

کاربردهای هوش مصنوعی در رسانه



سازاقنبری

روزنامه نگار



در دنیای امروز کاربردهای هوش مصنوعی و تأثیر شگفت انگیزی که در علوم مختلف دارد کتمان ناپذیر است. از مهم ترین این کاربردها می توان به کاربردی که هوش مصنوعی بر صنعت رسانه دارد، اشاره کرد که تحول عظیمی را در این صنعت به دنبال داشته است. هوش مصنوعی در صنعت رسانه دخالت انسان را کاهش می دهد و موجب گسترش بهره وری در موارد بسیاری چون تولید محتوا، ارتباط و درک مخاطب می شود. در واقع هوش مصنوعی در فضای ارتباطی امروز که نیاز شدید به شکل گیری اکوسیستم خبری و جایگاه ویژه صنعت خبر دارد، وارد صنعت خبر شده و رقابت ها و نوآوری هایی را در این حوزه پدید آورده است. در گزارش پیش رو قصد داریم تا کاربردهای هوش مصنوعی در رسانه و دسته های مختلف آن را بررسی کنیم، پس همراه ما باشید.

هوش مصنوعی در رادیو و تلویزیون

در رسانه ملی حجم وسیعی از تولیدات، تصویری است و می توان از هوش مصنوعی برای ارائه محتوا استفاده کرد. استفاده از این ابزار در قالب های تولید محتوا، فنی، اجرایی و تعاملی برای تولیدات رادیویی و تلویزیونی نمونه ای از نوآوری است که می تواند منجر به جذب مخاطبان و افزایش تعامل با آنها در رسانه ملی شود. از دیگر کاربردهای هوش مصنوعی در دسته رادیو و تلویزیون می توان به مواردی چون ارزیابی برنامه ها، رادیو و تلویزیون های هوشمند و ایفای نقش در رادیو و تلویزیون توسط ربات های هوشمند اشاره کرد. شاید این سؤال پیش بیاید که هر کدام از این موارد به چه معناست. در ادامه به تشریح این موارد می پردازیم تا جواب شما را داده باشیم.

ارزیابی برنامه ها

هوش مصنوعی می تواند به شناسایی الگوها، یادگیری تجربیات مشابه، نتیجه گیری از مسائل، پیش بینی یا

انجام نوعی خاص از اقدامات کمک کند. مثلاً برای مدیران شبکه های مختلف، یکی از عوامل برنامه ریزی برای ساخت برنامه های آتی این است که بازخورد افراد از برنامه های گذشته یا در حال پخش را پیدا کنند. از این رو هرچه مقیاس این ارزیابی ها وسیع تر باشد و دوره های زمانی بیشتری را دربرگیرد، نتیجه به دست آمده، قابل استانداردتر است؛ ضمن این که هوش مصنوعی امروزه می تواند در نگارش خبر و مقاله، نگارش داستان و فیلمنامه، تولید شعر، تبدیل صدا به متن و ترجمه همزمان و تولید زیرنویس در رسانه مؤثر باشد که مطمئناً این امکان برای بسیاری از تولیدکنندگان محتوا و برنامه سازان کمک رسان است.

رادیو و تلویزیون های هوشمند

تلویزیون های هوشمند با بهره گیری از فناوری های روز دنیا، امکاناتی بسیار فراتر از یک تلویزیون ساده را در اختیار کاربران قرار می دهد. این تلویزیون ها با اتصال به اینترنت، قابلیت های تعاملی و دسترسی به طیف گسترده ای از محتواهای آنلاین را فراهم می آورند. امروزه بیشتر تلویزیون های هوشمند نه تنها قابلیت اتصال به اینترنت را دارند بلکه می توان به سادگی اپلیکیشن های کاربردی را روی آنها نصب کرد. همچنین هوش مصنوعی می تواند رادیو و تلویزیون منازل را به برنامه هایی مانند الکسا، اکودات و گوگل وصل کند و پس از آن افراد می توانند فعالیت هایی چون تغییر کانال ها و بالا و پایین بودن صدا، جلو و عقب کردن برنامه ها یا حتی خاموش و روشن کردن رادیو و تلویزیون را به کمک صدای خود و با صدا و بیان خواسته شان، از طریق این اپلیکیشن ها انجام دهند.

ایفای نقش در رادیو و تلویزیون

توسط ربات های هوشمند

چندی پیش بود که برای اولین بار در جهان، یک ایستگاه رادیویی در سوئیس به شکل آزمایشی از هوش مصنوعی در اجرای برنامه های روزانه خود استفاده کرد. در این برنامه که از ۶ صبح آغاز و تا ۷ بعد از ظهر ادامه یافت، صدای ساخته شده پنج گوینده روی آنتن رفت و هوش مصنوعی اجرای برنامه و پخش موسیقی را برعهده داشت؛ به عبارتی استفاده از ربات های هوشمند در

برنامه های رادیویی و تلویزیونی به عنوان مجری و بازیگر، دیگر هیچ جای تعجب ندارد.

هوش مصنوعی و ابزارهایش در سال های اخیر موفق به ساخت ربات هایی شدند که می توانند به جای انسان ها در برنامه های رادیویی و تلویزیونی ایفای نقش کنند.

هوش مصنوعی در اخبار

با پیشرفت فناوری، مردم شبکه های اجتماعی را به عنوان منبع جدیدی از اخبار در نظر می گیرند و وجود اخبار جعلی در این شبکه ها تأثیر بدی روی جامعه می گذارد. این در حالی است که بسیاری از افراد توانایی تشخیص اخبار دروغ را ندارند. کارشناسان هوش مصنوعی در سال های اخیر موفق شده اند به کمک یک الگوریتم یادگیری ماشین، الگوهای کلمه ای را دنبال و از این طریق اخبار جعلی و واقعی را از هم متمایز کنند. هوش مصنوعی در رسانه های خبری، شیوه های نوینی برای سرعت بخشیدن به کارها و فرآیندها ارائه می دهد؛ به عبارتی هوش مصنوعی در این زمینه سبب ساده سازی فرآیندها، بالا بردن دقت و سرعت در انجام کارها و کاهش هزینه ها می شود. سرعت بخشیدن به جست و جوی اخبار، جمع آوری و برچسب زنی داده ها، ردیابی اخبار جدید، تهیه گزارش خبری و شخصی سازی در اطلاع رسانی اخبار از دیگر کارکردهای هوش مصنوعی در اخبار است.

تبلیغات هدفمند

تبلیغات، اصلی ترین و بزرگ ترین راه درآمدزایی در صنعت رسانه است. تبلیغات زمانی کارایی بالایی دارد که به دقت و هوشمندی به هدف گذاری، تنظیم و ارائه پیام های تبلیغاتی بپردازد. در این زمینه، هوش مصنوعی به عنوان ابزاری قدرتمند به بهبود تبلیغات و بازاریابی کمک می کند. هوش مصنوعی می تواند الگوریتم های یادگیری ماشینی را به کار بگیرد تا تبلیغات به شکل هدفمندتری به افرادی که احتمال تبدیل شدن به مشتری دارند نمایش داده شود. این امر منجر به کاهش هدررفت منابع و افزایش بازدهی تبلیغات می شود. Google Ads (گوگل ادز)، Facebook Ads (فیسبوک ادز)، Amazon Advertising (تبلیغات آمازون)، LinkedIn Ads

(لینکدین ادز)، AdRoll، Criteo، The Trade Desk، Outbrain، Taboola از جمله سایت ها و پلتفرم های مرتبط با هوش مصنوعی برای تبلیغات است. در واقع استفاده از هوش مصنوعی در تبلیغات و بازاریابی می تواند به بهبود کارایی و کارایی تبلیغات و در نهایت کسب و کارها کمک کند.

چت بات های گفت وگو

اخیراً چت بات ها محبوبیت بسیار زیادی پیدا کرده اند اما چت بات چیست؟ چت بات یک نرم افزار هوش مصنوعی است که قابلیت گفت وگو و پاسخ به سؤالات را دارد. بنابراین برای تمام صنایع می توان از آنها استفاده کرد. در بحث رسانه های اجتماعی نیز چت بات هایی طراحی شده اند که شما مانند یک دوست می توانید با آنها حرف بزنید. آنها طراحی شده اند تا مانند انسان به عواطف و احساسات شما پاسخ دهند. در این چت بات ها حتی می توان سن، جنسیت و اسم دلخواهی را برای این دوست مجازی انتخاب کرد و بآن به صحبت نشست. برخی اپلیکیشن سعی دارند از طریق گفت وگویی نوشتاری با بهره گیری از هوش مصنوعی و تکنولوژی یادگیری عمیق، درک دقیقی از شخصیت شما پیدا کنند. این اپلیکیشن به شما کمک می کند تا با دوستی از جنس هوش مصنوعی گپ و گفت وگو کنید بدون این که نگران این موضوع باشید که به خاطر افکار تان قضاوت شوید.

افزایش سرعت خبررسانی

با استفاده از هوش مصنوعی، بسیاری از روزنامه ها و خبرگزاری ها می توانند سریع تر و دقیق تر اخبارشان را گزارش کنند. این امر می تواند منجر به کاهش زمان لازم برای تولید خبر و افزایش سرعت اطلاع رسانی به خوانندگان شود؛ از این رو بسیاری از روزنامه نگاران، هوش مصنوعی را رقیب خود می دانند و دلوایس از دست دادن شغل شان هستند. حتی همین الان طبق برآوردها نزدیک به ۳۰ درصد تحریریه های رسانه های بین المللی این روزها به نوعی از هوش مصنوعی استفاده می کنند. به همین دلیل در فضای رو به افول رسانه ای برای ما روزنامه نگاران واجب است که درباره هوش مصنوعی بیشتر بخوانیم و یاد بگیریم تا مبادا از آن عقب بقیتم.