رویداد

رشد ۴۵ درصدی جرائم سایبری

● **ایسنا:** به گفته سردار کمال هادیان‌فر در سال ۹۵ نسبت به سال ۹۴ جرائم در حوزه فضای مجازی بیش از ۷۰ درصد افزایش داشت که از این میان ۴۳ درصد از کل جرائم در تلگرام و ۲۰ درصد از آن نیز در اینستاگرام رخ داده است. بنابراین به عبارتی می‌توان گفت بیش از ۶۰ درصد جرائم رخ‌داده در فضای مجازی در تلگرام و اینستاگرام رخ داده است. رئیس پلیس فتای ناجا در حاشیه اجلاس تهران در جمع خبرنگاران گفت: «درعین‌حال قدرت کشف پلیس نیز در سال گذشته بیش از ۸۰ درصد بود و ما توانسته‌ایم ۸۰ درصد از پرونده‌های ارجاعی و شکایات را کشف و با عاملان آنها برخورد کنیم». او ادامه داد: «در چهارماهه امسال جرائم فضای مجازی ۴۵ درصد رشد داشته است که البته توان کشف ما نیز همان ۸۰ درصد بوده و ما به دنبال افزایش توانمان هستیم». او بیان کرد: «بیش از ۷۰۰ نوع استارت‌آپ در کشور داریم که دیوار، شیپور، کافه‌بازار، اسنپ و... از جمله مشهورترین آنهاست و مشکلی هم برای فعالیت اینها وجود ندارد اما باید قوانینی برای فعالیتشان تدوین شود و نهادهایی مانند اصناف، وزارت صنعت و... هم در کنار وزارت ارتباطات به این موضوعات ورود کنند». او درباره ساماندهی کانال‌های تلگرامی بیش از پنج هزار عضو، گفت: «مصوبه خوبی بود و تاکنون بیش از ۱۰ هزار نفر نیز از صاحبان کانال‌ها و ادمین‌ها برای دریافت مجوز مراجعه کرده‌اند». او افزود: «سرورهای تلگرام به داخل کشور منتقل نشد با وجود این فتا بر این فضا تسلط دارد و از قدرت کشف ۸۰درصدی پلیس فتا در فضای مجازی می‌توانید پی ببرید که ما بر این فضا تسلط داشته و مشکلی نداریم». او ادامه داد: «چندی‌پیش گروهی تحت عنوان «داعس» و نه داعش به برخی از سایت‌ها حمله کرد که آی‌پی آنها از کشور عربستان بود و ما این موضوع را به مقام مسئول عربستانی و همچنین اینترپل منتقل کرده و خواستار پیگیری شدیم». به گفته او از ابتدای سال ۹۳ داعش و القاعده و گروه‌های تروریستی فعالیت خود را در فضای مجازی آغاز کردند و ما اینها را در نظر داشته‌ایم. آنها با توجه به تسلطی که در عراق و سوریه داشتند، به دنبال ایجاد یک خلافت سایبری در فضای مجازی هم بودند که به وسیله عضوگیری در شبکه‌های اجتماعی آن را اجرائی کنند. او افزود: «در سال ۲۰۱۶ پلیس ایران در ۱۵۰ مرحله، ۷۵ هزار نفر از عوامل اصلی داعش در سراسر جهان را که افراد ایرانی بینشان بودند، در فضای مجازی شناسایی کرد و اطلاعاتش را به اینترپل داد و اینترپل نیز این موضوع را تأیید کرده و با برخی از آنان نیز برخورد شده است».

راه‌اندازی سامانه سنجش کیفیت سرویس مکالمات

● **شرق:** به منظور شفاف‌سازی وضعیت کیفی خدمات شرکت ارتباطات زیرساخت، سامانه سنجش کیفیت سرویس مکالمات بین شهری و بین‌الملل در سایت این شرکت راه‌اندازی شد. به دنبال ارائه وضعیت پارامترهای کیفی شبکه دیتا شامل میزان تغییرات تأخیر (jitter)، تأخیر، درصد ازدست‌رفتن بسته‌ها (loss packet) شرکت ارتباطات زیرساخت به انتشار وضعیت کیفی شبکه‌های مکالمات بین شهری و بین‌الملل روی سایت خود اقدام کرده است. در بخش شبکه داخلی پارامترهایی مانند درصد موفقیت مکالمات (ASR)، درصد کارایی کانال‌ها (CER) و متوسط زمان اشغال‌شدن کانال‌ها (AHT) مربوط به ۲۴ ساعت اخیر شبکه بین شهری نشان داده می‌شود که این اطلاعات هر ۱۵ دقیقه یک بار نیز به‌روزرسانی می‌شود. همچنین در بخش شبکه بین‌الملل نیز وضعیت پارامترهای درصد موفقیت مکالمات (ASR) و متوسط زمان مکالمات (ACT) صادره بین‌الملل، در ۲۴ ساعت روز گذشته نمایش داده می‌شود. این اطلاعات به تفکیک شبکه‌های ثابت استانی روی نقشه ایران، اپراتورهای سیار به صورت جدول و ترافیک صادره به کشورهای مختلف روی نقشه جهان نمایش داده شده است.

موبایلی که ساعت ۲۲ قفل می‌شود

● **مهر:** شرکتی در ژاپن تلفنی مخصوص کودکان و نوجوانان ساخته که فقط در ساعات روز روشن است و پس از ساعت ۲۲ شب غیرقابل استفاده می‌شود. براساس گزارش ژاپن‌تایمز، یک تهیه‌کننده سرویس موبایل در ژاپن تلفن هوشمندی ساخته که فقط در ساعات روز کار می‌کند! عرضه این موبایل تلاشی برای محدودکردن زمانی است که دانش‌آموزان مدارس ابتدایی برای موبایل صرف می‌کنند. شرکت Tone Mobile Inc این موبایل را می‌سازد که Tone m17 نام گرفته است. این موبایل در حقیقت پاسخی به تقاضای والدین برای تلفن هوشمندی است که بتوانند در روز با فرزندانشان در ارتباط باشند اما تمایلی ندارند این دستگاه آنها را به خود مشغول کند. Tone m17 به طور خودکار برای کاربران ۱۲ساله و کمتر بین ساعت ۲۲ شب تا شش صبح قفل می‌شود. البته والدین می‌توانند تنظیمات موبایل را تغییر دهند.

وقتی وی‌پی‌ان به حاشیه می‌رود

رفع فیلتر یوتیوب در ایران با ابتکار نخبگان استارت‌آپی

مجید هدایتی

تیمی متشکل از متخصصان و تحصیل‌کردگان دانشگاه صنعتی شریف در راستای قانون دسترسی آزاد به اطلاعات دست به ابتکاری زده که محتوای ویدئویی شبکه‌های بزرگی نظیر یوتیوب را در اختیار مردم قرار می‌دهد. در این پروژه که براساس الگوریتم و معماری توسعه‌یافته‌ای از سوی متخصصان و نخبگان استارت‌آپی کشور، شکل گرفته مردم و کاربران فضای مجازی می‌توانند بدون هیچ دغدغه‌ای به محتوای آموزشی، کسب‌وکاری، تحقیقاتی و پژوهشی، تبادل دیدگاه‌ها در سطح جهانی و... بپردازند.

امیر احمدی، کارشناس این پروژه، می‌گوید: «دیدئو» بستری را فراهم می‌کند تا کاربران بتوانند در فضایی مورد تأیید قوانین کشور موضوعات مورد علاقه خود را از بین مطرح‌ترین منابع ذخیره ویدئو داخلی و خارجی جست‌وجو کرده و به‌سادگی و با سرعت بالا به تماشای آنها داخل خود سایت بنشینند». به اعتقاد او موتورهای جست‌وجوی وب به صورت معمول فقط وظیفه دارند محتوای مناسب را پیدا و مخاطب را به سایتی دارای محتوای مورد نظر هدایت کنند؛ بنابراین حتما برای همه پیش آمده که در حال جست‌وجو برای مطلبی به ویدئویی برسند که یا به‌خاطر تحریم‌ها یا عدم مطابقت با قوانین ایران امکان دسترسی به سایت حاوی آن ویدئو وجود ندارد. در ایده‌ای که دیدئو پیاده‌سازی کرده است، تمامی ویدئوهای جست‌وجو شده از سوی‌مخاطب را می‌شود بدون هیچ محدودیتی و به صورت مستقیم از داخل خود سایت آن مشاهده کرد.

کارشناس فعال در استارت‌آپ اشاره‌ای به تعداد فوق‌العاده زیاد ویدئوها و عدم امکان بررسی دستی آنها داشت و ابراز کرد: از طرف دیگر با وجود پیشرفت‌هایی که در سال‌های گذشته و با معرفی شبکه‌های عمیق در زمینه هوش مصنوعی و به‌خصوص بینایی ماشین اتفاق افتاده، درک محتوای تمام ویدئوهای وب و دسته‌بندی آنها تا رسیدن به دقت صددرصدی فاصله بسیار زیادی دارد. او می‌افزاید: «برای حل این مشکلات دیدئو از سه عامل برای تشخیص محتوا استفاده می‌کند که عبارتند از هوش مصنوعی، گزارش کاربران و مدیریت سیستم؛ در سطح اول سیستم هوش مصنوعی قرار دارد و حجم بسیار زیادی از ویدئوها را به صورت مداوم مورد بررسی قرار می‌دهد و درصدی از آنها را که اطمینان دارد از لحاظ قوانین دارای محتوای مجرمانه نیست، برای مشاهده مستقیم در سایت اضافه می‌کند». او بیان کرد: «با توجه به اینکه تشخیص محتوا بدون شناخت رفتار و نظرات کاربران معنایی ندارد و در تمام مراحل نظارت و پالایش، باید برای این مهم جایگاهی خاص قائل بود، «گزارش کاربران» را برای رسیدن به الگوی مشخص برای مناسب‌سازی محتوای ویدئوها لحاظ کرده‌ایم؛ بنابراین طی زمان نیازمند دریافت بازخورد از کاربران هستیم تا این فرایند به صورت کاملا خودجوش ادامه یافته و منجر به پالایش دقیق محتوای موجود در پایگاه داده ما شود». به گفته او هرچه مدت‌زمان استفاده و تعداد کاربران در ویدئو افزایش پیدا کند به نتایج دقیق‌تری خواهیم رسید، علاوه بر هوش مصنوعی ناظر بر سیستم، مدیران سیستم به صورت مستقیم و مداوم بر عملکرد سایت ازجمله افزودن یا حذف ویدئوها، نظارت بر ویدئوهای در حال مشاهده و کلمات مورد جست‌وجو قرار گرفته و همچنین بر رفتار کاربران نظارت مستقیم خواهند داشت.

حتما برای همه پیش آمده که در حال جست‌وجو برای مطلبی به ویدئویی برسند که یا به‌خاطر تحریم‌ها یا عدم مطابقت با قوانین ایران امکان دسترسی به سایت حاوی آن ویدئو وجود ندارد. در ایده‌ای که دیدئو پیاده‌سازی کرده است، تمامی ویدئوهای جست‌وجو شده از سوی مخاطب را می‌شود بدون هیچ محدودیتی و به صورت مستقیم از داخل خود سایت آن مشاهده کرد

او ادامه می‌دهد: «آپارات، یوتیوب، دیلی‌موشن و ویمئو محل ارجاعات ما هستند زیرا بیشترین بازدیدها در فضای وب مربوط به این پایگاه‌هاست».

او در پاسخ به این سؤال که چگونه در فضای حاکم بر حوزه ارتباطات و سایبر با فعالیت‌های شما مخالفت نشده و عده‌ای تصمیم به مقابله با چنین طرح هوشمندانه‌ای نگرفته‌اند؟ می‌گوید: «اتفاقا سال گذشته در یک مرحله جلوی فعالیت‌های ما با فیلترینگ گرفته شد اما بعد از اینکه وارد مذاکره با مسئولان قضائی شدیم و آنها به رسالت کاری ما و تیم‌مان که متشکل از تعدادی فارغ‌التحصیلان مقطع دکترای دانشگاه صنعتی شریف است پی بردند، رویه به شکلی معکوس درآمد و اتفاقا تعاملات‌مان با آنان بسیار خوب شد». او ادامه می‌دهد: «ارائه ساختار و چارت کاری‌مان برای مسئولان قضائی، اعتماد آنها و نهایتا مجوز ادامه فعالیت برای ما را در پی داشت و با توجه به اینکه مسئولان اجرائی کشور به تازگی مطرح کردند دنبال رفع فیلتر یوتیوب برای دانشگاه‌ها هستند تا دسترسی به منابع برای محققان کشور تسهیل شود، انتظار می‌رود وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات حمایت‌های لازم را از پروژه‌هایی نظیر پروژه ما که امکان در دسترس‌بودن محتوای سالم را برای همه اقشار جامعه فراهم می‌کند، داشته باشد».

او می‌افزاید: «در هفت ماه توانسته‌ایم به میزان ۳۰ هزار تماشای روزانه دست یابیم و به‌جرئت می‌توان گفت ما جزء تنها کسانی هستیم که این خدمات را به صورت یکپارچه و یکجا ارائه می‌کنیم و با توجه به اینکه بسیاری از کشورها در برابر سایت‌هایی نظیر یوتیوب فیلترینگ گذاشته‌اند تا سدی در برابر محتوای ناسالم یا خلاف قوانین آنها باشد، حاضر هستیم این تکنولوژی را در اختیار آنها قرار دهیم تا به‌راحتی بتوانند با پالایش محتوای هوشمند، زمینه بهره‌مندی از محتوای سالم و مورد تأییدشان را برای مردم‌شان فراهم آورند». به گفته او کشور چین با وجود جمعیت زیادی که دارد دسترسی به یوتیوب را بابت مسائل فرهنگی و اجتماعی محدود کرده که فناوری توسعه‌یافته ما می‌تواند بسیار کمک حال کاربران این کشور برای دسترسی به محتوای از همه جهت سالم باشد؛ با توجه به اینکه معیار دستیابی به محتوای موجود در این شبکه‌ها براساس جست‌وجوی متن است، سامانه ما با قدرت تحلیلی که در اختیار دارد تا نزدیک به ۹۹ درصد قابلیت تشخیص درست در ارتباط با محتوا را دارد. او بیان می‌کند: «شاید فقط ۱۰ درصد محتوای موجود در یوتیوب فیلتری باشد که قطعا کل محتوا نیست و از این حیث باید بتوانیم از ظرفیت‌های موجود در آن برای رشد و بالندگی کشور مخصوصا در حوزه آموزشی بهره ببریم؛ انباره محتوای دیدئو شاید به چهار میلیارد ویدئو ذخیره‌شده برسد».

دریچه

«سافت‌بانک» استارت‌آپ‌ها را تصاحب می‌کند

● شرکت سافت‌بانک، در سال ۲۰۱۶ با همکاری چندین دولت و مؤسسه مختلف - مانند عربستان، کوالکام و اپل- یک صندوق سرمایه‌گذاری با بودجه صدمیلیارددلاری ایجاد کرد تا روی توسعه سریع‌تر فناوری‌های مختلف تمرکز کند. براساس تازه‌ترین گزارش منتشرشده از سافت‌بانک، این شرکت ۴۷۳ میلیون دلار روی استارت‌آپ‌های مختلف سواحل غربی آمریکا سرمایه‌گذاری کرده است. از مبلغ یادشده، ۱۱۴ میلیون دلار آن روی استارت‌آپی با نام برین (Brain) سرمایه‌گذاری شده است. به گزارش سایبربان، برین در زمینه توسعه سامانه‌های هوشمند و مستقلی که تجهیزات تجاری را خودکار می‌کند، فعالیت می‌کند. متخصصان این شرکت هم‌اکنون در حال توسعه چندین نرم‌افزار برای خودروهای بی‌راننده هستند. یکی از محصولات این شرکت BrainOS، نام دارد. این سیستم‌عامل به روبات‌ها کمک می‌کند بتوانند محیط خود را درک کرده، روی حرکت خود کنترل داشته باشند و با استفاده از نشانه‌های بصری (visual cue)، از برخورد با محیط و مردم جلوگیری می‌کند. سیستم‌عامل برین با استارت‌آپ ابری دیگری با نام «سیستم‌عامل روباتیک» ادغام شده است تا بتواند با کنترل از راه دور وظایف پیچیده‌ای را انجام داد. BrainOS روی رایانه‌های بسیار سریعی اجرا می‌شود که آرایه‌ای از حسگرهای یکپارچه‌شده را کنترل کرده و با نام «برین ماژول» شناخته می‌شود. استارت‌آپ‌های سازنده همکار، می‌توانند با اضافه‌کردن ماژول‌های ایجادشده به ماشین‌های خود، آنها را به روبات تبدیل کنند. یوجین اژیکویچ، مدیرعامل برین گفت: «ما در برین باور داریم که روبات‌های آینده، ماشین‌های خودمختار هوشمندی هستند که از ما مراقبت می‌کنند. چنین روبات‌هایی مانند رایانه‌ها و تلفن‌های هوشمند، به موضوعی عادی تبدیل خواهند شد. بودجه یادشده به ما کمک می‌کند کار خود را با سرعت بیشتری انجام دهیم و به دنبال ایجاد یک همکاری بلندمدت راهبردی با صندوق بین‌المللی سافت‌بانک هستیم». ماسایوشی سان، مدیرعامل سافت‌بانک گفت: «برین در حال توسعه یک فناوری نوآورانه است که می‌تواند ماشین‌های دستی را به روبات‌های خودمختار تبدیل کند. گروه برین از پیشگامان تولید فناوری برای زندگی راحت‌تر در آینده به شمار می‌رود. ما از موفقیت آنها مطمئن بوده و از آنها برای رسیدن به چشم‌انداز موردنظرشان حمایت می‌کنیم».

بازار

گزارش IDC از بازار گوشی‌های هوشمند

مرثیه‌ای بر رؤیای ویندوزفون

مؤسسه تحقیقاتی IDC در گزارش خود سهم بازار جهانی فروشندگان گوشی هوشمند در سه‌ماهه نخست سال ۲۰۱۷ را منتشر کرد. طبق این گزارش - که از سوی بخش بررسی فصلی بازار جهانی موبایل تنظیم شده - در سه‌ماهه اول، ۳۴۴.۳ میلیون گوشی هوشمند در سراسر دنیا عرضه شده است. هرچند تصور می‌شد بازار گوشی‌های هوشمند به کندی گراییده باشد، اما تقاضا برای گوشی‌های هوشمند از جانب مصرف‌کنندگان همچنان به قوت خود باقی است و به نظر می‌رسد هیاهوی رسانه‌ای درباره عرضه گوشی‌های پرچم‌دار، مثل گذشته ادامه داشته باشد. طبق گزارش اخیر، عرضه گوشی هوشمند در نخستین فصل از سال ۲۰۱۷، نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۳.۴ درصد رشد داشته که البته IDC رشد سالانه ۳.۶درصدی را برای این مدت پیش‌بینی کرده بود.

سامسونگ

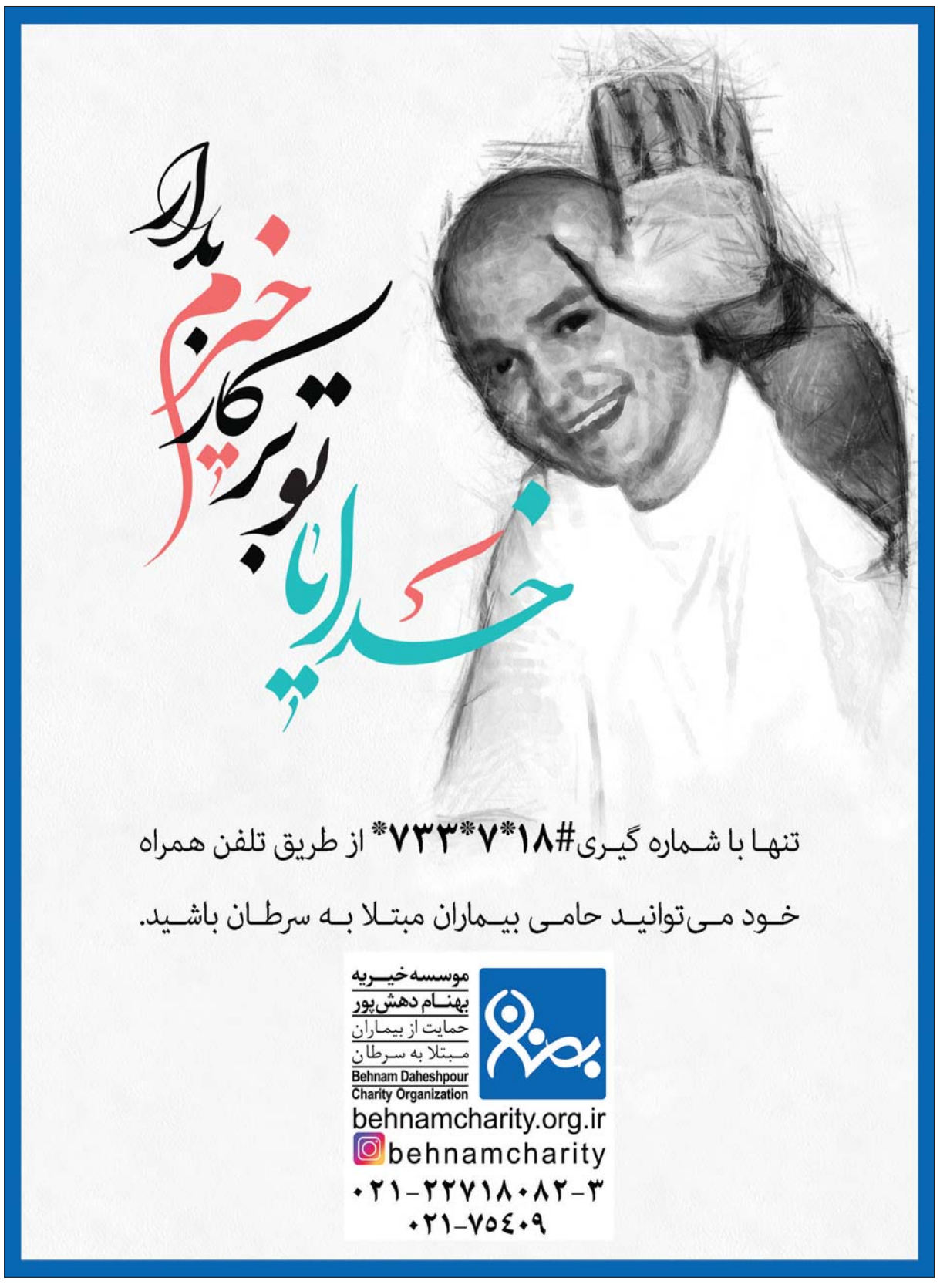
با وجود اینکه در اولین فصل از سال ۲۰۱۷، فروش گوشی‌های هوشمند سامسونگ نسبت به مدت مشابه سال گذشته تغییری نداشت، این کمپانی کره‌ای موفق شد مجددا به رتبه نخست خود بازگشته و دوباره پیشروی بازار موبایل شود. تخفیف درخورتوجه روی گلکسیS7 و S7 edge، به بهبود وضعیت فروش این دو دیوایس کمک زیادی کرد و راه را برای پرچم‌دارهای جدید S8 و S8+ باز کرد. جدای از این گوشی‌های پرچم‌دار و رده‌بالا، به نظر می‌رسد ترکیب محصولات سامسونگ، بیشتر به سمت مدل‌های مقرون‌به‌صرفه متمایل شده است. مدل‌های سری J و سری A - به لطف طراحی پرچم‌دارگونه با قیمت‌هایی مناسب - توانستند هم در بازارهای توسعه‌یافته و هم در بازارهای نوظهور، با حجم بالایی عرضه شوند. پیش‌بینی می‌شود عرضه گوشی‌های A5، A3 و A7 (مدل‌های ۲۰۱۷) در اوایل سال جاری میلادی، در کنار گوشی‌های به‌روزرسانی‌شده سری J و همچنین پرچم‌دارهای جدید S8 و S8+، بتوانند سبد متعادلی از محصولات را در سه‌ماهه دوم برای سامسونگ (در تمام بازارها) به همراه داشته باشند. استقبال خوب مصرف‌کنندگان از پرچم‌دارهای S8 و S8+ در ماه‌های اخیر، نشان از آینده‌ای درخشان داشته که می‌تواند تجربه تلخ نوت۷ را از یادها ببرد.

اپل

اپل در سه‌ماهه نخست سال ۲۰۱۷، حدود ۵۰.۷ میلیون دستگاه آیفون به بازار عرضه کرد که این میزان، در قیاس با تعداد آیفون‌های عرضه‌شده در سه‌ماهه نخست سال ۲۰۱۶ - یعنی ۵۱.۲ میلیون دستگاه - کمی کاهش داشته است. اپل اخیرا نسخه جدیدی از آیفون SE را، با حافظه داخلی بیشتر، معرفی کرده که این گوشی میان‌رده را در زمینه حافظه هم‌ردیف سایر آیفون‌های اپل قرار می‌دهد. به‌علاوه، اپل در این مدت نسخه خاصی از آیفون‌های ۷ و ۷ پلاس - موسوم به (Product Red) - را نیز عرضه کرد. مشخصه این نسخه، رنگ قرمز آن است که طرفداران خاص خود را دارد.

هوآوی

هوآوی در سه‌ماهه اول ۲۰۱۷، ضمن حفظ سلطه خود بر بازار چین، موفق شد میزان عرضه گوشی‌های هوشمندش را با رشد سالانه ۲۳ درصد، از ۲۸.۱ میلیون دستگاه در سه‌ماهه نخست ۲۰۱۶ به ۳۴.۶ میلیون دستگاه در سه‌ماهه اول ۲۰۱۷ افزایش دهد. هوآوی با عرضه گوشی‌های سری P و Mate بار دیگر جایگاه خود را در بازار گوشی‌های هوشمند پیشرفته تثبیت کرد. همچنین ادامه تولید سری Y و برند honor نشان از حضور قدرتمند هوآوی در بخش گوشی‌های هوشمند مقرون‌به‌صرفه دارد. به گفته هوآوی، از نوامبر ۲۰۱۶ - تاریخ عرضه Mate 9 در آمریکا - تاکنون، بیش از پنج میلیون دستگاه از این گوشی به فروش رفته است. با این حال، مؤسسه IDC بر این باور است که Mate 9 و برند هوآوی، در جلب توجه کاربران آمریکایی ناموفق بوده‌اند.

OPPO

گوشی هوشمند میان‌رده R9s - که در نوع خود از دوربین پیشرفته‌ای برخوردار است - یکی از گوشی‌های کلیدی Oppo در چین بوده و عرضه قدرتمندی در بازار داشته است. بد نیست بدانید OPPO در خارج از چین رشد قوی‌تری داشته و تقریبا یک‌چهارم از محصولات این شرکت در بازارهای بین‌المللی عرضه می‌شود؛ خرده‌فروشی گوشی‌های هوشمند OPPO در سایر کشورهای آسیا و در مقیاس کوچک‌تر در خاورمیانه و آفریقا، با قدرت ادامه داشته و در گسترش کسب‌وکار این شرکت مؤثر بوده است. همچنین تبلیغات بالای خطی و زیرخطی OPPO با جدیت در هند پیاده شده و خدمات پس از فروش این شرکت در بسیاری از کشورهای جنوب‌شرق آسیا، نظیر اندونزی، با افزایش تعداد مراکز خدمات OPPO در حال گسترش است.