

آیا اینستا گوشی ما را شنود می‌کند؟

این روزها بسیاری از کاربران معتقدند به محض آن که درباره موضوع یا محصولی صحبت می‌کنند پست‌هایی درباره آن سر از اکسپلور اینستاگرام‌شان در می‌آورد، آیا واقعاً گوشی ما شنود می‌شود؟

سیدمصطفی صابری | روزنامه‌نگار

پرونده

تابه حال شده درباره موضوعی فکر کنید و همان لحظه حس کنید پیش روی شما قرار گرفته؟ به‌طور مثال به ۲۰۶ آلبالویی که خیلی کم تولید شده فکر می‌کنید و ناگهان یک ۲۰۶ آلبالویی از مقابل تان رد می‌شود. ماجرا اگر در همین حد بماند می‌تواند جذاب باشد؛ اما گاهی حس می‌کنیم غول‌های دنیای فناوری ذهن ما را می‌خوانند؛ چه وقت‌هایی؟ آن زمانی که گوگل پیشنهادهایی را روی دیوایس و گجت ما نشان می‌دهد؛ انگار همان اخباری بودند که ما به شدت درباره‌شان کنجکاو بودیم. یا وقتی در یک شبکه اجتماعی مثل اینستاگرام ناگهان اکسپلور ما پر می‌شود از تبلیغات آنلین شاپ‌هایی که کالاهای‌شان برای ما جذاب بودند و حتی شاید درباره‌شان با کسی صحبت کرده‌ایم. این جاست که ما چرا عجیب و تا حدی ترسناک می‌شود. آیا مکالمات ما در طول روز با دوست و آشنا و بدون تماس تلفنی از گوشی شنود شده و به الگوریتمی قدرتمند متصل است که باعث چنین اتفاقی می‌شود؟ آیا ممکن است غول‌های فناوری وقتی مجوزهایی از ما برای ضبط صدا گرفته‌اند به جای این که هنگام استفاده از برنامه چنین مجوزی را فعال کنند در تمام روز آن را فعال نگه داشته باشند؟ بعضی‌ها از این همه فراتر می‌روند و مدعی هستند حس می‌کنند ذهن‌شان هم چک می‌شود و ممکن است به چیزی فکر کنند و در اکسپلورشان ظاهر شود. آیا ما در اتاق شیشه‌ای زندگی می‌کنیم و در تمام طول روز رصد می‌شویم؟ به بهانه توجه زیاد کاربران فضای مجازی به این موضوع در پرونده امروز ابعاد ماجرا از جنبه‌های مختلف بررسی کردیم.

«بیگ دیتا» چگونه دیتا را تحلیل می‌کند؟

وقتی حس می‌کنیم شنود شده‌ایم، شاید در مواجهه با «بیگ دیتا» هستیم. چیزی که نوعی ناخودآگاه جمعی را نشان می‌دهد که ما بخشی از آن هستیم و حس‌مان این است فقط و فقط برای ما طراحی شده؛ در حالی که بخشی از موجی است که ما هم در دل آن قرار داریم.

بیگ دیتا چیست؟

بیگ دیتا اقیانوسی عظیم از داده‌هاست؛ داده‌هایی عظیم که می‌تواند امکان تحلیل یک جامعه را به سیاست‌گذاران فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جامعه بدهد. «بیگ دیتا» رفتار میلیون‌ها میلیون کاربر را در فضای مجازی رصد کرده و با کمک الگوریتم‌ها، مطالعات و چهره‌های شاخص علوم ارتباطات و جامعه‌شناسی تبدیل به کلیدواژه‌هایی برای تبلیغ، سخنرانی اثرگذار، مهندسی اجتماعی و... می‌کند. حتماً ما چرایی استفاده از بیگ دیتای فیس‌بوک و نقش‌هایی که در انتخابات آمریکا داشت، شنیده‌اید. در آن زمان زاکربرگ مالک فیس‌بوک متهم شد اطلاعات کاربران را برای تحلیل داده در اختیار کمیته‌های انتخاباتی قرار داده و در حقیقت به آن‌ها فروخته است. اطلاعاتی که خصوصی نبودند اما تجمیع آن‌ها ابزار قدرتمندی است برای کسی که به آن دسترسی دارد تا بتواند وعده‌هایی بدهد که خوشایند جامعه است و هر بار به سرعت واکنش جامعه را به رفتار، سخنرانی و عملکرد کمیته انتخاباتی اش بررسی کند.

چرا بی مهم شدن بیگ دیتا

بیگ دیتاها پدیده‌ای تازه هستند و طی چند سال اخیر کاربرد جدی پیدا کرده‌اند به چند دلیل؛ اول این که پیش از این و بدون شبکه‌های اجتماعی با این

مخفی کردن چیزی نیست. با این حساب بیگ دیتاها مشخص می‌کنند چه چیزی روی بورس است و چه چیزی مناسب نمایش در سرچ‌ها و اکسپلور هاست. **اخلاقی نیست اما جاسوسی هم نیست** بماند که چرخه حیات یک کاربر در پلتفرم‌های مختلف هم در شکل‌گیری این موضوع و تکمیل بیگ دیتاها بی‌تأثیر نیست. این جاست که ممکن است چیزی را که زیاد در فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و کوچه و خیابان می‌بینید ذهن شما را مشغول کند، ساعتی بعد به آن فکر کنید یا در محل کار و دانشگاه در خصوص آن صحبت کنید؛ آن موضوع چون ترند است سر از فضای مجازی می‌آورد و شما فکر می‌کنید چون به آن فکر کردید یا درباره‌اش صحبت کردید جلوی تان ظاهر شده در حالی که این طوری نیست. نوع استفاده از بیگ دیتا ممکن است اخلاقی نباشد و باعث مصرف‌گرایی شود یا حتی ذائقه ما را شکل دهد اما آن جنس جاسوسی که فکر می‌کنیم نیست.

ZENDEGI - SALAM
ضمیمه روزنامه خراسان
سه شنبه ۲۰ شهریور ۱۴۰۳
۶ ربيع الاول ۱۴۴۶ • ۱۰ سپتامبر ۲۰۲۴
شماره ۲۱۵۸۰
۲۷۹۹

در زندگی سلام امروز بخوانیم:

سیاهی دور چشم نشانه چه بیماری است؟

سالم‌ترین میوه و سبزی کدام است؟

راهکارهای فرار از تله خودکشی

سخنگوی فراجا به مناسبت روز جهانی پیشگیری از خودکشی از جان باختن سالانه بیش از ۴ هزار نفر به دلیل این اقدام تپاه‌کننده و آسیب‌دیدن شدید ۱۰ تا ۲۰ برابر این تعداد خبر داد؛ چند توصیه به همه داریم

۴ عادت ساده که کلید موفقیت تان هستند

اعداد بزرگ و توهمات کوچک!

وقتی حس می‌کنیم اتفاقی بسیار نادر برای ما رخ داده که احتمال وقوعش نزدیک صفر است، فراموش می‌کنیم که ما یکی از میلیارد‌ها انسانی هستیم که ممکن بوده این رخداد برایش محقق شود کاربری نوشته که در حال نگاه کردن به کیف رودوشی خانمی در خیابان بودم و چند دقیقه بعد بدون آن که چیزی سرچ کنم دقیقاً تصویر همان کیف در اکسپلور گوشی‌ام ظاهر شد که مربوط به پست آنلین‌شاپی بود که آن را می‌فروخت. این کاربر با توجه به این که احتمال رخ دادن چنین اتفاقی خیلی کم است، نتیجه‌گیری کرده که ممکن است اینستاگرام با چیزی مثل یک چپ‌نانو که در واکسن کرونا بوده ذهنش را خوانده باشد. اصولاً چنین تصویری می‌تواند جذاب و جیم‌باندی باشد اما در عمل غیر ممکن است. پس چرا چنین اتفاقاتی می‌افتد؟ غیر از بحث بیگ دیتاها و تحلیلی که غول‌های فناوری از علایق ما و... دارند تا پستی را برای ما نمایش دهند با یک موضوع دیگر هم در چنین مواقعی طرفیم که می‌تواند گره ما چرا تا حد زیادی باز کند یعنی «اعداد بزرگ».

هزاران فکر برای یک روز

مادر طول یک روز هزاران و گاهی شاید میلیون‌ها فکر و تصمیم داریم که چون بیشتر آن‌ها ناخودآگاه، سریع و براساس غریزه است، به چشم ما نمی‌آید. بیشتر اوقات از کنار چیزهایی که به آن‌ها فکر می‌کنیم راحت می‌گذریم و آن‌ها را به لایه‌های بعدی ذهن می‌فروستیم. اما اگر جلوه‌ای از آن فکرها ناگهان به شکل دیگری مقابل ما ظاهر شود؛ فکری که به آن توجه نداشتیم دوباره به خودآگاه برمی‌گردد و با تعجب می‌گوییم چطور ممکن است همین حالا که به فلان موضوع فکر می‌کردم، چیزی مشابهش مقابلم سبز شد؟ غافل از این که ما فقط به آن فکر نکرده بودیم و بخشی از هزاران هزار چیزی بود که در طول یک روز به آن فکر کرده‌ایم و همه را فراموش کردیم و این یکی فقط چون جلوی مان ظاهر شده برای مان باعث تعجب شده است.

اعداد خیلی خیلی بزرگ

اتفاقات نادر از این جنس هستند، عجیب نیست بین هزاران چیزی که به آن فکر کرده‌ایم یکی از آن‌ها ناگهان در گوشی یا یک مغازه ببینیم. اتفاقات خاصی که ما آن‌ها را شانس و بدشانسی قلمداد می‌کنیم هم همین‌طور. اگر احتمال وقوع یک ماجرا وجود داشته باشد هر قدر هم عجیب و خاص، آن اتفاق برای یکی از میلیارد‌ها آدمی که روی زمین زندگی می‌کنند، رخ می‌دهد. اتفاقی که برای همان یک نفر کاملاً عجیب و غیرقابل‌باور و برای کل جامعه آماری کاملاً عادی است چون عدد آدم‌ها، تصمیم‌ها، چیزهایی که می‌بینند و می‌شنوند و تصمیمات‌شان بسیار بالاست. پس دفعه بعدی که با چنین موضوع تصادفی مواجه شدید، نگران این نباشید که ذهن‌تان هک شده و مطلع باشید ماجرا از این قرار است.

سابقه سیاه متا هم مقصر است

یکی از دلایلی که شائبه شنود توسط اینستاگرام را تقویت کرده، شکایت‌های متعدد از فیس‌بوک به دلیل سوءاستفاده از اطلاعات کاربران است یکی از طرفدارترین شبکه‌های اجتماعی دنیا که فیس‌بوک محسوب می‌شود، ۴ فوریه ۲۰۰۴ توسط زاکربرگ جوان به وجود آمد. این شبکه اجتماعی به دلیل نقض حریم خصوصی افراد و سوءاستفاده از اطلاعات مردم، بارها مورد شکایت افراد حقیقی و حقوقی قرار گرفته است. فیس‌بوک در سال‌های ۲۰۱۲ و ۲۰۱۴ به ترتیب، اینستاگرام و واتس‌آپ را خریداری کرد و هم‌اکنون به علت اختلاف نظرهای شدید بنیان‌گذاران بر نامه‌های یادشده بازاکربرگ، هیچ‌یک از آن‌ها دیگر در فیس‌بوک کار نمی‌کنند.

تحلیل و فروش اطلاعات شخصی کاربران

شرکت از اطلاعات مجازی کاربران برای پیش‌بینی رفتار آن‌ها استفاده می‌کند و این پیش‌بینی‌ها را به شرکت‌های تبلیغاتی می‌فروشد. فیس‌بوک اطلاعات شخصی افراد شامل روابط میان دوستان، موضوعات مورد علاقه، تعداد و محتوای نوشته‌ها و زمان حضورشان در شبکه اجتماعی را جمع‌آوری و طبقه‌بندی می‌کند و براساس آن‌ها الگوهای رفتاری کاربران را به دست می‌آورد. نرم‌افزار هوش مصنوعی فیس‌بوک، با قدرت پیش‌بینی رفتار آینده کاربران به شرکت‌ها اجازه می‌دهد با تبلیغات هدفمندشان آن‌ها را نشانه بگیرند. این سیستم که «پیش‌بینی وفاداری» نام گرفته است با توجه به اطلاعات ذخیره شده در پروفایل کاربر، تخمین می‌زند که آیا او به استفاده از محصول یا خدمتی ادامه می‌دهد یا خیر. این شرکت با خریدن دیگر پیام‌رسان‌ها مثل اینستاگرام و واتس‌آپ به تنوع بخشی و توسعه بخش‌های درآمدزایی خود فکر کرد اما نوع کسب و کارش بیشتر روی تبلیغ متکی است. ادعا

بعد از انتشار این گزارش، کاربران توییتر فارسی متوجه شدند آن‌ها تنها کسانی نبودند که فکر می‌کردند اینستاگرام صحبت‌هایشان را می‌شنود. کاربری به نام «جلال فضل الهی» در این باره نوشته است: «با دخترم درباره انتخاب رشته صحبت می‌کردم. گفت یکی از دوستانم داره تبریز مواد و متالورژی می‌خونه، بد نیست اونم بزینم. گفتم من شناختی ازش ندارم. چند ساعت بعد که اومدم توی توییتر رو ببینم، معرفی همون رشته جزو اولین ویدئوها بالا اومد.» کاربر «امیر حسین» هم نوشته است: «من هفته پیش داشتم یک محصولی رو برای دوستم تویج می‌دادم که چی هست، به محض باز کردن اینستاگرام همون محصول اولین پستی بود که دیدم.» محمد خاوریان هم می‌گوید با عکس گرفتن از یک محصول، تبلیغات آن خیلی سریع برایش نمایش داده شده است: «من یک بار وارد فروشگاه نایکی دبی شدم و یک کفش رو دیدم و بر داشتم و یک عکس ازش گرفتم که داشتم باشم. از یک ساعت بعد توی اکسپلور گوگل مدام تبلیغ اون کفش رو نمایش می‌داد که بخرم. تاکید می‌کنم مطلقاً بدون هیچ سرچی در مورد اون محصول.» کاربر دیگری با نام علیرضا هم نوشت: «یک بار با خانمم حرف می‌زدیم و از او پرسیدم که فلان بازیگر در فلان عکس باردار به نظر نمی‌رسه؟» یکپو تو اکسپلور اینستا به پست اومد درباره بارداری اون! تازگی هم داشتم درباره یه آهنگ حرف می‌زدیم، یهو ریلز همون رو بخش کرد.» پیش از انتشار این گزارش هم بسیاری از کاربران درباره تجربیات مشابه خود نوشته بودند. برای مثال چندین کاربر نوشته بودند بدون عکس گرفتن، سرچ کردن یا حتی حرف زدن درباره محصولات و فقط بعد از دیدن آن‌ها در فروشگاه‌ها، تبلیغات همان محصول در اینستاگرامشان نمایان شده است. برخی کاربران هم به طرز اغراق‌آمیزی ادعا می‌کنند کار اینستاگرام از شنود گذشته و انگار که افکارشان را هم می‌خواند!