



به تازگی نشریه گاردین، مقاله‌ای را منتشر کرده که توسط يك ربات نرم افزاری نوشته شده است. این نشریه از رباتی به نام جی پی تی-۳ (GPT-3) خواسته بود در متنی، خواننده را متقاعد کند فناوری هوش مصنوعی و ربات‌ها خطری برای انسان‌ها ندارند

می‌شود. اما جالب اینجاست که سناریوی این ویدئو و البته حرف‌های راوی که رنگ و بویی انگیزی دارد، توسط هوش مصنوعی تهیه شد. شرکت سازنده می‌گوید شبکه عصبی نویسنده این سناریو پس از بررسی ویدئوهای تبلیغی هفت سال گذشته این شرکت توانست آن را تهیه کند.

البته با جست و جویی ساده در اینترنت می‌توان نمونه‌های دیگری را نیز یافت. با وجود این که هوش مصنوعی هنوز نتوانسته سناریوی يك فیلم سینمایی دو ساعته را بنویسد، اما با در نظر گرفتن سرعت پیشرفت این فناوری هیچ بعید نیست طی يك دهه آینده شاهد تولید فیلم‌های سینمایی با نویسندگی يك ربات هم باشیم.

قطعه‌ای بنواز

به نظر می‌رسد پیشرفت هوش مصنوعی در ساخت قطعات موسیقی بیشتر از تولید محتوای متنی بوده است. این پیشرفت به حدی است که شاید تشخیص ساخت يك موسیقی توسط هوش مصنوعی حتی برای اهل فن هم دشوار باشد.

استارت‌آپ استرالیایی پاپ‌گان (Popgun) یکی از معروف‌ترین شرکت‌های پیشتاز در این زمینه است. این شرکت تاکنون دستاوردهای زیادی در زمینه تولید موسیقی با استفاده از هوش مصنوعی داشته و برای نمونه، الگوریتم این استارت‌آپ در سال ۲۰۱۷ موفق به خلق يك قطعه پیانو شد که از نظر بسیاری از کارشناسان از ویژگی‌های يك قطعه نگاشته شده توسط يك موسیقیدان حرفه‌ای برخوردار بود. این استارت‌آپ همچنین موفق شده الگوریتم هوش مصنوعی خود را به گونه‌ای آموزش دهد که بتواند قطعات بداهه‌نوازی نوازندگان را بهبود دهد و سطح آنها را به سطح قطعات باکیفیت و استاندارد موسیقی برساند.



فقط يك جمله بنویس

ربات تاک تو ترانسفرمرز (Talk to Transformers) ابزاری مبتنی بر هوش مصنوعی است که با قابلیت خود برای خلق مطلب می‌تواند مخاطب را شگفت‌زده کند. برای استفاده از این ربات کافی است يك جمله دلخواه را وارد کنیم تا این ربات به طور خودکار آن را بسط دهد و داستانی را بر اساس همان جمله اول خلق کند. البته طراحان این ربات می‌گویند محتوای تولید شده می‌تواند گنگ و نامفهوم باشد. با این وجود، پیشرفت‌هایی که این ربات داشته، این احتمال را تا حد زیادی کاهش داده است. البته استفاده از این ربات، محدودیت حجمی دارد و در صورتی که کسی به استفاده بیشتر از آن علاقه‌مند باشد، باید هزینه اشتراك پرداخت کند.



برای استفاده از ربات

تاک تو ترانسفرمرز کافی

است يك جمله دلخواه

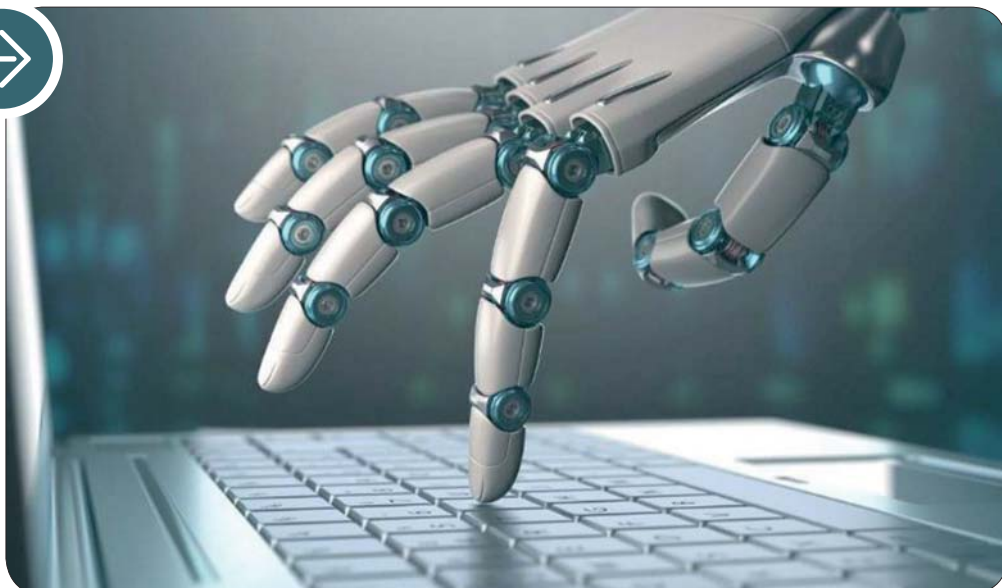
را وارد کنیم تا این ربات

به طور خودکار آن را بسط

دهد و داستانی را بر

اساس همان جمله اول

خلق کند



از قلم يك ربات

بهره‌گیری از هوش مصنوعی برای تولید محتوای می‌تواند آینده رسانه‌ها را متحول کند



صالح سپهری فر
مشاور کسب و کارهای نوآور

به تازگی نشریه گاردین، مقاله‌ای را منتشر کرده که توسط يك ربات نرم افزاری نوشته شده است. این نشریه از رباتی به نام جی پی تی-۳ (GPT-3) که نرم افزاری ویژه تولید متن است، خواسته بود متنی را بنویسد و در آن، خواننده را متقاعد کند که فناوری هوش مصنوعی و ربات‌ها هیچ خطری برای انسان‌ها ندارند. گاردین از این ربات خواسته بود مقاله‌ای در حد ۵۰۰ کلمه بنویسد. این ربات توانست هشت متن متفاوت را تهیه کند که البته هر متن، تفاوت‌هایی داشت. از آنجا که انتشار هر هشت متن شاید برای مخاطب چندان جذاب نباشد، ویراستاران این نشریه تصمیم گرفتند بهترین بخش هر کدام از این مقالات را انتخاب و در کنار هم قرار دهند. انتشار این مطلب، موج خبری بزرگی را به همراه داشت. از يك سو، برخی افراد از نزديك شدن فناوری هوش مصنوعی به نقطه تکینگی (نقطه‌ای که توانایی هوش مصنوعی از توانایی ذهنی انسان پیشی می‌گیرد) ابراز خوشحالی می‌کردند و برخی دیگر نیز نگران پیامدهای قدرت‌گیری این فناوری برای آینده بشر بودند. اما آیا هوش مصنوعی می‌تواند محتوایی با کیفیت محتوای تهیه شده توسط انسان را ایجاد کند؟ آیا این محتوا صرفاً متنی خواهد بود یا حوزه‌های دیگر را نیز پوشش خواهد داد؟

محتوای بازاریابی ویژه مخاطب

پیشرفت فناوری‌های اطلاعاتی سبب شده دوران جولان دهی تعداد انگشت‌شماری رسانه در دنیای اطلاع‌رسانی به پایان برسد. این روزها با میلیون‌ها وب‌سایت، کانال و صفحه در اینترنت و رسانه‌های اجتماعی روبه‌رو هستیم که هر کدام مخاطبانی خاص را هدف قرار می‌دهند. اما آیا این امکان وجود دارد که بتوان محتوایی تبلیغاتی دقیقاً بر اساس خواسته‌تک‌تک مخاطبان فراهم کرد؟

با در نظر گرفتن گستردگی کار و جزئیات ریز شخصیتی افراد، شاید این کار در نگاه اول ناممکن به نظر برسد. اما واقعیت این است که هوش مصنوعی به دلیل پردازش سریع و جامع اطلاعات موجود می‌تواند این رویا را عملی کند.

برخی شرکت‌های بزرگ در دنیا سال‌هاست می‌کوشند محتوای بازاریابی و تبلیغاتی را دقیقاً بر اساس سلیقه و نیاز مخاطب عرضه کنند. با وجود این که این روند هنوز با هدف نهایی خود فاصله زیادی دارد، اما نگاهی به پیشرفت‌های انجام شده نشان می‌دهد که شاید در آینده‌ای نه چندان دور بتوان تا حد زیادی به این رویا نزدیک شد.

هوش مصنوعی می‌تواند با تحلیل داده‌های موجود از کاربران، نیازهای دقیق آنها را ارزیابی کرده و محتوایی متناسب را از میان انبوه داده‌های موجود تهیه و به او عرضه کند.

نگارش سناریو

یکی از معروف‌ترین شرکت‌های تولیدکننده محصولات ورزشی در پاییز سال گذشته ویدئویی کوتاه را در شبکه‌های اجتماعی منتشر کرد. در این ویدئو، فردی در حال حرف زدن است و حرف‌هایش در قالب یکسری کلمات روی پس‌زمینه مشکی دیده

خبرنویسی با هوش مصنوعی

با وجود این که مقاله گاردین توانست برای اولین بار نظر بسیاری از مردم را به توانمندی هوش مصنوعی در تولید محتوای متنی جلب کند، اما بد نیست بدانید که این اولین بار نیست که از این فناوری در حوزه تولید محتوای متنی در رسانه‌ها استفاده می‌شود. روزنامه واشنگتن پست، يك ربات نرم افزاری به نام هلیوگراف (Heliograf) دارد که تاکنون صدها مطلب درخصوص مسابقات ورزشی مدارس و دانشگاه‌های محلی شهر واشنگتن دی‌سی نگاشته است. اطلاع‌رسانی دقیق و جامع از رویدادهای مختلف از اهمیت زیادی برای رسانه‌ها برخوردار است، اما هزینه‌های بالای خبرنگار و نویسنده خبر سبب می‌شود رسانه‌ها نتوانند بسیاری از رویدادهای کم‌اهمیت‌تر را پوشش دهند. ربات هلیوگراف این نقص را برطرف کرده و در عین حال این امکان را فراهم می‌کند تا روزنامه‌نگاران فرصت فعالیت‌هایی با درجه اهمیت بالاتر را داشته باشند.

این ربات با بهره‌گیری از نتایج مسابقات، آمارهای بازی، تعویض‌های انجام شده و نیز مقایسه وضعیت تیم با دیگر تیم‌های حاضر در جدول به سرعت خبری را آماده و منتشر می‌کند.