

رسانه فردا در دستان هوش مصنوعی

ره‌نگاران/ آینده رسانه بدون هوش مصنوعی قابل تصور نیست؛ اما تضمین پایداری و سلامت آن در گروی مدیریت هوشمندانه، اخلاق‌مدار و مسئولانه این فناوری خواهد بود.

به گزارش [بایگاہ اطلاع‌رسانی ره‌نگاران](#)؛ بهرام قربانپور، فعال رسانه‌ای در یادداشتی نوشت؛ تحولات پرشتاب فناوری در دهه اخیر، عرصه رسانه را بیش از هر زمان دیگری تحت‌تأثیر قرار داده است. در میان این تحولات، هوش مصنوعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین فناوری‌های روز، نقشی سرنوشت‌ساز در شکل‌دهی به آینده رسانه‌ها ایفا می‌کند. رسانه به‌عنوان ابزار اصلی انتقال پیام، شکل‌دهی افکار عمومی و مدیریت جریان اطلاعات، امروز با بهره‌گیری از قابلیت‌های هوش مصنوعی وارد مرحله‌ای نوین از حیات خود شده است؛ مرحله‌ای که مرز میان تولیدکننده و مصرف‌کننده محتوا را کمرنگ کرده و رسانه را از حالت سنتی به اکوسیستمی هوشمند و تعاملی بدل ساخته است.

از مهم‌ترین کارکردهای هوش مصنوعی در عرصه رسانه می‌توان به تولید محتوای خودکار اشاره کرد. الگوریتم‌های پیشرفته قادرند متون خبری، گزارش‌ها و حتی تحلیل‌های اولیه را در زمانی بسیار کوتاه تولید کنند. این قابلیت اگرچه نگرانی‌هایی درباره کاهش نقش روزنامه‌نگاران سنتی ایجاد کرده است، اما در عین حال می‌تواند فرصتی برای تمرکز خبرنگاران بر تحلیل‌های عمیق‌تر، گزارش‌های میدانی و روایت‌های انسانی باشد. به بیان دیگر، هوش مصنوعی جایگزین خبرنگار نمی‌شود بلکه ابزار کمکی قدرتمندی برای ارتقای کیفیت و سرعت در رسانه‌ها به‌شمار می‌رود.

یکی دیگر از ابعاد مهم حضور هوش مصنوعی در رسانه، شخصی‌سازی محتوا است. امروزه رسانه‌ها به کمک الگوریتم‌های یادگیری ماشین قادرند سلیق، علایق و نیازهای کاربران را شناسایی کرده و متناسب با آن، محتوا را پیشنهاد دهند. این امر اگرچه تجربه‌ای اختصاصی و جذاب برای مخاطب فراهم می‌آورد، اما در عین حال خطر ایجاد حباب‌های اطلاعاتی را نیز افزایش می‌دهد؛ به این معنا که کاربران تنها در معرض دیدگاه‌هایی قرار می‌گیرند که با عقایدشان هماهنگ است و از

مواجهه با تنوع فکری محروم می‌شوند. این چالش، رسانه‌ها را ملزم می‌سازد که در کنار استفاده از هوش مصنوعی، راهکارهایی برای حفظ تنوع و تعادل اطلاعاتی بیابند.

افزون بر این، هوش مصنوعی توانسته در راستی‌آزمایی اخبار و مقابله با پدیده اخبار جعلی (Fake News) نقشی کلیدی ایفا کند. ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند با تحلیل سریع داده‌ها، تصاویر و ویدئوها، اصالت یا جعلی بودن آن‌ها را بررسی کرده و به رسانه‌ها و کاربران در تشخیص صحت اخبار یاری رسانند. این ظرفیت، به‌ویژه در دوران گسترش شبکه‌های اجتماعی و سرعت بالای انتشار اطلاعات، اهمیتی دوچندان دارد.

از سوی دیگر، استفاده از فناوری‌های نوین مانند تولید تصویر و ویدئو با هوش مصنوعی فرصت‌ها و تهدیدهایی را برای رسانه‌ها ایجاد کرده است. این فناوری می‌تواند در تولید محتوای آموزشی، سرگرمی و تبلیغات نقش مثبت ایفا کند، اما در عین حال امکان سوءاستفاده و دستکاری افکار عمومی را نیز افزایش می‌دهد. بنابراین، مدیریت اخلاقی و حقوقی این فناوری یکی از الزامات اصلی عصر رسانه است.

اینطور به نظر می‌رسد عصر رسانه در پرتو هوش مصنوعی وارد مرحله‌ای از بازتعریف مأموریت‌ها و نقش‌ها شده است. رسانه‌های موفق آن‌هایی خواهند بود که از این فناوری نه صرفاً به‌عنوان ابزاری برای سرعت‌بخشی، بلکه به‌عنوان وسیله‌ای برای ارتقای کیفیت، اعتمادسازی و ایجاد تجربه‌ای عمیق‌تر برای مخاطب استفاده کنند. آینده رسانه بدون هوش مصنوعی قابل تصور نیست؛ اما تضمین پایداری و سلامت آن در گروی مدیریت هوشمندانه، اخلاق‌مدار و مسئولانه این فناوری خواهد بود.