



نگارش با کمک هوش مصنوعی به ضرر مدیران تمام می‌شود!

فناوری‌های هوش مصنوعی به مدیران کمک می‌کنند تا نگارش روان‌تر و بهتری را داشته باشند اما یک پژوهش جدید، بهای پنهان این کار را آشکار کرده است.

فناوری‌های هوش مصنوعی به مدیران کمک می‌کنند تا نگارش روان‌تر و بهتری را داشته باشند اما یک پژوهش جدید، بهای پنهان این کار را آشکار کرده است.

به گزارش ایسنا، پژوهشگران طی یک نظرسنجی گسترده از بیش از ۱۱۰۰ کارمند متوجه شدند که اگرچه کمک هوش مصنوعی باعث می‌شود پیام‌های مدیران، حرفه‌ای‌تر به نظر برسند اما استفاده بیش از حد از آن، اعتماد را از بین می‌برد. کارمندان به طور کلی با ویرایش‌های جزئی هوش مصنوعی مشکلی ندارند اما هنگامی که این سامانه شروع به شکل دادن لحن یا کل پیام می‌کند، مدیران را بی‌صداقت، تنبلی یا کم‌صلاحیت نشان می‌دهد.

به نقل از اس‌تی‌دی، بیش از ۷۵ درصد از متخصصان اکنون در کارهای روزمره خود به هوش مصنوعی متکی هستند و اغلب از فناوری‌هایی مانند «چت‌جی‌پی‌تی» (ChatGPT) یا «جمینای» (Gemini) برای پیش‌نویس و ویرایش ایمیل‌ها استفاده می‌کنند. این فناوری‌ها به طور گسترده‌ای برای آسان‌تر کردن نوشتن تحسین می‌شوند اما آیا واقعاً در ارتباط بین مدیران و کارمندان مفید هستند؟

پژوهشگران طبق یک نظرسنجی جدید، تناقض مهمی را در ارتباطات محیط کار شناسایی کردند. آنها نشان دادند که اگرچه هوش مصنوعی می‌تواند ایمیل یک مدیر را روان و حرفه‌ای نشان دهد اما اتکای مکرر به آن می‌تواند اعتماد کارمندان به سرپرستان خود را کاهش دهد. «آنتونی کومان» (Anthony Coman) دانشمند «دانشگاه فلوریدا» و یکی از پژوهشگران این پروژه گفت: ما شاهد تنش بین درک کیفیت پیام و درک فرستنده هستیم. با وجود تأثیرات مثبت حرفه‌ای بودن در نگارش با کمک هوش مصنوعی، مدیرانی که از هوش مصنوعی برای کارهای ارتباطی روزمره استفاده می‌کنند، وقتی به میزان زیادی از کمک هوش مصنوعی استفاده می‌کنند، اعتبار خود را به خطر می‌اندازند.

درک استفاده از هوش مصنوعی در نگارش کومان و همکارش «پیتر کاردون» (Peter Cardon) از متخصصان خواستند ایمیل‌هایی را که به آنها گفته شده بود با سطوح مختلف کمک هوش مصنوعی از کم، متوسط و زیاد نوشته شده‌اند، ارزیابی کنند. شرکت کنندگان نه تنها محتوای پیام‌های تبریک را ارزیابی کردند، بلکه درک خود را از فردی که آنها را ارسال کرده بود نیز سنجیدند. اگرچه نگارش با کمک هوش مصنوعی به طور کلی کارآمد، موثر و حرفه‌ای تلقی می‌شد اما این گروه پژوهشی، شکاف ادراکی را در پیام‌هایی که توسط مدیران نوشته شده بودند در مقایسه با پیام‌هایی که توسط کارمندان نوشته شده بودند، پیدا کردند.

کومان توضیح داد: وقتی افراد استفاده خود از هوش مصنوعی را ارزیابی می‌کنند، تمایل دارند که استفاده خود را در سطوح کم، متوسط و بالای کمک به طور مشابه رتبه‌بندی کنند. با وجود این، هنگام رتبه‌بندی استفاده دیگران، میزان کمک مهم می‌شود. به طور کلی، متخصصان استفاده خود از هوش مصنوعی را کم می‌بینند اما نسبت به همان سطح از کمک در صورت استفاده توسط سرپرستان، بدبین هستند.

اگرچه سطوح پایین کمک هوش مصنوعی مانند قواعد نوشتاری یا ویرایش به طور کلی قابل قبول بود اما سطوح بالاتر کمک، ادراکات منفی را برانگیخت. شکاف ادراک به ویژه زمانی قابل توجه است که کارمندان سطوح بالاتر نگارش هوش مصنوعی را درک می‌کنند و این موضوع، اعتبار، صداقت، دلسوزی و صلاحیت مدیرشان را زیر سوال می‌برد. تنها ۴۰ تا ۵۲ درصد از کارمندان، مدیران را در صورت استفاده از سطوح بالای هوش مصنوعی، صادق می‌دانستند.

تنبلی یا وجود هوش مصنوعی یافته‌ها نشان می‌دهند که کارمندان اغلب می‌توانند محتوای تولیدشده توسط هوش مصنوعی را تشخیص دهند و استفاده از آن را به عنوان تنبلی یا عدم دلسوزی تفسیر می‌کنند. هنگامی که سرپرستان به شدت به هوش مصنوعی برای پیام‌هایی مانند تبریک گروهی یا ارتباطات انگیزشی متکی باشند، کارمندان آنها را کمتر صادق می‌دانند و توانایی‌های رهبری آنها را زیر سوال می‌برند.

کومان به طور خاص به تأثیرات هوش مصنوعی بر درک توانایی و صداقت که هر دو مولفه‌های اصلی اعتماد مبتنی بر شناخت هستند، اشاره کرد و گفت: در برخی موارد، نگارش با کمک هوش مصنوعی می‌تواند درک ویژگی‌های مرتبط با اعتبار یک سرپرست را تضعیف کند.

این مطالعه نشان می‌دهد که مدیران باید قبل از استفاده از هوش مصنوعی در نگارش خود، نوع پیام، سطح کمک هوش مصنوعی و زمینه ارتباطی را به دقت در نظر بگیرند. اگرچه هوش مصنوعی ممکن است برای ارتباطات اطلاعاتی یا روزانه مانند یادآوری جلسات یا اطلاعیه‌های واقعی، مناسب و از نظر حرفه‌ای پذیرفته شده باشد اما پیام‌هایی با محوریت روابط که به همدلی، ستایش، تبریک، انگیزه یا بازخورد شخصی نیاز دارند، بهتر است با حداقل مداخله فناوری انجام شوند.

این مطالعه در مجله «International Journal of Business Communication» منتشر شده است.