

نگاهی به کاربری‌های هوش مصنوعی در برخی رسانه‌های جهان

هوش مصنوعی در سامانه‌هایی مطرح می‌شود که می‌توانند واکنش‌هایی مشابه رفتارهای هوشمند انسانی از جمله درک شرایط پیچیده، شبیه‌سازی فرآیندهای تفکر و استدلال انسان، یادگیری و توانایی کسب دانش و پاسخ موفق به مسائل را داشته باشند. به طور گسترده، هوش مصنوعی تلفیقی از فناوری‌هایی مانند یادگیری ماشین، یادگیری عمیق، شبکه عصبی، پردازش زبان طبیعی، تشخیص گفتار، بینایی ماشین و نظایر آن است. در حوزه رسانه طی سال‌های اخیر، استفاده از هوش مصنوعی در برخی کاربری‌ها مورد توجه قرار گرفته است؛ به‌ویژه مواردی که امکان خودکارسازی وظایف و فرآیندهای تکراری یا بسیار پیچیده که مستلزم زمان و منابع زیاد هستند وجود دارد.

با ظهور رسانه‌های جدید همراه با پویایی و حجم اطلاعات زیاد، یکی از بزرگترین چالش‌های سازمان‌های رسانه‌ای، نحوه مدیریت و چگونگی استفاده از ظرفیت آنهاست که در این زمینه نیز هوش مصنوعی به کمک انسان آمده است.

رسانه‌های مطرح دنیا سعی کرده‌اند با کمک هوش مصنوعی، فرآیندها، محصولات و بهره‌گیری از منابع خود را بهینه نمایند، تلاش می‌شود تجربیات مفید برخی از آنها با هدف استفاده مناسب در کشور و سازمان مرور شود.

مروری بر استفاده از هوش مصنوعی در پرودکستر BBC

BBC به‌عنوان یکی از با سابقه‌ترین سازمان‌های ارائه دهنده خدمات رسانه‌ای، در جهت استفاده از ظرفیت‌های فناوری در ادامه بهتر خدمات، مدتی است که استفاده از هوش مصنوعی در زمینه‌های مختلف را مورد توجه قرار داده است. ضبط و تدوین هوشمند رویدادهای زنده تلویزیونی، ساخت هوشمند محتوا، جستجو بر اساس تصویر، سیستم‌های توصیه‌گر محتوا، زمان‌بندی شبکه‌های تلویزیونی بر اساس سلايق مخاطبان و استخراج خودکار فراداده از جمله کاربری‌های مطرح هوش مصنوعی در BBC هستند. هدف از این ارائه، مروری بر کاربری‌های متعدد فناوری‌های هوش مصنوعی در حوزه رسانه با مطالعه موردی پرودکستر BBC است.

مروری بر استفاده از هوش مصنوعی در پرودکستر NHK ژاپن

سه محور اصلی برنامه‌های پرودکستر عمومی ژاپن، NHK، برای سه سال ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۰، تولید هوشمند، تصویربرداری واقعیت و رسانه متصل است. در این میان، تولید هوشمند به استفاده از فناوری هوش مصنوعی در دو حوزه «فناوری‌های پیشرفته در تولید محتوا» و «فناوری‌های پخش کاربرپسند» اشاره دارد.

استخراج عناصر محتوا با استفاده از هوش مصنوعی در کاربری‌هایی همچون بازیابی ویدیو (تشخیص و شناسایی اشیاء، الفبا و چهره)، خلاصه‌سازی ویدیو و تبدیل ویدیوی سیاه و سفید به رنگی قابل بهره‌برداری است، همچنین مواردی همچون تحلیل رسانه‌های اجتماعی برای کمک به تولید محتوا مطرح می‌شود. این پرودکستر به استفاده از هوش مصنوعی در کاربری‌هایی همچون تفسیر خودکار مسابقات ورزشی، رابط ناشنویان و تولید محتوا به زبان خارجی نیز توجه کرده است که برخی از این کاربردها مرتبط با وظیفه NHK به عنوان پرودکستر عمومی است.

در این ارائه تلاش می‌شود به حوزه‌های مورد توجه برای استفاده از هوش مصنوعی در برودکستر NHK و وضعیت آنها اشاره شود.

مروری بر استفاده از هوش مصنوعی در ارائه‌دهنده خدمات OTT: Netflix

Netflix، ارائه‌دهنده پیشگام خدمات OTT، با استفاده از قابلیت‌های بی‌نظیر هوش مصنوعی (AI)، در ارائه خدمات خود بهبود چشمگیری ایجاد کرده است. این شرکت، در سال ۲۰۰۵ با برگزاری رویداد **Netflix prize**، تلاش کرد کارایی سیستم توصیه‌گر خود را بهبود بخشد و هم‌اکنون استفاده از خدمات این شرکت، با تکیه بر این سیستم ۷۵ درصد افزایش یافته است! Netflix پس از آن استفاده از هوش مصنوعی را به کاربری‌های دیگری از جمله کنترل کیفیت محتوا، توزیع محتوا، چگونگی پیش‌نمایش محتوا، شخصی‌سازی و مواردی دیگر توسعه داده و همچنان در حال تکمیل آنهاست. تلاش می‌شود با مرور تجربیات این ارائه‌دهنده خدمات OTT، زمینه استفاده از نکات مفید آن فراهم گردد.