

الإعلام الجديد

إعداد: د. هالة الألفي فوزي

PRL 613
New Media

Lecture 6



المحاضرة السادسة

الثورة البصرية ظهور المحتوى المنتج بالذكاء الاصطناعي وتقنيات CGI والإعلانات الوهمية

FOOH



Chapter
6

محتويات المحاضرة

- ❖ التسويق بالمحتوى القصصي
- ❖ مجالات تحقيق دخل سلبي من تصميمات الذكاء الاصطناعي.
- ❖ إعلانات FOOH
- ❖ الإعلانات بتقنية CGI و VFX

- ❖ Video editing tools
- ❖ Photos editing tools
- ❖ Marketing tools
- ❖ Audio tools
- ❖ Engines



التسويق بالمحتوى القصصي

Chapter

6

التسويق بالمحتوى القصصي هو أسلوب يستخدم السرد القصصي للتفاعل مع الجمهور وإيصال رسالة العلامة التجارية بشكل يثير اهتمامهم ويعزز ارتباطهم بها. يستند هذا النوع من التسويق إلى تقديم محتوى مميز يحتوي على قصة مؤثرة تركز على تجربة واقعية أو مشكلة شخصية تهم الجمهور، مما يجعلهم يشعرون بأنهم جزء من الحكاية. يهدف التسويق القصصي إلى جذب الانتباه وتبسيط الرسائل المعقدة عبر سرد الأحداث بشكل ممتع يجعل الجمهور يرغب في متابعة العلامة التجارية ويشعر بالولاء لها.

يتميز التسويق القصصي عن غيره بتركيزه على إنشاء محتوى ذو قيمة ويستهدف القيم والمشاعر أكثر من التركيز المباشر على المنتج، حيث يتم سرد القصة بحيث تثير الفضول وتبقى في ذاكرة الجمهور لفترة طويلة، مما يزيد من فعالية الرسالة ويجعلها أكثر قابلية للمشاركة والتفاعل.

ما أهمية التسويق بالمحتوى القصصي؟

التسويق بالمحتوى القصصي يتمتع بأهمية كبيرة في تحسين تفاعل العملاء مع العلامات التجارية لعدة أسباب، منها:

- **تعزيز الارتباط العاطفي:** يسهم السرد القصصي في خلق ارتباط عاطفي بين الجمهور والعلامة التجارية، مما يجعلهم يشعرون بأنهم جزء من القصة ويعزز ولاءهم للمنتج.
- **سهولة التذكر والمشاركة:** القصص الجيدة تظل في ذهن الجمهور لفترة أطول مقارنة بالأساليب التقليدية، مما يزيد من احتمال مشاركة المحتوى بين العملاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- **تعزيز المصداقية:** عندما تستعرض العلامات التجارية تجارب وقصص حقيقية عن كيفية استفادة عملاء آخرين من المنتج، تصبح المصداقية أعلى، مما يزيد من ثقة العملاء الجدد بمنتجاتها وخدماتها.
- **تحفيز التفاعل وزيادة الوصول:** يمكن للتسويق القصصي أن يزيد من تفاعل الجمهور بفضل أسلوبه الجذاب والبسيط، مما يساعد في تحسين محركات البحث وزيادة الوصول إلى الجمهور المستهدف.

ما هي خطوات إنتاج المحتوى القصصي؟

لإنتاج محتوى قصصي فعال، يمكن اتباع الخطوات التالية:

- ✓ **تحديد الهدف من الحملة التسويقية:** تحديد ما ترغب العلامة التجارية بتحقيقه من خلال القصة، سواءً كان جذب العملاء أو زيادة الوعي أو الترويج لقيمة معينة.
- ✓ **تحديد الجمهور المستهدف ونقطة الألم:** فهم احتياجات الجمهور والمشكلات التي يعاني منها، وكيف يمكن للعلامة التجارية أن تكون حلاً لهذه المشكلات، مما يجعل القصة ذات صلة مباشرة بالجمهور.
- ✓ **اختيار قصة ملهمة ومحفزة:** اختيار قصة تتناسب مع طبيعة الجمهور وتنسجم مع أهداف الحملة، على أن تكون ملهمة وتدفع الجمهور للتفاعل. من المهم أيضاً أن ترتبط القصة مباشرة برسالة العلامة التجارية.
- ✓ **استخدام لغة بسيطة وواضحة:** الحفاظ على اللغة سهلة الفهم ومباشرة، مما يسهل وصول الرسالة إلى أوسع شريحة من الجمهور ويجعلها مؤثرة.
- ✓ **استخدام الصور والمرئيات:** دعم القصة بصور أو رسومات مرئية قوية لتعزيز الانطباع البصري وجعل المحتوى أكثر جاذبية وتأثيراً.

مثال على التسويق بالمحتوى القصصي

نحو مجتمع خالي من العنف القائم على النوع الاجتماعي #قصة_حنان تحكي كيف يؤثر العنف على مستقبل الفتيات ..
فيديو #توعوي كأحد مخرجات مشروع إيصال الأصوات لـأنهاء العنف القائم على النساء والفتيات الذي تنفذه
#منظمة_مدرسة_السلام في محافظة #تعز مديرتي #المعافر و #الشمائتين

<https://www.facebook.com/watch/?v=895031908179353>

ماذا نعني بتحقيق دخل سلبي من الذكاء الاصطناعي

تحقيق الدخل السلبي من الذكاء الاصطناعي يعني إنشاء مصادر دخل يمكنها أن تدرّ أموالاً بشكل مستمر دون الحاجة إلى تدخل مباشر أو جهد يومي. يتم ذلك من خلال استخدام الأدوات والتقنيات المدعومة بالذكاء الاصطناعي لبناء منتجات أو خدمات مؤتمتة، حيث يمكن للأفراد والشركات الاستفادة من هذه التقنيات لتحقيق أرباح بجهد قليل ومستمر.

منصات الطباعة عند الطلب (Print on Demand - POD)

هي مواقع تتيح للمستخدمين تصميم منتجات فريدة مثل الملابس، الأكواب، والحقائب، وبيعها مباشرة عبر الإنترنت، حيث يتم طباعة المنتج عند استلام الطلب دون الحاجة إلى تخزين المخزون. هذه المنصات توفر حلولاً للمصممين وأصحاب الأعمال لتحقيق دخل دون الحاجة إلى تكاليف تشغيلية عالية. من أبرز هذه المنصات:

❑ **Redbubble:** وتعتبر من أشهر منصات الطباعة عند الطلب، وتتيح للمستخدمين إنشاء متاجر خاصة وعرض تصاميمهم على منتجات متعددة مثل القمصان، الأكواب، والملصقات. Redbubble تهتم بالتسويق للمنتجات، مما يوفر للمصممين فرصة للوصول إلى جمهور واسع.

❑ **Printful:** تُقدم المنصة خدمات شاملة تشمل الطباعة، التغليف، والشحن، مما يجعلها منصة مثالية للمتاجر الإلكترونية. يمكن للمستخدمين ربطها بمنصات مثل Shopify وWooCommerce لبيع منتجاتهم بسهولة من خلال متاجرهم الإلكترونية الخاصة.

منصات الطباعة عند الطلب (Print on Demand - POD)

- **Printify:** توفر شبكة واسعة من مزودي خدمات الطباعة حول العالم، مما يسمح للمستخدمين باختيار أفضل المطبوعات والأسعار المناسبة لمتجرهم. كما تتيح تكاملاً مع منصات مثل eBay و Etsy، مما يسهل التوسع وزيادة المبيعات.
- **Zazzle:** منصة للطباعة عند الطلب تقدم مجموعة متنوعة من المنتجات مثل اللوحات، بطاقات المعايدة، والملصقات. Zazzle يتيح للمستخدمين تصميم منتجاتهم الخاصة والبيع مباشرة عبر الموقع، مع توفير خيارات تخصيص واسعة للعملاء.
- **Teespring:** تتخصص في الطباعة على الملابس مثل القمصان والقبعات، وتوفر منصة كاملة لإنشاء المتاجر وترويج المنتجات. تستخدم المنصة أدوات تسويقية لزيادة الوصول إلى العملاء وتسهيل عملية البيع. هذه المنصات تمنح المستخدمين القدرة على التركيز على التصميم والترويج، بينما تتولى المنصة عمليات الطباعة والشحن، مما يساهم في تحقيق دخل من المنتجات المخصصة بسهولة وكفاءة.

منصات الصور المخزنة

Chapter

6

منصات الصور المخزنة تتيح للمصورين والمصممين بيع صورهم أو تصميماتهم عن طريق ترخيصها لشركات أو أفراد يحتاجون إلى محتوى بصري. عند رفع الصور إلى هذه المواقع، يمكن للمستخدمين كسب دخل مقابل كل تحميل أو ترخيص لصورهم. من أشهر هذه المنصات:

❑ **Shutterstock:** تُعد واحدة من أكبر منصات بيع الصور، حيث تتيح للمبدعين بيع صورهم للمستخدمين حول العالم. يتميز الموقع بنظام ترخيص متنوع يتيح شراء الصور للاستخدام الشخصي أو التجاري، مما يوفر فرصة لتحقيق دخل مستمر.

❑ **Adobe Stock:** منصة تابعة لأدوبي تتيح لمستخدميها بيع الصور والفيديوهات من خلال مجتمع Adobe Creative Cloud، مما يسهل الوصول لعدد كبير من المحترفين والمستخدمين المهتمين بالتصميم. توفر Adobe Stock عائدات مرتفعة نسبياً للمصممين مقارنة ببعض المنصات الأخرى.

❑ تعتبر هذه المنصات وسيلة مثالية لتحقيق دخل من المحتوى البصري دون الحاجة إلى إدارة عمليات بيع وشحن، إذ تتولى المنصة جميع الإجراءات من التسويق إلى تسليم المحتوى للمشتري.

خدمات التصميم حسب الطلب

Chapter

6

خدمات التصميم حسب الطلب هي حلول تصميم مخصصة تهدف إلى تلبية احتياجات فريدة لكل عميل، مما يجعلها خيارًا مثاليًا للأفراد والشركات الذين يسعون للحصول على تصاميم تلائم شخصيتهم أو تعكس هوية علامتهم التجارية. تتنوع هذه الخدمات لتشمل التصميم الداخلي للمنازل والمكاتب، وتطوير مواقع إلكترونية فريدة، وتصميم المنتجات والشعارات بشكل يتناسب مع رغبات العميل. يتم تنفيذ هذه الخدمات عبر استشارات مباشرة مع العميل لضمان تحقيق رؤيته وتحويل أفكاره إلى تصميمات ملموسة.

يعد التصميم حسب الطلب أداة فعّالة لبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء، إذ يضيف لمسة شخصية ويساهم في خلق تجربة مميزة. من خلال هذه العملية، يتمكن المصممون من تقديم حلول إبداعية تُبرز هوية العميل وتواكب تطلعاته.

إنشاء وبيع NFTs

Chapter

6

لإنشاء وبيع الرموز غير القابلة للاستبدال NFTs، يمكن اتباع الخطوات التالية:

- اختيار نوع الـ NFT: حدد نوع الأصول التي تريد تحويلها إلى NFT، مثل الصور، الفيديوها، الموسيقى، أو العناصر الرقمية الأخرى.
- تحديد البلوك تشين: اختر شبكة بلوك تشين تدعم إنشاء NFTs، مثل شبكة "إيثريوم" أو "سولانا"، حيث تحتوي كل شبكة على مميزات وتكاليف مختلفة لسك الـ NFT.
- إنشاء محفظة رقمية: قم بإنشاء محفظة رقمية مثل MetaMask وادخل إليها بعض العملات الرقمية (ETH غالباً)، التي ستستخدمها لتغطية تكاليف سك وبيع NFT.
- اختيار منصة: اختر منصة تدعم عمليات سك وبيع الـ NFTs مثل OpenSea أو Rarible، حيث تتيح لك هذه المنصات عرض الأصول الرقمية وبيعها للجمهور.
- سك: قم بتحميل الأصول على المنصة وتحديد التفاصيل الأساسية، مثل العنوان والوصف والسعر. سيتطلب منك دفع رسوم معينة لسك الـ NFT وتحويله إلى أصل رقمي قابل للتداول.
- عرض وبيع الـ NFT: بعد سك الـ NFT، يمكنك عرضها للبيع على المنصة، بسعر ثابت أو عن طريق المزاد.

سؤال

Chapter

6

كيف يمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي وسائل الإعلام؟

كيف يمكن أن يساعد الذكاء الاصطناعي وسائل الإعلام؟

يساعد الذكاء الاصطناعي وسائل الإعلام بطرق متعددة، منها:

- **تحليل البيانات وإنتاج المحتوى:** يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل كميات ضخمة من البيانات بسرعة، مما يسمح للصحفيين بإعداد تقارير وتحليلات أكثر دقة. على سبيل المثال، يمكن أن يُستخدم لتحليل البيانات المالية أو سجلات وسائل التواصل الاجتماعي للكشف عن القصص المخفية وتوليد محتوى إعلامي جديد.
- **تخصيص المحتوى والتفاعل مع الجمهور:** يمكن للذكاء الاصطناعي تحسين تجربة المستخدم عبر تخصيص المحتوى وفقاً لاهتمامات الجمهور، مما يزيد من تفاعلهم مع الوسائل الإعلامية. وتساعد هذه التقنية في تقديم توصيات ومواضيع تتماشى مع رغبات المشاهدين أو القراء.
- **تحسين الكفاءة وتقليل التحيز:** يساعد الذكاء الاصطناعي الصحفيين على تقديم تقارير غير متحيزة من خلال الاستناد إلى رؤى وبيانات موضوعية، مما يساهم في نشر معلومات دقيقة وموثوقة.

سؤال

Chapter

6

كيف يساعد الذكاء الاصطناعي في تطوير وتحسين جودة المحتوى؟

كيف يساعد الذكاء الاصطناعي في تطوير وتحسين جودة المحتوى؟

يمكن أن تستفيد المؤسسات الصحفية والإخبارية من تأثيرات "الذكاء الاصطناعي" عبر أتمتة العمليات المهنية وإنتاج الأخبار الروتينية، وستسهم في إنضاج المعالجات المهنية للقصاص الخبرية، من جانب تقدير وتحليل الاتجاهات المعقدة للأحداث بصورة سريعة تنبؤية.

كما يوفر الذكاء الاصطناعي أدوات لمساعدة العاملين في مجال الصحافة على تحديد الأخبار الزائفة، مما يمنح المحررين الفرصة لبناء التقارير بشكل متوازن وموضوعي غير متحيز، مستندين إلى تحليل المعلومات الدقيق وليس العاطفة الشخصية أو المسيسة، وسيكون لذلك تأثيرات إيجابية على تلك المؤسسات منها - على سبيل المثال لا الحصر - تخفيف العبء المالي عنها، وتطوير مخرجاتها الإخبارية للصمود في وجه التنافس الإعلامي الشرس، وأهم من ذلك تطوير الأداء المهني للصحفيين وقدراتهم بما يوائم متطلبات المستقبل الجديد.

كيف يساعد الذكاء الاصطناعي في تطوير وتحسين جودة المحتوى؟

يساهم الذكاء الاصطناعي في تطوير وسائل الإعلام عبر توفير مجموعة من الحلول المتقدمة، ومنها:

- ❑ **ضخ ومعالجة الأخبار:** يُستخدم الذكاء الاصطناعي لمعالجة كميات ضخمة من الأخبار بشكل آلي، مما يتيح نشر الأخبار بسرعة ودقة، مع تقليل التكرار وتحسين جودة المحتوى.
- ❑ **جمع المعلومات والتحقق منها:** يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي أن تجمع المعلومات من مصادر متعددة بسرعة وتتحقق من مصداقيتها، مما يُعزز موثوقية الأخبار ويقلل من انتشار المعلومات المغلوطة.
- ❑ **جمع وفلترّة وتحليل البيانات الضخمة:** عبر تقنيات جمع البيانات، يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل البيانات الضخمة بفعالية لاستخلاص رؤى قيمة، ما يساهم في توجيه القرارات الإعلامية نحو محتوى يناسب اهتمامات الجمهور.
- ❑ **تسهيل التواصل مع المراسلين:** عبر الذكاء الاصطناعي، يمكن تحسين آليات التواصل مع المراسلين عن طريق استخدام الدردشة الآلية أو منصات التنسيق الذكية، مما يساهم في تسريع تبادل المعلومات.

كيف يساعد الذكاء الاصطناعي في تطوير وتحسين جودة المحتوى؟

(تابع) يساهم الذكاء الاصطناعي في تطوير وسائل الإعلام عبر توفير مجموعة من الحلول المتقدمة، ومنها:

- **تأمين وصول المعلومات بين أطراف متعددة:** الذكاء الاصطناعي يُعزز من أمان نقل المعلومات ويضمن وصولها إلى الأطراف المستهدفة بدقة وخصوصية، خاصةً عند التعامل مع بيانات حساسة أو سرية.
- **تفريغ محتوى المقابلات والحصول على نصوص جاهزة:** يمكن للذكاء الاصطناعي تحويل المقابلات الصوتية إلى نصوص مكتوبة بدقة وسرعة، مما يختصر الوقت اللازم لإعداد التقارير.
- **البحث عن النصوص داخل الصوت والفيديو:** تتيح أدوات الذكاء الاصطناعي خاصية البحث داخل الملفات الصوتية والفيديو، مما يسهل الوصول إلى أجزاء محددة من المحتوى لإعادة استخدامها أو الاقتباس منها، وهو مفيد لتحليل المقابلات والمحتويات الإعلامية الأخرى.

ما هي تقنية FOOH؟

Fake Out-of-Home هي إعلانات تُصنع بالكامل بتقنية الـ CGI لتبدو وكأنها موجودة فعليًا في الشوارع والمعالم الواقعية – دون أن تكون كذلك.

وتكمن أهمية هذه التقنية في أنها تنقل الإعلان من مجرد عرض بصري تقليدي إلى تجربة بصرية مذهشة قادرة على خطف الانتباه بسرعة كبيرة. فبدل أن يشاهد الجمهور لوحة إعلانية عادية، يرى مشهدًا استثنائيًا، كمنتج عملاق يتحرك فوق مبنى أو عنصر بصري غير متوقع داخل موقع حقيقي، ما يجعل الإعلان أكثر إثارة للفضول، وأكثر قابلية للتذكر والمشاركة. وهذا يتوافق مع الاتجاهات الحديثة في التسويق التي تُعلي من قيمة المحتوى الجاذب بصريًا والقابل للانتشار عبر القنوات الرقمية.



لماذا يغيّر FOOH قواعد اللعبة؟

انتشار فيروسي

تُشارك هذه الإعلانات طوعًا على السوشيال ميديا لأنها تثير الإعجاب والتساؤل معًا.

>70%

View-Through Rate

أعلى بكثير من إعلانات السوشيال ميديا التقليدية (المصدر AdAge):

معدل تذكر أعلى

يرفع Recall Rate بنسبة 20% مقارنةً بالإعلانات الخارجية التقليدية وفقًا لـ the7stars.co.uk.

4.5%

متوسط CTR

مقارنةً بـ 1.2% فقط للإعلانات الرقمية العادية

وهم الواقعية

يخلق مشاهد لا يمكن تحقيقها فيزيائيًا، مما يثير الدهشة ويدفع المشاهد للتساؤل: "هل هذا حقيقي؟"

+20%

Recall Rate

يتذكر المشاهد العلامة لمدة 7 أيام كاملة بعد المشاهدة



ما هي تقنية CGI؟

تقنية CGI هي اختصار لعبارة Computer-Generated Imagery ومعناها بالعربية الصور أو المشاهد المُولدة بالحاسوب. ويُعدّ جزءًا من عالم المؤثرات البصرية الرقمية.

وهي تقنية تُستخدم لصنع عناصر بصرية بواسطة الكمبيوتر بدل تصويرها في الواقع، مثل:

- ✓ شخصيات خيالي.

- ✓ انفجارات ومؤثرات.

- ✓ مدن أو عوالم غير حقيقية.

- ✓ حيوانات أو كائنات غير موجودة.

- ✓ تعديل مشاهد الفيديو لتبدو أكثر إبهارًا.

وبالتالي الفرق بين CGI و FOOH أن CGI عبارة عن صور أو مشاهد تُنشأ بالحاسوب، ويمكن أن تكون ثابتة أو متحركة، ثنائية الأبعاد أو ثلاثية الأبعاد.

بينما FOOH نوع من الإعلانات الرقمية التي تبدو كأنها موجودة فعليًا في الشارع أو على واجهات المباني أو اللوحات العامة، لكنها في الحقيقة مصنوعة أو مُعززة رقميًا لتُنشر على السوشيال ميديا وتبدو واقعية. هذا الأسلوب يعتمد عادة على دمج عناصر رقمية داخل مشهد حقيقي بطريقة مقنعة.



ما هي تقنية VFX؟

تقنية VFX، وهي اختصار لعبارة Visual Effects، تعني المؤثرات البصرية التي تُضاف إلى المشهد أو تُعدّل فيه بعد التصوير باستخدام برامج وتقنيات رقمية متخصصة، بهدف إظهار عناصر أو أحداث يصعب أو يستحيل تنفيذها واقعياً أثناء التصوير المباشر. وتُستخدم هذه التقنية بكثرة في الأفلام والإعلانات والمسلسلات وأحياناً في المحتوى الرقمي، مثل إضافة الانفجارات، والدخان، والكائنات الخيالية، والخلفيات غير الحقيقية، أو تعديل البيئة البصرية للمشاهد بالكامل. وبصيغة مبسطة، فإن VFX تقوم على تصوير المشهد أولاً، ثم التدخل عليه لاحقاً لإثرائه بصرياً أو تغييره أو دمج عناصر رقمية معه. فعلى سبيل المثال، عندما يُصوّر ممثل أمام شاشة خضراء، ثم يُوضع لاحقاً داخل مدينة افتراضية أو في الفضاء أو في مشهد كارثي، فإن هذا يُعدّ من تطبيقات VFX. لذلك يمكن القول إن هذه التقنية تمثل الإطار الأوسع لعمليات المعالجة البصرية بعد التصوير، وقد تتضمن داخلها استخدام عناصر مولدة بالحاسوب مثل CGI، ثم دمجها مع اللقطات الحقيقية لإنتاج مشهد نهائي مقنع بصرياً.



NOTHING

أدوات إنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي

Chapter

6

أدوات ذكاء اصطناعي خاصة بإنشاء فيديوهات:

<https://www.synthesia.io/>

<https://runwayml.com/>

<https://wearenova.ai/>

<https://www.topazlabs.com/topaz-video-ai>

<https://makeavideo.studio/>

أدوات إنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي

أدوات ذكاء اصطناعي خاصة بإنشاء تصميمات الجرافيك:

<https://fontjoy.com/>

<https://looka.com/>

https://lnkd.in/dRVv8_gu

<https://jitter.video/>

<https://www.beautiful.ai/>

أدوات إنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي

أدوات ذكاء اصطناعي خاصة بكتابة المحتوى:

https://rytr.me/?via=bryan-koch&gad_source=1

<https://deepai.org/chat>

[/https://www.araby.ai](https://www.araby.ai)

<https://tldrthis.com/>

<https://www.shortlyai.com/>

<https://inkforall.com/>

<https://www.wordtune.com/>

<https://www.fraser.io/>

أدوات إنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي

أدوات ذكاء اصطناعي الخاصة بإنتاج الموسيقى:

<https://www.aiva.ai/>

<https://openai.com/research/jukebox>

<https://supertone.ai/>

<https://boomy.com/>

أدوات إنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي

Chapter

6

أدوات ذكاء اصطناعي خاصة بالرسم:

<https://www.autodraw.com/>

<https://sketch.metademolab.com/>

<https://magic-sketchpad.glitch.me>

<https://quickdraw.withgoogle.com>

<https://www.craiyon.com/>

أدوات إنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي

Chapter

6

أدوات ذكاء اصطناعي للأعمال:

1. <https://namelix.com/>
2. <https://textio.com/products/recruiting>
3. <https://flatlogic.com/>
4. <https://weblium.com/>
5. <https://www.zoho.com/zia/>
6. <https://www.boost.ai/product/conversational-ai-platform>
7. <https://www.radintel.ai/>
8. <https://digitalgenius.com/>
9. <https://www.conversica.com>

أدوات إنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي

Chapter

6

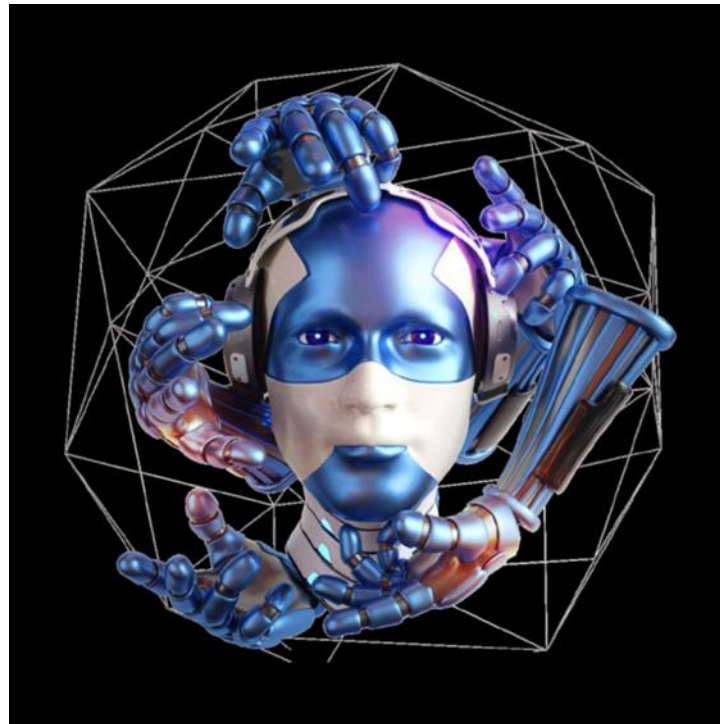
أدوات للبحث بالذكاء الاصطناعي:

1. <https://www.genei.io/>
2. <https://iris.ai/>
3. <https://www.semanticscholar.org/>
4. <https://elicit.org/>
5. <https://www.wizdom.ai/>

تطبيقات عملية

Chapter

6



أخلاقيات وتحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق

❖ الخصوصية وحماية البيانات:

تعتمد أدوات الذكاء الاصطناعي على بيانات المستخدمين لاستهداف المحتوى والإعلانات بشكل دقيق. تكمن التحديات الأخلاقية هنا في كيفية جمع هذه البيانات واستخدامها دون انتهاك خصوصية الأفراد، وضرورة الحصول على موافقتهم بشكل واضح. يمكن أن يؤدي ذلك إلى تجاوزات أخلاقية إذا استخدمت البيانات دون علم أو موافقة المستخدمين.

❖ التحيز والخوارزميات:

يمكن أن تتأثر خوارزميات الذكاء الاصطناعي بالتحيزات الموجودة في البيانات المستخدمة لتدريبها، مما يؤدي إلى نتائج غير عادلة أو تمييزية. فعلى سبيل المثال، قد يؤدي التحيز العرقي أو الجنسي في البيانات إلى استهداف المستخدمين بطرق غير ملائمة أو تمييزية، وهو ما يمثل تحديًا أخلاقيًا كبيرًا.

أخلاقيات وتحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق

❖ الشفافية والمصادقية:

من المهم أن يعرف العملاء كيف يتم استخدام الذكاء الاصطناعي للتفاعل معهم، خاصة عند التعامل مع روبوتات المحادثة أو التوصيات المخصصة. عدم الشفافية بشأن وجود ذكاء اصطناعي في العملية التسويقية يمكن أن يفقد ثقة المستخدمين، حيث قد يشعرون بأنهم مستغلون إذا لم يكونوا مدركين لهذا الأمر.

❖ التلاعب وسهولة التضليل:

يمكن للذكاء الاصطناعي أن يعزز القدرة على التلاعب بآراء وتفضيلات المستخدمين من خلال المحتوى المخصص والمصمم لزيادة رغباتهم الشرائية. إذا تم استخدام الذكاء الاصطناعي بشكل مفرط في الإعلانات الموجهة أو في الترويج لمنتجات غير ضرورية، يمكن أن يؤدي ذلك إلى قرارات استهلاكية غير واعية، مما يمثل تحديًا أخلاقيًا مهمًا.

أخلاقيات وتحديات استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق

❖ مخاطر التزييف والتلاعب بالمحتوى:

يمكن للذكاء الاصطناعي إنشاء محتوى مزيف بطرق متقدمة، مما يسهل التلاعب بمعلومات المستخدمين أو إنتاج صور ونصوص مزيفة لأغراض تسويقية. تثير هذه الإمكانيات تحديات أخلاقية حول أصالة المحتوى وضرورة ضمان مصداقيته.

❖ المسؤولية والمساءلة:

تعتبر المساءلة من التحديات الرئيسة عند استخدام الذكاء الاصطناعي، حيث يصعب تحديد من يتحمل المسؤولية عن قرارات الخوارزميات خاصةً عند حدوث أخطاء أو أضرار. هناك حاجة إلى وضع آليات واضحة لضمان المساءلة سواء على مستوى المصممين أو الشركات التي تستخدم الذكاء الاصطناعي.

يستدعي الاستخدام الأخلاقي للذكاء الاصطناعي في التسويق وضع سياسات واضحة لحماية الخصوصية، واتباع معايير الشفافية، وتجنب التحيز، لضمان أن يكون الذكاء الاصطناعي أداة تدعم العلاقة المستدامة بين العلامات التجارية والعملاء بدلاً من استغلالهم.

الخلاصة

Chapter

6

إنتاج المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي أصبح أمرًا ذا أهمية كبيرة في عصرنا الحالي. يعتبر الذكاء الاصطناعي أداة قوية يمكن استخدامها لتحسين جودة وكفاءة إنتاج المحتوى في مختلف المجالات.

وبشكل عام، يمكن القول إن استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى يعزز الكفاءة والإنتاجية، ويساهم في تحسين جودة المحتوى وتجربة المستخدم، ويفتح أبوابًا جديدة للإبداع والتفاعل في مجالات متعددة.



Thank You