

فناوری فشار (Push Technology)

*زری نوری فرد

رئیس اداره کتابخانه و اطلاع رسانی

وزارت صنایع و معادن

nourifard@mim.gov.ir

همانگونه که ذکر شد، Web اساساً یک سیستم pull technology است. ولی مدل پویش (push) (web publishing) خیلی امتیازها، هم به استفاده کننده و به هم به ناشر، ارائه می دهد. متداولترین روش Push technology روی web، برای اعلامیه های قیمت stock، بردهای ورزشی می باشد، ولی این موضوع می تواند برای همه موارد بکار رود تا استفاده کننده از web را مطلع نگاه دارند.

درگاههای XML

برای ایجاد یک محیط push برای web، ارائه اطلاعات استاندارد مورد نیاز است. زبان، شبکه، عنوان شبکه و برنامه، تاریخ روز و ... را تعریف می کند. سپس کاربرها می توانند از یک browser که با این زبان آشناست، برای این که اطلاعات کانال را بطرف آنها ارسال کند، استفاده کنند. در نتیجه، فرمت تعریف کانال CDF، ابداع شد. CDF یک کاربری XML است که این امکان را به ناشران web می دهد تا محتوا را از سرورهای خود به کاربرهای خود، به میزان کم و زیاد و آنقدر که مورد نیاز است، ارسال کنند. بعنوان یک کاربر، شما می توانید آبونه شبکه ها و سایتی شویید که اطلاعات مورد علاقه شما را دارند، و اطلاعات از web server به browser شما ارسال شود.

به عنوان یک ناشر، می توانید مطمئن شوید که خوانندگان شما اطلاعات روز را از تولید یا خدمات شما در دسترس دارند.

فناوری فشار (Push Technology)، بروز کردن اخبار، اطلاعات آب و هوا یا دیگر اطلاعات انتخابی روی رایانه کاربر می باشد. در تجارت امروز، بخصوص در تجارت های بر مبنای دانش فنی و تکنولوژی، یک عامل عمده رقابت، وجود دارد. و آن رقابت است. وقتی شما این امکان را ایجاد می کنید که اطلاعات بصورت خودکار و بفاصل منظم به رایانه شما ارسال شود از قبیل بروز کردن اخبار، در هر ساعت، شما از Push technology استفاده کرده اید.

Push technology معنی و داستان را شرح می دهد. همچنین این امکان را فراهم می آورد که شما بصورت خودکار email، اخبار و دیگر اطلاعات روز را بدون اینکه مجبور باشید آنها را جستجو کنید، دریافت نمایید.

فناوری فشار (Push Technology) چیست ؟

برای اینکه اطلاعات را از یک منبع به استفاده کننده برسانیم، آن باید منتقل شود. و بطور کلی فقط دو راه برای انتقال اطلاعات وجود دارد، pull technology یا Push technology.

انتشار از طریق Push technology

رادیو با تلویزیون مثالهایی برای Push technology است. مراکز رادیو و تلویزیون در حال پخش جدیدترین اطلاعات بطور دائم هستند. آنچه مشتری نیاز دارد بلافاصله با ضربه ای سبک به یک کلید و سپس اطلاعات پخش خواهد شد.

دهندگان این امکان داده می شود که پایانی خود را اضافه کنند تا Z-push بتواند با راه حل گروهی آنان، ارتباط برقرار نماید.

اخیراً، Z-push با چهار پایانی، در دسترس است: پایانی IMAP و Maildir برای تطابق email، پایانی vcard برای تطابق ارتباط و یکی برای بسته Zarafa که تطابق کامل email، تقویم، ارتباطات و کارها را امکان پذیر می نماید. یا انتظار داریم پایانی های دیگر، در آینده نزدیک مطرح شوند، همانگونه که جامعه منبع باز، با امکانات جدید بر فشارها فائق می آید.

آیا فناوری فشار (Push Technology) بعد

از این همه سال همچنان مؤثر باقی می ماند؟

چند وقت به چند وقت لبنیاتی خود را انتخاب می کنید؟ بعضی خریداران وسیله نقلیه خود را با تدارکات کافی مهیا کرده و انبار خود را نیز در زیر زمین پر از جنس می نمایند. برخی نیز تردهای متعدد به فروشگاهها دارند، و ضرویات یک روز خود را انتخاب می کنند. البته اگر فروشگاه شما کالای مورد نظر شما را نداشته باشد، شما وقت کافی خواهید داشت و مجبور خواهید بود نیمه راه شهر را طی کرده و آن کالای خارجی را خریداری نمایید. این یک کار عادی روزانه است که بیشتر ما هم می توانستیم بدون آن، کارها را پیش ببریم. سپس همراه آن یک روش شرکتی پیش می آید که همه کار را برای شما انجام دهد. با یک تلفن ساده و یک فهرست از ملزومات، تمام کالاهای مورد نیاز شما درب منزل تحویل خواهد شد، و ما مجبور نخواهیم بود که منزل خود را ترک کرده یا حتی لباس خانه خود را عوض کنیم. با چنین تسهیلاتی، امکان ندارد این روش، شکست بخورد، درست است؟

Push چیست؟

Push technology مرحله خودکار کردن (اتوماتیک کردن) جستجو، و تحویل ملزومات برای یک استفاده کننده از رایانه شخصی است. بر عکس روش سنتی شکار کردن و تحویل گرفتن در ارتباط با استفاده از موتورهای جستجو گر مانند گوگل یا آلتا ویستا، برای بدست آوردن اطلاعات روی اینترنت یا اینترنت، Push تقریباً غایب است و نیاز کمی به عمل متقابل و تاثیر پذیری انسان دارد. کاربرها، آبونه می شوند تا خود را با کانالهایی

چرا فناوری فشار (Push Technology)

بکار می رود؟

Push technology این امکان را فراهم می آورد که شما اطلاعات روز را برای مشتریان خود به یک روش بدست آورید. ولی لزومی ندارد که برای این اطلاعات وجه پرداخت شود، و نیز خواهید توانست هر یک از موارد زیر را انتخاب کنید:

- اطلاعات برای فروش
- آماری که کمتر حالت سراسری دارد
- عکسهایی که مستندی از زندگی شماست
- دستگاههای تلگراف بورس
- دسترسی مستقیم به سریالها (قسمت به قسمت)
- به روز کردن پایگاه اطلاعات
- و هر آنچه که تصور کنید ۰۰۰ شما متوجه

خواهید شد که واقعاً سخت نیست کانال خود را بنویسید. میکروسافت وسیله ای برای آن فراهم می آورد یا حتی شما می توانید آن را با دست انجام دهید.

Z-push

تطابق اطلاعات موبایل بطور فزاینده برای خیلی از افراد در حال اهمیت پیدا کردن است و خیلی استانداردها برای این قطعه دو طرفه در فضا تدوین شده است. مهمترین زمینه هایی که می تواند این تطابق بی سیم را انجام دهد، تطابق فعال «Active sync» است که بکار می رود تا با exchange server و Research - in - motion's blackbury enterprise server-(BES) ارتباط برقرار نماید. هر دو راه حل، نرم افزار server-side اختصاصی از فروشنده را نیاز دارد، بنابراین محدود کردن استفاده از PIMS (مدیران اطلاعات شخصی) حالا یا تطابق از طریق سیم یا تحریک کردن تطابق دهندگان سوم، نصب نرم افزار مشتری را روی PDA نیاز دارد. اینجا مرحله ای است که منبع باز z_push وارد می شود، و حال پروتکل Active sync مایکروسافت است که در فضا برای دستگاههای تطابق فعال چند زمینه ای، بکار می رود و شامل:

Active sync و Windows Mobile که در Sony ericsson, Apples iphone و Nokia Phones بکار رفته است. منبع باز Z-push، هر دسته یا گروهی که برپایه PHP است را قادر می سازد که بطور کامل با هر دستگاه موافق تطابق فعال، منطبق باشد. اگر طرحی منبع باز تحت GPL باشد، به توسعه

که دارای موضوعها یا طبقه بندیهای متنوعی از قبیل: وقایع جاری، اخبار مالی، اخبار اختصاصی صنعت، ورزش و سرگرمی، و مظنه های بورس روز، راضی کنند. نوع اطلاعات و سرعت تحویل می تواند باعث انتخاب برتر یک کاربر گردد. سروهای push طراحی شده اند تا رضایت کاربر را ایجاد کنند و آن را روی رایانه شخصی خود نشان دهند. گرچه روشهای تحویل ممکن است بسته به تولید یا خدمات، فرق کند، ولی متداولترین حالتها شامل موارد زیر است:

تحریر اخبار انبوه

پنجره و صفحه مورد دلخواه

Screen saver تأثیر گذار

بسته های نرم افزاری push از قبیل Athoc, Netprensenter به دارندگان اطلاعات اجازه می دهد که شبکه و ارتباط اینترنت مشتری را با اطلاعات خاص شرکت که برای عامه مردم قابل دسترسی نیست، ایجاد نماید.

Push Technology متعهد شد راهی را که ما اطلاعات را جمع آوری کردیم تغییر اساسی دهد و قرار شد که موتور جستجوی سنتی وب را عوض کند، پس چرا انجام نداده است؟

چه اتفاق افتاد؟

Push یکی از آن دانشهای فنی (تکنولوژی) بود که هرگز تا حد افراطش زیست نکرد، یک مثال کلاسیک از تئوری، در مقابل عمل، در بلندای مجبوییت Push Technology، پایگاه در حال پرشدن از اطلاعات بود و Web browser شروع به یکسان سازی مشتریان push مستقیماً در نرم افزار خود کرد.

مایکروسافت، Active desktop خود را با Windows و Internet Explorer یکی کرد، و Netcaster و Netscape را در گروه کاربرهای خود گنجانند.

مادامیکه این جریانها اتفاق می افتد، ظهور ارتباطات گسترده، و موتورهای جستجوی بهتر، باعث ارتباطات کمتر و کمتر push، روی یک گروه کنترل که دارای صدها مشتری است، در اواخر دهه ۹۰ اجرا و آزمایش شده و هیچکدام از این بسته ها اکنون وجود ندارد. دلایل اینکه Push هرگز به عنوان عامل جمع آوری اطلاعات عمده پذیرفته نشد، گوناگون و به شرح زیر است:

- اطلاعات مقرون به صرفه شبکه
- موارد زیاد دخالت بیجا
- بار سنگین اطلاعات

اطلاعاتی که به رایانه مشتری ارسال می شود معمولاً خلاصه و کمی بیشتر از یک اعلامیه خلاصه شده، با عنوانهای کامل می باشد. گرچه نرم افزاری که اینجا به آن اشاره می شود بعنوان Push می باشد و بر اساس شرایط ممکن است استفاده از نامی غلط باشد. در موارد خاص، بسته به نرم افزار و خدمات خاص، محتوا در حقیقت از سرور، توسط رایانه بیرون کشیده می شود. صرف نظر از اینکه محتوا بیرون برده می شود یا بیرون کشیده شود، تفاوت از نگاه کاربر ناچیز است، از آنجا که این موضوع برای آنها آشکار است.

چه چیز قرار بود اتفاق بیفتد؟

بررسی اینکه در بازار امروز یک سطح رقابت را حفظ کنیم لازم است تصمیمات مهم تجاری، بر مبنای رایج ترین اطلاعات باشد. و این اطلاعات باید به آنهایی ارائه شود که به محض آماده شدن به آن احتیاج دارند.

متأسفانه با استفاده از روشهای سنتی «شکار کن و بدست بیار» زیرا برای اینکه اخبار روز را جستجو کند، وقت کافی ندارند، کارکنان ممکن است چند گام عقب بمانند، زیرا یا وقت کافی ندارند برای اخبار روز جستجو کنند یا موردی پیش نمی آید که این کار را انجام دهند، و اگر انجام دهند نمیدانند چگونه جستجو کنند.

گروه گارتر تخمین می زند که ۲۰٪ زمان (حدود ۸ ساعت در هفته) دانش صرف می شود که محتوای مدیریتی را نشان دهد، و جستجو برای اطلاعات، مطمئناً یکی از آنها است. این میزان قابل ملاحظه زمان است، که می توانست بهتر صرف شود تا اطلاعات را کاربردی کند. ورود Push technology باعث شد