رویداد

آغاز نمایشگاه تلکام ۲۰۱۶

● **ایسنا:** هفدهمین نمایشگاه تلکام در شرایطی از امروز یکشنبه چهارم مهر آغاز به کار می‌کند که قرار است نسبت به سال‌های قبل با تفاوت‌هایی همراه باشد. به گفته سخنگوی شرکت مخابرات ایران، از جمله تفاوت‌های اساسی این نمایشگاه با سال‌های قبل، آن است در سال جاری خلاف سال‌های گذشته که به طور معمول رقابت میان اپراتورهای تلفن همراه شدیدتر بود، با حضور شرکت‌های ارائه‌کننده خدمات FCP، MVNOها و دیگر شرکت‌های تازه‌مجوزگرفته همراه است که این موضوع به ایجاد تغییراتی در نمایشگاه امسال منجر شده و پیش‌بینی می‌شود شاهد رقابت در این بخش‌ها نیز باشیم. داوود زارعیان بیان کرد: برهمین‌اساس، تعداد سرویس‌ها و تنوع سرویس‌هایی که در تلکام ۲۰۱۶ ارائه خواهد شد، با تنوع چشمگیری همراه خواهد بود و خدمات ارزش افزوده متعددی در بخش‌های ثابت و سیار ارائه می‌شود. او بخش مربوط به ارائه خدمات دولت الکترونیک و شبکه ملی اطلاعات را از دیگر بخش‌های این نمایشگاه عنوان کرد. او خدمات فیبر نوری را نیز به‌عنوان دیگر بخشی که شرکت مخابرات در قالب آن حضور خواهد داشت، برشمرد. هفدهمین نمایشگاه تلکام روز یکشنبه چهار مهر با حضور وزیر ارتباطات در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی افتتاح شده و تا چهارشنبه هفتم مهر ادامه دارد.

البرز، پایلوت هوشمندسازی مدارس کشور

● **شرق:** به گفته وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، استان البرز به‌عنوان پایلوت هوشمندسازی مدارس کشور قرار خواهد گرفت. محمود واعظی امروز در مراسم بازگشایی متمرکز مدارس استان البرز بیان کرد: دنیای امروز به واسطه فضای مجازی و ارتباطات گسترده به‌سرعت در حال تغییر است، از نظر دولت یازدهم این تغییر و تحولات هم می‌تواند فرصت باشد هم تهدید و دولت تلاش دارد فرصت‌ها را در این حوزه افزایش دهد و تهدیدها را کم کند. او گفت: اگر دانش‌آموزان بتوانند از وقت خود به‌درستی بهره بگیرند و چگونگی استفاده از فضای مجازی را مدیریت کنند یقینا این امکان می‌تواند به ابزاری قدرتمند تبدیل شود. او در بخش دیگری از سخنان خود به هوشمندسازی دبیرستان مهدیه کرج اشاره کرد و گفت: این مدرسه با پیشنهاد استاندار البرز به‌عنوان مدرسه پایلوت هوشمندسازی انتخاب شده است و تاکنون ۱۰ کلاس این مدرسه به امکانات هوشمند تجهیز شده و در سه روز آینده ۹ کلاس دیگر آن نیز تجهیز می‌شود. او افزود: باید یاد بگیریم چطور از تجهیزات استفاده کنیم، این مدرسه به عنوان پایلوت هوشمندسازی مدارس البرز انتخاب شده است و اگر دانش‌آموزان و معلمان از این امکانات به‌خوبی استفاده کنند، در نظر داریم این استان را به‌عنوان پایلوت هوشمندسازی مدارس کشور قرار دهیم.

آغاز فروش سیم‌کارت‌های خارجی

● **تسنیم:** سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی دومین مجوز فروش سیم‌کارت‌های تلفن همراه خارجی را صادر کرد تا زمینه همکاری شرکت اتصالات با یک برند ایرانی فراهم شود. رگولاتور ارتباطی این مجوز را به نام شرکت تجارت الکترونیک اندیشه نگارپارس قشم و به مدت دو سال صادر کرده است. این شرکت باید طبق مجوز و اصول از پیش تعریف‌شده، همه مشخصات مشترکان حقیقی شامل کارت ملی (یا مشخصات گذرنامه برای اتباع خارجی)، نشانی دقیق پستی، کدپستی و شماره تماس و مشخصات کامل ثبتی مشترکان حقوقی شامل شماره، محل و تاریخ ثبت، آدرس و کدپستی مرکز اصلی شرکت همچنین مشخصات کامل کارت ملی مدیرعامل و صاحبان امضای مجاز شرکت (مطابق با مشخصات اشخاص حقیقی) را اخذ، ثبت و پس از رؤیت اصل مدارک شناسایی رسمی، یک کپی از آن مدارک را از مشترک دریافت و قبض فروش رسمی با ذکر شماره تلفن به مشترک ارائه کند. دارنده مجوز حق افشای هیچ‌یک از اطلاعات مربوط به مشترک (مانند نام، نشانی، شماره تلفن و...) را مگر به موجب دستور مراجع ذی‌صلاح در داخل کشور ندارد. حق‌الامتیاز صدور این مجوز طبق قانون، مبلغ ۵۰ میلیون ریال است که کل مبلغ در زمان صدور مجوز باید از سوی متقاضی به سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی پرداخت شود. علاوه بر این، دارنده مجوز باید قبل از صدور مجوز به منظور اطمینان از حسن انجام تعهدات و جبران خسارت احتمالی ناشی از تخلف مفاد قانونی مصوب‌شده به وسیله کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات، ضمانت‌نامه بانکی را به مبلغ ۲۰۰ میلیون ریال قابل تمدید به‌دفعات بدون قید و شرط در مدت اعتبار مجوز و معتبر برای همه مدت اعتبار مجوز به‌عنوان ضمانت‌نامه حسن اجرای تعهدات از سوی دارنده مجوز نزد رگولاتوری بسپارد. در حالی این مجوز صادر شده که پیش از این شرکت ارتباطات و انفورماتیک ایران در این زمینه فعال بود. شرکت یاد شده در گام نخست با شرکت اتصالات برای فروش سیم‌کارت افغانستان در ایران به توافق رسیده است. قرار است از اواخر آبان‌ماه سال جاری این سیم‌کارت‌ها در بازار به فروش برسد که به گفته مسئولان این شرکت، قرار است هزینه پایین‌تری به همراه خدمات ارزش افزوده بیشتری برای تبعه افغانستانی به همراه داشته باشد.

مدیرعامل مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال:

۷۳ درصد گیمرهای ایران با موبایل بازی می‌کنند

فاطمه ملکی

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال (دایرک) یک شرکت زایشی از بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای است که در سال ۱۳۹۴ تأسیس شد. این مرکز بازوی پژوهشی بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای است که تهیه گزارش‌های تحقیقاتی از بازار گیم را برعهده دارد تا علاقه‌مندان و برنامه‌ریزان این صنعت حداقل آمارهای این بازار را از این پس در اختیار داشته باشند. سیدعلی سیدحسینی، مدیرعامل این مرکز، پیش از این تجربه تأسیس و اجرای سیستم رده‌بندی بازی‌های رایانه‌ای (اسرا) را داشت و اکنون در مدیریت پژوهش بنیاد، در شرایطی که بازار گیم به‌شدت رو به توسعه است، وظایف جدیدی را تبیین کرده است. اهداف تأسیس دایرک، وضعیت بازار، میزان کاربران بازی‌های موبایلی و اینترنتی ازجمله محورهایی است که در گپ‌وگفت با او مطرح شد.

دایرک با چه هدفی تأسیس شد؟

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال به وسیله مدیریت پژوهش بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای تأسیس شد و قرار است مستقل شود و تحقیقاتی که به طور کلی در صنعت گیم نیاز است را انجام خواهد داد.

هدف نهایی این است که این مرکز از بنیاد جدا شود؟

بله، قرار است بیشتر روی تحقیقات بازار فعالیت کند و آمارهای مختلفی را در بخش‌های مختلف صنعت بازی ازجمله مسابقات بازی‌سازی، مسابقات ورزش‌های الکترونیکی، آموزش در صنعت، پژوهش در صنعت، مصرف و تولید بازی و توزیع و نشر آن استخراج کند.

ساختار آن دولتی باقی می‌ماند؟

طرح‌هایی داریم اما هنوز تصمیم نگرفته‌ایم به چه شکلی فعالیت آن ادامه یابد اما می‌خواهیم به صورتی باشد که بتوانیم با مؤسساتی که در این حوزه فعالیت می‌کنند، ارتباط بگیریم و پلی بین بازار و تولیدات کشور با حوزه بین‌المللی و خارج از کشور باشد و این خدمات را هم به بازی‌سازهای ایرانی و هم در حوزه مصرف، خدماتی را به بازی‌سازهای بین‌المللی ارائه کنیم.

با توجه به تحقیقات اولیه‌ای که در این حوزه انجام شده؛ روند صنعت بازی‌سازی درحال حاضر به چه صورتی است؟

بازار بازی‌های رایانه‌ای و به صورت اعم بازی‌های دیجیتالی از حالت سنتی فاصله گرفته است. در گذشته بیشتر بازی‌ها روی پلتفرم رایانه تولید می‌شد و درحال‌حاضر به سمت تولید بازی‌های موبایلی رفته است. درآمدزایی یا امکاناتی که برای درآمدزایی در بازی‌های موبایلی وجود دارد، برای بازی‌سازهای ایرانی به چند دلیل افزایش یافته است؛ یکی اینکه تیم‌های بازی‌سازی کوچک می‌توانند در مدت کوتاه‌تر بازی موبایلی بسازند یا بازار بازی‌های موبایلی به نحوی است که دیگر در آن توزیع‌کننده وجود ندارد و بازی‌ساز به صورت مستقیم، بازی را تحویل فروشنده می‌دهد و به صورت مستقیم با مشتری یا مخاطب خود ارتباط برقرار می‌کند. این ویژگی یا ساده‌تربودن استفاده و فراگیرترشدن استفاده از بازی‌های موبایلی به دلیل اینکه صفحه شخصی و همراه افراد است، این قابلیت را ایجاد کرده که بازی‌سازهای ما به سراغ بازی‌های موبایلی بروند. همین روند در دنیا هم وجود دارد و رشد بازار بازی‌های موبایلی و تولید آن از همه انواع بازار بازی براساس آمار فروش بین‌المللی از همه بالاتر است. در ایران بازار بازی‌های کامپیوتری و کنسول به دلایلی ازجمله رعایت‌نکردن قانون کپی‌رایت به صورت نصفه‌نیمه و ناقص شکل گرفت. ولی در بحث بازی‌های موبایلی چون توزیع آن دیجیتال است، خیلی از این مسائل حل می‌شوند و بازی‌های موبایلی سروسامان بهتری دارند. یک‌سری از فروشگاه‌های توزیع بازی‌ها و اپلیکیشن موبایل هم به صورت بومی در کشور وجود دارند که تسهیلاتی را در کشور برای ایجاد بازار برای بازی‌سازها تدارک دیده‌اند. به‌همین‌دلیل روند بازار بازی‌های ایرانی به سمت بازی‌های موبایلی رفته است. در بازی‌های موبایلی، بازی‌های بزرگی هم وجود دارد که ممکن است شخص را ماه‌ها یا سال‌ها مشغول خود و دائما در طول روز آن را درگیر کند مانند کلش‌آوکلنز. نمونه ایرانی آن هم خروس‌جنگی و هشت خان است.

درکل گرایش بازار بازی ایران به سمت بازی‌های موبایلی است؟

بله، گرایش بازی‌های ایرانی به سمت بازی‌های موبایلی است و این فضا را ایجاد کرده که بازی‌ساز ایرانی درآمدزایی کند و حتی کیفیت بازی را ارتقا و فاصله ما را در بازی‌سازی موبایل در استاندارد بین‌المللی با دنیا کم کند.

بازار بازی‌های ایرانی به سمت صادرات رفته است؟

درحال تهیه گزارشی از میزان صادرات بازی‌های ایرانی هستیم که در آن مشخص است بازی‌های ایرانی علاوه بر اینکه می‌توانند در بازار ایران سهم زیادی را تصاحب کنند، به بازار بین‌المللی هم تا اندازه‌ای ورود کرده‌اند و در آینده می‌توانند به سمت بازارهای بین‌المللی هم بروند. بر همین اساس، بازار بازی‌های موبایلی رونق یافته و رو به پیشرفت است. سهم فروش بازی ایرانی در بازار ایران هم از یک درصد در سال ۹۲ به پنج درصد رشد یافته است. اگرچه این میزان هنوز سهم خیلی کمی است، اما با توجه به اینکه از یک درصد به پنج درصد رسیده، حاکی از رشد چشمگیری است و می‌توان گفت همه سهم آن مربوط به بازی‌های موبایلی است چون امکان اینکه این بازی‌ها سریع‌تر به پول برسند، خیلی زیاد است و بازی‌سازها نیز تمایل دارند به این سمت بروند.

براساس گزارشی که از میزان مصرف بازی در ایران تهیه کرده‌اید، چند درصد از سهم فروش کل بازی در ایران مربوط به بازی‌های موبایلی است؟

پنج درصد از سهم فروش کل بازی در ایران اعم از بازی‌های کنسولی، رایانه‌ای و موبایلی مربوط به بازی‌های موبایلی است. سهم بقیه بازی‌ها بسیار ناچیز است. حتی به صورت دقیق‌تر، ۴.۹ درصد آن مربوط به سهم بازی‌های موبایلی ایرانی است و یک‌دهم درصد مربوط به بازی‌های کامپیوتری است.

این را می‌توان به میزان تولید بازی‌های ایرانی هم تعمیم داد؟

ببینید ریسک فروش در بازی‌های موبایلی حداقل است و ریسک فروش آنها حداقل به میزان هزینه‌های آن است. حتی بیشترین میزان بازی‌های شرکت‌کننده در جشنواره بازی‌های رایانه‌ای ایران هم مربوط به بازی‌های موبایلی است و همین روند بازی‌های موبایلی در جشنواره بازی‌های رایانه‌ای در مصرف هم وجود دارد.

چه میزان از رقم ۱۵۳ میلیون دلار درآمد از بازی‌های رایانه‌ای که استخراج کرده‌اید، به شرکت‌های ایرانی اختصاص دارد؟

دقیقا پنج درصد. البته این رقم هم درآمد خرید بازی و هم درآمد خرید محصولات مخصوص بازی مانند کنسول مثل دسته بازی است. تقریبا نصف این درآمد مربوط به سخت‌افزار و نصف دیگر این رقم (حدود ۶۵ درصد) مربوط به بازی‌های موبایل است. ۲۰ درصد آن مربوط به خرید بازی‌های کامپیوتری و ۱۵ درصد مربوط به بازی‌های کنسول است. این تقسیم‌بندی نصف درآمد ۴۶۰ میلیارد تومان در سال ۹۴ است. آن پنج درصد از کل درآمد بازی مخصوص بازی‌سازهای ایرانی و بازی‌های ایرانی است.

پس یعنی سهم تجهیزاتی ندارد؟

نه، ندارد. البته یک قسمت از سخت‌افزارهای مربوط به بازی هم ایرانی هستند، اما باز سهم بسیار ناچیزی دارند. اینها تجهیزات مخصوص بازی است و تجهیزات مرتبط در این رقم نیامده است.

تحقیق انجام‌شده در سال ۹۴ نخستین تحقیقی است که در زمینه بازی در ایران انجام شده است؟

کاری که انجام دادیم، یک پیمایش ملی است. در سال ۹۲ هم یک پیمایش ملی با پنج هزار نفر انجام داده بودیم. در سال ۸۹ هم فقط کلان‌شهرها بررسی شده بودند.

در مقایسه این پیمایش‌ها با روند مشخصی در صنعت بازی مواجه شدید؟

براساس آنها، متوسط سن بازیکنان از ۱۳ سال در سال ۸۹ به ۱۶ سال در سال ۹۲ و به ۲۱ سال در سال ۹۴ رسیده است که تحلیل‌پذیر است. با درصد درخور توجهی می‌توان تغییر را در دستگاه‌هایی که کاربران بیشتر روی آن بازی می‌کنند، مشاهده کرد، درحالی‌که روی کنسول این تغییر قابل ملاحظه نیست. کنسول توانسته مخاطبانش را حفظ کند، اما PC به دلایلی که می‌توان آنها را حدس زد از جمله نیاز به به‌روزرسانی و آپگرید که هزینه‌های بالایی دارد و بازی‌هایی که به‌روز هستند، بازی‌های سنگینی به لحاظ حجم‌اند و سخت‌تر نصب می‌شوند، درصد بازیکنانی که روی آن دستگاه بازی می‌کنند، به‌شدت کاهش یافته است. همچنین به دلیل اینکه براساس آمارهای رسمی، گوشی‌های بسیار هوشمندی در دست مردم است، این امکان برای آنها وجود دارد بازی‌های موبایلی که در دسترس هست را تست کنند. روی دو دستگاه تبلت و گوشی هوشمند هم چون گوشی هوشمند در دسترس‌تر و فراگیرتر است، خیلی افراد بیشتری روی آن بازی می‌کنند، اما نکته درخور توجه این است کسانی که روی تبلت بازی می‌کنند، تعدادشان بیشتر از کسانی است که روی PC بازی می‌کنند.

آماری از استارتاپ‌های ایرانی که روی بازی‌سازی موبایل کار می‌کنند، دارید؟

الان آماری ندارم اما گرایش به این سمت است و استارتاپ‌هایی درحال تشکیل هستند که آمار مشخصی از آنها وجود ندارد و درحال تهیه گزارش هستیم. اما در بحث نوآوری، بازی‌ها خیلی نوآوری دارند و نسبت به اپلیکیشن‌ها، بازی‌ها درآمدزاتر هستند، زیرا از عنصر انگیزشی و سرگرم‌کنندگی مخاطب استفاده می‌کنند و می‌توانند درآمدزایی بیشتری نسبت به اپلیکیشن‌ها داشته باشند. ممکن است کاربران موبایل برای کارکردهای جدید نسبت به سرگرمی و لذتی که به دست می‌آوردند، زیاد پرداخت نکنند. این ویژگی بازی‌هاست که می‌توانند نسبت درآمدزایی بیشتری در مقایسه با اپلیکیشن‌ها ایجاد کنند.

راه‌اندازی نسل‌های سوم و چهارم تلفن همراه روی رشد بازی‌های آنلاین تأثیری داشته است؟

در بحث بازی آنلاین، روند را بررسی کردیم که رشد چشمگیری نسبت به سال ۹۲ که بازی آنلاین انجام می‌شد، داشته است. درصد رشد آن از سال ۹۲ که ۳۰ درصد بازیکنان به صورت آنلاین بازی می‌کردند، به ۳۹ درصد رسیده است. میزان بازی‌کردن بازیکنان هم در سال ۹۲ به طور متوسط ۵۴ دقیقه در روز بوده است و در سال ۹۴ به ۷۲ دقیقه رسید، چون بازیکنان به صورت مقطعی و مستمر بازی می‌کنند. استمرار بازی‌کردن هم زیاد شده و بازیکنانی که هر روز بازی می‌کنند، تقریبا ۵۳ درصد بازیکنان کشور هستند که ۷۳ درصد روی گوشی هوشمند بازی می‌کنند که به دلیل دستگاه‌های موبایل هوشمند است که همیشه همراه بازیکن هستند و بازی‌های موبایل، بازیکن را به بازی فرامی‌خوانند و بالاخره شخص را جاهایی با بازی درگیر می‌کند. البته در سال ۸۹، سهم بازی‌کردن روزانه بازیکنان، ۳۷ درصد بوده که به ۵۳ درصد رسیده است.

این نکته را هم باید به‌خاطر داشته باشیم ما باید به سمتی برویم که از بسترهایی که درحال‌حاضر وجود دارد، برای تولید محصول استفاده کنیم. چون کاربر با محصول نهایی درگیر است و کاری ندارد زیرساخت‌ها چه چیزی هستند اما اگر محصول نهایی باکیفیت باشد، جذب آن می‌شود. ما الان باید وارد حوزه دو تکنولوژی جدیدی که به حوزه گیم وارد شده و با گیم شکل جدیدی به خود گرفته است، شویم؛ یکی واقعیت مجازی و یکی واقعیت افزوده. نمود این تکنولوژی‌ها در بازی پوکمون‌گو بود که بسیار مورد توجه قرار گرفت اما این تکنولوژی هنوز جای کار دارد و همچنان تکنولوژی‌هایی که می‌توانند این فناوری را کامل کنند، جای پیشرفت دارند. تکنولوژی واقعیت مجازی نیز تا جاهایی دارد پیشرفت می‌کند که سعی کند حواس گوناگون انسان را در دنیای مجازی تحت‌تأثیر قرار دهد.

شرکت‌های بازی‌ساز ایرانی که هنوز وارد این حیطه‌ها نشده‌اند؟

یک‌سری شرکت‌های دانش‌بنیان سعی می‌کنند بازی‌هایی روی این دستگاه‌ها تولید کنند اما به نظرم، ما باید خیلی جدی‌تر روی این قضیه کار کنیم چون به صورت شتابان این تکنولوژی‌ها رو به پیشرفت هستند و اگر این بازی‌ها روی این تکنولوژی‌ها بیایند، به‌قدری جذاب هستند و در مخاطب علاقه‌مندی ایجاد می‌کنند که باید شاهد مصرف معتادگونه آن باشیم که بعدا مشکلات زیادی را برای ما ایجاد خواهد کرد. همان‌طور که درحال‌حاضر این اتفاق افتاده و بسیاری از افراد در کشور، بازی‌های دیجیتال را یک ابزار سرگرمی می‌دانند درصورتی‌که این بازی‌ها از عنصر سرگرمی بازی‌های سنتی وام گرفته و به یک رسانه تبدیل شده‌اند و یکی از رسانه‌های برتر قرن آینده خواهند بود.

ادامه در صفحه ۱۹

بازتاب

هک نیم‌میلیارد حساب کاربری یاهو

● شرکت یاهو اعلام کرد در اواخر سال ۲۰۱۴ در جریان یک نفوذ دولتی (State-Sponsored) جزئیات حداقل ۵۰۰ میلیون حساب کاربری از شبکه این شرکت سرقت شده بودند. این جزئیات شامل نام‌ها، نشانی‌های ایمیل، شماره‌های تلفن، تاریخ تولد و گذرواژه‌های Hash است. همچنین برخی سؤالات امنیتی و پاسخ‌های آنها که معمولا در زمان ثبت حساب از سوی کاربر ارائه می‌شوند نیز سرقت شده بودند که برخی از آنها در حالت غیررمزشده و به‌صورت متن ساده بوده‌اند. در جریان این نفوذ داده‌های پرداخت و اطلاعات حساب‌های بانکی سرقت نشده‌اند. اگر حساب کاربری شما در سال ۲۰۱۴ یا قبل از آن ایجاد شده، ممکن است یکی از قربانیان این نفوذ بوده باشید. یاهو به کاربرانی که حساب آنها هک شده اطلاع‌رسانی کرده و از آنها خواسته گذرواژه و در صورت لزوم سؤالات امنیتی و پاسخ‌های آنها را تغییر دهند. به‌عنوان یک اقدام احتیاطی، یاهو به همه کاربرانی که گذرواژه خود را از سال ۲۰۱۴ تغییر نداده‌اند، نیز توصیه کرده اقدامات مذکور را انجام دهند. هرچند اطلاعات مالی کاربران در جریان این هک به صورت مستقیم سرقت نشده، اما در صورتی که از گذرواژه و حتی سؤالات امنیتی و پاسخ‌های آنها در سایت‌های دیگر استفاده شده باشد، باید در اسرع وقت نسبت به تغییر آنها نیز اقدام شود ضمن اینکه اطلاعات سرقت‌شده نیز تهدیدی برای حریم خصوصی کاربرانی که حساب آنها هک شده و ابزاری بسیار ارزشمند برای اجرای حملات فیشینگ (Phishing) محسوب می‌شود. در تابستان امسال هکری به نام Peace of Mindمدعی شد بانک داده‌ای حاوی اطلاعات اصالت‌سنجی بیش از ۲۰۰ میلیون حساب کاربری یاهو را در اختیار دارد. این هکر بانک داده مذکور را با قیمت سه بیت کوین به فروش می‌رساند. در آن زمان یاهو اعلام کرد از موضوع باخبر است و آن را بررسی می‌کند. اما هیچ نتیجه‌ای از بررسی انجام‌شده به‌وسیله این شرکت اعلام نشد. به گزارش شرکت مهندسی شبکه‌گستر به نقل از سایت Financial Times «فایننشال تایمز»،با بررسی‌های داخلی یاهو صحت ادعای این نفوذگر اثبات نشد و به‌همین‌دلیل هم این شرکت این موضوع را به صورت عمومی مطرح نکرد. با این حال، تحقیقات داخلی منجر به شناسایی نفوذی کاملا مجزا شد که این شرکت معتقد است با حمایت یک دولت اجرا شده است.