

### علی اکبر قاضی زاده:

**هنر نوشتاری و هنر زیبانویسی از فضای مجازی بر نمی آید**  
علی اکبر قاضی زاده روزنامه نگار و پژوهشگر حوزه رسانه و ارتباطات در پاسخ به مثبت یا منفی بودن تأثیرات هوش مصنوعی بر رسانه‌ها، با کنایه به این که این سوال و جواب‌ها حرف تازه‌ای نیست، می گوید: این که من از فضای دیجیتال و تأثیرات آن بگویم حرف تازه‌ای است! هوش مصنوعی و فضای دیجیتال بر روی همه امور اطلاع رسانی تأثیر گذاشته و تأثیرش بیشتر و گسترده تر هم خواهد شد. الان شما با استفاده از هوش مصنوعی می توانید پول انتقال دهید، از آخرین خبرهای همین ساعت و همین دقیقه باخبر شوید، با استفاده از این فضای مجازی می توانید از سلامت خودتان مطلع شوید، این که فشار خونتان چه قدر است، قندتان، دید چشمانتان، شنوایتان، دندانان و خلاصه از همه چیز می توانید باخبر شوید. این فضا آن قدر مهم و دامن گیر شده که یواش یواش انسان‌ها دارند از هوش مصنوعی می ترسند و حتی کنفرانس‌های بسیاری در مورد نقش و اثر هوش مصنوعی در دنیا برگزار می شود و سازمان ملل در فکر این است که در مورد هوش مصنوعی یک قانون جهانی بگذارد. الان یک نفر در یک گوشه‌ای از دنیا، فرض کنید مثلا در اردن، جیبوتی، پرو، در هر کجای دنیا، می تواند بنشیند و بانک‌های کشور مصر را حک کند! همان طور که در کشور خودمان اتفاق افتاده و بانک‌ها و پمپ بنزین‌ها حک شده‌اند. این‌ها خطرناک است. وی اذعان داشت: از آن طرف باید قبول کنیم که هوش مصنوعی تأثیر مثبت بسیاری بر روی زندگی‌ها گذاشته و آن را راحت کرده است. شما در لحظه می توانید دریابید که آن سوی دنیا چه می گذرد. یعنی این پدیده مثل یک چاقوی برنده تیزی است که هم با آن می شود یک چشم را عمل کرد و یا آپاندیسی را در آورد، هم می شود گردن و رگ کسی را قطع کرد. بسته به این که چگونه از آن استفاده شود. مثلا الان چینی‌ها، امریکایی‌ها و خیلی از کشورهای این زمینه پیشرفت بسیاری کرده‌اند. این‌ها را گفتم تا در ادامه به این نکته برسم و اشاره کنم که کار رسانه چیست؟ کار رسانه انتقال اطلاعات است، مگر غیر از این است؟! الان فضای مجازی این کار را به شایستگی انجام می دهد، در لحظه و فوری و در ضمن خیلی زیبا و قابل قبول، صوت خوب، تصویر خوب، رنگ خوب، موزیک خوب و هر چه که شما فکر کنید. در واقع می شود گفت هوش روایی با یک چنین فضایی جایگزین کار رسانه‌ها شده است. او در پایان گفت: اما اگر نظر بنده را در مورد تأثیر فضای مجازی بر رسانه‌ها، خصوصا رسانه‌های مکتوب و نوشتاری بپرسید؛ من سال‌هاست که بارها به این نکته اشاره کرده‌ام، خدا کند که بالاخره کسی گوش کند. بارها تاکید داشته‌ام که ما برای مقابله با چنین شرایطی باید به دنبال مهارت‌هایی برویم. مهارت‌هایی را در رسانه‌های نوشتاری تقویت کنیم و هنرهایش را یاد بگیریم که در فضای مجازی ممکن نیست. اگر گفتید مثل چه چیزی؟! مثل نوشتن یک گزارش. تلفن همراه شما هیچ وقت نمی تواند از یک زلزله، قتل، آتش سوزی و از مسائل داخلی زندگی دیگران، یک گزارش خوب ارائه دهد. یعنی گزارشی با اطلاعات خوب، مشاهده خوب و نقل قول جذاب. ما باید به دنبال کارها و هنرهایی برویم که فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال از اجرای آن‌ها عاجز هستند. یکی از این هنرها کلام است. هنر نوشتاری و هنر زیبانویسی نیز جزو هنرهایی هستند که از فضای مجازی بر نمی آید.

### محمد کوثری:

**هوش مصنوعی نافی روزنامه نگار به صورت کامل نیست**  
**آقای دکتر شما به عنوان کارشناس و پژوهشگر رسانه،**  
**تأثیرات هوش مصنوعی بر رسانه‌ها را بیشتر مثبت می دانید یا منفی؟**  
به صورت دقیق نمی توان از تأثیرات هوش مصنوعی بر روی رسانه‌ها گفت، اما می شود به چند نکته اشاره کرد، یکی این که از پیشرفت تکنولوژی‌ها و پدیده هوش مصنوعی تغییرات زیادی برای رسانه‌ها بوجود خواهد آمد، نکته دوم این است که سهم سوءاطلاعات یا اخبار جعلی که بخشی از سوءاطلاعات است در فضای رسانه گسترش پیدا خواهد کرد. پیش بینی سوم نیز این است که مطبوعات و روزنامه نگاری مطبوعاتی همچنان به شکلی باقی خواهد ماند.

**منظورتان از این که مطبوعات و روزنامه نگاری همچنان به شکلی باقی خواهد ماند؛ چیست؟**

در واقع منظورم این است که دو نکته اولی که به آن‌ها اشاره کردم، مقدمه‌ای می شوند که به موجب آن‌ها روزنامه نگار مطبوعاتی به شکلی به حیات خودش ادامه دهد، چون تلاش می کند از سمتی با سوءاطلاعات مقابله کند و از طرف دیگری هم سعی می کند که دفاعی برای حیات باشد. در واقع دفاعی برای آزادی مردم و خبررسانی صحیح به مردم در دنیای کنونی باشد. اگر چه به لحاظ فن آوری و یافراپندهای کار ممکن است تغییرات زیادی در روزنامه نگاری و اکثر رسانه‌ها اتفاق بیفتد ولی به نظر من نافی حداقل روزنامه نگار به صورت کامل نیست.



در محدوده شصت سال هستم، بقیه افراد مخصوصا نوجوان‌ها عمدتاً اهل خواندن متن نیستند و بیشتر تصویر برایشان اهمیت دارد. در واقع تصویرهای اینستاگرام برایشان تبدیل به مهم ترین شبکه شده و بعد هم می بینیم مطبوعات و رسانه‌هایی که در این شبکه‌ها حضور دارند و به غیر از متن، فیلم هم تولید می کنند که مورد توجه مخاطب قرار می گیرند ولی امروزه همچنان متن قوی ترین سبک انتقال پیام است.

### حسین امامی:

**هوش مصنوعی یک همکار حرفه‌ای برای روزنامه نگاران است**  
دکتر حسین امامی مدرس ارتباطات دیجیتال در دانشگاه و پژوهشگر رسانه‌های نوین، با اشاره به تأثیرات مثبت هوش مصنوعی بر روی رسانه‌های جمعی گفت: یکی از مهم ترین عواملی که هوش مصنوعی به موجب آن، صنعت رسانه را تغییر می دهد؛ تولید محتوا است. هوش مصنوعی می تواند اطلاعات را جمع آوری کند، سپس تجزیه و تحلیل و از آن گزارش، مقاله یا خبر تولید کند. این پدیده می تواند به عنوان همکار حرفه‌ای روزنامه نگاران، کارهای روزمره رسانه از جمله محتوای متنی، صوتی و تصویری را انجام دهد تا عوامل رسانه بیشتر بر روی کارهای خلاقانه تر و ارزش مندر ت متمرکز شوند. همچنین این تولید محتوای خود کار توسط هوش مصنوعی، سرعت و حجم تولید را افزایش داده و بالطبع هزینه‌ها را کاهش می دهد.

او خاطر نشان کرد: البته هوش مصنوعی چالش‌هایی را هم برای رسانه‌های جمعی ایجاد کرده که بزرگ ترین این چالش‌ها، نگرانی بابت از دست رفتن برخی مشاغل است. گرچه قطعا در مقابل آن، شغل‌های جدید و تخصص‌های دیگری اضافه خواهد شد. نگرانی دیگر مربوط می شود به اعتبار محتوای تولید شده و صحت آن که برای رفع این نگرانی باید نیروی انسانی متخصص حتما آن را، قبل از انتشار بازبینی کند.

حسین امامی در پایان به دیگر تأثیرات مثبتی که هوش مصنوعی برای رسانه‌ها دارد، اشاره کرد و افزود: امکان زیرنویسی و ترجمه هم‌زمان به زبان‌های مختلف، خلاصه‌سازی محتوای مختلف متنی، صوتی، ویدئویی و همچنین راستی‌آزمایی خبرها در قالب درستی‌سنجی، به عبارتی بررسی صحت اطلاعات و اخبار منتشر شده در رسانه‌ها، از دیگر کمک‌هایی است که هوش مصنوعی برای رسانه‌ها به همراه دارد.

تکنولوژی، شبکه‌های اجتماعی مهم ترین تأثیر را روی مطبوعات برجا گذاشته‌اند و مردم را در درجه اول، به سمت سرگرمی و در درجه دوم به سمت مسائل مورد علاقه‌شان جلب کرده‌اند. یعنی از تمام گروه‌های اجتماعی چه به لحاظ سنی، چه به لحاظ جنسی یعنی جنس زن یا مرد و چه به لحاظ اجتماعی، یعنی موقعیت‌های اجتماعی و شغلی افراد. او در ادامه توضیح داد: حوزه مطبوعات سال‌ها حوزه‌های محدود و انحصاری بود، اول به لحاظ قانونی چرا که از سال‌ها پیش از این، اجازه مطبوعات را به هر کسی نمی دادند و دوم به لحاظ محدودیت محتوایی. به هر حال مطبوعات خیلی محدود بود. شبکه‌های اجتماعی یک باره به قدری متنوع شدند که تمام این مرزها، محدودیت‌ها و انحصارها را شکستند. بنابراین امروز مطبوعات یک سهم بسیار کوچکی از فضای رسانه‌ای دارند.

وی افزود: تا سال‌ها هر زمان که صحبت از رسانه می شد، یا مطبوعات مدنظر بودند یا رادیو و تلویزیون و خیلی کمتر حتی گاهی سینما. همچنین همیشه منظور از مطبوعات، مکتوب بود که منتشر می شدند و همه آن‌ها تقریباً رسمی بودند یا چیزی در حد نیمه رسمی. امروزه دیگر چنین فضایی وجود ندارد، در واقع آن مطبوعات رفتند گوشه رینگ که یک محدوده مخاطب بسیار اندکی را تحت تأثیر و تحت پوشش قرار می دهند. به این ترتیب دیگر رسانه‌های شبکه اجتماعی به ویژه با ساختار تصویر متحرک و فیلم، مهم ترین فضای رسانه‌ای را تصاحب کرده و در اختیار خودشان دارند.

صفایی در خصوص نمایشگاه مطبوعات امسال معتقد است: این نمایشگاه شاید فضای بسیار ناچیزی داشته باشد و در واقع بهتر است بگوییم بیشتر برای یادبود مطبوعات، گرد هم می آیند تا این که بخواهند از رونق و استقبال مطبوعات صحبت کنند.

داوود صفایی در پایان گفت: بیشتر مطبوعات فعلی ممکن است به عنوان مخاطب، هنوز گروهی از دست اندر کاران اقتصادی را مشغول خودشان کنند و یا یک گروه بسیار کوچکی از افرادی که ممکن است به سیاست توجهی داشته باشند. البته توجه داشته باشید که شبکه‌های اجتماعی خود مطبوعات فعلی نیز الان فعال است، یعنی خود من هم تقریباً هیچ روزنامه‌ای را نمی خرم و سه چهار روزنامه‌ای که در روز می خوانم را از طریق صفحه‌های اینترنتی‌شان مطالعه می کنم؛ بنابراین می شود گفت به جز گروه‌های سنی چهل سال به بالا مثل خود من که