

## زنگ خطر هوش مصنوعی برای ایران

انقلاب چهارم صنعتی به واسطه‌ی هوش مصنوعی در سال ۲۰۳۰ میلادی به اوج خود خواهد رسید که این یک زنگ خطر و هشدار برای کشور ماست ...



انقلاب چهارم صنعتی به واسطه‌ی هوش مصنوعی در سال ۲۰۳۰ میلادی به اوج خود خواهد رسید که این یک زنگ خطر و هشدار برای کشور ماست و اگر زودتر به این موج نرسیم در آینده یکی از کشورهای عقب افتاده خواهیم شد بر همین اساس، مقامات دولتی و مسئولان و برنامه ریزان باید در کنار فعالیت جاری شان در نگاهی آینده نگرانه بر هوش مصنوعی تمرکز کنند و سند توسعه‌ی استراتژی‌های ملی هوش مصنوعی تدوین شود.

به گزارش ایسنا، سومین پیش‌نشست همایش ملی «بازشناسی چالش‌های رشد اقتصادی در ایران؛ تبیین موانع تولید و به‌سازی راهبردها و سیاست‌ها»، با عنوان «جایگاه رسانه‌ها در توسعه اقتصادی» با حضور دکتر منصور ساعی؛ عضو هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، دکتر محمد سلطانی فر؛ عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، دکتر حمید ضیایی پرور؛ مدرس و پژوهشگر حوزه‌ی ارتباطات، دکتر حسین امامی؛ مدرس و تحلیل‌گر رسانه‌های اجتماعی، دکتر مسعود رجیبی؛ مشاور اقتصادی-تجاری استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوین به صورت مجازی و به میزبانی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی برگزار شد.

در ابتدای جلسه دکتر منصور ساعی، دبیر پیش‌نشست توضیحاتی را در رابطه با کلیات جلسه، ارائه‌ها و ارتباط عناوین مطروحه در پیش‌نشست با اهداف همایش ارائه کرد.

دکتر محمد سلطانی فر، اولین سخنرانی پیش‌نشست سخنان خود را با عنوان «چالش‌های بخش خصوصی در توسعه‌ی اقتصادی با تأکید بر استارت‌آپ‌ها» ارائه کرد.

وی گفت: شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها توانست در بسیاری از کشورها تبدیل به روندی برای توسعه و پیشرفت کسب و کارها و توسعه در امور اقتصادی آنها شود. متأسفانه در کشور ما این جایگاه نتوانست تبدیل به پدیده‌ای توسعه‌بخش شود. بررسی دلیل عدم موفقیت استارت‌آپ‌ها می‌تواند به آینده‌ی روشنی برای فعالیت این پدیده تبدیل شود.

شغل‌هایی که با آمدن هوش مصنوعی از بین می‌روند

سخنران بعدی این پیش‌نشست دکتر حسین امامی بود، که به موضوع «تأثیر هوش مصنوعی بر رشد اقتصادی؛ فرصت‌ها و نگرانی‌ها» پرداخت.

وی با تأکید بر این مسئله که برای دستیابی به رشد اقتصادی و رفع موانع تولید نباید از هوش مصنوعی غافل شد، ادامه داد: کم‌توجهی ایران در زمینه‌ی بهره‌گیری از هوش مصنوعی، خسران قابل‌توجهی به اقتصاد کشور خواهد زد. هوش مصنوعی موجب افزایش رشد اقتصادی، افزایش تولید، ارائه‌ی خدمات بهتر و همچنین افزایش بهره‌وری خواهد شد. در عصر فراگیر شدن هوش مصنوعی، اقتصاد کشورهای در حال توسعه‌ی توانایی رقابت با اقتصادهای پیشرفته را نخواهند داشت و به یک جامعه‌ی فرسوده و بی‌مصرف تبدیل می‌شوند. انقلاب چهارم صنعتی به واسطه‌ی هوش مصنوعی در سال ۲۰۳۰ میلادی به اوج خود خواهد رسید که این یک زنگ خطر و هشدار برای کشور ماست که اگر زودتر به این موج نرسیم در آینده یکی از کشورهای عقب افتاده خواهیم شد لذا، مقامات دولتی و مسئولان و برنامه ریزان باید در کنار فعالیت جاری شان در نگاهی آینده نگرانه بر هوش مصنوعی تمرکز کنند و سند توسعه‌ی استراتژی‌های ملی هوش مصنوعی تدوین شود. با توسعه‌ی هوش مصنوعی «رشد اقتصادی» و «بهره‌وری» به شکل فزاینده‌ای افزایش پیدا می‌کند.

امامی با بیان این که نگرانی عمده درباره‌ی اشتغال و گسترش میزان بیکاری در آینده است، تصریح کرد: هوش مصنوعی می‌تواند بر دستمزد، توزیع درآمد و نابرابری اقتصادی تأثیر بگذارد. همچنین در زمان فراگیری هوش مصنوعی در چند سال آینده شاهد کارکنان خودکارفرما هستیم که وابستگی سازمانی ندارند، بلکه می‌توانند هم‌زمان برای چند شرکت فعالیت کنند. از طرفی دیگر هوش مصنوعی باعث از بین رفتن بسیاری از مشاغل خواهد شد ولی در عوض، مشاغل جدید دیگری مرتبط با هوش مصنوعی پدید خواهند آمد. مشاغل باید بتوانند بین رشته‌ی خود و توانایی هوش مصنوعی یک عامل ارتباطی پیدا کنند تا از تکنولوژی عقب نیافتند و شغل شان را حفظ کنند. به نوعی بتوانند کار کردن را به ماشین‌ها سپرده و بیشتر به فکر برطرف کردن نیازها و خلاقیت

وی نرخ از بین رفتن مشاغل را متفاوت دانست و گفت: پژوهش‌های مختلف نشان داده است برخی از مشاغل همچون مشاغل بازاریابی تلفنی، داور مسابقات ورزشی، صندوق دار فروشگاه، گارسون‌ها، راهنمای گردشگران، نانوایان، راننده‌های اتوبوس، کارگران ساختمانی و مأموران حراست و حفاظت از بین خواهند رفت.

امامی در خصوص تأثیر هوش مصنوعی بر روزنامه‌نگاری و رسانه‌ها گفت: رسانه‌های مشهور بین‌المللی تنها کار خبرنگاری و تنظیم اخبار را به هوش مصنوعی نسپردند بلکه روند راستی‌آزمایی خبرهای دریافتی، حذف خبرهای جعلی، خلاصه‌گیری از متون و نظارت بر بخش‌های نظرات مخاطبان را هم به هوش مصنوعی واگذار کرده‌اند که این امر موفق بوده است.

جایگاه شبکه ملی اطلاعات در نظام توسعه ایران

در ادامه‌ی پیش‌نشست، دکتر حمید ضیایی پرور سخنرانی خود با عنوان «جایگاه شبکه‌ی ملی اطلاعات در نظام آینده‌ی توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی ایران» را ارائه کرد.

وی در خصوص شبکه‌ی ملی اطلاعات گفت: این شبکه زیرساخت ملی فضای مجازی کشور است و خود از سه لایه‌ی بنیادین تشکیل شده است: لایه‌ی زیرساخت، لایه‌ی خدمات و لایه‌ی محتوا. در لایه‌ی زیرساخت، دو بخش اپراتورهای ارتباطی و مراکز داده قرار دارند که کار اصلی‌شان متصل کردن کاربران نهایی به شبکه است. لایه‌ی خدمات به دو لایه‌ی خدمات پایه و خدمات کاربردی تقسیم می‌شود. در لایه‌ی خدمات پایه، نرم‌افزارهای سیستم عامل و امنیت شبکه و سرور قرار دارند و در لایه‌ی خدمات کاربردی، مرورگرها، جستجوگرها، پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی، خدمات نقشه و مکان و میلیون‌ها اپلیکیشن خدمت‌رسانی در بخش‌های مالی، بانکی، اقتصادی، آموزشی، فرهنگی و اجتماعی فعال هستند. در لایه‌ی آخر که لایه‌ی محتوا نام دارد هر نوع فعالیتی که تولید محتوای دیجیتال می‌کند قرار دارد محتواهای متنی، تصویری، صوتی و ویدئویی و گرافیکی.

ضیایی پرور ادامه داد: از سال ۱۳۸۹ که دولت رسماً موظف شده شبکه‌ی ملی اطلاعات را در ایران مستقر کند تاکنون، اقدامات زیادی برای تحقق این ایده و طرح در ایران انجام شده است. اما این شبکه هنوز به طور کامل در ایران اجرا نشده است.

وی در بخشی دیگر از ارائه‌ی خود تصریح کرد: مصوبات شورای عالی فضای مجازی درباره‌ی شبکه‌ی ملی اطلاعات شامل: تعریف شبکه‌ی ملی اطلاعات (۱۳۹۲)، تبیین الزامات شبکه‌ی ملی اطلاعات (۱۳۹۵)، سند طرح کلان و معماری شبکه‌ی ملی اطلاعات (۱۳۹۹) و طرح صیانت از کاربران فضای مجازی (۱۴۰۰) است.

ضیایی پرور افزود: وزارت ارتباطات متولی اجرای زیرساخت ارتباطی فضای مجازی ایران است و اقداماتی که تاکنون انجام شده بیشتر سیاست‌سلبی بوده است.

وی مهم‌ترین ضعف‌های موجود را ضعف قوانین و مقررات (شورای عالی فضای مجازی)، عدم ارتباط با دنیا (نمونه: فیس بوک، گوگل، تلگرام) ضعف تولید محتوا و ضعف در تولید خدمات کاربردی برشمرد و قابلیت‌های موجود را نیروی انسانی ماهر IT و گنجینه‌ی محتوایی غنی دانست.

وی در پایان راه حل پیشنهادی را نهضت نرم‌افزار و نهضت محتوا برشمرد.

برخوردهایی که رسانه‌ها را محافظه‌کار کرده‌اند

دکتر منصور ساعی، سخنران بعدی نشست با عنوان «چالش‌های فراوری رسانه‌های جریان اصلی در مقابله با فساد و قانون‌گریزی در ایران» مطالب خود را ارائه کرد و گفت: یکی از موانع سیاسی کنش‌گری رسانه‌ها در مقابله با فساد ایران «اسرارگرایی در رسانه بر اثر سایه‌ی سنگین سیاست» است و دولت ایران به دلیل مسائل سیاسی ملی، فراملی و منطقه‌ای در طول ۴۰ سال گذشته خود را در یک شرایط جنگی می‌بیند. یکی از روش‌های موفقیت در جنگ، حفظ اسرار و اطلاعات است. در واقع فقدان آزادی اطلاعات و نبود شفافیت، معلول وجود فرهنگ اسرارگرایی در بسیاری از حکومت‌های جهان و از جمله ایران است. اسرارگرایی افراطی، افشای بسیاری از اطلاعات را جرم تلقی می‌کند. اگر رسانه‌ها تحت نفوذ و سایه‌ی قدرت سیاسی نباشند، یکی از مهمترین مجرای‌های شفافیت و ایجاد نظارت برای جلوگیری از فساد و قانون‌گریزی هستند.

ساعی تصریح کرد: در نگاه بسیاری از دولت مردان ایرانی، رسانه ها ابزار آنان برای کنترل و هدایت افکار عمومی هستند. دولت مردان چنین می انگارند که دولت تنها بازیگر عرصه ی حکمرانی کشور بوده و رسانه ها به عنوان ابزاری در جهت پیشبرد تمایلات و سیاست های دولت و قدرت سیاسی شمرده می شود. در واقع دولت و قدرت سیاسی جایگاهی برای جامعه ی مدنی (از جمله رسانه ها) و بخش های مدنی و نقش آفرینی آنها در عرصه ی حکمرانی قائل نیست.

وی با اشاره به نتایج مطالعه ای که چندسال قبل انجام شده است، گفت: تجربه ی تاریخی تلخ برخورد سیاسی با رسانه ها و روزنامه نگاران در ایران (مانند اخطار، لغو مجوز، تعلیق و توقیف و...) رسانه ها را محافظه کار کرده و موجب گشته تا رسانه ها در بیان انتقادات و تحلیل ها و تفسیرها احتیاط کرده و دست به عصا راه بروند.

ساعی افزود: در غیاب احزاب قوی، رسانه ها بار سنگین وظیفه ی سیاسی حزبی و جناحی را به دوش کشیده و این امر موجب گشته تا در برابر حوادث و رویدادهای سیاسی بی طرف و مستقل نباشند. یکی از آفت های رسانه ها در جامعه ی ایران کارکرد حزبی و تبدیل شدن رسانه به یک حزب است.

دبیر این پیش نشست یکی از مشکلات اساسی رسانه ها در مقابله با فساد را «نگاه تراحمی دولت به رسانه های مستقل و منتقد» ذکر کرد و گفت: دولت، رسانه های منتقد و مستقل را مزاحم می داند و سعی می کند با استفاده از دروازه بانی و سیاست گذاری خبری بر فرآیند اطلاع رسانی (از رویداد تا تهیه و توزیع خبر) تأثیر بگذارد.

وی تأکید کرد که دولت حسن ظن پایینی نسبت به نقش و عملکرد اطلاع دهی، انتقادی و نظارتی رسانه ها در راستای ایجاد شفافیت و جلوگیری از خطا و فساد در سازمان های دولتی دارد.

وی گفت: لزوم دریافت مجوز انتشار یا پخش برای رسانه، فعالیت های آزادانه و انتقادی رسانه ها را محدود کرده است. در واقع نظام حقوقی مطبوعات و رسانه ها در ایران از نوع نظام پیش گیرانه است. در نظام پیش گیرانه ایجاد روزنامه ها و مجله ها یا راه اندازی رادیو و تلویزیون و سایت های خبری منوط به کسب اجازه ی قبلی و دریافت امتیاز است و این گونه رسانه ها معمولاً در اختیار افراد یا گروه های «مورد اعتماد» قدرت سیاسی قرار می گیرند.

ساعی به یکی از مهمترین موانع حقوقی مقابله با فساد یعنی «گسترده گی و شناوری استثنائات و خطوط قرمز اطلاع رسانی» اشاره کرد و گفت: محدودیت ها، استثنائات و خطوط قرمز در حوزه ی اطلاع رسانی در قوانین رسانه ای کشور گسترده و مبهم هستند و این امر، مانعی اساسی در راه کنش گری رسانه ای در مبارزه با فساد است. در بسیاری از کشورهای موفق، استثنائات و محدودیت آزادی مطبوعات حداقلی هستند و برعکس حدود دسترسی به اطلاعات را گسترده کرده اند. فهرست کامل استثنائات آزادی اطلاعات باید به صورت روشن و دقیق در قانون (قانون آزادی اطلاعات مانند امنیت ملی، اسرار نظامی و تجاری و...) معین شود. مؤسسات عمومی باید اطلاعات درخواستی را به متقاضیان ارائه دهند مگر آنکه مطمئن باشند اطلاعات درخواست شده در قلمرو نظام محدود استثنائات قرار دارد.

عضو هیأت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی تأکید کرد: دولت و سازمان های دولتی خود را مالک (نه امانت دار) سازمان، اطلاعات و اسناد آن می دانند و خود را بی نیاز از پاسخ گویی به شهروندان در برابر تصمیمات و عملکرد خود فرض می کنند. در یک جامعه ی مردم سالار، تمام دولت و اطلاعات آن به مردم تعلق دارد و حاکمان و مدیران جامعه، به طور مستقیم یا غیرمستقیم، نماینده و وکیل مردم اند. بر این اساس، هر مالکی می تواند به دارایی خود دسترسی داشته باشد و از کم و کیف اداره ی آن مطلع شود. اطلاعات موجود در دستگاه های دولتی به دولت تعلق ندارد، بلکه از آن مردم است و دولت به نمایندگی از مردم از آن اطلاعات نگه داری می کند.

تأثیر ضریب نفوذ موبایل در GDP

دکتر سید مسعود رجبی سخنران پایانی این پیش نشست سخنان خود را با عنوان «جایگاه اینترنت موبایل در توسعه ی اقتصادی با رویکرد اینترنت اشیا و حوزه ی سلامت» ارائه کرد و گفت: بسیاری از اندیشمندان و صاحب نظران علوم اجتماعی و اقتصادی بر این باورند که ترکیب و هم گرایی فناوری های نوین ارتباطی و تجدید ساختار نظام سرمایه داری در دهه های اخیر سبب گشایش مرحله ی تازه ای در جوامع بشری شده است. پیشرفت هایی که در فناوری ارتباطات رخ داده، منجر به افزایش جریان اطلاعات در بعد جهانی شده است، مرحله ای که با اصطلاحاتی نظیر «جامعه ی شبکه ای» اثر مانوئل کاستلز و «جامعه ی اطلاعاتی» توصیف و تبیین شده است. تردید نیست که یک محور مهم این جوامع، بزرگراه های اطلاعاتی هستند و این بزرگراه ها که اینترنت و تکنولوژی موبایل از جمله نمونه های مهم در حال تکوین آن است، از نظر اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فضای تازه ای را برای انسان های معاصر ایجاد کرده است، فضایی با عناصر تازه، فضایی بدون مرزهای جغرافیایی و سیاسی و بالاخره تصویری از انسان

همه جا حاضر را به دست می دهد. این بزرگراه ها بر ارتباطات، آموزش، تفریح، رفاه و کسب و کار و ... انسانی مؤثرند.

رجبی تصریح کرد: امروزه تمرکز زیادی روی نقش بسیار بارز ترش تکنولوژی موبایل در بهبود شرایط اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی بازارهای نوظهور صورت گرفته است. توسعه ی فناوری های موبایل منافع اجتماعی\_اقتصادی فراوانی دارد و به گواه مطالعات انجام شده بین ضریب نفوذ موبایل و رشد اقتصادی رابطه ی مستقیمی وجود دارد و به ازای هر ۱۰ درصد افزایش ضریب نفوذ موبایل در کشورهای در حال توسعه، تولید ناخالص داخلی GDP بین ۰.۸ تا ۱.۲ درصد افزایش می یابد.

وی افزود: مطالعات جدیدتر نشان می دهد جایگزینی هر ۱۰ درصد موبایل نسل دوم با نسل سوم یا ۱۰ درصد افزایش ضریب نفوذ موبایل نسل سوم، تولید ناخالص داخلی را با رشد مواجه می کند. همچنین دوبرابر شدن مصرف دیتا در موبایل نسل سوم موجب رشد ۰.۵ درصدی در تولید ناخالص داخلی می شود. سهم اکوسیستم موبایل در تولید ناخالص داخلی و نیز اشتغال زایی از بارزترین منافع اقتصادی و اجتماعی است که مورد توجه محققان و نیز سیاست گذاران قرار دارد. متوسط ضریب نفوذ موبایل در ابتدای سال ۲۰۱۳ به ۹۶ درصد رسیده است. امروزه ضریب نفوذ موبایل در کشورهای توسعه یافته به ۱۲۸ درصد و در کشورهای در حال توسعه ۸۹ درصد است.

به گفته رجبی؛ همچنین تا سال ۲۰۱۶ اکوسیستم موبایل بیش از یک میلیون شغل را ایجاد کرده است، این مورد، شامل افراد شاغلی است که در این اکوسیستم به صورت مستقیم در حال فعالیت هستند. بر این اساس مؤسسات مالی دریافته اند، جذب مشتریان جدید از طریق شبکه های نوظهور موبایل به راحتی ممکن است و گسترش این شبکه ها مزایای اقتصادی دیگری همچون سرمایه گذاری افراد خارجی، دسترسی بهتر خانواده ها به اطلاعات بهداشتی و آموزشی و افزایش درآمد دولت از اعطای گواهینامه ها و دریافت مالیات ها را نیز به همراه دارد. بنابراین سرویس های موبایل به عنوان پلت فرمی در جهت ایجاد، توزیع و مصرف راه حل های دیجیتالی و خدمات استفاده می شود و این سیستم ها می توانند جایگزین زیرساخت های سنتی شوند.

بنا بر اعلام روابط عمومی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، پایان rlm& بخش این نشست، جمع rlm& بندی دکتر ساعی از مباحث مطرح شده بود.