

✦ هوش مصنوعی

آمریکا و بریتانیا از امضای بیانیه بین المللی درباره هوش مصنوعی خودداری کردند

بر اساس گزارش BBC، در اجلاس AI Action Summit فرانسه، چین، هند و چندین کشور دیگر بیانیه‌ای را امضا کردند و در آن متعهد شدند رویکردی باز، جامع و اخلاقی را درباره توسعه هوش مصنوعی پیش بگیرند. اما آمریکا و بریتانیا از امضای این بیانیه خودداری کردند. این اجلاس روی تأثیر هوش مصنوعی بر جامعه و محیط زیست متمرکز بوده و کشورها به اقدامات لازم برای دریافت مزایای این فناوری و جلوگیری از خطرات آن پرداختند.

خودداری آمریکا و بریتانیا از امضای بیانیه هوش مصنوعی

ایالات متحده و بریتانیا دلایلشان برای امضا نکردن بیانیه را توضیح نداده‌اند اما پیش‌ازین، «جی دی ونس»، معاون رئیس جمهور آمریکا، در پاریس گفت مقررات بیش‌ازحد درباره هوش مصنوعی می‌تواند «صنعتی متحول‌کننده را همان‌طور که در مسیر رشد است، از بین ببرد.» ونس به دیگر سران کشورها که به اجلاس پاریس آمده بودند، گفت هوش مصنوعی «فرصتی است که دولت ترامپ آن را هدر نخواهد داد و سیاست‌های حامی رشد هوش مصنوعی باید بر ایمنی اولویت داده شود.» او گفت این امر مستلزم مقرراتی است که به جای سرکوب هوش مصنوعی توسعه آن را تقویت کند. ونس اضافه کرد به ویژه رهبران اروپا باید «به جای ترس و وحشت، به این فناوری پیشرفته جدید با خوش بینی نگاه کنند.» به نظر می‌رسد اظهارات جی دی ونس با نظرات «امانوئل مکرون»، رئیس جمهور فرانسه که از نیاز به مقررات بیشتر دفاع می‌کند، در تضاد است. مکرون در این اجلاس گفت: «به این قوانین برای پیشرفت هوش مصنوعی نیاز داریم.» سیاست‌گذاران، مدیران و دیپلمات‌ها در اجلاس پاریس مشغول بررسی راه‌هایی برای کسب مزایای اقتصادی هوش مصنوعی و در عین حال پرداختن به خطرات این فناوری هستند. بیشتر امانوئل مکرون نیز با انتشار مجموعه‌ای از کلیپ‌های دیپ‌فیک از خود در شبکه‌های اجتماعی به خطرات هوش مصنوعی اشاره کرد.

✦ فناوری



جست و جود گوگل برای حذف اینستاگرام و فیسبوک افزایش یافته است

طبق جدیدترین آمار از جست و جویهای گوگل، حذف اکانت پلتفرم‌های مرتبط با متا از جمله فیسبوک و اینستاگرام با افزایش شدیدی مواجه شده که گمان می‌رود به دلیل حذف سیستم راستی‌آزمایی مستقل محتوا توسط این شرکت باشد. «مارک زاکربرگ»، مدیرعامل متا، به تازگی اعلام کرده پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی تحت مالکیت این شرکت مانند اینستاگرام و فیسبوک به زودی دیگر از سیستم راستی‌آزمایی محتوا توسط مراجع شخص ثالث استفاده نخواهند کرد و سیاست‌های نظارت بر محتوای آنها هم نسبت به گذشته سخت‌گیری کمتری خواهد داشت. این تغییر باعث می‌شود نحوه نظارت بر محتوایی که کاربران منتشر می‌کنند، به خصوص در زمینه مطالب سیاسی، به روند سابق بازگردد و سانسور کمتری روی آنها اعمال شود. منتقدان متا مدعی‌اند اقدام اخیر مرتبط با آغاز دوره ریاست جمهوری دونالد ترامپ است تا از تلافی سیاسی احتمالی علیه متا با زاکربرگ جلوگیری کند. اکنون به گزارش تک‌کراچ و طبق آمار جست و جویهای گوگل، افراد زیادی به دنبال نحوه حذف حساب‌های کاربری درون این موتور جست و جو هستند. عبارت‌هایی مثل «حذف اینستاگرام» از ۷ ژانویه، روز اعلام تغییر، به امتیاز ۱۰۰ دست پیدا کرده‌اند که حداکثر میزان محبوبیت در گوگل ترندز محسوب می‌شود. همچنین اشاره شده است عبارت‌های دیگری مثل «حذف تمامی عکس‌های اینستاگرام» و «حذف حساب کاربری اینستاگرام بدون ورود به اکانت» با افزایش شدید میزان جست و جود گوگل مواجه شده‌اند.

دلیل نگرانی کاربران از سیستم جدید نظارت بر محتوای فیسبوک چیست؟

فیسبوک و اینستاگرام چندین سال است پتانسیل بالقوه‌ای برای پخش اطلاعات نادرست یا جهت‌گیری‌های خطرناک نشان داده‌اند. از برجسته‌ترین رویدادهای مرتبط با پخش محتواهای نادرست در پلتفرم‌های متا مربوط به حمله ۶ ژانویه ۲۰۲۱ به ساختمان کنگره آمریکا بود. منتقدان می‌گویند پست‌های حاوی اطلاعات غلط باعث افزایش خشم کاربران شد و انگیزه حمله‌کنندگان به ساختمان کنگره را افزایش داد. گزارش‌های داخلی متا نشان می‌دهد این شرکت از تلاش‌های طرفداران ترامپ برای ایجاد جنبش مجازی جلوگیری نکرده بود اما ابزارهای مناسب برای تشخیص جهت‌گیری‌های سیاسی در محتوا و یافتن تئوری‌های توطئه و تحریک به خشونت در اختیار داشته است. از دیگر حوادث مرتبط با تحریک افراد به خشونت در پست‌های منتشر شده روی پلتفرم‌های متا می‌توان به نسل‌کشی ارتش برمه علیه مردم روهینگیا در جریان اعتراضات و دیگری‌های میانمار اشاره کرد. مارک زاکربرگ سال ۲۰۲۱ گفته بود علاقه‌ای به حضور دعوای سیاسی روی شبکه‌های اجتماعی تحت مدیریت خود ندارد اما ظاهراً چنین اتفاقی اجتناب‌ناپذیر است. به نظر می‌رسد با اتخاذ سیاست‌های جدید برای نظارت بر محتوا که کاربران به دنبال گزینه‌های جایگزین برای فیسبوک می‌گردند و میزان جست و جو برای پلتفرم‌های رقیب مثل بلواسکای و ماستودون نیز به شدت افزایش یافته است.

✦ بدانیم

موفقیت پس از ۱۹ سال

اسپاتیفای، بزرگ‌ترین سرویس استریم موزیک در جهان، اعلام کرد برای اولین بار در ۱۹ سال اخیر موفق شده است یک سال کامل سودده باشد. این شرکت تا پیش از این فقط یک فصل توانسته بود سوددهی داشته باشد و در تمام این سال‌ها عمل‌آزمایان ده بود و هزینه‌های آن بیشتر از درآمدش بوده است. یکی از دلایل این افزایش درآمد، اپل است که بعد از جریبه ۲ میلیارد دلاری، بالاخره به اسپاتیفای اجازه داد که قیمت واقعی اشتراک بدون سودا دل را به کاربران نشان دهد و کاربران را به سایت برای پرداخت هدایت کند تا نیازی به پرداخت کارمزداپل نداشته باشند. تعداد کاربران اسپاتیفای ۳۵ میلیون افزایش داشته و به ۶۷۵ میلیون کاربر رسیده است؛ ۲۶۳ میلیون کاربر از این آمار اشتراک پریموم دارند.



«شهروند» تأثیر فضای مجازی بر کمرنگ شدن نقدپذیری را بررسی می‌کند

چگونه وارد یک قبیله دیجیتال می‌شویم؟

↪ فعالیت در شبکه‌های اجتماعی باعث ظهور ابعاد تازه‌ای از قدرت در کاربران شده است. از نقدناپذیری گرفته تا احساس رضایت کاذب از انجام عملی مثبت در فضای مجازی

[حانه جهانیان] در دنیای امروز استفاده از شبکه‌های مجازی به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره تبدیل شده است. از جست‌وجوهای غیرضروری گرفته تا مراجعه به آن برای حل مشکلات ریز و درشت. فضایی که این روزها پیش از آنچه باید به زندگی روزمره و حریم خصوصی ما، تسلط دارد. از یادآوری رنگ هشدار تا بدبختی‌ترین امور زندگی... اما این تمام ماجرا نیست. این روزها، حضور کاربران پرفالوور و مشهور در شبکه‌های اجتماعی باعث شد تا با دو پدیده نوظهور اما همه‌گیر «تک قطبی شدن و تحمل شنیدن صدای مخالف نداشتن» به وفور رخ می‌دهد. در این گزارش نگاهی داریم به این تحولات گسترده در دنیای مجازی و احوالات امروز کاربران که در ادامه می‌خوانید.

هم قبیله‌های دیجیتالی

الگوریتم‌های الگوریتم‌های اجتماعی برای جلب توجه کاربران معمولاً به واکنش‌های عاطفی منفی کاربران مثل خشم و شتاب‌دگی حساس هستند، به همین دلیل محتواهای منفی را رواج داده و آن‌ها را با اشتراک‌گذاری در گروه‌ها گسترش می‌دهند که یکی از دلایل نزاع بین گروه‌های سیاسی و ایجاد دشمنی بین آن‌هاست.

الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی سرانجام کاربر را با منزوی کردن وارد یک «قبیله دیجیتالی» کرده و او را به طرفداری از گروه خاص می‌کشاند. اینجاست که نزاع بی‌طرز تفکرهای مختلف شکل می‌گیرد؛ اعضای هر گروه یا قبیله دیجیتالی تمام اخبار به اشتراک گذاشته شده درون گروه را فارغ از درستی یا نادرستی پذیرفته و نظرات مخالف را بر نمی‌تابند.

انسان ذاتاً موجودی قبیله‌ای است و وقتی دچار ترس می‌شود بیشتر گارد گرفته و فقط به اخبار و اطلاعات اعضای قبیله اعتماد می‌کند.

این رویکرد در دنیای واقعی به اجداد ما کمک کرد تا زنده بمانند، اما حالا در دنیای مجازی قبیله‌گرایی، فشار اطرافیان، احساسات منفی و تندخویی دست به دست هم داده‌اند تا تحمل انتقادات به شدت پایین بیاید. تحقیقی که انجام شده نشان می‌دهد ۶۱ درصد از مردم آمریکا به خاطر دیدگاه‌های سیاسی مخالف، کاربران را در شبکه‌های اجتماعی بلاک یا آنفالو کرده‌اند یا لیست دوستان خود حذف کرده‌اند.

تفکر بشر نیز با پیشرفت تکنولوژی تغییر کرده است. کتابخوانی تقریباً به دست فراموشی سپرده شده و اسکروال کردن و سواپ کردن دامنه توجه کاربران را به تنها چند ثانیه تقلیل داده است. کاهش دامنه توجه تفکر انتقادی را نیز از کاربران گرفته است. حتی اخبار مهم نیز تنها چند ساعت در صفحه فید دوام می‌آورند و به سرعت جای خود را به خبر جنجالی و بزرگ بعدی می‌دهند. هوش مصنوعی پلتفرم‌های اجتماعی به جای کاربر فکر می‌کند و محتواهای مورد علاقه یا همان مربوط به «قبایل دیجیتالی» را به خوردا می‌دهد.

ظهور اسلکتیویسم‌ها!

اسلکتیویسم (slacktivism) که به «مبارزه از زیر لحاف» هم معروف است، به فعالیت‌های مجازی‌ای اطلاق می‌شود که در کاربر احساس رضایت کاذب از انجام عملی مثبت را برمی‌انگیزاند.

کارشناسان رسانه در توصیف فعالیت‌های اسلکتیویستی می‌گویند که کاربران با «حداقل تلاش» که معمولاً محدود به یک کلیک و فشردن دکمه ارسال است، احساس می‌کنند در راستای یک هدف اجتماعی یا سیاسی، کنش داشته و سهمی ادا کرده‌اند. فرد کلارک و دویات اوزارد، اولین کسانی بودند که در سال ۱۹۹۵ دوازه (slacker) به معنی فرد تنبل و سست و بی‌حال و (Activism) به معنی فعالیت را با هم تلفیق کرده و اسلکتیویسم را در وصف جوانانی به‌کار بردند که می‌خواستند با اقدامات کوچکی مثل کاشت یک درخت به تخریب محیط زیست اعتراض کنند. کلارک و اوزارد در مقاله معروف خود این واژه را به معنای مثبتی به کار بردند. اما خیلی زود اینترنت فراگیر شد. فضای مجازی پراز فوروم‌ها، سایت‌های وب ۲.۰، وبلاگ‌ها و بعدتر شبکه‌های مجازی شد و کاربران در گوشه و کنار دنیا به فکر استفاده از قابلیت‌های اینترنت برای بلند کردن صدای اعتراض خود و آرمان‌خواهی افتادند. فعالیت‌های مجازی در بسیاری از مواقع، تأثیری در جهان واقعی ندارند. ویدیویی صدها هزار بار دیده می‌شود، صفحه‌ای اعتراضی بارها به اشتراک گذاشته می‌شود، تویییتی بارها همخوان می‌شود ولی در واقعیت نه‌زندانی سیاسی آزاد می‌شود،

نه حق مظلومی بازستانده می‌شود و نه خشونت متوقف. از سوی دیگر هر روز تعداد فعالان مجازی که برای هدفی سیاسی یا اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی کلیک می‌کنند و مطلب به اشتراک می‌گذارند، بیشتر می‌شود.

سست کنشگری، خوب یا بد؟!

یاسر نثاری، پژوهشگر و مترجم معتقد است: «مبارزه از زیر پتو که می‌توان آن را به شکل منصفانه «سست‌کنشگری» ترجمه کرد، معطوف به کلیه کنش‌ها و واکنش‌هایی است که به تلاش شخصی افراد ربطی ندارد و انواع حرکات جمعی بی‌عارضه و آسان مجازی را در برمی‌گیرد؛ حرکاتی نظیر: لایک کردن، انتشار شماره حساب برای کمک به افراد حادثه‌دیده، امضای کارزارها و طومارهای اینترنتی، استفاده از هشتگ‌ها و راه‌انداختن طوفان توییتری، حملات مجازی به صفحات گروه‌ها یا افراد خاص یا تغییر عکس پروفایل به رنگ یا نماد خاص. در طول یکی دو سال اخیر، فعالیت‌های ظاهراً سست‌کنشگرانه زیادی در فضای اینترنت شکل گرفته.

یکی از مهم‌ترین مصادیق این حرکات، تاسیس پلتفرمی به نام «کارزار» با هدف راه‌اندازی کمپین‌های مدنی در راستای رسیدن به اهداف جمعی-ملی بوده است. باید به این مورد توجه داشت که سست‌کنشگری در بازاریابی برای کسب و کارها آنچنان موفق نبوده اما توفیقات فراوانی برای بازاریابی اجتماعی و سیاسی به همراه داشته است. از قضا نگاهی به نتایج کمپین‌هایی که در پلتفرم

«کارزار» به راه افتاده نشان می‌دهد که دست‌یابی به اهداف اجتماعی-سیاسی از طریق سازمان‌های غیرانتفاعی یا کنش‌های مجازی خیلی امکان‌پذیر نیست، اما آیا می‌توان این پدیده را به یک سره بی‌فایده دانست و عاملان را به باد تمسخر گرفت؟ آمار و ارقام می‌گوید که نه! اگرچه «سست‌کنشگری» معنایی تحقیرآمیز دارد، اما یک نظرسنجی در ایالات متحده که توسط «مرکز ارتباطات تأثیر اجتماعی دانشگاه جورج تاون» به صورت بین‌المللی انجام شده حاکی از این است که افرادی که درگیر «سست‌کنشگری» هستند، بیشتر از افراد خنثی در ایجاد یک «علت» یا «حرکت» مشارکت دارند. این علت ممکن است شامل مواردی نظیر اهدای پول، فعالیت‌های خیریه یا حتی استخدام دیگران در راستای رسیدن به یک هدف مشترک باشد.

پس از انجام این تحقیق و مشاهده نتایج بعضی از فعالیت‌های جمعی به‌ظاهر «زیربنویسی»، توجه بعضی از سازمان‌های مردم‌نهاد به قدرت کاربران اینترنت برای ایجاد تغییر در جامعه جلب شد و سست‌کنشگرها به تدریج تبدیل به عاملان بالقوه برخی از تغییرات در جامعه شدند.

چه باید کرد؟

برای جلوگیری از تصمیم‌گیری هوش مصنوعی به جای خود می‌توانید کارهای زیر را انجام دهید:

بررسی و به روز رسانی تنظیمات تبلیغات هدفمند در شبکه‌های اجتماعی حداقل سالی یک مرتبه. گنج کردن هوش مصنوعی با برچسب گذاری تمام تبلیغات با گزینه بی‌ربط یا غیرمرتبط. کنار گذاشتن تعصبات و خواندن اخبار از منابعی به غیر از سایت‌های مورد علاقه و رفتار دوستانه با کسانی که تفکر سیاسی متفاوت دارند. دنبال نکردن اخبار از تلویزیون یا محدود کردن آن و خواندن اخبار؛ اگر هر چه کانال‌ها یا شبکه‌های اجتماعی مورد علاقه (رهبران قبایل) به خورد شما می‌دهند بی‌چون و چرا می‌پذیرید، دوباره فکر کنید. دنبال کردن اخبار از منابع خبری بی‌طرف‌تر، آفلاین شدن و کنار گذاشتن گوشی به مدت چند ساعت.

فعل به سبک اسلکتیویستی

کارشناسان رسانه‌های دیجیتال در دانشگاه سن لوئیز آمریکا از فعالیت‌های زیر به عنوان نمونه‌هایی از فعالیت‌های اسلکتیویستی نام می‌برند:

- تغییر دادن عکس پروفایل فیس‌بوک به عکسی اعتراضی
- بایکوت موقت محصولات یا شرکت‌های تجاری و به راه‌انداختن صفحه‌های اعتراضی
- خاموش کردن چراغ‌های محل مسکونی برای مدتی مشخص
- امضای نامه‌های اعتراضی آنلاین
- کمک به خیریه‌ها از طریق ارسال پیام‌های کوتاه تلفنی