

هوش مصنوعی و آینده مشاغل رسانه ای

Artificial intelligence
and the future of media jobs



دکتر اسماعیل کفاشی
بهار ۱۴۰۲

فهرست

۳.....	مقدمه
۴.....	کاربردهای هوش مصنوعی برای مشاغل رسانه ای
۶.....	ایجاد کمپین های رسانه ای یا تبلیغاتی با کمک هوش مصنوعی
۷.....	مراحل ایجاد کمپین به کمک هوش مصنوعی
۸.....	تأثیرات هوش مصنوعی برای ایجاد کمپین های فیک یا دستکاری نتایج و تحلیل کمپین ها نفع جریان خاص
۹.....	مهارت های عصر هوش مصنوعی برای کار در صنعت رسانه ای
۱۰.....	مشاغل پرتقاضای صنعت رسانه در عصر هوش مصنوعی
۱۱.....	هوش مصنوعی و آینده تولید انیمیشن (بعنوان نمونه)
۱۳.....	کاربرد و استفاده عملی از هوش مصنوعی در مشاغل رسانه ای

مقدمه

آینده مشاغل رسانه ای با استفاده از هوش مصنوعی یک موضوع جذاب و پرچالش است. برخی از مشاغل رسانه ای ممکن است تحت تأثیر هوش مصنوعی قرار گیرند و برخی دیگر ممکن است بهره‌مند شوند. بعنوان مثال می توان عناوین زیر را بیان نمود:

- **مهندسی اعلان‌های هوش مصنوعی:**
 - یک مهارت مورد نیاز خواهد بود که در آن یادگیری نحوه نوشتن اعلان‌های مناسب برای درخواست‌های هوش مصنوعی ضروری است.
- **بررسی حقایق:**
 - به یک شغل بزرگ تبدیل خواهد شد که در آن اطمینان حاصل شود که ربات‌های هوش مصنوعی اطلاعات قابل اعتماد و دقیقی ارائه می‌دهند و انتشار اطلاعات نادرست نیز محدود می‌شود.
- **سرعت تولید و بهره‌وری:**
 - بسیار بالا خواهد بود که در آن هوش مصنوعی به تولید محتوای صوتی و بصری رسانه‌ای، تهیه گزارش‌های فصلی، ارائه پروژه‌های تجاری، کمپین‌های بازاریابی، خبرنامه‌ها و موارد دیگر کمک خواهد کرد.
- **پیش‌بینی محتوای مورد علاقه مخاطبین:**
 - با استفاده از هوش مصنوعی و تحلیل داده‌های بزرگ، شرکت‌های رسانه‌ای می‌توانند بهترین محتوای مورد علاقه مخاطبین را پیش‌بینی کنند و بر اساس آن، محتوای خود را ساختاردهی کنند. به عنوان مثال، Netflix با استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی، پیشنهاداتی را به کاربران خود ارائه می‌دهد که بر اساس سلیقه و تاریخچه تماشاهاى آنان ساخته شده‌اند.
- **تولید محتوای هوشمند:**
 - با پیشرفت هوش مصنوعی و یادگیری عمیق، می‌توان محتوایی ایجاد کرد که به شکلی هوشمندانه و با در نظر گرفتن سلیقه مخاطبین، متناسب با نیازهای آنان باشد. به عنوان مثال، شرکت Associated Press، از یک سیستم هوشمند برای ایجاد خبرهایی استفاده می‌کند که بر اساس داده‌های بزرگ، خودکار تولید می‌شوند.
- **تولید محتوای تصویری:**
 - با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان تولید محتوای تصویری با کیفیت بالا و به سرعت بیشتری انجام داد. به عنوان مثال، شرکت Wibbitz ابزارهایی را ارائه می‌دهد که با استفاده از هوش مصنوعی، محتوای تصویری متناسب با متن ارائه شده تولید می‌کند.
- **بهبود تجربه کاربری:**
 - با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان تجربه کاربری در برخی از شاخه‌های رسانه‌ای را بهبود بخشید. به عنوان مثال، با استفاده از یادگیری عمیق، می‌توان سیستم‌های خودکار تشخیص دهنده برای تحلیل تصاویر و ویدئوها را توسعه داد تا بهبود و سهولت بیشتری را در فرایند تولید ویدئو و تصاویر داشته باشیم.

یکی از مثال‌هایی که می‌توان از استفاده از هوش مصنوعی در رسانه آورد، استفاده از این فناوری در تولید محتوای ویدئویی است. با توجه به پیشرفت تکنولوژی تولید صدا و تصویر، هوش مصنوعی می‌تواند به عنوان یکی از ابزارهای کمکی در تولید محتوای ویدئویی استفاده شود. برای مثال، می‌توان از هوش مصنوعی برای تولید متناسب با ویدئو استفاده کرد، ترجمه خودکار زیرنویس ویدئوها را انجام داد و یا حتی برای تولید ویدئوهایی با کیفیت بالاتر و دقت بیشتر از ویدئوهای دستی استفاده کرد. همچنین، هوش مصنوعی می‌تواند در ارزیابی و تحلیل داده‌های رسانه‌ای مورد استفاده قرار گیرد. با استفاده از روش‌هایی مانند پردازش زبان طبیعی، هوش مصنوعی می‌تواند به تحلیل داده‌های ارائه شده در رسانه‌ها از جمله متن، ویدئو، صوت و عکس کمک کند و نتایجی برای بهبود استراتژی‌های بازاریابی، بهینه‌سازی محتوا و تجربه کاربری ارائه دهد.

البته همچنین باید به چالش‌ها و ریسک‌های ناشی از هوش مصنوعی در حوزه رسانه نظیر **مالکیت معنوی، شکاف اطلاعاتی، حریم خصوصی، اخلاق رسانه‌ای و سیاستگذاری رسانه‌ای** نیز توجه داشت. در نتیجه، آینده مشاغل رسانه ای با استفاده از هوش مصنوعی نمی‌تواند به سادگی پاسخ داد. بستگی به نحوه استفاده، تأثیر، فرصت و تقاضای هر شغل خاص دارد.

در کل، استفاده از هوش مصنوعی در صنعت رسانه‌ای به شکل‌های مختلفی می‌تواند صورت گیرد و باعث بهبود کیفیت و سرعت تولید محتوا، بهبود تجربه کاربری و افزایش رضایت مخاطبین شود. همچنین هوش مصنوعی می‌تواند در تمامی جوانب رسانه‌ها از جمله تولید محتوا، تحلیل داده‌ها و بهبود استراتژی‌های بازاریابی مورد استفاده قرار گیرد و در آینده، بسیاری از مشاغل رسانه‌ای با استفاده از هوش مصنوعی بهبود خواهند یافت.

کاربردهای هوش مصنوعی برای مشاغل رسانه ای:

کاربردها و استفاده‌های هوش مصنوعی می‌تواند برای مشاغل رسانه ای می‌تواند عناوین مختلفی داشته باشد. برخی از این این کاربردها عبارتند از:

• تولید محتوا:

○ هوش مصنوعی می‌تواند با استفاده از تکنیک‌های یادگیری عمیق و پردازش زبان طبیعی، متن‌های جذاب و خلاقانه بنویسد. به عنوان مثال، ابزار ChatGPT می‌تواند ده‌ها مقاله متفاوت تولید کند. البته باید فردی باشد که بتواند اصطلاحات لازم را انجام دهد. این دسته شامل استفاده از هوش مصنوعی برای نوشتن، ویرایش، ترجمه، خلاصه سازی، تولید عنوان و خبر، تولید گزارش و مقاله، تولید شعر و داستان، تولید پادکست و ویدئو و غیره است. هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری عمیق و پردازش زبان طبیعی، قادر است از داده‌های موجود یا از درخواست کاربر، محتوای جدید و منحصر به فرد ایجاد کند. برخی از ابزارهای هوش مصنوعی که در این زمینه فعال هستند عبارتند از ChatGPT، OpenAI، GPT-3، Jarvis و غیره. همچنین هوش مصنوعی می‌تواند به رسانه‌ها کمک کند تا محتوای هدفمندی را برای گروه‌های خاصی از مخاطبان ایجاد کنند. به عنوان مثال، با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان محتوایی را برای گروه‌های خاصی از مخاطبان ایجاد کرد که با توجه به علایق، سن، جنسیت و سایر مشخصات آنها طراحی

شده است. همچنین هوش مصنوعی می‌تواند به تولید ویدئوهای شخصی شده با استفاده از تصاویر و ویدئوهای قدیمی کمک کند. ضمناً می‌تواند در بهبود فرآیند تولید محتوا و افزایش سرعت و کیفیت آن کمک کند. برای مثال، با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان خطاهای مربوط به ویرایش و املا کلمات را کاهش داده و بهبود کیفیت محتوا را به دست آورد. همچنین، هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود فرآیندهای تولید، توزیع و تبلیغات محتوا نیز کاربرد داشته باشد.

• بخش خبر:

○ هوش مصنوعی می‌تواند با استفاده از تکنیک‌های تولید صوت و تصویر، خبرنگاران و گزارشگران مجازی را ایجاد کند. به عنوان مثال، شبکه خبری چین Xinhua از خبرنگاران هوش مصنوعی استفاده می‌کند که قادر به پخش خبر به زبان‌های چینی و انگلیسی هستند. این دسته شامل استفاده از هوش مصنوعی برای پخش خبر به صورت صوتی یا تصویری است. هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های تولید صوت و تصویر، قادر است خبرنگاران و گزارشگران مجازی را ایجاد کند که به زبان‌های مختلف خبر را پخش کنند. برخی از شبکه‌های خبری که از این فناوری استفاده می‌کنند عبارتند از Xinhua، BBC، Reuters و غیره.

• پاسخگویی به سؤالات:

○ هوش مصنوعی می‌تواند با استفاده از تکنیک‌های درک زبان طبیعی و استخراج اطلاعات، به سؤالات کاربران درباره خبر، رخداد، شخص یا هر موضوع دیگر پاسخ دهد. به عنوان مثال، ابزار BARD گوگل یک سامانه پاسخگو به سؤالات است که قادر به پیدا کردن پاسخ در صفحات وب است. این دسته شامل استفاده از هوش مصنوعی برای پاسخگویی به سؤالات کاربران درباره خبر، رخداد، شخص یا هر موضوع دیگر است. هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های درک زبان طبیعی و استخراج اطلاعات، قادر است به سؤالات کاربران پاسخ دقیق و منطقی بدهد. برخی از ابزارهای هوش مصنوعی که در این زمینه فعال هستند عبارتند از: BARD، Watson، EVA و غیره.

• پیش‌بینی رفتار:

○ هوش مصنوعی می‌تواند با استفاده از تکنیک‌های یادگیری تقویتی و تحلیل داده، رفتار و علاقه کاربران را پیش‌بینی کند و براساس آن، پیشنهادات مناسب را ارائه دهد. به عنوان مثال، سامانه Netflix با تحلیل داده‌های کاربران، فیلم و سریال‌های مناسب را به آن‌ها پیشنهاد می‌دهد. این دسته شامل استفاده از هوش مصنوعی برای پیش‌بینی رفتار و علاقه کاربران است. هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری تقویتی و تحلیل داده، قادر است رفتار و علاقه کاربران را پیش‌بینی کند و براساس آن، پیشنهادات مناسب را ارائه دهد. برخی از سامانه‌های هوش مصنوعی که در این زمینه فعال هستند عبارتند از Netflix، Amazon، YouTube و غیره.

• تحلیل داده‌های رسانه‌ای:

○ هوش مصنوعی می‌تواند به تحلیل داده‌های رسانه‌ای مانند متن، تصویر و ویدئو کمک کند و نتایجی برای بهبود استراتژی‌های بازاریابی و بهبود تجربه کاربری ارائه دهد. همچنین هوش مصنوعی می‌تواند در تجزیه و تحلیل داده‌های بزرگ مرتبط با رفتار مخاطبان، بازار و رقبا کمک کند. این امر به رسانه‌ها کمک می‌کند تا بهبود بیشتری در استراتژی‌های بازاریابی و تبلیغاتی خود داشته باشند.

• بهبود خدمات مشتریان و تجربه کاربری:

○ هوش مصنوعی می‌تواند به بهبود خدمات مشتریان از طریق پاسخ دادن به سؤالات مشتریان و رفع شکایات آن‌ها کمک کند. هوش مصنوعی می‌تواند به بهبود تجربه کاربری از طریق پیشنهاد محتوای مرتبط، جستجوی هوشمند و بهبود جستجوهای مرتبط با محتوا کمک کند. همچنین هوش مصنوعی می‌تواند در بهبود تجربه

کاربری در صنعت رسانه‌ای کمک کند. به عنوان مثال، با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان سیستم‌های خودکار تشخیص دهنده برای تحلیل تصاویر و ویدئوها را توسعه داد تا بهبود و سهولت بیشتری در فرایند تولید ویدئو و تصاویر داشته باشیم.

این فقط برخی از کاربردهای هوش مصنوعی برای مشاغل رسانه ای هستند و قطعاً در آینده شاهد استفاده های جدیدتر و پیچیده تر خواهیم بود.

ایجاد کمپین های رسانه ای یا تبلیغاتی با کمک هوش مصنوعی:

هوش مصنوعی می‌تواند در ایجاد کمپین‌های رسانه‌ای به عنوان یک ابزار قدرتمند برای تحلیل داده‌ها و بهینه‌سازی استراتژی‌های بازاریابی استفاده شود. عناوین و امور زیر را می‌توان در عصر هوش مصنوعی به آن سپرد تا بتوان کار را در حوزه کمپین های رسانه ای با قدرت و شدت بیشتری ادامه داد. برای مثال:

- **شناسایی تمایلات و علایق مخاطبین:**

- هوش مصنوعی می‌تواند به تحلیل داده‌های رسانه‌ای مانند پست‌ها و تعلیق‌های اجتماعی کمک کند تا تمایلات و علایق مخاطبین شناسایی شوند. با استفاده از این اطلاعات، می‌توان به بهترین شکل ممکن به نیازهای مخاطبین پاسخ داد و استراتژی‌های بازاریابی را بهینه کرد.

- **پیش‌بینی و رصد رفتار مخاطبین:**

- هوش مصنوعی می‌تواند به پیش‌بینی رفتار مخاطبین در آینده کمک کند. با تحلیل داده‌های رسانه‌ای و عملکرد کمپین‌های قبلی، هوش مصنوعی می‌تواند به پیش‌بینی و رصد رفتار مخاطبین کمک کند و بهینه‌سازی استراتژی‌های بازاریابی را ممکن سازد.

- **بهینه‌سازی و تعیین هدف کمپین:**

- هوش مصنوعی می‌تواند به تعیین هدف و بهینه‌سازی کمپین‌های رسانه‌ای کمک کند. با تحلیل داده‌های رسانه‌ای و شناخت مخاطبین، هوش مصنوعی می‌تواند به تعیین هدف کمپین و بهینه‌سازی استراتژی‌های بازاریابی برای دستیابی به آن هدف کمک کند.

- **تولید محتوای بازاریابی بصورت خودکار:**

- هوش مصنوعی می‌تواند به تولید محتوای بازاریابی مانند تصاویر، ویدئوها و مقالات کمک کند. با استفاده از روش‌های پردازش زبان طبیعی و شبکه‌های عصبی، هوش مصنوعی می‌تواند به تولید محتوای بازاریابی خودکار کمک کند. با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان محتوایی را به صورت خودکار تولید کرد که با توجه به نیازها و علاقه‌های مخاطبان طراحی شده است. این محتوا می‌تواند برای ایجاد کمپین‌های رسانه‌ای مناسب استفاده شود.

- **تعیین بهترین زمان ارسال محتوا:**

- هوش مصنوعی می‌تواند به تعیین بهترین زمان برای ارسال محتوای بازاریابی کمک کند. با تحلیل داده‌های رسانه‌ای، هوش مصنوعی می‌تواند به تشخیص زمان‌هایی که مخاطبین بیشترین علاقه را به محتوای مورد نظر دارند کمک کند و بهینه‌سازی زمان ارسال محتوا را انجام دهد.

• تحلیل داده‌های مرتبط با مخاطبان:

- با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان داده‌های بزرگ مرتبط با مخاطبان را تحلیل کرد و الگوهایی را در رفتار آنها شناسایی کرد. این اطلاعات می‌تواند به رسانه‌ها کمک کند تا بتوانند کمپین‌های رسانه‌ای بهتری را طراحی کنند که به نیازها و علاقه‌های مخاطبان بیشتر پاسخ دهند.

• تولید نسخه‌ای مؤثر برای کمپین:

- هوش مصنوعی می‌تواند با استفاده از الگوریتم‌های پردازش زبان طبیعی و خلاقیت محاسباتی، نسخه‌ای جذاب و مناسب برای کمپین تبلیغاتی تولید کند. این نسخه می‌تواند شامل عنوان، توضیحات، دعوت به عمل، شعار و غیره باشد. برخی از ابزارهای هوش مصنوعی که در این زمینه فعال هستند عبارتند از ChatGPT، CopyAI، Jarvis و غیره.

• تولید تصاویر و ویدئوهای جذاب برای کمپین:

- هوش مصنوعی می‌تواند با استفاده از الگوریتم‌های تولید تصویر و تصویربرداری، تصاویر و ویدئوهای جذاب و منحصر به فرد برای کمپین تبلیغاتی تولید کند. این تصاویر و ویدئوها می‌توانند شامل لوگو، آرم، بنر، پس زمینه، افکت، انیمیشن و غیره باشند. برخی از ابزارهای هوش مصنوعی که در این زمینه فعال هستند عبارتند از DALL-E4، Lumen55، Canva و غیره.

• انتخاب بهترین کانال‌ها و پلتفرم‌ها برای پخش کمپین:

- هوش مصنوعی می‌تواند با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری تقویتی و تحلیل داده، بهترین کانال‌ها و پلتفرم‌ها را برای پخش کمپین تبلیغاتی انتخاب کند. این انتخاب براساس علاقه، رفتار، دموگرافیک و سایر شاخص‌های کاربران صورت می‌گیرد. برخی از سامانه‌های هوش مصنوعی که در این زمینه فعال هستند عبارتند از: Google Ads، Facebook Ads، Taboola و غیره.

• ارزیابی و بهینه‌سازی عملکرد کمپین:

- هوش مصنوعی می‌تواند با استفاده از الگوریتم‌های چابک (Agile) و A/B Testing، عملکرد کمپین تبلیغاتی را ارزیابی و بهینه‌سازی کند. این ارزیابی و بهینه‌سازی براساس معیارهای مختلفی مانند بازدهی سرمایه گذاری، نرخ کلیک، نرخ تبدیل، نرخ رضایت و غیره صورت می‌گیرد. برخی از ابزارهای هوش مصنوعی که در این زمینه فعال هستند عبارتند از: HubSpot، Unbounce، Optimizely و غیره.

مراحل ایجاد کمپین به کمک هوش مصنوعی:

برای ایجاد یک کمپین تبلیغاتی با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توانید از مراحل زیر پیروی کنید:

- هدف و استراتژی کمپین را مشخص کنید:

- اولین قدم برای ایجاد یک کمپین تبلیغاتی، تعیین هدف و استراتژی آن است. باید بدانید که چه پیامی می‌خواهید به چه جمهوری منتقل کنید و چه نتایجی را از کمپین خود انتظار دارید. برای مثال، هدف شما ممکن است افزایش آگاهی، افزایش فروش، افزایش وفاداری یا هر هدف دیگر باشد. استراتژی شما ممکن است شامل تعیین بودجه، زمانبندی، کانال‌ها، پلتفرم‌ها و سایر عوامل باشد.
- **ابزار هوش مصنوعی مناسب را انتخاب کنید:**
 - بعد از تعیین هدف و استراتژی کمپین، باید ابزار هوش مصنوعی مناسب را برای تولید و پخش محتوای تبلیغاتی خود انتخاب کنید. بسته به نوع و سبک محتوای خود، ممکن است نیاز به چندین ابزار هوش مصنوعی داشته باشید. برای مثال، اگر قصد دارید یک مقاله تبلیغاتی بنویسید، ممکن است نیاز به یک ابزار هوش مصنوعی برای تولید نسخه، یک ابزار هوش مصنوعی برای تولید عنوان و توضیحات متا SEO و یک ابزار هوش مصنوعی برای بهینه سازی عملکرد داشته باشید. در قسمت قبل به برخی از ابزارهای هوش مصنوعی در زمینه‌های مختلف اشاره شد.
 - **محتوای تبلیغاتی خود را با استفاده از هوش مصنوعی تولید و بهینه سازی کنید:**
 - سپس، با استفاده از ابزار هوش مصنوعی منتخب خود، شروع به تولید و بهینه سازی محتوای تبلیغاتی خود کنید. بسته به نوع و سطح پیچیدگی محتوای خود، ممکن است نسخه‌ای را کاملاً با هوش مصنوعی تولید کنید یا فقط از آن به عنوان یک دست‌کم‌کار (Assistant) استفاده کنید. در هر صورت، باید دقت کنید که نسخه‌ای را تولید کنید که با هدف، جمهور و لحن صدای خود سازگار باشد. همچنین باید نسخه‌ای را تولید کنید که با استانداردهای سئو و کیفیت مطابقت داشته باشد. برای این منظور، می‌توانید از ابزارهای هوش مصنوعی برای ارزیابی و بهینه سازی عملکرد محتوای خود استفاده کنید.
 - **کمپین تبلیغاتی خود را با استفاده از هوش مصنوعی پخش و پایش کنید:**
 - در نهایت، با استفاده از ابزار هوش مصنوعی منتخب خود، کمپین تبلیغاتی خود را در کانال‌ها و پلتفرم‌های مناسب پخش و پایش کنید. برای این منظور، می‌توانید از ابزارهای هوش مصنوعی برای انتخاب بهترین کانال‌ها و پلتفرم‌ها براساس علاقه، رفتار و دموگرافیک کاربران استفاده کنید. همچنین می‌توانید از ابزارهای هوش مصنوعی برای تحلیل و گزارش عملکرد کمپین خود براساس معیارهای مختلف استفاده کنید.

تأثیرات هوش مصنوعی برای ایجاد کمپین‌های فیک یا دستکاری نتایج و تحلیل کمپین‌ها نفع جریان خاص :

متأسفانه ایجاد کمپین‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی فیک و تأثیر بر مخاطبین با استفاده از هوش مصنوعی امکان پذیر بوده و نتایج شگرفی را نیز ایجاد می‌کند. برخی از روش‌هایی که می‌توان با استفاده از هوش مصنوعی کمپین فیک و تحلیل فیک ایجاد کرد عبارتند از:

- **استفاده از دیپ‌فیک (Deepfake).**
 - دیپ‌فیک تصاویر، ویدئوها و صداهایی هستند که به‌طور قانع‌کننده‌ای واقعی هستند، اما در واقع ساختگی و دست‌کاری شده با هوش مصنوعی هستند. فناوری‌های یادگیری عمیق (Deep Learning)، یادگیری

ماشین (Machine Learning) و هوش مصنوعی (AI) برای ایجاد دیپ فیک محتوای جعلی، مانند قراردادن چهره افراد مشهور روی بدن افراد دیگر، استفاده می‌شوند تا آن‌ها با هدف فریب بینندگان چیزهای تخیلی را بیان کنند.¹ دیپ‌فیک‌ها ممکن است برای تبلیغات دروغین، تضعیف شخصیت‌های سیاسی، ساخت خبر جعلی، جاسوسی، شکست خوردن رقبا و غیره استفاده شوند.

• استفاده از چت‌جی‌پی‌تی

○ (ChatGPT). چت‌جی‌پی‌تی یک الگوریتم پردازش زبان طبیعی (NLP) است که می‌تواند به صورت خودکار متن‌های جدید را براساس یک ورودی داده شده تولید کند. چت‌جی‌پی‌تی قابلیت تولید نسخه، خلاصه، شعر، داستان، جوک، نظرات و غیره را دارد. چت‌جی‌پی‌تی ممکن است برای تولید نظرات فلسفی، تحلیل فیک و تجزیه نامناسب و به نفع جریان خاص در کمپین‌های رسانه‌ای استفاده شود.

• استفاده از سامانه توصیه گر (Recommender System).

○ سامانه توصیه گر یک سامانه هوش مصنوعی است که با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین و یادگیری عمیق، به کاربران پیشنهادات مناسب براساس علاقه، رفتار، دموگرافیک و سایر شاخص‌های آن‌ها ارائه می‌دهد. سامانه توصیه گر ممکن است برای تبلیغات هدفمند، افزایش فروش، افزایش وفاداری و غیره استفاده شود. اما این سامانه‌ها ممکن است همچنین برای تحریک کاربران به مصرف محتوای جعلی، تحریک به خشونت، تحریک به اعتیاد و غیره نیز استفاده شوند.

مهارت‌های عصر هوش مصنوعی برای کار در صنعت رسانه‌ای:

صنعت رسانه‌ای به شدت در حال تغییر است و هوش مصنوعی و فناوری‌های نوین در آن نقش مهمی ایفا می‌کنند. هوش مصنوعی می‌تواند به رسانه‌ها کمک کند تا محتوای بهتر و با کیفیت‌تری ارائه دهند و به مخاطبان خود خدمات بهتری ارائه کنند. همچنین، هوش مصنوعی می‌تواند به رسانه‌ها کمک کند تا محتوای خود را بهتر تنظیم کنند و به دقت بیشتری به تجزیه و تحلیل داده‌های خود بپردازند. با این کار، رسانه‌ها می‌توانند بهترین استراتژی‌ها را برای جذب مخاطبان خود پیدا کنند و به طور کلی، با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توانند بهبودهای زیادی در کیفیت و عملکرد خود داشته باشند. به علاوه، هوش مصنوعی می‌تواند به رسانه‌ها کمک کند تا پردازش داده‌های خود را بهینه کنند و از طریق این کار، هزینه‌های خود را کاهش دهند. به طور کلی، هوش مصنوعی می‌تواند به مشاغل رسانه‌ای کمک کند تا در آینده بهبودهای زیادی را در کیفیت و عملکرد خود داشته باشند. از این رو دو دیدگاه برای این موضوع وجود دارد:

از دیدگاه اول :

- **مهارت‌های فنی و تخصصی.** این مهارت‌ها شامل دانش و توانایی استفاده از فناوری‌های نوین در حوزه رسانه‌ای هستند، مانند هوش مصنوعی، پردازش زبان طبیعی، داده کاوی، گرافیک، صدا و تصویر، وبلاگ نویسی، پادکست سازی و غیره. این مهارت‌ها به کارکنان رسانه‌ای کمک می‌کنند تا محتوای جذاب و خلاقانه بسازند، بازار را تحلیل کنند، با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنند و از رقبا خود پیشی بگیرند.
- **مهارت‌های نرم.** این مهارت‌ها شامل توانایی‌های عمومی و اجتماعی هستند که در هر شغل و صنعتی لازم هستند، مانند برقراری ارتباط، حل مسئله، کار گروهی، خلاقیت، منطق و استدلال، چابکی و تطبیق پذیری، یادگیری مستمر و

غیره. این مهارت‌ها به کارکنان رسانه‌ای کمک می‌کنند تا با تغییرات سریع جهان همگام شوند، با افراد و سازمان‌های مختلف همکاری کنند، چالش‌ها را به فرصت‌های جدید تبدیل کنند و به بهبود عملکرد خود بپردازند.

- **مهارت‌های اخلاقی و قانونی.** این مهارت‌ها شامل دانش و رعایت اصول و قوانین حاکم بر صنعت رسانه‌ای هستند، مانند حق کپی رایت، حفظ حریم خصوصی، حفظ منافع عمومی، رعایت حقوق بشر، جلوگیری از تضعیف شخصیت و تحریک به خشونت، رعایت استانداردهای حرفه‌ای و غیره. این مهارت‌ها به کارکنان رسانه‌ای کمک می‌کنند تا با صداقت و شفافیت عمل کنند، به منافع ذینفعان خود احترام بگذارند، از پاسخگویی فرار نکنند و به اعتبار خود و سازمان خود لطمه نزنند.

از دیدگاه دوم :

- **تحلیل داده:** محتوای رسانه‌ای بسیار پیچیده و حجیم است و برای کسب موفقیت در این صنعت، باید بتوانید این داده‌ها را تحلیل کنید و به دنبال الگوهایی در آن‌ها بگردید. برای این منظور، باید مهارت‌های تحلیل داده و استفاده از ابزارهای مربوط به آن را داشته باشید.
- **هوش مصنوعی:** هوش مصنوعی و فناوری‌های مشابه، بخشی از آینده صنعت رسانه‌ای خواهند بود. برای کار در این صنعت، باید بتوانید با این فناوری‌ها کار کنید و از آن‌ها استفاده کنید. همچنین، باید بتوانید الگوریتم‌های هوش مصنوعی را برای بهبود کیفیت و ارائه محتوای بهتر استفاده کنید.
- **خلاقیت:** خلاقیت یکی از مهارت‌های لازم برای کار در صنعت رسانه‌ای است. برای پیشرفت در این صنعت، باید بتوانید ایده‌های جدیدی برای تولید محتوا و ارائه خدمات جذاب داشته باشید.
- **توانایی ارتباطی:** برای کار در صنعت رسانه‌ای، باید توانایی برقراری ارتباط با مخاطبان و مشتریان خود را داشته باشید و بتوانید برای آن‌ها محتوای جذابی ارائه کنید.
- **مهارت‌های تولید محتوا:** برای کار در صنعت رسانه‌ای، باید مهارت‌های تولید محتوا را داشته باشید. این شامل مهارت‌های نوشتاری، تصویرسازی، ویدئوسازی و موارد دیگر است.
- **تجربه کاری:** تجربه کاری در صنعت رسانه‌ای بسیار مهم است. برای پیشرفت در این صنعت، باید تجربه کاری مناسب و دانش فنی لازم را داشته باشید.
- **مهارت‌های روابط عمومی و ارتباطات:** ارتباطات و روابط عمومی در صنعت رسانه‌ای بسیار مهم هستند. کارشناسان باید بتوانند با مخاطبان و شرکای تجاری ارتباط برقرار کنند و برای بهبود دیده شدن برند و تولید محتوای مناسب، روابط عمومی خوبی داشته باشند.
- **مهارت‌های بازاریابی دیجیتال:** با پیشرفت فناوری ارتباطات و اینترنت، بازاریابی دیجیتال بسیار مهم شده است. بنابراین، کارشناسان صنعت

مشاغل پرتقاضای صنعت رسانه در عصر هوش مصنوعی:

به نظر می‌رسد که هوش مصنوعی یکی از عوامل مؤثر در تغییر و تحول صنعت رسانه، خبر و ارتباطات در آینده خواهد بود. برخی از شغل‌هایی که با پیشرفت هوش مصنوعی در این صنعت پرتقاضا خواهند بود عبارتند از:

• **خبرنگار هوش مصنوعی.**

○ این شغل به کسانی اطلاق می‌شود که با استفاده از سامانه‌های هوشمند، خبرها و گزارش‌های مختلف را تولید، ویرایش، تأیید و منتشر می‌کنند. این شغل در صنعت رسانه و خبر می‌تواند به افزایش سرعت، دقت، کارایی و هزینه‌های تولید محتوای خبری کمک کند.

• **مدیر رسانه هوشمند.**

○ این شغل به کسانی اطلاق می‌شود که با استفاده از سامانه‌های هوشمند، رسانه‌های مختلف را مدیریت، نظارت، برنامه‌ریزی و ارزیابی می‌کنند. این شغل در صنعت رسانه و ارتباطات می‌تواند به بهبود کیفیت، تأثیرگذاری، جذابیت و رضایتمندی رسانه‌ها کمک کند.

• **مشاور رسانه هوشمند.**

○ این شغل به کسانی اطلاق می‌شود که با استفاده از سامانه‌های هوشمند، مشاوره و راهکارهای مناسب را برای سازمان‌ها و فردهای نیازمند در زمینه استفاده از رسانه‌ها ارائه می‌دهند. این شغل در صنعت رسانه و ارتباطات می‌تواند به تقویت استراتژی، تحلیل بازار، بهینه‌سازی فرآیندها، حل مسئله و تصمیم‌گیری کمک کند.

• **کارآگاه داده.**

○ این شغل به کسانی اطلاق می‌شود که با استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی و داده‌کاوی، تحلیل و بررسی داده‌های بزرگ و پیچیده را انجام می‌دهند. این شغل در صنعت رسانه‌ای می‌تواند به تولید محتوای سفارشی، پیش‌بینی رفتار مخاطبان، بهبود استراتژی بازاریابی و تبلیغات، افزایش درآمد و کاهش هزینه‌ها کمک کند.

• **متخصص اخلاق هوش مصنوعی.**

○ این شغل به کسانی اطلاق می‌شود که با دانش و تجربه در حوزه هوش مصنوعی، قوانین و استانداردهای اخلاقی و قانونی را در طراحی، توسعه و استفاده از سامانه‌های هوشمند رعایت می‌کنند. این شغل در صنعت رسانه‌ای می‌تواند به حفظ حقوق و منافع ذینفعان، جلوگیری از سوء استفاده و سوء تفاهم، ترویج اعتماد و شفافیت، حل تعارضات و چالش‌ها کمک کند.

• **فروش هوش مصنوعی.**

○ این شغل به کسانی اطلاق می‌شود که با دانش و توانایی در حوزه هوش مصنوعی، محصولات و خدمات هوشمند را به سازمان‌ها و فردهای نیازمند فروخته و معرفی می‌کنند. این شغل در صنعت رسانه‌ای می‌تواند به گسترش بازار و فروش، افزایش رضایتمندی مشتریان، بهبود رابطه با ذینفعان، تقویت برند و اعتبار کمک کند.

هوش مصنوعی و آینده تولید انیمیشن (بعنوان نمونه)

هوش مصنوعی یکی از فناوری‌هایی است که در حال تحول و تأثیرگذاری بر صنعت تولید انیمیشن است. هوش مصنوعی می‌تواند به انیماتورها در بسیاری از مراحل طراحی، ساخت و پخش انیمیشن کمک کند. برخی از روش‌های استفاده از هوش مصنوعی در تولید انیمیشن عبارتند از:

- **شبیه‌سازی جمعیت:**

- هوش مصنوعی می‌تواند به انجام شبیه‌سازی جمعیت‌های بزرگ و پویا کمک کند که در غیر این صورت نیاز به زمان و هزینه زیاد دارد. با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان عامل‌های مختلف را با رفتارها و تعاملات منحصر به فرد برنامه‌ریزی کرد و جمعیت‌های زنده و متفاوت را خلق کرد1.

- **آنالیز فیلم‌نامه:**

- هوش مصنوعی می‌تواند به آنالیز فیلم‌نامه‌های انیمیشن از جهات مختلف کمک کند. با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان ژانر، سبک، سطح سختی، بازه سنی، جذابیت، شخصیت‌پردازی، داستان‌پردازی و پتانسیل فروش فیلم‌نامه را بررسی کرد2.

- **خلاقیت هوشمند:**

- هوش مصنوعی می‌تواند به خلاقیت در تولید انیمیشن کمک کند. با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان الگوها، تصاویر، شخصیت‌ها، دنیاها، صداها و حتی فضا سازی را با توجه به توضیحات متن گراف چین خلق کرد3.

- **یادگیری ژرف و دیپ فیک:**

- با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان از تکنیک‌ها و الگوریتم‌هایی مانند شبکه‌های عصبی، یادگیری ژرف و پردازش تصویر برای بهبود کیفیت و سرعت تولید انیمیشن استفاده کرد. در حال حاضر، برخی شرکت‌های تولید انیمیشن از هوش مصنوعی برای تولید بخش‌هایی از انیمیشن‌های خود استفاده می‌کنند، مانند تولید پس زمینه‌های ساده، حرکت دهنده‌ها و حرکت چشم‌ها و دهان شخصیت‌ها. با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توان این عملیات را به صورت خودکار انجام داد و زمان و هزینه تولید را کاهش داد.

- **ساخت شخصیت:**

- همچنین، با استفاده از هوش مصنوعی و الگوریتم‌های یادگیری ژرف، می‌توان برای شخصیت‌ها و موجودات دیگر در انیمیشن‌ها، حرکات و رفتارهای طبیعی‌تر و واقع‌گرایانه‌تری ایجاد کرد. این امر می‌تواند کیفیت و واقعیت انیمیشن‌ها را بهبود بخشد و به تجربه بصری مخاطبان کمک کند.

- **تشخیص و تغییر تصاویر و صدا:**

- با استفاده از هوش مصنوعی، امکاناتی مانند تشخیص صداها، تصاویر و حتی حرکات، بهبود یافته و ترکیب شده‌اند. مثلاً می‌توان با استفاده از الگوریتم‌های تشخیص چهره، حرکات چشم و دهان شخصیت‌های انیمیشن را به صورت خودکار بسازیم. همچنین، هوش مصنوعی می‌تواند به کارگردانان و تولیدکنندگان انیمیشن در تصمیم‌گیری‌های خود کمک کند و بهبود کیفیت و سرعت تولید انیمیشن را باعث شود. به عنوان مثال، شرکت‌هایی مانند Disney و Pixar از هوش مصنوعی برای تولید انیمیشن‌های بلند استفاده می‌کنند. هوش مصنوعی در این شرکت‌ها به کار می‌رود تا جزئیات کوچکی مانند حرکات چشم و دهان شخصیت‌ها و حرکات مو به صورت خودکار تولید شوند. این به کارگردانان این انیمیشن‌ها امکان می‌دهد تا بیشتر به جزئیات داستان و شخصیت‌ها متمرکز شوند.

- **انیمیشن‌های تعاملی:**

- همچنین، در آینده، هوش مصنوعی می‌تواند در تولید انیمیشن‌های تعاملی نیز نقش مهمی بازی کند. با استفاده از هوش مصنوعی و الگوریتم‌های مربوطه، می‌توان به تعامل بیشتر مخاطبان با انیمیشن‌ها و ارائه تجربه‌های باورپذیرتر و واقعی‌تر کمک کرد.

تعداد زیادی شرکت از هوش مصنوعی در تولید انیمیشن استفاده می‌کنند. این شرکت‌ها شامل شرکت‌های بزرگی مانند Disney و Pixar و شرکت‌های کوچکتر مانند Toonbox Entertainment و Reallusion می‌شوند. در ادامه به برخی از این شرکت‌ها اشاره می‌کنیم:

❖ **Disney:** شرکت Disney از هوش مصنوعی در تولید انیمیشن‌های خود استفاده می‌کند. این شرکت برای تولید انیمیشن‌های مانند Frozen و Zootopia از الگوریتم‌های هوش مصنوعی برای تولید تصاویر و حرکات شخصیت‌ها استفاده کرده است.

❖ **Pixar:** شرکت Pixar نیز از هوش مصنوعی برای تولید انیمیشن‌های خود استفاده می‌کند. این شرکت برای تولید انیمیشن‌هایی مانند Toy Story و Finding Nemo از الگوریتم‌های هوش مصنوعی برای بهبود کیفیت و سرعت تولید استفاده کرده است.

❖ **Toonbox Entertainment:** شرکت Toonbox Entertainment از هوش مصنوعی در تولید انیمیشن‌های خود استفاده می‌کند. این شرکت برای تولید انیمیشن‌هایی مانند The Nut Job و Spark استفاده می‌کند.

❖ **Reallusion:** شرکت Reallusion نیز از هوش مصنوعی در تولید انیمیشن‌های خود استفاده می‌کند. این شرکت برای تولید انیمیشن‌هایی مانند CrazyTalk Animator و Cartoon Animator از الگوریتم‌های هوش مصنوعی برای تشخیص حرکات و خلق شخصیت‌های صوتی استفاده می‌کند.

کاربرد و استفاده عملی از هوش مصنوعی در مشاغل رسانه ای:

- در ارایه شفاهی و اسلایدها تقدیم خواهد شد.