگهداری و حفاظت باید به گونه‌ای انجام شود که مدیریت جستجو و گزارش دهی آنها امکان‌پذیر باشد.

ماده ۹: وزارت ارتباطات و فن آوری اطلاعات هماهنگی‌های لازم برای تنظیم زمان سامانه‌های جمع‌آوری داده‌های محتوا، ترافیک و اطلاعات کاربران را مطابق با ساعت رسمی کشور به عمل می‌آورد.

ماده ۱۰: مرکز آمار و فن آوری اطلاعات با همکاری وزارت ارتباطات و فن آوری اطلاعات سالانه رویه‌های فنی نحوه نگهداری، حفاظت، توقیف و ارائه داده‌ها و اطلاعات کاربران و همچنین راهنماهای عملی حفظ امنیت و استناد پذیری داده‌ها را تصویب و به ارائه دهندگان خدمات دسترسی و میزبانی و بهره برداران ابلاغ می‌نماید.

ب: حفاظت از ادله رایانه‌ای

ماده ۱۱: مقام قضایی در جریان تحقیق و فرایند رسیدگی می‌تواند دستور حفاظت هر نوع داده رایانه‌ای ذخیره شده را از جمله داده‌های رمزنگاری شده، حذف، پنهان، فشرده یا پنهان نگاری شده و یا داده‌هایی که نوع و نام آنها موقتاً تغییر یافته و یا داده‌هایی که برای بررسی آنها نیاز به سخت افزار مخصوصی می‌باشد، صادر نماید.

تبصره ۱: ضابطان قضایی فقط در موارد مندرج در ماده ۳۴ قانون می‌توانند راساً دستور حفاظت داده‌های ذخیره شده را صادر کنند.

شماره: ۰۰۰۲۸۱۹۹۱
تاریخ: ۹۳/۵/۲۲
پوست:
طبقتبندی:



تبصره ۲: قاضی مکلف است بلافاصله پس از اعلام ضابط قضایی نسبت به تأیید یا رد دستور حفاظت صادره توسط ضابط اظهار نظر نماید. مجری حفاظت تا تعیین تکلیف از ناحیه قاضی موظف به حفاظت از اطلاعات می‌باشد.

ماده ۱۲- دستور حفاظت باید به طور صریح و دقیق مشتمل بر نوع داده‌ها، موضوع و مدت زمان با رعایت تبصره ۲ ماده ۳۴ قانون، باشد.

ماده ۱۳- در موارد مقتضی، اجرای دستور حفاظت با نظارت ضابطان قضایی متخصص یا اشخاص خبره مورد وثوق به نمایندگی از طرف مرجع قضایی انجام می‌شود.

ماده ۱۴- مجری حفاظت موظف است بلافاصله پس از ابلاغ، دستور حفاظت را اجرا و صورت جلسه ای را مشتمل بر زمان اجرای دستور، نحوه حفاظت، حجم و نوع داده‌های حفاظت شده در دو نسخه تنظیم و یک نسخه از آن را به مرجع صادر کننده دستور ارسال کند و نسخه دیگر را نزد خود نگه دارد.

ماده ۱۵- دستور حفاظت باید فوری و باروش مطمئن به مجری حفاظت ابلاغ شود. این دستور همچنین به اشخاص ذینفع نیز ابلاغ می‌شود؛ مگر آن که ابلاغ به آنها مخل رسیدگی باشد که در این صورت تشخیص زمان ابلاغ حسب مورد با مقام قضایی می‌باشد.

تبصره: روش مطمئن روشی است که با توجه به نوع داده‌ها و طول مدت زمان حفاظت، امکان بهره برداری از داده‌های حفاظت شده را در مراحل بعدی دادرسی ممکن سازد.

ماده ۱۶- حفاظت از داده‌ها باید به نحوی باشد که محرمانگی، تمامیت، صحت و انکارناپذیری داده‌ها رعایت شود.

ج: ارائه ادله رایانه‌ای

ماده ۱۷- دستور ارائه توسط مقام قضایی صادر می‌شود و باید به طور صریح و شفاف و مشتمل بر شخص ارائه دهنده، موضوع و نوع داده‌ها، شیوه و زمان تحویل داده‌ها و مرجع تحویل گیرنده باشد.

ماده ۱۸- ارائه داده‌ها باید به نحوی باشد که محرمانگی، تمامیت، صحت و انکارناپذیری داده‌ها رعایت شده و حتی الامکان بدون ایجاد مانع برای فعالیت سامانه و باروش متعارف و کم هزینه به یکی از شیوه‌های ذیل باشد:

الف- تحویل یک نسخه چاپ شده از داده.



شماره: ۰۰۰۰۲۸۱۹۹۱
تاریخ: ۹۳-۵-۱۲
پست:
طبیبندی:

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ



جمهوری اسلامی ایران
رئیس قوه قضائیه

- ب- تحویل یک نسخه رایانه‌ای از داده.
- ج- ایجاد دسترسی به داده.
- د- انتقال تجهیزات رایانه‌ای و مخابراتی.
- ماده ۱۹- هنگام ارائه داده‌ها صورت جلسه ای در سه نسخه تنظیم و حداقل موارد ذیل در آن ذکر و به امضای ارائه دهنده و تحویل گیرنده می‌رسد:
- الف- شماره و تاریخ دستور قضایی ارائه داده‌ها
- ب - مشخصات ارائه دهنده
- ج - مشخصات تحویل گیرنده
- د- زمان و مکان ارائه
- ه- نوع و حجم داده‌ها
- و - اطلاعات مربوط به نحوه حفظ یا نگهداری داده‌ها
- ز - روشهای امنیتی بکاررفته در زمان ارائه
- ح - مشخصات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری تجهیزات
- ط - شیوه ارائه و مشخصات داده.
- تبصره ۱: در هنگام انتقال تجهیزات، احتیاط لازم برای حفظ آنها بعمل می‌آید.
- تبصره ۲: یک نسخه از صورت جلسه به مرجع قضایی ارسال می‌شود و نسخه‌ای در اختیار ارائه دهنده و نسخه دیگر در اختیار تحویل گیرنده قرار می‌گیرد.
- ماده ۲۰- از زمان ارائه داده‌ها به ضابطان قضایی یا دیگر اشخاص ذیربط، مسؤلیت حفظ داده‌های مذکور یا شخص یا اشخاص تحویل گیرنده خواهد بود.
- ماده ۲۱- ارائه داده‌هایی که افشا یا دسترسی به آنها مطابق قوانین خاص دارای محدودیت یا توأم با تشریفات می‌باشد، تابع مقررات مربوط است.
- ماده ۲۲- دستور ارائه داده، مجوز افشای آن نمی‌باشد و پس از دستور ارائه هرگونه دسترسی به مفاد داده مستلزم صدور دستور قضایی است.
- ماده ۲۳- اشخاصی که مسئول اجرای هر یک از دستورات قضایی اعم از نگهداری، حفاظت، ارائه، تفتیش و توقیف سامانه و داده یا شنود آن می‌باشند یا دستور به آنها ابلاغ می‌شود یا به نوعی مرتبط با دستورات یاد شده هستند، حق افشای مفاد دستور و یا داده‌ها و اطلاعات مربوط را ندارند.

شماره: ۸۱۹۹۱-۲۰۰۰
تاریخ: ۱۲-۵-۹۳
پست:
طبیبندی:



د: تفتیش و توقیف ادله رایانه‌ای

ماده ۲۴- ضابطان قضایی باید کلیه اطلاعاتی که ضرورت تفتیش و توقیف را ایجاب می‌نماید در درخواست خود اعلام نمایند. همچنین، موارد زیر را حسب مورد در درخواست تفتیش یا توقیف ذکر نمایند:

الف- دلایل ضرورت تفتیش و توقیف

ب - حتی الامکان نوع و میزان داده‌ها و سخت افزارها

ج - محل تفتیش یا توقیف

د - دلایل لازم برای تصویربرداری و بررسی در خارج از محل

هـ - زمان تقریبی لازم برای تفتیش و توقیف.

ماده ۲۵- در دستور تفتیش یا توقیف داده یا سامانه باید محل تفتیش یا توقیف تعیین و حتی الامکان در محل استقرار سامانه انجام پذیرد.

ماده ۲۶- مدت توقیف و فرصت اجرای تفتیش باید در دستور قضایی تصریح و کمترین فرصت ممکن منظور شود. در صورت نیاز به زمان بیشتر، به درخواست مجری تفتیش یا توقیف و ذکر علت آن، این مدت قابل تمدید می‌باشد.

ماده ۲۷- تفتیش و توقیف در مواردی که مستلزم ورود به منازل و اماکن خصوصی باشد، مطابق مقررات مندرج در آیین دادرسی کیفری خواهد بود.

ماده ۲۸- در مواردی که تفتیش یا توقیف طبق دستور قضایی بدون حضور متصرف قانونی یا شخصی که داده یا سامانه را تحت اختیار دارد، انجام پذیرد، مراتب پس از انجام فوراً به ذینفع ابلاغ خواهد شد.

ماده ۲۹- چنانچه پس از اجرای دستور توقیف و یا در زمان اجرای دستور توقیف داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی بیم لطمه جانی یا خسارت مالی شدید به اشخاص یا اختلال در ارائه خدمات عمومی برود مراتب از مرجع قضایی صادرکننده دستور توقیف کسب تکلیف شده و در صورت تشخیص قاضی حسب مفاد ماده ۴۴ قانون عمل می‌گردد.

ماده ۳۰- قوه قضائیه تمهیدات لازم از جمله بستر سازی و ایجاد زیر ساختهای ارتباطی رایانه‌ای و الکترونیکی و همچنین راهاندازی سامانه‌ها و درگاههای مبتنی بر فناوری اطلاعات را جهت تسهیل در عملیاتی کردن فرایندها و روشهای موضوع این آیین‌نامه فراهم می‌آورد.



شماره: ۰۰۰۲۸۱۹۹/۱۰۰۰
تاریخ: ۱۲-۵-۹۳
پرست:
طبیبندی:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



الف - در توقیف داده ها از طریق چاپ داده‌ها، غیر قابل دسترس کردن داده‌ها به روش‌هایی از قبیل تغییر گذرواژه یا رمزنگاری و ضبط حامل‌های داده.

ب - در توقیف سامانه‌های رایانه‌ای یا مخابراتی از طریق تغییر گذرواژه، پلمپ سامانه در محل استقرار یا ضبط سامانه.

تبصره: توقیف باید حتی الامکان بدون ایجاد مانع برای فعالیت سامانه و به روش ساده و کم هزینه به شیوه‌هایی از قبیل ذخیره در حامل‌های داده، ذخیره در سامانه با گذاشتن گذرواژه، تهیه نسخه پشتیبان، تصویربرداری، تهیه رونوشت و چاپ انجام شود.

ماده ۳۹- دستور توقیف سامانه شامل سایر سخت‌افزارها یا حامل‌های داده متصل به آن نمی‌شود، مگر آن که در دستور قضایی تصریح گردد. در صورت نیاز به حفظ فوری سخت‌افزارها یا حامل‌های داده، ضابطان یا سایر مأموران در حدود وظایف قانونی می‌توانند نسبت به حفظ فوری آن مطابق ماده ۳۴ قانون و رعایت مقررات این آیین‌نامه اقدام نمایند.

ماده ۴۰- در صورت پلمپ سامانه چنانچه نیاز به گماردن حافظ باشد با دستور مقام قضایی اقدام می‌شود.

ماده ۴۱- به منظور حفظ وضعیت اصلی ادله رایانه‌ای و جلوگیری از هرگونه تغییر، تحریف یا آسیب آن، مرجع قضایی مدت زمان نگهداری و مراقبت از آنها را تا مدت ۵ روز تعیین می‌کند.

تبصره: چنانچه برای نگهداری و مراقبت مدت بیشتری مورد نیاز باشد، مدت مذکور به صورت مستدل توسط مقام قضایی تمدید می‌شود.

ماده ۴۲- اجرای دستور توقیف باید طی صورت‌جلسه‌ای با قید دقیق جزئیات و مشخصات داده یا سامانه، محل، تاریخ و زمان دقیق، مشخصات حاضران و مجری دستور، مشخصات حافظ در صورت وجود، شماره و تاریخ دستور قضایی مبنی بر توقیف، شیوه توقیف و مشخصات مالک یا متصرف داده یا سامانه و موارد ضروری دیگر تنظیم و ضمن اعلام به مقام قضایی رسیدگی کننده، در سابقه ضبط گردد.

ماده ۴۳- ضابطان قضایی و سایر مأموران در حدود وظایف قانونی در شروع تفتیش و توقیف باید صورت وضعیت اولیه‌ای از سامانه رایانه‌ای یا مخابراتی و اجزای آن و کلیه اتصالات کابلی بین اجزای مختلف سخت‌افزارها و حامل‌های داده متصل به آن که علامت گذاری و ثبت می‌شوند را تنظیم و به امضای تفتیش کننده یا توقیف کننده و متصرف قانونی که سامانه تحت کنترل اوست یا قائم مقام قانونی وی برسانند. برای ضبط دقیق مشخصات ابزار و اجزای آن تصویربرداری بلامانع است.



شماره: ۲۸۱۹۹۱۰۰۰
تاریخ: ۹۳، ۵، ۱۲
پوست:
طبیبندی:

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



ماده ۴۴ - مرجع قضایی صالح ، ضمن صدور رأی باید نسبت به داده یا سامانه توقیف شده تعیین تکلیف نماید.

فصل سوم: امور متفرقه

ماده ۴۵- دستورالعمل حقوقی و فنی جمع‌آوری ادله و توقیف سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی توسط دادستانی کل کشور با همکاری نیروی انتظامی تهیه و به تصویب دادستان کل کشور می‌رسد. این دستور العمل باید دربردارنده چگونگی حفظ صحنه جرم و جمع‌آوری ادله از سامانه در حال اجرا، خاموش و روشن کردن سامانه، بسته‌بندی و انتقال اطلاعات و نیز نمونه درخواست‌های مرتبط با این موارد باشد.

ماده ۴۶ - در مورد جمع‌آوری ادله الکترونیکی از جمله نگهداری، حفظ فوری، تفتیش و توقیف و شنود چنانچه موضوع مربوط به افراد و اماکن وابسته به قوه قضائیه و سازمان‌های تابعه مراکز مرتبط با قوه قضائیه باشد، با دستور مقام قضایی توسط مرکز حفاظت و اطلاعات قوه قضائیه انجام خواهد شد.

ماده ۴۷- نسخه‌های تهیه شده از داده‌های رایانه‌ای قابل استناد به صورت متن، صوت یا تصویر در حکم اصل داده می‌باشند.

ماده ۴۸- این آیین نامه توسط وزارت دادگستری با همکاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات تهیه و در ۴۸ ماده و ۱۱ تبصره در تاریخ ۹۳، ۵، ۱۳ به تصویب رئیس قوه قضائیه رسید.

صادق آملی لاریجانی

رئیس قوه قضائیه

۹۳، ۵، ۱۳



الزامات عرضه کالاهای فرهنگی در اینترنت

توسط کسب و کارهای اینترنتی

وفق اعلام مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال و رزات فرهنگ و ارشاد و اسلامی ، شرایط عرضه کالاهای فرهنگی در اینترنت شامل :

- انواع کتب
- مجموعه های صوتی (نظیر آلبوم های موسیقی و...)
- مجموعه های تصویری (نظیر فیلم های سینمایی ، سریال ، انیمیشن و...)
- بسته های نرم افزاری

به شرح زیر می باشد :

- ۱- عرضه کلیه اقلام فرهنگی فاقد مجوز از و رزات فرهنگ و ارشاد اسلامی ممنوع است.
- ۲- عرضه آن دسته از اقلام فرهنگی که حق مالکیت معنوی آنها رعایت نشده است ممنوع است.
- ۳- عرضه هرگونه فایل قابل بارگذاری (دانلود) فاقد مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ممنوع است.
- ۴- عرضه هرگونه فایل قابل بارگذاری (دانلود) دارای مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ، توسط کسب و کارهای اینترنتی ، مستلزم اخذ مجوز توسط کسب و کارهای مزبور از موسسه فرهنگی دیجیتال (نشربرخط) می باشد.

۱/۴- عرضه محصولات فرهنگی توسط کسب و کارهای اینترنتی دارای مجوز از موسسه فرهنگی

دیجیتال (نشر بر خط) ، نیازمند اخذ مجوز دیگری نیست.

ضوابط عرضه محصولات سلامت محور توسط

کسب و کارهای اینترنتی

۱- مقدمه

سازمان غذا و دارو ، وابسته به وزرات بهداشت، درمان و آموزش پزشکی ، الزامات عرضه محصولات سلامت محور در اینترنت را اعلام نمود. کسب و کارهای اینترنتی ارائه کننده این محصولات، ملزم به رعایت ضوابط مذکور می باشند:

۲- فهرست محصولات سلامت محور

- انواع دارو
- مواد غذایی
- انواع مکمل ها
- محصولات ارایشی و بهداشتی
- تجهیزات و ملزومات پزشکی

۳- ضوابط عرضه محصولات سلامت محور در اینترنت

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

ردیف	نوع محصول	الزامات	استثنائات
۱	انواع دارو	-	ممنوعیت: • تبلیغات، بازاریابی و فروش انواع دارو، اعم از داروهای نیازمند به نسخه پزشک و بی نیاز از آن

۲	فراورده های طبیعی و سنتی	<ul style="list-style-type: none"> دارا بودن مجوز تولید و توزیع از وزارت بهداشت دارا بودن برجسته اصالت و سلامت از سازمان غذا و دارو 	<p>ممنوعیت تبلیغات، بازاریابی و فروش فراورده های سنتی و طبیعی که دارو تلقی می گردند.</p> <p>در فهرست داروهای رسمی و فراورده های بیمه ای طبقه بندی شده اند.</p>
۳	مواد غذایی و محصولات آرایشی و بهداشتی وارداتی	<ul style="list-style-type: none"> دارا بودن پروانه بهداشتی ورود و سایر مجوزهای لازم از سازمان غذا و دارو دارا بودن برجسته اصالت و سلامت از سازمان غذا و دارو الزام به توزیع و عرضه از طریق نمایندگی هما و شبکه ی توزیع دارای مجوز از سازمان غذا و دارو رعایت نظام ردیابی و رهگیری محصولات به نحوی که در صورت لزوم سازمان غذا و دارو امکان شناسایی مصرف کننده نهایی و تعیین کننده محصول را داشته باشد 	-
۴	مواد غذایی و محصولات آرایشی و بهداشتی تولید داخلی	<ul style="list-style-type: none"> دارا بودن پروانه بهداشتی ساخت و سایر مجوزهای لازم از سازمان غذا و دارو دارا بودن برجسته اصالت و سلامت از سازمان غذا و دارو الزام به توزیع و عرضه از طریق نمایندگی هما و شبکه ی توزیع دارای مجوز از سازمان غذا و دارو رعایت نظام ردیابی و رهگیری محصولات به نحوی که در صورت لزوم سازمان غذا و دارو امکان شناسایی مصرف کننده نهایی و تعیین کننده محصول را داشته باشد 	-
۵	مکمل های غذایی و تنزیه ای	<ul style="list-style-type: none"> دارا بودن پروانه بهداشتی ورود و یا ساخت و سایر مجوزهای لازم از سازمان غذا و دارو دارا بودن برجسته اصالت و سلامت از سازمان غذا و دارو الزام به توزیع و عرضه از طریق نمایندگی هما و شبکه ی توزیع دارای مجوز از سازمان غذا و دارو رعایت نظام ردیابی و رهگیری محصولات به نحوی که در صورت لزوم سازمان غذا و دارو امکان شناسایی مصرف کننده نهایی و تعیین کننده محصول را داشته باشد 	-
۶	تجهیزات و ملزومات پزشکی	<ul style="list-style-type: none"> امکان عرضه صرفا تجهیزات و ملزومات پزشکی دارای مصرف خانگی (به شرح بند ۴ این سند) دارا بودن پروانه و مجوز عرضه محصولات از سازمان غذا و دارو دارا بودن برجسته اصالت و سلامت از سازمان غذا و دارو 	<p>ممنوعیت:</p> <p>تبلیغات، بازاریابی و فروش تجهیزات و ملزومات پزشکی بیمارستانی (غیر خانگی)</p>

۴ فهرست تجهیزات و ملزومات پزشکی دارای مصرف خانگی

ردیف	نام محصول	ردیف	نام محصول
۱	باند	۱۹	پوار
۲	گاز	۲۰	انواع باندهای کشی
۳	انواع دستکش یک بار مصرف	۲۱	تست قد خون
۴	انواع لباس های بیمار یک بار مصرف	۲۲	دستگاه فشار سنج
۵	انواع صابون های طبی	۲۳	ترازو
۶	رستور یک بار مصرف	۲۴	لوله ساکنش
۷	لتن بیمار یک بار مصرف	۲۵	گچ
۸	ست خون	۲۶	باند زیر گچ
۹	کیسه آب گرم	۲۷	انواع کمربندهای طبی
۱۰	کفش های طبی	۲۸	سر سوزن
۱۱	کفی کفش طبی	۲۹	سوزن گیر (پست)
۱۲	ویلچیر	۳۰	انواع درجه تب
۱۳	انواع جوراب طبی	۳۱	گردنبند طبی
۱۴	پنبه	۳۲	انواع چسب
۱۵	رنوسکوپ	۳۳	گاز استریل
۱۶	واکر	۳۴	گوشی پزشکی
۱۷	انواع ماسک	۳۵	آئوسکوپ
۱۸	کندوم	۳۶	گاز و شان

۵ ضوابط تبلیغات و انتشار محتوا یا موضوع محصولات سلامت محور در اینترنت

- ❖ رعایت کلیه ضوابط و مقررات اعلامی از سوی سازمان غذا و دارو
- ❖ رعایت قوانین و مقررات کشور جمهوری اسلامی ایران در خصوص تبلیغات
- ❖ ارقام به درج صرفاً تبلیغات و انتشار محتوای علمی، خواص و موارد مصرف محصولات سلامت محور مورد تایید مراجع قانونی، به گونه ای که باعث گمراهی و اتوا مصرف کننده نشود

۶ ضوابط نگهداری محصولات سلامت محور

- ❖ ابزار نگهداری محصولات سلامت محور می باید دارای استانداردهای سلامت و ایمنی، مطابق الزامات، موازین و مقررات سازمان غذا و دارو باشد
- ❖ نماین کنندگان محصولات سلامت محور، در صورت لزوم می باید مجوزهای قانونی مورد نیاز برای نگهداری محصولات سلامت محور را دریافت نمایند

ضوابط ارائه خدمات بازی های برخط توسط

کسب و کارهای اینترنتی

- ۱- کسب و کارهای ارائه دهنده ی خدمات بازی های رایانه ای بر خط، با توجه به اینکه وفق فصل سه دستور العمل اعطای نماد اعتماد و نظارت بر کسب و کارهای اینترنتی ، اقدام به عرضه ی خدمت از طریق وب سایت خود نموده و در قبال آن وجه در یافت می نمایند. کسب و کار اینترنتی محسوب شده و مشمول نماد اعتماد الکترونیکی می گردند.
- ۲- کسب و کارهای اینترنتی ارائه دهنده ی خدمات بازی های بر خط ، می باید صرفا بازی های مورد تایید بنیاد ملی بازی های رایانه ای را در وب سایت خود ارائه دهند.
- ۳- به استناد استقنا صورت گرفته توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای از دفتر مقام معظم رهبری (تصویر ان در زیر موجود است) خرید و فروش کالاهای مجازی در بازی های رایانه ای برخط، بلامانع می باشد.

FRS: NO: ۰۰ Oct. 02 2010 05:00:41

تاریخ:
شماره:
پیوست:



۸۹۵۱
۱۳۸۹ / ۶ / ۲

حضور مرجع عالیقدر جهان اسلام حضرت آیت الله خامنه ای مدظله العالی

با سلام و احترام

متن استفتاء در خصوص بازبهای آنلاین را به شرح ذیل به محضراتان عرض می نمایم:

امروزه با پیشرفت تکنولوژی و رسانه های سرگرم کننده در دنیا، نسل جدیدی از بازی های رایانه ای که به بازی های آنلاین (بر خط) معروف به بازی رقابت آمده اند، برخلاف دیگر بازی های رایانه ای، بازی های آنلاین رایگان بوده و کاربران در صورت دسترسی به اینترنت می توانند از این بازی ها استفاده نمایند.

شرکت ها و تولید کنندگان این نوع بازی، برای کسب سود منظمی و متعارف خود، بازی های آنلاین را به گونه ای طراحی کرده اند که کاربران برای ارتقاء به مراحل بالاتر، به منابع و مصالح خاصی برای ساخت و ساز ادامه روند بازی نیاز داشته باشد. مثلاً برای ساخت یک شهر یا دهکده ای مجازی به چوب، فلز و ... و نیز برای خوراک نیروها به آرد و گندم احتیاج دارند تا بتوانند مجازاً قوای خود را استحکام بخشیده و به رده های بالای بازی برسند. در ادامه کاربران با پرداخت پول به شرکت ها و تولید کنندگان، طلای مجازی دریافت می کنند (خریداری می کنند). ما در محیط بازی بتوانیم با آن به منابع دسترسی پیدا کنیم. نقله قابل تأمل و سؤال در اینگونه بازی ها، بیع و شرائی است که صورت می گیرد و اینکه آیا خرید و فروش کالا یا طلای مجازی، در محیط مجازی که اصولاً وجود خارجی ندارد شرعاً مباح است و چگونه حکم دارد؟

نکته قابل ذکر آن است که تولید کنندگان در ازای ارائه ی بازی آنلاین در فضای اینترنت مبلغی را دریافت نمی کنند و سود تولید اینگونه بازی ها در اوراق خرید و فروش همان طلای مذکور است؛ لازم به ذکر است این نوع بازی نه تنها در تمام دنیا بلکه در ایران نیز تولید شده و کاربران زیادی دارند.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

در فرض مرقوم پرداخت وجیه بابت آنچه در سؤال ذکر شده است مانع ندارد.

با احترام
احمد
مدیر عامل بنیاد مبارک
بنیاد مبارک

۸۹۵۱

میدان هفت تیر، خیابان مفتوح شمالی، کوچه کلر از غربی، دبکس ریزیک، راسته قدس، تهران
تلفن: ۰۲۱-۸۸۳۱۰۰۲۲ (خط) کدپستی: ۱۵۱۱۱۱
www.takbook.com info@takbook.com

لیست اقلام ممنوع شده توسط فتا

اقلام غیر مجاز

عرضه لوازم جنسی مانند:	عرضه تجهیزات ماهواره مانند:
مانکن‌های جنسی	رسمور
دارهای جنسی	LNB
لوازم زناشویی	دیش ماهواره
آدامس شهوت‌زا	قیچی ماهواره
لاچر باکس	کارت ماهواره
اسپری تاخیری	dvb
قرص‌های جنسی	
اسپری جنسی	عرضه فیلتر شکن مانند:
ژله‌های جنسی	VPN
آلتهای مصنوعی	ساکس
برده بکارت مصنوعی	Tunngle
قرص بزرگ کننده سینه	کریو
قطره شهوت‌زا	نرم افزارهای فیلتر شکن
لوازم BDSM	
	عرضه غیر مجاز دارو مانند:
عرضه تجهیزات جاسوسی مانند:	مکمل های ورزشی غیر مجاز
دستگاه شنود سیم کارت	دارو افزایش و کاهش قد
میکروفن سیم کارت	دارو افزایش تنبل جنسی
خودکار دوربین دار	دارو چاقی و لاغری
ساعت‌های دوربین دار	داروهای ضد بارداری
کامه های دوربین دار	داروی ترک اعتیاد
خودکار اسپکس	قرص‌های جنسی
تیکت دوربین دار	
فلش دوربین دار	عرضه تجهیزات نظامی مانند:
سویچ دوربین دار	گاز اشک آور
کی لاگر	گازهای بی‌هوشی
	انواع شوکر
عرضه اقلام مستهجن مانند:	دستبند نظامی
فیلم های مستهجن	بانوم
داستان‌های سکسی	نارنجک دستی
فیلم آموزش رقص	اسپری تهوع آور
فیلم آموزش مسائل جنسی	

صفحه ۱ از ۲ صفحه

عرضه اموال منقول فرهنگی، تاریخی و عتیقه در اینترنت

توسط کسب و کارهای اینترنتی

به استناد ابلاغیه شماره ۹۳۲۵۰/۱۵۰۰/اداره کل موزه ها و اموال منقول تاریخی- فرهنگی سازمان میراث فرهنگی ، صنایع دستی و گردشگری، خرید و فروش کلیه اموال منقول تاریخی و فرهنگی و عتیقه اعم مجاز و غیر مجاز (زیرخاکی) در اینترنت و توسط کسب و کارهای اینترنتی ممنوع است.

متخلفان از سوی سازمان میراث فرهنگی ، صنایع دستی و گردشگری ، مورد پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.

فعالیت وب سایت های خیریه

۱- وب سایت هایی خیریه، کسب و کار اینترنتی شناخته شده و می باید ، نماد اعتماد الکترونیکی دریافت نمایند.

۲- به استناد ابلاغیه ۴۲۲۷۰ مورخ ۱۴/۰۴/۹۳ اداره کل سازمان های مردم نهاد وزارت کشور :

«اعطای نماد اعتماد الکترونیکی به وب سایت های خیریه ، علاوه بر احراز کلیه الزامات نماد) مشابه سایر کسب و کار های اینترنتی)، مستلزم دارا بودن مجوز فعالیت معتبر از «اداره کل سازمان های مردم نهاد وزارت کشور» می باشد.»

۳- آن دسته از وب سایت های خیریه که فاقد مجوز مندرج در بند ۲ الزامات می باشند. برای دریافت نماد اعتماد می باید نسبت به اخذ مجوز مزبور اقدام نمایند. در غیر اینصورت نماد اعتماد الکترونیکی به ایشان اعطا نخواهد شد.

عرضه داروهای دامپزشکی در اینترنت

توسط کسب و کارهای اینترنتی

به استناد ابلاغیه شماره ۹۳/۳۱/۱۹۵۰۱ مورخ ۹۳/۰۳/۲۴ ، سازمان دامپزشکی کشور، فروش انواع دارو و واکسن دامپزشکی، در اینترنت ممنوع می باشد.

این ممنوعیت شامل داروخانه های دامپزشکی دارای مجوز از سازمان دامپزشکی کشور نیز می گردد.

اقلام ممنوعه پستی

شرکت پست جمهوری اسلامی ایران ، فهرست اقلام ممنوعه پستی را اعلام نمود.

مطابق اعلام شرکت پست جمهوری اسلامی ایران، ارسال کالاهای زیر از طریق پست ممنوع می باشد
 فلذا کسب و کار های اینترنتی در صورت فروش اقلام ذیل - مشروط به اینکه فروش آنها به صورت
 اینترنتی ممنوع نباشد- می باید به طرق دیگری غیر از روشهای پستی رایج ، اقدام به ارسال آنها نماید:

مواد خورنده اسیدی	
۱	انواع اسیدهای کانی مانند اسید نیتریک، اسید سولفوریک و مواد مشابه
۲	انواع ترشیجات دارای سرکه، آبلیمو، آبنوره و ...
۳	انواع باتری اتومبیل و موتورسیکلت دارای آب اسید
۴	انواع باتری خشک
۵	انواع مواد منجمد و خشک از قبیل مرغ و ماهی و گوشت و امثالهم
۶	انواع خوراکی ها از قبیل مربا، رب یاز و امثالهم

سلاح سره و گرم	
۱	شمشیر، خنجر، قمه، دشنه، چاقو، تبر و ...
۲	انواع سلاح گرم و آتش زا، فشنگ، انواع پودرهای انفجاری و یا وسایل آتش بازی شامل فشقه و کیسول های دودزا و ...
۳	قطعات سلاح گرم به استثنا دوربین و تلسکوپ دید
۴	تفنگ پادی و تفنگ هایی که با گاز CO2 کار می کنند.
۵	تپانچه ارسال علامت و تپانچه شلیک اعلام بازی (نوع ورزشی)
۶	نیزه مخصوص شکار نهنگ و تفنگ های نیزه دار
۷	فیوز و چاشنی فیوز
۸	مین، نارنجک و سایر مواد منفجره نظامی
۹	دینامیت، نارنجک، باروت و مواد منفجره پلاستیکی
۱۰	انواع ابزار بدون بسته بندی مناسب (بیج گوشتی، آچار، تیغ، بطری شیشه ای اعم از خالی و پر و ...)
۱۱	اسپری فلقل، جوز، گاز اشک آور، اسپری های اسیدی، اسپری مقابله با حیوانات
۱۲	انواع چاقو و قیچی که اندازه تیغه آن از ۶ سانتی متر تجاوز کند

سایر موارد	
۱	کلیه مایعات اعم قابل و غیر قابل اشتعال
۲	انواع حشرات
۳	کپسول های شیمیایی سمی، غیر سمی هوش بر اعم از آزمایشگاهی، جنگی، کپسول های اکسیژن، مپسول های انفجاری و دودزا پر و خالی و ...
۴	پیچ خشک
۵	کبریت و فندک و امثالهم
۶	کلیه داروهای مایع و اسپری
۷	مشعل جوشکاری
۸	اره شامل اره های قابل حمل بدون سیم
۹	وسایل ورزش های رزمی که دارای نوک و یا لبه تیز و برنده باشند
۱۰	دیلم و میله اهرم
۱۱	دستگاه مته و تفنگ های مخصوص پیچ کردن و میخ زدن
۱۲	انواع کنسرو و کمپوت و نظایر آن
۱۳	انواع شیرینی جات یکپارچه مانند رولت و کیک و نظایر آن که احتمال اختفا اسلحه در آنها هست

ضوابط ارائه خدمات پولی و بانکی و ارزی در اینترنت

- ۱- حسب اعلام اداره نظارت بر موسسات پولی غیر بانکی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران:
- به استناد بند ج ماده ۱۱ قانون پولی و بانکی کشور، تعهد و یا تضمین پرداخت های ارزی و همچنین نظارت بر معاملات ارزی از وظایف و اختیارات بانک مرکزی می باشد.
 - بر اساس تبصره ۱ ماده ۹۶ قانون برنامه پنجم توسعه، ایجاد و ثبت نهادهای پولی و اعتباری فقط با اخذ مجوز از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران امکان پذیر است.
 - مطابق ماده ۱ قانون تنظیم بازار غیر متشکل پولی، اشتغال به عملیات بانکی توسط اشخاص حقیقی و یا حقوقی تحت هر عنوان و تاسیس و ثبت هرگونه تشکل برای انجام عملیات بانکی، بدون دریافت مجوز از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ممنوع است.
- عملیات بانکی در این قانون به امر واسطه گری بین عرضه کنندگان و متقاضیان وجوه و اعتبار به صورت دریافت انواع وجوه، سپرده، ودیعه و موارد مشابه تحت هر عنوان و اعطای وام، اعتبار و سایر تسهیلات و صدور کارت های الکترونیکی پرداخت و کارت های اعتباری اطلاق می شود.
- به استناد تبصره ۲ ماده ۱ قانون تنظیم بازار غیر متشکل پولی، اشخاص حقیقی و یا حقوقی که بدون دریافت مجوز بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، به عملیات بانکی مبادرت نمایند، موظفند برای اخذ مجوز به بانک مرکزی مراجعه و مدارک مورد نیاز را ارائه نمایند، در غیر این صورت، بنا به درخواست بانک مزبور، فعالیت این قبیل اشخاص توسط نیروی انتظامی متوقف خواهد شد.

لذا:

اعطای نامه اعتماد الکترونیکی به کلیه کسب و کارهای اینترنتی فعال در زمینه ارائه خدمات پولی، بانکی و ارزی، نوط به ارائه مجوز فعالیت معتبر صادره از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، توسط ایشان می باشد. «

۲- وفق تبصره ذیل ماده ۲۸ دستورالعمل اجرایی تأسیس، فعالیت و نظارت بر صرافی ها، انجام هرگونه عملیات صرافی

در فضای اینترنتی و یا مجازی توسط صرافی ممنوع می باشد.

مطابق بند ۴ ماده ۱ دستورالعمل مذکور موارد زیر به عنوان عملیات صرافی شناخته می شوند :

- خرید و فروش نقدی ارز
- انجام عملیات مربوط به حواله های ارزی از طریق مؤسسات اعتباری
- ارائه خدمات ارزی برون مرزی از طریق کارگزاران در چارچوب قوانین و مقررات ارزی
- خرید و فروش مسکوک طلای ضرب شده توسط بانک مرکزی

الزامات ارائه خدمات کارگزاری بورس در اینترنت

به استناد « آیین‌نامه اعطای مجوز و فعالیت کارگزار (در قالب شخصیت حقوقی) » مصوب مورخ ۸۳/۰۹/۱۶ شورای عالی بورس و

اوراق بهادار:

۱. فعالیت کسب و کارهای اینترنتی در زمینه ارائه خدمات کارگزاری، منوط به دارا بودن مجوز فعالیت معتبر از

سازمان کارگزاران بورس اوراق بهادار می باشد.

همچنین مطابق اعلام سازمان بورس و اوراق بهادار کلیه فعالیت های مرتبط با بازار فارکس، ممنوع و غیر قانونی می باشد.

۲. بر اساس این ابلاغیه «کسانی که راسا یا از طریق ثبت و تأسیس شرکت یا گشایش دفتر، آموزش و تبلیغات اینترنتی

یا روزنامه‌ای یا به هر طریق دیگر و معرفی خود تحت عناوین فوق‌الذکر اقدامی به عمل آورند تحت پیگرد قانونی قرار

خواهند گرفت.»

خدمات انجام پروژه و تهیه پایان نامه دانشجویی

توسط کسب و کارهای اینترنتی

به استناد ابلاغیه شماره ۳/۱۸/۱۵۴۰۵۷ مورخ ۹۳/۰۸/۲۴ دفتر سیاست گذاری و برنامه ریزی امور پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، هرگونه خدمات انجام، تدوین و خرید و فروش پروژه ها و پایان نامه های دانشجویی در اینترنت و توسط کسب و کارهای اینترنتی ممنوع است.

متخلفان از سوی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، مورد پیگرد قانونی قرار خواهند گرفت.



**شیوه نامه ایجاد سامانه بازاریابی و فروش
خدمات سیاحتی و گردشگری در فضای مجازی**

معاونت گردشگری

اداره کل نظارت و ارزیابی خدمات گردشگری

تیر ماه ۱۳۹۵

بسمه تعالی

شیوه نامه ایجاد سامانه بازاریابی و فروش خدمات سیاحتی و گردشگری در فضای مجازی

با استناد به تبصره ۲ ماده ۷ قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی مصوب ۱۳۷۰/۷/۷ و اصلاحات بعدی و در اجرای تبصره ۳ ماده ۲ دستورالعمل ارائه خدمات سیاحتی و گردشگری در فضای مجازی مصوب ۱۳۹۴/۶/۳۱، به منظور ساماندهی سامانه‌های الکترونیکی فعال در حوزه معرفی، اطلاع رسانی، بازاریابی و فروش خدمات گردشگری، شیوه‌نامه مربوطه به شرح زیر تهیه و ابلاغ می‌گردد:

ماده (۱) افراد حقیقی و حقوقی علاقمند به فعالیت و ارائه خدمات سیاحتی و گردشگری در فضای مجازی، چنانچه قبلاً مجوزی در چارچوب آئین‌نامه نظارت بر تاسیس و فعالیت دفاتر خدمات مسافرتی، سیاحتی، جهانگردی و زیارتی مصوب ۱۳۸۰ و آئین‌نامه ایجاد، اصلاح، تکمیل درجه‌بندی و نرخ‌گذاری تاسیسات گردشگری مصوب ۱۳۹۴ برای فعالیت در حوزه گردشگری دریافت نکرده‌اند، با رعایت شرایط زیر و به یکی از طرق زیر یا هر دو توأمان، می‌توانند به شکل قانونی در این عرصه فعالیت نمایند:

۱-۱. سامانه الکترونیکی اطلاع رسانی و بازاریابی خدمات سیاحتی و گردشگری که از این پس سامانه‌های معرفی و بازاریابی الکترونیکی خوانده می‌شود.

تبصره: در صورتی که قصد اطلاع رسانی جاذبه‌های مختلف گردشگری و بازاریابی فراتر از بسته‌های سفر را داشته باشند باید حسب مورد تاییدیه دفتر بازاریابی و تبلیغات گردشگری سازمان را به همراه مدارک در سامانه ثبت نمایند.

۲-۱. سامانه الکترونیکی عرضه و فروش خدمات سیاحتی و گردشگری که از این پس سامانه فروش الکترونیک خوانده می‌شود.

ماده (۲) مسئولیت تائید صلاحیت فنی و تخصصی متقاضیان فعالیت در فضای مجازی بر عهده مدیرکل استان است.

ماده (۳) شرایط کلی و مدارک لازم

۳-۱. ثبت اطلاعات متقاضی در سامانه tnamad.ichto.ir

تبصره: متقاضیان بند ۱-۱ می‌توانند در قالب حقیقی و حقوقی و متقاضیان بند ۲-۱ منحصراً در قالب شخصیت حقوقی اطلاعات خود را در سامانه ثبت نمایند.

۳-۲. معرفی نام پایگاه و ارائه مدارک ثبت پایگاه اینترنتی.

۳-۳. معرفی فردی به عنوان مدیر فنی گردشگری پایگاه اینترنتی از میان دارندگان مجوز مدیریت فنی بند «ب» دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری صادره از سازمان.

۳-۴. معرفی آدرس دفتر یا محل فیزیکی برای پشتیبانی فعالیت الکترونیکی (ارائه تصویر سند مالکیت یا اجاره‌نامه محل به همراه تلفن ثابت).

۳-۵. سپردن ضمانت‌نامه بانکی حسن انجام کار به مبلغ پانصد میلیون ریال مطابق با بخشنامه مربوطه و امضای تعهدنامه انضباطی مربوطه پس از تائید صلاحیت تخصصی.

تبصره ۵: متقاضیان بند ۱-۱، نیازی به سپردن ضمانت‌نامه ندارند.

۳-۶. ارائه گواهی صلاحیت فردی و عدم سوء پیشینه کیفری.

۳-۷. ارائه تصویر قرارداد منعقد شده با تورگردانان، دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری و یا بهره‌برداران سایر تاسیسات گردشگری.

تبصره ۵: کلیه مدارک متقاضیان پس از بررسی و تکمیل در ادارات کل استانی با تائید مدیرکل و از طریق سامانه جهت تائید نهایی و اخذ نماد اطمینان به اداره کل نظارت و ارزیابی خدمات گردشگری ارسال خواهد شد.

ماده ۴: گواهینامه ارائه خدمات گردشگری در فضای مجازی در فرمت مصوب موجود در سامانه پس از تائید اداره کل نظارت و ارزیابی خدمات گردشگری، از سوی اداره کل استان صادر می‌گردد.

تبصره ۵: اداره کل نظارت و ارزیابی خدمات گردشگری پس از دریافت نسخه الکترونیکی گواهینامه صادره، اقدام لازم را جهت معرفی متقاضی به مرکز توسعه تجارت الکترونیک وزارت صنعت، معدن و تجارت برای دریافت نماد اعتماد انجام خواهد داد.

ماده ۵: سامانه‌های بازاریابی و فروش الکترونیک باید نام و مراحل ثبت پایگاه اینترنتی خود را براساس دستورالعمل تعیین نام تاسیسات گردشگری و ثبت شرکت‌ها انجام دهند. استفاده از عنوان و نام‌های پیشینه دار یا تکراری برای سامانه اینترنتی، مجاز نمی‌باشد.

ماده ۶: سامانه‌های فروش الکترونیکی و بازاریابی مجاز به تهیه بسته سفر و یا اجرای گشت نمی‌باشند.

ماده ۷: دارنده مجوز مکلف به صدور و ارسال قراردادهای صادره با دفاتر و شرکت‌های طرف قرارداد برای گردشگران از طریق پایگاه اینترنتی خود می‌باشد.

ماده ۸: سامانه فروش الکترونیک مکلف است بسته‌های ارائه شده را با مشخص نمودن مجریان، زمان اجرای گشت، نرخ گشت، وسیله حمل و نقل و سایر اطلاعات، شرایط، ضوابط و دستورالعمل‌های مرتبط را بر روی پایگاه اینترنتی خود درج نماید.

ماده ۹: اختلافات و شکایات رسیده از دارندگان مجوز موضوع این شیوه‌نامه، از سوی اداره کل استان بر اساس آئین‌نامه‌ها و مقررات متناظر و مصرح در ماده یک همین شیوه‌نامه مورد بررسی و رسیدگی قرار می‌گیرد.

ماده ۱۰: اعتبار مجوزهای صادره به مدت یکسال بوده، پس از آن و در صورت تائید عملکرد برای مدت مشابه قابل تمدید است.

ماده ۱۱: دارندگان مجوز به منظور پاسخگویی به مشتریان مکلف به ارائه خدمات ۲۴ ساعته برخط می‌باشند.

ماده ۱۲: این شیوه‌نامه در دوازده ماده، نه بند و پنج تبصره تهیه و تنظیم گردیده است که از تاریخ ابلاغ لازم الاجرا می‌باشد.

الزامات مدل تجاری خرید از وب سایت خارجی

۱. اعلام فهرست وب سایت های خارجی که از آنها خرید انجام می شود به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و انتشار آن در وب سایت.
۲. ثبت کلیه سفارشات و تحویل آنها در درگاه متمرکز ثبت و رهگیری کسب و کارهای اینترنتی دارای نماد اعتماد الکترونیکی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی.
- ۲.۱. مستند سازی کلیه سفارشات ثبت شده و و ارائه آنها به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و سایر دستگاه های نظارتی حسب مورد.
۳. تدوین مستندات و انتشار قواعد و ساختارهای فرهنگی و اخلاقی در فرایند ثبت سفارش محصولات از سایت های خارجی مطابق قوانین کشور جمهوری اسلامی ایران و التزام به رعایت آنها، مشتمل بر:
 - ۳.۱. عدم امکان ثبت سفارش و خرید انواع کالاهایی که خرید و فروش و استفاده از آنها مطابق شرع و قوانین، غیر قانونی است توسط مشتریان.
 - ۳.۲. عدم امکان ثبت سفارش و خرید انواع کالاهای جاری تصاویر و محتوای غیر قانونی توسط مشتریان.
۴. تدوین مستندات و انتشار شفاف فرایندهای تبدیل و انتقال ارز به خارج از کشور جهت خرید از وب سایت های خارجی مطابق قوانین ارزی کشور و انجام فرایند به طور کامل منطبق بر اسناد منتشر شده.
۵. رعایت قانون تجارت الکترونیکی در فرایندهای تجاری از جمله فصل اول از باب سوم قانون مزبور در خصوص حمایت از مصرف کننده.
۶. تدوین مستندات و انتشار شفاف فرایندها و زمان انتقال و تحویل کالا به خریدار مطابق قوانین جاری کشور و پایبندی به تعهدات اعلام شده در این خصوص.
۷. پذیرش مسئولیت تضامنی در قبال نقض قوانین و تخلفات صورت گرفته در فرایند ثبت سفارش از وب سایت های خارجی توسط مشتریان و پاسخگویی به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و سایر دستگاه ها و نهادهای تخصصی، انتظامی، امنیتی و قضایی در این خصوص.
۸. ارائه کلیه اطلاعات مورد درخواست مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و دستگاه های نظارتی حسب مورد.
۹. ارائه تعهدنامه کتبی و گواهی امضا شده مبنی بر پایبندی به مقررات این دستورالعمل.

اعطای نماد اعتماد الکترونیکی به کسب و کارهای اینترنتی فعال در حوزه خرید از وب سایت های خارجی، منوط به گواهی امضا و پایبندی به مفاد این تعهد نامه می باشد.

مشخصات مالک کسب و کار اینترنتی:

(این قسمت برای اشخاص حقیقی توسط مالک کسب و کار و برای اشخاص حقوقی توسط مدیر عامل تکمیل می گردد)

• اشخاص حقیقی: (چنانچه کسب و کار اینترنتی به صورت شخص حقیقی اداره می شود، جدول ذیل تکمیل

گردد)

نام

نام خانوادگی

نام پدر

شماره کد ملی

شماره شناسنامه

تاریخ تولد

تلفن تماس

آدرس وب سایت

آدرس پستی محل تمرکز فعالیت

• اشخاص حقوقی: (چنانچه کسب و کار اینترنتی به صورت شخص حقوقی "شرکت" اداره می شود، جدول

ذیل تکمیل گردد)

نام شرکت

شماره ثبت

شناسه ملی

تاریخ ثبت

نام و نام خانوادگی مدیرعامل

شماره کد ملی مدیرعامل

شماره شناسنامه مدیرعامل

تلفن تماس

آدرس وب سایت

آدرس پستی محل تمرکز فعالیت

- اینجانب.....با مشخصات مندرج در فوق موارد ذیل را متعهد می‌گردم:
۱. اعلام فهرست وب سایت های خارجی که از آنها خرید انجام می‌شود به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی (کارتابل کسب و کار اینترنتی در پرتال نماد) و انتشار آن در وب سایت.
 ۲. ثبت کلیه سفارشات و تحویل آنها در درگاه متمرکز ثبت و رهگیری کسب و کارهای اینترنتی دارای نماد اعتماد الکترونیکی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی.
 - ۲.۱. مستند سازی کلیه سفارشات ثبت شده به صورت الکترونیکی و ارائه آنها به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و سایر دستگاه های نظارتی حسب مورد.
 ۳. تدوین مستندات و انتشار قواعد و ساختارهای فرهنگی و اخلاقی در فرایند ثبت سفارش محصولات از سایت های خارجی مطابق قوانین کشور جمهوری اسلامی ایران و التزام به رعایت آنها. مشتمل بر:
 - ۳.۱. عدم امکان ثبت سفارش و خرید انواع کالاهایی که خرید و فروش و استفاده از آنها مطابق شرع و قوانین، غیر قانونی است توسط مشتریان.
 - ۳.۲. عدم امکان ثبت سفارش و خرید انواع کالاهای قانونی حاوی تصاویر و محتوای غیر قانونی توسط مشتریان.
 ۴. تدوین مستندات و انتشار شفاف فرایندهای تبدیل و انتقال ارز به خارج از کشور جهت خرید از وب سایت های خارجی مطابق قوانین ارزی کشور و انجام فرایند به طور کامل منطبق بر اسناد منتشر شده.
 ۵. رعایت قانون تجارت الکترونیکی در فرایندهای تجاری از جمله فصل اول از باب سوم قانون مزبور در خصوص حمایت از مصرف کننده.
 ۶. تدوین مستندات و انتشار شفاف فرایندها و زمان انتقال و تحویل کالا به خریدار مطابق قوانین جاری کشور و پایبندی به تعهدات اعلام شده در این خصوص.
 ۷. پذیرش مسئولیت تضامنی در قبال نقض قوانین و تخلفات صورت گرفته در فرایند ثبت سفارش از وب سایت های خارجی توسط مشتریان و پاسخگویی به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و سایر دستگاه ها و نهادهای تخصصی، انتظامی، امنیتی و قضایی در این خصوص.
 ۸. ارائه کلیه اطلاعات مورد درخواست مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و دستگاه های نظارتی حسب مورد.

.....محل امضاء.....

درخواست گواهی امضاء:

سر دفتر محترم دفتر اسناد رسمی شماره استان.....، خواهشمند است ، صحت امضاء اینجانب را

.....

با مشخصات فوق الذکر جهت ارائه به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی گواهی فرمائید.

..... محل امضا

گواهی امضاء دفتر اسناد رسمی:

گواهی می شود در تاریخ آقا/خانم.....فرزند..... شناسنامه شماره..... صادره از

..... کد ملی..... به نشانی:.....

کد پستی:..... تلفن..... در دفتر اسناد رسمی شماره به تصدی آقا/خانم.....

حاضر گردید وبا ارائه مدارک شناسائی اقدام به امضاء ذیل این سند نمود. امضاء ایشان مورد گواهی می باشد.

گواهی و مهر دفتر اسناد رسمی:

تاریخ:

.....محل امضاء.....

مجوز فعالیت آموزشی و پژوهشی ارائه شده

توسط کسب و کارهای اینترنتی

مطابق جزء (۱۱) بند پ ماده ۲ قانون اهداف، وظایف و تشکیلات وزارت علوم تحقیقت و فناوری، مسئولیت صدور مجوز جهت تاسیس مراکز تحقیقاتی غیرپزشکی به عهده این وزارت می باشد. بر این اساس چنانچه هر شخص حقیقی و یا حقوقی قصد انجام فعالیت آموزشی و پژوهشی را داشته باشد باید از شورای گسترش آموزش عالی اقدام به اخذ مجوز نماید.

ممنوعیت ارائه خدمات قرض الحسنه در فضای مجازی

به استناد نامه شماره ۹۵/۲۹۳۸۹۸ مورخ ۹۵/۰۹/۱۷ بانک مرکزی و بر اساس ماده ۹ اساسنامه نمونه صندوق های قرض الحسنه و تصریح آن در بند ۲ مجوزهای فعالیت این صندوق ها فعالیت اینترنتی صندوق های قرض الحسنه در فضای مجازی ممنوع می باشد.

چارچوب فعالیت و نظارت بر وب سایت های متمرکزکننده پرداخت

کسب و کارهای اینترنتی

ماده ۱ تعاریف

۱-۱ متمرکز کننده پرداخت کسب و کارهای اینترنتی

شخص حقوقی که رابط بین فروشنده و خریدار اینترنتی می باشد و خدمت تمرکز پرداخت ها از خریداران به فروشنده را در چارچوب قواعد، ضوابط و مقررات جاری کشور و این سند ارائه می نماید. این ارائه خدمت، مستقل از نوع پرداخت است به طوری که شامل پرداخت های اینترنتی و پرداخت در محل (COD)^۱ می باشد. مجوز فعالیت متمرکز کننده پرداخت کسب و کارهای اینترنتی که در این سند به اختصار «متمرکز کننده» نامیده می شود، توسط بانک مرکزی ج.ا. صادر و به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی اعلام می شود. این مجوز قابل واگذاری به غیر نمی باشد.

۱-۲ ارائه دهنده خدمات پرداخت (PSP)

شخص صیتی حقوقی که با دریافت مجوز از بانک مرکزی در چارچوب مقررات و دستورالعمل های مربوطه، اقدام به ارائه خدمات پرداخت می نماید.

۱-۳ فروشنده

کسب و کار اینترنتی با فعالیت مجاز و دارای شناسه^۲ یا نماد اعتماد الکترونیکی که به خریداران اینترنتی کالا یا خدمات ارائه می کند و وجه مرتبط با فروش کالا یا ارائه خدمات را از طریق متمرکز کننده یا به صورت COD از خریداران دریافت می نماید. فروشنده مجاز است با رعایت الزامات تعیین شده از خدمات پیش از یک متمرکز کننده دارای نماد بهره مند گردد.

۱-۴ دستگاه های نظارتی:

دستگاه های نظارتی شامل مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، کمیته تعیین مصادیق محتوای مجرمانه، معاونت فضای مجازی دادستانی کل کشور، ناجا، واجا، بانک مرکزی می باشند.

ماده ۲ متمرکز کننده موظف است:

۱-۲ از اشتراک گذاری و یا واگذاری مجوز فعالیت دریافتی (موضوع ماده ۱) و درگاه پرداخت اینترنتی خود به غیر اجتناب نماید.

۲-۲ تنها با کسب و کارهای دارای شناسه و یا نماد اعتماد الکترونیکی از مرکز توسعه تجارت الکترونیکی قرارداد منعقد و خدمات پرداخت ارائه نماید و در قرارداد مذکور مفاد مندرج در این سند لحاظ گردد.

۳-۲ صحت این شناسه و تطابق آن با اطلاعات فروشگاه را از طریق استعمال از مرکز توسعه تجارت الکترونیکی احراز نمایند.

۳-۲ خدمات درگاه پرداختی اینترنتی را صرفاً به نام دهنده ای ارائه نماید که نماد اعتماد الکترونیکی یا ششگانه به آن اختصاص یافته است.

۵-۲ کلیه وجوه ورودی را به یک حساب بانکی مشخص واریز کرده و اطلاعات حساب مورد نظر را به رایانه دهنده خدمات پرداخت ارائه نماید.

۶-۲ نسبت به صحت صحیحی اطلاعات شبای اعلام شده توسط هر فروشنده یا استعلام از بانک مرکزی اطمینان حاصل نماید. رویه انجام صحت صحیحی توسط بانک مرکزی (موضوع ماده ۷) مشخص خواهد شد.

۷-۲ با تمییز از بانک مرکزی (موضوع ماده ۷)، نظارت‌های لازم در خصوص اعمال محدودیت‌های مبتنی بر سطوح اظهار شده توسط فروشنده (موضوع ماده ۵) را بر اساس رویه یکپارچه اعلامی از سوی شاپرک انجام دهد.

۸-۲ بر فعالیت فروشندگان از حیث اقدامات غیرقانونی یا نقض مفاد این سند نظارت مستمر نماید در صورت اثبات انجام مبادلات مالی غیرمجاز یا سایر موارد نقض مقررات و ضوابط موجود توسط فروشنده یا عدم اطلاع رسانی جرم یا تخلف واقع شده به نهادهای قضایی و نظارتی ذیربط، متحرکزکننده به واسطه عدم انجام تکالیف نظارتی خود، مسئول پاسخگویی به نهادهای مذکور بوده و پیچیده جرمی در این رابطه واقع شود، این تصور می‌تواند به منزله فریبتهای بر معاونت متحرکزکننده در جرم ارتكابی تلقی شود. ضمن پیچیده خسارتی در اثر انجام مبادلات مالی غیرمجاز و سایر اشکال نقض مقررات و ضوابط این سند به خریدار و یا اشخاص دیگر وارد شود، متحرکزکننده نسبت به جبران این خسارت مسئولیت تضامنی دارد.

۹-۲ مطابق با ضوابط نظارت بر کسب و کارهای اینترنتی، بر فروشنده‌های طرف قرارداد خود نظارت کند و گزارش موارد تخلف و شکایات مشاهده شده را به مرکز توسعه تجارت الکترونیکی و نهادهای قضایی و نظارتی ارائه نماید.

۱۰-۲ به محض اطلاع از فعالیت مجرمانه یا غیرقانونی فروشنده بلافاصله خدمات خود را به وی متوقف نماید و مراتب را فوراً به اطلاع مرجع انتظامی ذیربط رسانده تا از مقام قضایی ذیصلاح کسب تکلیف نماید.

تیمبره ۱: متحرکزکنندگان اجازه اخذ هیچ‌گونه تصویر و یا اسکن مدارک از فروشندگان و یا خریداران را ندارند.

ماده ۳ ارائه دهنده خدمات پرداخت (PSP) موظف است:

۱-۳ صرفاً به متحرکزکنندگان خدمات ارائه دهد که از مرکز توسعه تجارت الکترونیکی نماد اعتماد الکترونیکی بدین منظور دریافت کرده باشند و در این راستا وضعیت نماد اعتماد الکترونیکی را از طریق وب سرویس موضوع ماده ۵ به منظور ارائه خدمات پرداخت پیوسته کنترل نماید. این خدمات صرفاً به نام دهنده ای ارائه شود که نماد اعتماد الکترونیکی را به جهت فعالیت به عنوان متحرکزکننده دریافت کرده است.

۲-۳ در قرارداد خود با متحرکزکننده مفاد مندرج در این سند را لحاظ نماید.

۳-۳ نسبت به صحت اطلاعات شبای اعلام شده توسط هر متحرکزکننده از طریق بانک مرکزی اطمینان حاصل نماید.

۴-۳ با تمییز از موارد مندرج در ماده ۷، نظارت‌های لازم در خصوص اعمال محدودیت‌های مبتنی بر سطح اظهار شده توسط متحرکزکننده را بر اساس رویه یکپارچه اعلامی از سوی شاپرک انجام دهد.

۵-۳ بر فعالیت متمرکزکننده از حیث اقدامات غیرقانونی یا نقض مفاد این سند نظارت نماید. در صورت اثبات انجام مبادلات مالی غیرمجاز یا سایر موارد نقض مقررات و ضوابط موجود توسط متمرکزکننده یا عدم اطلاع رسانی جرم یا تخلف واقع شده به نهادهای نظارتی ذیربط، ارائه دهنده خدمات پرداخت به واسطه عدم انجام تکالیف نظارتی خود، مسئول یا سخگویی به نهادهای نظارتی بوده و چنانچه جرمی در این رابطه واقع شود، این قصور حداقل به منزله قرینهای بر معاونت وی در جرم ارتكابی تلقی می شود. ضمناً چنانچه خسارتی در اثر انجام مبادلات مالی غیرمجاز و سایر اشکال نقض مقررات و ضوابط موجود به خریدار و یا اشخاص دیگر وارد شود، ارائه دهنده خدمات پرداخت، نسبت به جبران این خسارت مسئولیت تضامنی با متمرکزکننده دارد.

۶-۳ به محض اطلاع از فعالیت مجرمانه یا غیرقانونی متمرکزکننده، بلافاصله خدمات خود را به وی متوقف نماید و مراتب را فوراً به اطلاع مرجع انتظامی ذیربط رسانده تا از مقام قضایی ذیصلاح کسب تکلیف نماید.

ماده ۴ فروشنده موظف است:

۱-۴ از طریق متمرکزکننده و یا مراجعه به سامانه مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، برای دریافت شناسه اقدام کند. این شناسه قابل واگذاری به غیر نبوده و واگذاری آن به سایرین تخلف محسوب می شود.

۲-۴ از اشتراک گذاری درگاه پرداختی اختصاص یافته به وی خودداری نماید.

۳-۴ بر اساس مفاد مندرج در قانون تجارت الکترونیکی کشور، نسبت به ارائه اطلاعات کافی در خصوص کالا یا خدمت مورد عرضه و نحوه پشتیبانی پس از فروش و رسیدگی به شکایات به گونه ای اقدام نماید که در صورت لزوم، از مراجع قضایی قابل پیگیری باشد.

۴-۴ کد "تبت شکایات" دریافتی از سامانه مرکز توسعه تجارت الکترونیکی را در متاتگ وب سایت خود قرار دهد.

ماده ۵ مرکز توسعه تجارت الکترونیکی موظف است:

۱-۵ صرفاً به متمرکزکنندگانی نماد اعتماد الکترونیکی اعطا نماید که مجوز فعالیت به همین منظور از بانک مرکزی دریافت کرده اند.

۲-۵ صرفاً به فروشندگانی که قانونی بودن کسب و کار آنها مطابق با دستورالعمل اعطای نماد اعتماد الکترونیکی احراز شده است، شناسه یا نماد اعتماد الکترونیکی اعطا نماید.

۳-۵ هویت، صلاحیت فروشنده و مالکیت نام دامنه را احراز کند.

۴-۵ وب سرویس وضعیت نماد اعتماد الکترونیکی را که فعال یا عدم فعال بودن آن را در هر لحظه مشخص می کند برای تمامی ارائه دهندگان خدمات پرداخت و تحویل به متمرکزکنندگان فراهم کند.

۵-۵ به فروشندگان مراجعه کننده به متمرکزکننده بر اساس صلاحیتهای فردی، نوع کسب و کار و سطح فعالیت آنها که با شاخص سقف مبلغ تراکنش ماهانه (اعمال شده توسط بانک مرکزی) مشخص می شود، شناسه‌ای اعطا نماید که امکان صحت‌سنجی آن برای متمرکزکننده وجود داشته باشد. به این ترتیب سه سطح فعالیت برای آنها تعریف خواهد شد:

سطح اول فعالیت: پایین ترین سطح و معادل ۶۰ میلیون ریال سقف تراکنش ماهانه فروشنده می باشد که در آن اطلاعات هویتی ثبت شده از فروشنده، از طریق اتصال وب سرویس با سامانه های سازمان ثبت احوال کشور و اداره کل ثبت شرکتها صحت سنجی خواهد شد. علاوه بر آن تعلق شماره تلفن ثابت و تلفن همراه دائمی ثبت شده به فروشنده نیز صحت سنجی خواهد شد.

سطح دوم فعالیت: سطحی است معادل ۱۲۰ میلیون ریال سقف تراکنش اظهار شده از سوی فروشنده که در آن علاوه بر احراز هویت اشاره شده در سطح اول، تعلق تلفن همراه دائمی و آدرس فیزیکی ارائه شده از سوی فروشنده و صلاحیت فردی از پلیس نظارت بر اماکن عمومی ناجا نیز، استعلام و صحت سنجی می‌شود.

سطح سوم فعالیت: در این سطح از فعالیت، برای فروشندگان دارای سقف تراکنش بالاتر از ۱۲۰ میلیون ریال علاوه بر احراز هویت اشاره شده در سطح اول و دوم، فروشنده موظف به ارائه تعهدنامه تکمیل شده به همراه گواهی امضای تصدیق شده در دفتر اسناد رسمی خواهد بود. همچنین احراز صلاحیت فردی از طریق پلیس نظارت بر اماکن عمومی ناجا نیز استعلام خواهد شد.

جدول سطوح فعالیت فروشندگان

نوع احراز هویت	سقف تراکنش ماهانه	سطوح احراز هویت
صحت سنجی تلفن ثابت و همراه دائمی	۶۰ میلیون ریال	اول
صحت سنجی تلفن ثابت، همراه دائمی و صحت سنجی آدرس فیزیکی و استعلام صلاحیت فردی از پلیس نظارت بر اماکن عمومی ناجا	۱۲۰ میلیون ریال	دوم
صحت سنجی تلفن ثابت، همراه دائمی، صحت سنجی آدرس فیزیکی، دریافت تعهدنامه تصدیق امضا شده در دفتر اسناد رسمی و استعلام صلاحیت فردی از پلیس نظارت بر اماکن عمومی ناجا	بالاتر از ۱۲۰ میلیون ریال	سوم

ماده ۶ وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات (سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی) موظف است:

۱-۶ نسبت به پاسخگویی برخط به استعلامات مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در خصوص مالکیت تلفن همراه دائمی و ثابت (بند ۵-۵ ماده ۵ این سند) اقدام نماید.

ماده ۷ بانک مرکزی موظف است:

۱-۷ حسب مورد، امکانات مورد نیاز جهت احراز تعلق شبا به متمرکزکننده یا فروشنده را فراهم نماید.

۲-۷ نسبت به اعطای مجوز فعالیت، تعیین ساز و کار نظارت بر فعالیتهای مالی، عملیات بانکی و اعمال محدودیت در سقف تبادلات مالی و رویه‌های تسهیم وجوه متمرکزکنندگان اقدام و اطلاع‌رسانی نماید.

۳-۷ محدودیت سطح تراکنش ماهانه را برای فروشنده بر اساس سطوح مطرح شده در ماده ۵ اعمال نماید.

۴-۷ نسبت به جمع‌آوری اطلاعات تراکنش‌های مالی کلیه متمرکزکنندگان (نظیر شناسه فروشنده، مبلغ، تاریخ و زمان و شماره شبیا میدا و مقصد) نزد واحد اطلاعات مالی وزارت اقتصاد و دارایی (FIU) اقدام نماید.

۵-۷ امکانات لازم جهت پاسخگویی برخط به استعلامات قضایی و انتظامی طبق قوانین و مقررات مربوطه فراهم نماید.

۶-۷ دستورالعمل اجرایی فعالیت و نظارت بر ارایه دهندگان خدمات پرداخت را متناسب با وظایفی که در این سند منظور شده است به روزرسانی نماید.

ماده ۸ نظارت و رسیدگی به تخلفات:

۱-۸ متمرکزکننده و فروشنده در صورت نقض قوانین و مفاد مندرج در این سند، متخلف محسوب می‌شود و مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در مرتبه اول از طریق تذکر، در مرتبه دوم اخطار کتبی و در مرتبه سوم نسبت به تعلیق و یا ابطال نماد اعتماد الکترونیکی یا شناسه مطابق با دستورالعمل اعطای نماد اقدام نماید و مراتب را به نهادهای نظارتی اعلام نماید. در صورت ابطال نماد، موارد جهت لغو مجوز فعالیت به بانک مرکزی اعلام خواهد شد.

۲-۸ چنانچه از سوی نهادهای نظارتی تخلفاتی از متمرکزکنندگان یا فروشندگان به مرکز اعلام شود آن مرکز نسبت به بررسی موضوع و حسب مورد نسبت به اخطار، تعلیق و یا ابطال نماد اعتماد الکترونیکی یا شناسه اقدام نماید. در این خصوص دستگاه‌های نظارتی می‌توانند گزارش تخلفات مربوط به متمرکزکننده‌ها و فروشندگان تحت پوشش آنها به طریق مقتضی در اختیار مرکز توسعه تجارت الکترونیکی قرار دهند تا اقدام متناسب بعمل آید.

۲-۷ نسبت به اعطای مجوز فعالیت، تعیین ساز و کار نظارت بر فعالیتهای مالی، عملیات بانکی و اعمال محدودیت در سقف تبدلات مالی و رویه‌های تسهیم وجوه متمرکزکنندگان اقدام و اطلاع‌رسانی نماید.

۳-۷ محدودیت سطح تراکنش ماهانه را برای فروشنده بر اساس سطوح مطرح شده در ماده ۵ اعمال نماید.

۴-۷ نسبت به تجمیع اطلاعات تراکنش‌های مالی کلیه متمرکزکنندگان (نظیر شناسه فروشنده، مبلغ، تاریخ و زمان و شماره شبیا مبدا و مقصد) نزد واحد اطلاعات مالی وزارت اقتصاد و دارایی (FIU) اقدام نماید.

۵-۷ امکانات لازم جهت پاسخگویی برخط به استعلامات قضایی و انتظامی طبق قوانین و مقررات مربوطه فراهم نماید.

۶-۷ دستورالعمل اجرایی فعالیت و نظارت بر ارائه دهندگان خدمات پرداخت را متناسب با وظایفی که در این سند منظور شده است به روزرسانی نماید.

ماده ۸ نظارت و رسیدگی به تخلفات:

۱-۸ متمرکزکننده و فروشنده در صورت نقض قوانین و مفاد مندرج در این سند، متخلف محسوب می‌شود و مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در مرتبه اول از طریق تذکر، در مرتبه دوم اخطار کتبی و در مرتبه سوم نسبت به تعلیق یا ابطال نماد اعتماد الکترونیکی یا شناسه مطابق با دستورالعمل اعطای نماد اقدام نماید و مراتب را به نهادهای نظارتی اعلام نماید. در صورت ابطال نماد، موارد جهت لغو مجوز فعالیت به بانک مرکزی اعلام خواهد شد.

۲-۸ چنانچه از سوی نهادهای نظارتی تخلفاتی از متمرکزکنندگان یا فروشندگان به مرکز اعلام شود آن مرکز نسبت به بررسی موضوع و حسب مورد نسبت به اخطار، تعلیق و یا ابطال نماد اعتماد الکترونیکی یا شناسه اقدام نماید. در این خصوص دستگاه‌های نظارتی می‌توانند گزارش تخلفات مربوط به متمرکزکننده‌ها و فروشنده‌ها را تحت پوشش آنها به طریق مقتضی در اختیار مرکز توسعه تجارت الکترونیکی قرار دهند تا اقدام متناسب بعمل آید.

بخش سوم

تجارت الکترونیک

تاریخچه و انواع تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیکی

بسیاری از اقتصاد دانان و متخصصان بر این عقیده اند که در سالهای اخیر انقلابی مشابه انقلاب صنعتی به وقوع پیوسته که جهان را وارد عصر اطلاعات ساخته و بسیاری از جنبه های اقتصادی اجتماعی و فرهنگی حیات بشر را دستخوش تحولی عمیق نموده است. یکی از ابعاد این تحول تغییرات بنیادینی است که در روابط اقتصادی بین افراد دولت ها و موسسات به وجود آمده است. مبادلات تجاری بین افراد و شرکت ها و موسسات و دولت ها با یکدیگر به سرعت از حالت سنتی خود که عمدتاً مبتنی بر اسناد و مدارک کاغذی خارج شده و به سوی انجام مبادلات از طریق بهره گیری از سیستم های مبتنی بر اطلاعات الکترونیکی در حرکت است. تجارت الکترونیکی در زمینه های مختلف فعالیت های بازرگانی نفوذ کرده و از معاملات الکترونیکی میان خریداران خرد و بازرگانان و مراکز اطلاع رسانی و انجمن های مجازی گرفته تا مبادلات میان دولت ها و ملت ها گسترش یافته است. همه این موارد باعث شده تا این مبحث به عنوان مهمترین مسئله و دانش روز مطرح شود و دغدغه بنیادین کشورهای توسعه نیافته و یا در حال توسعه باشد زیرا این گونه کشورها می دانند کوتاهی در این زمینه به زودی به طور کامل از میدان تجارت جهانیکنار رفته و اندک بهره خود را نیز به کشرهای توسعه یافته صنعتی که همگام با این تجارت نوین گام برداشته اند خواهند سپرد. برخی پژوهش های انجام شده در این زمینه نشان میدهد که حرکت به سوی بازرگانی الکترونیکی برای شرکت های سراسر جهان دست کم ۱/۲۵ تریلیون دلار

حفظ سرمایه تا سال ۲۰۰۲ به همراه داشته است. گزارش دیگری که توسط شرکت سیسکو ارائه شده نشان می دهد که سالیانه بیش از ۸۰۰ میلیون دلار با استفاده از نرم افزارهای بازرگانی الکترونیکی در هزینه ها صرف جویی می شود .

تجارت چیست؟

برای آشنایی با مفهوم تجارت الکترونیکی و انواع آن شایسته است که نخست مروری بر تجارت در معنای عام آن داشته باشیم. برای واژه تجارت در اکثر واژه نامه ها تعاریف ذیل ارائه شده است :

-مبادلات اجتماعی: عبارت است از تبادل ایده ها و عقاید و تمایلات .

-مبادله یا خرید و فروش کالا در مقیاس بالا که شامل ترابری از یک نقطه به نقطه دیگر است .

در ادامه تعریف دوم ارائه شده برای تجارت را به عنوان محور بحث انتخاب و بر روی آن متمرکز خواهیم شد. تجارت در ساده ترین نگاه مبادله کالا و خدمات به منظور کسب درآمد است. زندگی انسان مملو از فرآیندهای تجاری بوده و تجارت به صورت های مختلف در آن نمود پیدا کرده است. زمانیکه کالای مورد نظر خود را از یک فروشگاه خریداری می کنیم در تجارت شریک و فرآیندهای آن درگیر

شده‌ایم. در صورتیکه در شرکت و موسسه یا کارخانه ای مشغول به کار هستیم که کالایی را تولید می نماید درگیر یکی دیگر از زنجیره های تجارت شده ایم. صورت های مختلف تجارت فارغ از رویکرد و سیاستی که در پس آنها نهفته است در ویژگی های زیل مشترکند :

- خریداران: افرادی که با استفاده از پول خود قصد خرید کالا و یا استفاده از خدمات را دارند .

- فروشندگان: افرادی که کالا و خدمات مورد نیاز خریداران را ارائه می نمایند. فروشندگان را می توان در دو گروه عمده طبقه بندی نمود :

- خرده فروشان: کالا و خدمات را مستقیماً در اختیار متقاضیان قرار می دهند .

- عمده فروشان: کالا و خدمات خود را در اختیار خرده فروشان و سایر موسسات تجاری قرار میدهند .

- تولید کنندگان: افرادی که کالا و یا خدماتی را تولید می نمایند تا فروشندگان آنها را در اختیار خریداران قرار دهند. یک تولید کننده با توجه به ماهیت خود همواره یک فروشنده نیز خواهد بود. تولید کنندگان کالای تولیدی خود را به عمده فروشان و خرده فروشان و یا مستقیماً به مصرف کنندگان می فروشند .

همان گونه که مشاهده می گردد تجارت از این دید دارای مفاهیم ساده ای است. تجارت از خرید یک محصول ساده نظیر بستنی تا موارد پیچیده ای نظیر اجاره ماهواره را شامل می‌گردد. تمام جلوه های تجارت از ساده ترین سطح تا پیچیده ترین حالت آن بر مقولاتی همچون خریداران و فروشندگان و تولید کنندگان متمرکز خواهد بود. موارد زیر تمام عناصر مربوط به یک فعالیت تجاری معمولی را تشریح

مینماید. در این حالت فعالیت شامل فروش برخی محصولات توسط یک خرده فروش به مصرف کننده است :

-لازمه فروش در اختیار داشتن کالا و یا ارائه خدمات خاصی است. کالا می تواند هر چیزی را شامل گردد. فروشنده ممکن است کالای خود را مستقیماً از تولید کننده و یا از طریق یک عامل فروش (واسطه و نمایندگی) تهیه کرده باشد. در برخی حالات نیز ممکن است فروشنده خود کالایی را تولید و به فروش برساند .

-فروشنده برای فروش کالا و یا خدمات می بایست محل مناسبی در اختیار داشته باشد. مکان مورد نظر می تواند در برخی حالات موقتی باشد. مثلاً یک شماره تلفن خود به منزله یک محل است. در چنین مواردی متقاضی کالا و یا خدمات با تماس تلفنی با فروشنده قادر به ثبت سفارش و دریافت کالای مورد نظر خود خواهد بود. برای اکثر کالاهای فیزیکی محل ارائه کالا باید یک مغازه و یا فروشگاه باشد .

-برای فروش کالا و یا خدمات فروشندگان می بایست از راهکار هائی برای جذب افراد استفاده نمایند که این فرایند را بازاریابی میخوانند. در صورتیکه افراد از محل فروش یا ارائه کالا و خدمات آگاهی نداشته باشند امکان فروش هیچ کالایی وجود نخواهد داشت. انتخاب یک مرکز تجاری پر رفت و آمد برای فعالیت و استفاده از شیوه های مختلف تبلیغات از راه کارهای معرفی و جذب هرچه بیشتر افراد است .

-فروشنده نیازمند راهکاری برای دریافت سفارشات مشتری است. حضور فیزیکی در محل فروش کالا و خدمات از جمله روش های سنتی برای ثبت سفارش کالا است. دریافت سفارش از طریق تلفن یا نامه

نیز امکان پذیر است. پس از ثبت سفارش فعالیت های لازم توسط پرسنل شاغل در شرکت و یا موسسه ارائه دهنده کالا و خدمات انجام خواهد گرفت .

-فروشنده نیازمند راهکاری برای دریافت پول است. استفاده از چک یا کارت اعتباری و یا پول نقد روش های موجود در این زمینه می باشد. در برخی از فعالیت های تجاری از فروشنده تا زمان تحویل کالا پولی دریافت نمی گردد .

-فروشنده نیازمند راهکاری برای توزیع کالا و یا خدمات می باشد. در برخی از سیستم ها به محض انتخاب کالا توسط مشتری و پرداخت وجه آن عملیات توزیع کالا به صورت اتوماتیک انجام خواهد شد. در سیستم های ثبت سفارش مبتنی بر تلفن یا نامه کالای خریداری شده پس از بسته بندی به مقصد مشتری ارسال خواهد شد. در مواردی که حجم کالا زیاد نباشد می توان از مبادلات پستی نیز بدین منظور استفاده نمود. برای توزیع کالا های حجیم عموماً از وسایط نقلیه سنگین ویژه حمل بار مانند کامیون و یا قطار و کشتی استفاده می شود .

-در برخی موارد خریداران یک کالا تمایل و علاقه ای نسبت به آن چیزی که خریداری نموده اند نداشته و قصد مرجوع نمودن آن را دارند. فروشندگان کالا و یا خدمات می بایست از راه کار هایی برای قبول موارد مرجوعی استفاده نمایند .

-در برخی موارد ممکن است کالائی در زمان توزیع آسیب دیده باشد. فروشندگان می بایست از راهکار هایی برای تنظیم و گارانتی استفاده نمایند .

-برخی از کالاهای ارائه شده به مشتریان دارای پیچیدگی های خاص خود بوده و نیازمند استفاده از خدمات پس از فروش و یا حمایت فنی می باشند. در چنین مواردی وجود واحد های خاص ارائه این نوع سرویس ها در شرکت و یا موسسه ارائه دهنده کالا و یا خدمات الزامی خواهد بود. کامپیوتر یکی از نمونه کالاهایی است که نیازمند خدمات پس از فروش و پشتیبانی فنی می باشد .

فارغ از زمینه فعالیت کلیه عناصر فوق الذکر را می توان در شرکت های تجاری سنتی مشاهده نمود. اما امروز پا به پای تجارت در معنای سنتی آن و حتی بیش از آن اصطلاح تجارت الکترونیک را می شنویم و یا به کار می بریم. تجارت الکترونیکی طی سالیان اخیر با استقبال گسترده جوامع بشری روبرو شده است. امروزه کمتر شخصی را می توان یافت که با این اصطلاح بیگانه باشد. نشریات و رادیو و تلویزیون به صورت روزانه موضوعاتی در رابطه با تجارت الکترونیکی منتشر می کنند و کارشناسان از زوایای متفاوت به بررسی این مقوله می پردازند. از طرف دیگر شرکت ها و موسسات ارائه دهنده کالا خدمات نیز همگام با سیر تحولات جهان در زمینه تجارت الکترونیکی در تلاش برای تغییر ساختار منطقی و فیزیکی سازمان خود در این زمینه می باشند. اما تجارت الکترونیکی چیست ؟

تجارت الکترونیکی. تعاریف و ویژگی ها

تجارت الکترونیک واژه ای است که امروزه در مقالات و ادبیات بازرگانی و تجارت و رسانه های عمومی بسیار به گوش می رسد. این پدیده نوین هم به علت نوظا بودن و هم به علت کاربردها و زمینه های بسیار متنوع فعالیت نزد مراجع گوناگون تعاریف مختلفی دارد. همچنین تجارت الکترونیک پدیده ای چند رشته ای است که از طرفی با پیشرفته ترین مفاهیم فناوری اطلاعات و از سوی دیگر با مباحثی مثل بازاریابی و فروش و مباحث مالی و اقتصادی و حقوقی پیوستگی دارد. از این رو تعابیر گوناگونی از آن پدید آمده است. برخی فکر می کنند تجارت الکترونیک به معنی انجام امور تجاری بدون استفاده از اسناد و مدارک کاغذی است. برخی دیگر تبلیغات بر روی اینترنت و حتی خود اینترنت را مترادف با تجارت الکترونیک می دانند. برخی دیگر تصور می کنند تجارت الکترونیک یعنی سفارش دادن کالاها و خدمات و خرید آنها به وسیله کامپیوتر. اگر چه همه این دیدگاه ها بخشی از مفهوم تجارت الکترونیک را پوشش میدهند اما کامل نیستند .

تجارت الکترونیکی انقلاب صنعتی سده بیست و یکم نامیده می شود که با پیدایش اینترنت در سده بیستم به سرعت رو به سرعت رو به پیشرفت و گسترش نهاده است. در تجارت الکترونیکی اطلاعات و فرآورده ها و خدمات به کمک شبکه های کامپیوتری خرید و فروش می شوند و این خرید و فروش میتواند عمده یا خرده شامل کالا های فیزیکی مثل کتاب و غیر فیزیکی مانند نرم افزار و ارائه سرویس های گوناگون به خریداران مانند مشورت های پزشکی یا حقوقی و دیگر موارد بازرگانی مانند مناقصه ها و مزایده ها و یا خرید و فروش اطلاعات باشد. به طور کلی می توان تراکنش های مالی و بازرگانی و

اطلاعاتی و خدماتی میان موسسات و خریداران و جوامع مجازی را در قالب تجارت الکترونیکی گنجانده. با توجه به گستره بزرگ تجارت الکترونیکی تعابیر و تعاریف پر شماری از آن مطرح شده است که ذیلاً به چند مورد اشاره می‌گردد :

-تجارت الکترونیکی عبارت است از یافتن منابع و ارزیابی و مذاکره و سفارش و تحویل و پرداخت و ارائه خدمات پشتیبانی که به صورت الکترونیکی انجام می‌پذیرد .

-تجارت الکترونیک مجموعه ای است از ارتباطات و مدیریت داده ها و سرویس های امنیتی در بزرگراه اطلاعات .

-تجارت الکترونیکی یعنی استفاده از کامپیوتر های یک یا چند شبکه برای ایجاد و انتقال اطلاعات بازرگانی که بیشتر با خرید و فروش اطلاعات و خدمات از طریق اینترنت مرتبط هستند. رسالت تجارت الکترونیکی تنها یک ارتباط نیست بلکه پی ریزی و تقویت روابط بازرگانی است .

-تجارت الکترونیکی به کارگیری مجموعه کاملی از نرم افزارها و سخت افزارها و خطوط مخابراتی و استانداردهای تبادل اطلاعات است که مجموعاً امکان بازرگانی به صورت الکترونیکی در شبکه های رایانه ای را فراهم می‌آورند .

-از دیدگاه تجاری: ابزاری است که کسب و کارهای مختلف و شرکای آنها و مشتریان آنها را قادر می سازد که موضوعاتی چون کیفیت خدمات و سرعت تحویل و... را ارتقا و موضوعاتی همچون هزینه ها را کاهش دهند .

-از دیدگاه ارتباطات: تحول خدمات و کالا و محصولات اطلاعاتی از طریق خطوط تلفن و شبکه های کامپیوتری و سایر وسائل ارتباطی .

-از دیدگاه فناوری اطلاعات : آن دسته از کاربردهای فن آوری اطلاعات که به صورت سیستمی برای پشتیبانی و پیشرفت دادن جریان کاری و مبادلات تجاری ایجاد شده است .

سازمان ها و موسسات علمی و تحقیقاتی و مراکز تجاری معتبر جها نی و پژوهشگران فعال در زمینه تجارت الکترونیک نیز چندین تعریف از آن ارائه نموده اند که پاره ای از آن ها در جدول زیر مشاهده می شود. در حقیقت مجموعه متنوع وسیعی از تعاریف و مفاهیم برای تجارت الکترونیک وجود دارد که موضوعات و کاربردها و مدل های گوناگونی را در بر می گیرد. در برخی از این موارد کوشیده شده است که تعاریف عامی ارائه شود و در برخی دیگر تعاریف به نوع فعالیت امکانات ارتباطی و تجهیزات مورد استفاده و محدوده سازمانی فعالیت ها و زیر ساختار ها وابسته است .

فرد / گروه / سازمان

کسب درآمد از اینترنت

تعریف ارائه شده برای تجارت الکترونیک

لینچ ولیندکوئیست

تجارت الکترونیک به معنای مبادله محصولات و خدمات در مقابل پول با استفاده از توانایی های اینترنت است .

کالا کوتا و وینسون

تجارت الکترونیک واژه معادلی است برای خرید و فروش محصولات و خدمات و اطلاعات به وسیله زیر ساخت های شبکه ای .

ولادمیر زواس

تجارت الکترونیک به معنی سهیم شدن در اطلاعات و حفظ ارتباطات تجاری و هدایت مبادلات بازرگانی به وسیله شبکه های ارتباطی است .

گروه کاری فناوری زیر ساختهای اطلاعاتی و کاربرد آن

تجارت الکترونیک ارتباطات و مدیریت داده ها و خدمات ایمنی را یکپارچه می سازد تا کاربران تجاری در سازمان های گوناگون بتوانند به صورت خودکار اطلاعات را مبادله کند .

اتحادیه اروپا

هر شکلی از مبادله تجاری که در آن طرفین ذینفع به جای تبادلات فیزیکی یا تماس مستقیم فیزیکی به صورت الکترونیکی تعامل کنند .

با توجه به تعاریف فوق الذکر شاید بتوان تجارت الکترونیک را این گونه تعریف کرد :

تجارت الکترونیک به معنی اطلاع رسانی و تبلیغات و خرید و فروش کالاها و خدمات و حفظ و برقراری روابط تجاری از طریق سیستم های مخابراتی و ابزارهای پردازش داده ها است .

به عبارت دیگر تجارت الکترونیکی عبارتست از تعامل سیستم های ارتباطی و سیستم های مدیریت اطلاعات و امنیت که به واسطه آنها امکان مبادله اطلاعات تجاری در رابطه با فروش محصولات و یا خدمات میسر می گردد. بنابر این اجزای اصلی تجارت الکترونیک عبارتند از :

-سیستم های ارتباطی

-سیستم های مدیریت داده ها

-امنیت

ویژگی اصلی همه این فعالیت ها تسهیل فرآیند های تجاری و حذف فرآیند های غیر ضروری در انجام امور بازرگانی و کاهش هزینه ها از طریق بهبود و افزایش هماهنگی و کاهش هزینه های اداری به ویژه هزینه مکاتبات و کاغذ بازی و بهبود دسترسی به بازار و افزایش تنوع برای مشتریان به معنای عام

است. مهم ترین ویژگی تجارت الکترونیک از دیدگاه بازار یابی در واقع برقراری ارتباط سازمان یا فرد با کل مخاطبان و سازگار ساختن محصولات و خدمات با نیازهای یکایک آنهاست. برآیند این کار، رقابت شدید، تنوع عرضه کنندگان و محصولات و خدمات آنها و در نتیجه کاهش هزینه ها و افزایش رضایتمندی مشتریان خواهد بود. نکته مهمی که باید به آن توجه داشت این است که موضوع تجارت الکترونیک، موضوع فناوری و دانش فنی نیست. در بحث تجارت الکترونیک بیشتر هدف شناخت الگوهای جدید تجارت و ارتباطات موجود در محیط الکترونیکی است. همچنین باید توجه داشت که تجارت الکترونیک مجموعه ای است از فناوری های مخابراتی، پردازش و ذخیره داده ها در ارتباط با بازارها، سازمان ها، مشتریان، واسطه ها و سیستم های پرداخت الکترونیکی.

تعریف تجارت الکترونیک؛ برای تجارت الکترونیک تعاریف مختلفی ارائه شده است که در اینجا به برخی از آنها اشاره می شود:

۱ - تمام ابعاد و فرآیند بازار را که بتوان با اینترنت و تکنولوژی web انجام داد، تجارت الکترونیکی می گویند. دکتر محمود زرگر، مدلهای راهبردی و راهکارهای تجارت در اینترنت، انتشارات بهینه، ۱۳۸۰.

۲ - بطور کلی واژه تجارت الکترونیک اشاره به معاملات الکترونیکی می نماید که از طریق شبکه های ارتباطی انجام می پذیرد. ابتدا، خریدار یا مصرف کننده به جستجوی یک مغازه مجازی از طریق اینترنت می پردازد و کالای را از طریق web یا پست الکترونیکی سفارش می دهد. نهایتاً کالا را تحویل

می گیرد. مهندس محمد حسن نیکبخش تهرانی و مهندس مهدی آذر صابری، آشنایی با تجارت الکترونیک و زیر ساختهای آن، انستیتو ایز ایران، ۱۳۸۰.

۳ - تجارت الکترونیکی یعنی انجام مبادلات تجاری در قالب الکترونیکی. دکتر علی صنایعی، تجارت الکترونیک در هزاره سوم، انتشارات جهاد دانشگاهی واحد اصفهان، ۱۳۸۱.

۴ - کاربرد تکنولوژی اطلاعات در تجارت. حسین احمدی وم. ویرجینیاری، تجارت الکترونیک، مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران، ۱۳۸۱..

۵ - تجارت الکترونیکی، مبادله ی الکترونیکی داده هاست. بطور خلاصه می توان گفت که مبادله الکترونیکی داده عبارت از تولید، پردازش، کاربرد و تبادل اطلاعات و اسناد به شیوه های الکترونیکی و خودکار بین سیستم های کامپیوتری و براساس زبان مشترک و استانداردهای مشخص و با کمترین دخالت عامل انسانی. البته تجارت الکترونیک حیطه ای به مراتب گسترده تر از مبادله الکترونیکی داده دارد و آن یک تحول و انقلاب در عرصه ارتباطات است. تجارت الکترونیکی در ساده ترین تعریف عبارت از یافتن منابع، انجام ارزیابی، مذاکره کردن، سفارش، تحویل، پرداخت و ارائه خدمات پشتیبانی است که بصورت الکترونیکی انجام می شود. لذا تجارت الکترونیک روشی است براساس آن اطلاعات، محصولات و خدمات از طریق شبکه های ارتباطات کامپیوتری خرید و فروش می شوند. مهدی علیپور حافظی، تجارت الکترونیکی در مراکز اطلاع رسانی، سخنرانی، همایش جهانی شهرهای الکترونیکی و اینترنتی جزیره کیش، ۱۱-۱۳ اردیبهشت، ۱۳۸۰

۶ - تجارت الکترونیک، انجام کلیه فعالیت های تجاری با استفاده از شبکه های ارتباطی کامپیوتری، بویژه اینترنت است. تجارت الکترونیک به نوعی تجارت بودن کاغذ است. بوسیله تجارت الکترونیک، تبادل اطلاعات خرید و فروش و اطلاعات لازم برای حمل و نقل کالاها با زحمت کمتر و تبادلات بانک با شتاب بیشتر انجام خواهد شد. شرکت ها برای ارتباط با یکدیگر، محدودیت های فعلی را نخواهند داشت و ارتباط آنها با یکدیگر ساده تر و سریع تر صورت می گیرد. ارتباط فروشندگان با مشتریان می تواند به صورت یک به یک با هر مشتری باشد البته با هزینه نه چندان زیاد. مزده قزل ایاغ، تجارت الکترونیکی مبتنی بر اینترنت، همایش جهانی شهرهای الکترونیکی و اینترنتی، ۱۳۸۰.

ویژگی اصلی این نوع از تجارت تسهیل فرآیندهای تجاری، حذف فرآیندهای غیرضروری و زائد در انجام امور بازرگانی و کاهش هزینه ها از طریق بهبود و افزایش هماهنگی، کاهش هزینه های اداری خصوصاً هزینه مکاتبات و نیز بهبود دسترسی به بازار و افزایش تنوع برای مشتریان است. در این میان، فناوری های نوین ارتباطی مانند اینترنت، اکسترانت، پست الکترونیک و تلفن های همراه در گسترش و توسعه تجارت الکترونیک نقش بسزایی دارند.

مایکل دل، مؤسس شرکت Dell که روش فروش مستقیم را برای فروش رایانه های خود انتخاب کرده است، در مورد تجارت الکترونیک می گوید: بسیاری از فروشگاه ها تبدیل به نمایشگاه خواهند شد. فروشگاه های اخیر سونی و اپل برای این منظور طراحی شده اند که محصولات این شرکت ها را به نمایش بگذارند تا بسیاری از مردم جهان این محصولات را به صورت online بخرند. احتمال دارد جهان آن لاین و آف لاین در هم ادغام شوند. فروش های چند کاناله می تواند ترکیبی از فروشگاه های سنتی - کاتالوگ

چاپ نشده - خط تلفن و یا شاید هم يك وب سايته برای تجارت الكترونيكي باشد، اما سرانجام همان وب سايته مكاني است كه سفارش خريده را از مشتري دريافته خواهد كرد.

از مجموعه تعاريفي كه در مورد تجارت الكترونيك بيان شد مي توان فهميد كه زمينه هاي كاربه آن مي تواند بسيار گسترده تر از مبادله كالا و خدمات باشد و گسترده وسيعي از جنبه هاي مختلفي تجاري و اقتصادي را در بر مي گيرد. اما به نظر مي رسد چنانچه بخواهيم تعريف ساده و جامعي از منظر يك حقوقدان از تجارت الكترونيك داشته باشيم بايد بگوئيم تجارت الكترونيك در ساده ترين شكل عبارتست از انجام تمام مراحل مبادلات تجاري در قالب الكترونيك.

اينكه تعريف تجارت الكترونيك از منظر يك حقوقدان مورد توجه واقع گرديد، به اين دليل است كه موضوع تجارت الكترونيك بيشتر از سوي علمي همچون مديريت، الكترونيك و اقتصاد مورد توجه قرار گرفته است به همين دليل گسترده وسيعي از جنبه هاي مختلف علوم مربوط را به خود اختصاص مي دهد كه علم حقوق مورد بحث واقع نمي شود. به همين منظور در رساله حاضر سعي شده كه نگاه ما به تجارت الكترونيك بيشتر ناظر به روابط حقوقي اشخاص (اعم از حقيقي يا حقوقي) و آثار آن باشد. به همين منظور تعريف ما از تجارت الكترونيك يك تعريف حداقلي قابل فهم براي يك حقوقدان است و همانطور كه بيان شد عبارتست از انجام مبادلات در قالب تجاري در قالب الكترونيك.

تاریخچه ی تجارت الکترونیکی

انسان از ابتدای خلقت تا کنون روشهای تجاری متفاوتی را تجربه کرده است . در ابتدا سیستم تبادل کالا رایج بود . شکارچی گوشت را با سلاح عوض می کرد . این سیستم اشکالات فراوانی داشت . مثلا ممکن بود شکارچی نتواند سلاح سازی را پیدا کند که به گوشت احتیاج داشته باشد . در این صورت گوشتها فاسد می شدند . در بعضی تمدنها سیستم کالای محبوب به وجود آمد . در سرزمینی که گندم غذای اصلی مردم آن بود ، شکارچی گوشت را با گندم و گندم را با سلاح تعویض می کرد . این روش هم مشکلات زیادی داشت . کالای محبوب در سرزمینهای مختلف متفاوت بود . از طرف دیگر معیاری برای سنجش ارزش آن وجود نداشت و حمل و نقل آن هم مشکل بود بدون شک اختراع پول اولین انقلاب در زمینه تجارت بود . ارزش آن مشخص بود ، حمل آن آسانتر بود ، فاسد نمی شد و همه طب آن بودند . فواید استفاده از پول به اندازه ای بود که حتی تا چند دهه قبل کمتر کسی انتظار یک انقلاب دیگر را داشت . ارتباط بین تجارت و تکنولوژی دیر زمانی است که وجود داشته و ادامه دارد . در واقع یک پیشرفت تکنیکی باعث رونق تجارت شد و آن هم ساخت کشتی بود . در حدود ۲۰۰۰ سال قبل از میلاد ، فینیقیان تکنیک ساخت کشتی را به کار بردند تا از دریا بگذرند و به سرزمینهای دور دست یابند . با این پیشرفت ، برای اولین بار مرزهای جغرافیایی برای تجارت باز شد و تجارت با سرزمینهای دیگر آغاز شد . اکنون ، شبکه جهانی اینترنت مانند همان کشتی است که نه تنها فواصل جغرافیایی ، بلکه اختلافات زمانی را نیز کمرنگ نموده و صحنه را برای نمایش دیگر آماده کرده است . ترکیب تجارت و الکترونیک از سال ۱۹۷۰ آغاز شد . برای گسترش و پذیرش تجارت الکترونیک لازم است که پیش نیازهای این تکنولوژی از جمله زیرساختار مخابراتی ، مسایل قانونی و ایمنی پیام رسانی

مهیا شود . مهم ترین هدف در تجارت حال چه روشهای بسیار پیشرفته الکترونیکی استفاده کند و چه از روشهای سنتی و قدیمی - همانا دستیابی به پول و سود بیشتر است . طبیعتا در این میان ، نقش بانکها و موسسات اقتصادی در نقل و انتقال پول بسیار حیاتی است . هنگامی که در سال ۱۹۹۴ اینترنت قابلیتهای تجاری خود را علاوه بر جنبه های علمی و تحقیقاتی به نمایش گذاشت ، موسسات تجاری و بانکها در کشورهای پیشرفته اولین نهادی بودند که تلاش جدی خود را برای استفاده هر چه بیشتر از این جریان بکار انداختند . محصول تلاش آنها نیز همان بانکداری الکترونیک امروزی است . سپس به سرعت مشخص شد که اینترنت بستر بسیار مناسبی برای انواع فعالیتهای بانکداری و اقتصادی بشمار می رود.

بانکداری و تجارت الکترونیک هم اکنون در جهان به عنوان یک بحث بسیار تخصصی و در عین حال ، بسیار پیچیده تبدیل شده ست و تطبیق آن با سیاستهای تجاری و اقتصادی در کشورهای مختلف نیاز به تحقیق و برنامه ریزی دارد . در بررسی تاریخچه تجارت الکترونیک درمیابیم که بورسهای اوراق بهادار نیز موسسات دیگری بودند که به سرعت فعالیت خود را با روند پیشرفت اینترنت هماهنگ کردند و موفق شدند که در عرض مدت کوتاهی ، با توجه به برتریهای اینترنت در مقایسه با روشهای قدیمی ، به دلیل سرعت و دقت بالا ، به موفقیتهای بی نظیری دست یابند.

تجارت الکترونیک ، علی رغم جوان بودن در جهان شناخته شده و در سالهای اخیر رشد فزاینده و غیر قابل پیش بینی داشته است . این رشد تصاعدی حاصل استفاده از یک ابزار ، یعنی اینترنت می باشد . البته تجارت الکترونیک فقط در شاخصه ها یا کشورهای خاصی جا افتاده و استفاده می شود . برای

مثال، در سال ۱۹۹۷ صنعت جهانگردی و توریسم مسئول ۲۰ تا ۳۰ درصد از فروشهای مجازی بودند

ارتباط بین تجارت و تکنولوژی دیر زمانی است که وجود داشته و ادامه دارد. در واقع، یک پیشرفت تکنیکی باعث رونق تجارت شد و آن هم ساخت کشتی بود. در حدود ۲۰۰۰ سال قبل از میلاد، فینیقیان تکنیک ساخت کشتی را بکار بردند تا از دریا بگذرند و به سرزمینهای دور دست یابند. با این پیشرفت، برای اولین بار مرزهای جغرافیایی برای تجارت باز شد و تجارت با سرزمینهای دیگر آغاز گشته و روشهای خلاقانه ای بصورتی گوناگون به آن اضافه شد تا امروز که یکی از محبوبترین روشهای تجارت خرید اینترنتی در دنیای وب است. شما می‌توانید در زمانهای پرت، در هر زمان و مکان حتی با لباس خواب می‌توانید اینکار را بکنید. به معنای واقعی هر کسی می‌تواند صفحه اینترنتی خود را ساخته و کالاهای مورد نیازش را در آن ارائه دهد. البته تاریخچه تجارت الکترونیک با تاریخچه اختراعات قدیمی مثل کابل، مودم، الکترونیک، کامپیوتر و اینترنت پیوند خورده است. تجارت الکترونیک به شکل کنونی در سال ۱۹۹۱ محقق شد. از آن زمان هزاران هزار کسب و کار و تجار وارد این دنیا شده‌اند. در ابتدا تجارت الکترونیک به معنای فرایند انجام اعمال تراکنش الکترونیکی مورد نظر را انجام دادن بود. در واقع تجارت الکترونیک برای اسان سازی معاملات اقتصادی به صورت الکترونیک تعریف شد. استفاده از این فناوری مانند Electronic Data Interchange (EDI) تبادل الکترونیکی اطلاعات و Electronic Funds Transfer (EFT) انتقال الکترونیکی سرمایه، که هر دو در اواخر ۱۹۷۰ معرفی شده‌اند. و به شرکتها و سازمانها اجازه ارسال اسناد الکترونیکی را داد. و اجازه تجارت کردن با ارسال اسناد تجاری مثل

سفارشهای خرید یا فاکتورها را به صورت الکترونیکی، می‌دهد. با رشد و پذیرش کارت اعتباری، Automated teller machine (ATM) ماشین تحویلدار خودکار و تلفن بانک در دهه ۱۹۸۰ باعث فرم‌گیری تجارت الکترونیک شد. نوع دیگر تجارت الکترونیک سیستم رزرواسیون هواپیمایی Sabre در آمریکا و Travicom در بریتانیا، ارایه شده‌است. از دهه ۱۹۹۰ به بعد تجارت الکترونیک شامل اضافاتی مثل enterprise resource planning system (ERP) سیستم برنامه ریزی منابع سرمایه، data mining داده کاوی، data warehousing انبار داده شده‌است. در ۱۹۹۰، Tim Berners-lee مرورگر وب جهان گسترده را اختراع کرد و شبکه ارتباطی اکادمیک را به سیستم ارتباطی هر روز و برای هر شخص در جهان وسیع دگرگون ساخت که اینترنت یا www خوانده می‌شود. سرمایه‌گذاری تجاری بروی اینترنت بخاطر کافی نبودن سرمایه‌گذاری کاملاً محدود شده بود. اگر چه اینترنت محبوبیت جهانی گسترده‌ای در حدود ۱۹۹۴ با استفاده از مرورگر وب Mosaic پیدا کرده بود. معرفی پروتکل‌های امنیتی (و DSL اشتراک خط دیجیتال) که ارتباط مستمر را با اینترنت را اجازه می‌داد حدود ۵ سال طول کشید.. البته در سال ۲۰۰۰ بحران The dot-com bust باعث برشکستگی خیلی از شرکت‌های تجاری بزرگ و نتایج ناگواری را بوجود آورد، باعث بازبینی قوانین و افزایش مزایا و امکانات تجارت الکترونیک کردند و تا انتهای سال ۲۰۰۰، خیلی از شرکت‌های تجاری آمریکایی و اروپایی سرویس‌هایشان را از طریق اینترنت ارایه دادند. از آن موقع مردم به کلمه‌ای به عنوان تجارت الکترونیک با توانایی خرید کالاهای گوناگون از طریق اینترنت با استفاده از پروتکل‌های امنیتی و سرویس‌های پرداخت الکترونیکی که در آن مشارکت کردند، آشنا شدند. و از این زمان رقابت شدید بین شرکت‌ها و سازمانها

شدت گرفتن با گذشت زمان هم این رقابت تنگتر شده است. جالب این که تا پایان سال ۲۰۰۱ بیش از ۲۲۰ میلیارد دلار معاملات مالی توسط صدها سایت تجاری بر روی اینترنت انجام پذیرفته است و در همین سال مدل تجارت الکترونیک B۲B دارای در حدود ۷۰۰ میلیارد تراکنش بود. و در سال ۲۰۰۷ سهم تجارت الکترونیک در خرده فروشی کل دنیا ۳/۴٪ بوده است که انرا در سال ۲۰۱۰، ۵/۱٪ اعلام نمودند که این امار رشد سریع این شیوه تجارت کردن را می رساند.

به طور کلی ، روندهای پیدایش و شکل گیری تجارت الکترونیک به ۵ مرحله زیر قابل تقسیم بندی است :

مرحله اول - پیدایش شبکه های خصوصی : اولین گام ها در پیدایش تجارت الکترونیک در دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی و توسط برخی از دولت ها و تاجران بزرگ بین المللی که می کوشیدند تا تبادل اطلاعات و امنیت مربوط به آن را توسعه بخشند ، برداشته شد . در این راستا ، مبادله الکترونیک داده ها که در محدوده شبکه های خصوصی و محدود انجام می گرفت ، به عنوان بستر و استاندارد اولیه برای نسل اول تجارت الکترونیک مورد استفاده قرار گرفت . البته در آن مرحله هزینه بالا و پیچیده بودن سیستم ، مانع گسترش آن شد و تنها تعداد کمی از سازمان ها ، نظیر شرکت های مالی از آن استفاده می کردند .

مرحله دوم - پیدایش پست الکترونیک و چت : این مرحله مربوطه به اواخر دهه ۸۰ و اوایل دهه ۹۰ میلادی است که طی آن نسل اول مخابره اخبار همچون پست الکترونیک و چت کردن به وجود آمد . در این مرحله استفاده از وب در میان دانشگاهیان و اعضا مراکز علمی و تحقیقاتی و آموزشی رواج یافت.

مرحله سوم - ظهور مرورگرها : در سال ۱۹۹۵ میلادی که ظهور مرورگرها در وب براساس پروتکل انتقال فوق متن به وقوع پیوست و ایجاد صفحات میزبان به عنوان یکی از ضروری ترین بخش های سایت های وب در این سال انجام گرفت ، به عنوان مرحله سوم پیدایش تجارت الکترونیک به شمار می رود.

مرحله چهارم - شروع فعالیت سایت های خرده فروشی : این مرحله از اواسط دهه ۱۹۹۰ آغاز شد و در طی آن ، اولین سایت های خرده فروشی در تجارت الکترونیک به نام سایت های دات کام فعالیت خود را برای انجام معاملات اقتصادی کوچک شروع کردند . فعالیت های این سایت ها و نتایج حاصل از آنها ، شرکت های بزرگ تر را تشویق نمود تا وارد عرصه تجارت الکترونیک شوند و محصولات و خدمات خود را بر روی وب عرضه کنند . این مرحله اولین قدم برای توسعه واقعی تجارت الکترونیک قلمداد می گردد.

مرحله پنجم - تعریف مدل های تجارت الکترونیک : اواخر دهه ۱۹۹۰ میلادی زمان آغاز این مرحله می باشد که طی آن ، تجار بزرگ و سازمان ها دریافتند که تجارت الکترونیک به صورت مدل تجارت - تجارت همانند مدل تجارت - مصرف کننده می تواند فعال شده و مورد استفاده قرار گیرد.

به این ترتیب وب به عنوان جایگاه اصلی برای نسل اولیه بازارهای حراجی ، معاملات تجارت - تجارت و همچنین تجارت با مصرف کننده معرفی و مورد استفاده قرار گرفت.

در نیمه دوم دهه ۹۰ (میلادی) کاربران و شرکتهای به صورت روزافزونی با نوآوری ها و ارتقاء تکنولوژی اطلاعاتی به عنوان بستر مدل های تجارت الکترونیک روبرو شدند. در این دوره یکی از مهمترین تحولات

در اینترنت، به عنوان یکی از بسترهای تجارت الکترونیک، رخ داد. این تحول افزوده شدن قابلیت پردازش به مسایل اطلاعاتی بود. وجود قابلیت پردازش امکانات زیادی را برای تجارت الکترونیک ایجاد نمود و باعث گسترش مدل‌های تجارت الکترونیک و افزایش کارایی این مدل‌ها گردید. در این دوره مدل‌های تجارت الکترونیک و حجم مبادلات انجام شده توسط این مدل‌ها به صورت نمایی رشد پیدا کرد. عموم شرکتهای بزرگ و موفق که موفقیت خود را مدیون مدل‌های تجارت الکترونیکی بوده اند، در نیمه دوم دهه ۹۰ پا به عرصه وجود نهاده اند.

سیر زمانی

۱۹۷۹ Michael Aldrich: خرید آنلاین را اختراع کرد

۱۹۸۱ Thomson Holidays: اولین خرید آنلاین B ۲ B را در بریتانیا ایجاد کرد .

۱۹۸۲ Minitel: سیستم سراسر کشور را در فرانسه بوسیله France Telecom و برای سفارش گیری آنلاین استفاده شده است .

۱۹۸۴ Gateshead: اولین خرید آنلاین B ۲ C را بنام SIS/Tesco و خانم Snowball در ۷۲ اولین فروش خانگی آنلاین را راه انداخت .

۱۹۸۵ Nissan: فروش ماشین و سرمایه گذاری با بررسی اعتبار مشتری به صورت آنلاین از نمایندگی

های فروش

۱۹۸۷ Swreg: شروع به فراهم آوردن و مولف های اشتراک افزار و نرم افزار به منظور فروش آنلاین محصولاتشان از طریق مکانیسم حسابهای الکترونیکی بازرگانی .

۱۹۹۰ Tim Berners-Lee: اولین مرورگر وب را نوشت، وب جهان گستر، استفاده از کامپیوترهای جدید

۱۹۹۴: راهبر وب گرد Netscape: در اکتبر با نام تجاری Mozilla ارایه شد Pizza Hut . در صفحه وب سفارش دادن آنلاین را پیشنهاد داد . اولین بانک آنلاین باز شد . تلاشها برای پیشنهاد تحویل گل و اشتراک مجله به صورت آنلاین شروع شد . لوازم بزرگسالان مثل انجام دادن ماشین و دوچرخه به صورت تجاری در دسترس قرار گرفت Netscape . ۱/۰ در اواخر ۱۹۹۴ با رمزگذاری SSL که تعاملات مطمئن را ایجاد می کرد، معرفی شد .

۱۹۹۵ Jeff Bezos , Amazon.com: و اولین تجارتی ۲۴ ساعته رایگان را راه انداخت . ایستگاه های رادیوی اینترنتی رایگان، رادیو HK و رادیو های شبکه ای شروع به پخش کردند Dell . و Cisco به شدت از اینترنت برای تعاملات تجاری استفاده کردند eBay . توسط Pierre Omidyar برنامه نویس کامپیوتر به عنوان وب سایت حراج بنیانگذاری شد .

۱۹۹۸: توانایی خریداری و بارگذاری تمبر پستی الکترونیکی برای چاپ از اینترنت . گروه Alibaba در چین با خدمات B۲ B و B۲ C و C۲C را با سیستم خود تاییدی تاسیس شد .

۱۹۹۹ Business.com: به مبلغ ۷/۵ میلیون دلار به شرکتهای الکترونیکی فروخته شد. که در سال ۱۹۹۷ به ۱۴۹۰۰۰ دلار خریداری شده بود. نرم افزار اشتراک گذاری فایل Napster راه اندازی شد. فروشگاه های ATG برای فروش اقلام زینتی خانه به صورت آنلاین راه اندازی شد.

: The dot-com bust ۲۰۰۰

۲۰۰۲: ای بی برای پی پال ۱/۵ میلیون دلار بدست آورد Niche. شرکت های خرده فروشی و فروشگاه های CSN و فروشگاه های شبکه ای را با منظور فروش محصولات از طریق ناحیه های هدف مختلف نسبت به یک درگاه متمرکز.

۲۰۰۳ Amazon.com: اولین سود سالیانه خود را اعلان کرد.

۲۰۰۷ Business.com: بوسیله R.H. Donnelley با ۳۴۵ میلیون دلار خریداری شد.

۲۰۰۹ Zappos.com: توسط Amazon.com با قیمت ۹۲۸ میلیون دلار خریداری شد. تقارب خرده فروشان و خرید اپراتورهای فروش وبسایتهای خصوصی RueLaLa.com بوسیله GSI Commerce به قیمت ۱۷۰ میلیون دلار بعلاوه سود فروش از سال ۲۰۱۲.

۲۰۱۰ Groupon: گزارش داد پیشنهاد ۶ میلیارد دلاری گوگل را رد کرده است. در عوض این گروه طرح خرید وب سایتهای IPO را تا اواسط ۲۰۱۱ دارد.

۲۰۱۱: پروژه تجارت الکترونیک امریکا و خرده فروشی آنلاین به ۱۹۷ میلیارد دلار رسیده است که نسبت به ۲۰۱۰ افزایش ۱۲ درصدی داشته است Quidsi.com, parent company of.

Diapers.com توسط Amazon.com به قیمت ۵۰۰ میلیون بعلاوه ۴۵ میلیون بدهکاری و تعهدات دیگر خریداری شد.

مزایا و معایب تجارت الکترونیک :

سوالی که ممکن است هم اینک مطرح شود این است که تجارت الکترونیک غیر از مواردی که پیش از این به آن اشاره شد چه فایده ای دارد .

۱ . افزایش فروش

۲ . افزایش درآمد

۳ . افزایش سرمایه گذاری

۴ . افزایش سطح رفاه زندگی مردم

۵ . ایجاد فرصتهای تجاری جدید برای صنایع و بنگاههای بازرگانی

۶ . افزایش فرصتهای جدید شغلی

۷ . امکان ارائه خدمات و محصولات در سطح جهانی

۸ . جلوگیری از اتلاف وقت و کاهش تردهای بی مورد

۹ . کاهش هزینه های سربار و ایجاد رقابت در سطح بین الملل

کسب درآمد از اینترنت

۱۰ . دسترسی سریع به اطلاعات

۱۱ . عدم حضور واسطه

۱۲ . کاهش هزینه های تبلیغات

۱۳ . ورود به بازارهای فرا منطقه ای در جهت بازاریابی جهانی

با افتتاح فروشگاه اینترنتی شما این قابلیت را دارید که با هزینه ای کم کالا و سرویس خود را در تمامی نقاط دنیا بازاریابی کنید و به فروش برسانید . در واقع شما مغازه ای دارید که در کل زمان روز و شب باز است و مراجعه کنندگان آن از تمام نقاط دنیا هستند ! یعنی میتوانید مطمئن شوید که یک تجارت راه اندازی کرده اید در تجارت الکترونیکی دیگر نیازی به واسطه و دلال برای فروش کالا نیست . وقتی در خرید و فروش سنتی رفت و آمدها میشد در تجارت الکترونیکی صرف شناسایی نیازهای مشتری شود

تجارت الکترونیکی وارد شدن به بازارها را آسان کرده ، خریدار اینترنتی میتواند تنها با یک اتصال اینترنت از سرتاسر دنیا به فروشگاه شما متصل می گردد .

تجارت الکترونیکی موقعیت های تجاری جدید برای کارآفرینان در اینترنت ایجاد می کند با تجارت الکترونیک فروشنده قادر به تجزیه و تحلیل بهتر از نیازهای مشتری خواهد بود و خریدار اینترنتی قادر به ارزیابی بهتر قیمت ها و محصول مورد نیاز خود می باشد . البته همچون تمام فناوریها و تکنولوژیهای

ساخت بشر معایی هم در استفاده از تجارت الکترونیک وجود دارد ، برخی از این معایب به قرار زیر است:

۱ . کاهش میزان تولید

۲ . تاثیر ناشناخته آن بر روابط اجتماعی انسان

۳ . کاهش تولید شرکتهای ورشکسته

۴-۱ بسترهای لازم برای تجارت الکترونیک :

- یک سیستم بانکی روان و دقیق

- قوانین گمرکی ، مالیاتی و بانکداری الکترونیکی

- کد تجاری محصول و ایجاد امنیت اطلاعات

- تهیه و تدوین نظام مالی اطلاعات و نظام حقوقی اطلاع رسانی (کپی رایت)

- محرمانه بودن اطلاعات شخصی

- تطبیق مقررات ملی با مقررات متحدالشکل بین المللی

- همکاری دانشگاهها ، مراکز تحقیقاتی و سازمانهای مختلف

- پذیرش اسناد الکترونیکی توسط قوه قضاییه

- تامین ، صدور و بکارگیری کارت هوشمند

تامین خطوط ارتباطی پر سرعت و مطمئن و اغیجاد بستر مخابراتی به شکل بی سیم . -

محدودیت‌های تجارت الکترونیکی :

تجارت الکترونیک هم محدودیت‌های تکنولوژی و هم محدودیت های غیر تکنولوژی دارد . محدودیت های اصلی تجارت الکترونیک در زیر بیان شده است . اما با وجود این محدودیت ها ، پیشرفتهای هر روزه در فناوریهای جدید که موجب حذف قسمت زیادی از هزینه ها در تجارت الکترونیک می شود ، موجب شده استفاده کنندگان از تجارت الکترونیک هر روز بیشتر شود . محدودیت های تجارت الکترونیک محدودیت‌های تکنولوژیکی تجارت الکترونیک محدودیت‌های غیر تکنولوژیکی تجارت الکترونیک عبارتند از:

۱- استانداردهای مورد قبول عام برای کیفیت ، امنیت . اعتبار وجود ندارد

۲- نگرانی ، از امنیت مصرف کننده ها را از خرید می ترساند

۳- پهنای باند کافی وجود ندارد

۴- در تجارت الکترونیک فروشنده ناشناس است

۵- ابزارهای نرم افزاری در حد مورد قبول نیست

۶- سود تجارت الکترونیک به سادگی قابل اندازه گیری نیست

۷- هنوز مشکلاتی در تطابق اینترنت و نرم افزارهای تجارت الکترونیک با برخی برنامه ها و پایگاههای

داده وجود دارد

۸- برخی خریدارها مایلند محصول خریده شده را لمس کنند و خود را با تجارت الکترونیک وفق نمی

دهند

۹- اینترنت هنوز گران است

۱۰- مردم هنوز به تبدلات بدون کاغذ اعتماد ندارند

های خاص دارد Web server ۱۱- علاوه بر سرویس دهنده ها شبکه نیاز به

۱۲- با کمبود فروشنده و خریدار مواجهیم

تجارت الکترونیک و انواع آن, تجارت اینترنتی, تجارت آنلاین

تجارت الکترونیک و انواع آن - طراحی سایت و پرتال پرنیان و بدر یک تعریف ساده ، تجارت الکترونیکی

را می توان انجام هرگونه امور تجاری و بازرگانی به صورت Online و از طریق شبکه جهانی اینترنت بیان

کرد. این تکنیک در سال های اخیر در بستر Inntement رشد فزایندهای داشته است. این امر می تواند

شامل خرید و فروش عمده یا خرده کالاهایی فیزیکی و غیر فیزیکی (نظیر اتومبیل و یا نرم افزارهای کامپیوتری) ، ارائه سرویس های مختلف به مشتریان (نظیر مشاوره های پزشکی یا حقوقی) و دیگر موارد تجاری (هم چون تبادل کالا به کالا راه اندازی مناقضات و مزایادات) باشند. هدف از به کارگیری تجارت الکترونیکی، گسترش روش های قدیمی تجارت نیست، بلکه ارائه روش جدید در انجام امور بازرگانی محسوب می شود. به واسطه این روش جدید جوانان قادرند که محصولات و خدمات خود را به شکل تمام وقت به تمام خریداران در سراسر جهان مستقل از مرزهای جغرافیایی و ملیت ها عرضه کنند. بسیاری از مردم، تجارت الکترونیکی را منحصر به خرید و فروش از طریق شبکه اینترنت می دانند، در حالی که این امر فقط بخش کوچکی از تجارت الکترونیک را تشکیل می دهد و این مفهوم اکنون گستره وسیعی از جنبه های مختلف تجاری و اقتصادی را دربرگرفته است. به سادگی می توان هر گونه تراکنش مالی، تجاری بین موسسات و افراد مختلف را در حیطه تجارت الکترونیک گنجانند.

بر مبنای تعریفی که کنسرسیوم صنعت Commercenet از تجارت الکترونیکی ارائه می دهد این نوع تجارت عبارت است از استفاده از کامپیوترهای یک یا چند شبکه برای ایجاد و انتقال اطلاعات تجارت که بیشتر با خرید و فروش اطلاعات، کالا و خدمات از طریق اینترنت مرتبط است. رسالت تجارت الکترونیکی فقط ارتباط نیست بلکه پی ریزی و تقویت روابط تجاری است. تجارت الکترونیکی در حال تغییر روش های تجارت خرید و حتی تغییر نحوه تفکر ماست. پس تعریف جامع تر از تجارت الکترونیک

عبارت است از تبادل اطلاعات تجاری و فروش اطلاعات خدمات و کالا با استفاده از شبکه جهانی اینترنت.

انواع تجارت الکترونیک:

۱) تجارت : Consumer to Consumer انجام مزایده و مناقصه کالاها از طریق اینترنت در این گروه از تجارت الکترونیکی می گنجد نمونه ای از این نوع تجارت الکترونیکی که در حال حاضر به سرعت در حال رشد است را می توان در سایت ebay مشاهده کرد.

۲) تجارت : Business to Administration این نوع تجارت شامل تمام تراکنش های تجاری، مالی بین شرکت ها و سازمان های دولتی است. تامین نیازهای دولت توسط شرکت ها و پرداخت عوارض و مالیات ها از جمله مواردی است که می توان در این گروه گنجانند. این نوع تجارت الکترونیک در حال حاضر دوران کودکی خود را می گذارند ولی در آینده ای نزدیک و بعد از آنکه دولت ها به ارتقای ارتباطات خود به واسطه تجارت الکترونیکی توجه نشان دهند به سرعت رشد خواهد کرد.

۳) تجارت : Consumer to Administration این گروه هنوز پدیدار نشده است ولی به دنبال رشد انواع B to A و B to C دولت ها احتمالاً تراکنش های الکترونیکی را به حیثه هایی همچون جمع آوری

کمک های مردمی، پرداخت مالیات بر درآمد و هرگونه امور تجاری دیگری که بین دولت و مردم انجام می شود گسترش خواهند داد.

۴) : Business to Government این نوع تجارت رد و بدل کردن اطلاعات تجاری بین تاجر تولید کننده و دولت است. تاجر تولید کننده، تصویر و توضیحات کالا را قرار می دهد و امکان تماس مستقیم با خود را با ارائه تلفن، فکس، پست الکترونیک و... ایجاد می کند. بعدا دولت به عنوان مصرف کننده برای واحدهای تحت پوشش خود کالا را خریداری می نماید. خرید و فروش در این سیستم به صورت عمده و ارسال و دریافت پول از طریق سیستم سنتی (عموما بانک هاست، همچنین حمل و تحویل کالا به روش سنتی (عموما از طریق کشتی، کانتینر یا هواپیما) است. مشخصه های عمده این نوع تجارت عبارتند از: حذف واسطه ها و دلال ها بین تولیدکننده و دولت. امکان جست و جو و تحقیق بسیار سریع برای دولت جهت دستیابی به کالای با کیفیت و بهای مناسب. امکان ارتباط مستقیم بین تولید کننده جهت دریافت نظرات دولت نسبت به کالای ارائه شده.

۵) : To Business Government این نوع تجارت رد و بدل کردن اطلاعات تجاری بین دولت به عنوان تولیدکننده کالا و تاجر به عنوان خریدار کالا است. دولت به عنوان تولیدکننده کالا مشخصات و تصاویر کالا را در سایت خود قرار داده و تاجر به عنوان خریدار کالا عمل می کند ولی بدیهی است خود مصرف

کننده نیست و وی در نظر دارد این کالا را به تنهایی یا به همراه کالاهای دیگر به مشتری مصرف کننده و به صورت تک فروشی بفروشد. حذف واسطه و دلال های بین دولت و تاجر امکان ارتباط مستقیم بین دولت و تاجر جهت دریافت نظرات تاجر نسبت به کالای ارائه شده.

۶) To Client Government : این نوع تجارت دریافت بهای خدمات و کالای تولید شده توسط دولت از مصرف کننده است. دولت به عنوان مصرف کننده یک سری خدمات و کالاهای انحصاری به مصرف کننده امکان پرداخت بهای آن را به صورت مستقیم (Online) می دهد. دریافت پول از طریق یک واسطه به نام سیستم بانکی تجاری (merchant account) انجام می شود. ارائه خدمات و کالاها به طریق سنتی انجام می شود. مشخصه بارز این نوع تجارت عبارتست از: پرداخت مبلغ مورد نیاز به سهولت و از پشت کامپیوتر شخصی خود با داشتن کارت قابل شناسایی سیستم بانکی تجاری و صرفه جویی در وقت و انرژی مثل پرداخت قبوض آب، برق، تلفن، گاز، مالیات و...

۷) تجارت : Bussiness to Business این نوع تجارت رد و بدل اطلاعات تجاری بین دو تاجر یا دو شرکت می باشد. تاجر اول که خود تولیدکننده است و در سایت خود تصویر و توضیحات کالا را قرار داده و امکان برقراری تماس مستقیم خود را با ارائه تلفن، فاکس، پست الکترونیک و... ایجاد می کند. تاجر دوم که خریدار است ولی خود مصرف کننده نیست و در نظر دارد این کالا را به تنهایی یا به همراه

کالاهای دیگر به مشتری مصرف کننده و به صورت عمده بفروشد. خرید و فروش در این سیستم به صورت عمده می باشد. ارسال و دریافت پول از طریق سیستم سنتی (عموما بانک ها و از طریق گشایش اعتبار) است. حمل و تحویل کالا به روش سنتی (عموما از طریق کشتی، کانتینر و یا هواپیما) است. مشخصه های عمده این نوع تجارت سه مطلب است: حذف واسطه و دلال های بین تولید کننده و خریدار اصلی. امکان جست و جو و تحقیق بسیار سریع برای خریدار جهت دستیابی به کالای با کیفیت و بهای مناسب. امکان دریافت اطلاعات و نظرات خریدار جهت تولیدکننده پس از فروش کالا به این ترتیب می تواند کیفیت کالای خود را مطابق ایده های خریدار تغییر دهد. مثال این نوع تجارت در تجارت سنتی ایران مثل فروش کالای کارخانه های تولید لوازم خانگی به فروشگاه ها می باشد همچنین نمونه ای دیگر از این نوع تجارت، عملکرد شرکتی است که از این شبکه برای انجام سفارش به تولیدکنندگان دریافت پیش فاکتور و فاکتور خرید و همچنین پرداخت هزینه های استفاده از EDI انجام می شود ولی در واقع از پنج یا شش سال پیش به شکل امروزی خود درآمده است. شرکت Cisco یکی از اولین شرکت های بزرگی بود که در جولای ۱۹۹۶ سایت تجارت الکترونیکی خود را راه اندازی کرد، بعد از آنکه تلاش جدی بقیه شرکت ها برای چنین امری آغاز شد. یک ماه بعد Microsoft نرم افزار تجاری خود را که امکان انجام فروش از طریق اینترنت را می داد به بازار عرضه کرد. اکنون زمان آن بود که مسائل مالی و بانکی نیز مطرح شود. سپس IBM یک سیستم شبکه اقتصادی راه اندازی کرد و شروع به بازاریابی برای استراتژی های تجارت الکترونیکی خود کرد. شرکت نیز با همکاری شرکت First

Data Crop و برای رقابت با IBM سیستم MSFDC را به بازار عرضه کرد. تجارت الکترونیک به سرعت در حال رشد بود.

۸) تجارت : Business to Consumer بیشترین سهم در انجام تجارت الکترونیکی از نوع B To C را خرده فروشی تشکیل می دهد. تجارت بین فروشنده و خریدار که در حال حاضر جزو متداول ترین تراکنش ها در حیطه تجارت الکترونیکی بر روی اینترنت است و یک نوع B To C محسوب می شود این نوع تجارت به معنای ارتباط مستقیم مصرف کننده تنهایی با تاجر یا تولید کننده و پرداخت بهای کالا از طریق اینترنت می باشد. تاجر یا تولید کننده در سایت تصویر و توضیحات و بهای کالا را قرار داده و امکان خرید آن را به صورت مستقیم (Online) را بری مصرف کننده ایجاد می کند. خرید و فروش در این سیستم به صورت تک فروشی می باشد. ارسال و دریافت پول از طریق یک واسطه به نام سیستم بانکی تجاری انجام می شود از سوی دیگر حمل کالا از طریق پست یا توسط خود شرکت انجام می گیرد.

مشخصه های عمده این نوع تجارت سه مطلب زیر است : حذف واسطه بین تولیدکننده و مصرف کننده، پرداخت مبلغ مورد نیاز به سهولت و از پشت کامپیوتر شخصی خود با داشتن کارت قابل شناسایی سیستم بانکی (Merchant Account) و صرفه جویی در وقت و هزینه. امکان ارتباط مستقیم مصرف کننده، با

تولید کننده درجهت دریافت نظرات مصرف کننده نسبت به کالاهای ارائه شده. مبالغ دراین نوع تجارت برای هر تراکنش پایین بوده و به عنوان تک فروشی باید باشد زیرا:

مشتری جهت خرید مستقیم (Online) برای پرداخت مبالغ بالا به این روش، ریسک نمی کند. سیستم بانکی تجاری بابت ارائه این سرویس بین ۲ تا ۱۰ درصد از هر معامله کم کرده و به تولید کننده بازپرداخت می کند. این نوع تجارت با گسترش Web به سرعت افزایش کرد و اکنون به راحتی می توان انواع و اقسام از شیرینی گرفته تا اتومبیل و نرم افزارهای کامپیوتری را از روی اینترنت خریداری کرد. B To C از چندین سال پیش با راه اندازی سایت هایی چون Amazon و CDNOW آغاز شد. اغراق نیست اگر پیشگام درامر B To C را "جف بزوس" بدانیم که در سال ۱۹۹۴ شرکت Amazon را بنا نهاد. وی که یک تاجرکم تجربه در امر خرده فروشی بود سایت خود را فقط با هدف فروش کتاب از طریق اینترنت راه اندازی کرد. این ایده ساده مقدمه ای بود برای تحول جهانی.

تجارت الکترونیکی به صورت فروش روی یک خط:

تجارت الکترونیکی به طور دقیق انجام کارهای تجاری به صورت خط یا خرید و فروش محصولات و خدمات از طریق ویتترین های وب است. کالاهایی که به این شکل خرید و فروش می شوند کالاهای

فیزیکی مانند اتومبیل یا خدمات تنظیم برنامه مسافرت، مشاور پزشکی روی خط یا آموزش از راه دور است. نوع دیگر کالا که به شکلی روزافزون روی شبکه اینترنت خرید و فروش می شود کالای رقمی است. اخبار، صورت تصویر، پایگاه داده، نرم افزار و تمام محصولات مبتنی بر دانش مثال هایی از کالای رقمی است. بدین ترتیب تجارت الکترونیک همانند فروش کاتالوگ یا فروش خانگی از طریق تلویزیون به نظر می رسد.

تجارت الکترونیکی در قالب خرید و فروش:

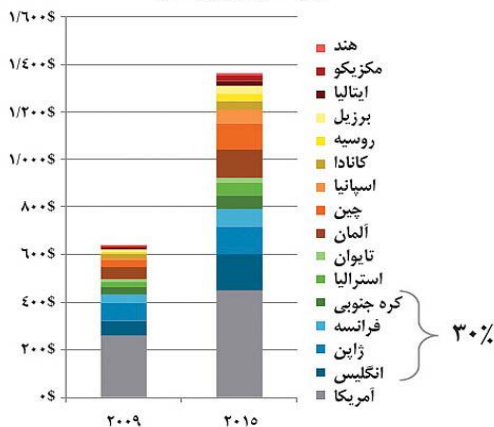
تجارت الکترونیکی و خرید و فروش کالا به صورت روی خطی محدود نمی شود. به عنوان مثال یک فروشگاه روی وب نه تنها در سراسر جهان مشتری دارد بلکه با تولیدکنندگان، حسابداران، خدمات، پرداخت وجه، موسسات دولتی و رقبای تجاری خود به صورت روی خط در ارتباط است. تمام این بخش ها که در مراحل تجاری تولید و مصرف شرکت دارند باید تغییر کند و این تغییر تمام شرکت ها و موسساتی را که خود بخشی از تجارت الکترونیکی نمی دانند دربر خواهد گرفت. علاوه بر این تجارت الکترونیکی تغییرات چشمگیری در شیوه سفارش توزیع و تبادل کالا و شیوه جست و جوی و معامله و مصرف کالاها و خدمات به وجود خواهد آورد.

تجارت الکترونیکی در دنیا

آنقدر سایت‌های فروش اینترنتی در فضای مجازی کشور زیاد است که مشخص نیست کدام یک از دیگری برتر است یا به کدام یک می‌توان بیشتر اعتماد کرد. اما سوالی که با دیدن این انبوه سایت به ذهن خطور می‌کند این است که چرا با افزایش حجم سایت‌هایی که در این زمینه فعالیت می‌کنند و دعوت کاربران به خرید اینترنتی، پیشرفتی در حوزه تجارت الکترونیکی کشور حاصل نشده است. اثبات این ادعا هم، جایگاه ایران در رتبه‌بندی جهانی در زمینه حجم تجارت الکترونیک است. جدیدترین آماري که جایگاه ایران در حوزه تجارت الکترونیک را مشخص می‌سازد، اظهارات برخی مسوولان دولتی در ششمین همایش تجارت الکترونیک است. براین اساس گفته شده است که در سال ۲۰۱۰، ایران در تجارت الکترونیک در جایگاه ۱۰۲ قرار داشته که این جایگاه در حال حاضر به رتبه ۱۰۰ رسیده است.

نبود آمار رسمی

حجم سرمایه گذاری کشورهای در حوزه تجارت الکترونیک
(براساس میلیون دلار)



۳۰ درصد کل سرمایه گذاری در زمینه تجارت الکترونیک توسط این چهار کشور انجام می‌شود

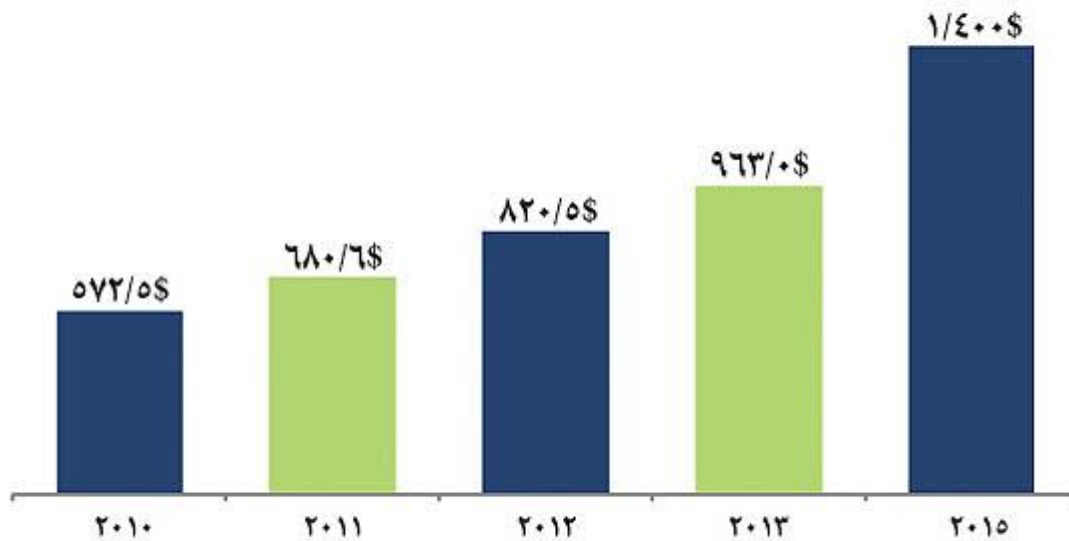
منبع: Cisco

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

دسترسی به یک آمار رسمی در خصوص فعالیت‌های انجام شده در حوزه‌های مختلف و مخصوصاً حوزه اقتصادی چندان کار آسانی نیست. حجم تجارت الکترونیکی در ایران با توجه به اینکه زیرمجموعه‌ای از اقتصاد کشور محسوب می‌شود از این قاعده مستثنا نیست. شاید به تنها آماری که در زمینه تجارت الکترونیک می‌توان به آن استناد کرد، مربوط به اظهارات مسوولان کشور در ششمین همایش ملی تجارت و اقتصاد الکترونیکی باشد. محسن رضایی، دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام، در این همایش با اشاره به اینکه تجارت الکترونیکی بر کاهش بیکاری و افزایش تولید و اشتغال تاثیرگذار است، اظهار کرده بود که در سال ۲۰۱۰ رتبه ایران در تجارت الکترونیک دنیا ۱۰۲ بود که اکنون به رتبه ۱۰۰ رسیدیم و با وجود اینکه سرعت ما رو به جلو است اما از سرعت کمتری در مقایسه با دیگر کشورهای منطقه برخورداریم. یکی دیگر از آمارهایی که در زمینه تجارت الکترونیک کشور در سال گذشته منتشر شد، مربوط به گزارش شرکت پست کشور بود. براساس اظهارات مسوولان شرکت پست، این شرکت از سال ۸۲ مطالعه در زمینه تجارت الکترونیکی را در دستور کار خود قرار داده و در سال ۸۶ بعد از اجرای آزمایشی، خرید و فروش اینترنتی را آغاز کرده است. در این مدت شرکت پست شش میلیون و ۲۰۰ هزار سفارش خرید اینترنتی دریافت کرده و حجم تجارت الکترونیکی که به واسطه این شرکت انجام شده، به ۶۷ میلیارد تومان رسیده است. این شرکت در سال گذشته نزدیک به دو میلیون سفارش خرید کالا با ارزش ۳۰ میلیارد تومان دریافت کرده که در مقایسه با سال قبل از آن یعنی سال ۸۹ از رشد نسبتاً خوبی برخوردار بوده است. چرا که طی آن سال شرکت پست یک میلیون و ۶۰۰ هزار سفارش خرید اینترنتی به ارزش کالایی ۱۷ میلیارد تومانی گرفته بود.

درآمد جهانی از تجارت الکترونیک (میلیارد دلار)



رشد تجارت الکترونیک جهانی

در حالی که حجم تجارت الکترونیک کشور آن هم توسط شرکت پست به ۶۷ میلیارد تومان (حدود ۴ میلیون دلار) می‌رسد. حجم معاملات الکترونیکی دنیا در سال گذشته برابر با ۸/۳ تریلیون دلار بوده است. همچنین با توجه به تحقیقات صورت گرفته توسط شرکت Invesp، این شرکت پیش‌بینی کرده که میزان درآمدهای حاصل از تجارت الکترونیک در سال‌های آینده رشد چشمگیری خواهد داشت. این

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

شرکت با توجه به بهبود زیرساخت‌ها، کاربران اینترنتی، افزایش خدمات اینترنتی و سایر شرایط موثر، میزان درآمد حاصل از تجارت الکترونیکی جهانی را تا سال ۲۰۱۵ پیش‌بینی کرده است. به گفته این شرکت، با رشد ۲۰/۵ درصدی، میزان فروش تا سال ۲۰۱۲ به ۸۲۰/۵ میلیارد دلار و با رشد ۱۰۶ درصدی، این میزان تا سال ۲۰۱۵ به ۱/۴ تریلیون دلار خواهد رسید. که این به نوبه خود افق پرامیدی برای تجارت الکترونیکی جهان و رشد اقتصاد جهانی محسوب می‌شود. (جدول شماره یک)

شاید این فاصله زیاد میان حجم تجارت الکترونیک ایران با جهان نگران‌کننده به نظر برسد، اما مسوولان وزارت صنعت، معدن و تجارت و همچنین مسوولان وزارت ارتباطات اعلام می‌کنند که با در نظر گرفتن برنامه‌های ویژه، ایران به زودی در حوزه تجارت الکترونیک پیشرفت قابل ملاحظه‌ای خواهد داشت. برای مثال مسوولان وزارت ارتباطات اعلام کرده‌اند که در برنامه پنج ساله پنجم، پیش‌بینی شده تا ۲۰ درصد تجارت داخلی و ۳۰ درصد تجارت خارجی باید به صورت الکترونیک انجام شود و هم‌اکنون نیز دولت نگاه ویژه‌ای به موضوع تجارت الکترونیک دارد.

به دنبال فرهنگ و اطلاع‌رسانی

بسیاری از مسوولان دولتی و خصوصی فعال در حوزه تجارت الکترونیک، اظهار می‌کنند که شاید ایران جایگاه مطلوبی در حوزه تجارت الکترونیکی نداشته باشد اما با یک نگاه گذرا به میزان فعالیت‌هایی که کاربران از طریق اینترنت انجام می‌دهند یا رشد بانکداری الکترونیک، می‌توان دریافت که کشور رشد خوبی در زمینه تجارت الکترونیک داشته است. عبدالکریم نعناکار، معاون سابق مرکز تجارت الکترونیک وزارت صنعت، معدن و تجارت در خصوص وضعیت کشور در حوزه تجارت الکترونیک می‌گوید: «اگر

نگاه گذرا به رشد سایت‌های فعال در زمینه خرید اینترنتی داشته باشید و همچنین رشد فعالیت بانکداری الکترونیک، متوجه خواهید شد که کشور در این زمینه قدم‌های قابل توجهی را برداشته است»

به باور وی شاید علت اصلی عدم رشد و تاخیر در اجرای تجارت الکترونیک در کشور، به بی‌اعتمادی مدیران ارشد نسبت به تجارت الکترونیک باز گردد و اینکه آنها شناختی نسبت به این حوزه ندارند. نعناکار در ادامه با اشاره به فراهم بودن زیرساخت‌های تجارت الکترونیک در کشور می‌افزاید:

«در حال حاضر بسیاری تاخیر در گسترش تجارت الکترونیک را به نبود امضای دیجیتال ارتباط می‌دهند و این درحالی است که از حدود یک سال پیش زیرساخت لازم برای ارائه امضای الکترونیک به کسب‌وکارهای مختلف فراهم شده است اما هیچ یک از فعالان به دلیل عدم آگاهی حاضر به استفاده از این امضا نیستند.» در همین زمینه احمد علم‌زاده، مدیرعامل مرکز ملی شماره‌گذاری کالا و خدمات ایران، بزرگ‌ترین عامل تاخیر در گسترش تجارت الکترونیک در کشور را به عدم همگرایی و هماهنگی بین ذی‌نفعان مختلف در بخش خصوصی و دولتی ارتباط می‌دهد و می‌گوید: شاید زیرساخت‌های انجام تجارت الکترونیک در کشور فوق‌العاده نباشد اما می‌توانم این اطمینان را بدهم که مسوولان مربوطه تمام تلاش خود را برای پیاده‌سازی زیرساخت‌های مورد نیاز در حوزه تجارت الکترونیک انجام داده‌اند اما به دلیل عدم اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی مناسب، بسیاری از این زیرساخت‌ها بدون استفاده مانده است.

تجارت الکترونیک در ایران

نکته مهم در بحث تجارت الکترونیک در ایران، دولتی بودن آن است. تجارت الکترونیک در حالی حدود ۵ سال است در کشور راه اندازی شده که سهم بخش خصوصی از این تجارت بسیار اندک است. حجم مبادلات تجارت الکترونیک در کشور ۱۰ میلیارد دلار بوده است. طبق پیش بینی های شرکت «این وست» حجم مبادلات تجارت الکترونیک تا سال ۲۰۱۵ به یک هزار و ۴۰۰ میلیارد دلار در سال خواهد رسید. به گزارش خبرآنلاین، بررسی ها نشان می دهد برخلاف اطلاعاتی که از سوی نهادهای مالی ایران منتشر می شود، تجارت الکترونیک هنوز در کشور به صورت فراگیر شکل نگرفته است.

بیشترین کاربر اینترنت	ضریب نفوذ استان	تعداد مشترک	تعداد کاربر	جمعیت استان
مازندران	۸۳ درصد	یک میلیون و ۵۰۹ هزار و ۹۶۸ مشترک	۲ میلیون و ۵۷۷ هزار و ۶۴۵ کاربر	۳ میلیون و ۷۳ هزار و ۹۴۳ نفر
تهران	۷۸ درصد	۷ میلیون و ۱۴۸ هزار و ۶۱۸ مشترک	۹ میلیون و ۵۰۷ هزار و ۶۶۲ کاربر	۱۲ میلیون و ۱۸۳ هزار و ۳۹۱ نفر
اصفهان	۷۰ درصد	۲ میلیون و ۲۰۸ هزار و ۹۳۵	۳ میلیون و ۴۳۹ هزار و ۱۶۸ نفر	۴ میلیون و ۸۷۹ هزار و ۳۱۲ نفر
خوزستان	۶۸ درصد	۲ میلیون و ۹۰ هزار و ۶۱۳ نفر	۳ میلیون و ۹۹ هزار و ۷۷۶ نفر	۴ میلیون و ۵۳۱ هزار و ۷۲۰ نفر
سمنان	۶۵ درصد	۲۱۹ هزار و ۲۹۹	۴۱۳ هزار و ۱۵۶ کاربر	۶۳۱ هزار و ۲۱۸ نفر

آمارهای وزارت ارتباطات و فن آوری اطلاعات تایید می کند آمار دسترسی ایرانیان به اینترنت پرسرعت چندان قابل توجه نیست و بیش از ۸۰ درصد اتصال ها به اینترنت از طریق گوشی تلفن همراه صورت می گیرد. از سوی دیگر همچنان بخش مهمی از مردم از طریق سیستم «دایل آپ» به اینترنت متصل می شوند. حتی اطلاعات بیشتر نشان می دهد در بخش مهمی از استان های کشور ضریب نفوذ اینترنت بیشتر از ۵۳ درصد نیست. کارشناسان اعتقاد دارند تا زمانی که اینترنت به صورت فراگیر در کشور گسترش پیدا نکند، تجارت الکترونیک نیز شکل جدی نمی گیرد. در حال حاضر به ترتیب استان های

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

مازندران، تهران، اصفهان، قم و سمنان بیشترین ضریب نفوذ اینترنت را دارند ولی همین استان ها نیز جایگاه جدی در تجارت الکترونیک ندارند. براین اساس، ضریب نفوذ اینترنت در استان مازندران ۷۴/۸ درصد، تهران ۷۰/۳۵ درصد و اصفهان ۶۶/۰۵ درصد بوده است. هم‌چنین استان قم ۶۲/۵۹ درصد و سمنان ۵۸/۵ درصد ضریب نفوذ اینترنت داشته اند. هرمزگان با ۵۸/۰۹ و خوزستان با ۵۸/۰۳ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند و استان فارس ضریب نفوذی معادل ۵۶/۸۴ درصد دارند. استان‌های یزد و گیلان هم به ترتیب ضریب نفوذی معادل ۵۴/۷۳ و ۵۳/۷۵ درصد دارند و پس از آنها چهارمحال و بختیاری با ۵۲/۵۹ و اردبیل با ۵۲/۲۸ درصد در رده‌ی بعدی جدول قرار دارد. در استان بوشهر نیز ضریب نفوذ به ۵۲/۴۱ درصد رسیده و آذربایجان با ضریب ۵۰/۹۴ دیگر استان‌هایی هستند که بیش از ۵۰ درصد جمعیت آنها کاربر اینترنت به‌شمار می‌روند. ضریب نفوذ اینترنت در سایر استان‌های کشور نیز عبارت است از: زنجان (۴۹/۸۱)، خراسان رضوی (۴۸/۸۵)، گلستان (۴۸/۰۷)، همدان (۴۶/۹۶)، ایلام (۴۵/۵۹)، قزوین (۴۵/۷۱)، مرکزی (۴۵/۵۵)، آذربایجان غربی (۴۴/۷۹)، البرز (۴۲/۲۲)، کردستان و کرمانشاه ۴۱/۳ هم‌چنین استان‌های خراسان جنوبی (۳۷/۷۴)، سیستان و بلوچستان و کهگیلویه و بویراحمد (۳۶/۴۵)، کرمان (۳۶/۸۹)، لرستان (۳۵/۳۶) و خراسان شمالی (۳۲/۴) دیگر استان‌هایی هستند که از کمترین ضریب نفوذهای اینترنت برخوردارند.

جدول آخرین آمار ضریب نفوذ اینترنت	
۶۱ درصد	ضریب نفوذ کل اتصالات به اینترنت
۴۵ میلیون و ۸۸۴ هزار و ۱۴۴ نفر	تعداد کل کاربران
۳۲ میلیون و ۸۳۸ هزار و ۶۱۹ نفر	تعداد کل مشترکان
۷۵ میلیون و ۱۴۹ هزار و ۶۶۹ نفر	تعداد کل جمعیت کشور براساس اعلام مرکز آمار

طبق آمارهای جهانی و با توجه به حجم مبادلات تجارت الکترونیک، ایران در حال حاضر در جایگاه صدمین کشور قرار دارد و حجم مبادلات تجارت الکترونیک در سال ۲۰۱۱ در کشور ۱۰ میلیارد دلار بوده است که نسبت به کشورهای جنوب شرق آسیا و اروپا یک سوم و نسبت به کشور آمریکا با حجم مبادلات تجارت الکترونیک ۱۳۶ میلیارد دلاری بیش از یک سیزدهم برابر است. طبق آمارهای موسسه «این وست» حجم مبادلات تجارت الکترونیک در سطح جهان در سال گذشته میلادی بیش از ۶۸۰ میلیارد دلار بوده که سهم ایران از این درآمد کمتر از ۵/۱ درصد بوده است. نکته مهم در بحث تجارت الکترونیک در ایران، دولتی بودن آن است. تجارت الکترونیک در حالی حدود ۵ سال است در کشور راه اندازی شده که سهم بخش خصوصی از این تجارت بسیار اندک است و تقریباً می توان گفت تجارت الکترونیک در ایران در حال حاضر بیشتر دولتی است و در کنار دولت نهادهای نیمه دولتی مانند بانک ها و سازمان های نظامی و انتظامی در جایگاه بعدی قرار دارند.

موانع توسعه تجارت الکترونیک در ایران

از موانع توسعه تجارت الکترونیک در عرصه داخلی می‌توان به این موارد اشاره کرد:

۱) (با وجود آنکه از دهه هشتاد، کارت‌های اعتباری هوشمند در ایالات متحده و بسیاری از کشورها به صورت یکپارچه و کارآمد مورد توجه قرار گرفته است، اما تا به امروز، در کشور ما گامی اساسی در این زمینه برداشته نشده است و همچنان مشکلاتی در این زمینه به چشم می‌خورد؛ از جمله:

■ کارت‌های اعتباری در یک نظام پیوسته مالی قرار نگرفته و حتی مؤسسات مالی و بانک‌ها از پذیرش این کارت‌ها سر باز می‌زنند.

■ استفاده از این کارت‌ها در مراکز فروش رواج پیدا نکرده و این کارت‌ها فقط به عنوان ابزاری جنبی در بعضی از مراکز قابل استفاده است؛ البته آماری از گسترش و توسعه کاربرد این کارت‌ها در مراکز فروش در دسترس نیست.

■ این کارت‌ها جنبه تمام‌الکترونیک ندارد و با هیچ سیستمی غیر از دستگاه‌های مخصوص بانک‌های عامل، سازگار نیست. به عنوان مثال، هیچ یک از این کارت‌ها قابلیت کار با اینترنت و شبکه‌های داخلی را به طور کامل ندارد.

۲) (در کشور ما مؤسسه یا مؤسساتی وجود ندارند که با استفاده از سیستم حساب‌های الکترونیک مالی داخلی، به ایجاد سیستم‌هایی کارآمد برای فروش online و تحویل کالا و دریافت پول در محل پردازند. دلیل این امر آن است که ایجاد چنین سیستمی، بدون یک سیستم مالی یکپارچه اصولاً غیرممکن است.

البته فروشگاه‌های الکترونیکی پدید آمده‌اند که دایره پوشش آنها از لحاظ جغرافیایی و همچنین تنوع کالا بسیار محدود است.

۳ (شبکه پست و سیستم حمل و نقل کشور ما چندان قدرتمند نیست که بتواند نقل و انتقال محصولات و مرسولات را در مدت زمان منطقی انجام دهد.

۴ (مشکلات زیرساختی فراوانی در شبکه مخابرات وجود دارد که باعث شده است دسترسی آسان به اینترنت برای عموم مردم امکان‌پذیر نباشد. در عین حال که شبکه جامع ملی وجود ندارد و به ایجاد WAP نیز توجه نمی‌شود.

عوامل فوق سبب شده تا آنچه به عنوان تجارت الکترونیک در سطح کشور ما به مرحله ظهور رسیده است، به فعالیت‌هایی غیرمتمرکز و غیرسازمان‌یافته محدود شود و کاتالوگ‌های شبکه‌ای موجود فقط جنبه فانتزی یا اطلاع‌رسانی صرف به خود بگیرد.

● جنبه‌های خارجی تجارت الکترونیک

در سال‌های گذشته تجارت الکترونیک به شکل چشمگیری در سطح جهان توسعه یافته و بدنه تجارت جهانی را پوشش داده است. در این شرایط و با در دستور کار قرار گرفتن عضویت ایران در WTO، ورود تجارت الکترونیک به ایران امری اجتناب‌ناپذیر جلوه می‌کند. اما آنچه باید مدنظر قرار گیرد، فواید، مضرات و صدماتی است که ممکن است این پدیده برای اقتصاد ملی ایران در پی داشته باشد. البته با تعریفی که از تجارت الکترونیک ارائه کردیم، این ابزار ذاتاً نمی‌تواند مضر تلقی شود؛ اما عواملی جنبی

وجود دارد که ممکن است پس از پیاده‌سازی تجارت الکترونیک در ایران، سبب پایین آمدن تولید سرانه ملی شود و یا برخی از صنایع داخلی را تهدید کند. می‌توان گفت در صورت ضعف داخلی در زمینه تجارت الکترونیک، ممکن است ورود شرکت‌های قدرتمند جهانی پیامدهایی برای کشور در پی داشته باشد؛ از جمله آنکه مصرف‌کنندگان داخلی در مواجهه با سیستم‌های ایمن‌تر و آسان‌تر خارجی، به سمت آنها گرایش پیدا می‌کنند. بدین ترتیب، سهم عمده بازار داخلی را شرکت‌های خارجی در دست می‌گیرند و محصولات داخلی حتی توان مطرح شدن در بازار داخلی را نیز از دست می‌دهند.

از طرف دیگر، شرکت‌های داخلی به علت ضعف در بهره‌گیری مناسب از این ابزار، قادر نخواهند بود تا به بازارهای جهانی نفوذ کنند و به رقابت با رقبای خارجی بپردازند.

نکته مهم‌تر آنکه به علت نبود نظام بانکداری پیشرفته الکترونیک در کشور، پول و سرمایه‌های داخلی به سمت سیستم‌های معتبر خارجی نظیر Master Card ، Cradit Card Visa و حساب‌های تمام‌الکترونیکی نظیر paypal و eGold و حتی حساب‌های آسیایی نظیر LG Card و Sony Card انتقال می‌یابد و بانک‌های داخلی از جذب سهم عمده‌ای از سرمایه‌های داخلی بی‌بهره می‌مانند؛ بدین ترتیب، جریان خروج ارز از کشور شدت می‌گیرد.

● عزم ملی برای توسعه تجارت الکترونیک

با وجود چنین شرایطی و با چنین چشم‌اندازی از آینده تجارت الکترونیک، بهبود و تسریع توسعه تجارت الکترونیک نیازمند عزمی ملی است که بخش عمده‌ای از آن بر دوش وزارت ارتباطات و فناوری

اطلاعات، بانک مرکزی و شورای اقتصاد است. امید می‌رود که وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات به‌جای محدود کردن توسعه اینترنت و سرمایه‌گذاری در پروژه‌های ناکارآمدی همچون محدود کردن سایت‌ها و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی، به گسترش و توانمند کردن زیرساخت‌های شبکه اینترنت پردازد و بستر ترغیب‌کننده و جذابی برای استفاده عمومی از این فناوری ایجاد کند؛ همچنین، با سامان‌دهی بهینه سیستم پست مرسولات، موسسات فروش اینترنتی را بیش از پیش یاری کند. بانک مرکزی نیز می‌تواند و باید با یکپارچه کردن سیستم کارت‌های هوشمند و ایجاد قابلیت استفاده از حساب‌های الکترونیک در محیط اینترنت، گامی موثر در تحقق پول الکترونیک در سطح کشور بردارد.

پرداخت الکترونیکی :

زمان شروع پرداخت الکترونیکی را می‌توان سال ۱۹۱۸ دانست ، یعنی هنگامی که بانک های فدرال روز آمریکا به انتقال وجوه از طریق تلگراف می پرداختند . پرداخت الکترونیکی اشکال گوناگونی دارد که می توان آن را به دو دسته اصلی تقسیم کرد :

۱- سیستم های پرداخت برای معاملات عمده فروشی

۲- سیستم های پرداخت برای معاملات خرده فروشی

در چنین مکانیسم هایی پرداخت به صورت برخط نیز وجود دارد د از طریق بررسی و کنترل زوایای مختلف سیستم ، اعمال می شود . تعدادی از ابداعات در محدوده پرداخت های الکترونیکی جزئی (

خرده فروشی) به عنوان پول الکترونیکی شناخته شده اند . این ابداعات که در حال حاضر نیز در مرحله اول توسعه و پیشرفت قرار دارند ، بالقوه دارای این قدرت هستند که قواعد حاکم بر پول نقد را در مورد پرداخت های خرده فروشی به چالش کشیده و در عین حال می توانند معاملات خرده فروشی را هم برای مصرف کننده و هم برای تجار ساده تر و ارزاتر گردانند . در این زمینه ادعا شده است که پول الکترونیکی مفهومی جدید از کیف پول را ارایه نموده ، سیستم پرداخت تجاری را برای اینترنت به وجود آورده و راه دولت ها را برای پرداخت به صورت الکترونیکی ، تغییر داده و انقلابی را در گردش ارزش (پول) از طریق خطوط تلفن و امواج (الکترونیکی) پدید آورده است

بخش چهارم

راههای کسب درآمد از اینترنت

کسب درآمد از اینترنت به طرق مختلفی امکان پذیر است که در این بخش ۱۰ مورد از این روش ها را بررسی میکنیم. و هر ده مورد را توضیح میدهیم. از آنجا که این مواردی که ما قصد بررسی آنها را داریم اکثر نیاز به داشتن سایت و کار روی آن دارند ما در ابتدا موارد مورد نیاز برای راه اندازی سایت را آموزش میدهیم سپس به سراغ راه های کسب درآمد میرویم.

۱- مراحل راه اندازی یک سایت اینترنتی

۱/۱- تعیین هدف برای شروع کار

تعیین هدف اولین و مهم ترین بخش برای شروع هر کاری است. پس به دلیل اولویت و اهمیت بسیار زیاد این موضوع لازم است اندکی در باره آن صحبت کنیم تا بدانیم که چه باید بکنیم. در اینجا ابتدا چندویژگی که باید هدفتان داشته باشد را ذکر میکنیم و سپس به تعیین هدف می پردازیم :

هیچ هدفی را تعیین نکنید... بدون در نظر گرفتن این ۱۴ نکته

۱. ویژه و چالش زا باشد

این جمله را گفتن "من نهایت سعی ام را میکنم" برای تلاش های کمتر از حد لازم اوضاع را هموار میکند. مسول باشید ، ویژه و استانداردهایتان را افزایش دهید.

۲. به خودتان یادآوری کنید که سخت است

دو دلیلی که مردم تسلیم میشوند این است که سختی و طول راه را دست کم می گیرند. این اتفاق برای شما نباید اتفاق بیفته

۳. مطمئن باشید اهداف خودتان است

اهدافی را انتخاب نکنید که “باید” انتخاب کنید یا کس دیگری به شما داده. اهداف خودتان را داشته باشید.

۴. فقط یکی داشته باشید

خیلی شگفت زده خواهید شد وقتی ببینید چه کارهایی که میتوانید انجام دهید اگر فقط به یک هدف خودتان را قفل کنید.

۵. اجازه ندهید اهدافتان شما را مصرف کنند

چون به شما گفتن فقط یکی دلیل نمی شود دیگر چیزها را فراموش کنید. اجازه ندهید هدفتان شما را از دیگر قسمت های زندگیتان (زندگی, خواب, سلامت, مدرسه, ...) دور نگه دارد.

۶. پیروزی هایتان را جشن بگیرید

اگر مراقب نباشید، شما موفقیت (که به سختی قابل تشخیص است) را از دست خواهید داد، اجازه ندهید این اتفاق بیفتد. این پیروزیها سوخت شما را برای راه رسیدن به هدفتان را تعیین میکند.

۷. هدفتان را جلوی چشمتان قرار دهید

پوستری تهیه کنید، گفته ای بنویسید بر روی کاغذتان بنویسید و بر روی میز کارتتان بچسبانید، کاری بکنید که هدفتان را هر روز جلوی چشمتان داشته باشید.

کسب درآمد از اینترنت

۸. خط پایان داشته باشید

آیا میتوانید مسابقه دو و میدانی تصور کنید که خط پایان ندارد؟ سرانجام انگیزه شما افت میکند، انرژی شما تمام میشود. این اتفاق ها وقتی اتفاق میفتد که شما خط پایانی نداشته باشید.

۹. موانع تان را بشناسید

موانع تان را تشخیص دهید، تمام سد معبر هایی که در این راهتان باهاشون برخورد خواهید کرد را تجسم کنید، بنویسید؛ آیا هنوز میخواهید این قلّه را فتح کنید؟

۱۰. نقشه ای برای مبارزه با این موانع داشته باشید

چه کاری قرار است انجام دهید وقتی مصیبت از راه برسد؟

۱۱. بزرگ شروع کنید، کوچک کار کنید

گرفتار جزئیات ریز دست یابی به اهدافتان نباشید، شروع کنید. برای مثال افرادی هستند که میخواهند وزن کم کنند، اما به عقیده خودشان هنوز کفش خوب ورزشی ندارند، ساعت خوب برای وقت گرفتن ندارند و غذای خوب و مقوی هم ندارند برای خوردن، آنها آنقدر برای کامل بودن نگرانند که هیچوقت شروع نمیکنند. فقط شروع کنید؛ جزئیات را بعدا تکمیل میکنید.

۱۲. در زمان حال قفل شوید

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

برای دست یابی به اهداف, فقط تمرکز تمام حواستان بر روی چیزی باشد که میتوانید کنترل کنید. -
کارهای روزانه.

۱۳. فرایند مهم تر از نتیجه است

تمرکزتان را بر روی راه تان برای دست یابی به اهدافتان باشد, نتایج خودشان آشکار میشوند

۱۴. خوش بگذرونید

اگر روهایتان شما را نمی ترسانند

پس به اندازه کافی بزرگ نیستند.

پیش از تعیین هدف اینها را بدانید بهتر است

میل درونی شما مقدار مشخصی انرژی دارد. مقاومت درونی و اصوات درونی‌تان که میگویند شما نمی‌توانید، نباید و یا سزاوار نیستید چیزی را داشته باشید هم مقدار مشخصی انرژی دارند. و اگر انرژی مقاومت درونی بر انرژی میل درونی بچربد، شما به هدف‌تان نخواهید رسید.

اول، اعتقاد؛ دوم، بینش و آمادگی ذهنی؛ سوم، اهداف؛ چهارم، عمل؛ همیشه پشتکار.

ماستین کیپ می‌نویسد: "اخیراً یکی از مشتریانم از من تقاضای مشاوره در زمینه اهداف کرد. او می‌خواست اهدافی برای موفق شدن تنظیم کند و از من می‌خواست او را در این مسیر هدایت کنم.

من به او گفتم این کار تا زمانی که ندانیم چه عواملی در حال حاضر او را از رسیدن به اهدافش باز می‌دارند بیهوده خواهد بود. زیرا، شما می‌توانید تمام اهداف موجود در دنیا را انتخاب کنید اما چنانچه اعتقاد نداشته باشید که سزاوار تمام آن‌ها هستید به هیچ عنوان به هدف خود نخواهید رسید."

بیاید این‌گونه فکر کنیم: میل درونی شما مقدار مشخصی انرژی دارد. مقاومت درونی و اصوات درونی‌تان که میگویند شما نمی‌توانید، نباید و یا سزاوار نیستید چیزی را داشته باشید هم مقدار مشخصی انرژی دارند. و اگر انرژی مقاومت درونی بر انرژی میل درونی بچربد، شما به هدف‌تان نخواهید رسید.

تعیین هدف، رسیدن به اهداف، رویاپردازی

به همین دلیل است که مردم اهداف بسیاری می‌گزینند و هیچ اتفاق خاصی رخ نمی‌دهد.

به همین علت هم ایجاد صفحات چشم‌انداز و رویاپردازی یا به اصطلاح ویژن چیدن کافی نیست. پاول مک کنا تنها به علت آنکه رویای سخنرانی در رویال آلبرت هال را داشته به آنجا دعوت نشده است. او در قدم اول عمیقاً اعتقاد به امکان تحقق این رویا و در قدم دوم بینش امکان تحقق آن (حتی با وجود آنکه شرایط موجود چیز دیگری نشان می‌دادند) را داشته است، و مضافاً او چنان ارزشی به زندگی دیگران افزوده که آن‌ها رغبت کرده‌اند او را مشهور و مشهورتر سازند تا آنجا که او را برای سخنرانی دعوت کنند.

ویژن چیدن و تعیین اهداف کافی نیستند. ما باید اعتقاد داشته باشیم؛ باید یک قصد مشخص (یک دلیل دقیق و محکم برای چرابی انجام یک کار) داشته باشیم؛ ما باید بینش و سرسختی داشته باشیم که بر شرایط فائق می‌آیند و باید آن‌قدر پشتکار به خرج دهیم که هدف مورد نظر محقق شود و به کمتر از آن هم راضی نشویم.

تعیین هدف، رسیدن به اهداف، رویاپردازی

اما معمولاً روایتی درونی داریم که از میل درونی‌مان قوی‌تر است. قدرت این روایت (به هر اندازه که واقعی باشد) به اندازه‌ای است که ما را از رسیدن به هدفمان باز می‌دارد. و وقتی این اتفاق می‌افتد روایت محدود شدن (این کار از عهده من خارج است) را زمزمه می‌کنیم که خود، روایت قبلی را نیز تقویت می‌کند. و هنگامی که ما بدون نگرستن به دلیل اعتقادمان مبنی بر غیرممکن بودن اهداف، آن‌ها

را بر می‌گزینیم، در حال تعیین هدف نخواهیم بود؛ بلکه در بهترین حالت در حال آرزو کردن خواهیم بود.

تعیین هدف با گفتن روایتی تازه درباره آنچه درباره شما ممکن است و چرا ممکن است، و اینکه چرا شیوه کنونی زندگی‌تان دیگر مناسب شما نیست، آغاز می‌گردد.

برقراری رابطه عاطفی با قصد شما برای رسیدن به هدف‌تان همان انرژی مورد نیاز برای شکستن مقاومت درونی‌تان است. و مانند هر چیز دیگر در زندگی، هرچه بیشتر انجامش دهید، خبره‌تر می‌شوید.

تعیین هدف، رسیدن به اهداف، رویاپردازی

و البته برای انجام این کار نه تنها باید یک روایت تازه زمزمه کنید، بلکه باید خودتان را در جمع افرادی که از این روایت پشتیبانی می‌کنند قرار دهید. ما در زندگی توسط افراد بسیاری به حاشیه رانده می‌شویم، افرادی که رویاهایمان را نابود می‌کنند؛ اما در حقیقت، خودمان با پذیرفتن نظرات و ارزیابی‌های آنها، درباره شرایط، به جای بررسی شخصی درباره آنچه بیش‌ترین اهمیت را دارد و سپس تأیید خودمان، رویاهایمان را نابود می‌کنیم.

خوب، شما دوست دارید چه اهدافی در زندگی تعیین کنید؟ منظورم اهداف بزرگ است! روایات درونی و محدودکننده شما چه می‌گویند؟ چه افرادی در اطرافتان می‌گویند هدف شما شدنی نیست؟ روایت تازه شما چیست و برای تقویت آن و تحقق رویاهایتان باید چه کسانی را در اطراف خود داشته باشید؟

مانند همیشه، کار واقعی با نظرات سازنده شما آغاز می‌شود. با گفتگو با دیگران می‌توانید از تجربیات آنان آگاه شوید و آنان را نیز از تجارب خویش بهره‌مند سازید. پس همین الان به گفتگو بپیوندید.

هدف و تعیین آن

زندگی شما فقط زمانی بهتر می‌شود که خواسته خودتان از زندگی را مشخص کنید و برای دستیابی به این خواسته برنامه‌ریزی کنید و سپس تک تک روزها را روی این برنامه کار کنید.

دلیل اصلی شکست این است که مردم برنامه ناکارآمد را رها نمی‌کنند تا با برنامه جدید جایگزین شود.

من سه نقطه عطف در زندگی داشتم که اینها بودند: اول، فهمیدم که در مقابل زندگی و هر اتفاقی که

برایم رخ می‌دهد مسئول هستم. دریافتم که زندگی تمرین نیست بلکه یک واقعیت است. با مطالعه در

زندگی افراد موفق درمی‌یابیم که پذیرش مسئولیت نقطه شروع حرکت آنها بوده است. قبل از آن هیچ

اتفاقی نمی‌افتد. پس از اینکه مسئولیت کامل اعمالتان را پذیرفتید، تمام جنبه‌های زندگی شما متحول

می‌شود.

دومین نقطه عطفی که در زندگی رخ داد و من ۲۴ ساله بودم، کشفم در مورد هدف بود. بدون اینکه

واقعاً بدانم چکار می‌کنم، نشستم و ۱۰ چیزی که می‌خواستم در آینده معلوم انجامشان بدهم را نوشتم.

من لیست را گم کردم ولی ۳۰ روز بعد کل زندگی دگرگون شده بود. تقریباً به همه خواسته‌هایم بعضاً

کامل و بعضاً نیمه کامل رسیده بودم.

سومین نقطه عطف در زندگیم زمانی رخ داد که من کشف کردم "شما می‌توانید آنچه که برای نیل به هدفتان لازم است را فرا گیرید." هیچ کسی باهوش‌تر و بهتر از شما نیست. تمام مهارت‌های تجاری، فروشندگی و درآمدسازی قابل آموختن است. هرکسی که امروز در هر زمینه‌ای مهارت دارد، زمانی در همان زمینه نابلد بود. باسوادترین انسانها در هر زمینه در ابتدا اطلاعاتی نداشتند و حتی از وجود چنان زمینه‌ای آگاهی نداشتند. وقتی که صدها هزار انسان توانستند، پس شما هم می‌توانید.

مراحل تعیین هدف

۱. دقیقاً تصمیم بگیرید که از زندگی‌تان چه می‌خواهید.

با آرمان‌گرایی شروع کنید. فرض کنید هیچ محدودیتی در بودن، داشتن و یا انجام دادن ندارید. فرض کنید همه وقت و پول، دوستان و روابط، تحصیلات و تجربه، که لازم است را برای تعیین هدف در اختیار دارید. تصور کنید که چوب جادویی‌تان را در هوا می‌چرخانید و در هر چهار جنبه اصلی زندگی به زندگی ایده‌آل‌تان دست می‌یابید. اگر زندگیتان در هر کدام از این جنبه‌ها ایده‌آل و کامل باشد، چگونه بنظر می‌رسد؟

۱. درآمد - چقدر درآمد می‌خواهید داشته باشید برای امسال، سال آینده و پنج سال آینده؟

۲. خانواده - چه نوع زندگی برای خود و خانواده خودتان می‌خواهید بسازید؟

۳. سلامتی - اگر در سلامتی کامل باشید چگونه خواهد بود؟

۴. دارایی خالص - در این دوره پنج ساله چقدر می‌خواهید پس‌انداز کنید؟

روش سه هدف - در کمتر از ۳۰ ثانیه سه تا از مهمترین هدفهای خود را بنویسید. همین الان. سریع بنویسید.

پاسخ شما در این روش هر چه که باشد تصویر دقیقی از خواسته‌های واقعی شما از زندگی می‌دهد. ۲. بنویسید.

اهداف شما باید نوشته شود. این اهداف باید واضح، مشخص و قابل اندازه‌گیری باشد. اهدافتان را باید به ترتیبی بنویسید که انگار قرار است در کارخانه‌ای دوردست به تولید برسد. توضیحات شما برای همه مراحل، واضح و با ذکر جزئیات باشد.

فقط ۳٪ از مردم اهداف‌شان را نوشته‌اند و بقیه کار می‌کنند تا این ۳٪ به اهداف‌شان برسند. ۳. مهلت تعیین کنید.

ضمیر ناخودآگاه شما، خواسته یا ناخواسته از این مهلت تعیین شده بعنوان اهرم فشاری به شما برای رسیدن به هدفتان طبق جدول زمان‌بندی استفاده می‌کند. اگر هدف شما به اندازه کافی بزرگ است، زمان‌بندی کنید. چنانچه قصدتان رسیدن به استقلال مالی است، شاید یک مهلت ۱۰ یا ۲۰ ساله در نظر بگیرید و سپس آنرا به دوره‌های یکساله تقسیم کنید که در این صورت می‌فهمید که در هر سال چقدر باید کنار گذاشته و سرمایه‌گذاری کنید.

اگر بنا به هر دلیلی در مهلت تعیین شده به هدفتان نرسیدید، براحتی این مهلت را تمدید کنید. اهداف غیر منطقی نیستند، شاید مهلت تعیین شده غیر منطقی بوده باشد.

۴. موانع را شناسایی کنید.

چرا تا کنون به هدفتان نرسیده‌اید؟

نظریه محدودیت - همیشه یک عامل محدودکننده که سرعت دستیابی به هدفتان را تحت تاثیر قرار می‌دهد وجود دارد. عامل محدودکننده شما چیست؟

قانون ۲۰/۸۰ عامل این محدودیتها را مشخص می‌کند. ۸۰٪ از عواملی که جلوی دستیابی شما به هدفتان را می‌گیرد در درون خودتان است. و این عوامل فقدان مهارت، کیفیت یا کمیت دانش و اطلاعات است. فقط ۲۰٪ از عوامل عدم دستیابی به هدف از بیرون نشأت می‌گیرد. همیشه از خودتان شروع کنید.

۵. دانش، اطلاعات و مهارتهای لازم برای دستیابی به هدفتان را کسب کنید.

خصوصاً مهارتهای لازم برای قرار گرفتن در صدر ۱۰٪ از هم‌رشته‌ای‌های خود را شناسایی و کسب کنید. کشف بزرگ: ضعیف‌ترین مهارت اصلی شما تعیین‌کننده سقف درآمد و موفقیت شماست. باید آن را پیدا کنید و با بهبود آن مهارت، موقعیت‌تان را بالاتر ببرید.

سوال کلیدی: “بهبود و افزایش کدام مهارت، بیشترین تاثیر مثبت را در زندگی شما خواهد داشت؟”

یک مهارت نام ببرید که با بهبود مداوم و رسیدن به درجه عالی، شما را در دستیابی به مهمترین هدفتان کمک می‌کند. هر چه که هست، روی یک کاغذ بنویسید، برنامه‌ریزی کنید و هر روز روی آن کار کنید.

۶. کسانی که کمک و همکاری‌شان برای دستیابی به هدفتان لازم است را شناسایی کنید.

فهرستی از کسانی که باید با آنها یا در کنار آنها کار کنید تا به هدفتان برسید تهیه کنید. ابتدا از اعضای خانواده که همکاری و پشتیبانی آنها را لازم دارید شروع کنید. در این فهرست رئیس، همکاران و زبردستان را لحاظ کنید. خصوصاً، مشتریانی که برای فروش کالا یا خدمات‌تان به آنها نیاز دارید و پول لازم را از آنها بدست می‌آورید.

به محض آنکه افراد اصلی که کمکشان را لازم دارید شناسایی کردید، این سوال را از خودتان پرسید، “من برای آنها چه چیزی دارم؟” باید چیزی بدهید تا چیزی بدست بیاورید.

برای دستیابی به اهداف بزرگ الزاماً به کمک و حمایت اشخاص زیادی نیازمندید. یک شخص درست در یک زمان درست و مکان درست می‌تواند زندگی شما را از این رو به آن رو کند. مردان موفق شبکه گسترده‌ای از مردان دیگر را ایجاد کردند که از آنها کمک می‌گیرند و بالعکس.

۷. تمام کارهای لازم برای دستیابی به هدف را در یک لیست یادداشت کنید.

با شناسایی ۱. موانع موجود در مسیر هدف‌تان ۲. دانش و مهارت لازم ۳. افراد یا کارشناسان خبره، و جمع‌بندی همه اینها با حوصله تمام، لیستی از تمام گامهای لازم برای دستیابی به هدف را مشخص و یادداشت کنید. هرگاه مورد جدیدی به خاطرتان رسید آن را به انتهای لیست اضافه کنید.

وقتی که این مراحل را برای هرکدام از اهدافتان انجام دادید، درخواهید یافت که هدف‌تان بیشتر از همیشه به شما نزدیکتر است. "یک سفر هزار مایلی با یک گام شروع می‌شود." شما بزرگترین دیوار روی کره زمین را می‌توانید با گذاشتن آجر به آجر روی هم بسازید.

۸. برنامه‌ریزی کنید. این کار را با تعیین گامهای لازم به ترتیب و با اولویت انجام دهید.

ترتیب - برای انجام دادن یک کار مشخص چه کاری از قبل باید بکنید ؟

اولویت - چه کاری بیشتر و چه کاری کمتر اهمیت دارد؟

قانون ۲۰/۸۰ می‌گوید که ۸۰٪ نتایج از ۲۰٪ فعالیتها بدست می‌آید. این قانون می‌گوید ۲۰٪ از زمانی که در ابتدای کار برای برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی اهدافتان صرف می‌کنید با ارزش‌تر از ۸۰٪ از وقت و تلاشی‌ست که لازمه دستیابی به موفقیت است. برنامه‌ریزی خیلی خیلی مهم است.

۹. طرح داشته باشید. طرحتان را به تعداد گامهای مشخصی از نقطه شروع تا دستیابی کامل به هدف، مرحله‌بندی کنید.

وقتی که از قبل هدف و برنامه داشته باشید، احتمال دستیابی به اهدافتان را ۱۰ برابر می‌کنید یعنی

۱۰۰۰٪!

• برای هر روز، هفته و ماه از پیش برنامه داشته باشید.

• برنامه هر ماه را در ابتدای ماه مشخص کنید.

• برنامه هر هفته را در آخر هفته قبل مشخص کنید.

• برنامه هر روز را در شب قبل مشخص کنید.

هر چقدر بادقت‌تر و با جزئیات بیشتری فعالیت‌هایتان را برنامه‌ریزی کنید، در زمان کمتری به نتایج

بهتری دست پیدا می‌کنید. قانونی هست که می‌گوید هر دقیقه‌ای که برای برنامه‌ریزی صرف می‌کنید،

۱۰ دقیقه در اجرای برنامه صرفه‌جویی می‌شود. یعنی شما از قبل ۱۰۰۰٪ سود زمانی در سرمایه‌گذاری

وقت‌تان برای برنامه‌ریزی روزانه، هفتگی و ماهانه دارید.

۱۰ . مهمترین کاری که در هر روز باید انجام بدهید را انتخاب کنید.

با توجه به قانون ۲۰/۸۰ وظایف خود را اولویت‌بندی کنید.

این سوال را از خودتان بپرسید، “اگر فقط یک کار از فهرست کارهای روزانه را می‌توانستم انجام بدهم،

کدام کار از همه مهمتر بود؟” پاسخ شما هر چه هست جلوی آن شماره ۱ را بنویسید.

سپس از خودتان بپرسید، "اگر فقط یک کار دیگر هم می‌توانستم انجام بدهم، کدام کار را با استفاده بهینه از وقتم می‌توانم انجام دهم؟" سپس جلوی آن شماره ۲ را بنویسید.

همین کار را تکرار کنید تا ترتیب و اولویت کارها مشخص شود.

سوال دیگری هم هست که می‌توانید از خودتان بپرسید، "اگر عملی را در طول روز می‌توانستم انجام بدهم و آن عمل باعث ارزشمند شدن کار و هدفم می‌شد، آن عمل چیست؟"

تمرکز کلید موفقیت است. تمرکز یعنی شما دقیقاً می‌دانید چه می‌خواهید بکنید و همه وجود خودتان را معطوف به کارهایی بکنید که شما را به سمت هدفتان هدایت می‌کند.

۱۱ . منظم باشید.

به محض اینکه مهمترین کارتان را مشخص کردید، تمرکزتان را فقط روی آن کار بگذارید تا ۱۰۰٪ به انجام برسد. توانایی شما در مشخص کردن مهمترین کار و سپس تمرکز روی آن بدون انحراف فکری و حواس‌پرتی، باعث دو یا سه برابر شدن کیفیت و کمیت نتایج و بهره‌وری می‌شود.

تمرکز روی یک کار، یکی از قویترین تکنیکهای مدیریت شناخته شده است. یعنی وقتی کاری را شروع کردید، از همه عوامل انحرافی اجتناب کنید تا آن کار را به پایان برسانید. وقتی که این عادت را در خود پرورش دهید، مثل دیگران به دفعات می‌توانید این کار را بکنید.

۱۲ . اهدافتان را در ذهن تصویرسازی کنید.

تصویرهای واضح، زنده، هیجان‌انگیز و احساسی از اهدافتان خلق کنید طوری که انگار واقعی هستند.

هدف‌تان را دست یافته ببینید. تصور کنید در حال لذت بردن از هدف‌تان هستید. اگر هدف‌تان یک اتومبیل است، خود را در حال رانندگی با آن تصور کنید. اگر رفتن به مسافرت تفریحی است، هم اینک خودتان را در مسافرت ببینید. اگر خانه‌رویایی شماست، خود را در حال زندگی در آن ببینید.

در تصویرسازی ذهنی، هیجان ناشی از موفقیت و دستیابی به اهداف را احساس کنید. یک تصویر ذهنی به‌مراه هیجان و شور و حرارت تاثیر شگرفی بر ذهن ناخودآگاه و ذهن هوشیار شما دارد.

تصویرسازی ذهنی شاید قدرتمندترین قوه ذهنی است که در دسترس شماست و به شما در دستیابی سریعتر و فراتر از تصور به هدف‌تان کمک می‌کند.

وقتی که از اهداف واضح و روشنی که همراه با تصویرسازی و هیجان است استفاده کنید، ذهن هوشیار خود را فعال می‌کنید. سپس این ذهن هوشیار هر مسئله‌ای که سر راه هدف‌تان قرار دارد را حل می‌کند. ذهن هوشیار شما قانون جذب را فعال می‌کند و شروع به جذب افراد، موقعیتها، ایده‌ها و امکاناتی می‌کند که شما را در دستیابی هر چه سریعتر به هدف‌تان کمک می‌کنند.

۱۳. تمرینی برای تعیین هدف

کاغذی بردارید و در بالای آن کلمه "اهداف" را و سپس تاریخ آنروز را بنویسید. در زیر آن تعداد ۱۰ تا از اهدافی که دوست دارید تا یکسال آینده بدانها دست یابید را بنویسید.

هر کدام از این اهداف را با کلمه “من” شروع کنید. در ادامه، جمله خود را با فعلی همراه سازید که به صورت دستوری از ذهن هوشیار به ذهن ناخودآگاه عمل کند.

اهدافتان را با فعل زمان حال توضیح دهید، طوریکه انگار هم اکنون بدانها دست یافتید. برای مثال اگر هدف شما بدست آوردن حجم مشخصی از پول تا تاریخ مشخصی است، اینطور می‌گویید، “من در آخر سال این مبلغ پول دارم”.

اگر هدف شما خریدن خودروی جدیدی است، می‌توانید اینطور بگویید، “من در تاریخ ... سوار ماشین ... هستم”.

در نهایت، هنگام نوشتن اهداف‌تان، همیشه آنها را با جملات مثبت بنویسید. بجای گفتن، “من سیگار را ترک خواهم کرد”، می‌توانید بگویید، “من یک غیر-سیگاری هستم”.

همواره اهدافتان را طوری بیان کنید که انگار هم اکنون واقعی هستند، انگار در همین لحظه به آنها رسیدید. این کار باعث تغییر واقعیت خارجی در ذهن هوشیار و ذهن ناخودآگاه شما می‌شود بنابراین با دستوراتی که از ذهن شما صادر می‌شود تناقضی ندارد.

۱۴ . هدف اصلی و قطعی خود را مشخص کنید.

پس از اینکه لیستی از ۱۰ هدف‌تان را آماده کردید، این سوال را از خودتان پرسید، “اگر من با چرخاندن چوب جادویی در هوا می‌توانستم به هر کدام از این اهداف در طی ۲۴ ساعت برسم، کدامیک از این اهداف بیشترین تاثیر مثبت را در زندگی من دارد؟”

پاسخ شما هر چه که هست دورش دایره‌ای بکشید و آنرا در بالای کاغذ دیگری بنویسید. سپس:

۱. تمام جزئیات را بوضوح در ادامه بنویسید.

۲. برای هدف‌تان مهلتی تعیین کنید و وقت اضافه‌ای هم در صورت نیاز ذکر کنید.

۳. موانع احتمالی بر سر راه هدف‌تان که باید بر آنها پیروز شوید را مشخص کنید. سپس مهمترین مانع،

هم درونی و هم بیرونی، را مشخص کنید.

۴. دانش و مهارتی که لازم دارید تا به آن هدف برسید را مشخص کنید، سپس مهمترین مهارتی که

باید در آن حرفه‌ای باشید را مشخص کنید.

۵. کسانی که کمک و همکاریشان را لازم دارید مشخص کنید، و فکر کنید چه کاری از شما ساخته

است که شایستگی کمکشان را داشته باشید.

۶. لیستی از تمام کارهایی که برای نیل به هدف‌تان باید انجام دهید را تهیه کنید.

۷. لیست‌تان را به ترتیب و با اولویت، یعنی کدام را باید اول انجام دهید و کدام مهمتر است، سامان‌دهی

کنید.

۸ . با سامان‌دهی لیست‌تان و تعیین گام‌های لازم، برنامه‌ای بریزید و گام اول تا گام آخر را در آن مشخص کنید، و سپس هر روز روی برنامه کار کنید و آنرا اجرا کنید.

۹ . برنامه خود را به فعالیتهای کوچکتر تقسیم کنید و هر روز و هر هفته و هر ماه با برنامه از پیش تعیین شده گام بردارید.

۱۰ . اولویت‌بندی کنید و مهمترین آن را مشخص کرده و هر روز روی آن کار کنید تا با سرعت بیشتری به هدف‌تان برسید.

۱۱ . با نظم و ترتیبی که در خود ایجاد می‌کنید روی مهمترین کاری که امروز باید انجام دهید تمرکز کنید تا ۱۰۰٪ انجام شود. با تمرین یاد بگیرید که هر لحظه فقط یک کار را به پیش ببرید.

نتیجه گیری

از ابتدا تصمیم بگیرید که هر اتفاقی بیفتد مهم نیست و شما تسلیم نمی‌شوید. سماجت و ایستادگی در عمل ثابت می‌شود. هر بار که با سماجت بر شکستهای اجتناب‌ناپذیر که برای شما رخ می‌دهد، غلبه می‌کنید، قویتر و بهتر می‌شوید. شخصیت شما به مرور قویتر و تواناتر شده و عزت نفس و اعتماد بنفس شما افزوده می‌شود.

هدف شما این است که سرانجام “غیر قابل توقف” بشوید.

دقیقاً تصمیم بگیرید چه می‌خواهید، آنرا بنویسید، برنامه‌ریزی کنید، و تک تک روزها را روی آن کار کنید. اگر این مراحل را برای همه کارهایتان تکرار کنید بصورت عادت درمی‌آید، و کارهای بیشتری در هفته‌ها و ماههای آینده به انجام می‌رسانید کارهایی که چندین سال برای دیگران طول می‌کشد تا انجام دهند. همین امروز شروع کنید.

۱/۲- انتخاب نام مناسب برای سایت

نام سایت یا دامنه ی سایت شما یکی از اولین و مهم ترین انتخاب های شما در راه موفقیت سایتتان است زیرا این نام قرار است همیشه برای شما باقی بماند البته امکان تغییر آن نیز هست ولی معمول این است که همه در ابتدا نامی مناسب را انتخاب می کنند و برای همیشه از آن نام استفاده می کنند. در زیر نکاتی برای انتخاب نام دامنه مناسب ارائه می دهیم :

۱- دامنه کوتاه :

کوتاه بودن نام دامنه خود چند ویژگی دارد :

- به یاد سپردن آن ساده است.
- تایپ آن آسان است.
- موتورهای جستجو به نام های کوتاه بیشتر بها می دهند
- برند سازی برای آن ساده تر است.

۲- نام انتخابی شما با معنا باشد.

نام سایت خود را از بین چند کلمه ای که مربوط به زمینه ی کاری شما یا برند شماست انتخاب کنید دلیل اینکه میگویم چند کلمه این است که امروزه به دلیل وجود سایت های بسیار پیدا کردن دامنه های با معنا و خالی کم است.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

۳- مرتبط با فعالیتتان باشد

توجه داشته باشید که در صورت امکان حتما نام انتخابی شما نامی باشد که با فعالیتی که قرار است در سایتتان انجام دهید در ارتباط باشد زیرا نام سایت شما باید گویای نوع کار شما و محتوای درون سایت شما باشد. علاوه بر اینکه مرتبط بودن کارتتان با نام دامنه شما در وهله اول برای افرادی که می‌خواهند وارد سایت شما شوند و آن را به خاطر بسپارند اهمیت دارد و بعد از آن برای موتورهای جستجو بسیار بسیار اهمیت دارد که نام انتخابی مرتبط با فعالیت شما باشد.

۴- پسوند نام دامنه

پسوند دامین از لحاظ نوع سایت و از لحاظ اعتبار دامین حائز اهمیت است. دامنه های .com به علت پر طرفدار بودن، از اعتبار بیشتری برخوردار هستند. چون بیانگر این هستند که این دامنه با سابقه تر است و ثبت کننده آن زودتر به ثبت آن اقدام نموده است. در کشور های مختلف بعد از پسوند های معروف .com، .net و .org پسوند کشور شان از جایگاه بالایی برخوردار است.

توجه داشته باشید با اینکه پسوند دات کام از مهم ترین و معتبر ترین نام های دامنه است ولی بهتر است نامی را انتخاب کنید که دامنه .ir. آن نیز باز است که بتوانید آن را نیز بگیرید که این نیز هم از نظر سئو و هم برای آینده ی کاری شما اهمیت دارد.

در زیر لیستی از سایت هایی که به شما در انتخاب نام دامنه کمک می کنند آورده می شود:

۱- Domain.nr

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

این امکان را به شما می دهد که با وارد کردن نام دامنه از باز بودن یا نبودن آن اطلاع پیدا کنید و پسوند ها و نام های جدید که با نام دامنه شما مرتبط است را به شما پیشنهاد می دهد.

۲- leandomainsearch.com

در صورتی که نام دامنه انتخاب شده شما گرفته شده است می توانید با وارد کردن در این سایت پیشنهادات جدید برای انتخاب نام دامنه دریافت کنید . این سایت با اضافه کردن پسوند و پیشوند با نام دلخواه شما دامنه های جدید را به شما معرفی می کند.

۳- bustaname.com

BustAName به شما کمک می کند تا بهترین نام را با استفاده از ترکیب کلمات و کلمات هم معنی پیدا کنید . در این سایت شما کلمات مورد نظر خود را که می خواهید در نام دامنه شما به کار رود وارد میکنید و منتظر پیشنهادات سایت می شوید.

impossibility.org - ۴

یک سایت ساخت دامنه با استفاده از ترکیب کردن پسوند و پیشوند به کلمه مورد نظر شما است.

nameboy.com - ۵

سایت ساخت دامنه با استفاده از کلمه پیشنهادی شما.

domaintyper.com - ۶

یک سایت سریع برای انتخاب نام دامنه است که به شما نشان می دهد آیا دامنه شما قابل خرید است

یا خیر.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

namemesh.com -۷

یک سایت حرفه ای برای انتخاب نام دامنه که در صورتی که نام دامنه شما گرفته شده باشد پیشنهاد های جدید و زیادی برای انتخاب نام دامنه جدید به شما می دهد.

domize.com -۸

wordoid.com -۹

کلمات جدید ساخته شده که کمتر از ۱۰ حرف است را به شما معرفی می کند . این کلمات مناسب برای ساخت یک برند جدید و نام دامنه است.

dotomator.com -۱۰

domainsbot.com -۱۱

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

این سایت از سال ۲۰۰۴ در حال فعالیت است و ایده های شما را دریافت و به نام تبدیل می کند و دامنه های قابل خریداری را به شما نشان می دهد.

nametumbler.com - ۱۲

namestall.com - ۱۳

panabee.com - ۱۴

یک مسیر راحت برای جستجوی نام دامنه ، نام برنامه ، نام برند و شرکت می باشد . در صورتی که نام شما گرفته شده باشد Panabee نام های جدید ترکیبی به شما پیشنهاد می دهد.

domainpuzzler.com - ۱۵

domainpuzzler.com - ۱۶

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

یک سایت آنلاین ساخت اسم دامنه است.

namestation.com - ۱۷

ساخت دامنه جدید برای شما با استفاده از ترکیب کلمات.

bulktopia.com - ۱۸

ارایه پیشنهاد های جدید اسم دامنه بر اساس کلمات کلیدی که شما وارد می کنید .

۱/۳ - خرید دامنه و هاست مناسب برای سایت

خرید هاست

۱- فضای مورد نیاز:

اگر هدف شما راه اندازی یک سایت ساده به منظور تمرین و یادگیری است میتوانید از ۱۰۰ مگابایت فضا شروع کنید که این مقدار فضا برای اینکه بتوانید چند فایل ساده و کم حجم داشته باشید و برای تمرین پروژه های برنامه نویسی و تست کردن اسکریپت های مختلف کافی است.

اگر قصد دارید یک سایت خدماتی و اطلاع رسانی راه اندازی کنید حداقل از ۵۰۰ مگابایت فضا شروع کنید. چون بخشی از این فضا بابت نصب اسکریپت مورد نظرتان اشغال میشود و مابقی آن بابت نگه داری از تصاویر و فیلم و به طور کلی فایل ها و مطالب و مولتی مدیای سایت استفاده خواهد شد و شما به مرور زمان و پیشرفت سایتتان ممکن است لازم باشد تا چند گیگابایت هم فضا بخرید. طبیعی است هرچه مطالب بیشتری داشته باشید و سایت شما گسترده تر باشد به فضای بیشتری برای نگه داری فایل های خود نیاز دارید.

برخی از شرکت های میزبانی وب به شما وعده فضای نامحدود میدهند. اما باید بدانید که در عمل این کار ممکن نیست. این فقط یک جمله تبلیغاتی است زیرا تمامی سرور ها اطلاعات شما را بر روی هارد دیسک خود نگهداری میکنند و تمامی هارد دیسک ها هم فضای مشخصی دارد که آن فضا بین کاربران تقسیم شده است. پس چیزی به نام نامحدود وجود ندارد.

برای امتحان شما میتوانید بر روی یکی از همین سرویس های نامحدود فایل های سنگین قرار دهید و پس از مدتی خواهید دید که شرکت میزبانی با شما تماس میگیرد و از شما درخواست میکند پلن هاست خود را ارتقا دهید.

۲- پهنای باند:

نکته بعدی قبل از خرید هاست تصمیم گرفتن در مورد مقدار پهنای باند لازم برای سایت تان است. همانطور که در استفاده از اینترنت خانگی محدودیت دارید و در ماه تا اندازه ای میتوانید از آن استفاده کنید و برای استفاده بیشتر باید گیگ بخرید در مورد هاست هم این موضوع وجود دارد. شرکت های میزبانی برای هر پلن مقدار خاصی پهنای باند به صورت ماهیانه در نظر میگیرند که اگر شما قبل از پایان ماه بیشتر از آن مقدار استفاده کنید سرویس شما معلق میشود تا بابت خرید گیگ اضافی هزینه پرداخت کنید.

تصور کنید حجم سایت شما ۱ مگابایت است . پس بابت هر کاربری که از سایت شما بازدید میکند شما به ۱ مگابایت پهنای باند نیاز دارید و اگر پهنای باند ماهیانه شما ۱ گیگ باشد (معادل ۱۰۲۴ مگابایت) شما میتوانید در ماه حدود ۱۰۰۰ بازدید کننده داشته باشید. و همچنین اگر یک فایل ۱۰۰ مگابایتی در سایت خود قرار داده اید تا کاربران بتوانند دانلود کنند، بابت هر دانلود کاربر به همین مقدار از پهنای باند شما استفاده میشود.

برای حداقل استفاده از پهنای باند ماهیانه میتوانید از روشهای زیر استفاده کنید:

- نکات لازم در طراحی سایت را به منظور کاهش حجم سایت و افزایش سرعت آن رعایت کنید
- فایل های حجیم و قابل دانلود را بر روی سرورهای ایلود فایل و سرویسهای خارج از هاست خودتان قرار دهید.

و اگر بابت پرداخت هزینه ها مشکلی ندارید میتوانید از پلن های میزبانی با حجم و پهنای باند بالا مانند وی پی اس VPS و سرور اختصاصی Dedicated Server استفاده کنید.

شرکت هایی هستند که وعده پهنای باند نامحدود به شما میدهند که این شعار تبلیغاتی است و در عمل چیزی به نام نامحدود نه در پهنای باند و نه در مقدار فضای هاست وجود ندارد.

۳ - تعداد دامنه و زیر دامنه:

ممکن است در آینده نیاز داشته باشید تا دامنه های دیگری برای سایت خود بخرید و آن را به صفحه اصلی سایت یا زیر گروه های آن متصل کنید. برای مثال در کنار سایت اصلی خود بخواهید قسمت چت روم یا فروشگاه و ... راه اندازی کنید و برای این بخش ها دامنه جداگانه ای بخرید که کاربران با تایپ آن مستقیماً وارد بخش مورد نظر بشوند.

همچنین زیردامنه هم میتواند در این مورد به شما کمک کند. اگر سایت شما در آدرس site.com قرار دارد شما میتوانید با ساختن زیر دامنه قسمت فروشگاه خود را در shop.site.com یا قسمت پشتیبانی را

در support.site.com راه اندازی کنید. با این کار شما در عمل یک سایت مستقل راه اندازی کرده اید که نیازی به سایت اصلی شما ندارد و حتی میتواند محتوی متفاوتی هم داشته باشد.

قبل از خرید هاست باید دقت کنید که سرویس دهنده قابلیت اضافه کردن چه تعداد دامنه و زیر دامنه را به شما میدهد.

۴ - تعداد ایمیل و مشخصات آن:

معمولا سایت های خدماتی و شرکتی و سازمان ها از ایمیل خود سایت برای مکاتبات اینترنتی استفاده میکنند و استفاده از ایمیل شخصی برای آنها زیاد مرسوم و پسندیده نیست. پس اگر از این دسته افراد هستید و میخواهید یک ایمیل با نام و برند خودتان داشته باشید باید قبل از خرید هاست دقت کنید که شرکت سرویس دهنده چه تعداد ایمیل در اختیار شما قرار میدهد و آیا این ایمیلها قابلیت PoP ۳ یا IMAP دارند یا خیر.

این دو قابلیت به شما کمک میکند از طریق نرم افزارهای بررسی ایمیل مانند Outlook یا Thunderbird بتوانید بدون وارد شدن به سایت و از طریق همین نرم افزارها ایمیل های خود را بررسی کنید یا ایمیل ارسال کنید.

۵ - بانک اطلاعاتی:

تقریبا تمام سایت های امروزی نیاز به بانک اطلاعاتی دارند. چون استفاده از سیستم های مدیریت محتوی مانند : وردپرس , نیوک , جوملا و فراگیر شده است.

بانک اطلاعاتی محلی است که تمامی اطلاعات کاربران سایت و مطالب شما در آن ذخیره میشود.

هرچه سایت شما کاربران ثبت نام کرده و همچنین مطالب بیشتری داشته باشد به همان مقدار حجم بانک اطلاعاتی آن بیشتر میشود. بسیاری از شرکت های ارائه کنند هاست رایگان به شما اجازه استفاده از مقدار مشخصی از فضا برای بانک اطلاعاتی را میدهند. ولی در سرویس های غیر رایگان این محدودیت با توجه به نوع پلن تغییر میکند و در پلن های بالاتر که مناسب سایتهای حجیم و پر بازدید است حجم مناسبی هم برای ساخت بانک اطلاعاتی وجود دارد.

۶ - پشتیبانی از ماژول ها , اسکریپت ها و فریم ورک ها مختلف:

بعضی از اسکریپت ها برای اینکه به درستی کار کنند نیاز دارند که ماژول خاصی بر روی سرور فعال باشد که در غیر این صورت اسکریپت شما پیغام خطا میدهد و به درستی کار نمیکند. مانند اسکریپت هایی که برای امنیت بیشتر و جلوگیری از کپی برداری با Zend Optimizer بصورت کد شده در آمده اند برای اجرا باید ماژول Zend بر روی هاست شما فعال باشد.

پس اگر قصد راه اندازی و اجرای اسکریپت خاصی دارید حتما قبل از خرید هاست این مسئله را با قسمت پشتیبانی در میان بگذارید.

۷ - پشتیبانی:

یکی دیگر از نکات بسیار مهم قبل از خرید هاست توجه کردن به نوع و کیفیت پشتیبانی شرکت سرویس دهنده است. باید بررسی کنید که در چه بازه زمانی پاسخ سوالات شما داده میشود و آیا شرکت پشتیبانی تلفنی هم دارد؟

گاهی اوقات درست در زمان اوج ترافیک سایت ناگهان مشکلی پیش می آید و سایت شما غیر فعال میشود در آن زمان شما باید بتوانید در کوتاه ترین زمان ممکن سایت خود را فعال کنید و به حالت اول برگردانید زیرا در غیر این صورت خسارت شدیدی به سایت شما وارد میشود و چون شما به تمامی منابع سرور دسترسی ندارید پس وظیفه تیم پشتیبانی شرکت سرویس دهنده است که در کوتاه ترین زمان ممکن از طریق تلفنی یا ایمیل به مشکل شما رسیدگی کند.

یک پشتیبانی خوب و سریع ارزش پرداخت هزینه بالاتر را دارد چون در وقت نیاز واقعا برای شما مشکل گشا خواهد بود.

Remote desktop یا SSH ۸

در سرور های اختصاصی یا وی پی اس برای انجام عملیات مدیریتی و نصب و حذف برنامه ها از روی سرور به دسترسی خاصی نیاز دارید که در هاست لینوکس از طریق SSH و در هاست ویندوز از طریق Remote Desktop انجام میشود. سرویس دهنده شما باید این دسترسی ها را به شما بدهد. پس قبل از خرید باید از سرویس دهنده خود بپرسید آیا این امکانات را در اختیار شما قرار میدهد یا خیر

۹ - ایجاد فایل htaccess.

برخی از اسکریپت ها برای عملکرد درست نیاز دارند که فایلی به نام htaccess. بر روی هاست ایجاد

کنند. این فایل به شما در:

- محافظت از پوشه ها با پسورد
- ریدایرکت صفحات سایت
- قابلیت Re-write ادرس صفحات که در سئو بسیار مهم است

- ایجاد دسترسی های خاص برای فایل ها و پوشه ها

و بسیاری از موارد دیگر کاربرد دارد. پس شما باید بتوانید این فایل را بر روی هاست خود ایجاد کنید

و سرویس دهنده باید این امکان را در اختیار شما قرار دهد.

۱۰ - قابلیت: Cron Jobs

کرون جاب یکی دیگر از قابلیت های اصلی هاست است. با کمک این سرویس شما میتوانید هاست خود

را طوری برنامه ریزی کنید تا در ساعت خاصی یک عملیات از پیش تعیین شده را برای شما انجام دهد.

برای مثال یک اسکریپت فروشگاه ساز نیاز دارد تا هر شب راس ساعت ۱۲ تمامی پروسه فروش و خدمات مالی آن روز را صفر کند و روز بعدی را شروع کند که این پروسه از طریق کرون جاب انجام میشود. این فقط یک نمونه از قابلیت های کرون جاب است و این قابلیت میتواند در اتوماتیک کردن بسیاری از پروسه ها بر روی هاست کاربرد داشته باشد.

۱۱ - پشتیبانی از زبان ها:

هر کدام از سایت ها به یک زبان تحت وب برنامه نویسی شده اند مانند Asp , Asp .net , Php : و سایر زبانهای برنامه نویسی رایج تحت وب که هاست شما باید قابلیت اجرای آنها را داشته باشد. برای اجرای این برنامه ها باید ماژول های مخصوص آن روی هاست شما نصب شود.

۱۲ - بک آپ:

یک امتیاز قابل توجه دیگر قبل از خرید هاست که باید به آن توجه کرد بک آپ گیری منظم توسط خود سرویس دهنده است. به عنوان مسئول سایت باید خودتان در بازه های زمانی مختلف از مطالب و فایل های خود فایل پشتیبان یا Backup داشته باشید تا بتوانید اگر مشکلی برای سایت پیش آمد بلافاصله از آن پشتیبان استفاده کنید و سایت خود را به حالت اول برگردانید. اکثر سرویس دهندگان با کیفیت به صورت منظم از تمامی سرور های و فایل های آن بک آپ گیری روزانه , هفتگی یا ماهیانه دارند و اگر

تصادفا شما فراموش کنید که از سایت خود نسخه پشتیبان تهیه کنید میتوانید با سرویس دهنده تماس بگیرید و از آنها بخواهید از بک آپ خودشان استفاده کنند و سایت شما را اصلاح کنند.

۱۳- نوع سیستم عامل: Operating System

قبلا خواندید که زبانهای مختلفی برای برنامه نویسی تحت وب وجود دارد و هر کدام از این برنامه ها برای اجرا شدن نیاز به سیستم عامل مناسب خود را دارند. میزبانی وب ویندوز برای اجرا اسکریپت Asp و Net مناسب است و میزبانی وب لینوکس برای اجرای اسکریپت های نوشته شده با زبان Php بهترین گزینه هستند. هر نوع اسکریپت برای اجرا روی نوع خاصی از سیستم عامل بهینه شده و بهترین سازگاری را با آن دارد.

۱۴ - آپدیت بودن:

یک سرویس دهنده خوب و با کیفیت باید مرتبا سرور های خود را هم از نظر نرم افزاری و هم از نظر سخت افزاری به روز رسانی کند. زیرا سیستم های قدیمی امکانات کمتری در اختیار کاربر قرار میدهند و از طرفی مشکلات امنیتی فراوانی در آنها وجود دارد که باعث آسیب پذیری و قابل نفوذ شدن سرورها میشود.

وقتی یک نرم افزار آپدیت میشود علاوه بر اضافه شده امکانات جدیدتر به آن , از نظر مشکلات امنیتی هم ارتقا پیدا میکند و ایرادات موجود در آن رفع میشود. پس هنگام خرید هاست باید از نظر بروز بودن سرویس دهنده مطمئن باشید.

۱۵ - آپتایم: Uptime

یک سایت اینترنتی باید همیشه در دسترس باشد. چون ۲۴ ساعت روز و ۷ روز هفته و ۳۶۵ روز سال سایت شما در حال بازدید است. پس باید از قابلیت آپتایم هاست خود مطمئن باشید.

آپتایم یعنی مدت زمانی که هاست میتواند بدون قطعی و وقفه کار کند که به صورت درصد بیان میشود و هرچه به ۱۰۰٪ نزدیک تر باشد طبیعی است که کیفیت آن سرویس بهتر و بالاتر است.

تصور کنید شما به تخفیف ویژه برای فروش ویژه به مدت ۲ ساعت در سایت خود قرار داده اید و از طریق ایمیل و پیامک و روشهای دیگر به کاربران اطلاع رسانی کرده اید که در این فروش ویژه شرکت کنند و درست در شروع این زمان سایت شما قطع میشود. خوب این موضوع برای شما یک کابوس خواهد شد. چندین کاربر و مشتری با مراجعه به سایت شما با پیغام خطا مواجه میشوند و از سایت شما خارج میشوند.

نه مدیران سایت ها دوست دارند که سایتشان حتی برای ۱ دقیقه از دسترس خارج باشد و نه کاربران دوست دارند که سایت محبوبشان قطع شود. پس دقت کردن روی میزان آپتایم سرویس دهنده بسیار مهم است.

۱۶ - امنیت: Security

برقراری امنیت هاست از وظایف اصلی یک میزبان وب است. که البته کار آسانی نیست و نیاز به تخصص دارد چون باید حتما شخصی که دوره های تخصصی امنیت شبکه را گذرانده مسئولیت تامین امنیت هاست را به عهده بگیرد.

استفاده از آخرین نسخه از سیستم عامل ها و نرم افزارهای موجود و هم چنین استفاده از وایروال های سخت افزاری میتواند تا حد بسیار زیادی امنیت را بالا ببرد. بخش دیگری از امنیت هاست مربوط به کاربر میشود که هرگز نباید اسکریپت های نال شده Null یا همان قفل شکسته را روی هاست نصب کند. چون اکثریت افرادی که اسکریپت های گران قیمت پولی را نال میکنند و قفل آن را میشکنند داخل اسکریپت ویروس یا ابزار آلات هک قرار میدهند و شما با نصب آنها در عمل خودتان را برای هک شدن و سوء استفاده آماده کرده اید. قبل از خرید هاست مورد نظر حتما از نظر امنیت سرویس ها هم باید آن را بررسی کنید.

نکاتی که در این مقاله مطالعه کردید به شما کمک میکند تا بهترین پلن هاست را برای سایت خود انتخاب کنید و با هزینه معقول بتوانید کسب و کار آنلاین خود را آغاز کنید و در راه اندازی سایت خود

با مشکلی مواجه نشوید . برای مشاهده مشخصات پلن های میزبانی فراکارانت میتوانید از صفحه میزبانی وب بازدید کنید یا با کارشناسان ما در تماس باشید

۱/۴ - انتخاب سیستم مدیریت محتوای مناسب برای سایت

سامانه مدیریت محتوا

سامانه مدیریت محتوا (به انگلیسی Content management system :)، یک برنامه رایانه‌ای است که امکان انتشار، ویرایش و مدیریت محتوا، سازماندهی، حذف و همچنین نگهداری از طریق یک رابط مرکزی فراهم می‌کند. یک سیستم مدیریت محتوا از دو عنصر تشکیل شده است:

نرم افزار مدیریت محتوا (CMA) که به مدیر محتوا یا نویسنده، که ممکن است دانش لازم در مورد زبان نشانه گذاری (HTML) را نداشته باشد، اجازه می‌دهد تا ایجاد، ویرایش و حذف محتوای یک وب سایت را بدون نیاز به تخصص یک وب‌مستر، مدیریت کند.

نرم افزار تحویل محتوا (CDA) که با تفسیر و استفاده از آن اطلاعات وب‌گاه را بروز رسانی می‌کند.

سامانه مدیریت محتوای وب

یک سیستم مدیریت محتوا (سیستم مدیریت محتوای وب) یک نرم افزار همراه و یا مستقل برای ایجاد، گسترش، مدیریت و ذخیره محتوا در صفحات وب است. محتوای وب سایت شامل متن، گرافیک،

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

عکس، ویدئو، صدا و کد است که برای نمایش محتوا یا تعامل با کاربر استفاده می‌شود. مدیریت محتوا نقش زیادی در تجارت امروز دارد و پایه و اساس وبلاگ نویسی، انتشار مقالات، اخبار، توضیحات محصولات و ... در وب سایت است.

تاریخچه

سامانه‌های مدیریت محتوا به صورت متن‌باز از سال ۱۹۹۰ پدیدار شدند. از مهم‌ترین سامانه‌های متن‌باز دنیا جوملا، وردپرس و دروپال می‌توان اشاره کرد. شما می‌توانید به راحتی یکی از سامانه‌های متن‌باز را روی فضای مجازی آپلود کرده و اقدام به طراحی سایت کنید.

وردپرس (WORDPRESS)



سیستم مدیریت محتوا - وردپرس WORDPRESS -

طی سال های گذشته مباحث زیادی در خصوص ماهیت وردپرس و امکان دسته بندی آن به عنوان یک سیستم مدیریت محتوا وجود داشت چرا که ساختار این سامانه معرف یک پلت فرم وبلاگ نویسی بود. این کمشکس ها زمانی فروکش کرد که از وردپرس در طراحی وب سایت های ساده ی چند صفحه ای بروشور مانند(که وبلاگ نیز نبودند) استفاده شد. خلق شبکه های اجتماعی پیشرفته از طریق پلاگین های این سامانه منجر به ختم این مباحث برای همیشه شد.

امروزه هزاران قالب، پلاگین و ویجت به منظور بسط قابلیت های وردپرس در دسترس است. همچنین گسترش انجمن توسعه دهندگان این سامانه بدان معناست که دستیابی به آموزه ها و اطلاعات مورد

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

نیاز جهت بهره گیری از این سیستم به راحتی فراهم شده است. راه اندازی شبکه های اجتماعی، تالارهای گفتگو (Forum) و وب سایت های تجارت الکترونیک به کمک پلاگین ها و قالب های سفارشی شده، تنها با یک بار نصب و اشتراک گذاری این سامانه امکان پذیر شده است.

مزایای وردپرس:

- انجمن گسترده توسعه دهندگان همراه با مستندات و آموزه های قابل دستیابی
- ایجاد هر گونه وب سایت با بهره گیری از پلاگین های رایگان و غیر رایگان و قالب های سفارشی شده
- محیط مدیریتی کاربرپسند

معایب وردپرس:

- پیچیدگی برای طراحی سایت های ساده و ابتدایی
- آسیب پذیری امنیتی وب سایت های راه اندازی شده از طریق این سامانه بدون اعمال تنظیمات مورد نیاز
- عدم وجود پشتیبانی رسمی برای این نرم افزار به گونه ای که ممکن است برخی مشکلات و سوال ها بی پاسخ باقی بماند.

موارد استفاده از وردپرس:

- طراحی وبلاگ و یا سایت های شخصی

- وب سایت دانشگاه ها
- وب سایت های عکاسی
- وب سایت های معرفی مشاغل
- وب سایت هایی با محتوای تجارت الکترونیک

جوملا (Joomla)



سیستم مدیریت محتوا - جوملا Joomla -

جوملا سامانه ای است که برای طراحی وب سایت های شرکت ها و موسسات برجسته ای چون MTV، دانشگاه هاروارد و IHOP مورد استفاده قرار گرفته است. این CMS برای طراحی سایت هایی با محتوای مدیریتی نیز مناسب است. به عنوان مثال سایت Citibank با تکیه بر این ویژگی جوملا راه اندازی شد. جوملا برای طراحی هر نوع وب سایت اعم از وب سایت های معمولی تا وب سایت های بسیار پیچیده قابل استفاده است. جوملا دارای یک انجمن بزرگ از طراحان قالب حرفه ای و توسعه دهندگان افزونه است (بالغ بر ۲۰۰/۰۰۰ نفر) و سهولت در دستیابی به پلاگین ها و افزونه های مورد نیاز حکایت از آن دارد که بسط قابلیت های این سامانه لزوما نیازمند کدنویسی نیست.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

مزایای جوملا:

- احراز هویت کاربران از طریق LDAP و OpenID, Google
- وجود بیش از ۷۰۰۰ افزونه
- انجمن گسترده توسعه دهندگان همراه با مستندات و آموزه های قابل دستیابی

معایب جوملا:

- عدم وجود سیستم مدیریت محتوا کاربر پسند
- کمبود قالب های قوی در مقایسه با سایر سیستم های مدیریت محتوا
- پیچیدگی برای طراحی سایت های ساده و ابتدایی

موارد استفاده از جوملا:

- طراحی وبلاگ و یا سایت های شخصی
- وب سایت دانشگاه ها
- پرتال های کاربری
- وب سایت های خبری(مجلات، روزنامه ها و...) ...
- وب سایت هایی با محتوای تجارت الکترونیک
- دروپال(DRUPAL)
- رایگان، بر مبنای زبان برنامه نویسی PHP

دروپال DRUPAL -



Drupal™

یکی دیگر از سیستم مدیریت محتوای محبوب که توسط شرکت های مطرحی چون New York Observer، Popular Science، MIT، Sony Music و Fast Company بکار گرفته شده، دروپال است. ویژگی های منعطف و کاربرپسند این سامانه امکان مدیریت محتوای سایت ها را تسهیل کرده است. دروپال دارای انجمن توسعه دهندگان فعال، تعداد زیادی کانال IRC و تالارهای گفتگو و مستنداتی است که پیوسته به روز و بهینه می شوند. این مستندات دربرگیرنده تمامی نیازهای نصب و راه اندازی وب سایت ها، ماژول ها، طراحی قالب ها و دیگر مسائل مرتبط است. وجود بیش از ۶۰۰۰

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

افزونه برای این سامانه تاثیر چشمگیری در افزایش قابلیت های این CMS جهت مدیریت محتوا داشته و بدان معناست که با بکارگیری این سیستم می توان تمام تمرکز را متوجه طراحی و راه اندازی وب سایت نمود و نیاز به درگیری با کدنویسی از میان رفته است.

مزایای دروپال:

- انجمن پشتیبانی قدرتمند متشکل از کانالهای IRC و حتی پشتیبانی زنده
- وجود بیش از ۶۰۰۰ افزونه که این سامانه را تا حد زیادی قابل توسعه کرده است.
- استفاده از این سامانه توسط شرکت های بزرگ که خود گواه قدرت این سامانه است.

معایب دروپال:

- پیچیدگی برای طراحی سایت های ساده و ابتدایی
- کمبود چشمگیر قالب های رایگان و غیررایگان
- پیچیدگی در ایجاد قالب

موارد استفاده از دروپال:

- وب سایت هایی با محتوای ذخیره سازی فایل ها
- شبکه های اجتماعی
- پرتال های خبری
- وبلاگ های اجتماعی

- وب سایت هایی جهت اشتراک گذاری ویدئو و عکس
- اکسپرشن انجین (EXPRESSIONENGINE)
- نیازمند لایسنس، بر مبنای زبان برنامه نویسی PHP

اکسپرشن انجین EXPRESSIONENGINE-



این سامانه ترکیب جالبی از نرم افزارهای غیر رایگان و متن باز است. ساختار این سیستم مدیریت محتوا بر پایه CodeIgniter می باشد که خود یک فرم ورک متن باز است. جنبه ی غیر رایگان این سامانه از این واقعیت نشات می گیرد که برنامه نویسانی متعهد همراه با پشتیبانی فنی و انحصاری در پس این سیستم وجود دارند.

وب سایت های مطرحی که به کمک این سیستم راه اندازی شده اند عبارت است از AIX Life ، the

LivingSocial Adventures. و Canon Ixus site

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

کستردگی پلاگین و ماژول ها در این CMS بسیار محدود است به طوری که تنها ۲۲ ماژول و ۱۰۰ پلاگین در دسترس است. اما با همین تعداد اندک، دانش نامه ها، تالارهای گفتگو، سایت های مدیریت کاربران، تجارت الکترونیک، سایت های آمارگیری و... بیشماری ایجاد شده است. چنانچه از طریق وب سایت رسمی امکان یافتن پلاگین مورد نظر فراهم نباشد، انجمن هایی برای ارائه ی پلاگین متناسب با نیاز شما در نظر گرفته شده است.

مزایای اکسپرشن انجین:

- ارائه لایسنس
- تمرکز بر امنیت(این در حالی است که سامانه مذکور با هیچگونه نقص امنیتی جدی مواجه نشده است)
- عدم اعمال محدودیت در طراحی سایت ها

معایب اکسپرشن انجین:

- هزینه بالا بخصوص برای طراحی سایت های تجاری
- پیچیدگی برای طراحی سایت های ساده و ابتدایی
- عدم وجود دمو جهت ارزیابی سامانه پیش از خرید
- تکست پترن(TEXTPATTERN)

- رایگان، بر مبنای زبان برنامه نویسی PHP

تکست پترن TEXTPATTERN -



TEXTPATTERN

تکست پترن یکی از سیستم های نادیده گرفته شده در بازار CMS هاست. این سامانه بسیار منعطف و کاربرپسند است که به راحتی قابلیت سفارشی سازی دارد. از این CMS برای تولید تگ های برنامه نویسی استفاده می شود که به بازایی و مدیریت محتوا کمک شایانی کرده است. این سامانه براحتی متون خام و بدون فرمت را در مقالات تبدیل به متون XHTML کرده و میزان کارپسندی مطالب را به طور چشمگیری افزایش داده است.

گسترده گی قالب های این سامانه به اندازه وردپرس، جوملا و یا دروپال نیست و تنها بالغ بر ۱۲۰ قالب جهت استفاده کاربران در دسترس است. در عین حال چندین قالب مدیریتی نیز برای مدیریت محتوا توسط برنامه نویسان ارائه شده است.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

مزایای تکست پترن:

- اینترفیس بسیار ساده
- مناسب برای طراحی هر نوع سایت همراه با ارائه آموزه های لازم
- مستندات بسیار مناسب

معایب تکست پترن:

- کاربران اندک
- پلاگین های محدود نسبت به دیگر CMS ها
- کمبود قالب های قوی

موارد استفاده از تکست پترن:

- وب سایت های خبری
- وب سایت های آموزشی
- وب سایت هایی با محتوای معرفی محصولات
- پرتال های ساده
- وب سایت هایی جهت دانلود فایل ها
- کانتائو (CONTAO)- با نام رسمی TYPOLIGHT

- رایگان، بر مبنای زبان برنامه نویسی PHP

کانتائو Contao -



Contao

این سامانه با استفاده از AJAX و قابلیت های Web ۲ سبب شده که کاربران زیادی از استفاده آن لذت ببرند. ساختار سیستم استاندارد آن امنیت بالایی را ارائه می دهد علاوه بر این، سیستم می تواند به صورت انعطاف پذیر و کم هزینه گسترش یابد. مدیریت آسان کاربران و قوانین، سرویس بروزرسانی، چارچوب پیشرفته و بسیاری از افزونه های داخلی موجود (اخبار، تقویم، فرم ها و ...) کانتائو را به عنوان یکی از محبوب ترین سیستم های مدیریت محتوای متن باز کرده شناسانده است.

قالب های کمی برای این سامانه طراحی شده است که البته با توجه به پشتیبانی این CMS از فرم ورک های CSS نگرانی جدی برای طراحان در پی نخواهد داشت.

مزایای کانتائو:

- عدم محدودیت در طراحی وب سایت
- سهولت در یادگیری برای طراحان

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

کسب درآمد از اینترنت

- ماژول های قدرتمند

معایب کانتائو:

- عدم وجود قالب
- عدم توسعه بخش مدیریتی این سیستم از طریق ادمین
- استفاده از این سامانه در طراحی سایت های کوچک به دلیل توسعه نیافتگی بخش مدیریتی

ادمین

- سیلوراستریپ (SILVERSTRIPE)
- رایگان، بر مبنای زبان برنامه نویسی PHP

سیلوراستریپ SILVERSTRIPE -



این سامانه یک سیستم مدیریت متن باز و مناسب طراحی است که به کدنویسی علاقه دارند. با توجه به وجود دستورات عملی، آموزه‌ها، وبلاگ‌ها و تالارهای گفتگو بیشمار، این سیستم برای برنامه‌نویسان مبتدی نیز قابل استفاده است. با توجه به اینکه کدهای برنامه‌نویسی مشتق از ویژگی‌های فریم‌ورک Sapphire می‌باشند بنابراین برنامه‌نویسان می‌توانند به راحتی از هر یک از کدهای HTML و یا CSS برای طراحی وب‌سایت خود بهره‌گیرند. یکی دیگر از ویژگی‌های این سامانه مدیریت صفحات چندگانه جهت پاسخگویی هر چه کاملتر به نیازهای کاربران می‌باشد. همچنین این CMS از ابزارهای نگارشی قدرتمندی برخوردار است که طراحان را قادر می‌سازد از طریق این ابزارها، تنظیمات جداگانه‌ای با سطوح دسترسی مختلف برای بخش‌های منتشر شده و یا منتشر نشده وب‌سایت تعریف کرده و محتوای آن را مدیریت نمایند. این ویژگی در مقابل داشتن چندین ویرایشگر و یا ویراستاری که تنها نیاز است بخش خاصی را مدیریت نماید، ویژگی کاملاً برجسته‌ای است.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

این سامانه بالغ بر ۳۵۰/۰۰۰ بار دانلود شده و جامعه طراحان عظیمی را در برمیگیرد. سازمان پشتیبانی این CMS جهت بروزرسانی و بهینه سازی کدهای مربوطه برای پاسخگویی و رفع هر چه سریعتر مشکلات احتمالی در دسترس بوده و شاهد این امر وجود این سازمان ها در بیش از سی کشور دنیاست که پشتیبانی گسترده و جامع این CMS را محرز می نماید.

مزایای سیلوراستریپ:

- سهولت در سیستم مدیریت
- آزادی در استفاده از کدهای CSS و یا HTML بر مبنای نیاز طراحی وب سایت
- توسعه یافتگی بر اساس استانداردهای موجود

معایب سیلوراستریپ:

- نیاز به آموزش و یادگیری جهت استفاده از این CMS
- محدودیت در ماژول/افزونه (حدوداً ۵۰ عدد)
- کمبود قالب های قوی

آمبراکو (UMBRACO)



رایگان، بر مبنای زبان برنامه نویسی .NET.

آمبراکو UMBRACO -

این سامانه با امکان مدیریت همه جانبه و تمرکز بر استانداردهای وب و با استفاده از سیستم قالب بندی باز و توانایی ساخت دستورات عمل ها یکی از سیستم های مدیریت محتوای محبوب است. همچنین به راحتی می توان محتوای وب سایت های طراحی شده با Flash و یا Silverlight را در سایت های مدیریت شده با این سامانه گنجانند. از جمله وب سایت های طراحی شده با این سامانه می توان به Heinz و ABBA اشاره کرد.

از دیدگاه مدیریتی این سامانه با ارائه نمودار درختی، این امکان را برای کاربران فراهم آورده است که اطلاعات مورد نیاز را در مورد وب سایت به دست آورده و نگاهی اجمالی به آن بیندازند.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

این CMS قابلیت پشتیبانی از نسخه های متعدد، نمایش زمان بندی شده و پیش نمایش صفحات را دارد. از دیگر ویژگی های بارز این سامانه می توان به پشتیبانی این سیستم از ورد (Word) اشاره کرد و این خود دلیل محبوبیت این سامانه نزد کاربران میکروسافت آفیس است.

مدیریت سمت ادمین برای طراحان و برنامه نویسان در این سامانه از طریق اپلیکیشن های سفارشی شده و پلت فرم متن باز API فراهم شده است.

مزایای آمبراکو:

- وجود پشتیبانی به دو صورت رایگان و غیر رایگان
- بسیار قدرتمند و منعطف برای طراحی وب سایت ها و شبکه های داخلی
- پلت فرم متن باز API

معایب آمبراکو:

- افزونه های اولیه غیر رایگان
- عدم وجود دمو جهت ارزیابی سامانه پیش از خرید
- عدم امکان استفاده از قالب های طراحی شده سمت کاربر

موارد استفاده از آمبراکو:

- مجلات و روزنامه ها
- وب سایت هایی با محتوای تجارت الکترونیک

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

- وب سایت های دولتی
- وبلاگ های شخصی
- وب سایت های مراکز آموزش
- کانسرت ۵(concrete ۵)
- رایگان، بر مبنای زبان برنامه نویسی PHP

کانسرت ۵ - concrete5



این سامانه در حقیقت یک سیستم مدیریت محتوا نیست بلکه می توان آن را در فهرست فریم ورک ها گنجانند. این روزها طراحی وب سایت ها کار ساده ای است و می تواند طی مراحل مختلفی صورت گیرد. می توان سایتی را با یک قالب طراحی کرد و نیازی به هیچ کدنویسی نداشت و یا می توان کدهای مورد نیاز را از طریق CSS و یا HTML تولید کرد و وب سایت را به کمک آن ها راه اندازی نمود. قالب های آماده ی بسیاری در دسترس است اگر که شما مشکلی با زبان برنامه نویسی PHP نداشته باشید. یکی از ویژگی های شاخص این سامانه سهولت در ویرایش متون و کارپسندی آن است که برای کاربران بسیار مبتدی نیز قابل استفاده است.

با تکیه بر گزارشات ارائه شده در سال ۲۰۱۰ در رابطه با سیستم های مدیریت محتوای متن باز، انجمن برنامه نویسانی که از این سامانه بهره برده اند، افزایش قابل توجهی داشته است. بر همین مبنا پاسخ هر گونه سوال از طریق سیستم تیکتینگ و یا با استفاده از تالارهای گفتگو براحتی قابل دستیابی است. از

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

این روست که کاربرپسندی و پشتیبانی قوی، این سامانه را میان طراحان مبتدی بسیار محبوب کرده است.

مزایای کانسرت ۵:

- تبدیل وب سایت های نوشته شده با کدهای HTML ابتدایی به وب سایت طراحی شده با

کانسرت در لحظه

- انجمن برنامه نویسان فعال و گسترده
- ارائه سرویس میزبانی شامل پیشیبانی در این زمینه

معایب کانسرت ۵:

- غیر رایگان بودن پلاگین های قوی و مفید
- غیر رایگان بودن اکثر قالب ها
- پیشیبانی غیر رایگان در صورت عدم تهیه سرویس میزبانی از شرکت ارائه دهنده این سامانه
- کاشی سی ام اس (CUSHYCMS)
- رایگان، نسخه حرفه ای ۲۸ دلار در ماه به تناسب ویژگی ها - میزبانی شده

کاشی سی ام اس CUSHYCMS -



این سیستم تنها سیستمی است که میزبانی شده است. نسخه رایگان این CMS در برگیرنده تعداد نامحدودی وب سایت، صفحات و ویرایشگرهاست با این ویژگی که اجازه استفاده از نام دامنه و لوگوی شخصیتان از شما سلب شده است. چنانچه این مسئله برایتان اهمیتی ندارند، نسخه رایگان پیشنهاد ویژه ای خواهد بود در غیر اینصورت می توانید با پرداخت هزینه لایسنس نسخه حرفه ای نسبت به نگهداری برند و نام خود اقدام نمایید.

آنچه این سامانه را از دیگر سامانه ها متمایز کرده است سهولت در ویراستاری برای کاربران است. شما سایت خود را طراحی کرده و سپس آن را به این CMS اضافه می کنید. سپس دسترسی های لازم را جهت ویرایش بخش دلخواه به کاربرانتان می دهید.

با توجه به ماهیت این CMS پلاگین و یا قالب از پیش تعیین شده ای برای این سامانه در نظر گرفته نشده است. برای آن دسته از طراحان که عادت به کار با CMS ندارند و یا آن دسته که سایت هایی ساده طراحی کرده اند و نیازی به ویژگی های گسترده CMS ندارند ولی مایلند که کاربرانشان امکان ویرایش برخی از قسمت های سایت را داشته باشند، این سامانه یک پیشنهاد ویژه است.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

مزایای کاشی سی ام اس:

- سهولت بسیار در ویرایش و مدیریت محتوا
- نسخه های رایگان مناسب برای عموم کاربران
- سهولت در آغاز به کار

معایب کاشی سی ام اس:

- هزینه قابل توجه در صورت بکارگیری نسخه های غیر رایگان تنها در یک وب سایت
- پشتیبانی از طریق ایمیل تنها در نسخه های غیر رایگان
- بسار ابتدایی برای طراحی سایت های بزرگ

حال با توجه به توضیحی که در مورد انواع سیستم های مدیریت محتوا ارائه شد شما می توانید یکی از سیستم ها را انتخاب کرده و با توجه به معیار هایی که برایتان مهم است از آنها استفاده کنید. در ادامه آموزش کار کردن با سه مورد از مهم ترین این سیستم های مدیریت محتوا ارائه می گردد . این سه سیستم عبارتند از : وردپرس ، جوملا و دروپال ، دلیل انتخاب این سه سیستم این است که بیشترین کاربر را در سراسر جهان را دارند.

نصب ورد پرس روی Cpanel

برای شروع کار ابتدا باید آخرین نسخه از وردپرس فارسی را دریافت نماییم. (سیستم وردپرس از سایت

مرجعہ "wordpress.org" ، قدرت می گیرد و به صورت زبان اصلی در این سایت موجود است.)

پس از دریافت آخرین نسخه از وردپرس به هاستی که خریداری کردیم مراجعه می کنیم! برای وارد

شدن به هاست می توانید آدرس مشخص سایت خود را وارد کرده و در انتها با یک اسلش "Cpanel"

را وارد کنید به طور مثال ". "www.example.com/cpanel" پس از وارد کردن آدرس، صفحه ای را

ملاحظه می کنید که باید در آن نام کاربری و رمز عبور وارد شود. این اطلاعات پس از خرید هاست،

توسط هاستینگ در اختیار شما قرار داده می شود.

پس از وارد کردن اطلاعات درست، به محیط سی پنل وارد می شویم. ستون سمت چپ اطلاعات هاست

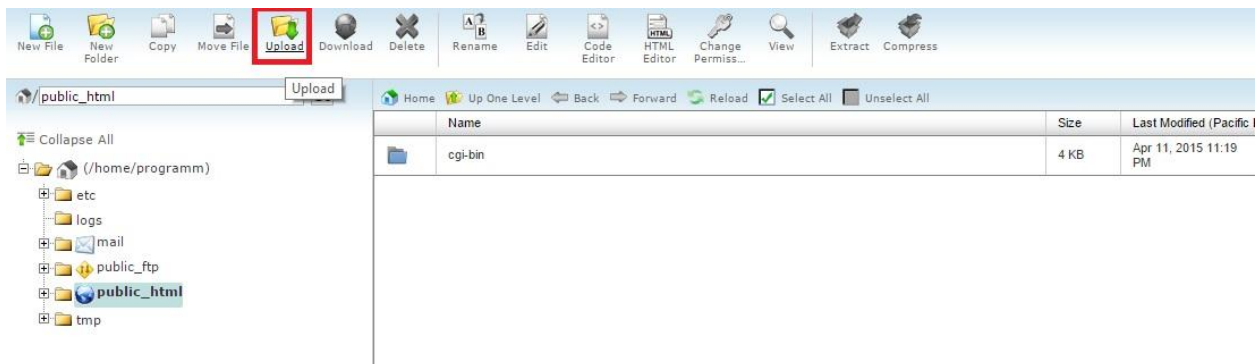
شما را مشخص می کند و ستون گسترده ی سمت راست دارای چند جعبه است که داخل هر کدام

بخش های متعددی برای فعالیت ها موجود است.

به جعبه ی "files" مراجعه کنید و بر روی گزینه ی "File manager" کلیک کنید تا وارد آن شویم.



در حال حاضر وارد بخشی شدیم که وردپرس را می توانیم در آن بارگذاری کنیم. در اینجا ستون سمت چپ، مسیرها را مشخص می کند. همانطور که ملاحظه می کنید ما در مسیر “public_html” قرار داریم و باید فایل وردپرس خود را در اینجا آپلود نماییم. بر روی گزینه ی upload در تصویر پایین کلیک کنید.



پس از وارد شدن در صفحه جدید با کلیک بر روی گزینه Browse فایل فشرده ی وردپرس را که در

ابتدا دانلود کردید را انتخاب کنید (فرقی بین zip و gz.tar نیست)

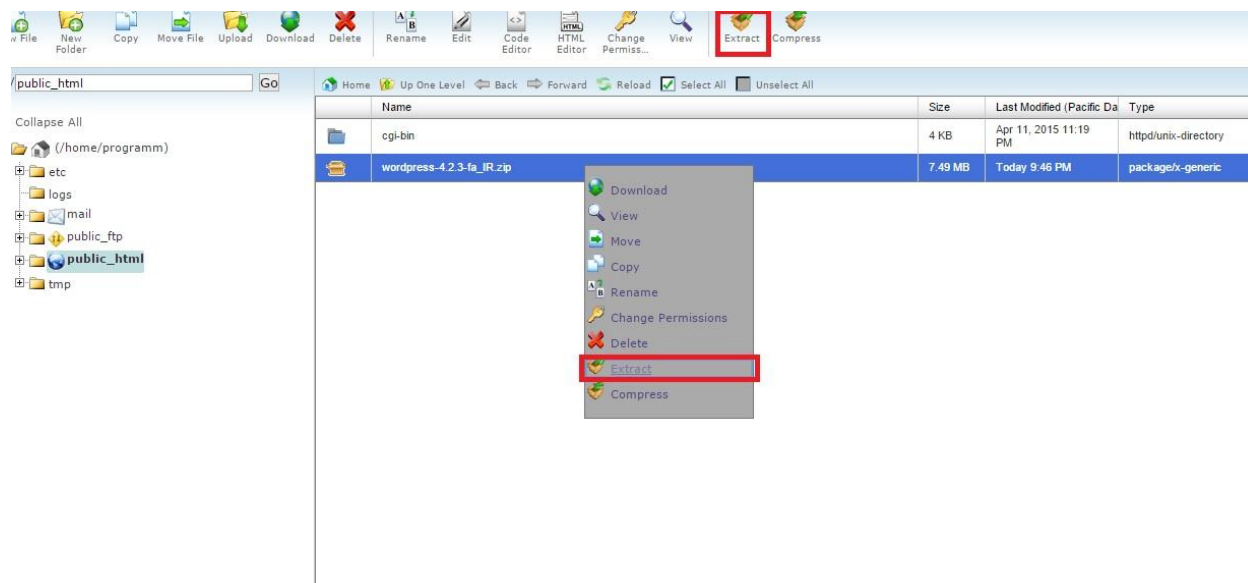
به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>



همانطور که در پایین پنجره مشاهده می کنید، فایل در حال بارگذاری است و باید تا انتهای بارگذاری صبر کنیم.

پس از اطمینان از آپلود کامل وردپرس فارسی به "File Manager" بازگردید حال باید فایل فشرده را مشاهده کنید اگر که مشاهده نمیکنید گزینه Reload را بزنید تا مشاهده شود. پس از دیدن فایل فشرده بر روی آن راست کلیک نمایید و Extract را انتخاب نمایید و یا روی آن کلیک کنید و از منوی بالای صفحه گزینه ی Extract را بزنید.



پس از خارج شدن از حالت فشرده، پوشه ای با عنوان wordpress در اینجا ملاحظه می شود. از اینجا به بعد دو مسیر جلوی پای شماست:

۱- اگر تنظیمات را داخل پوشه ی wordpress انجام دهید، باید آدرس سایت خود را به صورت <http://example.com/wordpress> بزیند تا سایت نمایش داده شود .

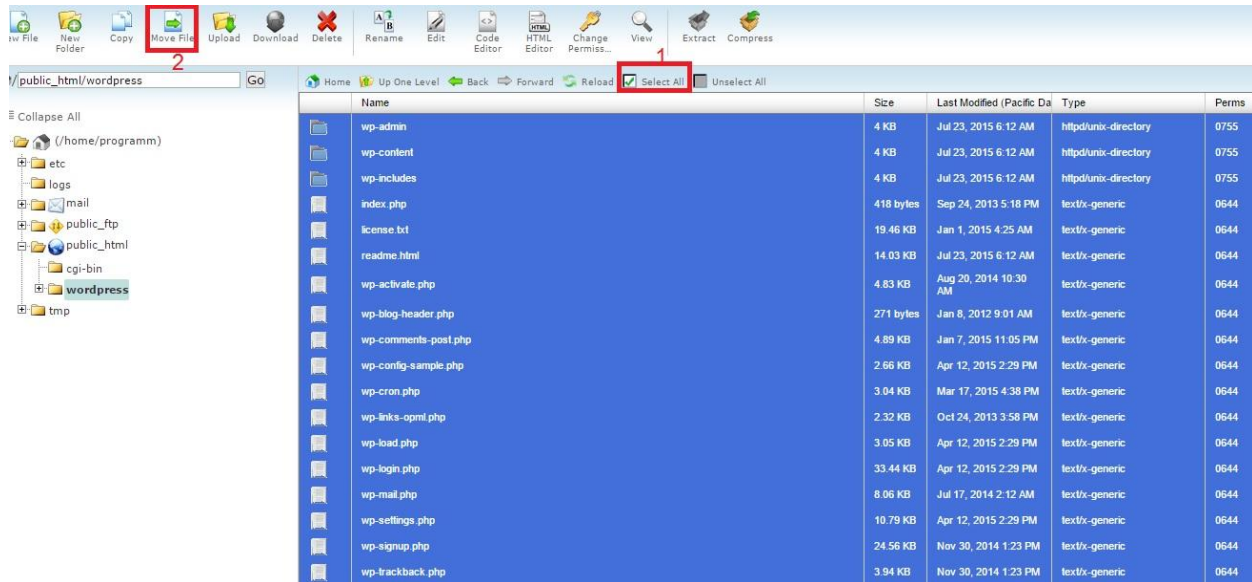
۲- برای اینکه آدرس سایت شما بدون وردپرس نمایش داده شود باید اطلاعات داخل پوشه ی wordpress را به روت اصلی هاست یعنی public_html منتقل کنید.

ما هم اطلاعات را به شاخه ی اصلی منتقل خواهیم کرد. پس داخل پوشه ی wordpress می شویم و تمامی فایل ها و پوشه های داخل آن را انتخاب می کنیم. برای اینکار بر روی گزینه ی select all

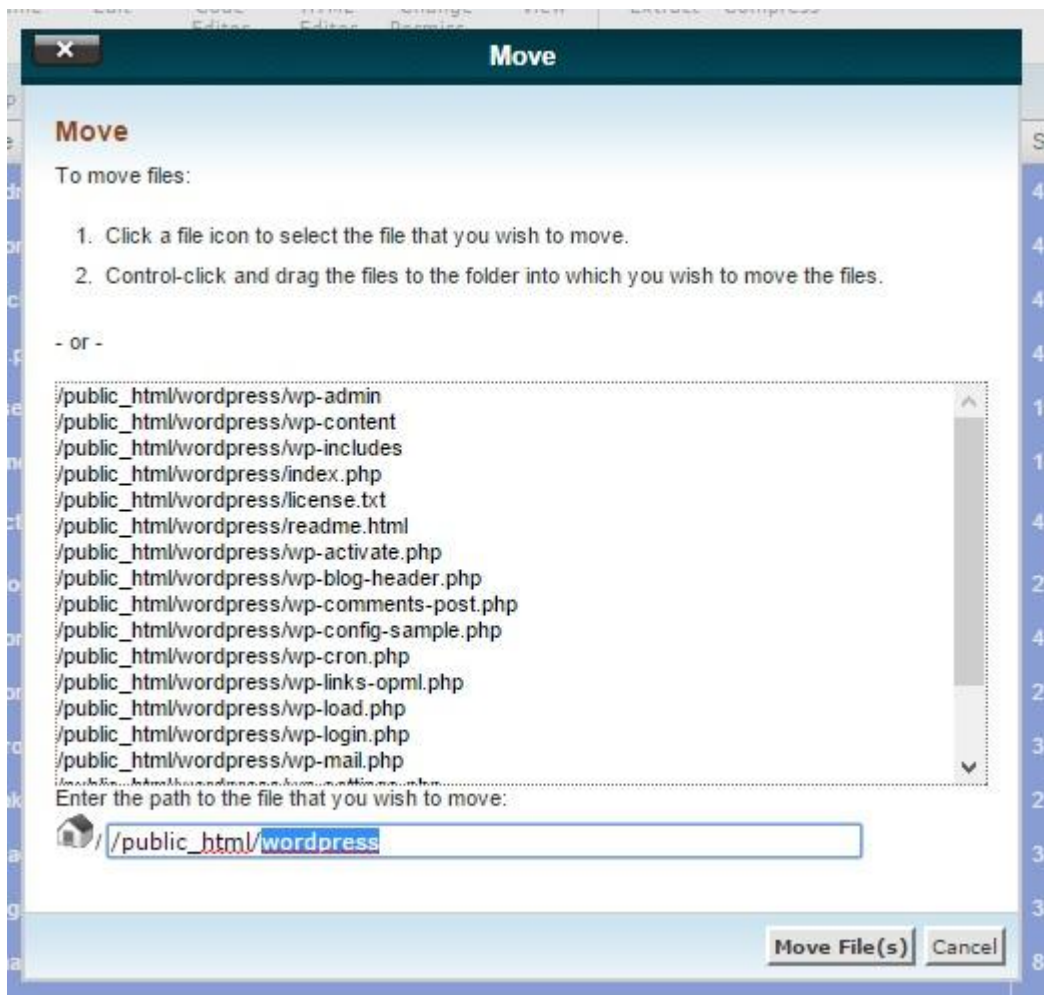
به سایت ما سر بزیند

<http://1mirza.com>

بالای صفحه کلیک کنید. پس از انتخاب شدن تمامی فایل ها و فولدر ها، بر روی گزینه ی **Move file** از بالای صفحه کلیک کنید.



را از انتهای آن بردارید و بر "wordpress" در پنجره ای که باز می شود آدرس مسیر ظاهر خواهد شد، منتقل شود "public_html" کلیک کنید تا تمامی فایل های شما به move files روی گزینه ی



در حال حاضر اگر به "public_html" مراجعه کنید تمامی فایل ها و فولدرهای وردپرس را در آن ملاحظه خواهید کرد. تا اینجا مرحله ی بارگذاری درست را با هم انجام دادیم.

نوبت ساختن دیتابیس یا مرکز داده یا همان پایگاه داده می رسد. شاید برسید پایگاه داده به چه درد میخورد؟ به طور ساده خدمت شما عرض کنم که پایگاه داده حکم مغز سایت را دارد و همانطور که بر روی مغز انسان شیار های مختلفی قرار میگیرد در پایگاه داده یا دیتابیس هم به ازای هر قسمت و اطلاعات، جدولی قرار میگیرد که وظیفه نگهداری از اطلاعات وارد شده در سایت شما را بر عهده دارد.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

آموزش ساختن دیتابیس یا پایگاه داده

مجدد به صفحه ی اصلی سی پنل مراجعه می کنیم و از جعبه ی database بر روی گزینه ی MySQL “MySQL Databases” کلیک میکنیم.



وارد محیطی برای ایجاد نام پایگاه داده، نام کاربری و رمز عبور می شویم. با هم یک پایگاه داده ایجاد می کنیم.

در مرحله ی اول نام پایگاه داده مورد نظر را وارد کرده و سپس بر روی گزینه ی ایجاد پایگاه داده کلیک می کنیم. تا نام دیتابیس ایجاد نشود بقیه ی موارد را نمیتوان تعیین کرد.

Create a New Database

New Database: programm_hamyarwp

همانطور که ملاحظه می کنید نام پایگاه داده ی شما ایجاد شده و در واقع الان یک پایگاه داده دارید که می خواهید به آن نام کاربری و پسوردی نسبت دهید.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

Search Go

DATABASE	SIZE	PRIVILEGED USERS	ACTIONS
programm_hamyarwp	0.00 MB		Rename Delete

پایگاه داده ایجاد شد

Page: First 1 Last Per Page: 10 Go

MySQL Users

↑ Jump to MySQL Databases

Add a New User

Username: ✓

Password: ✓

Password (Again): ✓

Strength (Why?): Weak (27/100) Password Generator

Create a User

پس از ورود این موارد، اکانت دیتابیس هم ایجاد خواهد شد. حال برای افزودن این کاربری جدید به پایگاه داده باید بر روی گزینه ی add در قسمت “Add a User to a Database” کلیک نمایید.

Add a User to a Database

User: ▾

Database: ▾

Current Users

USERS	ACTIONS
programm_wp	Set Password Rename Delete

در پنجره ای که باز می شود تمامی موارد را علامت بزنید که به پایگاه داده ی شما اضافه شود و دسترسی های لازم داده شود و سپس بر روی گزینه ی “make changes” کلیک کنید.

MySQL Account Maintenance

Manage User Privileges

User: **programm_wp**Database: **programm_hamyarwp**

<input checked="" type="checkbox"/> ALL PRIVILEGES	
<input checked="" type="checkbox"/> ALTER	<input checked="" type="checkbox"/> ALTER ROUTINE
<input checked="" type="checkbox"/> CREATE	<input checked="" type="checkbox"/> CREATE ROUTINE
<input checked="" type="checkbox"/> CREATE TEMPORARY TABLES	<input checked="" type="checkbox"/> CREATE VIEW
<input checked="" type="checkbox"/> DELETE	<input checked="" type="checkbox"/> DROP
<input checked="" type="checkbox"/> EVENT	<input checked="" type="checkbox"/> EXECUTE
<input checked="" type="checkbox"/> INDEX	<input checked="" type="checkbox"/> INSERT
<input checked="" type="checkbox"/> LOCK TABLES	<input checked="" type="checkbox"/> REFERENCES
<input checked="" type="checkbox"/> SELECT	<input checked="" type="checkbox"/> SHOW VIEW
<input checked="" type="checkbox"/> TRIGGER	<input checked="" type="checkbox"/> UPDATE

تا اینجا کار پایگاه داده ی سایت را هم ساختیم و حال باید به سراغ وارد کردن اطلاعات پایگاه داده در وردپرس رفته و آن را نصب کنیم.

با باز کردن آدرس سایت، با پیغامی مواجه می شوید که پرونده ی wp-config.php موجود نیست! اصلا نگران نباشید! بر روی ساختن پرونده ی پیکربندی کلیک کنید تا به راحتی ایجاد شود.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

بناظر می‌رسد پرونده‌ی wp-config.php موجود نیست. ما برای آغاز کار به این پرونده نیاز داریم.

به کمک بیشتری احتیاج دارید؟ [اینجا](#)ست.

می‌توانید پرونده‌ی wp-config.php را از طریق یک رابط تحت وب بسازید، هرچند ممکن است این رابط در همه‌ی سرویس‌دهنده اجرا نشود. امن‌ترین راه ساخت پرونده به صورت دستی است.

ساختن پرونده‌ی پیکربندی

یک پیغام در این مرحله نشان داده می‌شود که در مورد اطلاعات مورد نیاز است که باید در این مرحله

وارد کنید.

وردپرس فارسی

به وردپرس فارسی خوش آمدید. پیش از آغاز ما به اطلاعات پایگاه‌داده‌ی شما احتیاج داریم. شما باید جهت شروع کار موارد زیر را بدانید.

1. نام پایگاه‌داده
2. نام کاربری پایگاه‌داده
3. رمز پایگاه‌داده
4. میزبان پایگاه‌داده
5. پیشوند جدول (اگر می‌خواهید بیش از یک وردپرس روی یک پایگاه‌داده اجرا کنید)

اگر به هر دلیل این سازنده‌ی خودکار پرونده، کار نکرد، نگران نشوید. این سازنده در واقع اطلاعات پایگاه‌داده‌ی شما را وارد پرونده‌ی تنظیمات می‌کند. شما می‌توانید به‌سادگی با استفاده از یک ویرایشگر متنی، پرونده‌ی wp-config-sample.php را گشوده و پس از وارد نمودن اطلاعات، آن را به‌نام wp-config.php ذخیره کنید.

موارد زیر توسط میزبان شما ارائه می‌شوند. اگر اطلاعات زیر را ندارید بهتر از پیش از ادامه‌ی کار با منیر سرویس میزبانی خود تماس بگیرید.

بزن بریم!

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

اطلاعات خواسته شده را با توجه مشخصات پایگاه داده که ایجاد کردید در فرم پر کنید و بعد از کلیک بر روی گزینه ی بفرست کلیک کنید تا مراحل اصلی نصب شروع شود.



در بخش پایین باید اطلاعات اتصال به پایگاه داده ی خود را وارد کنید. اگر درباره ی اطلاعات زیر مطمئن نیستید با مدیر سرویس میزبانی خود تماس بگیرید.

نام پایگاه داده ای که می خواهید وردپرس روی آن اجرا شود.	<input type="text" value="wordpress"/>	نام پایگاه داده
نام کاربری MySQL	<input type="text" value="نام کاربری"/>	نام کاربری
رمز MySQL	<input type="text" value="رمز"/>	رمز
اگر localhost کار نکرد، شما باید این اطلاعات را از سرویس میزبانی سایتتان بگیرید	<input type="text" value="localhost"/>	میزبان پایگاه داده
اگر می خواهید چند وردپرس را در یک پایگاه داده اجرا کنید این گزینه را تغییر دهید.	<input type="text" value="wp_"/>	پیشوند جدول

حال اطلاعات سایت خود را در فرم وارد کنید فقط توجه کنید که شناسه (نام کاربری) را admin

نگذارید که به راحتی توسط هکرها حدس زده شود!

پس از تکمیل اطلاعات، بر روی دکمه "راه اندازی وردپرس" کلیک نمایید.

کسب درآمد از اینترنت

عنوان سایت

همیار وردپرس

شناسه

برای ساختن نام کاربری فقط از حروف الفبا، اعداد، فاصله، _ ، - ، نقطه و علامت @ می‌توانید استفاده کنید.

رمز، دوبار

●●●●●●

●●●●●●

ضعیف

اگر این قسمت را خالی بگذارید، رمز عبور به صورت خودکار ساخته می‌شود.

تذکر: رمز شما باید از ۷ حرف بیشتر باشد. برای قوی‌تر کردن آن از حروف بزرگ و کوچک، اعداد و سمبل‌هایی مانند ! " \$ % ^ & استفاده کنید.

ایمیل شما

نشانی ایمیل را پیش از ادامه دادن دوباره بررسی کنید.

حریم خصوصی

می‌خواهم سایت‌م در موتورهای جست‌وجو مانند گوگل و تکنوراتی دیده شود.

راه‌اندازی وردپرس

انجام شد! وردپرس شما نصب شده و هم اکنون می‌توانید از سایت وردپرسیتان لذت ببرید.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>



The image shows the WordPress login page in Persian. At the top center is the WordPress logo. Below it, the text 'انجام شد!' (Completed!) is displayed. A message follows: 'وردپرس فارسی نصب شد. منتظر گام‌های بیشتری بودید؟ ببخشید که ناامید شدید! (:)' (WordPress Persian is installed. Were you expecting more steps? Excuse me, you were disappointed! (:)). Below this, there are two input fields: 'شناسه' (Username) with the value 'admin' and 'رمز' (Password) with the placeholder 'رمز انتخابی شما.' (Your chosen password.). A 'ورود' (Login) button is located at the bottom right of the form.

سایت وردپرسی شما راه اندازی شد. حال با زدن گزینه ی ورود می توانید به پنل مدیریتی وردپرس خود وارد شوید!

نصب ورد پرس روی دایرکت ادمین

ابتدا آخرین نسخه وردپرس را دانلود کنید. سپس به پنل کاربری هاست دایرکت ادمین خود بروید و از لینکی که برای دسترسی به کنترل پنل دایرکت ادمین توسط شرکت هاستینگ شما در اختیارتان قرار گرفته است وارد کنترل پنل آن شوید. راه دیگر برای دسترسی به دایرکت ادمین اضافه کردن port ۲۲۲۲ در آخر آدرس سایت است که تقریباً در همه هاست‌ها از این پورت استفاده می‌کنند. مثلاً اگر آدرس سایت شما `yoursite.com` باشد کافی است به آخر آن دو نقطه و ۲۲۲۲ اضافه کنید (به طور مثال میشود: `http://yoursite.com:۲۲۲۲`). سپس پنجره ای برای وارد کردن نام کاربری و رمز عبور نمایان می‌گردد که بعد از وارد کردن اطلاعات خواسته شده وارد دایرکت ادمین می‌شوید.

حال با قسمت‌های مختلف و تنظیمات بسیاری در صفحه دایرکت ادمین رو به رو می‌شوید. از بین آن‌ها، گزینه “file manager” را انتخاب می‌کنیم تا وردپرس خود را در آن بارگذاری کنیم.

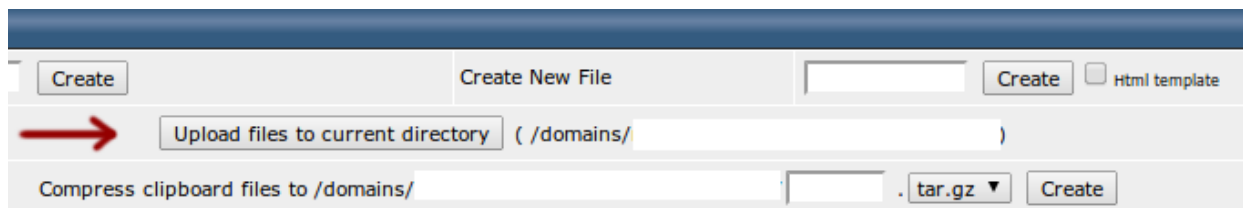


بارگذاری وردپرس

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

در این قسمت داخل فایل “public_html” یا “www” که همان Root نامیده میشود، شده و از نوار پایین صفحه دکمه “Upload files to current directory” را کلیک می کنیم.



بعد از کلیک کردن بر روی این دکمه، صفحه‌ای باز می‌شود که از طریق آن می‌توانید چندین فایل را آپلود کنید. یکی از “choose file”ها را کلیک کنید و فایلی را که از سایت وردپرس دانلود کردید را انتخاب کنید و بعد دکمه “Upload Files” را کلیک کنید.



در صورت موفقیت آمیز بودن آپلود با پیغام “upload successful” مواجه خواهید شد که پس از کلیک بر روی لینک “click here to go back” به دسته ای که فایل را آپلود کردید خواهید رفت.

Upload successful

Details[Click here to go back](#)

در مرحله بعدی باید فایل فشرده وردپرس را “extract کنیم. این کار به راحتی با کلیک بر روی “extract که در جلوی فایل نوشته شده، صورت می‌پذیرد که بعد از آن پنجره‌ای باز می‌شود که مسیر “extract را دوباره سوال می‌کند که با زدن دکمه “extract در همان مسیری که هستید می‌توان فایل را از حالت فشرده خارج کرد.

	wordpress-3.7.1-fa_IR.zip	5.50M	644	Extract Rename Copy
---	---------------------------	-------	-----	--------------------------

حال پوشه “wordpress در لیست فایل‌ها نمایان شده است. برای اینکه آدرس /wordpress به آخر آدرس سایت برای دسترسی به وردپرس اضافه نشود، به داخل این پوشه رفته و از بالا سمت راست “select را بزنید تا همه فایل‌ها انتخاب شود.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

Selected Search



و سپس نوار ابزار پایین یعنی “add to Clipboard” را کلیک کنید و با بازگشت به پوشه “public_html” و سپس، کلیک بر روی دکمه : “Move Clipboard files here” فایل‌های وردپرس را به پوشه اصلی سایت منتقل کنید



اکنون فایل‌های وردپرس در جای مناسب یعنی شاخه‌ی اصلی قرار گرفته و کافی است یک پایگاه داده ایجاد کنید و بعد می‌توانید مراحل نصب را آغاز کنید.

ساختن پایگاه داده در دایرکت ادمین

اگر در صفحه اصلی دایرکت ادمین نیستید با کلیک بر روی دکمه “Home” وارد صفحه‌ی اصلی شوید.

با کلیک بر روی “MySQL Management” وارد پنل مدیریت پایگاه داده شده و برای ایجاد یک پایگاه داده بر روی گزینه ی “Create New Database” کلیک کنید. صفحه‌ای باز می‌شود که در آن می‌توانید با وارد کردن نام پایگاه داده ، یک پایگاه داده جدید ایجاد کنید. اما توجه کنید که شما نیاز به مشخص کردن یک کاربر برای دسترسی به “mysql” دارید که با استفاده “select existing user” یک کاربری که قبلا ایجاد کرده اید را انتخاب کنید و اگر اولین بار است که پایگاهی را ایجاد می‌کنید با وارد کردن یک “username” و “password” یک کاربر جدید همراه با پایگاه داده ایجاد کنید.

بعد از زدن دکمه “create”، صفحه ای باز می‌شود که در آن مشخصات پایگاه داده ای که ایجاد کردید، نمایش داده می‌شود. به این اطلاعات در هنگام نصب نیاز داریم پس آن ها را فراموش نکنید!

نصب وردپرس

نصب وردپرس در دایرکت ادمین دقیقا مانند نصب آن در سی پنل می باشد، اگر شما در حال حاضر آدرس سایت را وارد نمایید، مراحل نصب آغاز می گردد.

نکته!!! اگر میخواهید که فایل wp-config-sample.php را به wp-config.php تغییر ندهید می توانید

مشخصات پایگاه داده را به آن اضافه کرده و سپس آدرس سایت خود را در مرورگر وارد کنید.

با باز کردن آدرس سایت، با پیغامی مواجه می شوید که پرونده ی wp-config.php موجود نیست! اصلا

نگران نباشید! بر روی ساختن پرونده ی پیکربندی کلیک کنید تا به راحتی ایجاد شود.



یک پیغام در این مرحله نشان داده می شود که در مورد اطلاعات مورد نیاز است که باید در این مرحله

وارد کنید.

وردپرس فارسی

به وردپرس فارسی خوش آمدید. پیش از آغاز ما به اطلاعات پایگاه‌داده‌ی شما احتیاج داریم. شما باید جهت شروع کار موارد زیر را بدانید.

1. نام پایگاه‌داده
2. نام کاربری پایگاه‌داده
3. رمز پایگاه‌داده
4. میزبان پایگاه‌داده
5. پیشوند جدول (اگر می‌خواهید بیش از یک وردپرس روی یک پایگاه‌داده اجرا کنید)

اگر به هر دلیل این سازنده‌ی خودکار پرونده، کار نکرد، نگران نشوید. این سازنده در واقع اطلاعات پایگاه‌داده‌ی شما را وارد پرونده‌ی تنظیمات می‌کند. شما می‌توانید به‌سادگی با استفاده از یک ویرایشگر متنی، پرونده‌ی **wp-config-sample.php** را گشوده و پس از وارد نمودن اطلاعات، آن را به‌نام **wp-config.php** ذخیره کنید.

موارد زیر توسط میزبان شما ارائه می‌شوند. اگر اطلاعات زیر را ندارید بهتر از پیش از ادامه‌ی کار با منیر سرویس میزبانی خود تماس بگیرید.

بزن بریم!

اطلاعات خواسته شده را با توجه مشخصات پایگاه‌داده که ایجاد کردید در فرم پر کنید و بعد از کلیک

بر روی گزینه‌ی بفرست کلیک کنید تا مراحل اصلی نصب شروع شود.

وردپرس فارسی

در بخش پایین باید اطلاعات اتصال به پایگاه داده‌ی خود را وارد کنید. اگر درباره‌ی اطلاعات زیر مطمئن نیستید با مدیر سرویس میزبانی خود تماس بگیرید.

نام پایگاه داده	<input type="text" value="wordpress"/>	نام پایگاه داده‌ای که می‌خواهید وردپرس روی آن اجرا شود.
نام کاربری	<input type="text" value="نام کاربری"/>	نام کاربری MySQL
رمز	<input type="text" value="رمز"/>	رمز MySQL
میزبان پایگاه داده	<input type="text" value="localhost"/>	اگر localhost کار نکرد، شما باید این اطلاعات را از سرویس میزبانی سایتتان بگیرید
پیشوند جدول	<input type="text" value="wp_"/>	اگر می‌خواهید چند وردپرس را در یک پایگاه داده اجرا کنید این گزینه را تغییر دهید.

بفرست

حال اطلاعات سایت خود را در فرم وارد کنید فقط توجه کنید که شناسه (نام کاربری) را **admin**

نگذارید که به راحتی توسط هکرها حدس زده شود!

پس از تکمیل اطلاعات، بر روی دکمه "راه اندازی وردپرس" کلیک نمایید

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

کسب درآمد از اینترنت

عنوان سایت

همیار وردپرس

شناسه

برای ساختن نام کاربری فقط از حروف الفبا، اعداد، فاصله، _ ، - ، نقطه و علامت @ می‌توانید استفاده کنید.

رمز، دوبار

●●●●●

●●●●●

ضعیف

اگر این قسمت را خالی بگذارید، رمز عبور به صورت خودکار ساخته می‌شود.

تذکر: رمز شما باید از ۷ حرف بیشتر باشد. برای قوی‌تر کردن آن از حروف بزرگ و کوچک، اعداد و سمبل‌هایی مانند ! " ? % ^ & استفاده کنید.

ایمیل شما

نشانی ایمیل را پیش از ادامه دادن دوباره بررسی کنید.

حریم خصوصی

می‌خواهم سایت‌م در موتورهای جست‌وجو مانند گوگل و تکنوراتی دیده شود.

راه‌اندازی وردپرس

انجام شد! وردپرس شما نصب شده و هم اکنون می‌توانید از سایت وردپرسیتان لذت ببرید.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

وردپرس فارسی



انجام شد!

منتظر گام‌های بیشتری بودید؟ ببخشید که نا امید شدید! (:)

HAMYARWP

شناسه

رمز انتخابی شما.

رمز

ورود

نصب جوملا در Cpanel

دانلود آخرین بسته نصبی جوملا

از طریق سایت جوملا فارسی مترجم رسمی و پشتیبان منتخب جوملا در ایران میتوان آخرین بسته نصبی جوملا ۳/۰ را دانلود کرد. پس از دانلود این بسته نصبی باید آنرا در سرور Cpanel مان آپلود کنیم.

آپلود بسته نصبی به سرور

پس از اینکه بسته نصبی جوملا را دانلود کردیم اینک باید آنرا به سرور آپلود کنیم برای این کار باید به سروری که از قبل تهیه کرده اید لاگین کنید و سپس با استفاده از گزینه File Manager یا با استفاده از FTP بسته نصبی جوملا در سرور آپلود کنید.

CPANEL 11

Notices

Find

Find functions quickly by typing here.

Preferences

Getting Started Wizard | Video Tutorials | Change Password | Update Contact Info | Change Style | Change Language | Shortcuts

Mail

Email Accounts | Webmail | SpamAssassin Spam Assassin™ | Forwarders | Auto Responders | Default Address | Mailing Lists

Account Level Filtering | User Level Filtering | Email Trace | Import Addresses/ Forwarders | Email Authentication | MX Entry

Files

Backups | Backup Wizard | **File Manager** | Legacy File Manager | Disk Space Usage | Web Disk | FTP Accounts

FTP Session Control

Logs

Latest Visitors | Bandwidth | Webalizer | Webalizer FTP | Raw Access Logs | Error Log | Choose Log Programs

Awstats

Frequently Accessed Areas

File Manager
phpMyAdmin
MySQL® Databases
Password Protect Directories
Change Password

Stats

Main Domain: **shape5.ir**

Home Directory: /home/shapeir

Last login from: 130.255.201.81

Disk Space Usage: 121.53 / 2000 MB

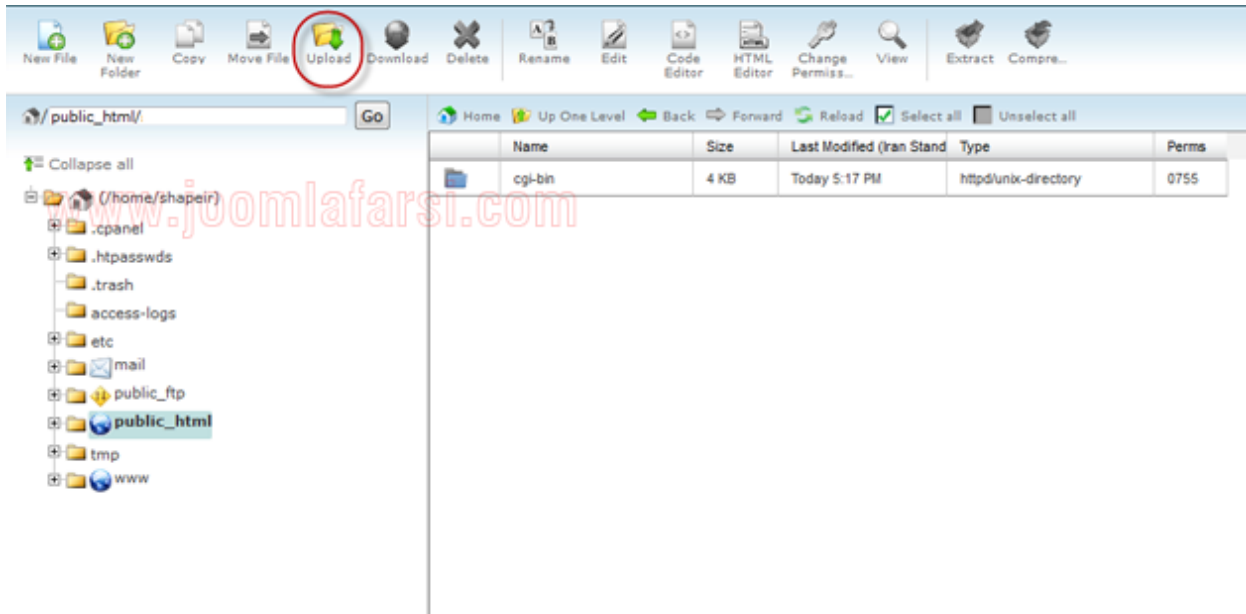
Monthly Bandwidth Transfer: 4.16 / 20000 MB

[expand stats](#)

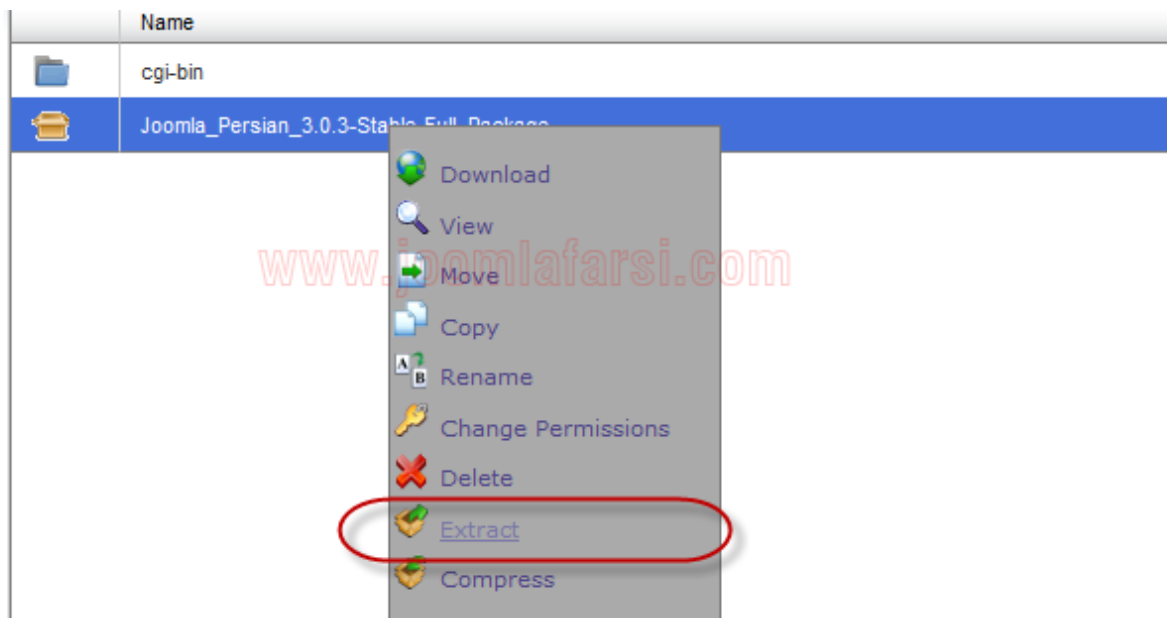
ابتدا باید به root web server بروید و بسته نصبی را در آنجا آپلود کنید. هنگامیکه بر روی File Manager کلیک میکنید یک سوال از شما پرسیده میشود و شما باید Web Root را انتخاب کنید. سپس با استفاده از دکمه آپلود بسته جوملا را انتخاب کنید آنگاه به طور خودکار بسته نصبی در سرور آپلود خواهد شد.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>



پس آپلود کامل بسته نصبی باید آنرا از حالت zip خارج کنیم. به این صورت که بروی بسته نصبی راست کلیک کرده ← گزینه Extract را انتخاب میکنیم و



به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

منتظر میشویم تا بسته از حالت zip خارج گردد.

ایجاد پایگاه داده ها و کاربر مرتبط با آن

در مرحله بعد باید برای جوملا، یک پایگاه داده ایجاد نمایید. ابتدا وارد کنترل پنل هاست (Cpanel) شده و بر روی Databases ← MySQL کلیک نمایید.



بعد از کلیک بر روی این گزینه صفحه مدیریت پایگاه داده ها نمایش داده می شود و از قسمت Create New Database نام پایگاه داده خود را وارد نمایید:

Create New Database

New Database:

بعد از ساخت پایگاه داده ، از قسمت MySQL Users یک کاربر جدید ایجاد نمایید:

MySQL Users

Add New User

Username: *Seven characters max

Password:

Password Strength:

Very Weak (0/100)

Password (Again):

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

سپس در قسمت Add User To Database به کاربر اجازه می‌دهید تا به پایگاه داده دسترسی داشته

باشد:

Add User To Database

User: ▼

Database: ▼

با زدن دکمه Add صفحه‌ای مانند تصویر زیر باز خواهد شد:

MySQL Account Maintenance

Manage User Privileges

User: root@localhost_joomla
Database: root@localhost_joomla

<input checked="" type="checkbox"/> ALL PRIVILEGES	
<input checked="" type="checkbox"/> SELECT	<input checked="" type="checkbox"/> CREATE
<input checked="" type="checkbox"/> INSERT	<input checked="" type="checkbox"/> ALTER
<input checked="" type="checkbox"/> UPDATE	<input checked="" type="checkbox"/> DROP
<input checked="" type="checkbox"/> DELETE	<input checked="" type="checkbox"/> LOCK TABLES
<input checked="" type="checkbox"/> INDEX	<input checked="" type="checkbox"/> REFERENCES
<input checked="" type="checkbox"/> CREATE TEMPORARY TABLES	<input checked="" type="checkbox"/> CREATE ROUTINE

در این صفحه باید تمام گزینه‌ها را انتخاب نمایید ، به این منظور بر روی ALL PRIVILEGES کلیک

و سپس بر روی دکمه Make Changes کلیک نمایید. اکنون شما باید در قسمت Current Databases

صفحه‌ای مشابه تصویر زیر مشاهده نمایید تا کاربر و پایگاه داده هر دو به درستی ایجاد و کاربر به

پایگاه داده متصل شده باشد.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

DATABASE	Size	Users	ACTIONS
jeemla	0.02 MB	jeemla	Delete Database

در پایان این مرحله باید

نام هاست localhost :

نام کاربری پایگاه داده: نام کاربری که ایجاد کردیم

رمز عبور پایگاه داده: رمز عبوری که به کاربر اختصاص دادیم به یاد داشته باشیم.

فرآیند نصب جوملا ۳/۰

اگر این مقاله را به دقت دنبال کرده باشید مقدمات نصب جوملا ۳/۰ فراهم شده است و همینک

می‌توانیم جوملا را نصب کنیم. به این صورت که در address bar مرورگرمان عبارت

http://www.Siteurl.com را وارد کنیم. ممکن است شما هر نام دیگری را به جای siteurl.com

انتخاب کرده باشید بنابراین باید آدرس سایت خودتان وارد کنید.

JoomlaFarsi.com
Persian Community Site

3
جوملا فارسی
نگارش آرش کمانگیر

ویژگی های جوملا ۳

۱. ادغام Bootstrap با JUI در یک بسته
۲. یک قالب جدید با نام Isis در بخش مدیریت جوملا
۳. یک قالب جدید برای سایت با نام Protostar تهیه شده که با Bootstrap بهینه شده است
۴. از راه انداز PostgreSQL استفاده شده است.
۵. استفاده از راه انداز PHP Memcached.
۶. استفاده از FeedJ برای مدیریت خوراک به جای SimplePie.
۷. نصب و راه اندازی بسته‌های زبان به طور مستقیم از مدیریت جوملا
۸. گروه کاربران مهمان بطور پیش فرض وجود دارند.
۹. اجازه ذخیره کردن مطلب خالی.
۱۰. ماژول آمار جدید در مدیریت جوملا
۱۱. بروز رسانی ویرایشگر TinyMCE به نسخه ۳.۵.۶

---9

گام بعدی

با کلیک بر روی دکمه گام بعدی مراحل نصب جوملا آغاز می‌شود و فقط در ۳ مرحله ساده می‌توان جوملا را نصب کرد مرحله اول که در تصویر زیر مشاهده می‌کنید تنظیمات است که باید نام سایت و مشخصات کاربری دلخواه خود را وارد کنید ضمن اینکه شما در این مرحله امکان نصب سایت به صورت غیر فعال را دارید، که بعد در تنظیمات کلی قابل به فعال سازی می‌باشد.

Joomla! یک نرم افزار رایگان تحت مجوز GNU/GPL می باشد.

تنظیمات 1 | پایگاه داده 2 | چکیده 3

انتخاب زبان Persian (فارسی)

تنظیمات اصلی

نام سایت * لطفا نام سایت جوملایی خود را وارد نمایید.

ایمیل مدیر * آدرس ایمیل خود را وارد نمایید ، این ایمیل به عنوان ایمیل مدیر می باشد.

نام کاربری مدیر * شما می توانید نام کاربری را از admin تغییر دهید.

توضیحات متا توضیحاتی را که توسط همه موتورهای جستجو مورد استفاده قرار خواهند گرفت وارد کنید .

رمز عبور مدیر * رمز عبور مدیر را وارد نمایید.

تکرار رمز عبور مدیر *

غیر فعال بله

قرار دادن سایت به صورت غیر فعال. بعداً امکان فعال کردن سایت از قسمت تنظیمات کلی را خواهید داشت.

در این مرحله تنظیمات پایگاه داده را مشاهده می کنید که باید اطلاعات دیتابیس را وارد کنید. فیلدهایی را که باید وارد کنید دقیقاً در قسمت مربوطه ارائه شده است.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

Joomla!

Joomla! یک نرم افزار رایگان تحت مجوز GNU/GPL می باشد.

1 تنظیمات 2 پایگاه داده 3 چکیده

تنظیمات پایگاه داده

نوع پایگاه داده * معمولاً "MySQL" است

نام هاست * این گزینه معمولاً "localhost" است

نام کاربری * در هر دو صورت چیزی به عنوان "root" یا یک نام کاربری توسط هاست داده

رمز عبور به دلایل امنیتی، استفاده از رمز عبور برای حساب پایگاه داده اجباری می باشد

نام پایگاه داده * بعضی از هاست ها تنها برخی از نام دسی بل در سایت را اجازه می دهند . استفاده از پیشوند جدول برای مشخص کردن جوملا! سایت ها.

پیشوند جدول * پیشوند پایگاه داده را بنویسید و با به صورت تصادفی انتخاب کنید. معمولاً سه، یا چهار کاراکتر کافی است. تنها از حروف انگلیسی و اعداد استفاده کنید و در انتها از آندرلاین (زیر خط) استفاده کنید از وارد کردن پیشوند پایگاه داده مربوط به پایگاه داده دیگر خودداری کنید.

فرایند پایگاه داده قدیم * همه جداول بانک اطلاعاتی، با جداول جدید جایگزین خواهند شد

نوع پایگاه داده: در قسمت نوع پایگاه داده شما نوع پایگاه داده را MySQL/ MySQLi به دلخواه

انتخاب نمایید.

نام هاست localhost :

به سایت ما سر بزنید


<http://1mirza.com>

کسب درآمد از اینترنت

نام کاربری پایگاه داده Username :

رمز عبور پایگاه داده Password :

پیشوند جداول: پیشوند جداول پایگاه داده در جوملا ۳/۰ مانند جوملا ۲/۵ بطور تصادفی تولید می شود و هر بار که شما نسخه ای از جوملا ۳/۰ را نصب می کنید این پیشوند تغییر خواهد کرد، که در صورت تمایل می توانید این پیشوند را تغییر دهید.



Joomla!®

Joomla!® یک نرم افزار رایگان تحت مجوز مجوز GNU/GPL می باشد.

1 تنظیمات 2 پایگاه داده 3 چکیده

→ قبلی
+ نصب

اتمام ثبت

نصب اطلاعات نمونه هیچکدام
 وبلاگ فارسی (IR)

نصب اطلاعات نمونه به شدت برای کاربران تازه کار توصیه می شود.
 این اطلاعات نمونه شامل اطلاعات مفیدی برای درک بهتر جوملا می باشد.

چکیده

بیکربندی ایمیل

انتخاب ایمیل زیر برای استفاده در بیکربندی بعد از نصب `a@a.com`

تنظیمات اصلی

نام سایت	جوملا 3.0 فارسی
غیر فعال	<input checked="" type="checkbox"/>
ایمیل مدیر	<code>a@a.com</code>
نام کاربری مدیر	<code>admin</code>
رمز عبور مدیر	<code>***</code>

تنظیمات پایگاه داده

نوع پایگاه داده	mysql
نام هاست	localhost
نام کاربری	root
رمز عبور	
نام پایگاه داده	j30
پیشوند جداول	_r84im
فرایند پایگاه داده قدیم	<input checked="" type="checkbox"/>

کنترل مراحل نصب

نسخه php >= 5.3.1	<input checked="" type="checkbox"/>
Magic Quotes GPC	<input checked="" type="checkbox"/>
ثبت نام سراسری	<input checked="" type="checkbox"/>
پشتیبانی از فشرده سازی zlib	<input checked="" type="checkbox"/>
پشتیبانی از xml	<input checked="" type="checkbox"/>
پشتیبانی پایگاه داده : (mysql, mysqli, pdo, sqlite)	<input checked="" type="checkbox"/>
زبان اصلی موجود می باشد	<input checked="" type="checkbox"/>
میران سر ریزی رشته با حسب مگابایت خاموش است	<input checked="" type="checkbox"/>
پشتیبانی از فشرده سازی	<input checked="" type="checkbox"/>
پشتیبانی از JSON	<input checked="" type="checkbox"/>
configuration.php قابل نوشتن	<input checked="" type="checkbox"/>

تنظیمات سفارشی:

این تنظیمات تعیین می کند که آیا PHP شما تطابق کامل با جوملا دارد یا خیر . هرچند، جوملا بر این عملیات ناظر بوده و تنظیمات مورد نیاز برای تطابق را انجام می دهد.

دستور	پیشنهادی	واقعی
حالت ایمن	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
نمایش پیام های خطا	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
آپلود فایل ها	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
زمان اجرا	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
میانگیری خروجی	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
شروع خودکار نشست	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
پشتیبانی از ZIP	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

در این مرحله تمامی اطلاعات شما نمایش داده می‌شود. می‌توانید اطلاعات نمونه جوملا فارسی را نصب کنید، نصب اطلاعات نمونه به شدت برای کاربران تازه کار توصیه می‌شود. این اطلاعات نمونه شامل اطلاعات مفیدی برای درک بهتر جوملا می‌باشد.

در این مرحله می‌توان ایمیل معرفی شده را در پیکربندی اصلی به صورت غیر فعال قرار داد و در پیکربندی از ایمیل دیگری استفاده نمود. در این مرحله تمام اطلاعات وارد شده بررسی و در صورتی که تمام اطلاعات درست وارد شده باشند جوملا به طور کامل نصب می‌شود و به مرحله پایانی می‌رسد. نکته: در صورتیکه قصد ندارید از اطلاعات نمونه استفاده نمایید گزینه هیچکدام را انتخاب نمایید، هر چند پس از نصب اطلاعات نمونه نیز می‌توانید محتوا را تغییر داده یا حذف نمایید.



باید پوشه installation را با استفاده از دکمه حذف پوشه نصب جوملا حذف نمایید که این کار بسیار مهم است و در امنیت سایت شما تاثیر بسزایی دارد. در این مرحله می‌توانید زبان‌های دیگری از ترجمه‌های جوملا را به جوملا خود اضافه کنید.

Joomla!®
© Joomla! یک نرم افزار رایگان تحت مجوز مجوز GNU/GPL می باشد.

نصب جوملا با موفقیت انجام شد.

لطفا دقت داشته باشید که پوشه Installation را حذف کنید. شما نمی‌توانید تا زمانی که پوشه Installation را حذف نکرده‌اید، از این مرحله جلو تر بروید. این یک عمل امنیتی برای جوملا است.

حذف پوشه نصب جوملا

مدیر سایت

اطلاعات ورود مدیر

ایمیل: a@a.com
نام کاربری: admin

مرحله اضافی: نصب زبان ها

توجه: شما برای نصب زبان‌های جدید نیاز دارید تا به اینترنت دسترسی داشته باشید تا بتوانید زبان‌ها را از سایت جوملا دانلود و نصب کنید. در بعضی تنظیمات سرور اجازه دسترسی با سایت جوملا برای نصب زبان را ندارید. نگران این موضوع نباشید زیرا می‌توانید پس از نصب جوملا در مدیریت جوملا زبان‌های جدید را نصب کنید.

بعد از حذف پوشه نصب مراحل نصب جوملا ۳/۰ به پایان خواهد رسید و شما می‌توانید از سایت جوملایی خود استفاده کنید.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

نکته: در صورتیکه قصد نصب بسته‌های زبان غیر از زبان فارسی و انگلیسی را دارید مرحله زیر را دنبال کنید.

مرحله اضافی : نصب زبان‌ها

در جوملا نسخه ۳/۰/۳ امکان جدیدی برای افزودن زبان جوملا اضافه گردید تا در صورتیکه قصد راه اندازی سایتی چند زبانه را داشته باشید بتوانید زبان‌های مورد نیاز را در مرحله نصب جوملا اضافه نمایید.

نکته: در صورتیکه نیازی به زبان دیگری ندارید ادامه این فرآیند ضروری نیست.

روی دکمه مرحله اضافی : نصب زبان‌ها کلیک کنید.

Joomla!® یک نرم افزار رایگان تحت مجوز مجوز GNU/GPL می باشد.

1 نصب زبان ها 2 انتخاب زبان پیش فرض 3 پایان

← قبلی ادامه →

نصب بسته زبان

رابطه Joomla! برای چندین زبان در دسترس است. زبان های مورد نظر خود را با تیک زدن در چک باکس انتخاب کنید و برای نصب روی دکمه بعدی کلیک کنید. توجه: این عملیات به مدت 5 ثانیه برای دانلود و نصب هر بسته زبان طول خواهد کشید. لطفاً بیش از 3 زبان برای نصب به منظور جلوگیری از وقفه انتخاب نکنید.

نسخه	زبان
3.0.3.1	Afrikaans <input type="checkbox"/>
3.0.2.2	Arabic Unitag <input type="checkbox"/>
3.0.3.1	Arabic Unitag <input type="checkbox"/>
3.0.2.2	Arabic Unitag <input type="checkbox"/>
3.0.3.1	Bahasa Indonesia <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Belarusian <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Belarusian <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Bosnian <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Bosnian <input type="checkbox"/>
3.0.0.1	Bulgarian <input type="checkbox"/>
3.0.0.1	Bulgarian <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Catalan <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Catalan <input type="checkbox"/>
3.0.3.1	Catalan <input type="checkbox"/>

در اولیه مرحله شما می‌توانید از لیستی که نمایش داده می‌شود زبان مورد نظر خود را انتخاب نموده و

فرآیند را ادامه دهید. در این آموزش ما زبان فرانسه را انتخاب نمودیم.

عملیات نصب زمان کمی زمانبر خواهد بود، پس صبور باشید.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

Joomla! یک نرم افزار رایگان تحت مجوز مجوز GNU/GPL می باشد.

1 نصب زبان ها | 2 انتخاب زبان پیش فرض | 3 پایان

زبان پیش فرض مدیریت

زبان های زیر در جوملا نصب شده است. لطفا زبان مورد نظر خود را جهت پیش فرض شدن در مدیریت جوملا انتخاب کنید و روی دکمه بعدی کلیک نمایید.

انتخاب	زبان	نگ
<input type="radio"/>	(English (United Kingdom	en-GB
<input type="radio"/>	(French (fr-FR	fr-FR
<input checked="" type="radio"/>	Persian	fa-IR

زبان پیش فرض سایت

زبان های زیر در جوملا نصب شده است. لطفا زبان مورد نظر خود را جهت پیش فرض شدن در قسمت سایت انتخاب کنید و روی دکمه بعدی کلیک نمایید.

انتخاب	زبان	نگ
<input type="radio"/>	(English (United Kingdom	en-GB
<input type="radio"/>	(French (fr-FR	fr-FR
<input checked="" type="radio"/>	Persian	fa-IR

توجه: وقتی شما روی دکمه بعدی کلیک کنید شما به مرحله پایانی عملیات نصب باز خواهید گشت و از شما می خواهد که پوشه نصب را حذف نمایید.

در این مرحله می‌توانید انتخاب کنید که زبان پیش فرض بخش مدیریت و سایت چه زبانی باشد. پس

از انتخاب فرآیند را ادامه دهید.



The screenshot shows the Joomla! installation interface. At the top, the Joomla! logo is displayed. Below it, a line of text reads: "©!Joomla یک نرم افزار رایگان تحت مجوز محور GNU/GPL می باشد." The main content area is divided into three colored sections: a yellow section with text about the fa-IR language pack, a green section with the heading "نصب جوملا با موفقیت انجام شد." (Joomla installation completed successfully), and another yellow section with instructions to delete the installation files and a button labeled "حذف پوشه نصب جوملا" (Delete Joomla installation folder). At the bottom right, there are two buttons: "مدیر" (Manager) and "سایت" (Site).

حال باید پوشه نصب جوملا installation را حذف نمایید.



پس از حذف موفقیت آمیز پوشه نصب پیغامی نمایش داده می شود که تایید کننده این فرآیند است.

جoomla! 3.0 فارسی... سیستم کاربران محتوا کامیونیت ها افزونه ها راهنما

کنترل پنل Joomla!

مدیر سایت

ربر منو

- داشبورد
- سیستم
- تنظیمات کلی
- اطلاعات سیستم
- پاک سازی ذخیره ساز
- چک کلی
- افزونه های نصب شده

مدیریتین مطالب اضافه شده

1391-10-24	پیشبینی مداوم مدیر سایت
1391-10-24	نخستین آسان مدیر سایت
1391-10-24	نوسعه آسان مدیر سایت
1391-10-24	بروز رسانی آسان مدیر سایت
1391-10-24	جoomla مدیر سایت

کاربران وارد شده

1391-12-01	مدیر سایت مدیر
------------	----------------

محبوب ترین مطالب

1389-10-15	به وبلاگ خوش آمدید	6
1389-10-13	درباره صفحه اصلی	5
1389-10-11	درباره	4
1391-10-24	بروز رسانی آسان	3
1391-10-24	جoomla	1

آیکون های سریع

- ایجاد مطلب جدید
- مدیریت مطلب
- مدیریت مجموعه
- مدیریت رسانه
- مدیریت منو
- مدیریت کاربر
- مدیریت مازول
- مدیریت افزونه
- مدیریت زبان
- تنظیمات کلی
- مدیریت قالب
- مشخصات من
- جoomla شما بروز می باشد
- تمام افزونه ها به روز هستند

جoomla 3.0 فارسی 2013

نمایش سایت 0 کاربر 1 مدیر خروج

بخش مدیریت جوملا ۳/۰ فارسی

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

جستجو...

لوجو JoomlaFarsi.com Persian Community Site



خانه
جوملا
درباره ما
تماس با ما

مطالب قدیمی

- به وبلاگ خوش آمدید
- درباره صفحه اصلی
- فایب شما
- ماژول های شما

وب لینک ها

- آرشیو های جوملا فارسی
- انجمن جوملا فارسی
- جوملا فارسی
- دانشنامه جوملا فارسی
- دانلود جوملا فارسی
- سمینار جوملا
- فستیوال جوملا
- کتاب جوملا فارسی

محبوب ترین ها

- به وبلاگ خوش آمدید
- درباره صفحه اصلی
- ماژول های شما
- فایب شما

مطالب اصلی

ورود به سایت

نام کاربری:

رمز ورود:

مرا بخاطر داشته باش

[ایجاد حساب کاربری](#)

داستان آرش

پوشه شده توسط جوملا فارسی

در زمان پادشاهی منوچهر پیشدادی که در جنگی با توران، افراسیاب سپاهیان ایران را در حارتوران محاصره می‌کند. سرانجام منوچهر پیشنهاد صلح می‌دهد و نوزادگان پیشنهاد آشنی را می‌پذیرد و برای قبول این صلح و تحقیر ایرانیان پیشنهاد می‌کند که یکی از پهلوانان ایرانی بر فراز کتیور تیری بنمازد و محل فرو افتادن آن تیر، مرز ایران و توران در نظر گرفته شود.

آرش کمانگیر

پوشه شده توسط جوملا فارسی

آرش کمانگیر نام یکی از اسطوره‌های کهن ایرانی و همچنین نام شخصیت اصلی این اسطوره‌است. آرش، امیرزاده‌ای از اهالی طبرستان و از سپاهیان منوچهر بود که پس از پایان جنگ ایران و توران به عنوان کماندار ایرانی جهت مشخص شدن مرز ایران و توران برگزیده شد و از بالای کوه "ابرو خوشنوا" از چهارمین کشور روی زمین در رادگاه فریدون رفت و با تمام نیرو تیری به طرف کوه "خواتوت" در خاور رها کرد.

آرش در شاهنامه

پوشه شده توسط جوملا فارسی

شرح داستان آرش کمانگیر در شاهنامه نیامده است اما شاهنامه از آرش کمانگیر نام برده است و در شاهنامه به داستان آرش اشاره شده است. (مثلاً در قسمت [پادشاهی سیرجیه](#))

جو آرش که بردی به فرسنگ تیر
جو پرورگر قارن شیرگیره
«برگان که از نحم آرش بند - سنگبار و جنگی و چابک بدنه»
که سامیش گرزست و تیر آرش...

آرش در فرهنگ دهخدا

پوشه شده توسط جوملا فارسی

نام پهلوانی کماندار از لشکر منوچهر. منوچهر در آخر دوره حکمرانی خویش از جنگ با فرمانروای توران، افراسیاب، ناگزیر گردید. نخست علیه افراسیاب را بود و منوچهر به مازندران پناهنده لکن سپس بر آن نهادند که دلاوری ایرانی تیری گشاد دهد و بدانجای که تیر فرود آید مرز ایران و توران باشد. آرش نام پهلوان ایرانی از فله دماوند تیری بیگند که از بامداد تا نیمروز برت و بنگار حیووت فرود آمد و حیووت حد شاخته شد. در اوستا بهترین تیرانداز را «آرش» نامیده و گمان می‌رود که مراد همان آرش است. طبری این کماندار را «آرش شامی» می‌نامد و بود که حدس می‌زند این کلمه تصحیف جمله اوستایی «خشویو ایشو» باشد چه معنی آن «خداوند تیر شتابنده» است که صفت یا لقب آرش بوده‌است.

جوملا فارسی

دومین سمینار جوملا همزمان با روز جوملا در ایران

Festival Joomla

درباره نقشه سایت برسیش و باسج مستندات جوملا

Copyright © 2013 جوملا 3.0 فارسی. کلیه حقوق وب سایت محفوظ می باشد.
جوملا فارسی یک نرم افزار رایگان کد باز است که تحت مجوز GNU کاز می کند.
ترجمه شده توسط جوملا فارسی.
© 2013 جوملا 3.0 فارسی

برای حمایت از ما اعتبار دهید
203

بلا

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

نصب جوملا ۳/۰ در DirectAdmin

دانلود آخرین بسته نصبی جوملا

از طریق سایت جوملا فارسی مترجم رسمی و پشتیبان منتخب جوملا در ایران میتوان آخرین بسته نصبی جوملا ۳/۰ را دانلود کرد. پس از دانلود این بسته نصبی باید آنرا در سرور DirectAdmin مان آپلود کنیم.

آپلود بسته نصبی به سرور

پس از اینکه بسته نصبی جوملا را دانلود کردیم اینک باید آنرا به سرور آپلود کنیم برای این کار باید به سروری که از قبل تهیه کرده اید لاگین کنید و سپس با استفاده از گزینه File Manager یا با استفاده از FTP بسته نصبی جوملا در سرور آپلود کنید.

DirectAdmin

Message System (0 new)

Your Account

Bandwidth

Disk Space

	Used	Max
Disk Space (MB)	46.0	1000
Bandwidth (GB)	0.0087	19.531
E-Mails	3	10
Ftp Accounts	2	unlimited
Databases	0	unlimited

Current Domain

Your Account

Domain Setup
Change Password
Login History
Support Center
Installed Perl Modules
Create/Restore Backups

Site Summary / Statistics / Logs
FTP Management
Subdomain Management
MySQL Management
Password Protected Directories
[File Manager](#)

E-Mail Management

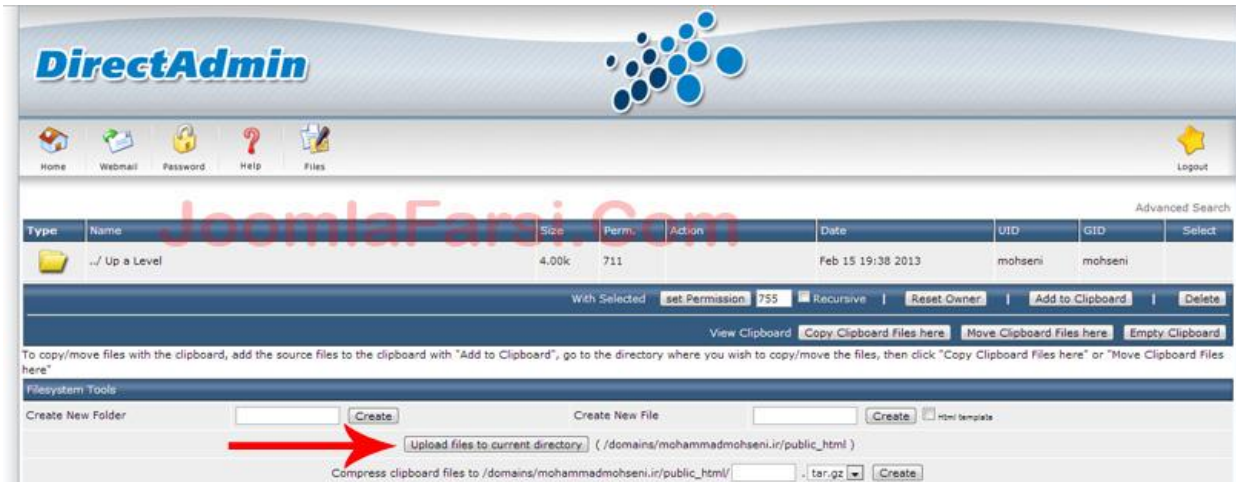
E-Mail Accounts
Catch-All E-Mail
Forwarders
Autoresponders
Vacation Messages
Spamassassin Setup

Mailing Lists
SPAM Filters
Webmail: Squirrelmail
Webmail: Roundcube

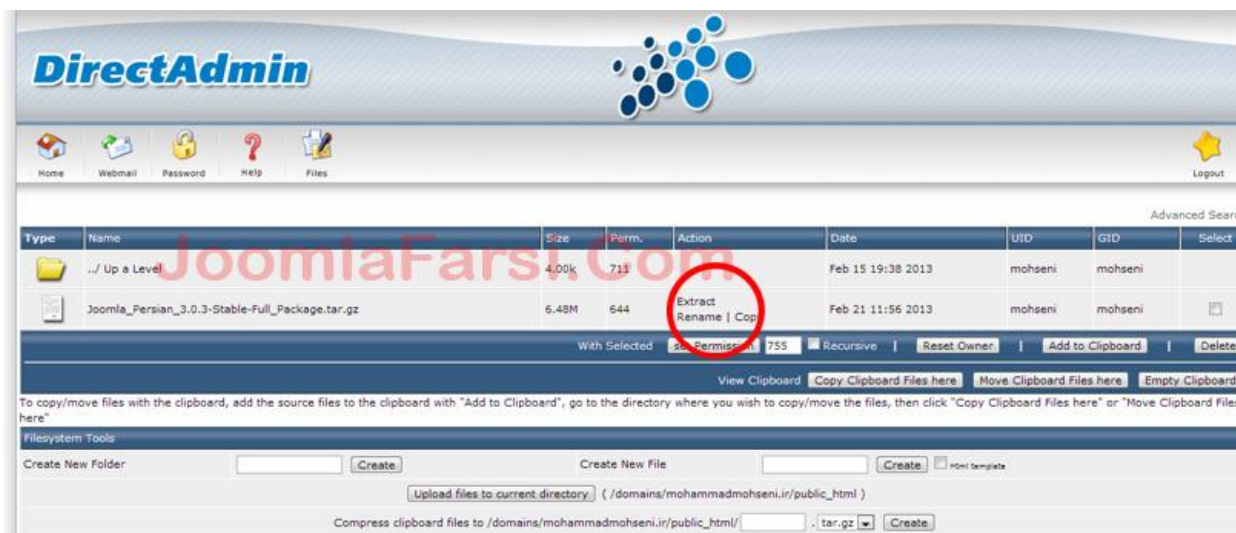
ابتدا باید به root web server بروید و بسته نصبی را در آنجا آپلود کنید. هنگامیکه بر روی File Manager کلیک میکنید وارد صفحه مشابه زیر میشود . سپس با استفاده از دکمه upload files to current directory بسته جوملا را انتخاب کنید آنگاه به طور خودکار بسته نصبی در سرور آپلود خواهد شد.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>



پس آپلود کامل بسته نصبی باید از حالت zip خارج کنیم. به این صورت که بروی بسته نصبی راست کلیک کرده ← گزینه Extract را انتخاب میکنیم و



منتظر میشویم تا بسته از حالت zip خارج گردد.

ایجاد پایگاه داده ها و کاربر مرتبط با آن

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

در مرحله بعد باید برای جوملا، یک پایگاه داده ایجاد نمایید. ابتدا وارد کنترل پنل هاست (DirectAdmin شده و بر روی Databases ← MySQL Management کلیک نمایید).

The screenshot shows the DirectAdmin control panel. The 'Your Account' section contains the following links:

- Domain Setup
- Change Password
- Login History
- Support Center
- Installed Perl Modules
- Create/Restore Backups
- Site Summary / Statistics / Logs
- FTP Management
- Subdomain Management
- MySQL Management** (indicated by a red arrow)
- Password Protected Directories
- File Manager

The 'E-Mail Management' section includes:

- E-Mail Accounts
- Catch-All E-Mail
- Forwarders
- Autoresponders
- Vacation Messages
- Spamassassin Setup
- Mailing Lists
- SPAM Filters
- Webmail: Squirrelmail
- Webmail: Roundcube

The 'Current Domain' section shows the domain name: `mailhammadmehran.ir`.

The 'Your Account' statistics table is as follows:

	Used	Max
Disk Space (MB)	46.0	1000
Bandwidth (GB)	0.0087	19.531
E-Mails	3	10
Ftp Accounts	2	unlimited
Databases	0	unlimited

بعد از کلیک بر روی این گزینه صفحه مدیریت پایگاه داده‌ها نمایش داده می‌شود و از قسمت Create

New Database نام پایگاه داده خود را وارد نمایید:

DirectAdmin

Message System (0 new)

Your Account

Bandwidth

Disk Space

	Used	Max
Disk Space (MB)	46.0	1000
Bandwidth (GB)	0.0087	19.531
E-Mails	3	10
Ftp Accounts	2	unlimited
Databases	0	unlimited

Current Domain

Advanced Search

Database	Number of Users	Download Backup	Size	Select
No Data to Show				

Repair Check Optimize Total Size: 0 B Delete

Upload a Database Backup (.gz)

Select Database

Choose File No file chosen

Select connection method:

Your current login information A specified user & pass

Upload

یک پایگاه داده ، و یک MySQL Users جدید ایجاد نمایید:

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

DirectAdmin

Message System (0 new)

Your Account

Bandwidth

Disk Space

	Used	Max
Disk Space (MB)	46.0	1000
Bandwidth (GB)	0.0087	19.531
E-Mails	3	10
Rtp Accounts	2	unlimited
Databases	0	unlimited

Current Domain
muhammadmirza.com

Home Webmail Password Help Files Logout

Create new Database

Database Name:

Database Username:

Username Password:

Confirm Password:

فرآیند نصب جوমা ۳/۰

اگر این مقاله را به دقت دنبال کرده باشید مقدمات نصب جوমা ۳/۰ فراهم شده است و همینک می‌توانیم جوমা را نصب کنیم. به این صورت که در address bar مرورگرمان عبارت <http://www.Siteurl.com> را وارد کنیم. ممکن است شما هر نام دیگری را به جای [siteurl.com](http://www.Siteurl.com) انتخاب کرده باشید بنابراین باید آدرس سایت خودتان وارد کنید.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

JoomlaFarsi.com
Persian Community Site

3
جوملا فارسی
نگارش آرش کمانگیر

ویژگی های جوملا ۳

۱. ادغام Bootstrap با JUI در یک بسته
۲. یک قالب جدید با نام Isis در بخش مدیریت جوملا
۳. یک قالب جدید برای سایت با نام Protostar تهیه شده که با Bootstrap بهینه شده است
۴. راه انداز PostgreSQL استفاده شده است.
۵. استفاده از راه انداز PHP Memcached.
۶. استفاده از FeedJ برای مدیریت خوراک به جای SimplePie.
۷. نصب و راه اندازی بسته‌های زبان به طور مستقیم از مدیریت جوملا
۸. گروه کاربران مهمان بطور پیش فرض وجود دارند.
۹. اجازه ذخیره کردن مطلب خالی.
۱۰. ماژول آمار جدید در مدیریت جوملا
۱۱. بروز رسانی ویرایشگر TinyMCE به نسخه ۳.۵.۶

---9

گام بعدی

با کلیک بر روی دکمه گام بعدی مراحل نصب جوملا آغاز می‌شود و فقط در ۳ مرحله ساده می‌توان جوملا را نصب کرد مرحله اول که در تصویر زیر مشاهده می‌کنید تنظیمات است که باید نام سایت و مشخصات کاربری دلخواه خود را وارد کنید ضمن اینکه شما در این مرحله امکان نصب سایت به صورت غیر فعال را دارید، که بعد در تنظیمات کلی قابل به فعال سازی می‌باشد.

Joomla! یک نرم افزار رایگان تحت مجوز GNU/GPL می باشد.

تنظیمات 1 | پایگاه داده 2 | چکیده 3

انتخاب زبان Persian (فارسی)

تنظیمات اصلی

نام سایت * لطفا نام سایت جوملایی خود را وارد نمایید.

ایمیل مدیر * آدرس ایمیل خود را وارد نمایید ، این ایمیل به عنوان ایمیل مدیر می باشد.

نام کاربری مدیر * شما می توانید نام کاربری را از admin تغییر دهید.

توضیحات متا توضیحاتی را که توسط همه موتورهای جستجو مورد استفاده قرار خواهند گرفت وارد کنید .

رمز عبور مدیر * رمز عبور مدیر را وارد نمایید.

تکرار رمز عبور مدیر *

بله خیر

غیر فعال

قرار دادن سایت به صورت غیر فعال. بعداً امکان فعال کردن سایت از قسمت تنظیمات کلی را خواهید داشت.

در این مرحله تنظیمات پایگاه داده را مشاهده می کنید که باید اطلاعات دیتابیس را وارد کنید. فیلدهایی

را که باید وارد کنید دقیقاً در قسمت مربوطه ارائه شده است.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

Joomla!

Joomla! یک نرم افزار رایگان تحت مجوز GNU/GPL می باشد.

1 تنظیمات 2 پایگاه داده 3 چکیده

تنظیمات پایگاه داده

نوع پایگاه داده * معمولاً "MySQL" است

نام هاست * این گزینه معمولاً "localhost" است

نام کاربری * در هر دو صورت چیزی به عنوان "root" یا یک نام کاربری توسط هاست داده

رمز عبور به دلایل امنیتی، استفاده از رمز عبور برای حساب پایگاه داده اجباری می باشد

نام پایگاه داده * بعضی از هاست ها تنها برخی از نام دسی بل در سایت را اجازه می دهند . استفاده از پیشوند جدول برای مشخص کردن جوملا! سایت ها.

پیشوند جدول * پیشوند پایگاه داده را بنویسید و با به صورت تصادفی انتخاب کنید. معمولاً سه، یا چهار کاراکتر کافی است. تنها از حروف انگلیسی و اعداد استفاده کنید و در انتها از آندرلاین (زیر خط) استفاده کنید از وارد کردن پیشوند پایگاه داده مربوط به پایگاه داده دیگر خودداری کنید.

فرایند پایگاه داده قدیم * همه جداول بانک اطلاعاتی، با جداول جدید جایگزین خواهند شد

نوع پایگاه داده: در قسمت نوع پایگاه داده شما نوع پایگاه داده را MySQL/ MySQLi به دلخواه

انتخاب نمایید.

نام هاست localhost :

به سایت ما سر بزنید


<http://1mirza.com>

کسب درآمد از اینترنت

نام کاربری پایگاه داده Username :

رمز عبور پایگاه داده Password :

پیشوند جداول: پیشوند جداول پایگاه داده در جوملا ۳/۰ مانند جوملا ۲/۵ بطور تصادفی تولید می شود
و هر بار که شما نسخه ای از جوملا ۳/۰ را نصب می کنید این پیشوند تغییر خواهد کرد، که در صورت
تمایل می توانید این پیشوند را تغییر دهید.



Joomla!®

Joomla!® یک نرم افزار رایگان تحت مجوز مجوز GNU/GPL می باشد.

1 تنظیمات 2 پایگاه داده 3 چکیده

→ قبلی
+ نصب

اتمام ثبت

نصب اطلاعات نمونه

هیچکدام
 وبلاگ فارسی (IR)

نصب اطلاعات نمونه به شدت برای کاربران تازه کار توصیه می شود. این اطلاعات نمونه شامل اطلاعات مفیدی برای درک بهتر جوملا می باشد.

چکیده

بیکربندی ایمیل خیر بلی

انتخاب ایمیل زیر برای استفاده در بیکربندی بعد از نصب `a@a.com`

تنظیمات اصلی

نام سایت	جوملا 3.0 فارسی
غیر فعال	خیر <input type="checkbox"/>
ایمیل مدیر	<code>a@a.com</code>
نام کاربری مدیر	<code>admin</code>
رمز عبور مدیر	<code>***</code>

تنظیمات پایگاه داده

نوع پایگاه داده	mysql
نام هاست	localhost
نام کاربری	root
رمز عبور	
نام پایگاه داده	j30
پیشوند جداول	_r84im
فرایند پایگاه داده قدیم	<input checked="" type="checkbox"/> پشتیبان

کنترل مراحل نصب

نسخه php >= 5.3.1	<input checked="" type="checkbox"/> بلی
Magic Quotes GPC	<input checked="" type="checkbox"/> بلی
ثبت نام سراسری	<input checked="" type="checkbox"/> بلی
پشتیبانی از فشرده سازی zlib	<input checked="" type="checkbox"/> بلی
پشتیبانی از xml	<input checked="" type="checkbox"/> بلی
پشتیبانی پایگاه داده : (mysql, mysqli, pdo, sqLite)	<input checked="" type="checkbox"/> بلی
زبان اصلی موجود می باشد	<input checked="" type="checkbox"/> بلی
میران سر ریزی رشته با حسب مگابایت خاموش است	<input checked="" type="checkbox"/> بلی
پشتیبانی از فشرده سازی	<input checked="" type="checkbox"/> بلی
پشتیبانی از JSON	<input checked="" type="checkbox"/> بلی
configuration.php قابل نوشتن	<input checked="" type="checkbox"/> بلی

تنظیمات سفارشی:

این تنظیمات تعیین می کند که آیا PHP شما تطابق کامل با جوملا دارد یا خیر. هرچند، جوملا بر این عملیات ناظر بوده و تنظیمات مورد نیاز برای تطابق را انجام می دهد.

دستور	پیشنهادی	واقعی
حالت ایمن	<input checked="" type="checkbox"/> خاموش	<input checked="" type="checkbox"/> خاموش
نمایش پیام های خطا	<input checked="" type="checkbox"/> خاموش	<input checked="" type="checkbox"/> خاموش
آپلود فایل ها	<input checked="" type="checkbox"/> روشن	<input checked="" type="checkbox"/> روشن
زمان اجرا	<input checked="" type="checkbox"/> خاموش	<input checked="" type="checkbox"/> خاموش
میانگیری خروجی	<input checked="" type="checkbox"/> خاموش	<input checked="" type="checkbox"/> روشن
شروع خودکار نشست	<input checked="" type="checkbox"/> خاموش	<input checked="" type="checkbox"/> خاموش
پشتیبانی از ZIP	<input checked="" type="checkbox"/> روشن	<input checked="" type="checkbox"/> روشن

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

در این مرحله تمامی اطلاعات شما نمایش داده می‌شود. می‌توانید اطلاعات نمونه جوملا فارسی را نصب کنید، نصب اطلاعات نمونه به شدت برای کاربران تازه کار توصیه می‌شود. این اطلاعات نمونه شامل اطلاعات مفیدی برای درک بهتر جوملا می‌باشد.

در این مرحله می‌توان ایمیل معرفی شده را در پیکربندی اصلی به صورت غیر فعال قرار داد و در پیکربندی از ایمیل دیگری استفاده نمود. در این مرحله تمام اطلاعات وارد شده بررسی و در صورتی که تمام اطلاعات درست وارد شده باشند جوملا به طور کامل نصب می‌شود و به مرحله پایانی می‌رسد. نکته: در صورتیکه قصد ندارید از اطلاعات نمونه استفاده نمایید گزینه هیچکدام را انتخاب نمایید، هر چند پس از نصب اطلاعات نمونه نیز می‌توانید محتوا را تغییر داده یا حذف نمایید.



باید پوشه installation را با استفاده از دکمه حذف پوشه نصب جوملا حذف نمایید که این کار بسیار مهم است و در امنیت سایت شما تاثیر بسزایی دارد. در این مرحله می‌توانید زبان‌های دیگری از ترجمه‌های جوملا را به جوملا خود اضافه کنید.

Joomla!®
یک نرم افزار رایگان تحت مجوز محوز GNU/GPL می باشد.

نصب جوملا با موفقیت انجام شد.

لطفا دقت داشته باشید که پوشه Installation را حذف کنید. شما نمی‌توانید تا زمانی که پوشه Installation را حذف نکرده‌اید، از این مرحله جلو تر بروید. این یک عمل امنیتی برای جوملا است.

حذف پوشه نصب جوملا

مدیر | سایت

جوملا به زبان شما؟

قبل از حذف پوشه نصب شما می‌توانید زبان‌های جدیدی را نصب کنید. اگر شما می‌خواهید زبان‌های جدیدی روی جوملا! نصب کنید روی دکمه زیر کلیک کنید.

مرحله اضافی: نصب زبان‌ها

توجه: شما برای نصب زبان‌های جدید نیاز دارید تا به اینترنت دسترسی داشته باشید تا بتوانید زبان‌ها را از سایت جوملا دانلود و نصب کنید. در بعضی تنظیمات سرور اجازه دسترسی با سایت جوملا برای نصب زبان را ندارید. نگران این موضوع نباشید زیرا می‌توانید پس از نصب جوملا در مدیریت جوملا زبان‌های جدید را نصب کنید.

اطلاعات ورود مدیر

ایمیل	a@a.com
نام کاربری	admin

بعد از حذف پوشه نصب مراحل نصب جوملا ۳/۰ به پایان خواهد رسید و شما می‌توانید از سایت جوملایی خود استفاده کنید.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

نکته: در صورتیکه قصد نصب بسته‌های زبان غیر از زبان فارسی و انگلیسی را دارید مرحله زیر را دنبال کنید.

مرحله اضافی : نصب زبان‌ها

در جوملا نسخه ۳/۰/۳ امکان جدیدی برای افزودن زبان جوملا اضافه گردید تا در صورتیکه قصد راه اندازی سایتی چند زبانه را داشته باشید بتوانید زبان‌های مورد نیاز را در مرحله نصب جوملا اضافه نمایید.

نکته: در صورتیکه نیازی به زبان دیگری ندارید ادامه این فرآیند ضروری نیست.

روی دکمه مرحله اضافی : نصب زبان‌ها کلیک کنید.

رابط جوملا برای چندین زبان در دسترس است. زبان های مورد نظر خود را با تیک زدن در چک باکس انتخاب کنید و برای نصب روی دکمه بعدی کلیک کنید. توجه: این عملیات به مدت 5 ثانیه برای دانلود و نصب هر بسته زبان طول خواهد کشید. لطفا بیش از 3 زبان برای نصب به منظور جلوگیری از وقفه انتخاب نکنید.

نسخه	زبان
3.0.3.1	Afrikaans <input type="checkbox"/>
3.0.2.2	Arabic Unitag <input type="checkbox"/>
3.0.3.1	Arabic Unitag <input type="checkbox"/>
3.0.2.2	Arabic Unitag <input type="checkbox"/>
3.0.3.1	Bahasa Indonesia <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Belarusian <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Belarusian <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Bosnian <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Bosnian <input type="checkbox"/>
3.0.0.1	Bulgarian <input type="checkbox"/>
3.0.0.1	Bulgarian <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Catalan <input type="checkbox"/>
3.0.2.1	Catalan <input type="checkbox"/>
3.0.3.1	Catalan <input type="checkbox"/>

در اولیه مرحله شما می توانید از لیستی که نمایش داده می شود زبان مورد نظر خود را انتخاب نموده و

فرآیند را ادامه دهید. در این آموزش ما زبان فرانسه را انتخاب نمودیم.

عملیات نصب زمان کمی زمانبر خواهد بود، پس صبور باشید.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

زبان های زیر در جوملا نصب شده است. لطفا زبان مورد نظر خود را جهت پیش فرض شدن در مدیریت جوملا انتخاب کنید و روی دکمه بعدی کلیک نمایید.

انتخاب	زبان	نگ
<input type="radio"/>	(English (United Kingdom	en-GB
<input type="radio"/>	(French (fr-FR	fr-FR
<input checked="" type="radio"/>	Persian	fa-IR

زبان های زیر در جوملا نصب شده است. لطفا زبان مورد نظر خود را جهت پیش فرض شدن در قسمت سایت انتخاب کنید و روی دکمه بعدی کلیک نمایید.

انتخاب	زبان	نگ
<input type="radio"/>	(English (United Kingdom	en-GB
<input type="radio"/>	(French (fr-FR	fr-FR
<input checked="" type="radio"/>	Persian	fa-IR

توجه: وقتی شما روی دکمه بعدی کلیک کنید شما به مرحله پایانی عملیات نصب باز خواهید گشت و از شما می خواهد که پوشه نصب را حذف نمایید.

در این مرحله می‌توانید انتخاب کنید که زبان پیش فرض بخش مدیریت و سایت چه زبانی باشد. پس

از انتخاب فرآیند را ادامه دهید.



حال باید پوشه نصب جوملا installation را حذف نمایید.

Joomla!® یک نرم افزار رایگان تحت مجوز مجوز GNU/GPL می باشد.

جوملا زبان fa-IR را برای قسمت مدیریت محتوا و سایر بخش فرض قرار داد.
جوملا زبان fa-IR را برای قسمت سایت بعنوان زبان پیش فرض قرار داد.

نصب جوملا با موفقیت انجام شد.

لطفا دقت داشته باشید که پوشه Installation را حذف کنید. شما نمی توانید تا زمانی که پوشه Installation را حذف نکرده اید، از این مرحله جلو تر بروید. این یک عمل امنیتی برای جوملا است.

حذف پوشه نصب جوملا بدرستی انجام گردید.

مدیر سایت

پس از حذف موفقیت آمیز پوشه نصب پیغامی نمایش داده می شود که تایید کننده این فرآیند است.

جoomla 3.0 فارسی... سیستم کاربران محتوا کامیونیت ها افزونه ها راهنما مدیر سایت کنترل پنل Joomla!

رایج ترین افزونه ها

- آیکون های سریع
- ایجاد مطلب جدید
- مدیریت مطلب
- مدیریت مجموعه
- مدیریت رسانه
- مدیریت منو
- مدیریت کاربر
- مدیریت مازول
- مدیریت افزونه
- مدیریت زبان
- تنظیمات کلی
- مدیریت قالب
- مشخصات من
- جoomla شما بروز می باشد
- تمام افزونه ها به روز هستند

مدیریت این مطالب اضافه شده

1391-10-24	پشتیبانی مداوم مدیر سایت
1391-10-24	نصب آسان مدیر سایت
1391-10-24	نوسعه آسان مدیر سایت
1391-10-24	بروز رسانی آسان مدیر سایت
1391-10-24	جoomla مدیر سایت

کاربران وارد شده

1391-12-01	مدیر سایت مدیر
------------	----------------

محبوب ترین مطالب

1389-10-15	به وبلاگ خوش آمدید	6
1389-10-13	درباره صفحه اصلی	5
1389-10-11	درباره	4
1391-10-24	بروز رسانی آسان	3
1391-10-24	جoomla	1

مدیریت سایت 0 کاربر 1 مدیر خروج

جoomla 3.0 فارسی 2013

بخش مدیریت جوملا ۳/۰ فارسی

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

جستجو...




خانه

جوملا

درباره ما

تماس با ما

مطالب قدیمی

- به وبلاگ خوش آمدید
- درباره صفحه اصلی
- فایب شما
- ماژول های شما

وب لینک ها

- آرشیو های جوملا فارسی
- انجمن جوملا فارسی
- جوملا فارسی
- دانشنامه جوملا فارسی
- دانلود جوملا فارسی
- سمینار جوملا
- فستیوال جوملا
- کتاب جوملا فارسی

محبوب ترین ها

- به وبلاگ خوش آمدید
- درباره صفحه اصلی
- ماژول های شما
- فایب شما

مطالب اصلی



داستان آرش

نوشته شده توسط جوملا فارسی

در زمان پادشاهی منوچهر پیشدادی که در جنگی با توران، افراسیاب سپاهیان ایران را در حارتزان محاصره می‌کند. سرانجام منوچهر پیشنهاد صلح می‌دهد و نوزادگان پیشنهاد آشنی را می‌پذیرد و برای قبول این صلح و تحقیر ایرانیان پیشنهاد می‌کند که یکی از پهلوانان ایرانی بر فراز کتیور تیری بنمازد و محل فرو افتادن آن تیر، مزر ایران و توران در نظر گرفته شود.

ادامه مطلب: داستان آرش

آرش کمانگیر

نوشته شده توسط جوملا فارسی

آرش کمانگیر نام یکی از اسطوره‌های کهن ایرانی و همچنین نام شخصیت اصلی این اسطوره‌است. آرش، امیرزاده‌ای از اهالی طبرستان و از سپاهیان منوچهر بود که پس از پایان جنگ ایران و توران به عنوان کماندار ایرانی جهت مشخص شدن مزر ایران و توران برگزیده شد و از بالای کوه "اسپرو خوشنوا" از چهارمین کشور روی زمین در رادگاه فریدون رفت و با تمام نیرو تیری به طرف کوه "خواتوت" در خاور رها کرد.

آرش در فرهنگ دهخدا

نوشته شده توسط جوملا فارسی

نام پهلوانی کماندار از لشکر منوچهر. منوچهر در آخر دوره حکمرانی خویش از جنگ با فرمانروای توران، افراسیاب، ناگزیر گردید. نخست علیه افراسیاب را بود و منوچهر به مازندران پناهند گن سسی بر آن نهادند که دلاوری ایرانی تیری گشاد دهد و بدانجای که تیر فرود آید مزر ایران و توران باشد. آرش نام پهلوان ایرانی از فله دماوند تیری بیگند که از بامداد تا نیمروز برت و بنگار حیووت فرود آمد و حیووت حد شاخته شد. در اوستا بهترین نیراندار را «آرش» نامیده و گمان می‌رود که مراد همان آرش است. ظهیر این کماندار را «آرش شامین» می‌نامد و بود که حدس می‌زند این کلمه تصحیف جمله اوستایی «خشویو ایشو» باشد چه معنی آن «خداوند تیر شتابنده» است که صفت یا لقب آرش بوده‌است.

ادامه مطلب: آرش در شاهنامه

آرش در شاهنامه

نوشته شده توسط جوملا فارسی

شرح داستان آرش کمانگیر در شاهنامه نیامده است اما شاهنامه از آرش کمانگیر نام برده است و در شاهنامه به داستان آرش اشاره شده‌است. (مثلاً در قسمت **پادشاهی سیرویه**)

جو آرش که بردی به فرسنگ تیر
 جو پرورگر قارن شیرگیر»
 «برگان که از نحم آرش بند - سنگبار و جنگی و چابک بدنه»
 که سامیش گرزست و تیر آرش...»

ادامه مطلب: آرش در شاهنامه

خانه

جوملا فارسی

دومین سمینار جوملا همزمان با روز جوملا در ایران

Festival Joomla

مجموعه وبسایت‌های جوملا
 آرشیو تیرهای شتابنده شما
 جشنواره وبسایت‌های جوملا

درباره نقشه سایت برسیش و باسج مستندات جوملا

Copyright © 2013 جوملا 3.0 فارسی. کلیه حقوق وب سایت محفوظ می باشد.
 جوملا فارسی یک نرم افزار رایگان کد باز است که تحت مجوز GNU کار می کند.
 ترجمه شده توسط جوملا فارسی
 © 2013 جوملا 3.0 فارسی

برای حمایت از ما اعتبار دهید

203

به سایت ما سر بزنید
<http://1mirza.com>

نصب دروپال

دانلود دروپال

شروع نصب:

به صورت کلی برای شروع نصب به موارد زیر نیاز دارید

یک سرویس میزبانی یا هاست ، یا یک فضای لوکال

یک وب سرور که PHP را نیز اجرا می کند

اطمینان از اینکه register_global در php.ini خاموش باشد.

یک دیتابیس ساخته شده و یا آماده برای نصب

مراحل نصب:

نخستین گام برای شروع نصب دروپال دانلود آن برای این کار به صفحه زیر رفته و آخرین نسخه دروپال

را دریافت نمایید. این صفحه همواره شامل آخرین نسخه دروپال است.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

<https://www.drupal.org/project/drupal>

پس از دانلود محتویات فایل را در مسیر مورد نظر خود extract نمایید. پس از اتمام آن را سایت خود را از طریق مرورگر باز نمایید. پس از آن گزینه Standard را انتخاب نمایید. دروپال علاوه بر هسته برخی از ماژول های پرکاربرد را در پکیج نصب خود قرار داده است. گزینه Minimal تنها موارد اساسی و حیاتی برای دروپال را نصب میکند، گزینه استاندارد علاوه بر این موارد ماژول های دیگری را نصب کرده و آنها را پیکربندی می کند.

Standard
Install with commonly used features pre-configured.

Minimal
Start with only a few modules enabled.

Save and continue

در صفحه بعد میتوانید زبان دروپال را انتخاب نمایید. اگرچه میتوان در زمان نصب به این قسمت زبان های دیگری را اضافه کرد اما ترجیح میدهم که دروپال به زبان انگلیسی نصب شود و پس از آن تنظیمات ترجمه را پیکر بندی کرد. لذا در این صفحه زبان انگلیسی را انتخاب نمایید.

English (built-in)

[Learn how to install Drupal in other languages](#)

Save and continue

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

پس از این صفحه دروپال نیازمندی های خود را چک کرده و در صورت اشکال آن را گزارش می دهد. در غیر این صورت به صفحه بانک اطلاعاتی می رود. در این صفحه بایستی اطلاعات دیتابیس خود را وارد نمایید.

در صفحه بعد تنظیمات سایت ظاهر میشود که میتوانید اطلاعات عنوان سایت و کاربر مدیر را وارد نمایید.

پس از تایید این مرحله عملا سایت نصب شده و میتوان کار با دروپال را آغاز نمود. اما برای نصب زبان فارسی به صورت زیر عمل نمایید. قبل از شروع به صفحه دانلود رفته و آخرین نسخه فایل ترجمه را دانلود نمایید.

ابتدا به قسمت مدیریت ماژولها رفته و **Locale** و **Content Translation** را فعال نمایید.

پس از فعال سازی این ماژول ها به قسمت پیکربندی سایت **Configuration** رفته و گزینه **Translate Interface** را انتخاب نمایید.

در میان گزینه های بالا **Import** را انتخاب نمایید

در این بخش فایل ترجمه خود را انتخاب و پس از آن زبان فارسی را انتخاب نمایید و عمل **Import** را اجرا نمایید.

پس از این کار عملاً فارسی بر روی دروپال ما نصب شده است. به صفحه پیکربندی سایت برگردید و Language را انتخاب نمایید و در زبان فارسی را به عنوان پیش فرض انتخاب نمایید. شایان ذکر است که فعال بودن چندین زبان در این قسمت این امکان را می دهد که به سادگی و البته با قدرت فراوان یک سایت چند زبانه فعال داشته باشید.



- ✓ Choose profile
- ✓ Choose language
- ✓ Verify requirements
- ✓ Set up database
- ✓ Install profile
- ▶ **Configure site**
- Finished

SITE INFORMATION

Site name *

Site e-mail address *

Automated e-mails, such as registration information, will be sent from this address. Use an address ending in your site's domain to help prevent these e-mails from being flagged as spam.

SITE MAINTENANCE ACCOUNT

Username *

Spaces are allowed; punctuation is not allowed except for periods, hyphens, and underscores.

E-mail address *

Password *
 Password strength: **Fair**

Confirm password *
 Passwords match: yes

To make your password stronger:

- Add uppercase letters
- Add numbers
- Add punctuation

نکات پایانی:

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

علاوه بر نسخه های استاندارد دروپال ، توسعه دهندگان توزیع های مختلفی از آن برای مقاصد مختلفی همچون فروشگاه ، اینترنت ، سیستم های مدیریت آموزشی یا LMS و... را توسعه داده اند. برای مشاهده لیست و دانلود این توزیع ها به سایت دروپال مراجعه نمایید.

همیشه برای نصب دروپال بر روی سرور به منظور استفاده از نسخه پیشنهادی استفاده کنید، نسخه توسعه مناسب برنامه نویسان و به منظور تست و اشکال زدایی استفاده می شود.

علاوه بر زبان فارسی دروپال به بیش از ۱۸۰ زبان دنیا صحبت میکنید. لذا به عنوان مثال برای نصب زبان کردی ، ترکی، عربی و... به این صفحه رفته و فایل ترجمه خود را دانلود و مراحل import آنها را مانند مراحل ذکر شده برای فارسی دنبال نمایید.

یکی از مهمترین مزیت های دروپال سیستم جستجوی قدرتمند آن است. پس از نصب دروپال سعی کنید به صفحه پیکربندی و سپس جستجو رفته و پارامترهای آن را به دلخواه تنظیم نمایید. قبل از این کار باید مطمئن باشید که ماژول Search فعال شده باشد.

نصب قالب روی سیستم مدیریت محتوا

حالا که شما هم نام سایت را انتخاب کردید هم هاست خریدید و هم سیستم مدیریت محتوای خود را روی آن نصب کردید نیاز به قالبی دارید که روی سایت خود نصب کنید .

انتخاب قالب برای سایت شما یک بر خلاف تصور یک چیز کاملا سلیقه ای نیست از آنجا که شما خود قالب را طراحی نکرده اید باید به مواردی از جمله اینکه قالب بهینه هست یا نه از نظر سئو قالب مناسبی هست یا ن در استفاده از افزونه های مختلف در ان اصول اصلی که باعث کند شدن سرعت سایت می شوند رعایت شده است یا خیر ، همه این ها باعث می شود که شما برای انتخاب قالب مورد نظر خود دقت کنید. نظر من در این مورد این است که شما قالبی را استفاده کنید که بیشترین مورد استفاده را دارد مثلا برای یک سایت فروشگاهی قالب نیلسون که در سایت فروشگاهی دی جی کالا استفاده شده است قالب مناسبی است.

آموزش نصب قالب وردپرس

بعد از اینکه وردپرس رو نصب کردید آدرس سایتتون رو وارد کنید مثلا : www.1mirza.com برای رفتن به بخش مدیریت (مدیریت وردپرس) به انتهای آدرس سایتتون `/wp-login.php` رو اضافه کنید و در صفحه ای که ظاهر میشه یوزر و پسوردی که هنگام راه اندازی وردپرس انتخاب کردید رو وارد کنید و روی ورود کلیک کنید.



وردپرس فارسی

شناسه

1mirza

رمز

ورود

مرا به خاطر بسپار

[رمزتارن را گم کرده‌اید؟](#)

[→ بازگشت به سگ تم](#)

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

باید شناسه و رمز رو وارد کنید تا وارد مدیریت سایت بشید , بعد از ورود به قسمت مدیریت وردپرس

یا همون داشبورد وردپرس که شبیه تصویر زیر هستش:

محتوا	گفت و گوها
12 نوشته	7 دیدگاه
22 برگه	7 تایید شده
4 دسته	0 در انتظار بررسی
7 برچسب	0 جفنگ

پوسته دو هزار و سیزده به همراه 0 ابزارک شما از وردپرس 3.6.1 استفاده می کنید.

در تصویر بالا وارد قسمت مدیریت وردپرس شدیم , در سمت راست یه ستون وجود داره که گزینه ای مدیریت سایت هستش و هر کدوم کار خاصی رو انجام میدن و در سمت چپ هم با کلیک روی گزینه های سمت راست محتوای عوض میشه , حالا برای نصب پوسته (نصب قالب) از ستون سمت راست برید روی گزینه ی نمایش یه کادر جلوش باز میشه که زیر مجموعه های گزینه ی نمایش هستن در بین گزینه های زیر مجموعه ی نمایش روی پوسته ها کلیک کنید:

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

راهنما

مدیریت پوسته‌ها نصب پوسته‌ها

پوسته‌ی کنونی

دو هزار و سیزده

بدست گروه وردپرس | نگارش 1.0

پوسته‌ی ۲۰۱۳ برای وردپرس، ما را به زمان وبلاگ برمی‌گرداند. امکاناتی همچون انواع گوناگون نوشته‌ها و محتوا که هر کدام به زیبایی یا ظاهری منحصره‌فرد به نمایش درمی‌آیند.

شخصی‌سازی | گزینه‌ها: ابزارها | فهرست‌ها | سبزیگ

جستجو در پوسته‌های نصب‌شده

صافی خصوصیات

پوسته‌های در دسترس

بیشخوان

نوشته‌ها

رسانه

برگه‌ها

دیدگاه‌ها

نمایش

پوسته‌ها

شخصی‌سازی

ابزارها

فهرست‌ها

سبزیگ

ویرایشگر

افزونه‌ها 4

کاربران

ابزارها

تنظیمات

جمع کردن فهرست

همون طور که در تصویر بالا مشخص کردیم برای دسترسی به قالب‌ها و نصب قالب باید روی گزینه پوسته‌ها در زیر منوی نمایش کلیک کنید تا در سمت چپ محتوای ظاهر بشه با پیکان (فلش) قرمز رنگ مشخص شده که قالب فعلی که بر روی وردپرس نصب شده کدام است و پایین ترش سایر پوسته‌ها رو نشون میده با عنوان پوسته‌های در دسترس.

خوب برای نصب یه قالب جدید : ابتدا باید قالبتون زیپ ZIP باشه اگه rar باشه خطا میده حتما باید زیپ باشه , اگه توجه کنید در تصویر بالا محتوایی که شامل پوسته فعلی و پوسته‌های در دسترس هست واسه گزینه‌ی مدیریت پوسته‌ها هستش , برای وارد کردن یه قالب تازه روی تب نصب پوسته‌ها کلیک کنید که شبیه تصویر زیر هستش:

راهنما

مدیریت پوسته‌ها | **نصب پوسته‌ها**

جست‌وجو | بارگذاری | شاخص‌ها | تازه‌ترین | تازه به‌روزشده‌ها

جستجوی پوسته‌ها براساس کلیدواژه:

جست‌وجو

صافی_ خصوصیات

یافتن پوسته براساس خصوصیات معین

رنگ‌ها

مشکی سبز قرمز زرد

ستون‌ها

یک ستون دو ستون سه ستون چهار ستون

ستون‌کناری چپ ستون‌کناری راست

بهنا

بهناک ثابت بهناک متغیر

شاخص‌ها

نیمرخ ویلاگ سربرگ دلخواه تصاویر شاخص

بادک‌پرس فهرست دلخواه سربرگ معطف

پس‌زمینه دلخواه شیوه‌ی ویرایشگر نوشته‌های مخصوص صفحه

رنگ‌های دلخواه تصویر شاخص سربرگ پوسته تمام‌بهنا

اول

بله همون طور که در تصویر مشخص شده روی نصب پوسته ها کلیک کنید و تو اون قسمت روی بارگذاری کلیک کنید گزینه ی بارگذاری برای وارد کردن یه قالب جدیده , اون یکی گزینه ها هم که از اسمشون مشخصه. قسمت پایین هم برای انتخاب یک قالب از بین قالب های پیش فرض وردپرس هست که تو سایت وردپرس فارسی قرار داده شده (قالب های ساده ای هستن)

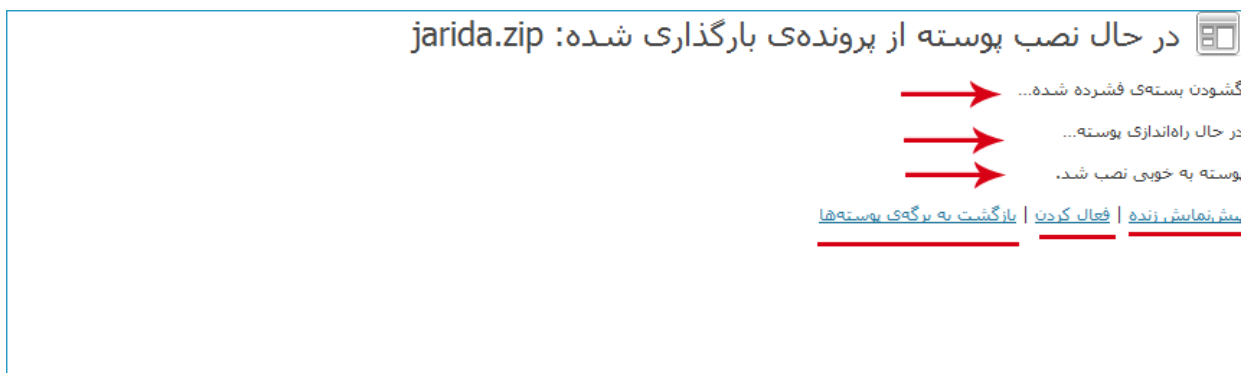
بعد از زدن گزینه ی بارگذاری یه صفحه ظاهر میشه مثل تصویر زیر:

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>



خوب در تصویر بالا که با زدن گزینه ی بارگذاری ظاهر شده , همون طور که در بالا هم گفتم باید فایل قالبون zip باشه خود وردپرس هم در این قسمت بهتون میگه که یه فایل در ساختار زیپ انتخاب کنید , تو این صفحه رو گزینه ی Browse کلیک کنیدو قالبتون رو از روی کامپیوتر خودتون انتخاب کنید open کنید و بعدش روی دکمه ی نصب کلیک کنید , با کلیک روی دکمه ی نصب وردپرس شروع به نصب قالب میکنه و مراحل نصب رو تو یه صفحه ای که داره نصب میشه نشون میده



میبینید که در تصویر نوشته قسمت بالاش در حال نصب پوسته , مرحله ی اول فایل رو از حالت زیپ در میاره , مرحله دوم فایل ها رو می خونه و راه اندازی می کنه و در پایان آگه پوسته با موفقیت نصب شده

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

باشه می نویسه پوسته به خوبی نصب شد و در غیر این صورت می نویسه نصب با مشکل واجه شد. پایینشم چن تا گزینه داره اولی یه پیش نمایش از قالبی که نصب کردید رو نشون میده دومی برای فعال کردن قالب و سومی به صفحه ی پوسته ها بر می گرده.اگه روی گزینه فعال کردن کلیک کنید قالبی که آپلود کردید رو واسه سایت در نظر می گیره.

همین میبینید که نصب قالب در وردپرس بسیار راحت هست , اما نکته ای که می مونه گاهی برخی قالب ها حجمشون زیاده فرضا وردپرس محدودیت داره نشون میده که نمی توان بیش از ۲ مگ آپلود کرد حالا اگه قالب ما بیش از این حجم باشه همیشه از این قسمت نصبش کرد حالا چه راه هایی در این صورت وجود داره یا باید محدودیت رو برداریم یا از طریق هاست اقدام کنیم. در بخش بعد آموزش نصب قالب ورد پرسی از طریق هاست را آموزش می دهیم.

نصب قالب وردپرس وردپرس از طریق هاست

خوب حالا هاست شما سی پنل یا دایرکت ادمین ؟ زیاد مهم نیست چون هیچ فرقی با هم ندارند ما با فایل های و پوشه های وردپرس کار داریم که تو هر دوتا هاست یکی هستن , وارد هاست بشید قسمت فایل منیجر و پوشه ی public_html

فایل های وردپرس شما باید داخل این پوشه باشه حالا شاید شما فایل ها رو داخل پوشه ی جداگانه قراردادید توجه داشته باشید به این مورد , حالا فایل های وردپرس ۳ تا پوشه داریم و چندین فایل php پوشه ها wp-admin / wp-includes / wp-content نام دارن وارد پوشه ی wp-content بشید و در داخل این پوشه چندین پوشه وجود داره (plugins / themes / uploads / languages) و احتمالا cache) .

خوب برای نصب قالب باید وارد پوشه ی themes بشید و برای نصب افزونه وارد پوشه ی , plugins حالا برای قالب که وارد پوشه ی themes شدید تو این پوشه باید قالب رو آپلود کنید قالب وردپرس خودتون رو روی سیستم به زیپ تبدیل کنید و با استفاده از گزینه ی upload فایل رو آپلود کنید فایل که آپلود شد احتمالا باید صفحه پوشه ی themes رو رفرش کنید و باز احتمالا به ریشه ی سایت برگردید و باید دوباره مسیر رو جلو بیاد تا پوشه ی قالب پوشه رو باز کنید فایل آپلود شده باید تو اون پوشه باشه

به صورت zip حالا باید قالب رو از حالت زیپ خارج کنید در cpanel روی فایل کلیک راست کنید و فک کنم Extract باشه رو بزنید تا فایل از حالت زیپ خارج بشه (نکته مهم : فایل قالب که از زیپ خارج شد فایل زیپ رو پاک کنید) , تو دایرکت ادمن فایل زیپ پلود شده جلوی فایل نوشته Extract حالا کافیه به مدیریت وردپرس برید (داشبورد / نمایش / پوسته ها) میبینید که قالبی که اپلود کردید به لیست قالب های موجود اضافه شده در اینجا می تونید قالب رو فعال کنید.

بعد از نصب قالب مورد نظرتان سایت شما همراه با قالب مورد نظرتان بالا می آید و آماده استفاده می باشد.

حال که همه چیز از نصب و راه اندازی یک سایت را به صورت کامل یاد گرفتید نوبت به کسب درآمد از سایتتان رسیده است. در زیر راههایی را برای اینکار ذکر میکنیم.

۱- راه اندازی فروشگاه اینترنتی کالا

فروشگاه اینترنتی کالا یکی از راه های محبوب و پر سود کسب درآمد از اینترنت است مثال این مدل از سایت ها سایت بزرگ دی جی کالا می باشد که حتما نام آن را شنیده اید. شما نیز برای کسب درآمد از این طریق کفایت قالبی که برای سایتتان میخواهید در نظر بگیرید ی قالب فروشگاههای باشد. یا حتی می توانید قالب همین سایت دی جی کالا را از اینترنت دریافت کنید و آن را همان طور که در آموزش قلبی ارائه دادیم در سایتتون قرار دهید و از آن استفاده کنید. در زیر اندکی در مورد این سایت بحث می کنیم. تا بیشتر این سایت را بشناسید.

فروشگاه دی جی کالا

digikala

بررسی، انتخاب و خرید آنلاین

دیجی کالا نام یکی از وبگاه‌های فعال در زمینه تجارت الکترونیک در ایران است. این وبگاه بزرگ‌ترین فروشگاه آنلاین در ایران است و به طور میانگین روزانه بیش از ۸۵۰ هزار بازدید کننده دارد.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

دفتر مرکزی این شرکت که برای امور مالی و بازرگانی استفاده می‌شود در نزدیکی میدان ونک در خیابان عطار واقع است. دفتر دوم که مرکز پردازش‌ها نام دارد خارج از تهران در جاده قدیم کرج (فتح) واقع شده است.

مدیرهای این سایت از سال ۸۳ تصمیم به راه‌اندازی آن گرفته و در سال ۱۳۸۵ توسط حمید محمدی و سعید محمدی بنیانگذاری شد. پرسنل اولیه آن ۵ نفر بودند که تا اسفند ۱۳۹۲ به ۲۰۰ نفر افزایش پیدا کرد و طبق گفته مدیران تا پایان سال ۹۳ به ۷۰۰ نفر رسید. این شرکت در سال ۹۱ پیشنهاد شراکت صندوق سرمایه‌گذاری سرآوا را پذیرفت. محمدی در مصاحبه‌ای در سال ۱۳۹۲ مدعی شد که دیجی کالا با فروش روزانه بیش از ۱ میلیارد تومان، سهمی بیش از ۸۵ درصد از بازار خرده فروشی، آنلاین ایران را در دست دارد. مدیران شرکت معتقدند ارزش شرکت در سال ۱۳۹۴ به بیش از ۵۰۰ میلیون دلار رسیده است.



به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

بر اساس گزارش مجله اکونومیست در سال ۲۰۱۴ این وب‌گاه با سرمایه ۱۵۰ میلیون دلار در رتبه اول شرکت‌های اینترنتی ایران قرار گرفت. البته در اوایل سال ۹۵ این ادعای مجله اکونومیست غیر واقعی دانسته شد بر اساس این گزارش مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری توسعه صنعتی ایران در نامه‌ای به سازمان بورس و اوراق بهادار اعلام کرد: این شرکت نسبت به واگذاری ۷/۸۳ درصد سهام شرکت نوین‌اندیشان سرآوا پارس به سرمایه‌گذاران خارجی به ارزش ۶ میلیون و ۳۷۷ هزار و ۹۱۷ یورو اقدام کرده است بر طبق این خبر شرکت سرآوا پارس که مالک عمده سهام دیجی کالا می‌باشد قیمت ۷/۸۳ درصدی سهام کلی آن حدوداً ۷/۳ میلیون دلار فروخته شده است بنابراین میزان ارزش کلی آن حدود ۹۰ میلیون دلار ارزش گذاری می‌شود که ادعای ۲ سال پیش مجله اکونومیست که فقط دیجی کالا را ۱۵۰ میلیون دلار برآورد کرده بود را رد می‌کند. طبق گزارش واشنگتن پست در سال ۱۳۹۳ (۲۰۱۴ میلادی) این وب‌گاه روزانه ۳۰۰۰ درخواست خرید دارد و در ۱۶ شهر مهم ایران برای پخش محصولاتش شعبه دارد. این شرکت ۴۵۰ کارمند در سال ۱۳۹۳ دارد و تحویل محصولات به مشتریان را کارمندان شرکت به عهده می‌گیرند. برخی منابع دیجی کالا را از نظر سهم گسترده‌ای که در بازار تجارت الکترونیک ایران دارد، با شرکت آمازون مقایسه می‌کنند و به آن لقب «آمازون ایرانی» داده‌اند.

در سال ۱۳۸۷ در همایش ملی تجارت الکترونیکی، به عنوان وب‌گاه برگزیده از سوی وزارت بازرگانی معرفی شد. سایر افتخارات دیجی کالا عبارتند از:

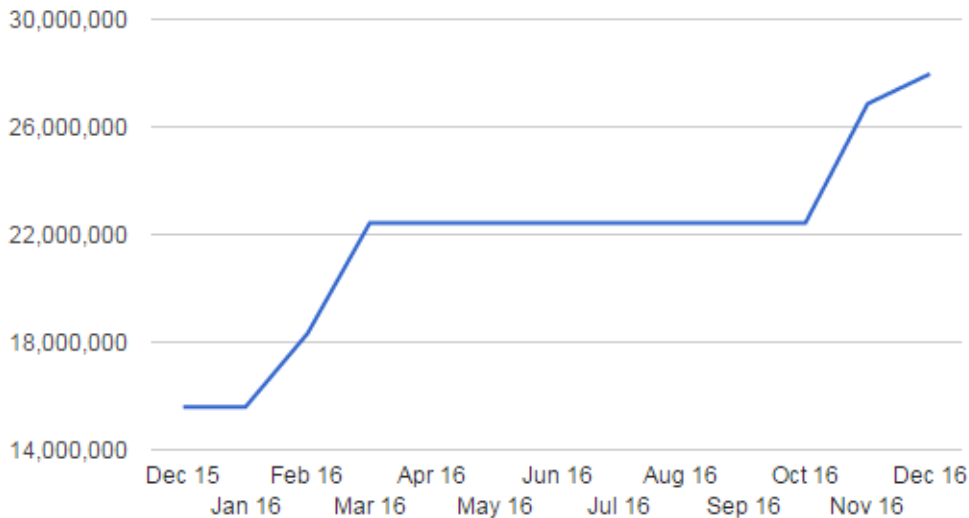
- برگزیده به عنوان برترین کسب و کار در حوزه تجارت الکترونیکی در چهارمین جشنواره ملی ارتباطات و فناوری اطلاعات در سال ۱۳۹۳
- برگزیده در جمع ۱۰ قهرمان کارآفرینی دنیا در کنگره جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۱۴ در مسکو
- برگزیده برترین سایت خرده فروش آنلاین در ششمین جشنواره وب ایران در سال ۱۳۹۲
- برگزیده دومین اجلاس جهانی نشان منتخب در سال ۱۳۹۲
- برگزیده بهترین وب سایت فروشگاه اینترنتی در پنجمین جشنواره وب ایران در سال ۱۳۹۱
- برگزیده بهترین طراحی کاربردی در پنجمین جشنواره وب ایران در سال ۱۳۹۱
- برگزیده بهترین وب سایت فروشگاه اینترنتی در سومین دوره جوایز فناوری ایران در سال ۱۳۹۱
- برگزیده همایش ملی توسعه دانایی محور در سال ۱۳۸۸
- کسب نشان مرکز کیفیت‌های برتر در سال ۱۳۸۸

آماري در مورد سايت دي جي کالا

تخمين ميزان بازديد از سايت دي جي کالا

Digikala.com Traffic Estimate

Estimated Monthly Traffic (visits) for Digikala.com - By Month



Monthly visitor traffic is up 79.5% year over year

Digikala.com has received an estimated 27,966,000 visits over the last 30 days. The number of visits differs from visitors (or unique visitors). Visits includes multiple visits from the same individual (repeat visits).

همان طور که در تصوير مي بينيد تخميني که از ميزان بازديد کننده هاي اين سايت زده شده ۲۷ ميليون

بازديد در ماه گذشته بوده است.

به سايت ما سر بزنيد

<http://1mirza.com>

Networth and Visitors by rank

Daily Visitors: 663,082 Unique visitors per day

Monthly Ads Revenue: 555,000 \$

Net worth: 6.66 Million \$

در اینجا نیز اماری از میزان بازدید این سایت را از سایت دیگری که کار ارائه امار از سایت های مختلف را دارد را ارائه داده ایم که طبق تخمین این سایت سایت دی جی کالا ۶۶۳۰۸۲ نفر بازدید کننده در روز دارد.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

DAILY ESTIMATIONS

Unique Visitors	329,596
Revenue (From Ads)	\$ 2,852 USD
Unique Pageviews	2,851,926

MONTHLY ESTIMATIONS


Unique Visitors	9,887,880
Revenue (From Ads)	\$ 85,559 USD
Unique Pageviews	85,557,780

YEARLY ESTIMATIONS

Unique Visitors	120,302,540
Revenue (From Ads)	\$ 1,040,962 USD
Unique Pageviews	1,040,952,990

دی جی کالا در شبکه های اجتماعی

Website popularity

 Facebook Like: 698 like on facebook

 Google Plus: 11234 shared on google plus

سن دامنه دی جی کالا

به سایت ما سر بزنید

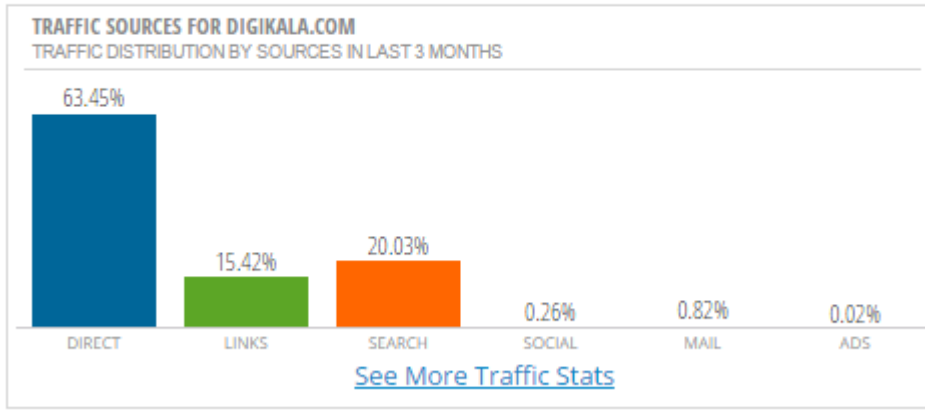
<http://1mirza.com>

Website Details

Digikala.com is 9 years 3 days old, www.digikala.com has a page rank of 3/10 and has # 558 traffic rank in the world. digikala.com has an estimated 663,082 visitors per day and a Net worth of \$6.66 Million .The top visitors on this website are from Iran, Islamic Republic Of,The server location is in Iran, Islamic Republic of .

ورودی های سایت دی جی کالا

TRAFFIC SOURCES GRAPH



به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

۲- راه اندازی فروشگاه اینترنتی فایل

راه بعدی کسب درآمد از اینترنت فروش فایل به جای فروش کالا است. همان طور که می دانید فروش فایل در اینترنت بسیار رواج دارد و کسب درآمدهای عالی ای هم از این راه بدست آورده اند و می آورند.

برای اینکه شما بتوانید از طریق کسب درآمد کنید می توانید مثل قبل قالبی را انتخاب کنید که مدل فروشگاههای باشد و شروع به کسب درآمد از این راه بکنید در زیر یکی از سایت هایی که از این راه کسب درآمد می کند و بسیار موفق هم هست را معرفی می کنیم.

فروشگاه فایل سل



"فایل سل" فروشگاه ساز اینترنتی است که به رایگان یک فروشگاه اختصاصی با مدیریت کامل به شما ارائه می کند ، این فروشگاه قابلیت دسته بندی و ایجاد محصول دارد و اجازه آپلود فایل های مجاز و

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

قانونی شما جهت فروش را می دهد بدین ترتیب شما بدون هیچ هزینه ای صاحب یک کسب و کار اینترنتی می شوید و می توانید فایل های ارزشمند خود را برای عرضه به خریداران ارائه کنید ، همه کارها در سایت فایل سل انجام می شود و شما نیاز به هیچ دانش فنی یا تهیه ملزومات اولیه ندارید.

۳- همکاری در فروش کالا

این روش هم از روشهای دیگری است که از ان برای کسب در آمد در اینترنت استفاده می شود . که نمونه های ان را در اینترنت می توانید ببینید . برای این کار نیز کفایت سایتی فروشگاهی داشته باشید و با تولید کننده گان یا فروشندگان عمده فروش محصولات تماس بگیرید و از خدمت همکاری در فروش استفاده کنید.

۴- همکاری در فروش فایل

این روش نیز دقیقا مانند روش قبلی است و نیاز به توضیحی ندارد کفایت در یکی از سایت های فروش فایل در قسمت همکاری عضو شوید و با فروش فایل های آنها کسب درآمد کنید.

۵- کسب درآمد از طریق سایت های کوتاه کننده لینک

کسب درآمد از این روش را با معرفی یک سایت نشان می دهیم

کسب درآمد از اپیزو opizo



اپیزو یک سایت کوتاه کننده لینک می باشد که شما می توانید از آن برای کسب درآمد از لینکهای دانلود یا هر لینک دیگری استفاده نمایید . در اپیزو نیاز نیست حتما فایلی را آپلود کنید شما می توانید از هر لینکی استفاده کرده و آنرا با اپیزو کوتاه کرده و بین دوستانتان به اشتراک بگذارید.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

وقتی شخصی لینک اپیزو ایجاد شده شما را باز کند پس از مشاهده تبلیغ و زدن روی دکمه رد کردن تبلیغ یا لینک مورد نظر به لینک اصلی مورد نظر شما هدایت می شود . زمان انتظار هر کاربر در صفحه اپیزو کمتر از ۱۰ ثانیه بوده و به ازای این ۱۰ ثانیه انتظار و مشاهده تبلیغات بنریست که این مبلغ به حساب شما اضافه می گردد . لازم به ذکرست رد کردن لینک اپیزوی شما توسط خودتان درآمدی ندارد و باید دیگران لینک شما را باز کرده و رد تبلیغ کنند تا درآمد محاسبه گردد . برای مشاهده صفحه رد تبلیغ روی لینک زیر کلیک نمایید:

در اپیزو شما می توانید تا ۱۳۰ ریال به ازای هر بازدید کننده یکتا (IP) در روز درآمد داشته باشید در واقع از هر بازدید حقیقی ۲۰ تا ۳۰ ریال بسته به اولیت بازدید و مجموعا ۵ بار در روز از هر IP درآمد کسب خواهید کرد و پس از رسیدن به ۱۵ هزار تومان درآمد شما بصورت اتوماتیک به حساب شما واریز می گردد.

نحوه محاسبه قیمت هر بازدید و درآمد

- بازدید اول یک نفر ۳۰ ریال
- بازدید دوم همان شخص ۲۰ ریال
- بازدید سوم همان شخص ۳۰ ریال
- بازدید چهارم همان شخص ۲۰ ریال

- بازدید پنجم همان شخص ۳۰ ریال

- مجموعه ۱۳۰ ریال برای هر نفر در هر روز

در صورتیکه فقط ۱۰۰۰ نفر بازدیدکننده در روز داشته باشید و هر بازدیدکننده فقط ۵ لینک را مشاهده کند درآمد شما روزانه ۱۳۰۰۰۰ ریال و ماهانه ۳۹۰۰۰۰۰ ریال خواهد بود. سقف درآمد روزانه اپیزو برای وبمستر صاحب لینک محدودیتی نداشته و شما می توانید به میزان کل بازدیدکنندگان حقیقی خود درآمد داشته باشید.

مراحل کسب درآمد در اپیزو بصورت زیر می باشد:

۱- عضویت در سایت

۲- ورود به سایت و کوتاه کردن لینک های سایت خود یا لینکهای دیگر با استفاده از لینک ساز هوشمند یا بصورت دستی

۳- اضافه کردن لینکهای تبدیل شده به سایت یا کدهای لینک ساز هوشمند و یا به اشتراک گذاری لینک اپیزو ایجاد شده در شبکه های اجتماعی و یا سایتهای پربیننده دیگر

۴- اکنون به ازای هر بازدید که از لینک اپیزو ایجاد شده توسط شما شود مبلغی بین ۲۰ تا ۴۰ ریال و مجموعاً از هر آی پی در یک روز تا سقف ۱۳۰ ریال به حساب شما اضافه میگردد.

۵- تکمیل پروفایل و دریافت درآمد پس از رسیدن به حداقل موجودی ۱۵ هزار تومان بصورت اتوماتیک و بدون نیاز به ثبت درخواست.

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

کلیه پرداخت ها هر هفته روزهای دوشنبه انجام میگردد

برای شروع فعالیت در اپیزو عضو شوید روی لینک زیر کلیک کنید و عضو شوید

عضویت

برای دریافت وجه باید در منوی اصلی / تنظیمات / ویرایش اطلاعات کاربری

یعنی در لینک:

<http://opizo.com/usercp/user/setting>

مشخصات حساب بانکی خود را که شامل موارد زیر هست را وارد نمایید:

نام و نام خانوادگی ، نام بانک ، کد شبای حساب بانکی و شماره کارت بانک

وارد کردن همه موارد بالا بصورت کامل و فارسی الزامیست.

پرسش و پاسخ

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

۱- من هیچ لینک یا سایتی برای قرارداد لینک و کسب درآمد ندارم چه کنم؟

پاسخ: شما می‌توانید مطالب پربیننده‌ای را انتخاب کنید و در شبکه‌های اجتماعی مثل فیسبوک، کانالها و گروههای تلگرام و یا انجمن‌های عمومی به اشتراک بگذارید و بدون داشتن سایت نیز کسب درآمد داشته باشید.

۲- میزان کسب درآمد از هر بازدید چقدر است؟

پاسخ: ۲۰ تا ۳۰ ریال از هر بازدید و ماکزیمم ۱۳۰ ریال از هر آی پی در روز

۳- برای کسب درآمد باید چه اطلاعاتی در بخش پروفایل وارد شود؟

پاسخ: نام و نام خانوادگی، نام بانک، کد شبای حساب بانکی و شماره کارت بانکی

۴- آیا امکان قرارداد لینک اپیزو در سایتهای خارجی و با بازدیدکننده خارجی وجود دارد؟

پاسخ: بله اپیزو یک سایت چندزبانه بوده و کاربران خارجی نیز براحتی می‌توانند لینکهای اپیزو را باز کرده و رد تبلیغ کنند

۵- آیا من می‌توانم خودم لینکهای خودم را کوتاه کنم و کسب درآمد نمایم؟

پاسخ: خیر اینکار تقلب محسوب میشه و در صورت مشاهده اکانت شما مسدود و درآمد شما بلوکه خواهد شد. لازم به ذکرست بهتراست قبل از فعالیت در سایت حتما قوانین سایت را مطالعه نمایید.

۶- چطور می‌توان به اپیزو اعتماد کرد؟

پاسخ : ایزو یک سایت قدیمیست اگر کمی در گوگل سرچ کنید متوجه گستردگی حجم استفاده از ایزو می شوید مطمئنا اگر ایزو پرداختی نداشت کسی از آن استفاده نمی کرد . علاوه بر آن شما می توانید از سایتهای بزرگی که هماکنون در حال استفاده از ایزو هستند استعلام کرده و از پرداختی ایزو مطمئن شوید.

۶- کسب درآمد از طریق سایت های آپلود

برای این روش نیز با معرفی یک سایت به صورت عملی این راه را به شما آموزش میدهم.



آپلودبوی چیست؟

آپلودبوی یک آپلودسنتر رایگان با قابلیت کسب درآمد از دانلود فایل است ، بدین معنی که شما فایل خود را روی آپلودبوی آپلود و لینک آنرا در وب منتشر می کنید اکنون اگر شخص دیگری فایل شما را دانلود نماید به ازای این دانلود مبلغی به حساب شما اضافه می شود بدین ترتیب شما می توانید از فایلهای خود کسب درآمد کنید

کسب درآمد از دانلود فایل فقط برای سایتهای مجاز و قانونی و سایتهای ثبت شده در ستاد ساماندهی می باشد.

روش کار چگونه است ؟

ابتدا در سایت آپلودبوی عضو شوید برای این کار روی کلمه عضویت در زیر کلیک کنید.

عضویت

اقدام به آپلود فایل نمایید

اگر وبسایت دارید باید فایل‌های سایت خود را که کاربران شما اقدام به دانلود می کنند آپلود کنید

اگر وبسایت ندارید باید فایل‌هایی را آپلود نمایید که جذاب باشند و بتوانید آنها را در شبکه های اجتماعی

و یا سایتها و انجمن ها عمومی به اشتراک بگذارید همینطور می توانید در نرم افزارهای شبکه اجتماعی

فایل خود را به اشتراک بگذارید

پس از آپلود فایل لینک فایل را از سایت آپلودبوی دریافت کنید و در سایت خود یا در شبکه اجتماعی

یا هر سایت پربازدید دیگر با توضیحات کامل قرار دهید

از این پس هر کسی که فایل شما را از سایت آپلودبوی بصورت کامل دانلود نماید مبلغی به ازای هر

دانلود به حساب شما در سایت اضافه میشود

این مبلغ به دلار بوده و در پنل کاربری قابل مشاهده است

به سایت ما سر بزنید

<http://1mirza.com>

تعداد دانلود هر فایل نیز در بخش فایل‌های من و در جلوی هر فایل درج می‌گردد

پس از اینکه کل درآمد شما به ۵ دلار رسید می‌توانید درخواست پرداخت دهید

قبل از درخواست پرداخت باید نام و نام خانوادگی و کدشعبای حساب خود را بخش پنل کاربری وارد کرده باشید

پس از درخواست پرداخت در صورت تکمیل صحیح اطلاعات درآمد شما به ریال تبدیل شده و دوشنبه هفته بعد به حساب شما واریز می‌گردد

توجه داشته باشید که درخواست خود را قبل از شنبه هر هفته باید ثبت کنید

اکنون شما به درآمد رسیده اید و باید سعی کنید فایل‌های بیشتر و پربازدیدتری را آپلود نمایید

روش کسب درآمد به ازای دانلود فایل

در این روش با آپلود هر فایل و قرار دادن لینک دانلود فایل در سایتها یا صفحات پربازدید، به ازای هر

بار که فایل شما دانلود می شود درآمد کسب می کنید

- هر چه فایلهاى شما بیشتر باشد درآمد شما بیشتر خواهد بود
- هر چه دانلود هر فایل بیشتر باشد درآمد بیشتر خواهد بود
- هرچه فایلهاى شما حجیم تر باشد درآمد شما بیشتر خواهد بود
- هر چه فایلهاى شما از کشورهای دیگر دانلود شود درآمد شما بیشتر خواهد بود

۷- کسب درآمد از طریق پاپ آپ

کسب درآمد از این روش نیز در اینترنت کشور ما مرسوم است . که می توانید در گوگل سرچ کنید و

سایت های پاپ آپ رو پیدا کنید و عضو بشید و ازشون کسب درآمد کنید.

این روش بنظر من روش جالبی نیست چون کلا پاپ آپ چیز مزاحمی هستش 😊

۸- کسب درآمد از طریق ایجاد سایت پر بازدید و تبلیغات در آن

این روش نیز جز مرسوم ترین روش هاست که در اینترنت کشور استفاده می شود. برای این کار نیاز به این هست روی سایتتان کار کنید و زمان بگذارید تا بعد از مدت مثلا یک سال که سایتتان بزرگ شد بتوانید از طریق جذب تبلیغات برای سایتان کسب درآمد کنید.