

کاهش قابل توجهی که در میزان عرضه و تقاضای گوشی‌های هوشمند در سال‌های اخیر بخصوص در سال ۲۰۱۸ میلادی بوجود آمده است، در میزان تولید این محصولات نیز تأثیرات منفی خود را برجای گذاشته است تا جایی که برآورد می‌شود این روند در سال جاری میلادی نیز ادامه پیدا کرده و ۱۹ درصد افت خواهد کرد

چقدر از اطلاعات اینترنت قلبی است؟



◆ گروه فناوری:

اینترنت و اطلاعات ارائه شده در فضای مجازی به واسطه وسعت دامنه و نیز فراوانی کاربران قدرت تأثیرگذاری زیادی دارد. اما این فضا یک نیمه کمتر شناخته شده و نگران کننده حاوی انبوه داده های تقلبی دارد که روز به روز در حال گسترش است.

به گزارش علمی ایرنا، وب سایت نیویورک مگزین اخیرا اعلام کرد که وزارت دادگستری آمریکا اواخر نوامبر در جریان دو عملیات بزرگ مقابله با کلاهبرداری در تبلیغات اینترنتی با ارزش بیش از ۳۶ میلیون دلار، علیه هشت نفر اعلام جرم کرد. اما موضوع دقیقا از چه قرار بود؟ تبلیغ کنندگان دیجیتالی و به طور کلی افرادی که پیگیر تبلیغ محصولات یا سرویس های خود در اینترنت هستند، معمولا دو خواسته دارند: این که مردم تبلیغات آن ها را ببینند و وب سایت هایی قرار است این تبلیغات درون آن ها منتشر شود، معتبر باشند. سواستفاده از هر دو خواسته یاد شده و جعل آنها نقطه مشترک کلاه برداری های اینترنتی بود که در جریان دو عملیات بزرگ که به ترتیب (Methbot) و (۳ve) نامیده می شوند، کشف شدند.

برای چنین کاری، هکرها بیش از ۱٫۷ میلیون سیستم را با بدافزارهایی آلوده کردند که برای افزایش ترافیک عبوری در سایت های تقلبی طراحی شده توسط هکرها، انتقال یافته بودند. به این ترتیب تبلیغ دهندگان هنگام رصد نتایج بازدیدهای روزانه، ارقام بازدید هیجان انگیزی را در برابر خود می دیدند که در حقیقت تماما جعلی بود و به هیچ انسان واقعی تعلق نداشت. تکنیک های مورد استفاده هکرها در این نمونه به حدی پیشرفته بود که حتی کلیک های کاربران، حرکت موس آنها و اطلاعات لاگین شبکه های اجتماعی افراد را هم جعل می کرد. برای برخی حتی فایل های کوکی (فایل های که مرورگر در آن اطلاعاتی مانند رفت و آمد و فعالیت شما در هر وب سایتی را که بازدید می کنید، ذخیره می کند) متعلق به وب سایت های دیگر را ارسال می کرد تا به دروغ ثابت کند که کاربران بازدید کننده واقعی هستند. به این ترتیب تبلیغ کننده به

جای انبوهی از بازدیدکنندگان واقعی، آمارانبوهی از کاربران جعلی را دریافت می کرد که همه چیزآن ها اگرچه موبه مو شبیه فعالیت های کاربرواقعی بود، اما درعمل جعلی به شمار می رفت. درواقع تبلیغ دهنده و تبلیغش تنها هویت واقعی درکل این فرایند بود.

بر این اساس، این پرسش پیش می آید که چقدر از اینترنت و آمارهای آن واقعی و چه میزان تقلبی است؟ بر اساس نتایج مطالعات انتشار یافته در وب سایت نیویورک مگزین، در سال های اخیر کمتر از ۶۰ درصد ترافیک مصرفی اینترنت به کاربران انسان واقعی تعلق داشته است.

این آمار طبیعتا ثابت نیست و هر سال تغییر می کند. به گونه ای که برخی سال ها سهم ترافیک واقعی بیشتر و برخی سال ها کمتر است. به عنوان نمونه به گزارش مجله تایمزدریک بازه زمانی درسال ۲۰۱۳، تقریبا بیش از نیمی از کل ترافیک شبکه اجتماعی ویدیویی یوتیوب جعلی و متعلق به ربات های اینترنتی بود. درآن زمان این حجم از ترافیک جعلی آنقدر زیاد بود که بسیاری از کارمندان یوتیوب نگران بودند که این ترافیک جعلی ممکن است با معکوس کردن جریان، دسترسی کاربران واقعی را هم با مشکل مواجه کند. پس از همین دوران بود که یوتیوب مبارزه جدی با ترافیک جعلی را به عنوان سیاستی جدی درپیش گرفت.

همه این ها یعنی دردنای بزرگ اینترنت هرآنچه قبلا واقعی به نظر می رسید، حالا می تواند تقلبی باشد و هر آنچه قبلا تقلبی تصور می شد، حال ممکن است واقعی از کار دربیاید.

شاخص های تقلبی

برای مثال، موضوع واضی همچون چگونگی اندازه گیری ترافیک وب را در نظر بگیرید. اعداد عمومی مانند میزان بازدید از یک ویدیو و یا یک پست قاعدتا باید واقعی ترین چیزها در دنیای اینترنت باشند. این ها ارقامی قابل شمارش، ردگیری و از نظر وجودی قابل اثبات هستند

که اساسا تبلیغات اینترنتی بر اساس معیارهای مبتنی برآنها استواراست. با این حال حقیقت این است که حتی بزرگترین شبکه های اجتماعی دنیا مانند فیسبوک هم که عملا ماشین های بی حساب و کتاب گردآوری اطلاعات هستند، اطلاعات دقیقی در این مورد ندارند. به عنوان نمونه در طول اکتبر گذشته چند شرکت تبلیغاتی کوچک علیه فیسبوک شکایت کردند. شکایت آن ها به این دلیل بود که فیسبوک برای بیش از یک سال روی خطای بسیار بزرگ خود در برآورد متوسط میزان زمانی که کاربران صرف تماشای ویدیوها روی این شبکه اجتماعی می کنند

سرویش گذاشته بود. در طول دو سال گذشته فیسبوک تایید کرده که در برآورد اطلاعاتی مثل میزان دیده شدن و باز شدن پست ها درصفحات مختلف توسط کاربران اشتباه کرده و گزارش های اشتباهی را هم منعکس کرده است. این یعنی خیلی

از اطلاعات موجود مثل میزان دیده شدن یک ویدیودرون یک پست یا بازدید از آن پست ممکن است کاملا اشتباه به شما گزارش شود. به عنوان مثال، فیسبوک سال گذشته میلادی ادعا کرد که بیش از ۷۵ میلیون نفر حداقل یکی از ویدیوهای یک دقیقه ای این شرکت را هر روز مشاهده کرده اند. هرچند در نهایت اضافه کرد که معلوم نیست چه تعداد از آن ها ویدیوها را تا آخرمشاهده کرده باشند، اما حالا به نظر می رسد که ممکن است حتی این اعداد نیز آنقدرها که به نظر می رسد، واقعی نبوده و یا بازدیدها توسط کاربران واقعی صورت نگرفته باشد.

متعلق به ربات های اینترنتی بود. درآن زمان این حجم از ترافیک جعلی آنقدر زیاد بود که بسیاری از کارمندان یوتیوب نگران بودند که این ترافیک جعلی ممکن است با معکوس کردن جریان، دسترسی کاربران واقعی را هم با مشکل مواجه کند. پس از همین دوران بود که یوتیوب مبارزه جدی با ترافیک جعلی را به عنوان سیاستی جدی درپیش گرفت.

همه این ها یعنی دردنای بزرگ اینترنت هرآنچه قبلا واقعی به نظر می رسید، حالا می تواند تقلبی باشد و هر آنچه قبلا تقلبی تصور می شد، حال ممکن است واقعی صورت نگرفته باشد.

برای مثال، موضوع واضی همچون چگونگی اندازه گیری ترافیک وب را در نظر بگیرید. اعداد عمومی مانند میزان بازدید از یک ویدیو و یا یک پست قاعدتا باید واقعی ترین چیزها در دنیای اینترنت باشند. این ها ارقامی قابل شمارش، ردگیری و از نظر وجودی قابل اثبات هستند

بازار جهانی موبایل در سال ۲۰۱۹



تقاضای گوشی‌های هوشمند در سال‌های اخیر بخصوص در سال ۲۰۱۸ میلادی بوجود آمده است، در میزان تولید این محصولات نیز تأثیرات منفی خود را برجای گذاشته است تا جایی که برآورد می‌شود این روند در سال جاری میلادی

وقت‌گذرانی در شبکه‌های اجتماعی، سی برابر روزنامه خوانی

معاون وزیر ارتباطات میزان صرف وقت کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی را ۳۰ برابر زمان مطالعه روزنامه و ۹ برابر زمان کتاب‌خوانی عنوان کرد.

امیر ناظمی در توثیت‌نوش‌ت: براساس آمارگیری فرهنگ رفتاری خانوارهای ایرانی در سال ۹۶ توسط مرکز آمار، زمان حضور ایرانیان در شبکه های اجتماعی حدود ۳۰ برابر زمان مطالعه روزنامه و ۹ برابر زمان کتاب‌خوانی است. به گزارش ایتنا از مهر، وی با بیان اینکه سرانه روزانه حضور ایرانیان در شبکه های اجتماعی یک ساعت و ۴ دقیقه است، ادامه داد: درحالی که سرانه مطالعه روزنامه یک ساعت و ۲۷ دقیقه و سرانه مطالعه کتاب غیردرسی به غیر از ادعیه، ۴ ساعت و ۳۴ دقیقه در ماه اعلام شده است.

رئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران تاکید کرد: با تغییر نگاه از تهدید محوری به فرصت محوری، به شرط حضور گروه‌های مرجع، نویسندگان و پژوهشگران در شبکه‌های اجتماعی، فرصتی بزرگ برای ارتقای آگاهی عمومی پدید خواهد آمد.

تبلیغات آگهی های آنها نیز شمرده می شوند، همچنان جعلی است. این در حالی است که یوتیوب خود می گوید که تنها بخش کوچکی از ترافیک کنونی اش جعلی و در سایر موارد، مقصر اکانت های تقلبی و اسپم است که شرکت این روزها پیگیر خلاصی از آن هاست.

براساس اعلام تایمز، طرف تنها ۳۰ ثانیه می توان بیش از ۵ هزار ویو یا همان بازدید که برای ثبت شدن آن بازدید کننده باید حداقل ۳۰ ثانیه از ویدیو را مشاهده کند) روی یوتیوب برای هر کدام از ویدیوهای خود بخرد. آن هم به قیمت ارزانی در حد ۱۵ دلار.

جالب این که بسیاری از مشتریان این سرویس ها گمان می کنند که این بازدیدها به بازدیدکنندگان واقعی تعلق دارد و طی فرایندهای طبیعی برجسته سازی ویدیوی آنها تولید شده اند. این در حالی است که وضعیت مشابه این شرایط را روی تقریبا هر شبکه اجتماعی کنونی می توان مشاهده کرد. از فیسبوک تا توییتر و اینستاگرام تا دیگر شبکه های اجتماعی که این روزها مالا مال

از اکانت های جعلی هستند.

این مشکل به شبکه های اجتماعی و بازدیدها محدود نیست. حتی میزان دانلود برنامه ها و اپلیکشن ها در بازارهای دیجیتالی را هم می توان جعل کرد. اگر به دنبال اطلاعات بیشتری هستید، کافی است که واژه Click Farm را در اینترنت جستجو کنید تا با انبوهی از گزارش های مختلف در مورد شرکت های عرضه کننده چنین سرویس هایی مواجه شوید.

هیچ بعید نیست که این وسط به ویدیوهایی از شرکت های چینی هم برخورد کنید که دفاتری را با انبوهی از تلفن ها و ثبت ها نشان می دهند که در آن همه سیستم ها به صورت نظام مند هر چند دقیقه روی یک آپ یا یک ویدیو یا وب سایت سوئیچ می کنند تا فعالیت جعلی روی آن ها را بدون استفاده از بدافزار یا ربات اینترنتی خاصی بالا ببرند.

در شرایطی که اطلاعات مربوط به ترافیک و کاربران اینترنت را می توان جعل کرد، دیدن تجارت های جعلی نیز نباید عجیب باشد. خبرنگار نیویورک مگازین در گزارش اخیر خود، تصریح کرد که در فروشگاه آنلاین آمازون با فروشنده ای برخورد داشته که کارش این است که از سایر فروشندگان در این بازار محصولات را می خرد و مجددا در همین پلتفرم با تعرفه بالاتر می فروشد. بررسی های بیشتر مشخص کرد که در حقیقت پشت پرده این امر شبکه ای از فروشندگان جعلی با قیمت های تقلبی و کپی رایت های مسروقه وجود دارد.

راه حل کجاست

در نهایت باید پرسید که راه حل مشکل کجاست و چگونه می توان از نیمه تقلبی اینترنت که هر روز بزرگتر می شود، خلاص شد؟

پاسخ اصلا آسان نیست؛ حتی نمی دانیم که آیا واقعا پاسخی برای این سوال وجود دارد یا خیر. حقیقت این است که این مشکل برای حل شدن نیازمند اراده ای جدی از سوی غول های دنیای اینترنت و سیاستمداران آگاه از شرایط روز است؛ چیزی شبیه به کنترل و یا بازخواست شرکت های اینترنتی درباره چگونگی استفاده از اطلاعاتی که از کاربران گرد آورده اند.

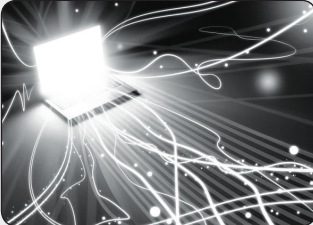
شرکت آمریکایی اپل توسط شهروندان چینی است که با توجه به جمعیت بالای این کشور، از ضریب تأثیر نسبتا بالایی برخوردار بوده و موجب شده است که بسیاری از شرکت های تولیدکننده موبایل اقدام به کاهش تولید مدل های مختلف گوشی های خود کنند. البته برخی دیگر از تحلیلگران، کاهش نرخ رشد اقتصاد جهانی و بحران های اقتصادی که بسیاری از کشورها را درگیر خود کرده است، علت اصلی رکود بازارهای جهانی موبایل دانسته اند. این در حالیست که سایر کارشناسان و تحلیلگران، قیمت بالا و نبود قابلیت های منحصر بفرد در گوشی های هوشمند را از علل اصلی آن نام برده اند.

به هرحال به نظر می رسد عوامل مختلفی در سراسر جهان دست در دست هم داده و موجب شده اند که تولید و خرید و فروش گوشی های هوشمند به میزان قابل توجهی کاهش پیدا کرده و بر اساس پیش بینی های انجام شده، این روند در سال جاری میلادی نیز ادامه پیدا خواهد کرد.

فیبرنوری؛ تحولی بزرگ در اینترنت

◆ گروه فناوری :

با گذشت بیش از یک دهه از ورود اینترنت به ایران، اکنون تا حدی فناوری فیبرنوری با سرویس های دایل آپ و ADSL جایگزین شده و اگرچه هنوز به تمام منازل نرسیده است، اما انتظار می رود طی سال های آینده این روند همه گیر شود.



برخی از مسوولان تا همین چند سال پیش معتقد بودند که فناوری اطلاعات و اینترنت، جزو کالاهای لوکس محسوب می شود و اینترنت ۱۲۸ کیلوبیتی هم برای دسترسی مردم کافی است؛ اما اکنون این دیدگاه ها تغییر کرده است. بر این اساس، طی سال های گذشته، روند استفاده از اینترنت از سرعت های کیلوبیتی در اینترنت دایال آپ، رفته رفته جای خود را به فناوری ADSL داد که سرعتی به مراتب بیش تر داشته و سرعت هایی تا ۵۲۱ کیلوبیت بر ثانیه و حتی ۱۶ مگابیت را هم پوشش می داد؛ اکنون اما نوبت به فیبر نوری است که جایگزین ADSL شود و سرعت هایی به مراتب بالاتر را برای کاربران به ارمغان بیاورد.

فیبر نوری بستر انتقالی است که امکان انتقال دیتای پرسرعت بالاتر از گیگابیت در آن وجود دارد. یعنی اگر تاکنون اینترنت نهایی تا ۲۰ مگابیت بر ثانیه سرعت داشت، با فیبر نوری این امکان وجود دارد که سرعت تا ۱۰۰۰ مگابیت یا یک گیگابیت بر ثانیه هم به مشتری تحویل داده شود.

شبکه دسترسی بر پایه فیبر نوری (FTTH) تحت عنوان تانوما در ایران، از سال گذشته افتتاح شده که اینترنت پرسرعت برای دانلود فیلم و نرم افزار، تلفن تصویری، مشاهده برنامه های زنده تلویزیونی با کیفیت HD و ۴K، بانکداری الکترونیک، بازی و خرید آنلاین، آموزش و پزشکی از راه دور و اینترنت نکرده اشیا، از جمله سرویس های قابل ارائه به صورت هم زمان بر بستر فیبر نوری قابل ارایه است.

شرکت مخابرات ایران، در سال های اخیر نسبت به تبدیل شبکه های مخابراتی و اینترنتی از کابل مسی به فیبر نوری گام برداشته و این تغییرات نیز تاکنون به گفته کارشناسان و مسوولان تا حد زیادی پیشرفت داشته است، اما شرکت های FCP – ارایه کنندگان اینترنت ثابت –، به دلیل مقرون به صرفه نبودن و هزینه های بالای آن، شبکه ارتباطی اختصاصی خود را ایجاد نکرده اند؛ ضمن این که شرکت مخابرات ایران، این شبکه را طی سالیان طولانی ایجاد کرده است و در حال حاضر در بیش تر نقاط کشور پوشش دارد.

اخیرا برخی مدیران مخابراتی با تاکید بر لزوم حرکت به سمت جایگزینی فیبر نوری با کابل های مسی اعلام کرده بودند تا سال ۲۰۲۰ تمام روستاها و شهرهای کشور همانند یک تار عصبی گسترده، تحت پوشش شبکه فیبر نوری قرار خواهد گرفت. کابل های قدیمی که امروزه در منازل برای انتقال داده های اینترنتی مورد استفاده قرار می گیرند، ظرفیت لازم را برای انتقال با سرعت بالا ندارند و اگرچه شاید به زعم برخی، کاربران عادی اینترنت نیازی به اینترنت با سرعت های چند ده مگابیتی نداشته باشند، اما گسترش فناوری به مرز بره این سمت حرکت خواهد کرد و همین

موضوع لزوم حرکت به سمت فیبر نوری را آشکار می کند. با وجود تمام پیشرفت ها در این عرصه، اما به اعتقاد تحلیلگران، هنوز در بخش اینترنت ثابت در ایران نتوانستیم این طور که باید توسعه پیدا کنیم، زیرا هنوز بروری ADSL هستیم که این فناوری در دنیا رو به انقراض است و فناوری های VDSL و FTTH رو به گسترش هستند. البته به گفته مسوولان، مشکلاتی در این زمینه وجود دارد که بخشی به انحصار ذاتی شرکت مخابرات برمی گردد که اگرچه قانونی نیست اما سرمایه گذاری های زیادی در زمان دولتی بودن آن انجام شده است.

اپلیکیشنی برای کمک به افزایش مشارکت در اینستاگرام



◆ گروه فناوری :

با توجه به اهمیت اینستاگرام و فضای تبلیغاتی خوبی که در آن برای کسب و کارها و افراد مختلف وجود دارد، اپلیکیشن هایی وجود دارد که به کاربران کمک می کند که کارهای مختلفی در اینستاگرام انجام دهند. ”Planagram Agency”

”Plan”، به کاربران کمک می کند که مشارکت خود در اینستاگرام را بالا ببرند.

برای اینکه بتوانید میزان و درجه اهمیت حضور در شبکه های اجتماعی و مشارکت در آنها را متوجه شوید، اصلا لازم نیست که یک مدیر شبکه های اجتماعی استخدام کنید. برای رشد برند یا کسب و کار، ابزارهایی وجود دارد که می توانید با استفاده از آنها در رسانه های اجتماعی بیش از پیش بدرخشید. به گزارش ایتنا از رایورز به نقل از ونچریت، برخی از کاربران اینستاگرام که از جمله آنها می توان به افراد و چهره های معروف اشاره کرد، می توانند با قرار دادن یک پست و انجام یک تبلیغات کوچک، به میلیون ها دلار درآمد تبلیغاتی دست یابند ولی این ماجرا برای بنیانگذار یک استارتاپ کوچک کاملا متفاوت است.

وقتی وی بخواهد چند مشتری را به سمت کسب و کار خود بکشد باید محتوایی بسیار جذاب و عالی را در شبکه های اجتماعی منتشر کرد. درک نحوه کار با ترندها و ترندها در جهان شبکه های اجتماعی و صعود از طریق این مسائل، برای کسب و کارها بسیار مهم است؛ زیرا برخی از کسب و کارها از طریق همین موضوع به درآمد های عظیم دست یافتند.

برخی از تحلیلگران بر این باورند که اینستاگرام، مهم ترین و قدرتمندترین پلتفرم شبکه های اجتماعی در جهان است.

ابزارهای مختلفی وجود دارد که می تواند به کاربران کمک کند که در اینستاگرام بهتر دیده شوند.

یکی از این ابزارها، ”Planagram Agency Plan” است که این امکان را فراهم می کند که از مزایای اینستاگرام بهره مند شوید.

این اپلیکیشن عالی به رشد برند شما کمک شایانی می کند. اشتراک سه ساله در این اپلیکیشن با بیش از ۹۵ درصد تخفیف، با ۳۴٫۹۹ دلار انجام می شود.

هرکس که در اینستاگرام پستی منتشر می کند، می داند که مشارکت کاربران در هر پست با افت و خیزهایی روبروست و دلیل آن هم این است که اکثر افراد در طول ۲۴ ساعت در زمان های متفاوتی از اینستاگرام استفاده می کنند و این موضوع به موقعیت مکانی افراد بستگی دارد.

اپلیکیشن مذکور این کار را خود انجام می دهد و پست را زمانی منتشر می کند که بیشترین مشارکت را جذب کند. امکان زمان بندی برای انتشار پست ها نیز وجود دارد.