

## ر مز عبور های محبوب اما قابل هک در کمتر از یک ثانیه

۱۲۳۴۵، password، abc... از معروف ترین پسر دهای مورد استفاده مردم جهان در سال ۲۰۲۰ بودند که امنیت پایینی دارند

مجید حسین زاده | روزنامه نگار

گوشی، کارت بانکی، اکانت سیستم کامپیوتری، ایمیل و ... زمانی به همه این ها و امکانات شان دسترسی خواهیم داشت که ر مز عبور برای استفاده از آن ها مشخص کرده باشیم. بعضی از ما، اولین چیزی را که به ذهن مان می رسد، به عنوان ر مز عبور انتخاب می کنیم مثلا ۱ تا ۶، بعضی سال تولد مان، شماره شناسنامه، شماره تلفن همر او ... بعضی هایمان هم یک ر مز سخت و غیر قابل تشخیص که البته باید حواس مان باشد تا آن را فراموش نکنیم. در این بین، شرکت امنیتی NordPass به تازگی فهرستی از پر طرفدار ترین پسر دهای سال ۲۰۲۰ را منتشر کرده است. ظاهر بسیاری از ر دم همچنان از ر مز عبور ساده ای استفاده می کنند که به راحتی قابل هک شدن است. در ادامه با تعدادی از این پسر دها، مقایسه ۸ ر مز عبور محبوب ۲۰۲۰ با ۱۹، میزان زمان مورد نیاز برای هک شدن این ر مز ها و ... آشنا خواهید شد.



### ۱۲۳۴۵۶، خطرناک اما در صدر

شرکت امنیتی NordPass پس از بررسی ۲۷۵ میلیون ر مز عبور، یک فهرست ۲۰۲۰ تایی را منتشر کرده که حاوی پر طرفدار ترین پسر دهای سال ۲۰۲۰ برای استفاده در حساب های کاربری آنلاین است. ر تبه اول این فهرست، نصب ۱۲۳۴۵۶ شد که توسط بیش از دو نیم میلیون نفر استفاده می شد. این پسر د که سال قبل هم در همین ر تبه جای داشت، به ادعای NordPass بیش از ۲۳ میلیون بار در یک سال هک شده است! یک مثال دیگر، ۱۲۳۴۵ است که سال ۱۸، ۲۰، اول شده بود و امسال با بیش از ۱۸۸ هزار کاربر در ر تبه نهم فهرست قرار گرفته است. این ر مز عبور را هم مثل قبلی، در کمتر از یک ثانیه می توان شکست!

### ۱ picture به جای test1

نکته جالب درباره محبوب ترین ر مز عبور های سال ۲۰۲۰، حضور 1 picture در این فهرست است که سال ۱۹۲۰ در بین ۱۰۰ پسر د محبوب، جایی نداشته اما الان در ر تبه دوم قرار دارد. البته سال ۱۹۲۰، پسر د 1 test1 ر ده دوم بوده است که امسال در این فهرست، جایگاهی نداشته است.

### password به نام رمز عبور

سومین ر مز عبور پر استفاده، خود کلمه password است و senha به عنوان یک تازه وارد در این فهرست، ر تبه ششم را تصاحب کرد. جالب آن که این واژه، معادل پرتغالی پسر د است. کلمه عبور password، سال ۱۹۲۰ هم در ر تبه سوم قرار گرفته بود.

### صعود خیره کننده اعداد در این فهرست

سال ۱۹۲۰ بعد از مور داو ل در فهرست محبوب ترین ر مز عبور ها که همان ۱۲۳۴۵۶ بود، بین هشت ر تبه اول، دیگر خبری از اعداد نبود اما سال ۲۰۲۰، شاهد صعود خیره کننده چنین پسر دهایی از ر ده های بالای پانزدهم به بعد بودیم. در این بین باید از اعداد پر استفاده به عنوان ر مز عبور به ۱۱۱۱۱۱ و ۱۲۳۱۲۳ اشاره کنیم که از ر ده های هفدهم و هجدهم پار سال، به ر تبه های چهارم و پنجم امسال صعود کرده اند.

### عبارت هایی بی معنا اما نشئت گرفته از کیبورد

qwerty و asdf به طور قطع هیچ مفهومی ندارند اما با یک نگاه به کیبوردتان متوجه می شوید چرا در فهرست محبوب ترین ر مز عبور های سال ۲۰۲۰ قرار گرفته اند. این کلمات از کنار هم قرار گرفتن یک سری حروف که روی کیبورد در کنار هم هستند، تشکیل شده اند.

### پسر دهای که در کمتر از چند ثانیه هک می شوند

در حالی که ساز مان های امنیتی درباره پیشرفته شدن حملات هکر ها علیه دولت ها هشدار می دهند، بسیاری از مردم هم با سماجت به استفاده از پسر دهای ناامن اصرار دارند. بر اساس تحقیقات، مردم از پسر دهای ساده استفاده می کنند تا راحتی در ذهن شان بماند؛ مواردی مانند اعداد ر ند، نام افراد مورد علاقه، سال تولد و نام غذا ها! نگران کننده آن که در بین ۱۰ مورد اول فهرست محبوب ترین ر مز عبور ها، همگی به جز 1 picture طی ۱۰ ثانیه ای حتی کمتر می توانند هک شوند. طبق آمار منتشر شده، پسر دهای ۱۲۳۴۵۶، password، senha، ۱۱۱۱۱۱، ۱۲۳۱۲۳ قابل هک شدن در کمتر از یک ثانیه هستند اما برای پسر د 1 picture به ۳ ساعت زمان نیاز است.

# گنده لات ها سر گذر اینستا گرام!

از چند و چون حضور صورت و خمی هادر حوزه پر در آمد اینفلوئنسری و ساخت کلیپ های با مزه یا عبرت آموز گفته ایم

آلبه توانا | روزنامه نگار

پرونده

اینستا گرام را که باز می کنی، از در و دیوار ش، اینفلوئنسر می یار د. اینفلوئنسر که در لغت، «تأثیر گذار» معنی می دهد، در اینستا گرام معادل توانایی تبلیغ است؛ تبلیغ کالا، خدمات و نوعی خاص از سبک زندگی که برای فرد تبلیغ کننده، در آمد به دنبال دارد. بعضی از

اینفلوئنسر ها به مهارت شان در خند اندن تکیه می کنند و ویدئوهای کم دی

می ساز ند. محور فعالیت بعضی های دیگر علاقه به خورد و خوراک

است که یا به غذا پختن و به اشتراک گذاشتن ر سپی ختم می شود

یا به غذا خوردن مقابل دور بین. آن هایی که اهل آرایش کردن

هستند، اصول بز ک را آموزش می دهند و بچه دار ها،

تجربه شان در فرزند پروری را به عنوان اصول تربیت

فرزند با دیگران شریک می شوند. به این فهرست

## آقای «الف»

## و فن پیج هایش!

چقدر فالوئر دار د؟ ۱/۲ میلیون

ردیک زخم عمیق روی گونه اش دیده می شود و کلی خط ریز و درشت توی ابروها و سروسور؛ این آلبوم یادگار دعو او درگیری را روی هیکلی ۱۲۰ کیلوپی از خالکوبی و قدی ۲ متری (طبق آن چه در بیوگرافی اش می گوید) تصور کنی د تا دستت ان بیاید در باره چه تیپ آدمی صحبت می کنیم. خودش می گوید ۳۶ ساله است، قبلا بوس و کشتی کار می کرده است و الان بدنسازی کار می کند، کارش تبلیغ است و شغل اصلی اش خرید و فروش ماشین و ساخت و ساز اما ر زومه اش می گوید که یکی از معروف ترین گنده لات ها ست. جناب م. الف با این وجنات و کمالات کجا و اینفلوئنسری در اینستا گرام کجا؟ شاید فکر کنی د وقتی در حرفه اصلی اش یعنی خرید و فروش ماشین و کار ساختمان پول به فور پیدا می شود، وسوسه مالی دلیل بعدی برای ورود به اینستا گرام است اما باید در نظر داشته باشید که اینفلوئنسری و تبلیغ، کاری صر فاپر در آمد نیست بلکه راحتی بی در دسر هم هست. بازار، بالا و پایین و سود زیان دارد و هر قدر هم بی در و پیکر باشد، باز قاعده و قانونی بر آن حکم فرما ست اما در اینستا گرام می شود برای یک تبلیغ از چند صدهزار تا چند ده میلیون تومان کاسب شد، فقط کافی است چیزی برای نمایش داشته باشید که با توجه به تعداد دنبال کنندگان م. الف معلوم می شود نمایش ظاهر خشن و تر سناک، حسایی خریدار دارد. البته طرفدارش شاید به شما بگویند شیفته سبک تولید محتوای اینفلوئنسر محبوب شان شده اند. خب این محتوا را با هم بررسی کنیم؛ م. الف که در بیوی صفحه اش، خود را کم دین و بازیگر سینما معرفی کرده، بازیگر نقش اول ویدئوهایی است که در پیچش آپلود می کند؛ ویدئوهایی که یکی در میان پند آموز ند و تبلیغی. او در این ویدئوها در نقش قهر مان ظاهر می شود و با زبان آوردن جملاتی که قرار بوده تأثیر گذار باشند، شخصیت بی پناه و مظلوم قصه را از دست کار اکتر لات بی سرو پا نجات می دهد تا مخاطبش نتیجه بگیر د که «لات داریم تالات» و «مردانگی» و «مرا م و معرفت» آقای الف را تحسین کند. این محتوا آن قدر برای کاربر ان اینستا گرام جالب بوده است که م. الف چند تایی پیج فن فعال هم دارد و چرخ کارش می چرخ د!

## چرا لات های اینستا گرامی را فالو می کنیم؟

مروری بر نقش لات ها در فرهنگ ایرانی و اقتضات اینستا گرام که بستر مهیایی برای ایفای نقش مجازی آن ها فراهم می کند



جامعه به بند می کشد، در خود سر کوب نمی کنند. از کسی دستور نمی گیرند، چیزی جز مسلک شخصی محدود شان نمی کند و برخی از مردم همان طور که بدن سینما را تشویق می کنند، علنا یا در دل برای جلوه بخش سر کوب شده خود در لات ها هم هورا می کشند. از این منظر هوادار داشتن اینفلوئنسر های گنده لات، موضوع عجیبی نیست؛ تنها مز مین بازی

عوض شده است. آن ها اگر چه در ویدئوهای اینستا گرامی شان دعو اراه نمی انداز ند و عر بده نمی کنند اما مشکل و شمایل و مسلک لات را حفظ کرده اند؛ یعنی همان چیزی که در نظر مخاطب، نماد قدرت به حساب می آید. جالب است بدانید که گروهی از مخاطبان شان به آن ها معترض هم می شوند نه بابت به آموزشی های احتمالی شان بلکه از این حیث که معتقدند این گروه منوطه ور، آبروی لات های اصیل را بر ده اند! البته پربراه هم نمی گویند. می بینید؟ فر هنگ لات ی آن قدر نفوذ دارد که هنوز هم عده ای دلتنگ آن شوند و نگران از دست رفتن اصالتش باشند.

### باز بگران ناشی و ذائقه سهل گیر تماشاچی

از وجه فرهنگی و روان شناسانه ماجرا که بگذریم، به میدان بازی جدید آن ها می رسیم؛ اینستا گرام! فضایی که مخصوص نمایش است و هر چه نمایش، سبک تر و ر قیق تر؛ تعداد هوادار انش بیشتر. اینستا گرام مثل همان فیلم های کم دی مبتذلی است که همه متفق القول به بی مایه و

می توان اینفلوئنسر های «زندگی مشترک»، «ورزش»، «مد و پوشاک»، «سفر و گردشگری»، «بازی و تکنولوژی» و «گنده لات ها» را اضافه کرد. گنده لات ها را شاید پیش از این، سر کوجه ها در حال زنجیر گرد اندن دیده باشید؛ یا در مستند های تلویزیونی عبرت آموز بهشان بر خورده باشید که نادم و پشیمان یا صورت های شطرنجی، اعتراف می کنند «شر دور سر مون می گشت داداش». نسخه بد لی شان با سبیل کلفت مصنوعی و پاشنه کفش خوابیده را هم حتما در فیلم و سریال ها سراغ دارید اما حالا آن ها هم سودای تحت تأثیر قرار دادن دیگران را در سر دارند و از آن جایی که در اینستا گرام هوادار کم ندارند، به نظر می رسد به هدف شان هم رسید ه باشند. در پرونده امروز از چند و چون حضور گنده لات ها در اینستا گرام و تر فند ها و فضای غلو آمیز دور ویر شان سر در می آوریم.

## لات سینمایی

## و عشق کفتر بازی

چقدر فالوئر دار د؟ ۸۰۰ هزار

پ. ک نه از لحاظ خشونت ظاهری و نه از نظر تعداد هوادار به پای م. الف می رسد ولی هم در تعریف لات ی می کتجد و هم جزو میکرو اینفلوئنسر ها به شمار می رود. میکرو اینفلوئنسر ها نسبت به اینفلوئنسر ها مخاطبان کمتری در شبکه های اجتماعی دارند ولی صاحبان کسب و کار روی نفوذ آن ها حساب می کنند و تبلیغات شان را به آن ها می سپار ند. پ. ک هیکل تنومند و قد و بالای نوی چشمی ندارد ولی تا دل تان بخواهد به قول خودش خط و خش توی سر و صورتش نقش بسته است. پسر جوان بیست و شش، هفت ساله ای است که از عمق خط های روی صورتش معلوم می شود دعو او در دسر درست کردن را خیلی زود شروع کرده است. در عکس ها و ویدئوهایش یا سیگار به دست است یا نی قلیان روی لب. از هیچ فرصتی برای اشاره به عشق و مشغولیتش با کیوتر ها غافل نمی شود و به «کفتر بازی» اش افتخار می کند. کارش پیش از اینفلوئنسری، نقاشی ساختمان بوده، حالا اما آن طور که خودش ادعا می کند، سعی دارد از خود قبلی اش فاصله بگیر د تا «دوباره توی بدبختی های قدیم» نیفتد ولی ظاهر و لحن بیان پ. ک همانی است که از کلیشه «تیپ لات» در ذهن داریم. خب با این اوصاف در ویدئوهای او نباید دنبال محتوایی عمیق بگردیم و البته اصولا از اینستا گرام توقع چنین محتوایی را نداریم. سوژه های مورد علاقه پ. ک کیبی برابر اصل درون مایه فیلم فارسی هاست که پیشتر ها حوزه تخصصی و ملک طلق لات های جاهل به شمار می رفت؛ مایه گذاشتن در رفاقت و خیانت و خنجر از پشت خوردن و تنهایی که در ر قیق ترین حالت نمایشی، عر ضه می شود ولی هم لایک و کامنت می گیر د. آن طور که تاریخ پست های صفحه پ. ک نشان می دهد، از حدود یک سال پیش به اینفلوئنسری روی آور ده است و آن طور که تعداد هوادار انش نشان می دهد، به زودی به یکی از تأثیر گذار ترین های اینستا گرام تبدیل خواهد شد!

ر یک بودن شان اذعان دارند ولی چشم می کشند که اگر ان شوند و سالن راپر کنند، یک جور نقطه نفس کش که وقت راپر کند و فکر و انرژی ذهنی نخلید. به آن چه در این فضا لایک و کامنت می گیر و باز نشر می شود، فکر کنید. سه سال پیش وقتی یک مدل آمریکایی، عکسی از دست نوزاد تاز، متولد شده اش به اشتراک گذاشت و بیش از ۱۸ میلیون لایک گرفت، صفحه ای در اینستا گرام راه افتاد که متعلق به یک تخم مرغ بود. تنها پست این صفحه که عکسی از تخم مرغ بود، بعد از ۹ روز توانست رکورد بیشترین لایک را بشکند و ثابت کند که محتواهای پر لایک و باز خورد اینستا گرامی لزوما به طریقی فکر شده و سنجیده تولید نمی شوند. بلاگرها و اینفلوئنسر های اینستا گرامی هم پیرو چنین ذائقه سهل گیری هستند که با خیال راحت روی همر ای دنبال کنندگان شان حساب می کنند و با انتشار عکس شقایق غذا و لیمو ترش خوردن بچه و سیزی پاک کردن

مادر بزر گ شان، پول به جیب می زنند. عده ای شان با گذاشتن سیل مازیکی، محتوای به اصطلاح کم دی تولید می کنند و بعضی های دیگر با پرت ر ه گرفتن از بچه های مناطق محروم و ادای همنوع دوستی در آور دن، خرج سفر رفتن های شان را در می آور ند. در این بازار سهل الوصول که حریم خصوصی، اخلاقیات و اصول تولید محتوایی ندارد، چه فرقی می کند ویدئوی تبلیغی ر ایک بازیگر آماتور اینستا گرامی بازی کند یا فردی با هیبت لات های قدیم؛ نمایش، خریدار دارد و متاسفانه هر چه نمایش، «سبک تر» هوادار انش بیشتر! شاید حتی بعضی ها بگویند چه بهتر این تیپ افراد به جای رفتار های سابق رو به ساخت کلیپ و تبلیغات پر سود اینستا گرامی آور ده اند!