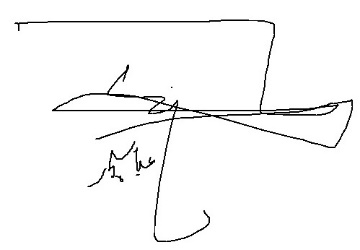
****

**دانشگاه شهید بهشتی**

**دانشکده مهندسی و علوم کامپیوتر**

**اطلاعیه دفاع**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **نام استاد راهنما: دکتر مقصود عباسپور** | | | **نام دانشجو: پریسا حکمتی­راد** | |
| **گرایش: معماری و شبکه** | **رشته: مهندسی کامپیوتر** | | | **مقطع: کارشناسی ارشد** |
| **تاریخ: 1401/7/27** | | | **نوع دفاع:**   * **دفاع پروپوزال □** * **دفاع پایان نامه □** * **دفاع رساله دکترا □** | |
| **ساعت: 08:00 تا 10:00** | | |
| **مکان: دانشکده مهندسی کامپیوتر** | | |
| **عنوان ارائه روشی برای شناسایی بات­های اجتماعی نوع آلاینده محتوا** | | | | |
| **داوران داخلی: دکتر علیرضا شاملی** | | **داوران خارجی: دکتر مهدی خرازی** | | |
| **چکیده:** **با توسعه سریع شبکه­های اجتماعي، بات­های اجتماعي و سایر حساب­های غيرعادی که رفتار مخرب دارند، به یک مشکل مهم امنيتي تبدیل شده­اند که شبکه­های اجتماعي را تهدید مي­کنند. به منظور کاهش این تهدیدها، پژوهش­های زیادی برای یا الگوریتم­های گراف کاوی شناسایي بات­های اجتماعي صورت گرفته که عمدتاً از روش­های مبتني بر ویژگي استفاده مي­کند. رویکردهایي که تا کنون ارائه شده­اند عمدتا به شناسایي تکي بات­ها مي­پردازند. در صورتي که بات­های جدید به صورت گروهي و شبکه­ای فعاليت مي­کنند. رویکردهایي که رفتار جمعي را در نظر نمي­گيرند در امر شناسایي بات­های جدید ناکام مانده­اند. با پيشرفت و معرفي شبکه­های عصبي گراف در سال­های اخير، پژوهش­ها در حوزه­ی شناسایي بات­های اجتماعي به سمت استفاده از روش­هایي رفته است که از انواع مختلف شبکه­های عصبي گراف استفاده مي­کنند. در این پژوهش رویکردی مبتني بر شبکه­های توجه گراف برای شناسایي بات و مکانيزم توجه چند سر برای شناسایی بات­های اجتماعی از نوع آلاینده محتوا ارائه شده است که بدون ناهمگن کردن گراف توانسته است افراد و تویيت­هایشان را در کنار هم نگه دارد. استفاده از مکانيزم توجه چند سر باعث شده است که در گراف کاربران شبکه­های اجتماعي، به ویژگي­هایي که نقش مهم­تری در شناسایي بات­ها دارند منابع محاسباتي بيشتری تعلق گيرد و نقش پررنگ­تری در تصميم گيری داشته باشند. رویکرد پيشنهادی توانسته است با کارایي برابر یا بهتر از سایر رویکردهای مهم در این زمينه، رقابت کند. عبارات کليدی: بات­های اجتماعي، شبکه­های عصبي گراف، امنيت شبکه، انتشار محتوا، سازوکار توجه** | | | | |