

| یادداشت |

■ گلسا ماهیان

فناوری اطلاعات، لازمه همه چیز است

انسان ها برای آسایش و راحتی خودشان تلاش می کنند تا محصولات و سرویس های جدیدی را خلق کنند و کارهایشان را به شکل راحت تری انجام دهند. در واقع باید گفت حس خلایقیت انسان رابطه مستقیمی با حس راحت طلبی اش دارد. تمامی فناوری های نوینی که در حال حاضر در اطراف ما به چشم می خورد هم بر همین اساس شکل گرفته است. در واقع باید گفت که به همین خاطر است که شما می توانید اکنون سر جای خود بنشینید و از طریق یک رایانه و اتصال آن به اینترنت، بیشتر از ۵۰ درصد کارهای روزانه خود را انجام دهید. البته این موضوع در کنار تمامی مزایایی که دارد می تواند معایبی را هم به همراه داشته باشد. باید گفت که همواره ظهور و گسترش فناوری های جدید، باعث تغییرات و پیشرفت هایی در نظم پیشین می شود و غالباً رفاه را برای انسان ها به ارغمان می آورد، ضمن آن که گاه باعث اختلال و رکود در برخی بازارهای سنتی می گردد. با این وجود، تنها ۴۹ درصد از صاحبان صنعت و بازار معتقدند که برای توسعه خدمات به مشتریان خود به واسطه این فناوری ها (که گاه آن را مخرب می دانند) تحت فشار هستند. اخیراً در همین زمینه، تحقیقی جامع از جانب یک موسسه بازاریابی به نام چارترد (Chartered) به عمل آمده است. مطابق یافته های این پژوهش، بیست و هشت درصد از دست اندرکاران بازارها براین عقیده اند که هزینه مالی کافی برای سرمایه گذاری مطابق با تغییرات مورد نیاز مشتریان به واسطه فناوری های مخرب را ندارند. به گزارش رابورز به نقل از رایانه وبکلی، تجارب مشتریان، یک عامل کلیدی و رو به افزایش در سازمان ها و نهادهای مشتری محور بوده و بیست درصد از مشاغل تجاری اعلام کرده اند که تجربه حاصله از مواجهه با مشتری، مهم ترین نقطه کانونی آن ها در سال ۲۰۱۷ خواهد بود. کریس دلی (Chris Daly)، مدیر اجرایی موسسه بازاریابی چارترد اعلام کرده: تجارب مشتریان بایستی به شدت مورد تأکید واقع شود، زیرا رضایت و تجارب آن ها، قدرت بسزایی در ایجاد روابط بین مشتری و برندها دارد. وی افزود: روی سختم با اقلیتی است که اعتقاد دارند تجربه مشتریان اهمیت چندانی ندارد! باید بدانید که مشتریان، بایستی همیشه در قلب هر عملیاتی در نظر گرفته شوند. از سوی دیگر و تنها به این دلیل که فناوری جدید باعث کم رنگ شدن مرزها بین خرید آنلاین و آفلاین (سنتی) شده، سی و سه درصد از صاحبان کسب و کار معتقدند که مرز بین دیجیتال و بازاریابی قدیم رو به کاهش است. تقریباً یک سوم بازاریابان نیز اعلام کرده اند که مسئول بخشی از تجارب مشتریان در مشاغل تجاری بوده و پانزده درصد از سازمان ها اعلام کرده اند که در سال های گذشته، تغییرات عمده ای در چشم اندازهای فعلی ایجاد کرده اند تا خود را با نیازهایی که فناوری اطلاعات اقتضا می کند، هماهنگ نمایند، تا بدین ترتیب بتوانند در کسب و کار خود، از مزایای تکنولوژی اطلاعات بهره حداکثری را ببرند. مطابق این تحقیق، خلاء مهارت های دیجیتالی در برخی نقاط جهان از نظر اقتصادی بسیار خسارت بار بوده و به عنوان نمونه مورد مطالعه در انگلستان، حدود شصت و سه میلیون پوند در هر سال هزینه دربردارد. همچنین با عدم آموزش کافی و هماهنگ شدن با پیشرفت فناوری، چه بسا افراد بسیاری که نمی توانند بنا به افزایش نقش های شغلی مورد نیاز مهارت های فناوری، در جامعه مدرن شرکت نمایند.

با هوش مصنوعی تعامل داشته باشند. وی می گوید: من فکر می کنم در بخش مدیا و سرگرمی، بسیاری از رویاهای عجیب و غیر قابل دستیابی شما قرار است به زودی حقیقت پیدا کند اما فقط همین نیست. حضور و تجربه واقعا قدرتمند هستند. بنابراین اگر چیزی را می خواهید بخرید، مسئله ای علمی را می خواهید متوجه شوید یا حتی جایی را ببینید، بهتر است که پیش از هر چیزی، آن را در حالتی طبیعی و واقعی ببینید. از نگاه آبوویتز، بزرگ ترین مشکل آن ها، فنی نیست، بلکه به خلایقیت باز می گردد. تیم مجیک لیپ طی سال های اخیر، متخصصین حوزه فیلم، هنر، موسیقی، سخت افزار، برنامه نویسی و حتی تکنولوژی های زیستی را به استخدام در آورده تا این مشکل را برطرف سازد. سخنانی که آبوویتز به زبان می آورد بسیار خوشبینانه هستند: ما ورکشاپ های بسیاری برگزار می کنیم تا افراد خلاق را مجبور به دوباره فکر کردن کنیم تا به این پرسش پاسخ دهند که چگونه در این مدیوم می توان ارتباط برقرار کرد؟ چگونه یک داستان می گوید؟ چگونه رابط هایی می سازید که بسیار روان و طبیعی هستند؟ در ادامه می گوید، جذاب ترین چیزی که تیمشان ساخته، یک تجربه است که در آن احساس ۵ سالگی برای شما تداعی می شود و باید نقاشی کنید و دنیای خودتان را بسازید: ما چیزی خلق کرده ایم که به شما احساس آزادی و راحتی فوق العاده ای می دهد. مثل این است که خلایق از سر انگشتان بیرون آمده و وارد دنیا می شود و آن را شکل می دهد. این اپلیکشنی است که احتمالاً در زمان عرضه دستگاه خواهد آمد. گوگل در دوره پیشین هم مشارکت کرده بود، اما این سبب نشد تا برای بار سوم هم شریک نشود. عمده مبلغ وارد شده به حساب های بانکی مجیک لیپ از سوی کمپانی چینی علی بابا بوده در حالی که کوالکام، برداران وارنر و چندین شرکت دیگر هم مشارکت داشته اند. در همین حین، آکیلس به تاریخ عرضه ریفت نزدیک می شود، مایکروسافت در حال آماده سازی کیت های توسعه هولولنز است و گوگل هم تا چندی دیگر احتمالاً از نقشه های برای گوگل گلس خواهد گفت. حتی به نظر می رسد که اپل هم مشغول استخدام افراد متخصص در حوزه واقعیت مجازی است اما مجیک لیپ، با توجه به سرمایه عظیم و بی سابقه ای که تاکنون از شرکت های دیگر دریافت کرده، به نظر می رسد که مشغول توسعه انقلاب بزرگ بعدی در حوزه تکنولوژی و رایانه ها باشد. در نهایت، آبوویتز می گوید: باید سرمان به کار خودمان باشد، کمتر حرف بزنیم و آخر سر امیدوار باشیم که چیزی فوق العاده ارائه دهیم و بگذاریم خودش از زبان ما همه چیز را تعریف کند.



مجیک لیپ در حال ساخت رایانه ای است که می تواند دنیا را به نمایشگری عظیم تبدیل کند و به مردم اجازه دهد تا در همان زمان، با آن ارتباط برقرار کرده و درون نمایشگر احساس زنده بودن و داشته باشند

با کمپانی مجیک لیپ آشنا شوید

رانی آبوویتز، مدیر عامل مجیک لیپ افکار جدیدی در سر دارد

نمی گنجد، بنابراین شباهتی به گوگل گلس و هولولنز مایکروسافت ندارد. این دستگاه ها هم نیاز به پوشیده شدن توسط کاربر دارند اما برخلاف واقعیت مجازی که شما را وارد مکان دیگری می کند، واقعیت افزوده، تصاویر سه بعدی را وارد محیط واقعی می کند، اما فقط کسی که عینک را بر چشم داشته باشد می تواند آن را ببیند. مجیک لیپ متفاوت است با هر چه که تاکنون دیدیم و بهترین تعریف این است: تاباندن تصاویر زمینه روشن دیجیتالی به شبکه چشم و فریب دادن چشم و مغز به وجود این تصاویر در دنیای واقعی. تصور کنید با یک آژدهای خوش خط و خال مبارزه می کنید، یا کلاس ستاره شناسی در خانه برگزار می کنید، شاید هم دوست داشته باشید مسابقات ورزشی را تماشا کنید، یا حتی صحنه ای هیجان انگیز در سالن ورزشی مدرسه ایجاد کنید. البته، بیشتر تصاویری که تا به حال در این رابطه انتشار پیدا کرده است حقیقی نیستند و توسط موتورهای گرافیکی مجیک لیپ رندر شده اند تا ابزاری تبلیغاتی باشند اما کاملاً هدف دار، در حال شرح فناوری خود هستند: ترکیب دنیای مجازی و حقیقی.

دنیای نمایشگر شما خواهد بود

آبوویتز گفت که کمپانی اش، مجیک لیپ در حال ساخت یک رایانه است، رایانه ای که می تواند دنیا را به نمایشگری عظیم تبدیل کند و به مردم اجازه دهد تا در همان زمان، با آن ارتباط برقرار کرده و درون نمایشگر احساس زنده بودن داشته باشند و

چند وقت پیش، کمپانی مجیک لیپ در سری C جمع آوری سرمایه اش موفق شد تا رقمی نزدیک به ۸۰۰ میلیون دلار از بازوهای ونچر کپیتال در سراسر جهان دریافت کند و ارزش خود را پیش از این که حتی محصولش را به نمایش عمومی بگذارد، به ۴٫۵ میلیارد دلار برساند. بنا به گفته مدیر عامل مجیک لیپ، رانی آبوویتز، جمع آوری سرمایه فوق بدین معنی است که تکنولوژی «واقعیت ترکیبی زمینه روشن» شرکت، به انتشار نزدیک و نزدیک تر شده است. آبوویتز به وبسایت Business Insider می گوید که تیم ۵۰۰ نفره آن ها، با بهره گیری از سرمایه هنگفتی که به دست آورده اند موفق شده اند تا سرعت توسعه محصول را افزایش دهند. وی گفت: «ما در حال ایجاد خط تولید برای توسعه انبوه هستیم. ما یک جورهایی فاز علمی آن را رد کرده ایم و آماده ارائه محصول شده ایم». این که چه زمانی این محصول به بازار می آید، هنوز مشخص نیست و آبوویتز می گوید که دوست ندارد فعلاً تاریخی را اعلام کند.

محصول مجیک لیپ چیست؟

مجیک لیپ واقعا در حال ساخت چه دستگاهی است؟ برخلاف هدست های واقعیت مجازی، مثل آکیلس ریفت، مجیک لیپ قرار نیست یک دنیای سه بعدی روبه روی چشم های شما بسازد که از دنیای واقعی کاملاً جدا باشد. در واقع لازم نیست چیزی روی سر خود بگذارید تا آن دنیای سه بعدی را ببینید. آبوویتز می گوید حتی محصولشان در حوزه واقعیت افزوده هم



ارائه مستر کارت قابل شارژ از اروپا تنها
با پاسپورت معتبر

۵۹۹ هزار تومان

خرید کنید، در سایت های اینترنتی ثبت نام کنید و ...
با حذف واسطه ها همیشه در مبدا حرکت باشید

telegram.me/etoospayment

تلفن: ۰۵۱-۳۷۰۰۹۲۵۳-۵

