

معرفی شغل تولیدکننده محتوا
در عصر هوش مصنوعی

قصه گویی و فناوری باهم در یک شغل

احسان خان محمدی

دنیای
رشته‌ها

تولیدکننده محتوا

وقتی عبارت «تولیدکننده محتوا» را می‌شنوی، چه تصویری به ذهنت می‌آید؟ یک «آزادکار» (اینفلوئنسر) در شبکه‌های اجتماعی که دارد با تلفن همراه ویدئو می‌گیرد و پست و داستان (استوری) می‌گذارد؟

حالا بیا در زمان جلو برویم و به حدود سال ۲۰۵۰ برسیم؛ یعنی همان سال‌هایی که تو در اوج دوران شغلی‌ات هستی. در آن زمان، تولید محتوا دیگر فقط «پست گذاشتن» نیست، بلکه طراحی تجربه‌ای است که می‌تواند روی تصمیم‌ها و احساس‌های مخاطب اثر بگذارد.

۲۶

نوجوان

شماره ۸ | اردیبهشت ۱۴۰۵

تولیدکننده محتوا در سال ۲۰۵۰ چه کار می‌کند؟

در سال‌های آینده، ابزارهای هوش مصنوعی بسیاری از کارها را در چند ثانیه انجام می‌دهند. از تدوین اولیه ویدئو بگیر تا نوشتن پیش‌نویس متن و ساختن تصویر. اما این ابزارها یک کار را نمی‌توانند انجام بدهند و این تو هستی که باید این کار را بکنی؛ یعنی تو باید درباره این موارد تصمیم بگیری و به هوش مصنوعی دستور بدهی.

تولیدکننده محتوا در ۲۰۵۰ بیش از آنکه کاربر ابزار باشد، محتوا را مشخص می‌سازد و مسیر توجه مخاطب را برمی‌گزیند، هدف هوش مصنوعی هست آنچه منتشر می‌شود، منصفانه و صادقانه باشد. تولیدکننده محتوا کسی است که میان خلاقیت انسانی و توان فنی ماشین پل می‌زند و تجربه‌ای معنادار برای مخاطب می‌سازد.

چرا این شغل مهم است؟

امروزه بسیاری از محتواها فقط برای «دیده شدن» و «پسندیده شدن» ساخته می‌شوند و «ارزش» می‌رویم، با استفاده از هوش مصنوعی و ابزارهای مشابه آن، ساختن محتوای جعلی ساده‌تر می‌شود. بنابراین دیگر کم‌کم محتوایی دیده و پسندیده اصل در تولید محتوا «اعتماد» خواهد بود؛ اینکه محتوای تو چقدر واقعی و قابل اعتماد است. در سال ۲۰۵۰، تولیدکننده محتوا باید بتواند میلیون‌ها دنبال‌کننده ناشناس، گروهی کوچک اما وفادار داشته باشد.

این شغل برای چه کسانی مناسب است؟

شغل تولید محتوا برای کسانی مناسب است که چند مهارت و ویژگی شخصی بسیار مهم دارند: همدلی و هوش هیجانی: یعنی می‌توانند حال و نیاز مخاطب را پیش‌بینی کنند و به آن احترام بگذارند. تفکر انتقادی: هر داده‌ای را به سرعت نمی‌پذیرند. یعنی ابتدا منبع را چک می‌کنند تا فریب ظاهر محتوا را نخورند. قصه‌گویی: یعنی می‌توانند اطلاعات اولیه و غیر جذاب را به روایتی جذاب تبدیل کنند که شروع، میانه و پایان روشن دارد. یادگیری مداوم و نظم شخصی: یعنی می‌توانند مدتی طولانی، منظم و پیوسته، کار کنند و حتی اگر چندین بار شکست بخورند، باز هم خسته نمی‌شوند و تلاش می‌کنند. پس اگر دوست داری وارد این شغل بشوی، باید از همین حالا این مهارت‌ها را در خودت تقویت کنی.

تقویت مهارت از مدرسه تا دانشگاه

در مسیر تحصیلی از مدرسه تا دانشگاه، هر کدام از رشته‌های دبیرستان می‌توانند بخشی از مهارت‌هایی را که برای این شغل به آن‌ها نیاز داری، در تو تقویت کنند. علوم انسانی به تو کمک می‌کند جامعه را عمیق‌تر بشناسی و راهبردهای محتوا را طراحی کنی. در این رشته درس زبان و ادبیات فارسی به تو کمک می‌کند مهارت نوشتن را ارتقا بدهی. یا درس منطق به تو کمک می‌کند اصول درست‌اندیشیدن را یادگیری تا بتوانی منطقی و واضح بنویسی. مطالعات اجتماعی و روان‌شناسی هم کمکت می‌کنند تا جامعه، فرهنگ و دغدغه‌های مردم را که مخاطب واقعی هستند، بیشتر و بهتر بشناسی. رشته‌های هنرستانی مثل گرافیک یا سینما به تو کمک می‌کنند نسبت به محتوای تصویری و زیبایی‌شناسی، نگاه ریزبینانه و موشکافانه‌ای به دست بیاوری. اگر به فعالیت در «پشت صحنه تولید محتوا» علاقه داری، رشته ریاضی در دبیرستان یا رشته شبکه و نرم‌افزار در هنرستان به تو کمک می‌کنند با ابزارهای دیجیتال کار کنی و منطق زیرساخت‌های محتوایی، مثل وبگاه (سایت)، نرم‌افزار و برنامه‌های کاربردی (اپلیکیشن‌ها) را درک کنی. بعد هم آن‌ها را طراحی کنی و توسعه بدهی. یادت باشد این رشته از جمله رشته‌ای عملی است. پس اهمیت دارد در سال‌هایی که داری درس می‌خوانی، سراغ پروژه‌های تولید محتوا هم بروی و تولید محتوا را نه فقط در مدرسه و دانشگاه، بلکه در دنیای واقعی یاد بگیری تا در نهایت به فردی حرفه‌ای و کاربلد در این زمینه تبدیل شوی.

اگر به این حوزه علاقه مندم، از حالا چه کار کنم؟

۱. اگر فکر می‌کنی به دنیای تولید محتوا علاقه داری و کار در این زمینه برایت صرفاً فرصتی برای تفریح و دیده شدن نیست و کاملاً جدی است، می‌توانی از همین حالا به تمرین ساده‌ای دست بزنی: موضوع کوچکی انتخاب کن. مثلاً یک کتاب، یک مهارت، یک بازی رایانه‌ای یا یک تجربه شخصی را انتخاب کن؛
۲. دو شکل محتوا برای آن تولید کن: یکی متن کوتاه و یکی تصویر یا ویدیویی ساده؛
۳. از دو سه نفر بازخورد بگیر و بپرس کدام بخش از محتواها برایشان واضح‌تر و جذاب‌تر بود؛
۴. بر اساس بازخوردها، نسخه بهتری بساز و تفاوت‌ها را پیدا کن تا بدانی به چه ملاک‌هایی باید توجه کنی که محتوایت بهتر و بهتر شود. از تلاش کردن دست برندار. شاید یکی از تولیدکنندگان مهم محتوا، در سال‌های آینده، خود تو باشی؛ کسی که می‌خواهد دنیای اطراف را روشن‌تر و انسانی‌تر روایت کند.