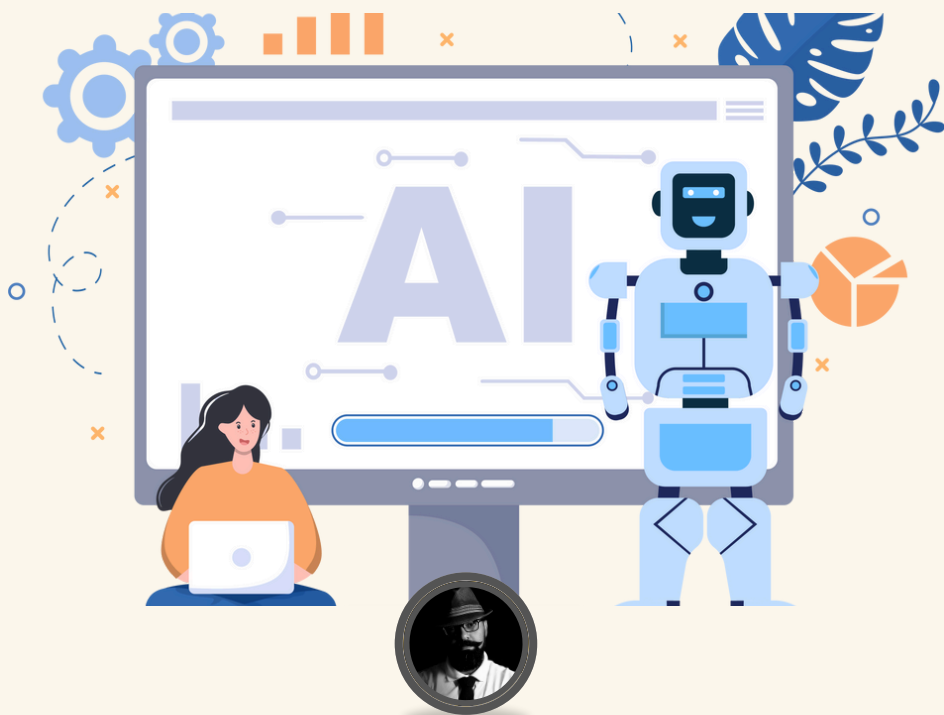


نوآوری و سرعت در
تولید محتوا
به کمک هوش مصنوعی
GENERATIVE AI



REZA ABDOLLAHI

Digital Marketing Specialist
([university of Toronto](#))

Online Business Coach (ICF Member)

IBM Certified Prompt Engineer
In Generative Ai

طبق گزارش سال ۲۰۲۲ "اهمیت تولید محتوا" از Parse.ly، هشتاد درصد از بازاریابان قصد دارند سال آینده محتوای بیشتری نسبت به امسال تولید کنند.

این رقم هم خیره‌کننده است و هم برای تولیدکنندگان محتوا که به چنین رشدی عادت کرده‌اند، چندان تعجب‌آور نیست.

تقاضا برای محتوا هر سال در حال افزایش و تنوع یافتن است، اما استراتژی‌های پشت ساخت محتوای جدید چندان تغییر نمی‌کند.

زمانی که کسب‌وکارها نیاز به سرمایه‌گذاری روی ویدیو و پادکست بیشتری داشتند، تیم‌های تولید محتوا با شرایط وفق پیدا کردند. با افزایش محبوبیت رهبری فکری در قالب مقالات بلند در لینکدین، افراد خلاق این چالش را پذیرفتند.

تولیدکنندگان محتوا می‌توانند به سرعت محتوای عالی بسازند، اما آن‌ها همچنین فشار ناشی از خلق محتوا بدون فرصتی برای استراحت را نیز احساس می‌کنند. پیشرفت‌های صورت‌گرفته در قالب‌های محتوا می‌تواند برای تیم‌های بازاریابی عالی باشد، اما به ندرت پیشرفتی وجود دارد که به سازندگان زمان بیشتری برای جلوگیری از فرسودگی شغلی یا ایده‌پردازی بهتر بدهد.

اکنون، هوش مصنوعی (Generative AI) وارد میدان شده است و به نظر می‌رسد که قرار است یکی از این ابزارهای صرفه‌جویی در زمان باشد.

هدف از به‌کارگیری این فناوری، آزاد کردن زمان تیم‌های حرفه‌ای و سازمانی تولید محتوا برای ایجاد ایده‌های نوآورانه با کاهش زمان لازم برای اجرای آن‌ها است.

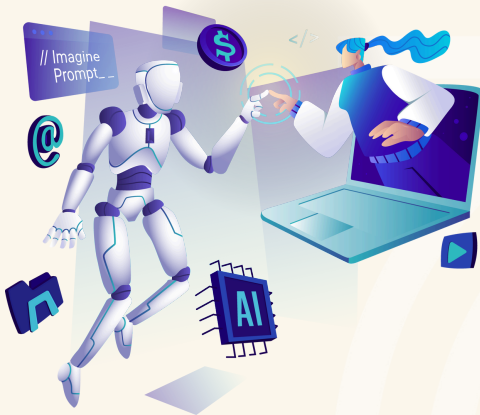
بیا بید نگاهی به چگونگی بهبود عملیات تولید محتوا با هوش مصنوعی و چگونگی استفاده‌ی تیم‌های خلاق از آن برای ساده‌سازی فرآیندهای کاری خود بیندازیم.

“

فشار سنگینی که تیم‌های تولید محتوا برای همگام شدن با این حجم از تقاضا متحمل می‌شوند، به دلیل سرعت پذیرش هوش مصنوعی توسط شرکت‌های بزرگ می‌باشد.



- هوش مصنوعی Generative Ai چیست؟
- دسترسی به هوش مصنوعی Generative Ai
- همه چیز درباره (Prompts)
- استفاده از هوش مصنوعی در بازاریابی و استراتژی محتوا
- محدودیت‌های هوش مصنوعی
- هشدار: سوگیری در هوش مصنوعی
- آیا گوگل محتوای تولید شده توسط هوش مصنوعی را جریمه می‌کند؟
- آیا تولید محتوا با هوش مصنوعی ریسک سرقت ادبی وجود دارد؟
- راه‌اندازی هوش مصنوعی در سراسر تیم شما
- نتیجه‌گیری: این تازه آغاز است.





هوش مصنوعی (Generative AI) نوعی هوش مصنوعی است که می‌تواند ورودی‌های انسانی را دریافت کرده و بر اساس آن‌ها چیز کاملاً جدیدی مانند اثر هنری، نوشته، ویدیو یا صدا خلق کند. این هوش مصنوعی با دریافت یک "راهنما" (Prompt) یک اثر جدید تولید می‌کند.

هوش مصنوعی Generative AI با استفاده از مدل‌های یادگیری زبان طبیعی و تحلیل انبوهی از محتوا، فرایند یادگیری را طی می‌کند.

این هوش مصنوعی الگوهای موجود در این مدل‌ها را شناسایی کرده و از آن‌ها برای تکمیل جملات یا بازآفرینی ایده‌هایی که توسط انسان ارائه شده استفاده می‌کند. Generative AI با ساده‌تر و سریع‌تر کردن انتقال مفاهیم، پتانسیل تبدیل شدن به یک فناوری دگرگون‌کننده برای افزایش بهره‌وری و خلاقیت را دارد. در اینجا نحوه کار این فرآیند توضیح داده می‌شود: مدل‌های زبان طبیعی با دریافت یک رشته متن، محتمل‌ترین کلمه‌ی بعدی را پیش‌بینی می‌کنند. این مدل‌ها حجم عظیمی از اطلاعات موجود در اینترنت را (حدود ۱۰ تا ۲۰ درصد) پردازش می‌کنند و بدین ترتیب، پایه‌ای از درک و مفهوم برای موضوعات مختلف به زبان‌های گوناگون به دست می‌آورند.

مدل‌ها با قرار گرفتن در معرض این حجم عظیم از محتوا، نحوه‌ی صحبت، نوشتن و خلق آثار هنری انسان را به صورت طبیعی فرا می‌گیرند. سپس، این پایه‌ی دانش با هر راهنما یا زمینه‌ای که شما در اختیار هوش مصنوعی قرار می‌دهید، تکمیل می‌شود. هرچه زمینه و اطلاعات بیشتری به مدل‌های هوش مصنوعی بدهید، خروجی‌های (Output) آن‌ها بهتر می‌شود.

دو مدل اصلی مورد استفاده در هوش مصنوعی Generative AI، پردازش زبان طبیعی (NLP) و شبکه‌های عصبی مصنوعی (ANN) هستند. مدل‌های پردازش زبان طبیعی با استفاده از قواعد، از متن‌های موجود یاد می‌گیرند، در حالی که شبکه‌های عصبی مصنوعی با استفاده از داده‌ها، روابط جدیدی بین عناصر ایجاد می‌کنند.





دسترسی به هوش مصنوعی Generative Ai از دو طریق امکان پذیر است:

- مدل های زبان طبیعی به صورت مستقیم: می توانید به صورت مستقیم از طریق یک مدل زبان طبیعی به هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا دسترسی داشته باشید.
 - اپلیکیشن های هوش مصنوعی: اپلیکیشن هایی مانند چت جی پی تی و (Jasper) وجود دارند که از چندین مدل هوش مصنوعی با کاربردهای خاص استفاده می کنند. این اپلیکیشن ها بر اساس نوع نیاز کاربر، مدل های مناسب را انتخاب کرده و آن ها را با یکدیگر ترکیب می کنند تا به بهترین شکل به نیازهای کاربر پاسخ دهند.
- به احتمال زیاد در چند سال آینده شاهد ظهور طیف وسیعی از مدل های هوش مصنوعی با نقاط قوت و تخصص های مختلف خواهیم بود. همچنین، لایه های کاربردی این فناوری با استفاده از داده ها، مدل های خود را بهینه سازی کرده و خروجی های (Output) کارآمدتری تولید خواهند کرد.
- این توضیحی درباره ی نحوه ی عملکرد فناوری هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا است، اما در عمل بسیار کاربرپسندتر است.
- به عنوان یک تولیدکننده محتوا، می توانید از هوش مصنوعی به عنوان دستیار برای انتقال ایده های خود استفاده کنید. کافیست برای آن "راهنما" (Prompt) تعریف کنید.



ChatGPT



Jasper



(Prompt) دستور ورودی‌ای است که انسان به هوش مصنوعی می‌دهد تا جهت‌گیری خروجی آن را تعیین کند.

خود پرامیت‌ها صرفاً زبان طبیعی هستند، یعنی همان الگوهای گفتاری معمولی که انسان‌ها در ارتباطات روزمره از آن‌ها استفاده می‌کنند.

بنابراین، ورود به این حوزه نیاز به دانش خاصی ندارد. اما مهارت در ایجاد پرامیت‌ها عالی وجود دارد که کیفیت خروجی قابل تولید توسط هوش مصنوعی را تعیین می‌کند.

در زیر مجموعه‌ای از پرامیت‌ها که در جاسپر، یک ابزار هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا، وارد شده‌اند و نتایج حاصل از آن‌ها آورده شده است.

در مثال‌های زیر، پرامیت‌ها ی ساخته‌شده توسط با فونت درشت (bold) و خروجی هوش مصنوعی با فونت کج (italics) نمایش داده شده‌اند.

راهنماها می‌توانند ساده باشند، اما در بهترین حالت، آن‌ها باید با هدف و برنامه‌ریزی ایجاد شوند.

- Prompt: یک جمله درباره‌ی اودری لرد بنویسید.

- خروجی هوش مصنوعی: اودری لرد نویسنده، شاعر و کنشگر حقوق مدنی تأثیرگذار آمریکایی بود که به‌طور قدرتمندی درباره‌ی نژاد، جنسیت و گرایش جنسی صحبت می‌کرد.

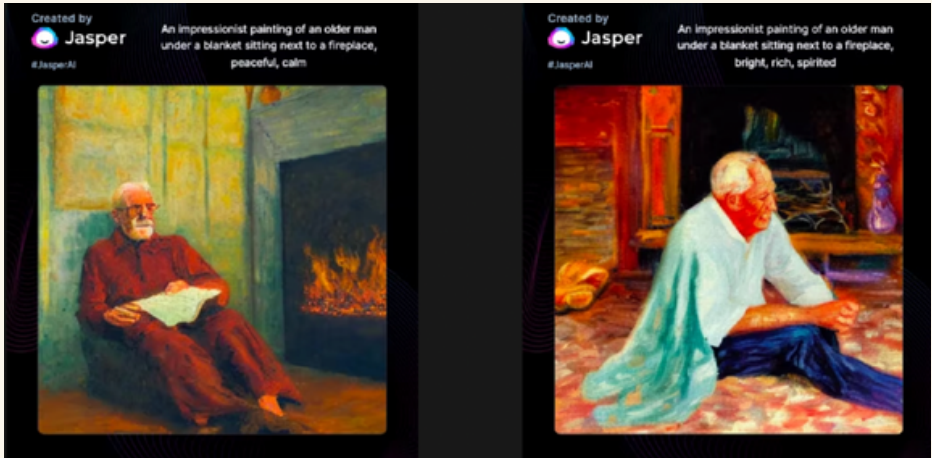
- Prompt: تفاوت بین نقض داده‌ها و هک را توضیح دهید.

- خروجی هوش مصنوعی: نقض داده‌ها زمانی رخ می‌دهد که فردی غیرمجاز به داده‌های حساس، محرمانه یا محافظت‌شده‌ی دیگری دسترسی پیدا کند. هک، تلاش برای سوءاستفاده از آسیب‌پذیری‌های یک سیستم به منظور دستیابی به اطلاعات یا مختل کردن عملیات آن است.

- Prompt: آیا تیم‌های تولید محتوای خود را به سمت محتوای آموزشی نوشته‌شده و بهینه‌سازی‌شده برای موتورهای جستجو سوق می‌دهید یا به سمت رهبری فکری و سرگرمی متمرکز بر انتشار از طریق رسانه‌های اجتماعی و تبلیغات دهان به دهان؟ جمله‌ی آخر را بازنویسی کنید.

- خروجی هوش مصنوعی: آیا تیم‌های تولید محتوای خود را برای دیده شدن در نتایج جستجو از طریق محتوای آموزشی بهینه‌سازی می‌کنید یا به دنبال انتشار رهبری فکری و سرگرمی از طریق رسانه‌های اجتماعی و تبلیغات دهان به دهان هستید؟

مورد زیر نمونه‌ای از چگونگی تأثیر به سزای (Prompts) اندکی متفاوت بر خروجی یک مولد متن به تصویر است.



As you can see, simply changing the keywords from “peaceful, calm” to “bright, rich, spirited” creates an entirely different feel to the outcome. Alterations in prompts can be made to the core directive (“write the next line”, “rephrase this line”, “extend this paragraph”), descriptors you add to the directive (“peaceful”, “colorful”), tone of voice (“witty”, “educational”, “dry”) inspiration (“in the style of Salvador Dali”, “in the voice of Oprah”) and more.

اکنون که اصول عملکرد هوش مصنوعی و برخی اصطلاحات را آموختید، بیایید ببینیم چگونه می‌توانید از هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا برای ارتقای بازاریابی و استراتژی محتوایی خود استفاده کنید.



Generative Ai می‌تواند در طیف وسیعی از سناریوها مورد استفاده قرار گیرد - از تولید محتوای بازاریابی سفارشی و ایجاد تصاویر برای یک وب‌سایت تا نوشتن توضیحات محصول و نگارش پست‌های وبلاگ.

تولید ایده با هوش مصنوعی Generative Ai



اگر به دنبال ایده‌های جدید هستید، هوش مصنوعی می‌تواند راه‌حلی عالی برای آغاز فرآیند ایده‌پردازی باشد. در حالی که هوش مصنوعی به تنهایی نمی‌تواند ایده‌ی فوق‌العاده‌ای خلق کند، اما می‌تواند به شما در عبور از اولین مانع و ثبت ایده‌ها روی کاغذ کمک کند.

برای مثال، اگر یک شرکت بیمه هستید و به دنبال زاویه‌های جدید برای نوشتن محتوا در وبلاگ خود می‌گردید، می‌توانید چند راهنما به هوش مصنوعی بدهید تا به شما ایده بدهد. در زیر، پرامپت با فونت درشت (bold) و ایده‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی با فونت کج (italics) آمده‌اند.

ایده‌هایی به من برای پست‌های وبلاگ درباره‌ی بیمه ازکارافتادگی کوتاه‌مدت بدهید.

- چگونه بیمه ازکارافتادگی کوتاه‌مدت را درک کنیم؟

- آنچه درباره‌ی پوشش بیمه ازکارافتادگی کوتاه‌مدت نیاز است بدانید

- بهبود حداکثر مزایای خود با بیمه ازکارافتادگی کوتاه‌مدت

- برنامه‌ریزی برای رویدادهای غیرمنتظره: محافظت از خود با بیمه ازکارافتادگی کوتاه‌مدت

- درک انواع مختلف طرح‌های بیمه‌ی ازکارافتادگی کوتاه‌مدت

ممکن است تنها یکی از این ایده‌ها را بپسندید، اما با وجود این، هوش مصنوعی به شما برای شروع، برتری می‌دهد.



خلاصه‌سازی ایده‌ها و متن‌های پیچیده



ممکن است مشکل شما کمبود ایده برای نوشتن نباشد، بلکه حجم زیاد اطلاعات باشد. هوش مصنوعی می‌تواند به خلاصه‌سازی متنی که نوشته‌اید به سطح خوانش آسان‌تر یا فرمتی روان‌تر کمک کند، همانطور که در زیر نشان داده شده است.

متن شما: شاید مشکل شما کمبود ایده برای نوشتن نباشد، بلکه جملات سنگین باشد.

خروجی هوش مصنوعی: می‌توانید از هوش مصنوعی برای خلاصه‌سازی متن‌های طولانی یا ساده‌سازی موضوعات پیچیده استفاده کنید.

اگر به ساختار جمله‌های پیچیده علاقه دارید، هوش مصنوعی می‌تواند به شما کمک کند تا کمی کمتر از کلمات غیرضروری استفاده کنید.

همراه شما در خلق تصاویر



وبسایت‌های عکس‌های Stock اغلب تجسم “گشتن به دنبال سوزن در انبار کاه” هستند.

زمان ارزشمند خود را صرف جستجوی تصویر ایده‌آل برای پست وبلاگ یا کتاب الکترونیکی خود می‌کنید و در نهایت با نتایجی روبرو می‌شوید که یا کیفیت پایینی دارند و یا بیش از حد گران هستند. در نهایت، برای چند تصویر هزینه پرداخت می‌کنید و بعداً متوجه می‌شوید که همان تصاویر را در همهی جاهای دیگر به صورت آنلاین نیز می‌بینید. اگر تیم طراحی ندارید یا به دنبال ایده‌های جدید برای تصاویر هستید، هوش مصنوعی می‌تواند راه‌حلی عالی باشد. می‌توانید تصویری که می‌خواهید را توصیف کنید و مواردی مانند سبک و متریا را برای کمک به هوش مصنوعی در ارائه گزینه‌های مناسب، تنظیم کنید.

هر یک از این گزینه‌ها اصل هستند و نیازی به خرید حق استفاده از آن‌ها ندارید.



تحلیل و ترکیب یافته‌های پژوهشی



با اینکه نمی‌توانید به تنهایی یک ابزار هوش مصنوعی را برای اجرای یک مطالعه‌ی پژوهشی رها کنید، اما هوش مصنوعی می‌تواند صفحات متنی حاصل از تحقیقات شما، مانند مصاحبه‌های مشتریان و مطالعات کیفی، را در قالب نکات کلیدی و یک بیانیه‌ی مدیریتی خلاصه کند.

اگر حجم زیادی از داده دارید، می‌توانید از هوش مصنوعی برای درک بهتر و کشف الگوهایی که ممکن است از قلم افتاده باشند، کمک بگیرید.

فقط برای بررسی صحت نتایج و اطمینان از وجود همگی نکات کلیدی، با دیده‌ی تحلیل‌گرانه به خروجی هوش مصنوعی نگاه کنید.

“

کانالهای های موفق در نهایت اشباع می‌شوند و اگر بازاریابی شما صرفاً بر یک کانال متمرکز باشد، ریسک زیادی به همراه دارد. اگر آن کانال از بین برود یا برای کسب و کار شما کارایی نداشته باشد، شما را زمین خواهد زد. شما نمی‌توانید الگوریتم‌ها را کنترل کنید و همیشه نمی‌توانید هزینه‌ها را پیش‌بینی کنید.

بر رویکرد چند کاناله تمرکز کنید... در نهایت باید تلاش کنید و از تمامی کانال‌های اصلی بازاریابی استفاده کنید.»

«نیل پاتل، یکی از بنیان‌گذاران میکس پن»

تبدیل یک پست به یک کمپین کامل با هوش مصنوعی Generative Ai



همانطور که در نقل قول نیل پاتل اشاره شد، افزایش تعداد کانال‌های بازاریابی، از یک طرف برای کشف محتوا مفید است، اما از طرف دیگر برای بازاریابان پرکار، چالش ایجاد می‌کند. هوش مصنوعی با این مشکل مقابله می‌کند.

با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توانید تنها با یک قطعه محتوا، یک کمپین چند کاناله کامل بسازید. هوش مصنوعی به شما این امکان را می‌دهد که این محتوا را با فرمت‌ها و طول‌های مختلف تطبیق دهید. برای مثال، اگر در حال تبدیل یک پست وبلاگ به یک کتاب الکترونیکی هستید، هوش مصنوعی می‌تواند جزئیات بیشتری را به موضوع شما اضافه کند. سپس می‌تواند بر اساس محتوای طولانی‌تر شما، چند پست رسانه‌های اجتماعی برایتان ایجاد کند.



تست انواع تبلیغات و صفحات فرود با هوش مصنوعی



ایجاد انواع مختلف تبلیغات و صفحات فرود برای تست عملکرد آن‌ها می‌تواند زمان‌بر و پرهزینه باشد. هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا به شما کمک می‌کند تا بدون نیاز به طراحی ده‌ها نسخه متفاوت، به راحتی چندین نمونه‌ی مختلف از تبلیغات و صفحات فرود ایجاد کنید. پس از نوشتن یک نسخه‌ی اولیه از تبلیغ یا صفحه‌ی فرود، از هوش مصنوعی بخواهید تا سه، نه یا حتی تعداد بیشتری واریاسیون از آن تولید کند.

پروشن سرخ و کمپین‌های برون‌گرا با هوش مصنوعی Generative Ai



مشابه با پست‌های وبلاگ، ایجاد ایمیل دنباله دار برای پروشن سرخ (Lead Nurturing) می‌تواند بسیار وقت‌گیر باشد. هوش مصنوعی می‌تواند فرآیند ایجاد این دنباله‌های ایمیلی را تسریع کند، لحن آن‌ها را متناسب با مخاطب تنظیم نماید و امکان شخصی‌سازی ارتباطات برون‌گرا با بخش فروش را فراهم آورد. شما می‌توانید داده‌های مربوط به سرخ‌ها و مشتریان خود را وارد کنید و این ابزار آن‌ها را بر اساس نیازها، علایق و تعاملات هر فرد، به محتوای شخصی‌سازی شده تبدیل کند. لازم به ذکر است که هوش مصنوعی به طور مستقل تحقیقی روی سرخ‌ها انجام نمی‌دهد، بلکه تحقیقات شما را به بینش‌های منسجم و هدفمند تبدیل می‌کند.



هوش مصنوعی به غلبه بر موانع زبانی کمک می‌کند.

اینکه ایده‌های عالی داشته باشید اما نتوانید آن‌ها را به درستی به زبان دیگری منتقل کنید، چالش بزرگی است که بسیاری از افراد خلاق در سراسر جهان با آن روبرو هستند. هوش مصنوعی می‌تواند به افراد خلاق، کارآفرینان و کسب‌وکارها برای ایجاد محتوا به زبان‌های دیگر کمک کند. این ابزار با ترجمه متن و تنظیم آن برای طبیعی‌تر به نظر رسیدن در زبان مقصد، این فرآیند را تسهیل می‌کند. در حالی که هوش مصنوعی به هیچ وجه جایگزین کامل بومی‌سازی و Anpassung فرهنگی (Cultural Adaptation) برای جوامع جهانی نیست، اما مطمئناً می‌تواند این فرآیند را سرعت بخشد.

کل کارکردهایی که تاکنون به آن‌ها اشاره شد هنوز در مراحل اولیه توسعه هستند، اما به سرعت در حال پیشرفت‌اند. همانطور که این فناوری پیشرفت می‌کند، شاهد خواهیم بود که بازاریابان بیشتری از قابلیت‌های آن برای ایجاد محتوای بهتر و سریع‌تر بهره می‌برند.



محدودیت‌های

هوش مصنوعی Generative Ai

هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا هنوز در مراحل اولیه‌ی توسعه قرار دارد و قرار نیست همگی کارها را انجام دهد، بنابراین هنگام استفاده از آن باید به برخی محدودیت‌ها توجه کرد. به طور قابل توجهی، هر سیستم هوش مصنوعی تنها به اندازه‌ی داده‌هایی که مصرف می‌کند و با آن‌ها کار می‌کند، خوب عمل می‌کند. در نتیجه، ممکن است سوگیری‌ها یا اشتباهاتی در برخی از محتوای تولید شده منعکس شود. در اینجا نقش حیاتی انسان‌های خلاق پررنگ می‌شود و به همین دلیل است که هوش مصنوعی هرگز نباید جایگزین یک نویسنده یا ویراستار شود. هوش مصنوعی می‌تواند کارهای زیادی انجام دهد، اما در حال حاضر موارد زیر از توانایی‌های آن خارج است:

- **تحقیق اصلی:** هوش مصنوعی نمی‌تواند تحقیقات اصلی انجام دهد یا آن‌ها را تحلیل کند. به طور کلی، محتوای نوشته‌شده توسط هوش مصنوعی در سطح ابتدایی قرار دارد، بنابراین برای عمیق‌تر کردن نوشته‌های خود، باید خودتان به تحقیق و بررسی بپردازید.
- **ارائه تجربیات زیسته:** هوش مصنوعی انسان‌ها را تقلید می‌کند، اما نمی‌تواند تجربیات زیسته‌ی واقعی را به محتوا منتقل کند. بنابراین، تجربیات و دیدگاه‌های شخصی خود را در محتوای خود بگنجانید.



- **تضمین کیفیت:** هوش مصنوعی صرفاً کلمات منطقی را در کنار هم قرار می‌دهد. در خروجی‌های آن، سلیقه و کیفیت در نظر گرفته نمی‌شود. به همین دلیل است که انسان‌ها برای فرآیند استفاده از هوش مصنوعی ضروری هستند. هوش مصنوعی به نویسندگان کمک می‌کند زمان کمتری را صرف نوشتن کنند و آن‌ها باید این زمان را صرف ایده‌پردازی، کنترل کیفیت و استراتژی ویراستاری نمایند.
- **بررسی صحت حقایق:** اگر از هوش مصنوعی در مورد آخرین آلبوم تیلور سویفت سوال کنید، ممکن است پاسخ "فولکلور" را بدهد. شما باید صحت محتوای تولید شده توسط هوش مصنوعی را بررسی کنید.



هشدار معجم در استفاده

هوش مصنوعی Generative Ai

هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا با پردازش ورودی‌های مبتنی بر محتوا و مدل‌های زبان طبیعی کار می‌کند. شاید گفتن این موضوع خنده‌دار به نظر برسد، اما درک این نکته ضروری است: هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا به عنوان یک فناوری، فاقد وجدان، حس اخلاق یا درک بافت تاریخی است. بنابراین، محتوای تولید شده با کمک هوش مصنوعی ممکن است حاوی سوگیری‌هایی باشد.

برای جلوگیری از این امر، بسیاری از مدل‌های زبانی و برنامه‌ها، فیلترهای محتوایی داخلی برای تولید متن و تصویر دارند که از استفاده‌ی برخی اصطلاحات خاص جلوگیری می‌کند. در حالی که این فیلترها باید موارد بسیار نادرست را شناسایی کنند، اما آن‌ها بدون نقص نیستند. خلاقیت و ویراستاری انسانی برای اطمینان از جامع و دقیق بودن محتوای تولید شده با هوش مصنوعی حیاتی است.

سوگیری‌ها تنها از ورودی‌های مخرب ناشی نمی‌شوند. سوگیری می‌تواند ناشی از محدود بودن منابع آموزشی برای هوش مصنوعی باشد. ابتکاراتی مانند هوش مصنوعی برای همه (AI4ALL) در حال تلاش برای تغذیه‌ی هوش مصنوعی با حجم وسیع‌تری از محتوای منبع هستند تا تنوع دنیای ما را منعکس کند.

به طور کلی، هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا می‌تواند با خودکارسازی وظایف خاص، فرآیند ایجاد محتوا را کارآمدتر و سریع‌تر کند. با این حال، نباید آن را جایگزینی برای خلاقیت، تحقیق یا قضاوت انسانی در نظر گرفت. به همین دلیل است که بحث‌های مربوط به هوش مصنوعی در مقابل انسان بی‌فایده است.

هوش مصنوعی صرفاً ابزاری برای سرعت بخشیدن به خلاقیت انسان است.



آیا گوگل تولید محتوا با

هوش مصنوعی Generative Ai

را جریمه می‌کند؟

در سال ۲۰۲۲، گوگل به روزرسانی الگوریتم مفیدی برای محتوا ارائه کرد که استفاده‌ی بیش از حد از خودکارسازی برای تولید محتوا را دلسرد می‌کرد. این تغییر باعث شد بسیاری تعجب کنند که آیا استفاده از هوش مصنوعی در نوشتن منجر به رتبه‌بندی ضعیف می‌شود یا خیر. پس از برخی توضیحات و بررسی‌ها، مشخص شد که هیچ جریمه‌ی مستقیمی برای استفاده از هوش مصنوعی وجود ندارد، بلکه تنها جریمه برای استفاده‌ی نادرست از آن است. گوگل محتوای کم‌کیفیت را جریمه می‌کند، صرف نظر از اینکه چه کسی یا چه چیزی آن را نوشته است. اگر محتوای نوشته‌شده با هوش مصنوعی کیفیت پایینی داشته باشد و به خوانندگان کمکی نکند، به همان شکلی که محتوای ضعیف نوشته‌شده‌ی انسان مدت‌ها پیش از وجود این فناوری پیشرفته جریمه می‌شد، تنبیه خواهد شد. هیچ ویژگی ذاتی در نحوه‌ی نوشته شدن محتوای هوش مصنوعی وجود ندارد که ردیابی از خود به جا بگذارد، اما هر خواننده‌ای می‌تواند متوجه‌ی سطحی بودن متن شود. بنابراین، در نوشتن با کمک هوش مصنوعی رویکردی رهاشده و بی‌تفاوت را در پیش نگیرید. زمانی که پلتفرم تولید محتوای هوش مصنوعی برای شما آزاد می‌کند را صرف تحقیق بیشتر، ایده‌های اصلی و محتوای پشت کلمات خود کنید؛ در این صورت، محتوای شما عملکرد خوبی خواهد داشت.





آیا در تولید محتوا با

هوش مصنوعی Generative Ai

ریسک سرقت ادبی وجود دارد؟

به طور کلی، در حالی که هوش مصنوعی تولیدکننده محتوا بر اساس متون موجود آموزش می‌بیند، خروجی نهایی آن ترکیبی منحصر به فرد از کلمات و ایده‌هاست و کپی‌برداری مستقیم محسوب نمی‌شود. با این حال، احتیاط شرط عقل است. ایده خوبی است که محتوای تولید شده توسط هوش مصنوعی را با یک ابزار تشخیص سرقت ادبی بررسی کنید. این کار به شما اطمینان می‌دهد که به طور ناخواسته مرتکب سرقت ادبی نشده‌اید.

نکته: بسیاری از مقالات موجود در اینترنت از جمع‌آوری سایر نوشته‌ها و مقالات بدون هیچ تغییری در متن و نوشتار توسط نویسنده‌ها و تولیدکننده‌های محتوا ایجاد شده که عملاً دچار سرقت ادبی شده‌اند. در نتیجه بوجود آمدن سرقت ادبی فقط مربوط به هوش مصنوعی نیست بلکه بخشی از خطای انسانی هم می‌تواند باشد.

پس بهتر است که بعد از تولید هر محتوایی آنرا با ابزارهایی که میزان تشابه آنها را با مقالات و نوشته‌های موجود در اینترنت نشان می‌دهد، بررسی کنید. لینک زیر یکی از این ابزارهای رایگان است.

<https://plagiarismdetector.net/>





ادغام

هوش مصنوعی Generative Ai در تیم MARKETING

وارد کردن هوش مصنوعی به تیم بازاریابی شما می‌تواند تأثیر فوری و قابل توجهی بر بهره‌وری و سرعت تیم شما در زمینه‌ی محتوا داشته باشد. در حالی که کار با این فناوری به خودی خود دشوار نیست، درک بهترین موارد استفاده از آن و نقشی که سازندگان و ویراستاران در هنگام به‌کارگیری هوش مصنوعی ایفا می‌کنند، ارزش صرف زمان و آموزش را دارد.

ادغام هوش مصنوعی در گردش کار



هدف از هوش مصنوعی، کاهش زمان لازم برای خلق محتواست. برای ادغام مستقیم هوش مصنوعی در ابزارهای کاری تیمتان، از افزونه‌های مرورگر یا پلتفرم‌های محتوایی که هوش مصنوعی در آن‌ها تعبیه شده است، استفاده کنید.

با این کار، تیم شما می‌تواند:

- مستقیماً در محیط کاری خود به هوش مصنوعی دسترسی داشته باشد
- انواع مختلف محتوا را تولید کند
- برای محتوای جدید ایده‌پردازی کند
- محتوای موجود را به فرمت‌های طولانی‌تر گسترش دهد
- محتوا را به زبان‌های مختلف ترجمه کند

به حداکثر رساندن بهره‌وری، آموزش آموزش ببینید



همانطور که قبلاً ذکر شد، استفاده از هوش مصنوعی به طرز شگفت‌انگیزی آسان است، اما استفاده‌ی بهینه از آن نیازمند آموزش، تجربه و هدفمند بودن است.

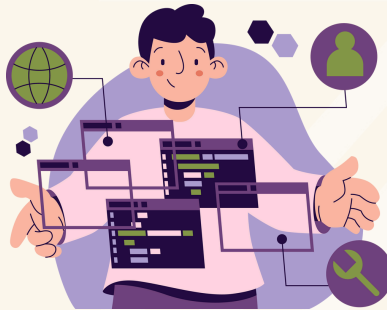
مهم نیست که از این راهنما برای آموزش تیم خود استفاده کنید یا آنها را در یک برنامه‌ی آموزشی رایگان هوش مصنوعی برای کسب و کار ثبت نام نمایید، گذراندن دوره‌ی آموزشی برای اطمینان از تفکر عمیق و کارآمدی تیم در نحوه‌ی استفاده از هوش مصنوعی مفید خواهد بود.



عملکرد هوش مصنوعی را پیگیری کنید



ایده‌ی خوبی است که عملکرد هوش مصنوعی را در شرکت خود پیگیری کنید. به طور میانگین، برای تولید هر قطعه محتوا، چند ساعت صرفه‌جویی می‌شود؟ محتوای تولید شده چقدر خوب عمل می‌کند؟ آیا رتبه‌ی شما در نتایج جستجو در حال افزایش است؟ عملکرد نسخه‌های تبلیغاتی چگونه است؟ این یک حوزه‌ی کاملاً جدید است و به پیشگامان نیاز دارد. یادگیری زود هنگام و وفق دادن خود با تغییرات می‌تواند به شما برتری رقابتی بدهد.



دوره جامع
تولید محتوا
به کمک هوش مصنوعی
GENERATIVE AI



REZA ABDOLLAHI



Reza360.Coach

Digital Marketing Specialist
(university of Toronto)

Online Business Coach (ICF Member)

IBM, GOOGLE & Meta Certified Prompt Engineer
In Generative AI





تولید محتوا مهارتی ضروری برای امروز و فردا

🎯 آیا همیشه فکر می‌کردید که تولید محتوا فقط مخصوص گرافیست‌ها و حرفه‌ای‌هاست؟ یا شاید تصور می‌کنید بدون ابزارهای پیچیده نمی‌توان محتوای جذاب و حرفه‌ای ساخت؟ وقتش رسیده این باور رو تغییر بدید! 🚀

در این دوره، یاد می‌گیرید که چرا "محتوا همه‌چیز است" و چطور می‌توانید با ابزارهای ساده‌ای مثل Canva و CapCut، و هوش مصنوعی محتوایی خلق کنید که نه تنها برند شخصی شما را تقویت کند، بلکه شما را به یک متخصص تولید محتوا تبدیل کند!

ما به شما آموزش می‌دهیم:

- چطور پست‌ها، استوری‌ها و ویدیوهای حرفه‌ای بسازید.
- چطور با هوش مصنوعی مثل ChatGPT ایده‌پردازی کنید و متن‌های جذاب تولید کنید.
- و حتی، چطور جلوی دوربین بایستید و ویدیوهای تأثیرگذار ضبط کنید.

✅ این دوره مناسب چه کسانی است؟

- کسانی که می‌خواهند پرسونال برندینگ خود را ارتقا دهند و در شبکه‌های اجتماعی بدرخشند.
- افرادی که به دنبال یادگیری یک مهارت پردرآمد و کاربردی هستند تا بتوانند به عنوان تولیدکننده محتوا برای برندها و شرکت‌ها کار کنند.

💡 این مهارت در حال حاضر یکی از پرتقاضاترین مهارت‌ها در آمریکای شمالی است، و بسیاری از شرکت‌ها به دنبال تولیدکنندگان محتوای خلاق و حرفه‌ای هستند.

پس اگر می‌خواهید علاوه بر ساختن برند شخصی خود، وارد یکی از آینده‌دارترین حوزه‌های شغلی شوید، همین حالا به این دوره بپیوندید و اولین قدم را بردارید! ✨



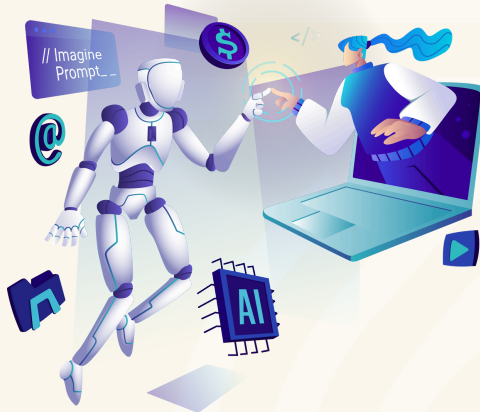
این تازه آغاز کار است.

هوش مصنوعی، پتانسیل این را دارد که نحوی توسعه‌ی ایده‌ها و خلق آثار جدید را برای تولیدکنندگان محتوا متحول کند.

تاریخ بارها به ما نشان داده است که حذف موانع در زمینه‌ی تولید و انتقال ایده‌ها، منجر به دوره‌هایی با بهره‌وری سرشار می‌شود.

هنوز چیزهای زیادی درباره‌ی این فناوری وجود دارد که باید یاد بگیریم و آن‌ها را بهبود دهیم. استانداردهای جدیدی برای موارد استفاده‌ی هوش مصنوعی تعیین خواهد شد.

اما هوش مصنوعی در مسیر تکامل چشمگیر نحوی عملکرد تیم‌های تولید محتوا و رشد کسب‌وکارها قرار دارد.



لینک ثبتنام

بر روی این متن کلیک کنید تا به صفحه دوره وارد شوید

سپاس از همراهی شما