

تأثير الذكاء الاصطناعي على إنتاج الإعلام والتلفزيون

بدأ الذكاء الاصطناعي (AI) يُحدث تحولات جذرية في قطاعات متعددة خلال العقد الماضي، ولا يُستثنى من ذلك التلفزيون والسينما والبث. فمن أدوات المونتاج الآلية إلى تحليل البيانات في الوقت الفعلي إلى كتابة النصوص حتى توزيع المحتوى ، يُحدث الذكاء الاصطناعي تغييرات جوهرية في طريقة عمل المحترفين وإنتاجهم للمحتوى السمعي البصري. ومثل العديد من التطورات الأخرى التي شهدتها العالم، لا تزال هناك أسئلة عالقة: هل سيحل الذكاء الاصطناعي محل المحترفين في هذه الصناعة، أم سيكملهم ويُحسن أداءهم في مهامهم؟

التطور الأخير للذكاء الاصطناعي في صناعة السمعيات والبصريات

لقد مكّنت التطورات في مجال الذكاء الاصطناعي هذه التقنية من التطور من أدوات دعم بسيطة إلى مساعدين شبه مستقلين في مجال الإنتاج السمعي البصري وما بعد الإنتاج. ومن المجالات الرئيسية التي أحدث فيها الذكاء الاصطناعي تأثيراً ملحوظاً:

١. ما قبل الإنتاج :التخطيط وتطوير المفاهيم

كتابة النصوص وإنشاء قصص

تُستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي بشكل متزايد لمساعدة الكُتّاب في إنشاء النصوص ،يمكن للخوارزميات تحليل سيناريوهات الأفلام أو المسلسلات الناجحة واستخلاص الأنماط في السرد، واقتراح حكايات أو حوارات .

اختيار الممثلين

يمكن للذكاء الاصطناعي تحليل بيانات الجمهور واقتراح أفضل الممثلين لكل دور استناداً إلى شعبيتهم، وأدائهم السابق، وجاذبيتهم للفئة المستهدفة.

إعداد الميزانية والجدولة

تُبَسِّط أدوات الذكاء الاصطناعي عملية إعداد الميزانيات والجداول باستخدام تحليلات تنبؤية قائمة على البيانات التاريخية.

٢. أثناء الإنتاج: تعزيز الإبداع والكفاءة

الإنتاج الافتراضي:

يُعد الإنتاج الافتراضي من أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي تطورًا، حيث تُستخدم تقنيات افتراضية واقعية مثل unreal engine

أتمتة المهام المتكررة:

يُتيح الذكاء الاصطناعي أتمتة مهام كانت تتطلب في السابق وقتًا وجهدًا كبيرين، مثل وضع علامات على مقاطع الفيديو، وفرز المقاطع، وغيرها. يستطيع المحررون الآن تنظيم المحتوى، والبحث عن الكلمات المفتاحية داخل الصوت، وإنجاز التنظيم الأولي وتحرير المواد في وقت قياسي.

المساعد في كتابة السيناريوهات والنصوص:

باستخدام أدوات مثل ChatGPT، يمكن للكتاب تلقي أفكار للنصوص، واقتراحات للمحتوى، وحتى حوارات كاملة، ثم تعديلها بما يتناسب مع رؤيتهم الإبداعية. كل هذا بدأ يُغيّر سير عمل كتاب السيناريو، إذ ساعدهم على ابتكار أفكار جديدة بشكل أسرع.

الكاميرات الآلية والتحكم الذكي

يمكن للكاميرات الآلية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي تتبع الحركة، وضبط الإضاءة، وتغيير الزوايا بشكل لحظي.

الدبلجة والترجمة الصوتية

تسمح تقنيات استنساخ الصوت والترجمة اللحظية المدعومة بالذكاء الاصطناعي بإنتاج محتوى بلغات متعددة بسرعة وبتكلفة أقل

٣. ما بعد الإنتاج :تسريع عملية المونتاج

مونتاج الفيديو والمؤثرات البصرية

من أبرز الشركات الرائدة في هذا المجال شركة أدوبي Adobe ، التي دمجت العديد من الأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي في برنامجها لمونتاج الفيديو، بريمير برو Adobe Premiere Pro. صُممت هذه الابتكارات لتسريع سير عمل فنيي مونتاج الفيديو، مما يتيح للمحترفين التركيز على سرد القصص والإبداع.

أدوبي سينسي Adobe Sensei : تقنية الذكاء الاصطناعي المُدمجة في أدوبي بريمير برو وأفتر إفكتس، قادرة على أتمتة وتحسين عمليات التحرير المختلفة. يُمكن لسينسي تحليل الصور ومقاطع الفيديو، وتطبيق التأثيرات بذكاء، وتحسين جودة المحتوى السمعي البصري بدقة مذهلة.

ترجمات ونصوص مكتوبة تلقائيًا: كان إنشاء الترجمات المكتوبة مهمة شاقة تستغرق وقتًا طويلاً، أما الآن فيمكنك إنشاء ترجمات مكتوبة بنقرة واحدة. كما يُمكن لبرنامج Adobe Sensei تحليل الحوار وإنشاء نصوص مكتوبة.

الذكاء الاصطناعي ووسائل التواصل الاجتماعي: أطلقت أدوبي ميزات تُمكنك من تكييف مقاطع الفيديو تلقائيًا مع صيغ وسائل التواصل الاجتماعي. تكتشف هذه الميزات العناصر المهمة في كل لقطة، وتُعدّلها بالحجم والنمط المناسبين لكل منصة، حتى لا تفوتك أهمّ التفاصيل.

ضبط تلقائي للكوادر Framing: يُحلل Adobe Premiere Pro أحداث المشهد ويقصها تلقائيًا للتركيز على الشخصيات الرئيسية. باستخدام هذه الأداة، يمكنك إنشاء نسخ متعددة من المقطع نفسه.

تُستخدم برامج مدعومة بالذكاء الاصطناعي مثل Adobe Sensei

و Runway ML لأتمتة المهام المملة مثل القص، وتصحيح الألوان وغيرها من المهام .

تحسينات في إنتاج الفيديو والصوت:

يمكن لأدوات الذكاء الاصطناعي تنقية الصوت من الضوضاء، وتعزيز وضوح الحوارات، وضبط المكساج تلقائيًا، وحتى تحسين جودة الفيديو، مما يسمح لفنيي المونتاج بإنشاء وتصحيح مقاطع عالية الجودة في وقت أقل.

التزييف العميق (Deepfake)

رغم الجدل حول استخدامها، تُستخدم تقنيات (ديب فيك Deepfake) في ما بعد الإنتاج لتجديد ملامح الممثلين أو إعادة إنشاء مشاهد جديدة غير حقيقية .

إنتاج مقاطع فيديو جديدة

يمكن لبعض برامج الذكاء الاصطناعي البسيطة مثل Canva إنتاج بعض مقاطع الفيديو القصيرة ، أو يمكنك إنتاج مقاطع و غرافيكس ورسوم متحركة أكثر تعقيداً يمكن أن تغنيك عن تصوير أو إنتاج المشاهد التي قد تكلفك كثيرًا.

٤. توزيع المحتوى والتخصيص Distribution and Personalization

أنظمة التوصية بالمحتوى

تحليل الجمهور وتخصيص المحتوى: يُساعد الذكاء الاصطناعي المنتجين على فهم جمهورهم بشكل أفضل. من خلال البيانات المُجمعة من منصات التواصل الاجتماعي والتقييمات ومنصات البث، يُمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي التنبؤ باتجاهات المستهلكين، وقياس تأثير كل مشهد، وتقديم توصيات مُخصصة للمحتوى.

تستخدم منصات البث مثل YouTube وNetflix الذكاء الاصطناعي لتحليل سلوك المشاهدين واقتراح المحتوى المناسب لهم ، وهذا سيفيد المنتجين في معرفة أنماط استهلاك المشاهدين وإنتاج ما يناسبهم.

إنشاء محتوى ديناميكي

يمكن للذكاء الاصطناعي إنشاء نسخ متعددة من الإعلانات والمقاطع الترويجية تُناسب جماهير مختلفة .

الترجمة والتعليق التلقائي

توفر أدوات مثل Google Translate و IBM Watson ترجمة وتوليدًا تلقائيًا للتعليقات النصية التي يمكن تفريغها من مقاطع لفديو . ويمكن أيضا للكثير من البرامج إضافة الترجمة أو (السبتايتل subtitle) مباشرة باستخدام ملفات الصوت من الفيديو.

٥. التفاعل مع الجمهور وتحليل ردود الفعل .

تحليل وسائل التواصل الاجتماعي

تحلل أدوات الذكاء الاصطناعي منصات التواصل الاجتماعي لقياس انطباعات الجمهور حول البرامج والممثلين .

التجارب التفاعلية والانغماسية

يستخدم الذكاء الاصطناعي لإنشاء تجارب سردية تفاعلية، مثل حلقة Bandersnatch من Netflix .

٦. التحديات والاعتبارات الأخلاقية .

هل يحل الذكاء الاصطناعي محل المحترفين في الصناعة؟

هذا هو السؤال الذي نطرحه جميعًا على أنفسنا. لكن الإجابة ليست بهذه البساطة. فالذكاء الاصطناعي يُؤتمت مهامًا كانت تتطلب سابقًا تدخلًا بشريًا، من جهة، ولكنه، من جهة أخرى، يخلق فرصًا وتحديات جديدة تتطلب عيّنًا ناقدة ولمسةً فنيةً من الإنسان.

قيمة الإبداع والتفسير البشري:

على الرغم من أن الذكاء الاصطناعي قد زاد من قدرته على اكتشاف الأنماط، إلا أن الإبداع البشري سيظل جانبًا مهمًا في إنتاج قصص مؤثرة. فالذكاء الاصطناعي لا يستطيع تفسير سياقنا الثقافي، ولا تحليل ما هو فطري للغاية، ألا وهو العواطف. ولا يزال الإنتاج السمعي البصري يتطلب محررين وكتاب سيناريو ومخرجين يتمتعون بالحساسية اللازمة لإنتاج فيلم، على سبيل المثال.

المحترفون كمشرفين على الذكاء الاصطناعي:

يجب أن يبدأ البشر بالتفكير في قدرة الذكاء الاصطناعي على العمل كمساعد. يجب أن نكون مشرفين على الذكاء الاصطناعي، أي أن نكون جميعًا مسؤولين عن المحتوى الذي ننتجه. ليس بالضرورة أن يقوم الذكاء الاصطناعي بجميع الأعمال، فهناك الكثير مما يجب القيام به واستكشافه.

التكيف مع المهارات الجديدة:

يُؤدّ تطبيق الذكاء الاصطناعي أيضًا طلبًا على "مهارات" جديدة، أي أن الذكاء الاصطناعي سيتطلب مهارات مهنية جديدة، وسيُخلق بالتوازي فرص عمل جديدة. يجب على المهنيين فهم آلية عمل هذه الأدوات الجديدة القائمة على الذكاء الاصطناعي، وسيفتح سوق العمل أبوابه للمهنيين المُدرَّبين على الذكاء الاصطناعي.

الأخلاق والمصادقية:

ليس كل شيء يُنجز بدقة. في مجالات مثل الصحافة، يُثير استخدام الذكاء الاصطناعي تحديات أخلاقية. هل يُمكن تخيّل قراءة أو مشاهدة خبر مُفبرك أو لا يُصدق على التلفاز؟ قد يحدث هذا إذا لم يُراقب الصحفيون المعلومات التي يُنتجها الذكاء الاصطناعي. دور الصحفيين ودورهم الأخلاقي بالغ الأهمية لتجنب هذا النوع من المشاكل.

رغم الفوائد، يثير الذكاء الاصطناعي مخاوف بشأن فقدان وظائف تقليدية مثل المونتاج أو التصوير أو الكتابة، لكنني لست قلقاً جداً من هذه الناحية وأعتقد أن الذكاء الاصطناعي سيكون عاملاً مساعداً فقط.

التحيّز وتمثيل البيانات

قد تحمل الأنظمة الذكية تحيّزات مبنية على البيانات التي تدرّبت عليها، وهذا يعني إغفال الكثير من المعلومات والقدرات التي قد تكون ذات فاعلية أكبر، لكن ذلك سيتغير باستمرار مع إدخال معلومات وأوامر جديدة ستزيد من قدرة هذه الأنظمة.

المعلومات المضللة والتزييف

تُعد تقنيات التزييف العميق تهديداً لمصادقية المحتوى إذا أُسيء استخدامها

٧. مستقبل الذكاء الاصطناعي في الإعلام والتلفزيون

يتوقع أن يزداد اعتماد صناعة الإعلام على الذكاء الاصطناعي في المستقبل بشكل كبير نتيجة لما سبق ذكره ، بالإضافة إلى التطور القادم في أجهزة الحاسوب (quantum computing) الذي سيسرع من عمليات معالجة البيانات وهو ما سيفيد كثيرا في عمليات الإنتاج المرئي والمسموع التي تتطلب قدرة حاسوبية كبيرة.

خاتمة:

يحدث الذكاء الاصطناعي تحولاً جذرياً في صناعة التلفزيون والسينما والبث التلفزيوني، بدءاً من أتمتة العمليات المُرَهقة وصولاً إلى إنتاج محتوى أصلي. تُحدث أدوات الذكاء الاصطناعي فرقاً كبيراً في صناعة البث. ومع ذلك، يبقى العنصر البشري محورياً. يجب على الذكاء الاصطناعي وخبراء الصناعة أن يتكاملوا، ويتكاتفوا لتحقيق أقصى استفادة من بعضهم البعض، من خلال منتجات عالية الجودة تُحدث تأثيراً كبيراً على المجتمع.

بينما نفكر في هذا المستقبل الواعد، الأقرب مما نتصور، من الضروري تبني التكنولوجيا دون أن نفقد قيمنا وأخلاقنا وإبداعنا الذي يجعلنا بشراً، وهو أمر لن يتمكن الذكاء الاصطناعي من تحقيقه أبداً. لذا، سيكون الإنسان والذكاء الاصطناعي مكملين لبعضهما البعض. وهذا من شأنه أن يقود الصناعة إلى تحديات جديدة، ويقدم للمجتمع تجارب جديدة لجمهور متزايد المتطلب