

گفتگویی با جک دورسی؛ از توییت های ترامپ تا رسیدن به هدف واقعی تویتر - دیجیاتو

امیر مستکین | یکشنبه، ۱۰ اردیبهشت ۱۳۹۶

۱۱ سال پیش بود که «جک دورسی» [اولین پیام](#) را با پلتفرم پیام رسان و آزمایشی که بعداً تویتر نام گرفت، فرستاد. ایده شکل گیری این پلتفرم از جایی ناشی شده بود که می خواست ابزاری در اختیار افراد قرار دهد که بتوانند به شکل زنده از وضعیت خود بگویند - چیزی مثل سیگنال دود در زمان هایی قدیم؛ پلتفرمی که به دوستان اجازه دهد بدانند چه می کنید، کجایید و چه در ذهنتان می گذرد.

دورسی تصورش را هم نمی کرد روزی برسد که رییس جمهور آمریکا بخواهد از همین پلتفرم برای تمسخر و توهین به رقبای انتخاباتی و حتی متحدین این کشور استفاده کند. امروز دورسی خوشحال است که تویتر تبدیل شده به یک وسیله جهانی برای انتقال اخبار و اطلاعات، اما این شبکه اجتماعی هنوز هم مشکلات زیادی دارد.

اگرچه اکنون ارزش تویتر به ۱۰ میلیارد دلار افزایش یافته ولی چنین رقمی هنوز در مقایسه با ارزش گذاری ۴۸ میلیارد دلاری وال استریت در سال ۲۰۱۳ در زمان عرضه عمومی سهام، بسیار پایین تر است. تویتر ۳۰۰ میلیون کاربر فعال دارد و در گزارش عملکرد مالی اش از سه ماهه نخست سال ۲۰۱۷، خبر داده بود که تعداد کاربران در حال افزایش است و در همین دوره کوتاه، ۹ میلیون کاربر به آن افزوده شده. چه فایده؛ فیسبوک حالا تقریباً ۲ میلیارد کاربر فعال دارد.

دورسی تا کنون چندبار از تویتر رفته و دوباره برگشته؛ او در سال ۲۰۱۵ دوباره سمت «مدیر عامل» را از آن خود کرد در حالی که مدیر عامل یک شرکت راهکار پرداخت به نام «Square» هم بود. **جک** ساده و خونسرد حرف می زند و از تغییرات بنیادی که در ماه های گذشته در تویتر رخ داده اند می گوید. از سوی دیگر حالا رییس جمهور آمریکا از پلتفرمی که او مدیریت می کند، به عنوان یکی از اصلی ترین تریبون های خود برای ارائه نظراتش استفاده می کند.

«استفان لوی»، سردبیر «[Back Channel](#)» اخیراً با دورسی در دفتر نیویورک تویتر مصاحبه ای داشته و در مورد مشکلات تویتر، راهکارهای مدیر عامل برای افزایش کاربران این پلتفرم، و البته، رییس جمهوری که بی خیال توییت کردن نمی شود، صحبت کرده و نظرات دورسی را جویا شده است. در ادامه، ترجمه بخش هایی از این گفتگوی جالب را مطالعه می کنید.

لوی: کی متوجه شدی که ترامپ می خواهد از توئیتر به عنوان پلتفرم اصلی ابراز دیدگاه هایش استفاده کند؟

جک دورسی: ترامپ از سال ۲۰۱۱ یا ۲۰۱۲ بود که توئیتر پلتفرم اصلی ارتباطی ترامپ شد. از آن زمان ارتباطش با این شبکه قطع نشده و مدام از آن استفاده کرده، فقط مخاطبینش حالا کمی تغییر کرده اند. ولی در هر حال اکنون به همان اندازه توئیتر می کند که در سال ۲۰۱۱ - ۲۰۱۲ می کرد.

باعث تعجب نشد که در دوره کاندید بودنش و یا از آن مهتر، در دوره ریاست جمهوری اش هنوز با همان شدت توئیتر می کرد؟

تعجب نکردم. اگر شما جای او بودید، چرا می خواستید پیشرانه ای که در درجه اول باعث بُردتان شده را خراب کنید؟

حالا که او بُرده، این سوال پیش می آید که آیا توئیتر باید با رییس جمهور هم مانند سایر کاربران رفتار کند؟ در فیسبوک مارک زاکربرگ به کارمندانش گفته بود که مایل نیست پست های کاندیدها را سانسور کند. تو هم مجبور بودی چنین تصمیمی بگیری؟

واقعاً فکر می کنم بهتر است کانال هایی باز را در اختیار مسئولین قرار دهیم. چه از آنچه می گویند خوشمان بیاید یا نه. به این دلیل که راه دیگری برای پاسخگویی آنها نمی بینم. هر زمان که مسئول یک کشور، از جمله ترامپ، توئیتر می کند، گفتگوهای جالب و زیادی بین کاربران شکل می گیرد؛ تلفیق عجیبی از حقیقت یابی، عدم توافق، توافق و کلی رفتار دیگر.

ما بر اساس سیاست های خود، یک استاندارد را برای همه حساب های کاربری رعایت می کنیم. و می خواهیم افراد مستقل و گروه ها درک کنند که سیاست های ما چه هستند و چه معنایی دارند. حالا به اندازه ۱۱ سال عقیده، بیانیه، احساس، حقیقت و مطلب کذب داریم - هرچه که بتوانید فکرش را بکنید. همه اش در کتابخانه کنگره آرشیو می شود. از طرفی در لحظه می توان آن را یافت. خیلی جالب است که حالا مردم وقت امروزشان را می گذارند و می روند ببینند بیانیه هایی که در گذشته داده شده، چه بوده اند. ذات عمومی توئیتر، و این حقیقت که توئیتر ها باقی می مانند، مسئولیت زیادی ایجاد می کند.

اگر کاربری بیاید بگوید که فلان توئیتر ترامپ مشکل دارد، هیچ وقت پیش خودتان می گویند که «این پذیرفته نیست» و سپس اقدام به مسدود کردن حساب کاربری رییس جمهور آمریکا کنید؟

همه حساب های کاربری ملزم به رعایت استانداردی یکسان هستند. سیاست های ما دربرگیرنده صحت خبر هم هست، و این خواسته تیم سیاست گذاری ما بود.

آیا توئیتر با این دولت فعلی آمریکا رابطه ای دارد؟

یک تیم سیاست گذاری داریم که با آنها صحبت می کند، همانطور که با سایر دولت ها صحبت

می کنیم. این موضوع اخیراً تغییر نکرده و با دو یا هشت سال پیش متفاوت نیست.

خودت شخصاً ترامپ را دیده ای؟

نه.

مدیر عامل دو شرکت بزرگ هستی. چطور است که تو را در ملاقات های ترامپ با مدیران سیلیکون ولی نمی بینیم؟

نمی دانم. فکر کنم باید از آنها بپرسی.

به هیچ کدام از این میزگردها یا شوراها مشورتی دعوت نشدی؟

نه، ما دعوت نشدیم. دلیلش را نمی دانم.

اگر دعوت می شدی، می رفتی؟



راستش مسئله به این بر می گردد که اصلاً ما می توانستیم ارزشی به این جلسات اضافه کنیم یا نه. و اگر آنچه باور داشتیم را به آن جلسات می بردیم، آیا سطح بحث ارتقا پیدا می کرد یا نه.

از طرفی لازم نیست برای بیان آنچه باور داریم، حتماً در چنین جمع هایی حاضر شویم. می توانیم بیانیه بدهیم و نظراتمان را روشن کنیم. آنچه باور داریم را بگوییم. بگوییم که از نظر ما دولت کجا درست رفتار کرده و در چه مواردی با آن مخالفیم. برای این اظهار نظرها، نیازی به دعوت شدن به میزگرد نیست. پلتفرم خودمان چنین قدرتی دارد.

بیا بیخیال ترامپ بشویم و به خود توییتز پردازیم. اخیراً عده زیادی باور پیدا کرده اند که فضای شبکه های اجتماعی، از جمله توییتز، باعث اُفت کیفیت صحبت کردن افراد در جمع شده است. تو چه فکر می کنی؟

می توانی حرف هایی کاملاً از هم گسیخته یا منسجم و متمرکز بزنی. فکر نمی کنم ابزار سخن وری، تفاوتی ایجاد کند. نکته مهم نحوه استفاده فرد از این ابزار است. آیا ما می توانیم با بهتر کردن توییتز باعث شویم که کاربر بهتر از این شبکه اجتماعی استفاده کند؟ قطعاً. همیشه دنبال ساده تر کردنش هستیم. به تازگی تایم لاینی که کاملاً مبتنی بر زمان ارسال توییت ها بود را تغییر دادیم و توییت هایی که لازم بود ابتدا ببینید را در برابر شما گذاشتیم؛ چیزهایی که فکر می کردیم به آنها علاقه مند هستید.

گاهی پتانسیل موارد دیگری را آزمایش می کردیم که شاید به آنها علاقه نشان می دادید. قابلیت مهم توییتز این است که می تواند همه بخش های یک مناظره را نمایش دهد. من از یک طرف نیویورک تایمز را می بینم و از طرفی، فاکس را هم دنبال می کنم. چون می خواهم آنچه می بینم را

به چالش بکشم. و این فوق العاده ست.

اینکه بخواهید وارد چنین فضایی بشوید کاملاً به خودتان بستگی دارد. ما کسی را مجبور نکرده ایم.

در ماه های اخیر اقداماتی برای خنثی سازی صحبت های مخرب و حملات فردی در توییتر انجام داده اید. بر اساس معیارهای خودتان، کدام یک از اقدامات تان بهتر عمل کرده است؟

قبلاً هیچ فیلتری وجود نداشت. هر نوع اطلاعاتی می توانست به شکل مستقیم به شما نمایش داده شود. در نتیجه بهترین تغییری که اخیراً داده ایم، استفاده بیشتر از یادگیری ماشینی در پلتفرم بوده تا بتوانیم محتوای خشونت آمیز بیشتری را مسدود کنیم.

در قدم بعدی به کاربر هشدار می دهیم که محتوا شاید حساس باشد و می خواهد آن را ببیند یا خیر، و اوست که تصمیم می گیرد. این رویکرد با گذشته ی ما تفاوت خیلی زیادی دارد.

همیشه اشاره کردی که می توانی همزمان مدیر عامل دو شرکت باشی. اخیراً مشغله هایت را اولویت بندی کردی و در واقع، در شرایطی که چند سال ادامه داشت، تغییر ایجاد کردی. درست است اگر بگوییم پیش بینی هایت برای مدیریت دو شرکت اشتباه بود؟



وقتی به توییتر برگشتم، اینجا شد اولویت. همان اول کار فهمیدیم که اوضاع خراب است. می دانستیم که توییتر نیاز به توجه و بهبود دارد ولی گاهی تصمیمات اجرایی صحیحی می گیری و گاهی هم، خب نه. نباید حس بدی به این موضوع داشته باشیم چون در این صورت، نمی توانیم گام های بعدی را درست برداریم.

چقدر مهم است که آمارهای عددی توییتر رشد قابل توجهی نشان دهند؟

اول از همه باید روی کاربرانی که داریم تمرکز کنیم و ببینیم که چطور می توانیم خدمت رسانی بهتری به آنها ارائه دهیم. برای ارائه سرویسی که مردم یک بار در ماه از آن استفاده می کنند اینجا نیستیم. سرویسی ارائه می دهیم که به شکل روزانه به دیگران سود می رساند. کاربر چندین بار در روز این سرویس را چک می کند تا ببیند در جهان چه خبر است و بقیه چه می گویند. ما یکی از شرکت هایی هستیم که بیشترین حجم مخاطب را دارد، اگر به همین مخاطبین درست خدمات بدهیم، به شکل طبیعی حجم آنها رشد می کند.

و ضمناً، ما دوباره در حال رشدیم. حالا سه دوره مالی پیاپی است که رشد زیادی در میان کاربران می بینیم. در واقع یک شیب کوچک را تبدیل به یک انحنای قابل توجه کرده ایم. این وسط تغییرات بی تاثیر نبوده. مثلاً تایم لاین که روند نمایش توییت ها در آن تغییر کرد. نتیجه اش اکنون این است که تعداد بیشتری از کاربران مایل به دیدن آن هستند.

آیا توئیتر پنج سال بعد، از آنچه امروز می بینیم به شکل گسترده تفاوت دارد؟

خیلی از منتقدان می گویند که اگر امروز به توئیتر نگاه کنید و برگردید هشت سال قبلش را ببینید، هیچ تفاوتی حس نمی کنید. اما واقعیت این است که لایه های زیرین آن واقعاً متفاوت شده اند.

واقعاً؟

کاملاً تفاوت می کند.

شاید بصری؛ به این معنا که وقتی ویدیو می بینیم...

مردم بیشتر به جلوه بصری چیزی کار دارند تا ماشینی که در آن پشت مشغول پردازش همه چیز است. بزرگترین تغییری که به این محصول داده ایم، نحوه نمایش تایم لاین است. این کار از پایه شکل گرفت. علتش این بود که می دیدیم مردم برای دیدن توئیت های مورد علاقه شان باید چند دقیقه اسکرول کنند.

به همین دلیل برای اولین بار در تاریخ توئیتر، یادگیری ماشینی را در تایم لاین قرار دادیم. همینطور که مردم توئیت هایی که برایشان مهم تر است را می بینند، دلشان هم می خواهد که با آنها تعامل کنند؛ خودشان در آن رابطه توئیت کنند یا پاسخ دهند.

جدا از همه نتایجی که به آنها استناد می کنی، توئیتر زیادی مورد توجه همه است. این فشار را حس می کنی؟

فشاری که به ما وارد می شود همیشه جنبه مثبت دارد. ببین، این شرکت بیش از حد مهم است - نه تنها برای من، بلکه برای همه. چونکه نقشی کاملاً حیاتی در جهان امروز بازی می کند. هدف ما، تبادل اطلاعات باز است؛ هدفی شریف. می خواهیم مطمئن باشیم که هر چه دارم را به کار گرفته ام تا بتوانم به این هدف خدمت کنم.

[دیجیاتو](#)