



آن سوی دنیای مجازی

در نگاه طراحان آن

عاطفه فرهادی



کارشناس ارشد زبان و ادبیات فارسی

گرد آوردندگان: فاطمه شفیعی قمی



کارشناس ارشد برنامه‌ریزی درسی

همین الان شبکه‌های اجتماعی‌تان را حذف کنید» می‌گوید، شرکت‌هایی مثل گوگل و فیس‌بوک کارمندان اندک و آبروآیندهایی دارند که برایشان درآمدزایی می‌کنند. اما سؤال این است که ما چرا داریم به آن‌ها پول می‌دهیم و چطور؟

اگر برای محصولی هزینه نکنی، خودت محصول هستی!

خیلی از مردم این‌طور فکر می‌کنند که گوگل راهی برای جست‌وجوی اطلاعات و فیس‌بوک جایی برای ارتباط گرفتن با دوستان و دیدن عکس‌ها و فیلم‌های آنان است. اما چیزی که از آن غافل هستند این است که آن شرکت‌ها برای جلب توجه مردم با هم رقابت می‌کنند.

وقتی انسان به نحوه فعالیت این شرکت‌ها فکر کند، همه چیز منطقی می‌شود. سرویس‌های زیادی در اینترنت وجود دارند که همه گمان می‌کنند رایگان هستند، ولی این‌طور نیست. در واقع، تبلیغ‌کنندگان دارند به آن‌ها پول می‌دهند. چرا؟ چون می‌خواهند از این طریق کالاها و خدماتشان را به کاربران معرفی کنند. پس محصول در این فضا خود انسان است و توجهی که او به این سرویس‌ها دارد، محصولی است که تبلیغ‌کنندگان روی آن سرمایه‌گذاری می‌کنند.

در واقع، تغییرات پیوسته، جزئی و نامحسوس احساسی و رفتاری انسان به‌عنوان محصول معرفی می‌شود. تغییر دادن انسان‌ها، عادت‌های رفتاری و نحوه فکر کردن آن‌ها مهم است. آدم‌ها محصولاتی هستند که در اختیار شرکت قرار می‌گیرند و روی آن‌ها سرمایه‌گذاری می‌شود.

تمام فعالیت‌هایی که انسان در این فضای برخط انجام می‌دهد، نظارت، ردیابی و اندازه‌گیری می‌شود. هر فعالیت ساده کاربر با دقت رصد و ضبط می‌شود. هر تصویری که فرد به آن نگاه می‌کند و مدت زمان فعالیت اندازه‌گیری می‌شود. شرکت‌های صاحب فناوری از اوقات تنهایی، غم و شادی، و روزهای غرق در افسردگی کاربران باخبر هستند. این سامانه‌ها از اطلاعات کاربران تغذیه می‌کنند و نظارت درست و انسانی ندارند.

این مقاله برگرفته از مصاحبه‌ای است که با تعدادی از کارمندان و مدیران سابق شرکت‌هایی چون گوگل، فیس‌بوک، توییتر و یوتیوب است و معضلات و عواقب استفاده گسترده از فضای مجازی را بررسی و تحلیل می‌کند. به نظر این افراد، شبکه‌های اجتماعی اتفاقات مثبت زیادی همچون یافتن افراد و اشیای گم‌شده یا حتی پیدا کردن فرد اهداکننده عضو را رقم زدند و این امکانات تغییرات نظام‌دار مثبتی در سراسر دنیا به وجود آوردند. اما هیچ‌کس از عواقب احتمالی توسعه حضور آن‌ها در زندگی انسان‌ها خبر ندارد. تعداد شرکت‌های غول‌پیکر فناوری در حال افزایش است و این شرایط به توسعه شبکه‌های اجتماعی و احتمالاً گرایش بیشتر مردم به استفاده از آن‌ها منجر می‌شود. یک بررسی ساده، پیوند بین سلامت ذهنی و استفاده از شبکه‌های مجازی را روشن می‌کند.

متأسفانه افراد زیادی به استفاده از شبکه‌های مجازی اعتیاد دارند و این سؤال مهم پیش می‌آید که آیا شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شوند فرزندانمان افسرده شوند؟ جراحان زیبایی از یک پدیده جدید صحبت می‌کنند: نشانگان (سندرم) **خودزشت‌پنداری اسنپ‌چت**. اسنپ‌چت با عرضه پالایه (فیلتر)های متنوع به افراد کمک می‌کند ظاهر خودشان را عوض کنند. این ابزار بین نوجوانان و جوانان بسیار محبوب است. در واقع، ابزارهایی که تا الان ساخته شده‌اند، در حال به‌هم‌زدن ساختار اجتماعی هستند و این واقعیت که می‌توانی با فناوری خودت را در حباب ذهنی حبس کنی، شدت یافته است.

تریستان هریس، کارمند سابق یکی از شرکت‌های سازنده شبکه‌های مجازی، تلاش کرد بفهمد چرا این شرکت‌ها به معضلات و مشکلات ابزارهایی که می‌سازند توجه ندارند. او در بررسی ساده‌ای متوجه شد که دیگر همکارانش نیز به این معضلات می‌اندیشند و نگرانی‌هایی دارند، ولی جایی برای عنوان این مسائل پیدا نمی‌کنند. او برنامه‌ای را طراحی کرد که توجه مخاطبان زیادی را به معضلات استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی جلب کرد.

جرون لینر، نویسنده کتاب «ده استدلال برای اینکه



اکثر این شرکت‌ها سه هدف اصلی را دنبال می‌کنند:
سرگرم کردن با هدف بالا بردن استفادهٔ اقشار جامعه از این برنامه‌ها و سرگرم نگه داشتن کاربران؛
رشد کردن با انگیزهٔ اینکه افراد دوباره به برنامه‌های آنان مراجعه کنند و دوستان خود را هم به این فضا بیاورند؛
تبلیغات با هدف درآمدزایی.

تمام این اهداف با الگوریتم‌هایی تغذیه می‌شوند که تصمیم می‌گیرند چه چیزی را ارائه کنند تا ارقامشان را بالا ببرند. دنیایی به وجود آمده است که در آن ارتباطات برخط، به خصوص برای قشر جوان، اهمیت زیادی دارد. با وجود این، وقتی دو نفر در این فضا با هم ارتباط می‌گیرند، تنها راه کسب درآمد وجود فرد سوم است که برای مدیریت این ارتباط حقوق می‌گیرد. در واقع ارتباطات در این فضا تحت نفوذ دیگران است و در مرکز هر کاری که انجام می‌شود، فریب قرار دارد.

هر فناوری وقتی به حدی از پیشرفت برسد، دیگر نمی‌توان آن را از جادو تفکیک کرد (آرتور سی کلارک).
شعبده‌بازها اولین روان‌شناسان و متخصصان مغز و اعصاب بودند. آن‌ها اولین کسانی بودند که فهمیدند چطور می‌شود ذهن آدم‌ها را خواند. شعبده‌باز متوجه چیزی می‌شود که ذهن انسان از آن بی‌خبر است. با این اوصاف می‌توان از کارکرد فناوری مفهوم متفاوتی را استخراج کرد. چطور می‌شود از مسائل روان‌شناسانه‌ای که باعث ترغیب مردم می‌شود، استفاده و آن را در فناوری پیاده کرد؟ چطور می‌شود فناوری را وسوسه‌انگیزتر نشان داد؟ در واقع، رسالت فناوری ترکیبی از ایجاد تغییر و انجام یک کار خاص است.

وقتی فردی صفحهٔ موجود در برنامه را به پایین می‌کشد و در واقع تازه‌سازی می‌کند، با اطلاعات جدیدی روبه‌رو می‌شود. و این اتفاق با هر تازه‌سازی صفحه تکرار می‌شود. در روان‌شناسی به این جریان «پیشرفت متناوب مثبت» می‌گویند.

صاحبان شرکت‌های فناوری و سازندگان برنامه‌ها تنها خواهان استفادهٔ آگاهانهٔ بشر از این ابزار و محصولات نیستند، بلکه قصد دارند در اعماق سیستم مغزی او نفوذ کنند و محصول را داخل ذهن قرار بدهند؛ مثل یک عادت ناخودآگاه. پس انسان برای یک سطح عمیق‌تر برنامه‌ریزی می‌شود؛

چیزی که خودش از آن بی‌خبر است. شرکت‌های گوگل و فیس‌بوک مدام روی کاربران خود آزمایش‌های کوچکی انجام می‌دهند. آن‌ها با این آزمایش‌ها می‌توانند بهترین راه را توسعه بدهند تا کاربران همان کاری را انجام بدهند که اینان می‌خواهند. به این وضعیت «نفوذ کامل» می‌گویند.

شرکت‌های فناوری بر این باورند که می‌توانند بدون اینکه آگاهی کاربر را تحریک کنند، روی رفتارها و احساسات دنیای واقعی تأثیر بگذارند. آن‌ها موتورهای جست‌وجو را به سمت خودشان گرفته‌اند تا ببینند مهندسی معکوس چه واکنشی نشان می‌دهد. آن‌ها می‌خواهند از روش‌های روان‌شناسانه، سریع‌ترین راه نفوذ در آدم‌ها را پیدا و مقداری زیادی دوپامین به کاربر تزریق کنند.

اگر چیزی فقط حکم ابزار را داشته باشد، منتظر انسان می‌ماند. اما وقتی ابزار نباشد، فرد را از بقیهٔ چیزها دور می‌کند. آن موقع انسان از محیط اصلی خودش خارج و به فضای اعتیادآور و تحت کنترل وارد شده است. شبکه‌های اجتماعی ابزار نیستند و اهداف خودشان را دارند. کافی است انسان از آن‌ها استفاده کند. آن‌ها با استفاده از روان انسان اهداف خودشان را دنبال می‌کنند.

شبکهٔ اجتماعی مثل مادهٔ مخدر است. نیاز زیستی (بیولوژیکی) انسان به برقراری ارتباط با دیگران باعث می‌شود دوپامین بدن او به درستی آزاد شود. میلیون‌ها سال تکامل پشت این نظام است. پس شکی نیست ماشینی مثل شبکهٔ اجتماعی که ارتباط بین افراد را صورت می‌دهد، ظرفیت اعتیادآوری داشته باشد.

محصولات فناوری روان‌شناسان کودک که سعی می‌کنند از بچه‌ها محافظت کنند و باعث رشد آن‌ها بشوند، طراحی نکرده‌اند. آن‌ها بر اساس الگوریتم‌ها ساخته شده‌اند تا ویدیوی بعدی را به کاربر پیشنهاد بدهند و باعث شوند او با استفاده از پلایه‌ها (فیلترها) از خودش عکس بگیرد.

آن‌ها فقط مرکز توجه انسان را کنترل نمی‌کنند، بلکه قصد دارند به عمیق‌ترین ساقه‌های مغز نفوذ کنند و احساس ارزش و هویت کودکان را به دست بگیرند.

برای انسان مهم است که دیگران درباره او نظر مثبت داشته باشند. اما اینکه ده هزار نفر از مردم واقعاً چه نظری دارند هم برای او مهم است؟ همه زندگی خودشان را حول محور کمال تصور می کنند؛ چون در علامت (سیگنال) کوتاه مدتی نظرات مثبت را دریافت می کنند و با واقعیت می آمیزند. این محبوبیت در اصل شکننده و جعلی است و عمر کوتاهی دارد و باعث می شود انسان بیشتر از قبل از انجام دادن آن احساس خالی بودن کند؛ چون او را وارد چرخه معیوبی می کند و باعث می شود از خودش بپرسد کار بعدی ام چیست؟

از بعد از سال ۱۹۹۶ افسردگی و اضطراب بین نوجوانان آمریکایی رشد زیادی داشته است. حتی آمارهای خودکشی بین دختران افزایش چشمگیری یافت. دختران و پسرانی که در این دوران می زیستند، اولین افرادی بودند که درگیر شبکه های اجتماعی و فضای مجازی شدند. نسل «Z» با بیشترین میزان اضطراب، افسردگی و شکنندگی زندگی خود را ادامه می دهند. این نسل درگیر با فضای مجازی، ریسک پذیرتر و غیرقابل کنترل تر از نسل های پیش از خود هستند. در بین آن ها تعداد افرادی که روابط دوستانه یا تعادل عاطفی داشته باشند، کم و کمتر شده است. این آمار تغییر واقعی نسل هاست. طراحان در حال تربیت و آموزش نسل جدیدی هستند. فناوری باعث شده است انسان وقتی ناراحت، تنها و ترسیده است، یک تسکین دهنده شخصی داشته باشد. آن ها قصد دارند با کمک فناوری توانایی انسان را برای مقابله با احساسات منفی اش خنثا کنند.

در واقع، فناوری به نوع جدیدی از قدرت برای نفوذ به ذهن بشر رسیده است. روش هایی که برای بازی روی توانایی های مردم، اعتیاد یا تحت تأثیر قرار دادنشان استفاده می شوند، کاملاً متفاوت هستند.

انسان با خود می گوید با وجود آن ها من می توانم به زندگی ام ادامه بدهم. می توانم خودم را با آن ها وفق بدهم. اما مسئله فراموش شده این است که بشر با چیز جدیدی روبه روست. خطری که فناوری ایجاد کرده، به صورت تصاعدی در حال رشد است. برخی گمان می کنند هوش مصنوعی روزی دنیا را نابود خواهد کرد؛ دنیایی که همین حالا هم توسط این ابرفناوری ها اداره می شود.

در شرکت گوگل هزاران رایانه وجود دارد که به صورت گسترده با هم مرتبط اند و برنامه های پیچیده ای را اجرا و اطلاعات زیادی را مبادله می کنند. هر دستگاه برنامه ها و محصولات زیادی را عرضه می کند. همه این اتفاقات بر اساس الگوریتم ها پیش می روند.

انسان برای رایانه یک وضعیت هدف مشخص می کند و بر این اساس دنبال نتایج مورد انتظارش است. بعد رایانه راهی برای رسیدن به آن پیدا می کند. اینجاست که اصطلاح

«یادگیری ماشینی» مطرح می شود. الگوریتم ضمیر خودش را دارد و با وجود اینکه کسی آن را ننوشته، طوری نوشته شده است که می توان با آن یک ماشین ساخت و آن ماشین خودش در خودش تغییر ایجاد می کند. تعداد کمی از کارکنان این شرکت ها از چگونگی فعالیت این سامانه ها باخبر هستند. به نظر می رسد انسان اختیار این سامانه ها را به دست دارد، ولی این طور نیست. چون آن ها دارند اطلاعات انسان را در اختیار می گیرند. در واقع آن ها نبض بشر را در دست گرفته اند، نه بشر آن ها را.

مبارزه با سامانه ای که حرکات انسان را زیر نظر گرفته است و قدم های بعدی او را پیش بینی می کند، عادلانه نیست. فناوری از انسان قوی تر شده و در واقع از نقاط ضعف افراد پیشی گرفته و به آن ها غلبه کرده است. این همان ریشه اعتیاد، دو قطبی شدن، قاعده مند شدن (رادیکالیزاسیون)، عصبانیت، استهلاک و تمام مسئله است. آن ها بر انسان غلبه کرده اند و انسانیت را از بین برده اند.

انسان برای جست و جوی اطلاعات، دیدن پست های دوستان و دنبال کردن افراد محبوب وارد فضای مجازی می شود و فکر می کند با دنیایی از اطلاعات تازه روبه رو است. اما نمی داند که این رایانه است که تصمیم می گیرد چه چیزی را به کاربر نشان بدهد. در این بستر، تصور غلطی برای کاربر به وجود می آید و او گمان می کند همه با او موافق اند. چون تمام دنبال کنندگان صفحه او مثل خودش هستند. این وضعیت درست مثل شعبده بازی فرد را تسخیر می کند.

الگوریتم های اینترنت شاخه های متعددی را برای جامعه ایجاد می کنند و با دو قطبی کردن کاربران، خود را برخط نگه می دارند. مردم فکر می کنند این الگوریتم ها ساخته شده اند تا چیزی را که دلشان می خواهد به آن ها نشان بدهند؛ ولی این طور نیست.

انسان سامانه ای را درست کرده است که به سمت اطلاعات نادرست جهت گیری دارد. چون اطلاعات غلط در قیاس با واقعیت پول بیشتری برای شرکت فراهم می کنند. این یک شیوه کسب و کار غلط برای رشد است. هر قدر اطلاعات و پیام ها بدون نظم و با بهترین قیمت به دست کاربران برسند، پول بیشتری نصیب شرکت می شود.

یکی از مهم ترین و نگران کننده ترین مشکلات دولت ها و افرادی که از سلاح شبکه های اجتماعی استفاده می کنند، این است که دچار بحران ها و آسیب های واقعی و برخط می شوند.

الگوریتم ها و سیاستمداران به قدری در جذب انسان حرفه ای شده اند و مهارت بالایی در ساخت شایعات دارند که انگار دارند مردم را جذب واقعیت می کنند و باعث می شوند انسان برای باور این دروغ ها گنج شود. به نظر می رسد اختیار انسان روی اینکه چه کسی است و چه اعتقادی دارد، هر لحظه کم و کمتر

می‌شود. دنیایی را تصور کنید که هیچ‌کس در آن به‌درستی به چیزی اعتقاد ندارد و همه باور دارند دولت به آن‌ها دروغ می‌گوید. همه چیز یک نظریه توطئه است و نباید به کسی اعتماد کرد. مردم طوری درباره هوش مصنوعی حرف می‌زنند که انگار واقعیت را می‌دانند. هوش مصنوعی قرار نیست مشکلات را حل کند. گوگل نمی‌تواند واقعی بودن یا توطئه‌آمیز بودن یک مسئله را مشخص کند؛ چون خودش هم نمی‌داند واقعیت کدام است. اگر انسان‌ها درباره واقعیت توافق نکنند یا چیزی را به‌عنوان واقعیت نپذیرند، نمی‌توانند هیچ‌یک از مشکلاتشان را حل کنند. خیلی از افراد این نظریه «درة سیلیکون» را قبول دارند که بشر در حال ساخت مغزهای فوق‌العاده جهانی است و همه کاربران یک نوروں کوچک قابل تعویض هستند که هیچ‌کدامشان اهمیت ندارند. این نظریه مردم را تسلیم این وضعیت می‌کند که شما یک عنصر کوچک محاسباتی هستید و فناوری با نفوذ در رفتارهایتان، آن‌ها را برنامه‌ریزی می‌کند و به این مغز غول‌پیکر سرویس می‌دهد و خود شما اهمیتی ندارید.

فناوری می‌تواند به تهدیدی برای جامعه تبدیل شود. مضر بودن آن، آن را به تهدید مبدل می‌کند. اگر فناوری بتواند در جامعه هرج‌ومرج، دوقطبی‌شدگی، خشم، تنهایی، بیگانگی، عوام‌گرایی (پوپولیسم) و ناتوانی بیشتر در تمرکز بر مشکلات واقعی را ایجاد کند، خب این جامعه به خطر می‌افتد و دیگر نمی‌تواند از هرج‌ومرج خارج شود و به خودش بهبود ببخشد. اگر انسان در برابر فناوری به همین وضع ادامه بدهد، احتمالاً در آینده تمدن بشری را با جهل نابود می‌کند و نمی‌تواند از پس چالش تغییر اقلیم برآید. احتمالاً مردم‌سالاری‌های (دموکراسی‌های) دنیا گمراه و دچار اختلال عملکرد عجیب خودکامه‌ای می‌شوند. شاید اقتصاد جهان نابود شود و دیگر انسان نجات پیدا نکند.

این نابودی یک‌طرفه و گمراه‌کننده است، چون فناوری هم‌زمان با تخریب در حال شبیه‌سازی یک آرمان‌شهر است. وقتی مهندسان فناوری دکمه پسنده (لایک) را طراحی کردند، به دنبال افزایش عشق و مثبت‌گرایی در جامعه بشری بودند. اما نمی‌دانستند وقتی افراد ببینند تعداد پسندهای مربوط به فرسته‌هایشان (پست‌هایشان) کم است، دچار افسردگی می‌شوند یا این وضعیت به دوقطبی‌شدگی جامعه منتهی می‌شود. در واقع، سازندگان نیت اهریمنی نداشتند. مشکل نحوه کسب‌وکار است نه خود افراد.

انسان شاید نتواند شرایط را به زمان قبل از وجود این ابزارها برگرداند، ولی می‌تواند دست به اصلاح بزند. باید توجه داشت که هرچقدر پدیده‌های بزرگ‌تر شود، تغییر دادن آن سخت‌تر می‌شود. پول‌سازی عنصر مشوق فعالیت‌های شرکت‌هاست و تمام راه‌حل‌ها از نظر آن‌ها باید انگیزه‌های مالی را دربر بگیرد. هیچ دلیل مالی برای تغییر دادن شرکت‌ها وجود ندارد و اینجاست

که وجود قوانین ضرورت پیدا می‌کند. اما در خصوص حریم خصوصی دیجیتال هیچ قانون مشخصی وضع نشده است. وقتی مردم زمان زیادی را صرف تماشای صفحات مجازی می‌کنند، در واقع، سود بیشتری را نصیب شرکت‌های صاحب فناوری می‌کنند، اما چه می‌شود اگر انسان این زمان را به پول‌دار شدن خودش اختصاص بدهد؟ شرکت‌ها از هوش‌های مصنوعی قوی‌تر استفاده می‌کنند تا توجه مردم را به سمت چیزی که می‌خواهند جلب کنند. آن‌ها دارند مردم را گول می‌زنند تا از اهداف اصلی زندگی‌شان دور شوند.

انسان می‌تواند معنا و ظاهر شبکه‌های اجتماعی را تغییر بدهد. نحوه کارکرد فناوری مثل قانون فیزیک نیست. روی سنگ نوشته نشده، بلکه انتخاب‌هایی است که انسان آن را درست کرده و حالا می‌تواند آن را تغییر بدهد. انسان این چیزها را ساخته و خودش مسئول تغییر دادن آن‌هاست. تاروپود جامعه سالم به ره‌اشدن از این کسب‌وکار فاسد بستگی دارد.

در طول تاریخ، در جاهایی اتفاقات بهتری افتاد که کسی گفت می‌توانیم بهتر از این عمل کنیم. انگار تمام طراحی‌های صورت‌گرفته در مسیر درستی به کار نمی‌روند و باید آن‌ها را تغییر داد. یک معجزه می‌تواند بشر را نجات بدهد. انسان می‌تواند با فشار آوردن به شرکت‌های سازنده فناوری، زمینه تغییر را ایجاد و با انجام مکالمات تخصصی جریان را عوض کند. در پایان، نظر این کارشناسان و مهندسان فناوری درباره نحوه صحیح فعالیت در فضای مجازی ارائه شده است:

- بیایید از همین الان برنامه‌ها (اپلیکیشن‌ها) و اعلان‌های (نوتیفیکیشن‌های) اضافی را خاموش و پاک کنیم.
- بیایید در هنگام فعالیت در فضای مجازی، خودتان انتخاب‌کننده باشید و نگذارید برایتان تصمیم بگیرند و به‌جای شما انتخاب کنند.
- از افزونه‌هایی استفاده کنید که پیشنهاد‌های خودکار گوگل کروم را متوقف می‌کنند.
- اطلاعات را با در نظر گرفتن واقعیت و منبع خبر به اشتراک بگذارید.
- فقط دنبال دیدگاه‌های مثبت و موافق نباشید. با بهره‌مندی از نظرات متفاوت و مخالف، به نگاه خود وسعت ببخشید.
- کودکان را از این فضا دور نگه دارید و اجازه ندهید تا قبل از شانزده‌سالگی از شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی استفاده کنند
- یک بودجه زمانی برای گذراندن وقت با کودکان و نوجوانانتان در نظر بگیرید و با آن‌ها درباره نحوه و میزان استفاده از ابزارهای فناوری صحبت کنید و دیدگاهشان را در این باره جویا شوید.

منبع

- فیلم مستند معضل اجتماعی Social delimma



برای کسب اطلاعات بیشتر، رمزینره را پوش کنید.