

آینده

۶ نوع اطلاعاتی که نباید با هوش مصنوعی به اشتراک بگذاریم

[علی شاکر- سروش شاکر] هوش مصنوعی ابزار قدرتمندی است، اما نباید همه چیز را به آن گفت! در این یادداشت توضیح داده‌ایم که چرا این ۶ نوع داده حساس را نباید با هوش مصنوعی به اشتراک بگذاریم. در ادامه به این ۶ مورد به‌طور خلاصه می‌پردازیم:

اطلاعات شناسایی شخصی

مثل نام، کد ملی، تاریخ تولد و آدرس. این داده‌ها می‌توانند برای سرقت هویت یا سوءاستفاده‌هاستعمال شوند.

اطلاعات مالی و بانکی

هرگز اطلاعات حساب بانکی، رمز عبور یا جزئیات کارت‌های اعتباری را وارد نکنید. خطر حملات سایبری همیشه وجود دارد.

اسرار تجاری و اطلاعات کسب‌وکار

استراتژی‌ها و برنامه‌های تجاری را امن نگه دارید. افشای این اطلاعات می‌تواند مزیت رقابتی شما را از بین ببرد.

داده‌های بیومتریک

مثل اثر انگشت و اسکن چهره. اگر این داده‌ها نشت کنند، دیگر قابل تغییر نیستند و خطرات زیادی ایجاد می‌کنند.

سوابق پزشکی و اطلاعات سلامت

این داده‌ها می‌توانند تبعیض یا افزایش هزینه‌های بیمه‌ای را به دنبال داشته باشند. مراقب باشید.

ایده‌های خلاقانه و گفت‌وگوهای خصوصی

ایده‌های نوآورانه و اطلاعات شخصی را افشا نکنید. این داده‌ها ممکن است بدون اجازه شما استفاده شوند.

چگونه از این داده‌ها محافظت کنیم؟

سیاست‌های حریم خصوصی را بخوانیم.
اطلاعات حساس (توضیح داده‌ایم منظور چیست) به ماشین ندهیم.
از هویت‌های مجازی استفاده کنیم.
دسترسی داده‌ها را محدود کنیم
خیلی طبیعی است که این روزها در مواجهه با هوش مصنوعی گیج باشیم. تنها راه کاستن از چالش‌های آینده، آگاهی نسبت به این پدیده و یادگرفتن بهینه‌سازی کار هوش مصنوعی است. آینده هوشمند، انتخاب‌های آگاهانه می‌طلبد و گرنه در خوشبینانه‌ترین وضع تبدیل می‌شویم به مصرف‌کننده این فناوری.

بدانیم

اعتیاد به خرید، چرا و چگونه؟!

اعتیاد به خرید، خرید وسواسی یا جنون خرید کردن (Oniomania) به تکرار مداوم عمل خرید کردن با وجود عواقب اقتصادی آن گفته می‌شود. وسوسه خرید آتی با ویژگی‌های افکار مزاحم در مورد خرید کردن همراه با کنترل تکانه ضعیف و عواقب رفتاری شدیدی مانند اختلافات زناشویی و مشکلات مالی مشخص می‌شود.

اعتیاد به خرید چقدر شایع است؟

اختلال خرید اجباری به طور رسمی در راهنمای آماری و تشخیصی اختلالات روانی (DSM) به رسمیت شناخته نشده است. با این حال، متخصصان سلامت روان بر این باورند که این وضعیت یک مشکل جدی است که می‌تواند تأثیری پایدار بر افراد و اطرافیانشان بگذارد و گزینه‌های درمانی آن مشابه درمان سایر اعتیاد‌های رفتاری است. حدود ۶ درصد از جمعیت آمریکا دچار وسوسه خرید آتی هستند و ۸۰ درصد از بیماران را زنان تشکیل می‌دهند. بسیاری از زنان از سنین پایین به لذت خرید کردن همراه با مادر و دوستان عادت می‌کنند و این باعث شکل گیری این اختلال در سنین بزرگسالی می‌شود. این اختلال در مردان با ظهور تکنولوژی و ساده‌تر شدن خرید تشدید شده است.

علت ابتلا به وسواس خرید چیست؟

کارشناسان هنوز در حال بررسی عوامل خطر بالقوه در ابتلا به این اختلال هستند. تحقیقات نشان می‌دهد که این بیماری دارای همبودی قابل توجهی، به ویژه با اختلالات خلق و خوی، اضطراب، مصرف مواد، خوردن، شخصیت‌های اعتیاد آور و سایر اختلالات کنترل تکانه است. به عبارت دیگر، اعتیاد به خرید همانند دیگر رفتارهای اعتیادآور مانند پرخوری و قمار است. این اختلال همراه با دیگر اختلالات روانی مانند افسردگی، اضطراب و اختلالات خوردن دیده می‌شود. همراهی اختلالات رفتار وسواس گونه مانند پوست کنی، مو کنی، اختلال وسواس جبری، اعتیاد به مواد مخدر و اختلالات شخصیت محتمل است. همچنین، خرید اجباری می‌تواند با اختلال احتکار همزمان باشد. برخی از علائم بین این دو اختلال همپوشانی دارند، مانند بدتر شدن تدریجی علائم، پنهان کاری و شرم. اکثر افرادی که دچار اختلال احتکار هستند، خرید می‌کنند، اما همه خریداران اجباری احتکار نمی‌کنند. در واقع، بیماری که دچار وسواس خرید است، اما مشکل احتکار ندارد، با دور انداختن وسایل اضافه‌شکل را پنهان می‌کند. برخلاف سایر انواع اعتیاد که در دوره نوجوانی بیشتر دیده می‌شوند، وسوسه خرید آتی بیشتر در دهه ۲۰ و ۳۰ رواج دارد که شخص به استقلال مالی می‌رسد. متخصصان حوزه سلامت روان باید در مورد تشخیص اختلال وسوسه خرید آتی و تمایز آن با رفتارهای تکانشی مانند خرید افراطی و ولخرجی در دوره شیدایی اختلال دوقطبی دقت بیشتری به خرج دهند.

چگونه تشخیص دهیم دچار وسواس خرید کردن هستیم؟

اگر پاسخ شما به بسیاری از سوالات زیر مثبت است، احتمال وجود این اختلال و وسواس در شما می‌رود و بهتر است با یک مشاور صحبت کنید.

- وقتی عصبانی و ناامید هستید، به خرید می‌روید؟
- ولخرجی‌هایتان باعث بروز مشکل در زندگی‌تان شده است؟
- با همسرتان بر سر خرید کردن اختلاف دارید؟
- وقتی خرید می‌کنید احساس بسیار خوبی به شما دست می‌دهد؟
- پس از خرید کردن احساس پشیمانی و اضطراب پیدا می‌کنید؟
- به خاطر خرید‌هایتان احساس گناه و خجالت دارید؟
- چیزهایی خریدید که تا به حال استفاده نکرده‌اید؟
- تقریباً همیشه به پول فکر می‌کنید؟
- چطور با اعتیاد به خرید مقابله کنیم؟
- کارت‌های بانکی را کتار بگذارید
- ریال به ریال پولتان را ثبت کنید
- عادت به تاخیر پیدا کنید
- از وسوسه‌ها دور شوید

«شهروند»، چند و چون بلک فرایدی در ایران را بررسی می‌کند

حقایق درباره دروغ‌های قیمت‌گذاری در جمعه سیاه

[حانیه جهانیان] هرچای شهر را که نگاه می‌کنی، تبلیغات شگفت‌آور و اغواکننده طرح و رنگ را پر کرده است! از اقساط طولانی تا فروش کالا زیر قیمت! شلوغی خیابان و سرگرم خرید بودن در هفته‌های منتهی به مهر و فروردین را به خوبی به خاطر دارم. اما تشویق به خریدن شیر مرغ تا جان آدمیزاد میان سرمای آذر حساسی گیجیم می‌کند. چرا در آخرین ماه پاییز باید نگران فهرست خرید آینده باشیم؟ با کدام معیار؟ حریف تبلیغات سطح شهر و پیام‌های مستمر روی صفحه موبایل نمی‌شوم، بی‌مقدمه سری به یکی از همین سایت‌ها می‌زنم. اولین محصول را انتخاب می‌کنم، و سوسه خرید پرتخفیف مرا منفعّل و دست‌بسته‌تر از قبل می‌کند، به خودم می‌آیم و با سبد غول‌پیکر خرید راهی پرداخت نهایی می‌شوم که کاملاً اتفاقی تبلیغ یک فروشگاه اینترنتی دیگر برآیم ارسال می‌شود. خشکم می‌زند، چطور ممکن است دقیقاً همان محصول با همان مشخصات چنین اختلاف قیمت فاحشی داشته باشد و حتی قیمتش در حالت عادی از قیمتی که در جشنواره و تخفیف قرار گرفته کمتر باشد؟! خریدم را با قیمت کمتر نسبت به سایت ابتدایی، ثبت می‌کنم، هنگام پرداخت متوجه می‌شوم که اجازه انتخاب زمان و هزینه ارسال را ندارم! دلسرد و سرشار از خشم، تلفن را گوشه‌ای رها می‌کنم، حس فریب و ساده‌لوحی غم‌را بیشتر می‌کند! راستی راستی قرار بود، دروغ‌های قیمت‌گذاری، به من توهم زرنگی بدهد اما آنلاین‌شاپ‌ها در «بلک فرایدی» و تخفیفات پوشالی‌شان چند قدم از من جلوتر بودند! «بلک فرایدی»، چیست؟ چگونه به فرهنگ ما راه یافت و چه خطراتی در پشت آن پنهان شده‌اند؟ پاسخ تمام این سوالات در گزارش امروز «شهروند» آمده است که در ادامه می‌خوانید.



یکی دیگر از مواردی که در این موضوع باید مدنظر قرار داد این است که سابقه فروشنده حرف اول را می‌زند.

عجله نکنید!

فرب فروشگاه‌های اینترنتی در بالابردن سطح هیجان خریداران تا حدی ست که از خرید منطقی و عاقلانه فاصله بگیرد. در واقع این سکوها در تلاش‌اند تا به خریدار احساسات و هیجانات بالا و تجربه کم اقدام به خرید می‌کنند. پس بهتر است پرهیز در تعجیل را خریداران مدنظر قرار دهند.

باشنه آشیل خریدهای اینترنتی

برخی چالش‌های خرید حضوری در کلانشهرها، نظیر ترافیک، آلودگی، هدر رفت زمان و سرمایه و مواردی از این دست شما را ناگزیر به سمت خرید اینترنتی می‌کشاند، هزینه‌هایی که در علم اقتصاد با عنوان «هزینه‌های پنهان» از آن‌ها یاد می‌شود. اما خریدار با بررسی مسافت و هزینه، خود می‌تواند در این باره تصمیم بگیرد. یکی از

...

هشدارهای پلیس فتا درباره «بلک فرایدی»

با نزدیک شدن به جمعه سیاه (بلک فرایدی)، پلیس فتا نسبت به افزایش کلاهبرداری‌های اینترنتی هشدار داد که در ادامه می‌خوانید.

برای جلوگیری از کلاهبرداری‌هایی از این نوع، اطلاع‌رسانی اهمیت زیادی دارد. مردم باید قبل از خرید از قیمت‌های واقعی مطلع شوند و از فروشگاه‌های معتبر خرید کنند.

همچنین، دستگاه‌های نظارتی و قانونی باید در جلوگیری از تبلیغات گمراه‌کننده و برخورد با فروشندگان متخلف نقش فعالی ایفا کنند. در همین راستا، هموطنان در صورت تمایل به استفاده از تخفیفات بلک فرایدی و کاهش ریسک کلاهبرداری در فضای مجازی باید در هنگام خرید اینترنتی نکات زیر را مدنظر داشته باشند:

هرگونه ثبت سفارش و خرید را، صرفاً از سایت‌های فروشگاه‌ها، معتبر و مجاز داخل کشور که دارای مجوزهای قانونی هستند انجام دهند.

هرگونه انتقال پول از طریق درگاه‌های بانکی انجام شود و در زمان پرداخت هزینه دقت داشته باشند که عملیات بانکی را صرفاً از طریق لینک اصلی صفحه پرداخت، انجام دهند. به هیچ عنوان به تبلیغات فریبنده و اغواکننده صفحات فروشگاه‌ها در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام که بستر اصلی کلاهبرداری هستند، توجه نکنند.

...

جمعه سیاه از آغاز تا امروز

بلک فرایدی (Black Friday) یک روز خرید بزرگ است که در ایالات متحده و بسیاری از کشورهای دیگر بعد از روز شکرگزاری (Thanksgiving) برگزار می‌شود. این روز به عنوان آغاز رسمی فصل خرید کریسمس شناخته می‌شود و فروشگاه‌ها تخفیف‌های ویژه‌ای را برای جذب مشتریان ارائه می‌دهند که تاریخچه جالبی دارد که به چندین دهه قبل برمی‌گردد

تاریخچه بلک فرایدی

اصطلاح «بلک فرایدی»؛ این اصطلاح برای اولین بار در دهه ۱۹۶۰ در فیلادلفیا به کار رفت. پلیس فیلادلفیا از این اصطلاح برای توصیف شلوغی و ترافیک سنگین ناشی از خریداران و توریست‌ها در روز بعد از شکرگزاری استفاده کرد.

۲. توسعه به عنوان یک رویداد خرید

دهه ۱۹۸۰: با گذشت زمان، فروشگاه‌ها شروع

به استفاده از این اصطلاح برای تبلیغ تخفیف‌های ویژه خود کردند. این روز به تدریج به یک رویداد خرید بزرگ تبدیل شد که مشتریان برای خرید کالاهای تخفیف‌خورده به فروشگاه‌ها هجوم می‌آوردند.

۳. تأثیرات اقتصادی

رشد فروش: بلک فرایدی به یکی از مهم‌ترین روزهای خرید در سال تبدیل شد و به کسب‌وکارها کمک کرد تا از «قرمز» (زیان) به «سیاه» (سود) بگردند.

به همین دلیل، این روز به عنوان نماد آغاز فصل خرید کریسمس شناخته می‌شود.

۴. خرید آنلاین

دهه ۲۰۰۰: با ظهور اینترنت و خرید آنلاین، بلک فرایدی به فضای مجازی نیز سرایت کرد. بسیاری از خریداران به خرید آنلاین روی آوردند و این روز به یک رویداد جهانی تبدیل شد.

بلک فرایدی امروز به یک سنت فرهنگی و



اقتصادی تبدیل شده است که نه تنها در ایالات متحده، بلکه در بسیاری از کشورهای دیگر نیز برگزار می‌شود. این روز فرصتی برای خریداران برای خرید کالاهای مدنظر است در واقع، فروشگاه‌ها تخفیف‌های قابل توجهی ارائه می‌دهند، معمولاً بین ۲۰ تا ۷۰ درصد. بسیاری از خریداران به خرید آنلاین روی می‌آورند تا از شلوغی فروشگاه‌ها جلوگیری کنند. برخی از فروشگاه‌ها در نیمه شب باز می‌شوند و برخی دیگر تخفیف‌ها را از روزهای قبل آغاز می‌کنند.



مزایایی که فروشگاه‌های حضوری روی آن بسیار تأکید می‌کنند، تشابه تمام‌وکمال، محصول انتخابی و تحویل گرفته شده است. اگر به خاطر داشته باشید تا مدت‌ها یکی پرتکرارترین واکنش‌های خریداران مجازی، مقایسه آنچه سفارش دادند و آنچه تحویل گرفتند بود... اتفاقی که با واکنش‌های طنز بسیاری نیز همراه بود.

رسانه را کنار بزنیم!؟

اگر همه فرهنگ‌ها، روی ویژگی‌های منحصربه‌فردشان تأکید کنند و برای رسیدن به نتیجه مطلوب از رسانه استفاده کنند، می‌توانند پدیده‌شوند. در مسائل فرهنگی بسیار جلوتر از سایر ملت‌ها هستیم؛ گواه این مدعا آداب و رسوم‌های ملی ماست که به سادگی با یک کار جمعی و موثر می‌تواند خروجی‌های مطلوب‌تری از تمام «بلک فرایدی‌ها» و «هالوین‌ها» و... داشته باشد. از نوروژ تا پلدا، در سال‌های اخیر بسیار در این مورد پیشرفت کردند اما به نظر همچنان می‌توانیم بهتر از آن‌ها استفاده کنیم.

در صورت خرید کالا از کانال‌ها و صفحات مجازی، هزینه آن را پس از تحویل بپردازند؛ این کار می‌تواند از واريز وجه بدون تحویل کالا جلوگیری کند.

خریدار باید دقت داشته باشد جنس فیک و تقلبی را تحویل نگیرد و بعد از اطمینان از اصالت کالا پول آن را پرداخت کند. شهروندان در صورت مشاهده موارد مشکوک و مجرمانه مراتب را از طریق شماره ۹۶۴۸۰ به پلیس فتا گزارش دهند.

مراحل شکایت از جرایم اینترنتی

هموطنان در صورت مواجهه با جرایم اینترنتی و نیاز به شکایت از طریق پلیس فتا، باید مراحل ذیل را تا زمان حصول نتیجه طی کنند:

- ۱- ثبت‌نام اولیه در سامانه ثنا
- ۲- دریافت نوبت اینترنتی و مراجعه حضوری به دفاتر خدمات قضایی
- ۳- تکمیل ثبت‌نام و تنظیم شکوائیه در مورد موضوع جرم
- ۴- ارجاع سیستمی به مرجع قضائی برای برخورد قانونی با مجرمان
- ۵- ارجاع پرونده به پلیس فتا جهت انجام تحقیقات تکمیلی
- ۶- دعوت از شاکی جهت انجام تحقیقات تکمیلی و ارسال مستندات به مرجع قضایی
- ۷- رسیدگی و صدور حکم توسط دادگاه

...