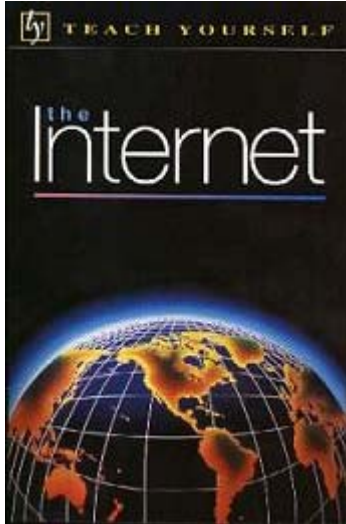


پیام های فوری

بر اساس بررسی سالانه‌ی موسسه‌ی "سازن"، امروزه



پیام‌های فوری به منظور مصارف تجاری، استفاده از

برای استفاده‌کنندگان ویندوز مایکروسافت؛ خطر

بزرگی به شمار می‌رود.

یک هیات تحقیقاتی که پایگاه آن در آمریکاست و

تعدادی کارشناس امنیتی دولت، کارپرداز، مصرف‌کننده و استاد دانشگاه را

گرد هم آورده است، گزارش منتشر نشده‌ی اکتبر ۲۰۰۴ خود را به افزایش

چشم‌گیر پیام‌های سریع اختصاص داده است.

هشدارهای موسسه‌ی "سازن" مشابه فعالیت‌ها و توصیه‌هایی است که

کارشناسان خبره‌ی امنیتی در لندن انجام داده‌اند. آن‌ها دریافته‌اند که برخی

از خبره‌ها و حرفه‌ای‌های کامپیوتر در شهر، با استفاده از فناوری ارسال پیام

فوری، اطلاعات حساس و مهم تجاری خود را به خارج از شرکت‌ها انتقال

می‌دهند و این شرکت‌ها برای ریشه‌کن کردن این اعمال به بازرسان

حرفه‌ای مراجعه کرده‌اند؛ زیرا برای مثال، به هنگام مذاکرات مهم تجاری

برای خرید یا تلفیق برخی بخش‌ها، درز کردن اطلاعات محرمانه به بیرون از

سازمان می‌تواند در موفقیت یا شکست شرکت، نقش بسزایی داشته باشد.

پی‌گیری این جرایم خطرانی را که پیام‌های غیرقانونی فوری، برای شرکت‌ها

ایجاد می‌کند، شرح می‌دهد. البته این خطرات تنها از جانب کارمندان که

اطلاعات محرمانه را می‌فرستند، نیست؛ چرا که نادیده گرفتن قوانین

نظارتی باعث پدید آمدن روش‌های جدیدی در رخنه کردن ویروس‌ها و

هکرها شده‌است.

“آدریان پالمر”، مدیر عامل مرکز مشاوره‌ی ضد ریسک “انتراک کرول”، ادعا

می‌کند که او و همکارانش به طور فزاینده‌ای برای تحقیق در مورد این

پیام‌ها، به شرکت‌ها فراخوانده می‌شوند. او می‌گوید: “عمده‌ی خبرها

درباره‌ی خرید، فروش و یا انتقال است. در بسیاری از این پرونده‌ها یک

گروه برخی شرکت‌ها را هدف قرار می‌دهند و با گرفتن اطلاعات از آن‌ها

سعی می‌کنند که خود در صحنه‌ی رقابت بازار باقی بمانند. آن‌ها به این

طریق در تلاشند تا از دیگر شرکت‌ها پیشی بگیرند.

جالب این‌جاست که فقط شرکت‌های شهرهای بزرگ نیستند که از سوی این

خطر تهدید می‌شوند. به تازگی یک شرکت فنی کوچک هم پس از آن که با

محصولاتی با نشان مخصوص شرکت خود که به وسیله‌ی شرکت رقیب

تولید شده بود، روبه‌رو شد، به موسسه‌ی تحقیق بین‌المللی "کاراتو" مراجعه

کرد. "گاوین هایدبلیک" یکی از مسوولان این موسسه می‌گوید: "آن‌ها

نمی‌دانستند که این اطلاعات چه‌گونه به بیرون درز می‌کند. تنها به این

مطلب پی برده بودند که این اطلاعات نه ذخیره شده و نه از طریق پست

الکترونیکی منتقل شده است."

"کاراتو" کامپیوترهای شخصی شرکت را بررسی کرد و کارمندانی را که با

استفاده از نرم‌افزار (instant messaging)^[1] اطلاعات محرمانه را به

بیرون انتقال می‌دادند؛ شناسایی کرد. در جریان این تحقیقات همچنین آشکار

شد که هشت نفر از بیست نفر کارکنان شرکت در کامپیوترهایشان این

نرم افزار را دارند و هر روز چندین ساعت را صرف فرستادن پیام به یکدیگر می کنند.

"هایدبلیک" می افزاید: "آنها به جای کار کردن، تمام روز را به صحبت

می گذرانند. تصور کنید که شرکتی با ۲۰ کارمند داشته باشید و تعدادی از

آنها به طور هم زمان فقط با یکدیگر صحبت می کنند، روشن است که به

زودی فرآیند تولید متوقف می شود. در حقیقت شما به آنها حقوق

معاشرت می پردازید. موسسه‌ی "کاراتو" به این شرکت کمک کرد تا برنامه‌ی

ارتباطی الکترونی جدیدی در شرکت ایجاد کند و اکنون امکان فرستادن

پیام‌های اینترنتی در این شرکت وجود ندارد."

برای کنترل پیام‌های فوری چه باید کرد؟

کنترل پیام‌های فوری در شرکت‌های بزرگ نیاز به راه حلی فنی و دقیق

دارد. ممنوع کردن استفاده از این امکانات به تنهایی کافی نیست.

نرم افزارهای (instant messaging) اکنون در تمام کامپیوترهای

شخصی به شکل استاندارد درآمده است و کارمند به راحتی می‌تواند آن را

بدون آگاهی شرکت بر روی کامپیوتر شخصی خود بارگذاریⁱⁱ[2] کند. به

تازگی "فیس تایم"ⁱⁱⁱ[3]، که یک موسسه امنیتی متخصص در زمینه‌ی پیام‌های

فوری است، به شرکت‌ها پیش‌نهاد کرد که خدمات قانونی پیام‌رسانی را در

سازمان خود ایجاد کنند. به این ترتیب، آن‌ها می‌توانند پیام‌های دریافتی را

از نظر داشتن ویروس بررسی کنند و از انتقال فایل‌های مهم جلوگیری

نمایند. البته این روش‌ها برای کارآمد بودن باید با فناوری هم‌گام شوند تا

بتوانند پیام‌های غیرقانونی را متوقف کنند. "فیس تایم"، ابزاری تهیه کرده

است که تمام قاچاق‌های اینترنتی را بررسی می‌کند و جلوی پیام‌های غیر

قانونی را می‌گیرد. با وجود دستیابی به این امکان جدید در متوقف کردن

پیام، برخی شرکت‌ها هنوز هم در مقابل کارمندانی که نرم‌افزارهای (

instant messaging) را بر روی کامپیوترشان بارگذاری می‌کنند،

چشمان خود را بسته‌اند. از نظر "کن کارمان" رئیس شرکت "فیس تایم" برای

شرکت‌های بزرگ، مخفی کردن این مساله امری طبیعی است. او می‌گوید:

"موسسات بزرگ به ما می‌گویند که حاضر به ثبت و پی‌گیری این پیام‌ها

نیستند. مگر این که شرکت "خدمات مالی" آن‌ها را تقاضا کرده باشد. حتا

برخی از آن‌ها می‌خواهند کار را از طریق دادگاه انجام دهند. پرونده‌ی "

اینرون و شل" که مربوط به مایکروسافت هم بود، باعث شد تا بسیاری از

موسسات خدمات مالی نگران اطلاعات الکترونیکی بخش پشتیبانی خود باشند.

بیشتر شرکت‌ها، بیش از اطلاعات پشتیبانی، نگران کاهش زمان نگهداری

دوره‌های بایگانی خود هستند. او همچنین اضافه می‌کند: "از نظر حقوق‌دانان

مناسب‌ترین زمان نگهداری اطلاعات در بایگانی ۶ سال است، اما برخی

شرکت‌ها این زمان را به ۶ ماه یا حتا ۹۰ روز کاهش داده‌اند؛ زیرا هزینه‌ی

ذخیره‌سازی بسیار زیاد است و افزون بر این خطر نگهداری اطلاعات بیش از

خطر از بین بردن آن است."

parsi e-book
WWW.PARSIBOOK.4T.COM

خطر از بین بردن پیام‌ها

از نظر "استفان میسن"، یک وکیل دعاوی متخصص در زمینه‌ی ارتباطات الکترونیکی، با از بین بردن اطلاعات، شرکت‌ها خود را در معرض خطرهای قانونی بزرگی قرار می‌دهند. بیش از ۱۵۰ قانون در انگلستان وجود دارد که به موجب آن‌ها شرکت‌ها باید اطلاعات مالی را بین ۳ تا ۱۰ سال بایگانی کنند. حال وقتی شرکت‌ها برای انتقال اطلاعات حیاتی از پیام‌های فوری استفاده می‌کنند، با مشکل روبه‌رو می‌شوند. "میسن" مصوبه‌ی محدودیت سال ۱۹۹۰ را مثال می‌زند. این مصوبه از تولیدکنندگان می‌خواهد پرونده‌های تولیدی‌شان را حداکثر ۱۰ سال پس از قطع تولید، حفظ کنند. او می‌گوید: "فرض کنید ایرادی در فرمان اتومبیل وجود داشته باشد و شخصی با استفاده از پست الکترونیکی گزارشی در این مورد به شرکت ارسال کند. این پیام را باید بایگانی کرد. درباره‌ی پیام‌های فوری هم استثنایی وجود ندارد. اگر به شرکت شما پیام فوری فرستاده می‌شود و شما در ثبت آن ناتوان هستید، حتی اگر قانون را زیر پا گذاشته باشید، قوانین ناظر بر صنعت را نقض کرده‌اید."

البته تا کنون هیچ پرونده‌ای علیه اشخاص، گزارش نشده است. با این حال اتحادیه‌ی "نورویچ"، از کارمندی که با استفاده از پست الکترونیکی یک شرکت را تحقیر کرده و آبروی شرکت را برده بود، شکایت کرد و او به پرداخت مبلغ ۴۵۰ هزار پوند برای جبران زیان رساندن به شرکت مجبور شد.

کپی برداری بدون ذکر نام منبع مجاز نیست
parsī e-book

راه‌های جدید انتقال ویروس

ارسال پیام‌های سریع هم‌چنین راه‌های تازه‌ای برای انتقال ویروس در سازمان‌ها ایجاد کرده‌اند. "گراهام کلولی"، کارشناس فناوری ویروس‌شناسی در "سَفسوس" می‌گوید: "در طول چند سال گذشته ویروس‌های بسیاری از راه پست الکترونیکی و پیام‌های سریع، منتقل شده‌اند."

شاید انتشار ویروس از راه پیام فوری به گستردگی انتقال آن به وسیله‌ی نامه‌های الکترونیکی نباشد، اما اگر در آینده ویروس‌ها به این طریق منتقل شوند، تعجب نکنید.

parsī e-book
WWW.PARSIBOOK.4T.COM

عقل سلیم حکم می‌کند پیام‌ها را نگه داریم. برای مثال در صورت روبه‌رو

شدن با یک دعوای حقوقی، اگر مکالمه‌ها و ارتباطات خود را ثبت کرده

باشید بهتر می‌توانید بی‌گناهی خود را ثابت کنید.

پیدایش بخش‌های نظارتی دولتی بر شرکت‌ها، مانند "بازل ۲" سبب شده

است که شرکت‌ها دیگر نتوانند مشکلات و مسایل مربوط به پیام‌های فوری

را پنهان کنند.

به نظر "میسن" با وجود هزینه‌های بالای ذخیره‌سازی اطلاعات، شرکت‌ها

خطر از بین بردن آن‌ها را قبول نخواهند کرد. او می‌گوید: "اگر رییس‌ها و

مدیران شرکت‌ها می‌خواهند با فناوری روز کار کنند، باید با واقعیت‌ها

همان‌طور که هستند روبه‌رو شوند. آن‌ها باید مبالغ بیشتری برای امنیت و

ذخیره‌سازی اطلاعات هزینه کنند.

گزینه‌های انتخابی درباره‌ی امکانات پیام فوری برای استفاده‌کنندگان

برخی موسسات

رویتر

رویتر اقدام به ایجاد خدمات مشترک پیام فوری برای مشتریان بخش

"سرویس خبرهای مالی" کرده است. این بخش هم اکنون در حدود ۶۰ هزار

مخاطب در سر تا سر دنیا دارد. برنامه‌های رویتر برای مرتبط کردن

خدمات پیام فوری به بخش‌های خبری آن از طریق AOL و MSN صورت

می‌گیرد.

مایکروسافت

مایکروسافت، "خدمات منسجم پیام فوری" خود را برای تکمیل کردن بخش

مربوط به مشتریان ایجاد کرده است. سرور ارتباط هم‌زمان مایکروسافت،

بخش پیام‌های داخلی را ایجاد کرده است. نسخه‌ی دیگری که در سال ۲۰۰۵

آماده خواهد بود، به شرکت‌های تجاری امکان می‌دهد تا با کارپردازان

خارجی و مشتریان ارتباط مطمئن برقرار کنند. برنامه‌های مایکروسافت

برای ارتباط دادن خدمات مربوط به مشتریان با بخش پیام‌های فوری، از

طریق **MSN** و خدمات مشابه **AOL** و **Yahoo** انجام می‌شود.

مایکروسافت، همچنین نرم‌افزار ویژه‌ی "ویندوز مسنجر" (**Windows**

messenger) را به سیستم **Windows XP** افزوده است. این

نرم‌افزار می‌تواند پیام‌های داخلی را با استفاده از خدمات مبادله‌ی پیام

فوری مایکروسافت، منتقل کند.

Yahoo

بخش پیام‌های فوری **Yahoo**، مربوط به استفاده کنندگان آن در منازل

است. البته این امکان گاه به وسیله‌ی کارکنان شرکت‌ها برای ارتباطات تجاری

هم استفاده می‌شود. **Yahoo** در انگلستان در حدود ۲ میلیون مشتری

دارد و خدمات گوناگونی از امکان "پیام‌های کوتاه"^{[4]iv} در تلفن‌های همراه

گرفته تا دستیابی به ایستگاه‌های رادیویی اینترنتی، ارائه می‌کند.

مانند سایر خدمات، مسنجر **AOL** برای استفاده‌ی همه‌ی مصرف‌کنندگان

است، اما بیشتر مورد توجه شرکت‌های تجاری قرار گرفته است. این خدمات

از طریق نرم‌افزار اینترنتی **AOL** ارائه شده است و مشتریان می‌توانند آن

را بر روی کامپیوتر خود بارگذاری کنند. **AOL** هم‌چنین امکان فرستادن

پیام‌های فوری **ICQ** را نیز ارائه می‌کند. این دو بخش در حدود ۱۰۰ هزار

مصرف‌کننده را زیر پوشش قرار می‌دهند و خدمات دیگری مانند فرستادن

پیام‌های فوری ویدیویی و همین‌طور صدا را از طریق **IP** در بردارند.