

هوش مصنوعی

متا ولزوم پاسخگویی

قاضی فدرال اجازه داده شکایت نقض حق نشر علیه متادار زمینه آموزش مدل های هوش مصنوعی ادامه یابد. البته بخشی از ادعاهای این پرونده راد کرده است. در پرونده Kadrey vs Meta، نویسندگانی از جمله «ریچارد کادری»، «سارا سیلورمن» و «تنهسی کوتس» ادعا کرده اند متادون مجوز از کتاب های آنها برای آموزش مدل های Llama AI استفاده کرده و اطلاعات حق نشر را از آثارشان حذف کرده است تا تخلف احتمالی را پنهان کند.

متاقبول ندارد حق نشر ناقص کرده است

بر اساس گزارش «TechCrunch»، متا مدعی شده استفاده از این داده ها در چارچوب استفاده منصفانه (Fair Use) قرار دارد و استدلال کرده نویسندگان از نظر قانونی حق طرح دعوی ندارند. «وینس چابریا»، قاضی دادگاه منطقه ای ایالات متحده، ماه گذشته اشاره کرد احتمالاً بار دین پرونده موافق نیست اما از آنچه آن رالحن اغراق آمیز تیم حقوقی نویسندگان می دانست، انتقاد کرد. او به تاژگی اعلام کرده ادعای نقض حق نشر به وضوح آسیبی ملموس در ادامه دعوی محسوب می شود و تأکید کرده نویسندگان با دلایل کافی مدعی اند متاعمداً اطلاعات مدیریت حق نشر (CMI) را حذف کرده تا تخلف از قوانین کیبی رایت را پنهان کند. وی افزود: «مجموع این ادعاها استنباطی معقول (هرچند نه چندان قوی) ایجاد می کند که متاطلاعات مدیریت حق نشر را حذف کرده تا مدل Llama این اطلاعات را در خروجی خود نمایش ندهد و مشخص نشود که بر اساس محتوای دارای حق نشر آموزش دیده است.» قاضی چابریا بخش قانون جامع ایالت کالیفرنیا برای دسترسی و کلاهبرداری از داده های رایانه ای (CDAFA) را در این پرونده رد کرد؛ زیرا نویسندگان نتوانستند نشان دهند متا مستقیم به رایانه های اسرورهای آنها دسترسی داشته و فقط به داده هایشان (کتاب هایشان) دست پیدا کرده است. این پرونده جزئیاتی درباره برخورد متا با قوانین حق نشر فاش کرده است؛ برای مثال، اسنادی که شایگان به دادگاه ارائه داده اند، نشان می دهد مارک زاکربک شخصاً به تیم Llama اجازه داده از آثار دارای حق نشر برای آموزش مدل های هوش مصنوعی استفاده کنند و برخی از اعضای متا نیز درباره استفاده از محتوای مشکوک از نظر قانونی برای آموزش هوش مصنوعی بحث کرده اند.



بر بدانیم

تتها ۳۶ شرکت مسئول انتشار ۵۰ درصد از آلودگی های کرینی جهان هستند

بررسی داده های جدید پایگاه «Carbon Majors» نشان می دهد انتشار گازهای گلخانه ای توسط بزرگ ترین تولیدکنندگان نفت، گاز، زغال سنگ و سیمان جهان در سال ۲۰۲۳ نسبت به سال قبل افزایش یافته است. این روند نگران کننده است، به ویژه با توجه به شواهد علمی گسترده ای که ارتباط مستقیم انتشار گازهای گلخانه ای با گرمایش جهانی را تایید می کند. بر اساس گزارش «TechSpot»، طبق این داده ها بیش از ۵۰ درصد از انتشار گازهای گلخانه ای تنها به ۳۶ شرکت بزرگ آلاینده مربوط می شود که در این میان، شرکت های دولتی نقش قابل توجهی دارند. سال ۲۰۲۳ انتشار گازهای گلخانه ای در ۹۳ شرکت موجود در این پایگاه داده افزایش یافته که از این میان ۵۰ شرکت متعلق به سرمایه گذاران خصوصی بودند. اما شرکت های دولتی همچنان عامل اصلی افزایش بوده اند. از فهرست ۲۰ شرکتی که بیشترین آلودگی را داشته اند، ۱۶ شرکت دولتی هستند. در این میان، شرکت های چینی بیشترین سهم را داشتند و ۲۳ درصد کل انتشار جهانی گازهای CO2 ناشی از سوخت های فسیلی و سیمان رایج خود اختصاص دادند.

بزرگ ترین تولیدکنندگان آلودگی های کرینی در جهان

طبق ادعای گزارش Carbon Majors، از نظر انتشار گازهای گلخانه ای در سال ۲۰۲۳، ۵۱ شرکت دولتی برتر شامل آرامکو عربستان، شرکت زغال سنگ هند، شرکت انرژی CHN چین، شرکت ملی نفت ایران (NIOC) و گروه جیننگ چین می شود که در مجموع ۱۷.۴ درصد انتشار جهانی CO2 را بر عهده داشته اند. در مقابل، ۵ شرکت خصوصی با بیشترین میزان انتشار شامل اکسون موبیل آمریکا، شورون آمریکا، شل بریتانیا، توتال انرژی فرانسه و BP بریتانیا هستند که ۴.۹ درصد انتشار جهانی CO2 به پای آنها نوشته شده است. صنعت سیمان یکی از بخش هایی بود که بیشترین افزایش انتشار را تجربه کرد. ۴ مورد از ۵ شرکتی که بیشترین افزایش نسبی در انتشار گازهای گلخانه ای را داشتند، تولیدکنندگان سیمان بودند که شامل Holcim Ultra Tech Cement، Heidelberg Materials، Group و CRH می شوند. اگر آرامکو عربستان را کشور در نظر بگیریم، این شرکت چهارمین کشور تولیدکننده بزرگ CO2 در جهان خواهد بود. همچنین، میزان انتشار اکسون موبیل تقریباً معادل کل انتشار گازهای گلخانه ای کشور آلمان است. داده های Carbon Majors که از سال ۱۸۵۴ تا ۲۰۲۳ را پوشش می دهد، نشان می دهد ۶۷.۵ درصد انتشار CO2 صنعتی ناشی از فعالیت ۱۸۰ شرکت و نهاد دولتی بوده است. آژانس بین المللی انرژی (IEA) تأکید کرده هر پروژه جدید سوخت فسیلی که پس از سال ۲۰۲۱ آغاز شده باشد، با هدف به صفر رساندن خالص آلودگی ها تا سال ۲۰۵۰ ناسازگار است. برای دستیابی به هدف جلوگیری از افزایش دمای ۱.۵ درجه ای زمین، انتشار گازهای گلخانه ای باید تا سال ۲۰۴۰ حدود ۴۵ درصد کاهش یابد اما با نگاهی به افزایش مداوم آلودگی ها، چالش کاهش تغییرات اقلیمی همچنان بسیار دشوار باقی مانده است. پایگاه داده Carbon Majors نقش مهمی در افزایش شفافیت و پاسخگویی اقلیمی در سطح جهانی داشته است. از این داده ها در پرونده های حقوقی و اقدامات نظارتی استفاده می شود، از جمله در حمایت از قوانین صندوق های آب هوایی در ایالت های ورمانت و نیویورک آمریکا. همچنین این داده ها برای اندازه گیری تأثیر شرکت های سوخت فسیلی در تشدید رویداد های شدید آب و هوایی و طرح دعوی حقوقی علیه مدیران این شرکت ها به کار گرفته شده است.



یکی از مهم ترین دلایلی که باعث شده اینستاگرام در ایران محبوب تر از سایر شبکه های اجتماعی باشد، سادگی دسترسی و کاربری آسان آن است. در حالی که فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است، اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

فیس بوک بیشتر بر ارتباطات متنی و گروه های اجتماعی متمرکز است. اینستاگرام با تمرکز بر محتوای تصویری و ویدیویی، تجربه ای جذاب تر برای کاربران فراهم می کند. برخی از ویژگی های کلیدی اینستاگرام که آن را در ایران موفق کرده اند، عبارتند از: امکانات بصری جذاب: فیلترهای متنوع عکس، امکان ویرایش تصاویر و ویدیوها لایو و استوری: کاربران می توانند بدون نیاز به تولید محتوای پیچیده، به صورت روزانه فعالیت های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند IGTV و ویدیوهای طولانی: این ویژگی که در سال ۲۰۱۸ معرفی شد، مشکل محدودیت های ویدیویی را تا حد زیادی برطرف کرد

«شهروند»، دلایل محبوبیت اینستاگرام در ایران را بررسی می کند

برعکس دنیا!

حدود ۹۶ درصد کسب و کارهای ایرانی در اینستاگرام فعالیت دارند. این در حالی ست که بیش از ۵۰ میلیون هموطن، کاربران فعال واتساپ، اینستاگرام و تلگرام هستند

اینستاگرام پرسکوی نخست

شبکه های اجتماعی در سراسر جهان نقش کلیدی در ارتباطات، اطلاع رسانی و کسب و کارهای آنلاین ایفا می کنند. در این میان، اینستاگرام در ایران به عنوان پرکاربردترین و محبوب ترین پلتفرم شناخته شده است. این در حالی است که در بسیاری از کشورهای دیگر، فیس بوک همچنان پرمخاطب ترین شبکه اجتماعی محسوب می شود. تحلیل های ایژنا حاکی از آن است که حدود ۹۶ درصد کسب و کارهای ایرانی در اینستاگرام فعالیت دارند. این در حالی ست که بیش از ۵۰ میلیون هموطن، کاربران فعال واتساپ، اینستاگرام و تلگرام هستند.

چرا کاربران ایرانی متفاوت هستند؟

در سطح جهانی، فیس بوک همچنان رتبه نخست را در میان شبکه های اجتماعی دارد و در بسیاری از کشورهای آسیایی نیز کاربران این پلتفرم را به دیگر شبکه های اجتماعی ترجیح می دهند. با این حال، ایران تنها کشوری است که اینستاگرام در آن محبوب ترین شبکه اجتماعی است. بر اساس داده های منتشر شده، حدود ۷۵.۹۴٪ از کاربران ایرانی از اینستاگرام استفاده می کنند، در حالی که فیس بوک در ایران تنها کمتر از ۵٪ کاربران را جذب کرده است. این تفاوت می تواند دلایل مختلفی داشته باشد. یکی از مهم ترین آن ها، فیلترینگ شبکه های اجتماعی دیگر از جمله فیس بوک، یوتیوب و ایکس (توییتر سابق) است. در حالی که اینستاگرام تا سال ۱۴۰۱ بدون محدودیت در دسترس بود، سایر پلتفرم ها برای کاربران ایرانی تنها از طریق فیلتر شکن ها قابل استفاده بودند که همین موضوع باعث کاهش میزان استفاده از آن ها شد.

قابلیت های اینستاگرام که کاربران ایرانی را جذب کرده است

یکی از مهم ترین دلایلی که باعث شده اینستاگرام در ایران محبوب تر از سایر شبکه های اجتماعی باشد، سادگی دسترسی و کاربری آسان آن است. در حالی که

رکورد بیشترین بازدید ویدیوی ایرانی

کلیپ سقوط آزاد از بانجی جامپینگ برج میلاد با ارتفاع ۲۸۰ متر در حال حاضر رکورد بیشترین بازدید ویدیوی ایرانی رو کسب کرده و تا الان در اینستاگرام حدود ۱۵۰ میلیون ویو خورده است.

پربازدیدترین ویدیوی اینستاگرام

بعضی افراد معتقدند پربازدیدترین ویدیوی اینستاگرام مربوط به ویدیوی یکی از پر طرفدارترین بلاگرهای کمدی اینستاگرام، به نام خابی برای پستی با عنوان «از خابی یاد بگیریم» می باشد که رکورد بیشترین بازدید ویدیو در اینستاگرام را از آن خود کرده است.

بیشترین تعداد فالوور در اینستاگرام

تعداد فالوور ارزش خاصی از نظر کاربران دارد و این رکورد نیز مهم ترین رکورد اینستاگرام محسوب می شود. در ادامه رتبه هفتم تا اول بیشترین تعداد فالوور در این شبکه اجتماعی را مرور می کنیم.

رتبه هفتم بیشترین تعداد فالوور در اینستاگرام

آریانا کراندا خواننده و بازیگر معروف دارای هفتمین جایگاه از رکورد بیشترین فالوور در اینستاگرام است، او تعداد ۳۱۰ میلیون فالوور دارد که با این تعداد زیاد