اخبار

طرح استفاده از اعتبار مالیاتی برای دانشگاه‌های آسیب‌دیده نهایی شد

معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری با بیان اینکه در حال حاضر، ۴ دانشگاه و انستیتو پاستور خسارت‌های جنگ به زیرساخت‌های فناورانه خود را به ما اعلام کرده‌اند، گفت: در نشستی که هفته آینده با دکتر مدنی‌زاده، وزیر اقتصاد خواهیم داشت این کار شروع خواهد شد و بلافاصله بعد از ابلاغ، اجرا می‌شود. حسین افشین، معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رییس‌جمهور در گفت‌وگو با ایلنا و در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه «آیا از اعتبار مالیاتی شرکت‌ها برای بازسازی زیرساخت‌های فناورانه کشور استفاده شد یا خیر؟» گفت: در صورتی که یک شرکت بزرگ در دانشگاه‌های آسیب‌دیده از جنگ، سرمایه‌گذاری و ظرفیتی ایجاد کند، هزینه کرد بخش خصوصی به‌عنوان اعتبار مالیاتی محسوب می‌شود.
معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری با بیان اینکه زیرساخت‌های فناورانه آسیب‌دیده دانشگاه‌ها در جنگ تحمیلی سوم، همگی در زمره زیرساخت‌های با سطح فناوری بالا و مصداق ماده (۱۱) قانون جهش تولید دانش‌بنیان هستند؛ گفت: معاونت علمی آماده است از این ظرفیت برای بازسازی زیرساخت‌های فناورانه آسیب‌دیده دانشگاه‌ها استفاده کند. افشین در مورد آخرین جزییات این طرح، گفت: طرح استفاده از اعتبار مالیاتی برای دانشگاه‌ها نهایی شده و ما در هفته آینده با وزیر اقتصاد و دانشگاه‌ها آن را امضا می کنیم. معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری در مورد دلایل تاخیر اجرای این طرح، گفت: این طرح یکسری سیر اداری داشته است از جمله اینکه باید دانشگاه‌ها خسارت به زیرساخت‌های فناورانه خود در جنگ رمضان را به ما اعلام می کردند.
افشین افزود: در حال حاضر، ۴ دانشگاه و انستیتو پاستور خسارت‌های خود را به ما اعلام کرده‌اند. همچنین، بانک‌هایی که باید ما از اعتبار مالیاتی آنها استفاده کنیم هم تعیین شدند. انشالله در نشستی که هفته آینده با دکتر مدنی‌زاده، وزیر اقتصاد خواهیم داشت این کار شروع خواهد شد. وی در پاسخ به این سوال که «اجرای این طرح کی آغاز خواهد شد؟» گفت: بلافاصله بعد از ابلاغ، اجرا می‌شود.

برگزاری رویداد رصدی «ماه‌شناخت» با مشارکت گروه‌های نجومی در تهران

رویداد رصدی «ماه‌شناخت» شامگاه ۲۹ شهریور با مشارکت گروه‌های نجومی در آسمان‌نمای گنبد مینا برگزار می‌شود. به گزارش گروه فضا و نجوم خبرگزاری تسنیم، برنامه رصدی «ماه‌شناخت» شهریورماه، از ساعت ۱۸ تا ۲۲ روز یکشنبه ۲۹ شهریورماه، در ضلع جنوبی آسمان‌نمای گنبد مینا برگزار می‌شود. این رویداد با هدف ایجاد فرصتی برای رصد آسمان، تعامل میان گروه‌های نجومی و ترویج علم با همکاری آسمان‌نمای گنبد مینا ترتیب داده شده است. براساس برنامه‌ریزی صورت گرفته، این گردهمایی فراتر از یک رصد ساده خواهد بود و گروه‌های نجومی با تجهیزات رصدی خود نظیر تلسکوپ و دوربین‌های دوچشمی پرتوان، امکان رصد اجرام آسمانی را برای عموم شرکت‌کنندگان فراهم می کنند. همچنین، بخش‌های جنبی رویداد شامل برگزاری کارگاه‌های علمی، آزمایش‌های نمایشی و ارایه محتوای آموزشی توسط گروه‌های علمی فعال است که در صورت هماهنگی قبلی، در بخش‌های ویژه‌ای از این برنامه اجرا خواهد شد. افزون بر این، ظرفیت‌های موجود برای معرفی تشکل‌های نجومی شهر تهران و همچنین اشتراک‌گذاری تجربیات گروه‌های فعال در طراحی آزمایش‌های علمی مدارس نیز در «ماه‌شناخت» پیش‌بینی شده است. بنابر اعلام کارگروه ارتباطات و رسانه کمیته آماتوری انجمن نجوم ایران، هماهنگی‌های لازم برای حضور گروه‌ها و فعالان علمی تا روز جمعه ۲۷ شهریورماه ادامه دارد. متقاضیان مشارکت در این رویداد می‌توانند اطلاعات گروه، تعداد نفرات، نوع ابزار رصدی و فعالیت‌های علمی قابل ارایه خود را جهت برنامه‌ریزی نهایی، از طریق صفحه gonbadmina@ اعلام کنند.

برقراری تماس مستقیم ماهواره‌ای استارلینک با یک گوشی معمولی

آزمایش جدید بخشی از همکاری فست‌وب و استارلینک برای توسعه سرویس Starlink Mobile در ایتالیا است. هدف این پروژه، ایجاد پوشش ارتباطی در مناطقی است که شبکه‌های زمینی به آنها دسترسی ندارند؛ از مناطق کوهستانی و روستایی گرفته تا نقاط دورافتاده‌ای که ایجاد دکل مخابراتی در آنها دشوار یا پرهزینه است. شرکت فست‌وب با همکاری استارلینک، تماس مستقیم ماهواره‌ای با یک گوشی عادی را در کوهستان‌های ایتالیا با موفقیت آزمایش کرد. به گزارش زومیت، شرکت ایتالیایی Fastweb با همکاری استارلینک نخستین تماس ماهواره‌ای ایتالیا را با یک گوشی هوشمند معمولی در کوه‌های آپنین اومبریا آزمایش کرد؛ تماس تصویری در ظاهر تفاوتی با یک تماس عادی نداشت، اما مسیر ارتباطی آن از طریق ماهواره‌های استارلینک در ارتفاع حدود ۳۶۰ کیلومتری زمین برقرار شد. این آزمایش با فناوری Direct to Cell انجام شده است. در فناوری Direct to Cell، ماهواره‌های مجهز به تجهیزات ارتباطی می‌توانند مانند دکل‌های مخابراتی در فضا با گوشی‌های معمولی ارتباط برقرار کنند. به این ترتیب، زمانی که کاربر خارج از پوشش 4G یا 5G زمینی باشد و در فضای باز دید مناسبی به آسمان داشته باشد، گوشی می‌تواند به شبکه ماهواره‌ای متصل شود؛ بدون اینکه به دیش یا تجهیزات اختصاصی نیاز باشد. آزمایش جدید بخشی از همکاری فست‌وب و استارلینک برای توسعه سرویس Starlink Mobile در ایتالیا است. هدف این پروژه، ایجاد پوشش ارتباطی در مناطقی است که شبکه‌های زمینی به آنها دسترسی ندارند؛ از مناطق کوهستانی و روستایی گرفته تا نقاط دورافتاده‌ای که ایجاد دکل مخابراتی در آنها دشوار یا پرهزینه است. سرویس فعلاً تجاری نشده و فست‌وب آن را هنوز تست می‌کند. در شرایط فعلی امکان ارسال و دریافت پیامک و استفاده از برخی اپلیکیشن‌ها وجود دارد و اپلیکیشن‌های سازگار می‌توانند قابلیت‌های صوتی و تصویری را ارایه دهند. واتساپ، گوگل مپس، Messenger و X از جمله اپلیکیشن‌هایی هستند که فست‌وب در فهرست سازگاری خود به آنها اشاره کرده است. تماس تلفنی عادی از طریق شبکه موبایل ماهواره‌ای فعلاً پشتیبانی نمی‌شود و تماس‌های اضطراری نیز در حال حاضر جزو قابلیت‌های ارایه‌شده نیستند.

رونمایی از آیفون ۱۸ و خاطره روزی که آیفون برای نخستین بار به دست مشتریان رسید

آیفون؛ تغییر شیوه تعامل انسان با تلفن

نخستین آیفون با قیمتی بین ۴۹۹ تا ۵۹۹ دلار وارد بازار شد

همزمان با آغاز عرضه آیفون ۱۸ در بازارهای جهانی، مرور نخستین روز فروش آیفون در سال ۲۰۰۷ یادآور روزی است که تلفن همراه برای میلیون‌ها نفر معنای تازه‌ای پیدا کرد. ۲۹ ژوئن ۲۰۰۷، نخستین آیفون به‌طور رسمی وارد بازار امریکا شد؛ محصولی که اگرچه در زمان عرضه برخی امکانات رایج تلفن‌های هوشمند را نداشت، اما با طراحی متفاوت، صفحه‌نمایش لمسی و رابط کاربری تازه خود توانست صف‌هایی چندروزه مقابل فروشگاه‌های اپل ایجاد کند و یکی از مهم‌ترین نقاط عطف تاریخ صنعت تلفن همراه را رقم بزند.

◄ ۲۹ ژوئن؛ آغاز یک فصل تازه

۲۹ ژوئن ۲۰۰۷ برای اپل فقط یک روز عادی برای عرضه یک محصول جدید نبود. این شرکت پس از ماه‌ها تبلیغ و انتظار، سرانجام آیفون را در اختیار مشتریان قرار داد؛ محصولی که چند ماه پیش از آن، در جریان رویداد مک‌ورلد و توسط استیو جابز معرفی شده بود.
جابز هنگام رونمایی از آیفون، آن را ترکیبی از یک تلفن همراه، یک دستگاه پخش موسیقی و یک ابزار ارتباطی اینترنتی معرفی کرده بود. ایده اصلی اپل این بود که کاربر به جای استفاده از چند دستگاه مختلف، بتواند بسیاری از فعالیت‌های روزمره خود را با یک محصول انجام دهد.
اما اهمیت آیفون فقط به ترکیب چند قابلیت در یک دستگاه محدود نمی‌شد. اپل تلاش کرده بود شیوه تعامل انسان با تلفن همراه را نیز تغییر دهد. صفحه کلید فیزیکی که در بسیاری از تلفن‌های هوشمند آن زمان وجود داشت، کنار گذاشته شد و صفحه‌نمایش لمسی به مرکز تعامل کاربر با دستگاه تبدیل شد.

◄ تعطیلی فروشگاه‌ها چند ساعت پیش از آغاز فروش

اپل برای آماده‌سازی فروش آیفون در امریکا برنامه‌ای متفاوت در نظر گرفته بود. تمامی ۱۶۴ فروشگاه خرده‌فروشی این شرکت در امریکا در ساعت ۲ بعدازظهر تعطیل شدند تا کارکنان برای آغاز رسمی فروش در ساعت ۶ عصر آماده شوند.
در ظاهر، تنها چهار ساعت تا باز شدن فروشگاه‌ها فاصله وجود داشت، اما مشتریان خیلی زودتر خود را به فروشگاه‌ها رسانده بودند. صف‌های طولانی از چند روز قبل شکل گرفته بود و در برخی شهرها، انتظار برای خرید آیفون به یک رویداد رسانه‌ای تبدیل شده بود. مشتریان نه فقط برای خرید یک تلفن همراه، بلکه برای تجربه نخستین روز ورود محصولی جدید به بازار در صف ایستاده بودند.

◄ چهار روز انتظار برای یک آیفون

یکی از معروف‌ترین صحنه‌های آن روز در فروشگاه اپل در خیابان پنجم نیویورک شکل گرفت. برخی خریداران دست‌کم چهار روز پیش از آغاز رسمی فروش در صف حضور داشتند. هوای گرم و شرجی نیویورک نیز نتوانست مشتریان را از ادامه انتظار منصرف کند. حتی بارندگی شدید و یک توفان نیز برای پراکنده کردن صف طولانی خریداران کافی نبود. مشتریانی که در صف ایستاده بودند، ساعت‌ها و حتی روزها منتظر ماندند تا بتوانند یکی از نخستین آیفون‌ها را خریداری کنند. در آن زمان هنوز مشخص نبود این محصول جدید قرار است تا چه اندازه بر بازار تلفن همراه تأثیر بگذارد، اما رفتار مشتریان نشان می‌داد اپل توانسته توجه عمومی را به محصولی که هنوز وارد بازار نشده بود جلب کند.

◄ از نیویورک تا لس آنجلس صف‌هایی که خبرساز شدند

تب خرید آیفون به نیویورک محدود نماند. تصاویر صف‌های طولانی در شهرهای مختلف امریکا به یکی از نشانه‌های عرضه این محصول تبدیل شد. در پاسادنا، مشتریان با صندلی‌های تاشو در امتداد بلوار کلرادو صف کشیدند. در لس آنجلس نیز در مرکز خرید وستفیلد سنچری سیتی، حدود ۱۵۰ نفر شب را در انتظار آیفون سپری کردند. برخی از مشتریان برای گذراندن زمان فیلم تماشا می کردند و برخی دیگر به موسیقی گوش می‌دادند. صف خرید در واقع به بخشی از تجربه عرضه محصول تبدیل شده بود؛ تجربه‌ای که بعدها در عرضه نسل‌های مختلف آیفون بارها تکرار شد. این صف‌ها نشان می‌داد اپل توانسته بود پیش از آنکه محصولش در اختیار مشتریان قرار گیرد، نوعی هیجان عمومی پیرامون آن ایجاد کند.

◄ آیفونی که ارزان هم نبود

نخستین آیفون با قیمت پایینی وارد بازار نشد. مدل ۴ گیگابایتی با قیمت ۴۹۹ دلار و مدل ۸ گیگابایتی با قیمت ۵۹۹ دلار عرضه شد. البته خرید دستگاه تنها به پرداخت قیمت آن محدود نبود. مشتریان برای استفاده از آیفون باید قرارداد دو ساله با اپراتور منعقد می کردند. اپل همچنین برای جلوگیری از خرید انبوه، تعداد دستگاه قابل خرید را برای هر مشتری به حداکثر دو دستگاه محدود کرده بود. فروش نیز بر اساس اولویت حضور در صف انجام می‌شد.
در نتیجه، کسی که ساعت‌ها یا روزها در انتظار ایستاده بود، عملاً شانس بیشتری برای خرید دستگاه داشت.

◄ آیفون نخست چه چیزهایی نداشت؟

شاید جالب‌ترین بخش ماجرا این باشد که نخستین آیفون در مقایسه با تلفن‌های هوشمند امروزی محصولی بسیار محدود به نظر می‌رسد. این دستگاه فاقد صفحه کلید فیزیکی بود؛ قابلیتی که در آن زمان در بسیاری از تلفن‌های هوشمند محبوب بود. آیفون همچنین از شبکه نسل سوم تلفن همراه پشتیبانی نمی کرد. این مساله باعث شد برخی منتقدان نسبت به موفقیت محصول جدید اپل تردید داشته باشند.
از نگاه بازار آن زمان، سرعت اتصال اینترنت و امکان استفاده از شبکه‌های سریع‌تر اهمیت زیادی داشت و نبود پشتیبانی از نسل سوم می‌توانست یک نقطه ضعف محسوب شود.
با این حال، اپل تلاش کرد توجه کاربران را از مشخصات فنی صرف به تجربه استفاده از دستگاه معطوف کند.

◄ صفحه لمسی تفاوتی که به امضای آیفون تبدیل شد

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های آیفون با بسیاری از تلفن‌های همراه آن دوره، صفحه‌نمایش لمسی و شیوه تعامل با آن بود. کاربر به جای استفاده از دکمه‌های متعدد یا قلم، می‌توانست مستقیماً با انگشت خود روی صفحه کار کند. جابه‌جایی میان صفحات، بزرگ‌نمایی تصاویر و پیمایش محتوا تجربه‌ای متفاوت نسبت به بسیاری از محصولات موجود در بازار ایجاد می کرد.
این رویکرد به تدریج به یکی از ویژگی‌های اصلی تلفن‌های هوشمند تبدیل شد. بعدها بسیاری از تولیدکنندگان نیز طراحی محصولات خود را به سمت صفحه‌نمایش‌های لمسی بزرگ و حذف تدریجی صفحه کلید فیزیکی سوق دادند.
به این ترتیب، اهمیت نخستین آیفون را نمی‌توان فقط در تعداد دستگاه‌های فروخته‌شده خلاصه کرد؛ بخشی از اهمیت آن به تغییر مسیری مربوط می‌شود که صنعت تلفن همراه پس از آن طی کرد.

◄ ۲۷۰ هزار دستگاه در یک هفته

استقبال از نخستین آیفون در روزهای ابتدایی عرضه فراتر از انتظار بسیاری از ناظران بود. برآوردها نشان می‌دهد اپل در نخستین هفته حدود ۲۷۰ هزار دستگاه آیفون در بازار امریکا فروخت. این میزان فروش در شرایطی رقم خورد که محصول جدید با قیمت نسبتاً بالا عرضه شده بود و مشتریان برای خرید آن باید قرارداد دو ساله اپراتوری نیز امضا می کردند. اپل در آن زمان این عرضه را بزرگ‌ترین عرضه محصول خود از زمان معرفی نخستین مکینتاش در سال ۱۹۸۴ توصیف کرد. اگرچه فروش هفته نخست آیفون در مقایسه با بازار چند میلیارد دستگاهی تلفن همراه امروز رقم بزرگی به نظر نمی‌رسد، اما اهمیت آن را باید در فضای فناوری سال ۲۰۰۷ بررسی کرد؛ زمانی که تلفن‌های همراه هوشمند هنوز سهم بسیار کوچک‌تری از بازار داشتند و بسیاری از کاربران تلفن همراه را عمدتاً برای تماس، پیامک و برخی قابلیت‌های ساده اینترنتی استفاده می کردند.

◄ از یک محصول جدید تا یک اکوسیستم بزرگ

موفقیت آیفون فقط به نسل اول آن محدود نماند. اپل در سال‌های بعد نسل‌های جدید این محصول را معرفی کرد و به تدریج آیفون را به یکی از مهم‌ترین محصولات این شرکت تبدیل کرد.
در ادامه، فروشگاه نرم‌افزاری، برنامه‌های موبایلی، دوربین‌های پیشرفته‌تر، اینترنت سریع‌تر و مجموعه‌ای گسترده از خدمات به بخشی از تجربه آیفون تبدیل شدند. در واقع، نخستین آیفون آغاز مسیری بود که تلفن همراه را از یک ابزار ارتباطی به یک پلتفرم چندمنظوره تبدیل کرد؛ دستگاهی که می‌توانست همزمان برای ارتباط، سرگرمی، عکاسی، دسترسی به اینترنت، کار و طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های روزمره استفاده شود.

◄ از صف‌های سال ۲۰۰۷ تا بازار امروز

اکنون با ورود نسل‌های جدید آیفون، صنعت تلفن همراه فاصله زیادی با سال ۲۰۰۷ پیدا کرده است. صفحه‌نمایش‌های بزرگ‌تر و باکیفیت‌تر، دوربین‌های چندگانه، پردازنده‌های بسیار قدرتمند، ارتباطات پرسرعت و قابلیت‌های مبتنی بر هوش مصنوعی، تلفن‌های امروزی را به رایانه‌هایی کوچک تبدیل کرده‌اند که در جیب کاربران قرار می‌گیرند.
با این حال، تصاویر مشتریانی که در تابستان ۲۰۰۷ برای خرید نخستین آیفون روزها در صف ماندند، همچنان یکی از نمادهای مهم تاریخ فناوری محسوب می‌شود. آن روز شاید بسیاری از خریداران نمی‌دانستند محصولی که برای خریدش ساعت‌ها یا حتی چهار روز منتظر مانده‌اند، قرار است چه تغییری در صنعت تلفن همراه ایجاد کند. اما چند سال بعد مشخص شد آیفون تنها یک مدل تلفن همراه جدید نبود؛ محصولی بود که بخشی از قواعد بازار را تغییر داد و رقبا را نیز به بازنگری در طراحی و تجربه کاربری تلفن‌های هوشمند واداشت. اکنون که آیفون ۱۸ وارد بازارهای جهانی شده است، مقایسه این محصول با نخستین نسل آیفون، بیش از هر چیز تصویری از سرعت تحول فناوری ارایه می‌دهد؛ فاصله‌ای که از یک صفحه لمسی ساده و چند قابلیت محدود در سال ۲۰۰۷ به دستگاه‌هایی رسیده است که بخش قابل توجهی از زندگی دیجیتال کاربران را مدیریت می‌کنند. باوجود تمام این تغییرات، یک تصویر از نخستین روز فروش آیفون همچنان پابرجاست: صف‌هایی طولانی در مقابل فروشگاه‌های اپل و مشتریانی که حاضر بودند چند روز منتظر بمانند تا نخستین تجربه خود را با محصولی داشته باشند که بعدها به یکی از شناخته‌شده‌ترین نام‌ها در صنعت فناوری تبدیل شد.

هوش مصنوعی؛ دستیار جدید هکرهای رمزارزی

ورود مدل‌های قدرتمند هوش مصنوعی متن‌باز به فضای جرایم سایبری، معادلات امنیت در صنعت رمزارز را پیچیده‌تر کرده است. تازه‌ترین یافته‌های شرکت تحلیل داده‌های بلاک‌چین «چینالیسیس» نشان می‌دهد استفاده مهاجمان از بلاک‌چین برای ثبت و پنهان کردن دستورهای مربوط به بدافزارها در کمتر از یک سال ۴۴۰ درصد افزایش یافته و از حدود دو مورد در روز به بیش از ۱۱ مورد رسیده است؛ رشدی که همزمان با گسترش مدل‌های قدرتمند هوش مصنوعی متن‌باز رخ داده است.

◄ وقتی بلاک‌چین به ابزار هکرها تبدیل می‌شود

بلاک‌چین در سال‌های گذشته بیشتر با ویژگی‌هایی مانند شفافیت، تغییرناپذیری و امنیت شناخته می‌شد، اما همین ویژگی‌ها اکنون در برخی حملات سایبری به ابزاری برای مهاجمان تبدیل شده است. چینالیسیس در تازه‌ترین بررسی خود از تکنیکی با عنوان «مخزن مخفی بلاک‌چینی» یا Blockchain Dead Drop خبر داده است؛ روشی که در آن مهاجمان اطلاعات یا دستورهای لازم برای کنترل بدافزار را در تراکنش‌ها یا قراردادهای هوشمند ثبت می کنند.
در این شیوه، دستگاه قربانی ابتدا از طریق روش‌های متداول مانند دانلود آلوده، فیشینگ یا حملات زنجیره تأمین آلوده می‌شود. پس از آن، بدافزار می‌تواند به داده‌های ثبت‌شده روی بلاک‌چین مراجعه کرده و دستورهای جدید را دریافت کند.
مزیت این روش برای مهاجم، دشواری حذف اطلاعات است. برخلاف یک سرور متمرکز که ممکن است توسط شرکت میزبان، ارایه‌دهنده اینترنت یا نهادهای امنیتی از دسترس خارج شود، داده ثبت‌شده روی یک بلاک‌چین عمومی به سادگی قابل حذف نیست.

◄ رشد ۴۴۰ درصدی در کمتر از یک سال

بر اساس داده‌های چینالیسیس، تعداد ثبت‌های مخرب روی بلاک‌چین از حدود ۲.۰۶ مورد در روز به ۱۱.۱ مورد در روز رسیده است؛ رقمی که به معنای افزایش ۴۴۰ درصدی در کمتر از یک سال است. این شرکت همچنین اعلام کرده است که فعالیت‌های مرتبط با این روش را در پنج بلاک‌چین اصلی و بیش از ۱۲ گونه بدافزار شناسایی کرده است.
اهمیت این آمار زمانی بیشتر می‌شود که بدانیم استفاده از بلاک‌چین برای پنهان کردن یا انتقال دستورهای بدافزاری، فناوری کاملاً جدیدی نیست. تفاوت امروز در مقیاس و سهولت استفاده از این روش است. چینالیسیس معتقد است ظهور مدل‌های قدرتمند و متن‌باز هوش مصنوعی، بخشی از موانع فنی این حملات را کاهش داده است.

◄ هوش مصنوعی چگونه به تهدید سایبری کمک می‌کند؟

هوش مصنوعی مولد می‌تواند در بخش‌های مختلف چرخه یک حمله سایبری مورد استفاده قرار گیرد؛ از جست‌وجوی آسیب‌پذیری‌های نرم‌افزاری گرفته تا تولید یا اصلاح کد و خودکارسازی برخی فرایندهای تکراری.
در فضای رمزارز، این موضوع اهمیت بیشتری دارد، زیرا اکوسیستم دارایی‌های دیجیتال متکی بر مجموعه‌ای گسترده از قراردادهای هوشمند، کیف پول‌ها، صرافی‌ها، زیرساخت‌های امضای تراکنش و برنامه‌های غیرمتمرکز است.
گزارش تازه TRM Labs نیز از افزایش نقش هوش مصنوعی در جرایم مرتبط با رمزارز خبر می‌دهد. این شرکت در شاخص «پذیرش هوش مصنوعی در جرم» برای سال ۲۰۲۶، سطح کلی استفاده از AI در جرایم رمزارزی را «در حال ظهور» ارزیابی کرده و امتیاز آن را ۵۴ از ۱۰۰ اعلام کرده است؛ در حالی که این شاخص در سال ۲۰۲۴ برابر با ۲۸ بوده است. این شرکت می‌گوید هوش مصنوعی در حال کاهش موانع ورود مجرمان، افزایش مقیاس حملات و پیچیده‌تر شدن روش‌های سوءاستفاده است.

◄ افزایش تعداد هک‌ها در بازار رمزارز

همزمان با گسترش این روش‌ها، تعداد حملات علیه اکوسیستم رمزارز نیز افزایش یافته است. بر اساس گزارش TRM Labs، در نیمه نخست سال ۲۰۲۶، ۲۰۷ حمله هکی و اکسپلویت در صنعت رمزارز ثبت شده است؛ بالاترین رقم در یک دوره شش‌ماهه در داده‌های این شرکت. تعداد حملات نسبت به ۸۳ مورد در نیمه نخست سال ۲۰۲۵ بیش از دو برابر شده است.
با این حال، افزایش تعداد حملات الزاماً به معنای افزایش متناظر ارزش دارایی‌های سرقت‌شده نبوده است. TRM Labs مجموع خسارت مالی در نیمه نخست ۲۰۲۶ را حدود ۹۷۲ میلیون دلار اعلام کرده؛ رقمی که کمتر از نصف ۲.۳ میلیارد دلار سرقت‌شده در نیمه نخست سال ۲۰۲۵ است.

◄ قراردادهای هوشمند هدف اصلی حملات بیشتر

یکی از نکات قابل توجه در گزارش TRM Labs، افزایش حملات علیه قراردادهای هوشمند است. از مجموع ۲۰۷ حمله ثبت‌شده در نیمه نخست سال، ۱۲۵ مورد مربوط به اکسپلویت‌های قراردادهای هوشمند بوده است. در مقابل، حملات زیرساختی و عملیاتی اگرچه سهم کوچک‌تری از تعداد کل حملات داشته‌اند، بخش بسیار بزرگ‌تری از ارزش سرقت‌شده را به خود اختصاص داده‌اند. بر اساس این گزارش، حملات زیرساختی حدود ۱۵ درصد از حوادث را تشکیل داده‌اند اما حدود ۷۶ درصد از خسارت مالی را به خود اختصاص داده‌اند.

◄ بلاک‌چین؛ هم ابزار حمله، هم ابزار شناسایی

استفاده مجرمان از بلاک‌چین یک تناقض مهم ایجاد کرده است. همان ویژگی‌ای که می‌تواند برای مهاجم مزیت ایجاد کند، یعنی ثبت دایمی اطلاعات، می‌تواند برای محققان امنیتی نیز مفید باشد.
چینالیسیس اعلام کرده است هر بار که مهاجمان داده یا دستور جدیدی روی بلاک‌چین ثبت می کنند، این فعالیت به صورت دایمی باقی می‌ماند. همین موضوع می‌تواند به پژوهشگران اجازه دهد زیرساخت‌های مورد استفاده مهاجمان را شناسایی کرده و ارتباط میان کارزارهایی را که در نگاه نخست مستقل به نظر می‌رسند، پیدا کنند.

◄ مدل‌های متن‌باز و مساله کنترل

یکی از نگرانی‌های اصلی درباره مدل‌های متن‌باز، امکان اجرای مستقل آنهاست. در سرویس‌های متمرکز هوش مصنوعی، ارایه‌دهنده می‌تواند در صورت شناسایی سوءاستفاده، دسترسی کاربر را محدود یا مسدود کند. اما مدل‌هایی که به صورت مستقل اجرا می‌شوند، امکان کنترل متمرکز کمتری دارند. این وضعیت به توسعه‌دهندگان مخرب اجازه می‌دهد مدل را تغییر دهند یا برخی محدودیت‌های ایمنی آن را حذف کنند. به همین دلیل، بخشی از نگرانی‌های امنیت سایبری امروز دیگر تنها متوجه خود هوش مصنوعی نیست، بلکه به نحوه دسترسی، اجرای مستقل و ترکیب آن با فناوری‌های دیگری مانند بلاک‌چین مربوط می‌شود.

◄ رقابت تازه میان مهاجمان و مدافعان

گسترش استفاده مجرمان از هوش مصنوعی به معنای آن نیست که فناوری صرفاً در اختیار مهاجمان قرار گرفته است. شرکت‌های امنیت سایبری نیز در حال استفاده از هوش مصنوعی برای شناسایی الگوهای مشکوک، تحلیل تراکنش‌ها و سرعت بخشیدن به تحقیقات هستند. چینالیسیس نیز در سال ۲۰۲۶ از توسعه ابزارهای هوش مصنوعی برای تحلیل فعالیت‌های بلاک‌چینی و تحقیقات امنیتی خبر داده است. هدف چنین ابزارهایی، افزایش توان تیم‌های تحقیقاتی برای شناسایی فعالیت‌های مشکوک و ارتباط دادن داده‌های مختلف به یکدیگر است.

◄ تهدیدی که دیگر فقط یک حمله ساده نیست

ترکیب هوش مصنوعی، بلاک‌چین و بدافزار می‌تواند ساختار حملات سایبری را تغییر دهد. مهاجم می‌تواند از هوش مصنوعی برای کاهش زمان و هزینه آماده‌سازی عملیات استفاده کند و از بلاک‌چین برای ایجاد زیرساختی مقاوم‌تر در برابر حذف یا مسدودسازی بهره بگیرد. با این حال، داده‌های موجود نشان می‌دهد که تهدید اصلی در بازار رمزارز همچنان فقط به فناوری‌های نوین محدود نیست. سرقت کلیدهای خصوصی، فیشینگ، مهندسی اجتماعی و نفوذ به زیرساخت‌های عملیاتی همچنان نقش مهمی در بزرگ‌ترین سرقت‌ها دارند. TRM Labs نیز تأکید کرده است که بخش عمده خسارت‌های مالی نیمه نخست ۲۰۲۶ از حملات زیرساختی ناشی شده است.

دنیای فناوری

۲۵۰۰ روبوتاکسی در اروپا استارت می‌خورد

شرکت‌های لوسید (Lucid) و بولت (Bolt) قصد دارند دست‌کم ۲۵ هزار تاکسی خودران (روبوتاکسی) را در سراسر اروپا به کار بگیرند. این دو شرکت برای توسعه این خودروی خودران با یکدیگر همکاری خواهند کرد، اما هنوز مشخص نیست که این خودرو چه زمانی وارد خیابان‌های اروپا خواهد شد.
شرکت «لوسید» در حال تلاش برای ورود به بازار تاکسی‌های خودران اروپا است و برای این منظور با شرکت «بولت» همکاری می کند. «بولت» قصد دارد دست‌کم ۲۵ هزار خودروی خودران مبتنی بر پلتفرم سایز متوسط «لوسید» را در سراسر این قاره به کار گیرد. این شرکت خدمات اشتراک سفر را برنامه‌ریزی کرده است که تا سال ۲۰۳۵ می‌خواهد ۱۰۰ هزار خودروی خودران را در پلتفرم خود داشته باشد، اما هنوز اعلام نکرده است که این تاکسی‌های خودرانِ خاص، چه زمانی فعالیت خود را آغاز خواهند کرد. «بولت» که قصد دارد مالکیت و بهره‌برداری از ناوگان «لوسید» را بر عهده بگیرد، برای توسعه این خودرو با شرکت خودروسازی «لوسید» همکاری خواهد کرد. این تاکسی خودران احتمالاً از معماری خودروهای خودران «هایپریون» (Hyperion) شرکت «انویدیا» استفاده خواهد کرد و برای سطح ۴ اتوماسیون طراحی می‌شود. به عبارت دیگر، برنامه‌ریزی شرکت‌ها بر این است که خودرو در محدوده‌هایی مشخص، به‌صورت کاملاً خودکار حرکت کند. اوایل امسال، لوسید از یک نمونه اولیه تاکسی خودرانِ دونفره مبتنی بر پلتفرم سایز متوسط رونمایی کرد؛ پلتفرمی که قرار است به این شرکت کمک کند خودروهایی ارزان‌تر از مدل‌های فعلی خود تولید کند.
لوسید همچنین در ایالات متحده همکاری‌هایی در زمینه تاکسی‌های خودران با شرکت‌های اوبر (Uber) و نورو (Nuro) دارد. «اوبر» قصد دارد ۳۵ هزار تاکسی خودران «لوسید» را در این کشور به کار گیرد که شامل خودروهای سایز متوسط و مدلی مبتنی بر شاسی‌بلند «گرویتی» (Gravity) می‌شود.

همکاری جدید «انویدیا» و «گوگل» برای برق‌رسانی به هوش مصنوعی!

ائتلاف جدید سه شرکت گوگل، انویدیا و «امرالد ای‌آی» به دنبال تسریع اتصال مراکز داده هوش مصنوعی به شبکه برق است. در مقابل، این مراکز متعهد می‌شوند که در ساعات اوج مصرف، میزان برق مصرفی خود را کاهش دهند.
شرکت انویدیا، گوگل و شرکت «امرالد ای‌آی» (Emerald AI) ائتلاف جدیدی با نام «اتحاد مدیریت انرژی هوش مصنوعی» (AEMA) تشکیل داده‌اند. هدف این ائتلاف، ترویج مراکز داده هوش مصنوعی منعطف‌تری است که نه باعث اختلال در شبکه برق شوند و نه نیازمند ارتقاهای عظیم و پرهزینه‌ای باشند که هزینه آن بر دوش مالیات‌دهندگان می‌افتد. در مقابل، این ائتلاف از اپراتورهای شبکه برق می‌خواهد که روند اتصال این مراکز داده به شبکه را تسریع کنند. همانطور که انویدیا در وبلاگ خود توضیح داده است، زیرساخت برق ایالات متحده برای «تقاضای ثابت و یکنواخت» طراحی شده، نه برای مراکز محاسباتی که قابلیت تغییر الگوی مصرف برق را دارند. در همین راستا، این شرکت‌ها قصد دارند استانداردی برای مراکز داده منعطف تعیین کنند؛ یعنی مراکزی که بتوانند بارهای کاری محاسباتی را جابه‌جا کنند، انرژی ذخیره‌شده را تخلیه کنند و به شرایط اضطراری شبکه واکنش نشان دهند تا بدین ترتیب به جای یک «بار مصرفی غیرقابل‌انعطاف»، به «منبعی قابل کنترل» تبدیل شوند.
شرکت «امرالد ای‌آی» که یک استارت‌آپ متمرکز بر افزایش انعطاف‌پذیری مراکز داده است، در مقاله‌ای در نشریه «Fortune» هدف این ائتلاف جدید را تشریح کرد. وارون سیوارام (Varun Sivaram)، مدیرعامل این شرکت نوشت که مراکز داده جدید در امریکا ممکن است برای اتصال به شبکه برق، یک دهه یا بیشتر منتظر بمانند؛ زیرا شرکت‌های برق باید اطمینان حاصل کنند که در زمان اوج تقاضا، از جمله بعدازظهرهای بسیار گرم تابستان که کولرها با حداکثر توان کار می کنند، ظرفیت کافی برای تأمین برق همه مشترکان را دارند.
با این حال، میانگین بهره‌برداری از شبکه برق تنها ۵۰ درصد است؛ بنابراین اگر «مراکز داده هوش مصنوعی در بحرانی‌ترین ساعات سال برای شبکه، منعطف عمل کنند، امریکا می‌تواند ۱۰۰ گیگاوات از ظرفیت شبکه موجود را به این مراکز اختصاص دهد.
در همین راستا، «اتحاد مدیریت انرژی هوش مصنوعی» (AEMA) اصولی را از جمله «تعیین قوانین شفاف برای مراکز داده در خصوص حفظ اتصال در زمان اختلالات کوتاه‌مدت شبکه، کاهش مصرف برق در مواقع لزوم و واکنش به شرایط اضطراری» پیشنهاد می‌کند. همچنین الزامات فنی، شاخص‌های عملکرد و اشتراک‌گذاری داده‌های عملیاتی نیز استانداردسازی خواهند شد. در مقابل، اپراتورهای شبکه نیز مراکز داده را سریع‌تر به شبکه متصل کرده و احتمالاً در هزینه‌ها مشارکت خواهند کرد. برخی از فناوری‌های پیشنهادی این گروه شامل باتری‌هایی برای تأمین برق در ساعات اوج مصرف، سیستم‌های تولید برق در محل برای پاسخگویی به تقاضا و نرم‌افزارهایی است که می‌توانند عملیات محاسباتی غیرفوری را کند، متوقف یا به زمان دیگری موکول کنند.
احتمالاً تشکیل این ائتلاف واکنشی به اعتراضات گسترده عمومی علیه مراکز داده هوش مصنوعی است؛ موضوعی که سیاستمداران کم‌کم متوجه شده‌اند می‌تواند بر شانس انتخاب مجدد آنها در آینده تأثیر بگذارد. با توجه به خشم کنونی جوامع نسبت به مراکز داده هوش مصنوعی، ممکن است افکار عمومی لزوماً نگاه مثبتی به این ائتلاف نداشته باشند.