

آنچه که باید از هوش مصنوعی گوگل بدانیم

رقابت هوش مصنوعی، تمامی کمپانی‌های بزرگ جهان در حوزه شبکه را در بر گرفته و هر شرکت، در حال توسعه بیشتر فناوری‌های خاص خود در این زمینه است. گوگل که انتظارات عمومی نیز از آن برای حضور بیشتر در این عرصه وجود دارد، حالا قوی‌تر به میدان آمده و هر روز اخبار جدیدی در توسعه هوش مصنوعی خاص خود می‌دهد. گوگل طی یک سال اخیر از ایده‌های خلاقانه در این حوزه حمایت شدیدی کرده و به بدنه فنی و ایده پرداز خود افزوده است.

به گزارش خبرنگاران گروه علم و فناوری گزارش خبر، گوگل حالا تبدیل به یک بازیگر تعیین‌کننده در این عرصه شده و تحولات ناشی از توسعه هوش مصنوعی، خواه ناخواه تحت تأثیر گوگل قرار خواهد گرفت. گوگل حالا می‌تواند استانداردهای جدیدی برای هوش مصنوعی تعریف کند و با تولید دانش بیشتر و ارائه بیرونی آن، مخاطبین بیشتر و اطلاعات کیفی‌تری جمع‌آوری کند.

هوش مصنوعی برای گوگل صرفاً یک ابزار خدماتی هیجان‌انگیز در یک رقابت جهانی علمی نیست؛ گوگل با این ابزار، اطلاعات کاربردی‌تری از افراد دریافت می‌کند و اطلاعات بسته‌بندی شده‌تری نسبت به کارکرد قدیم خود تحویل می‌دهد. با این وجود، جهان بیش از قبل تحت تأثیر حرکات گوگل قرار خواهد گرفت.

گوگل کدام بخش‌های خود را به هوش مصنوعی مجهز می‌کند؟

گوگل هوش مصنوعی را با ابزارهای موجود خود ترکیب کرده است. گوگل در حوزه تصویر، صدا، نقشه و آب و هوا، تکامل قابل توجهی را با هوش مصنوعی تجربه کرده است. یکی از نوآوری‌های گوگل در عرصه هوش مصنوعی، ایجاد بستر «گوگل بارد» و جیمینای است. این ابزار که مانند chat gpt عمل می‌کند، قابلیت چت کردن با مخاطب و دریافت و انتقال اطلاعات در لحظه را دارد. یکی دیگر از قابلیت‌های مهمی که گوگل در این بخش ارائه کرده است، خلاصه‌سازی کارکرد اپلیکیشن‌هاست که نشان از درک محتوایی این هوش مصنوعی دارد.

گوگل با دریافت اشتراک ۲۰ دلاری خدماتی از هوش مصنوعی به شکل کدنویسی، خلاصه مطلب، تولید، تغییر تصوی، صدا و فیلم، نقشه کشی و کشف جزئیات یک موسیقی را در اختیار کاربران قرار می‌دهد. به نوعی گوگل نیز در حال تولید یک ابزار کاربردی فنی است که با دریافت حق‌الزحمه‌های اندک، خدمات فنی خاص ارائه کند.

گوگل درباره این بخش از توسعه خود نوشته است: هوش مصنوعی گوگل تحقیقات داخلی در مورد هوش مصنوعی انجام می‌دهد و در مجموعه‌ای از برنامه‌های تحقیق و توسعه برای ایجاد انواع جدیدی از فناوری‌های هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری می‌کند. چنین مشارکت‌هایی شامل همکاری با رهبران صنعت و مؤسسات دانشگاهی است. گوگل برخی از تحقیقات هوش مصنوعی خود را از طریق ابزارهای منبع باز به اشتراک می‌گذارد و یافته‌ها و ابزارهای هوش مصنوعی خود را منتشر می‌کند.

در توسعه و ارتقای محصولات هوش مصنوعی، گوگل از داده‌ها و الگوریتم‌های ML برای توسعه سیستم‌های هوش مصنوعی استفاده می‌کند که می‌توانند الگوها را تشخیص دهند، پیش‌بینی کنند و محتوای اصلی تولید کنند. هوش مصنوعی گوگل داده‌ها را از تعاملات کاربر و انواع دیگر داده‌های جمع‌آوری شده از موتور جستجوی خود و سایر سرویس‌ها مانند Google Maps و Google Photos استخراج می‌کند.

داده‌ها پردازش، پاکسازی و برای تجزیه و تحلیل آماده می‌شوند. الگوریتم‌های ML مجموعه داده‌ها را تجزیه و تحلیل می‌کنند و اطلاعات مهم را استخراج می‌کنند. این فرآیند تجزیه و تحلیل همچنین خود الگوریتم‌های ML را آموزش می‌دهد و دقت آن‌ها را بهبود می‌بخشد.

این پاسخ نشان می‌دهد که گوگل خود را برای یک آینده پیچیده‌تر آماده می‌کند که در آن دیگر ۲ ترابایت فضای ذخیره به یک خاطره تبدیل می‌شود.

رقابت‌های گوگل

گوگل در رقابت جدی با مایکروسافت و دیگر شرکت‌هایی که در حوزه هوش مصنوعی پا به میدان رقابت جدا گذاشته‌اند تغییراتی ساختاری در شیوه ارائه هوش مصنوعی خود انجام داد. زمانی‌که مایکروسافت نام هوش مصنوعی گفت و گو محور خود را از Bing به Copilot تغییر داد، گوگل نیز سیستم بارد را به جیمینای تغییر نام و ساختار داد.

اگرچه این نقد به گوگل وجود دارد که چرا صرفاً به زبان انگلیسی خلاصه شده است و از این نقطه می‌توان با گوگل رقابت جدی‌تری کرد. از سوی دیگر گوگل در ۱۵۰ کشور فعال شده و برخی نقاط را از این خدمت دور کرده است. این رقابت میان ابرکمپانی‌ها، جزو رقابت‌های مثبت تاریخ فناوری بشر جا می‌گیرد زیرا باعث رقابت در ارائه بیشتر خدمات به کاربران شده است و گسترش این نوع شرکت‌ها، سود بیشتری به کاربران از نظر دریافت کیفیت ارزان‌تر می‌رساند. اگرچه به نظر نمی‌رسد گوگل و دیگر کمپانی‌ها در این نقطه متوقف شوند و یا ارائه رایگان خود را ادامه دهند، هوش مصنوعی و کارکردهای آن به نقطه نظام‌مند شدن و اقتصادی‌شدن نزدیک می‌شود.

