info@payamdaily.ir

نخستین روزنامه صبح البرز

پیام آشنا

شماره ۲۷۶۴
دوشنبه / ۲۱ اردیبهشت / ۱۴۰۴
۲۱ / ذوالقعده / ۱۴۴۶
19 / May / 2025

صاحب امتیاز: موسسه همگامان اندیشه زمان
مدیرمسئول: محمود حیدری سردبیر: یاهره حیدری
نشانی: کرج، بلوار تعاون، خیابان فرهنگ، جنب کافون کارشناسان رسمی دادگستری
تلفن: ۳۲۵۳۴۸۳۸-۳۲۵۳۴۴۴۳-۰۲۶ فکس: ۳۲۵۳۰۱۰۱
امتیاز در طرح ارزیابی کیفی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ۶۷/۸۰
چاپ: کارگر

نکته

بالاخره رویای پرواز از روی ترافیک واقعی می‌شود؟

یک کمپانی در اسلواکی خودروی پرنده‌ای ساخته که قادر است تا با سرعت ۲۵۰ کیلومتر در ساعت حرکت کند و طبق گزارش‌ها در سال ۲۰۲۶ روانه بازار خواهد شد؛ هرچند که فعلاً نباید انتظار نشست که بتوانیم از این خودرو برای فرار از ترافیک استفاده کنیم.

به گزارش پیام آشنا به نقل از خبرآنلاین، یک استارت‌آپ در کشور اسلواکی که برای تحقق رؤیای دیرینه ساخت خودروی پرنده دست‌به‌کار شده، اخیراً اعلام کرده که نمونه اولیه جدیدی از محصولش را توسعه داده که ممکن است تا سال ۲۰۲۶ روانه بازار شود. شرکت Klein Vision که در سه دهه گذشته بر روی توسعه خودروی پرنده‌ای به نام "AirCar" مشغول به کار بود، حالا بیش از ۱۷۰ ساعت پرواز و بیش از ۵۰۰ برخاست و فرود موفق را به ثبت رسانده است. این خودرو در سال ۲۰۲۲ میلادی یکی از نخستین وسایل نقلیه‌ای بود که موفق به دریافت گواهینامه صلاحیت پروازی شد. حالا مسئولان این شرکت اعلام کرده‌اند که آماده‌اند تا با عبور از مرحله آزمایشی، وارد فاز تولید شوند. البته هنوز نمی‌توان با قطعیت گفت که آیا واقعاً این اتفاق عملی خواهد شد. یا خیر؛ چرا که تا به امروز شرکت‌های زیادی تلاش کرده‌اند تا خودروی پرنده بسازند اما اغلب این تلاش‌ها با شکست مواجه شده‌اند.

ایرکار چطور کار می‌کند؟

مقامات شرکت Klein Vision مدعی هستند که این وسیله نقلیه که ظاهری شبیه به خودروهای انیمیشن "Jetsons" دارد، می‌تواند در کمتر از دو دقیقه از یک خودروی چهارچرخ به هواپیمایی با بال ثابت تبدیل شود. در ویدیوهای منتشر شده می‌بینیم که دو بال خودرو جمع شده و شبیه به تبدیل سقف یک خودروی کروکه در خود تا می‌شوند؛ طبق گفته شرکت سازنده ایرکار در حالت زمینی، از اسپویلر و سیستم کنترل گام اقتی برای تولید نیروی رو به پایین استفاده می‌کند؛ سرعت نسخه جدید این خودرو روی زمین به حدود ۲۰۰ کیلومتر بر ساعت و در هوا تا حدود ۲۵۰ کیلومتر در ساعت می‌رسد و حداکثر برد پروازی آن حدود ۱۰۰۰ کیلومتر خواهد بود. آنتون زاجاک، یکی از بنیان‌گذاران ایرکار در این باره گفت: «ایرکار ترکیبی از مهندسی تأییدشده هواوردی و طراحی پیشرفته خودرویی است؛ یک وسیله نقلیه واقعی با دو حالت عملکرد که استاندارد‌های سخت‌گیرانه‌ای را هم در هوا و هم در زمین برآورده می‌کند». طبق گفته مقامات این شرکت، آن‌ها امیدوارند تا ارسال سفارش‌ها را از سال ۲۰۲۶ میلادی آغاز کنند. قیمت تقریبی این خودرو بین ۸۰۰ هزار تا یک میلیون دلار برآورد شده و نسخه جدید آن شامل چندین به‌روزرسانی مهم است؛ از جمله یک موتور ۲۸۰ اسب بخار که قدرت آن را نسبت به نسخه قبلی دو برابر می‌کند. در عین حال نسخه جدید می‌تواند مسافت بیشتری را پرواز کند، بیشتر برفد و سریع‌تر بین حالت پرواز و خودرو جلیجا شود. نسخه اولیه ایرکار پس از تکمیل ۷۰ ساعت آزمایش پروازی ساخت گیرانه موفق به دریافت گواهینامه صلاحیت پروازی از سازمان حمل‌ونقل اسلواکی شد و حالا نسخه جدید هم باید پیش از پرواز قانونی، همین فرآیند اخذ گواهی را طی کند. باین‌حال، حتی اگر ایرکار جدید و ارتقاء یافته بتواند مشتریانی جذب کند، دریدارن احتمالی نباید انتظار داشته باشند که اسباب‌بازی گران‌قیمت‌شان بتواند از فراز ترافیک شلوغ شهری پرواز کند؛ در حالت خودروی زمینی، ایرکار در تنوری می‌تواند مثل هر خودروی دیگری روی جاده حرکت کند؛ اما برای پرواز، رانندگان ابتدا باید خودرو را به فرودگاه برسانند و از بلند پرواز تیک‌آف کنند و فعلاً مسیرهای پروازی ایرکار محدود به جابه‌جایی بین فرودگاه‌هاست.

ساخت خودروی پرنده به این سادگی‌ها هم نیست

رؤیای ساخت خودروی پرنده به اوایل قرن بیستم و مورّان هنری فورد بازمی‌گردد. همین حالا هم این رؤیا جزو عمدتا در دنیای داستان و خیال باقی مانده. اما شاید اندکی در حال تغییر باشد. استارت‌آپ‌هایی مثل Terrafugia، Moller Skycar و بیش از این توانسته بودند تا خودروهایی را به نمایش دربیاورند که به حالت زمینی و هوایی تغییر می‌کنند اما هیچ کدام موفق به عرضه تجاری نشدند. شرکت Terrafugia حتی از سازمان هوانوردی فدرال آمریکا گواهینامه دریافت کرد. اما طبق گزارش‌ها پس از خریداری این شرکت توسط شرکت چینی Geely در سال ۲۰۱۷، فعالیت خود در آمریکا را تعطیل کرد.

Moller Skycar هم در همان سال خودروی پرنده اصلی خود را در سایت eBay برای فروش گذاشت؛ البته با این شرط که خریدار اجازه پرواز با آن را ندارد.

وسایل نقلیه عمودپرواز چه هستند؟

در حال حاضر، فعالیت‌های تجاری قابل توجه‌تری در حوزه‌ای که به واقعیت نزدیک‌تر است در حال انجام است: وسایل نقلیه عمودپرواز (VTOL)، این وسایل نقلیه دارای چرخ هستند اما می‌توانند بدون نیاز به بلند از زمین بلند شوند. از نظر عملی، این خودروها در جایی بین خودروی پرنده و بالگرد قرار می‌گیرند. دو شرکت پیشتاز در این حوزه، Joby Aviation و Archer Aviation هستند که تاکنون قراردادهایی با خطوط هوایی در آمریکا و بریتانیا برای جابجایی مسافران بین فرودگاه‌ها و پدهای بالگرد امضا کرده‌اند. در تئوری، این امکان می‌تواند به مسافران کمک کند تا از ترافیک خیابان‌ها عبور کنند؛ اما این کاربردها هنوز فاصله زیادی با تصویر آرمان‌شهری از آسمان‌های پر از خودروهای پرنده شخصی دارند.

موانع سد راه

در این بین موانع زیادی در مسیر وجود دارد که کار را برای سازندگان سخت می‌کنند و فرائز از فناوری هستند. فرآیندهای فعلی صدور گواهینامه ایجاب می‌کند که دارندگان این وسایل نقلیه دارای گواهینامه خلبانی باشند. همچنین، تنظیم کننده‌های فدرال و محلی باید کاملاً ساختار قوانین ترافیکی و ایمنی را بازطراحی کنند تا بتوانند بعد جدیدی از دسترسی را بپوشش دهند و در عین حال نگرانی‌هایی جدی نیز درباره سقوط احتمالی این خودروهای پرنده وجود دارد. ستاریوی محتمل‌تر این است که تعداد معدودی از خودروهای ترکیبی پروازی وارد بازار شوند اما این طور به نظر می‌رسد که همچنان به‌عنوان اسباب‌بازی‌های گران‌قیمت برای علاقه‌مندان ثروتمند باقی بمانند.

منبع: popsci

گزارش روز

اسکورت یک خودشیفته!

آیا خودشیفتگی دونالد ترامپ یک استراتژی آگاهانه برای برندسازی شخصی است یا ضعفی روان‌شناختی؟ برخی ممکن است رفتار نمایشی او را بخشی از جذابیت پوپولیستی‌اش بدانند اما واکنش‌های تند به انتقاد و نیاز به تأیید مداوم، نشان‌دهنده خودشیفتگی بیمارگونه است نه یک برنامه حساب‌شده.

به گزارش پیام آشنا به نقل از وطن امروز، هنگامی که جنگنده‌های «اف ۱۵» نیروی هوایی عربستان در آسمان ریاض هواپیمای «ایر فورس وان» با اسکورت کردند این نمایش قدرت نه‌تنها یک رُست دیپلماتیک بود، بلکه پاسخی بود به نیاز عمیق دونالد ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا به تحسین و خودبزرگ‌بینی. خودشیفتگی ویژگی‌ای که در رفتارهای نمایشی، اظهارات جسورانه و حساسیت به انتقاد در دونالد ترامپ دیده می‌شود، تنها یک صفت شخصیتی نیست. ابزاری است که کشورهای عرب، از عربستان تا امارات، بخوبی از آن برای پیشبرد منافع خود استفاده می‌کنند. اما این بازی دیپلماتیک چه هزینه‌های برای سیاست جهانی دارد؟

خودشیفتگی، طبق تعریف روان‌شناختی با خودبزرگ‌بینی، نیاز به تأیید مداوم و فقدان همدلی شناخته می‌شود. این ویژگی در سیاست، جایی که تسمیم‌گیری‌ها سرنوشت ملت‌ها را رقم می‌زند، می‌تواند فاجعه‌بار باشد. این گزارش با بررسی خودشیفتگی ترامپ و استراتژی کشورهای عرب در بهره‌برداری از آن، نشان می‌دهد چگونه یک ویژگی روان‌شناختی، سیاست خارجی را به بیراهه می‌کشاند و هر دو طرف را در معرض انتقاد قرار می‌دهد.

دونالد ترامپ بارها خودشیفتگی‌اش را با ادعاهایی مثل «من بهترین رئیس‌جمهور تاریخم» و واکنش‌های تند به انتقادات نشان داده است. روانشناسانی مانند هایتز کوموت معتقدند افراد خودشیفته به «اینه‌سازی» نیاز دارند، یعنی تأیید خواستگار مورد گمشان توسط دیگران. این دقیقاً همان چیزی است که کشورهای عربی با مراسم‌های مجلل و چاپلوسی دیپلماتیک، برای او فراهم می‌کنند. در سفر ۲۰۱۷ به ریاض، نخستین سفر خارجی ترامپ، عربستان با رقص شمشیر، مدال طلای عبدالعزیز و ضیافت‌های پرشکوه از او استقبال کرد. این تشریفات نه‌تنها خودبزرگ‌بینی او را تغذیه کرد بلکه به قرارداد تسلیحاتی ۱۱۰ میلیارد دلاری منجر شد. اسکورت جنگنده‌ها در ۲۰۲۵، نمونه دیگری از این نمایش‌ها بود که به نیاز ترامپ به تحسین پاسخ می‌دهد اما آیا این رابطه دوطرفه است؟ دونالد ترامپ با حساسیت به انتقاد و نیاز به «پیروزی بزرگ»، به ابزاری در دست کشورهای عرب تبدیل شده که از این ویژگی برای پیشبرد منافع‌شان بهره می‌برند.

کشورهای عرب، بویژه عربستان، امارات و قطر با شناخت نیازهای روان‌شناختی دونالد ترامپ، از هدایای گران‌قیمت، تعریف‌های اغراق‌آمیز و نمایش قدرت برای جلب نظر او استفاده می‌کنند.

توافق آبراهام که عادی‌سازی روابط برخی کشورهای عرب با اسرائیل را رقم زد، به عنوان دستاوردی به نام دونالد ترامپ ثبت شد، در حالی که منافع منطقه‌ای امارات و بحرین را تأمین کرد.

این استراتژی ریشه در فرهنگ دیپلماسی نمایشی منطقه دارد؛ جایی که تشریفات مجلل و ژست‌های نمادین بخشی از سنت است. اما هم‌زمان این رویکرد انتقادات جدی را برمی‌انگیزد. کشورهای عرب با تغذیه خودشیفتگی ترامپ، روابطی شکننده ایجاد کرده‌اند که به شخصیت غیرقابل پیش‌بینی او وابسته است. حمایت بی‌چون‌وچرای دونالد ترامپ از عربستان در ماجرای قتل جمال خاشقجی، آنها را به عنوان شریکی قرص‌نطلب و بی‌اصل نشان داد. این وابستگی می‌تواند در صورت تصمیمات ناگهانی ترامپ، مانند تشدید تنش با ایران، به ضررشان تمام شود.

از منظر نظریه‌های سیاسی، خودشیفتگی در رهبری به‌نمایش گذاشته است. او با واقویت دادن به تحسین شخصی، سیاست خارجی آمریکا را به یک نمایش شخصیتی تقلیل داده و اعتبار بین‌المللی این کشور را تضعیف کرده است.

برای مثال، حمایت بی‌قیدوشرط او از محمد بن‌سلمان، حتی پس از رسوایی قتل خاشقجی، نشان‌دهنده آسیب‌پذیری او در برابر چاپلوسی است. این رفتار نه‌تنها تصمیماتش را غیرمنطقی کرده بلکه به کشورهای عرب اجازه داده با تملق، او را به سمت سیاست‌های مطلوب خود هدایت کنند.

چرا کشورهای عرب به رهبران خودشیفته جذب می‌شوند؟ فرهنگ دیپلماتیک منطقه که بر نمایش‌های بزرگ و اقتدارگرایی متمرکز است، با خودشیفتگی همخوانی دارد. رهبرانی مثل دونالد ترامپ که قاطعیت و خودبزرگ‌بینی نشان می‌دهند، به عنوان متحدان قدرتمند دیده می‌شوند. این الگو تاریخی است. کشورهای عربی در گذشته با شخصیت‌هایی مثل صدام و قذافی نیز روابط مشابهی داشتند اما این جذابیت ریسک‌هایی هم دارد. وابستگی به یک رهبر خودشیفته می‌تواند روابط را شکننده کند. بویژه اگر او تصمیمات غیرمنطقی بگیرد. علاوه بر این، کشورهای عربی با این استراتژی، خود را به عنوان بازیگرانی غیرمستقل و وابسته به چانه‌زنی نشان می‌دهند که اعتبارشان را در برابر دیگر قدرت‌های جهانی تضعیف می‌کند.

پیامدهای این رابطه دوطرفه گسترده است. خودشیفتگی ترامپ گاهی به پیشرفت‌هایی منجر شده، مانند نقش او در توافق ابراهام اما تصمیمات احساسی‌اش، مانند تشدید تنش با چین یا خروج از توافقات بین‌المللی، هزینه‌های سنگینی داشته‌اند. کشورهای عرب نیز با تکیه بر این ویژگی، خود را در معرض بی‌ثباتی قرار داده‌اند. اگر قدرت در آمریکا تغییر کند یا دونالد ترامپ تصمیمات غیرمنتظره‌ای بگیرد، این کشورها ممکن است با تبعات سنگینی مواجه شوند. از سوی دیگر، این استراتژی کوتاه‌نگاه آنها را به عنوان فرصت‌طلبی نشان می‌دهد که به جای اصول، به تملق متوسل می‌شوند.

حل پرسش این است: آیا خودشیفتگی دونالد ترامپ یک استراتژی آگاهانه برای برندسازی شخصی است یا ضعفی روان‌شناختی؟ برخی ممکن است رفتار نمایشی او را بخشی از جذابیت پوپولیستی‌اش بدانند اما واکنش‌های تند به انتقاد و نیاز به تأیید مداوم نشان‌دهنده خودشیفتگی بیمارگونه است نه یک برنامه حساب‌شده. کشورهای عرب اگرچه در بهره‌برداری از این ویژگی هوشمندانه عمل کرده‌اند اما استراتژی‌شان پرریسک است. آنها با تغذیه خودبزرگ‌بینی ترامپ، به جای ایجاد اتحادهای پایدار، به یک بازی خطرناک وارد شده‌اند که می‌تواند به بی‌ثباتی منطقه‌ای منجر شود.

این رابطه دوطرفه درس‌های مهمی دارد. برای آمریکا، انتخاب رهبران خودشیفته می‌تواند به تصمیم‌گیری‌های غیرمنطقی و تضعیف جایگاه جهانی منجر شود. خودشیفتگی آدولف هیتلر در قرن بیستم فاجعه‌ای جهانی به بار آورد و نشان داد این ویژگی در مقامات می‌تواند دنیا را به ویرانی بکشاند.

حسین مهدی‌تبار

اشاره

اینترنت بدون کلیک و آینده وب؛ هوش مصنوعی محتوا و بازدید را نشانه گرفت

جهان در آستانه مرحله‌ای تازه از تکامل وب قرار دارد؛ مرحله‌ای که در آن هوش مصنوعی و پدیده اینترنت بدون کلیک (Zero-Click Internet) در حال بازتعریف قواعد بازی هستند.

به گزارش پیام آشنا به نقل از مهر، وب از زمان تولد خود در اوایل دهه ۱۹۹۰ تا کنون، دستخوش تحولاتی بنیادین و چندمرحله‌ای بوده است. در گام نخست، وب ایستا (Static Web) تنها بستری برای نمایش اطلاعات از سوی ناشران محدود بود و باظهارهایی داشت که عمدتاً در نقش دریافت‌کننده صرف ظاهر می‌شدند.

با ظهور وب ۲.۰ در اوایل دهه ۲۰۰۰، کاربران به بازیگران فعال در فضای دیجیتال تبدیل شدند؛ تولید محتوا، تعامل در شبکه‌های اجتماعی، مشارکت در پلتفرم‌های اشتراکی و اقتصاد مبتنی بر کلیک (Click Economy) به‌تدریج شکل گرفت.

این مرحله که با رشد انفجاری ابزارهای انتشار آنلاین و گسترش زیرساخت‌های دیجیتال همراه بود، ساختاری نسبتاً پایدار برای تولید و مصرف محتوا پدید آورد.

اما اکنون، جهان در آستانه مرحله‌ای تازه از تکامل وب قرار دارد؛ مرحله‌ای که در آن هوش مصنوعی و پدیده اینترنت بدون کلیک (Zero-Click Internet) در حال بازتعریف قواعد بازی هستند.

در این صدر نوین، نحوه‌ها شکل تعامل کاربران با محتوای آنلاین تغییر یافته، بلکه سازوکار تولید، توزیع و حتی ارزش‌گذاری محتوا نیز دگرگون شده است. در مقطع کنونی، کاربران دیگر نیازی ندارند برای یافتن پاسخ به منابع اولیه رجوع کنند و پاسخ‌ها توسط مدل‌های زبانی بزرگ یا موتورهای جست‌وجوی بهینه‌شده با هوش مصنوعی به‌صورت فوری و بی‌واسطه ارائه می‌شوند.

اظهارات اخیر متیو پریتس، مدیرعامل شرکت «Cloudflare»، یکی از بزرگ‌ترین ارائه‌دهندگان خدمات امنیتی و زیرساختی در فضای وب نیز مؤید ظهور بحرانی گسترده است که در آن هوش مصنوعی مدل اقتصادی وب را نابود می‌کند. این هشدار، بازتاب دهنده زوال تدریجی سازوکاری است که بیش از ۱۵ سال مبتنی بر پیوند میان محتوا و ترافیک ارجاعی از موتورهای جست‌وجو بوده است. در این مدل، موتورهای جست‌وجو نه‌تنها کاربران را به سمت محتوای تولیدشده هدایت می‌کردند بلکه بسیاری از وب‌سایت‌ها فراهم می‌آوردند.

این نوشتار کوتاه با اتکا به داده‌ها و شواهد موجود، به بررسی تأثیرات گسترده توسعه فناوری هوش مصنوعی بر ساختار اقتصادی وب می‌پردازد و می‌کوشد تصویری روشن از فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌رو برای بازیگران حوزه محتوای دیجیتال ترسیم کند.

تحول مدل اقتصادی وب؛ از اقتصاد مبتنی بر کلیک تا اینترنت بدون کلیک

تولید کنندگان محتوا اعم از رسانه‌ها و بلاگ‌نویسان و نهادهای آموزشی با بهینه‌سازی برای موتورهای جست‌وجو (SEO)، تلاش می‌کردند تا کاربران بیشتری جذب کرده و از این طریق درآمدزایی نمایند. موتورهای جست‌وجو نیز به‌عنوان واسط میان نیاز اطلاعاتی کاربر و محتوای وب نقشی کلیدی در این سازوکار ایفا می‌کردند.

اما با ظهور شبکه‌های اجتماعی و سپس مدل‌های هوش مصنوعی مولد، این زنجیره به صورت جدی مختل شده است. در «اینترنت بدون کلیک»، کاربر پاسخ پرسش خود در صفحه نتایج گوگل یا از طریق چت‌بات‌هایی مانند «ChatGPT» یا «Gemini» بدون نیاز به مراجعه به سایت مقصد دریافت می‌کند.

هوش مصنوعی مولد این زنجیره به صورت جدی مختل شده است. در «اینترنت بدون کلیک»، کاربر پاسخ پرسش خود در صفحه نتایج گوگل یا از طریق چت‌بات‌هایی مانند «ChatGPT» یا «Gemini» بدون نیاز به مراجعه به سایت مقصد دریافت می‌کند.

طبق اظهارات پریتس، امروزه ۷۵ درصد جست‌وجوها در گوگل بدون خروج کاربر از پلتفرم پاسخ داده می‌شود. این روند کاهش چشمگیر ترافیک ارجاعی برای وب‌سایت‌ها را به همراه داشته و درآمد مستقیم آن‌ها را به شکل محسوسی کاهش داده است. اگر در گذشته، به ازای ایندکس شدن دو صفحه، یک بازدیدکننده به سایت وارد می‌شد، امروز این نسبت به ازای شش صفحه به یک بازدید کاهش یافته است.

هوش مصنوعی و بهره‌برداری از محتوا بدون پرداخت هزینه

یکی از مهم‌ترین نگرانی‌ها درباره هوش مصنوعی مولد، بهره‌برداری آن از محتوای وب در آموزش مدل‌های زبانی بدون پرداخت هزینه محتوا است. وب‌سایت‌های خبری، بلاگ‌ها، انجمن‌های تخصصی و سایر تولیدکنندگان محتوا در سال‌های اخیر بدون وجود سازوکارهای شفاف یا قراردادهای رسمی، به منابع تغذیه برای مدل‌های هوش مصنوعی بدل شده‌اند.

پریتس با اشاره به این موضوع، تأکید می‌کند که مدل‌های زبانی بزرگ یا بهره‌گیری از محتوای وب آموزش می‌بینند. درحالی‌که در اغلب موارد نه جبران مالی و نه ترافیکی برای صاحبان آن محتوا حاصل می‌شود. وی معتقد است که نتیجه این روند کاهش انگیزه تولیدکنندگان برای تولید محتوای تازه و باکیفیت خواهد بود.

بحران رسانه‌های مستقل و تنوع اطلاعاتی

این تهدید به‌ویژه برای رسانه‌های مستقل، وب‌سایت‌های کوچک و منابع بی‌طرف اطلاعاتی بسیار نگران‌کننده است. برخلاف سازمان‌های رسانه‌ای بزرگ که ممکن است با شرکت‌های هوش مصنوعی قراردادهایی منعقد کنند، بازیگران کوچک‌تر این حوزه اغلب در حاشیه قرار می‌گیرند. از سوی دیگر، فقدان شفافیت در مورد منشأ داده‌های مورد استفاده در آموزش مدل‌ها، مسئله مالکیت معنوی را نیز به‌نوعی تر از گذشته کرده است. به عقیده بسیاری از کارشناسان، ادامه این روند می‌تواند منجر به همگن‌سازی محتوا، کاهش تنوع دیدگاه‌ها و تقویت انحصار پلتفرم‌های بزرگ بر اطلاعات شود. وقتی اطلاعات فقط از طریق پاسخ‌های فشرده و پردازش‌شده ارائه می‌شود، فرصت کشف منابع جدید، تحلیل‌های متفاوت و گفتمان چندصدایی به حاشیه رانده می‌شود.

پاسخ صنعت فناوری و چشم‌انداز تنظیم‌گری

برخی بازیگران بزرگ حوزه فناوری همچون «OpenAI» و گوگل در واکنش به نگرانی‌های مطرح‌شده، اخیراً اعلام کرده‌اند که در پی همکاری با ناشران بزرگ برای پرداخت بهای محتوای مورد استفاده خود هستند. به عنوان مثال، سم آلتمن، مدیر عامل شرکت «OpenAI»، بارها صراحتاً مدعی شده است که نمی‌خواهد شرکتش تنها بهره‌بردار رایگان از محتوای وب باقی بماند.

در همین راستا، شرکت «Cloudflare» که ۸۰ درصد شرکت‌های هوش مصنوعی از خدمات آن بهره می‌برند نیز در حال بررسی راه‌حل‌هایی برای بازتعریف جریان ترافیک وب و تدوین مدل‌های اقتصادی جدید است. این راه‌کارها شامل ابزارهای محدودسازی خزنده‌ها، قرارداد‌های اشتراک درآمد و توسعه پروتکل‌های مدیریت داده‌هی می‌شوند.

از سوی دیگر، برخی فعالان نیز پیشنهاد می‌کنند که تنظیم‌گران ملی و بین‌المللی باید برای تضمین عدالت در استفاده از داده‌های وب وارد عمل شوند. این دخالت می‌تواند شامل مقررات الزام‌آور برای جبران مالی، شفاف‌سازی منشأ داده‌ها و ثبت رسمی مدل‌ها برای رعایت حقوق مالکیت معنوی باشد.

وب آینده؛ سازوکاری مشارکتی یا متمرکز؟

آیاوب همچنان بستری باز، مشارکتی و متنوع باقی خواهد ماند یا به قلمرویی متمرکز بدل خواهد شد که در آن تنها چند پلتفرم بزرگ، نیاز اطلاعاتی میلیاردها کاربر را پاسخ می‌دهند؟ پاسخ به این پرسش وابسته به مجموعه‌ای از تصمیمات فناورانه، اقتصادی و حقوقی است که امروز باید از سوی سیاست‌گذاران اتخاذ شوند.

در جهان امروز، همزیستی وب و هوش مصنوعی اجتناب‌ناپذیر است اما این همزیستی می‌تواند همکارانه و سازنده باشد یا رقابتی و فرساینده. بسیاری از متخصصان بر این باورند که در صورتی که چارچوب‌هایی برای حمایت از تولیدکنندگان محتوا شفافیت داده و بازتوزیع منافع ایجاد نشود، بنیان‌های دموکراتیک وب در معرض خطر خواهد بود.

جمع‌بندی

هوش مصنوعی، با تمام قابلیت‌های تحول‌آفرین خود، اکنون یکی از بزرگ‌ترین تهدیدها برای پایداری مدل اقتصادی وب به‌شمار می‌رود. ظهور اینترنت بدون کلیک هرچند موجب تسهیل و تسریع دسترسی کاربران به اطلاعات شده، اما همزمان نظام انگیزشی تولید محتوا را بشدت تضعیف کرده است. زمانی که کاربران پاسخ خود را مستقیماً از صفحه جست‌وجو یا یک چت‌بات دریافت می‌کنند دیگر نیازی به کلیک بر منابع اصلی نمی‌کنند؛ این همان نقطه بحرانی است که مدل درآمدزایی وب را تهدید می‌کند.

جمع‌بندی نشان می‌دهد که بدون مدیریت هدفمند محتوایی تولید نخواهد شد و بدون مدیریت بنیان اطلاعاتی وب فرو خواهد پاشید. این زنجیره‌ی به‌هم‌پیوسته که برای آنها فقط منافع شخصی‌شان اولویت دارد نه چیز دیگر؛ به این جریان‌سازی چه پیامدی برای جامعه خواهد داشت؟ مثلاً ممکن است یک قانون عام‌المنفعه تصویب شود و بعد جمعی از وکلایی که در فضای مجازی چهره‌وشناخته‌شده هستند، آن را خلاف منافع شخصی و کاری‌شان ببینند. در چنین شرایطی آنهایی می‌توانند تبلیغات منفی علیه آن قانون را به‌ویژه‌تازه تا مردم را تحت تاثیر قرار دهند و جلوی قانون را بگیرند؛ «وقتی منافع صاحبان این افراد، با اعتبار بخشیدن به آنها به این بالاگرها فرصت تغییر شرایط می‌دهند و این قابلیت همیشه هم به نفع مردم نیست»؛ چابکو ادامه می‌دهد که چون این افراد به‌دلیل داد و ستدهای اقتصادی در این فضای مجازی، در فضای اقتصادی هم تاثیرگذار هستند، نمی‌خواهند این فرصت را از دست بدهند؛ پس در موقعیت‌های لازم، همزمان با هم حمله یا عقب‌نشینی می‌کنند.

توقف رهاشدگی

سرعت تحولات در دنیای امروز آن‌قدر بالاست که اگر برای هر پدیده، راه‌حلی نداشته باشیم، از تاثیرگذاری آن عقب خواهیم ماند. در چنین شرایطی، به نظر می‌رسد که راه‌حل این فلسفگی‌سختگی بالاگرهای متلا تخصصی در یک فضای مجازی، تنها یک چیز و آن هم سازماندهی آنهاست؛ «یعنی بالاگرهایی با تخصص خاص، دقیقا شبیه به مشاغل دیگر، صنف مشخص داشته باشند و تحت نظارت باشند. متلا خود آموزش‌وپرورش، معلم و معلم‌هایی را به‌عنوان «معلم‌بالاگر» معرفی و تایید کند و به او Er نماد» بدهد. آن‌وقت است که چنین فردی، بابت تمام رفتارهایش باید پاسخگو باشد و نمی‌تواند از آنها فرار کند»؛ این را علیرضا چابکو می‌گوید و تاکید می‌کند که تا به امروز، رها بودن فضای مجازی چنین نتیجه‌ای برای ما به همراه داشته است؛ پس بهتر است که چنین فضایی را نه با محدودیت بلکه با هدایت از طرف بالادستی کنترل کنیم و اجازه این حجم از رها بودن را به این فضا ندهیم.

منبع: popsci

دیدگاه

نور، صدا، صدمه

این روزها فضای مجازی پر شده از افرادی که حرفه و تخصص‌شان را در بوق و کرنا می‌کنند. آنها در ویدئوهای کوتاه برای مشکلات مخاطبان‌شان نسخه می‌پیچند؛ نسخه‌هایی که شاید در نگاه اول اندکی به آگاهی مخاطبان بیفزاید اما در بلندمدت معمولا این بالاگرها در سودای جذب مخاطب بیشتر تخصص را فدای تجارت می‌کنند و به این شکل آتش نسخه‌های دهم‌دستی آنها دامن جامعه را خواهد گرفت.

به گزارش پیام آشنا به نقل از جام‌جم آنلاین، برای نمونه جامعه بیش از گذشته ظاهرگرا خواهد شد و بابی‌تأثیر بودن نسخه‌های این بالاگرها میزان سرخوردگی نیز افزایش می‌یابد و بی‌اعتمادی به متخصصان واقعی افزایش پیدا می‌کند. جام‌جم با بردم پیش دکتری که مهارت اصلی‌اش واکسن‌زدن است. از این دکترهایی که خیلی در شبکه‌های اجتماعی معروف هستند. کپ: تا کپ مطب، آدم ایستاده و نشسته بود تا نوبت واکسن‌زدن بچه‌اش برسد. کاش تو هم سرست را برای آنکس پیش‌ش بیا دکتر ببری» این روایت یک تازه‌مدار است که یک پزشک بالاگر را برای تزریق واکسن‌های فرزندش انتخاب کرده بود. اما او خیلی زود از این رویکردش پشیمان شد. چون از فردای تزریق واکسن دهماهگی، پای کودک عفونت کرد و ملتهب و متورم شد. نزول دوماهه این روزها به توصیه همان دکتر، آنتی‌بیوتیک مصرف می‌کند تا شاید کمی از شدت عفونتش کم شود. حالا آن مادر، دیگر خیلی حرفی از آن دکتر محبوب و معروفش نمی‌زند؛ گناه خلطه خوشی از اولین واکسن فرزندش برایش به جا نمانده است.

تقصیر خودمان است!

فضای مجازی این روزها فرصتی فراهم آورده که در آن برخی بالاگرها بدون هیچ هنری و با نمایش دادن مهارت‌هایی مانند آشپزی، خرید و بچه‌داری به شهرت برسند. آنها گاهی هم تخصص و مهارت‌شان را وسیله‌ای برای معروف‌شدن قرار داده‌اند. در این بین برخی از آنها به مسائلی می‌پردازند که در حوزه تخصص‌شان نیست و توصیه‌های غیرعلمی آنها برای مخاطبان‌شان گران تمام می‌شود. البته عده‌ای نیز فارغ‌التحصیل رشته‌ای خاص هستند اما آنها نیز برای جذب بیشتر مخاطب به محتوایی تولید می‌کنند که صدرصد درست نیست. در این آشفته‌بازار یک دوا و کیلی را می‌بینید که از پیروزی در پرونده‌های مولیکشش می‌گوید و به شکل سریالی توصیه‌های حقوقی می‌کند. آن‌وقت نه اتگار که هنر نکرده است و اصلا وظیفه وکیل همین پیروزی‌هاست. یک‌بار هم روان‌شناسی که درباره هر اتفاق و هر رفتاری، به شما توصیه و حکم صادر می‌کند! آن‌قدر که به خودمان و سلامت روان‌مان نظر می‌دهد و حکم صادر می‌کند! آن‌قدر که به خودمان و سلامت روان‌مان شک می‌کنیم. گاهی هم با پزشکی مواجه می‌شویم که از بیمارهایش عکس و فیلم می‌گیرد و برای خودش رژیم‌ساز می‌کند. بگذریم از آن مامایی که روش‌های پرسزایی را به مخاطبیتش آموزش می‌دهد و فرد دیگری که تحت عنوان پرطمطراق داروساز، پروتئین و مکمل‌های ورزشی به دنبال کننده‌هایش می‌فروشد. البته در میان همین آشفته‌بازار باید تلنگری هم به مخاطبان زد که به‌دلیل بی‌پیوندن سواد رسانه‌ای خیلی راحت تحت تاثیر چنین افرادی قرار می‌گیرند. کسانی که شاید یک لحظه هم از خودشان نمی‌پرسند که یعنی این پزشک چقدر وقت خالی دارد که این طور به‌دنبال نمایش در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است؟ یا چنین وکیلی که به‌جای حضور در راهروهای دادگاه مدام پشت میز نشسته و از خوش فیلم می‌گیرد. چطور می‌تواند قابل اعتماد باشد؟

عواقب جریان‌سازی

حالا دیگر چیزی نسبت به‌صف شده‌اند در واقع تجمیع بالاگرهای تخصصی در زمینه‌های مختلف باعث شکل‌گیری مجموعه‌ای شده است که می‌توانند شبیه به یک صنف عمل کنند. موضوعی که علیرضا چابکو، استاد دانشگاه و پژوهشگر فضای مجازی هم آن را تایید می‌کند و به جام‌جم می‌گوید: «وقتی تعداد دنبال کننده‌های یک شخص زیاد شود، به‌طوری اعتماد برخی به آنها زیاد می‌شود. ضریب نفوذشان افزایش می‌یابد و عملا تاثیرگذاری بیشتری بر جامعه خواهند داشت؛ آن‌وقت است که می‌توانند مسائل کلان را هم به نفع خودشان تغییر دهند»؛ چابکو و مقدادست که مشکل گیری چنین جمعیتی، می‌تواند به رفتار آنها برسد. اساس علایق شخصی و سلایق صنفی مشترک متجر شود و بنومی آنها می‌توانند جریان‌ساز باشند؛ «جریانی که برای آنها فقط منافع شخصی‌شان اولویت دارد نه چیز دیگر»؛ اما این جریان‌سازی چه پیامدی برای جامعه خواهد داشت؟ متلا ممکن است یک قانون عام‌المنفعه تصویب شود و بعد جمعی از وکلایی که در فضای مجازی چهره‌وشناخته‌شده هستند، آن را خلاف منافع شخصی و کاری‌شان ببینند. در چنین شرایطی آنهایی می‌توانند تبلیغات منفی علیه آن قانون را به‌ویژه‌تازه تا مردم را تحت تاثیر قرار دهند و جلوی قانون را بگیرند؛ «وقتی منافع صاحبان این افراد، با اعتبار بخشیدن به آنها به این بالاگرها فرصت تغییر شرایط می‌دهند و این قابلیت همیشه هم به نفع مردم نیست»؛ چابکو ادامه می‌دهد که چون این افراد به‌دلیل داد و ستدهای اقتصادی در این فضای مجازی، در فضای اقتصادی هم تاثیرگذار هستند، نمی‌خواهند این فرصت را از دست بدهند؛ پس در موقعیت‌های لازم، همزمان با هم حمله یا عقب‌نشینی می‌کنند.

توقف رهاشدگی

تحقق این هدف، نیازمند هم‌افزایی واقعی میان صنعت فناوری، نهادهای قانون‌گذار، جامعه مدنی و حتی خود کاربران است؛ تحولی باید با هدف ایجاد سازوکارهایی پایدار برای تأمین ح