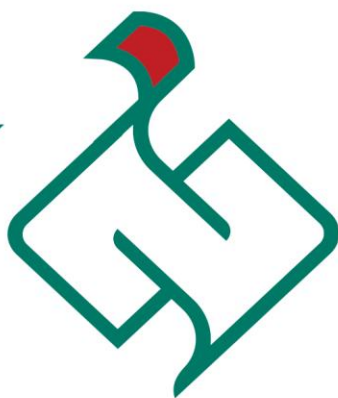
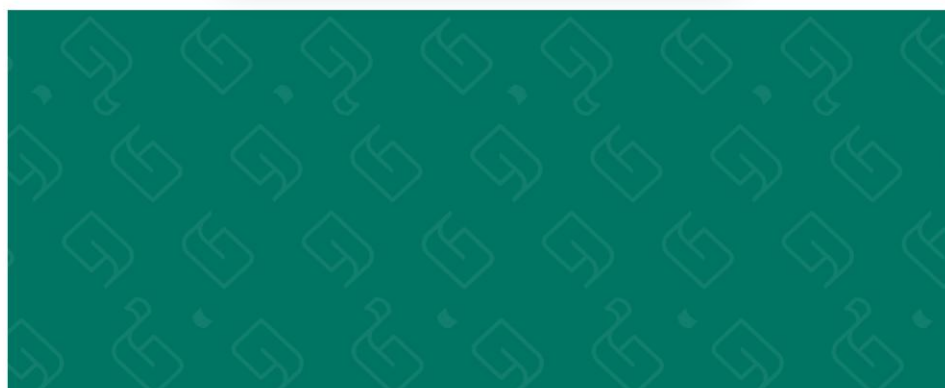
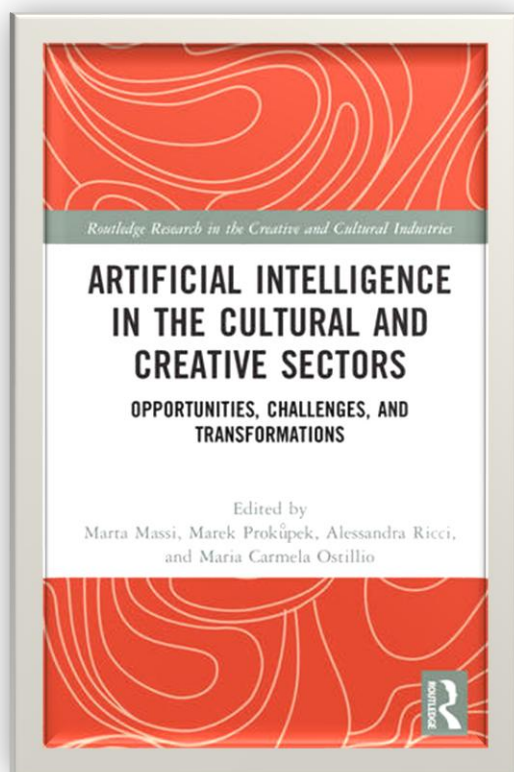




اندیشکده فرهنگ و توسعه

هوش مصنوعی در بخش‌های فرهنگی و خلاق فرصت‌ها، چالش‌ها و تحولات





چکیده کوتاه:

«این کتاب به بررسی چگونگی بازتعریف بخش‌های خلاق و فرهنگی توسط هوش مصنوعی می‌پردازد و نحوه بازشکل‌گیری تولید، توزیع، تجربه و مدیریت محتوا را تحلیل می‌کند. این اثر با پوشش حوزه‌هایی همچون نشر، میراث فرهنگی، موسیقی، هنرهای نمایشی و طراحی، نخستین بررسی جامع و بین‌رشته‌ای از تأثیرات هوش مصنوعی بر این بخش‌های گوناگون را ارائه می‌دهد؛ آن هم در شرایطی که این فناوری‌ها به شکلی فزاینده با هر دو فرآیند خلاقانه و عملیاتی عجین شده‌اند.»





مقدمه:

در این بخش، «اندی پرت (Andy C. Pratt)» که از نظریه‌پردازان بزرگ اقتصاد خلاق است، به این موضوع می‌پردازد که هوش مصنوعی نباید صرفاً به عنوان یک «ابزار فنی جدید» دیده شود. او استدلال می‌کند که AI در حال تغییر دادن بنیان‌های اقتصاد فرهنگ است. او با نگاهی انتقادی، بحث‌های رایج پیرامون «جایگزینی انسان با ماشین» را به چالش می‌کشد و تأکید می‌کند که ما باید بر روی نحوه بازتعریف «ارزش فرهنگی» در عصر دیجیتال تمرکز کنیم. این پیش‌گفتار، دیدگاهی کلان و استراتژیک برای شروع بحث‌های تخصصی کتاب ارائه می‌دهد.

فصل ۱: مقدمه‌ای بر هوش مصنوعی در بخش‌های فرهنگی و خلاق

نویسندگان: مارتا ماسی، مارک پروکوپک، آلساندرا ریچی و ماریا کارملا اوستیلیو (ویراستاران کتاب) این فصل به عنوان نقشه‌راه کل کتاب عمل می‌کند. ویراستاران در این بخش: تعاریف: مفاهیم کلیدی هوش مصنوعی (AI) و هوش مصنوعی مولد (GenAI) را در فضای صنایع خلاق تعریف می‌کنند. ضرورت: چرا اکنون زمان بررسی این موضوع است؟ آن‌ها به سرعت سرسام‌آور نفوذ AI در زندگی روزمره و تأثیر آن بر تولیدات فرهنگی اشاره می‌کنند.

ساختاردهی: ویراستاران توضیح می‌دهند که کتاب چگونه بین «فرصت‌ها» (مانند افزایش بهره‌وری و خلاقیت) و «چالش‌ها» (مانند مسائل اخلاقی، حقوقی و هویتی) تعادل برقرار کرده است. این فصل در واقع «بیانیه مأموریت» کتاب است و چارچوب نظری لازم برای درک فصول بعدی را در اختیار خواننده (به‌ویژه تحلیل‌گران سیاست‌گذاری) قرار می‌دهد.

بخش ۱- هوش مصنوعی و خلق هنری:

فرم‌ها و فرآیندهای نوظهور این بخش بر هسته مرکزی تغییرات، یعنی «فرآیند خلق اثر» و چگونگی دگرگونی نقش هنرمند در همکاری با ماشین تمرکز دارد.



فصل ۲: مسافر، آینه و کنش خلاق؛ سه استعاره برای درک هوش مصنوعی مولد

نویسندگان: آلساندرو ایانلا (Alessandro Iannella) و ماریا کارملا اوستیلیو (Maria Carmela Ostillio)

این مقاله به جای درگیری با مباحث پیچیده فنی، از سه استعاره برای تبیین رابطه هنرمند و AI استفاده می‌کند. هوش مصنوعی به مثابه «مسافر» (کاوشگر فضاهای جدید)، «آینه» (بازتاب‌دهنده خلاقیت



انسانی) و «کنشگر خلاق» معرفی می‌شود. نویسندگان استدلال می‌کنند که هوش مصنوعی مولد، تعریف سنتی «تألیف» را به چالش می‌کشد و هنرمند را از یک «خالق مطلق» به یک «سوزن‌بان یا هدایت‌گر» تبدیل می‌کند.

فصل ۳: هنرمندان در عصر هوش مصنوعی؛ سنخ‌شناسی همکاری‌های انسان و ماشین

نویسندگان: توماس بلونسکی (Thomas Blonski) و لویی وارن (Louis Vuarin)

این پژوهش یک دسته‌بندی علمی (Typology) از انواع تعاملات هنرمندان با AI ارائه می‌دهد. نویسندگان بررسی می‌کنند که هنرمندان چگونه از این ابزار استفاده می‌کنند؛ آیا AI فقط یک دستیار است یا یک شریک استراتژیک؟ مقاله به بررسی «تخیلات جمعی» پیرامون ماشین‌های هوشمند می‌پردازد و نشان می‌دهد که چگونه تصورات ما از قدرت ماشین، بر خروجی هنری تأثیر می‌گذارد.

فصل ۴: دمیدن روح در هوش مصنوعی؛ پرس‌وجوی هوش مصنوعی از طریق ردپای لمسی (نفس و صدا)

نویسندگان: فرانزیسکا شرودر (Franziska Schroeder) و فدریکو روبن (Federico Reuben)

این مقاله بر جنبه‌های فیزیکی و حسی تعامل با تکنولوژی تمرکز دارد. نویسندگان پروژه‌ای را تحلیل می‌کنند که در آن از ورودی‌های بیومتریک مانند نفس کشیدن و صدا برای هدایت الگوریتم‌های هوش مصنوعی استفاده می‌شود. هدف این است که نشان دهند چگونه می‌توان AI را از یک محیط خشک و عددی خارج کرد و آن را با بدن و فیزیک انسان پیوند داد تا نتایج هنری ارگانیک‌تر و انسانی‌تر حاصل شود.

فصل ۵: ظهور «تیم‌ورک انفرادی»؛ تحولات فرآیند خلق هنرمندان با ابزارهای AI

نویسندگان: نیکلاس ریچی (Nicolas Ricci)، تریستان گویون (Tristan Guyon) و سوفی هوژ (Sophie Hooge)

این فصل یکی از جذاب‌ترین مفاهیم کتاب یعنی "Alone Teamwork" را معرفی می‌کند. محققان نشان می‌دهند که چگونه یک هنرمند به تنهایی و با کمک هوش مصنوعی مولد، می‌تواند نقش یک تیم کامل (طراح، نویسنده، تدوین‌گر و...) را ایفا کند. این مقاله پیامدهای سازمانی و اقتصادی این پدیده را بررسی می‌کند و هشدار می‌دهد که این موضوع چگونه می‌تواند ساختار بازار کار در صنایع خلاق را منقبض کند.





فصل ۶: تخیل و هوش مصنوعی؛ خوانش اجتماعی-فنی هنرمندان به مثابه عوامل نوآوری در توسعه AI

نویسندگان: هانا اندروز (Hannah Andrews) و آرورا هاوکرافت (Aurora Hawcroft)

در این مقاله، هنرمندان نه فقط به عنوان «مصرف‌کننده» تکنولوژی، بلکه به عنوان «پیشرانان نوآوری» معرفی می‌شوند. نویسندگان استدلال می‌کنند که هنرمندان با استفاده غیرمعارف و خلاقانه از هوش مصنوعی، نقص‌های سیستم را آشکار کرده و مهندسان را مجبور به توسعه قابلیت‌های جدید می‌کنند. این فصل تأکید دارد که برای پیشرفت هوش مصنوعی، حضور نگاه هنری و تخیل انسانی در فرآیند توسعه فنی ضروری است.

بخش ۲- هوش مصنوعی در موزه‌ها، میراث فرهنگی و نهادهای فرهنگی:

این بخش بررسی می‌کند که چگونه هوش مصنوعی از یک ابزار فنی به یک «استراتژی مدیریتی» برای حفظ تاریخ و بهبود تجربه بازدیدکنندگان تبدیل شده است.

فصل ۷: احیای میراث نساجی؛ شیوه‌های نوآوری مبتنی بر هوش مصنوعی در نمایشگاه‌های موزه نویسندگان: شیائو لو (Xiao Lu)، یی‌پینگ دونگ (Yiping Dong) و هنگ‌یان لیو (Hengyan Liu)

این مقاله به یکی از کاربردهای بسیار ملموس AI در حفظ تاریخ می‌پردازد. نویسندگان نشان می‌دهند که چگونه الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توانند الگوهای پیچیده و فرسوده پارچه‌های باستانی را بازسازی و تحلیل کنند. این فناوری به موزه‌ها اجازه می‌دهد تا نمایشگاه‌هایی تعاملی‌تر بسازند که در آن بازدیدکننده می‌تواند شاهد بازسازی دیجیتال قطعات از بین رفته میراث نساجی باشد.

فصل ۸: هنر معاصر و تنوع زیستی؛ تأثیر هوش مصنوعی بر مجموعه‌های موزه هنر

نویسنده: گینورا ادیس (Ginevra Addis)

این فصل به تلاقی «هنر، محیط‌زیست و داده» می‌پردازد. نویسنده بررسی می‌کند که موزه‌ها چگونه از هوش مصنوعی برای دسته‌بندی و تحلیل آثاری که به موضوع تنوع زیستی (Biodiversity) می‌پردازند، استفاده می‌کنند. نکته کلیدی این است که AI چگونه می‌تواند الگوهای پنهان در مجموعه‌های هنری بزرگ را شناسایی کند تا پیام‌های زیست‌محیطی را به شکل موثرتری به مخاطب منتقل نماید.





فصل ۹: میانجی‌گری و هوش مصنوعی؛ همکاری بین‌رشته‌ای در نمایشگاه AI.MAGINATION
 نویسندگان: پابلو گوبیرا (Pablo Gobira)، امانوئل دی‌الیویرا سیلوا (Emanuelle de Oliveira Silva)
 و آنا لوزا پدروسا کامیلو (Ana Luiza Pedrosa Camilo)

این مقاله بر مفهوم «میانجی‌گری» (Mediation) تمرکز دارد؛ یعنی چگونه AI به عنوان واسطه بین اثر هنری و بازدیدکننده عمل می‌کند. با بررسی مطالعه موردی نمایشگاه AI.MAGINATION، نویسندگان نشان می‌دهند که پروژه‌های موفق AI در موزه‌ها نیازمند همکاری نزدیک هنرمندان، مهندسان و کیوریتورها هستند تا تکنولوژی باعث سردرگمی مخاطب نشود، بلکه به درک عمیق‌تر اثر کمک کند.

فصل ۱۰: جهت‌یابی هوش مصنوعی در موزه‌ها؛ غلبه بر موانع و اجرای راهکارهای استراتژیک

نویسندگان: کاترینا جانیکووا (Kateřina Janíková)، اشتپان کلنیک (Štěpán Kleník) و مارک پروکوپک (Marek Prokůpek)

این فصل برای اندیشکده‌ها بسیار کاربردی است. نویسندگان به جای مباحث تئوریک، به سراغ چالش‌های اجرایی رفته‌اند. آن‌ها موانعی مثل کمبود بودجه، مقاومت سازمانی در برابر تغییر و چالش‌های اخلاقی را شناسایی کرده و یک «نقشه راه استراتژیک» برای مدیران موزه‌ها ارائه می‌دهند تا بتوانند با کمترین ریسک، هوش مصنوعی را در ساختار اداری و نمایشگاهی خود ادغام کنند.

بخش ۳- هوش مصنوعی در هنرهای نمایشی و سینما:

این بخش بر یکی از چالش‌برانگیزترین حوزه‌ها تمرکز دارد: تلاقی هوش مصنوعی با «هنر زنده» و «روایتگری خطی» در سینما.

فصل ۱۱: تقویت صحنه؛ تلاقی میان هوش مصنوعی و تئاتر

نویسندگان: مارکو لوکتی (Marco Luchetti) و پیرجاکومو میون داله کربوناره (Piergiacomo Mion Dalle Carbonare)

تئاتر به دلیل ماهیت زنده و انسانی‌اش، همواره مقاوم‌ترین هنر در برابر دیجیتالی شدن بوده است. این مقاله بررسی می‌کند که چگونه AI می‌تواند به عنوان یک «بازیگر دیجیتال» یا «طراح صحنه پویا» وارد اجرای زنده شود. نویسندگان مفهوم «دراماتورژی الگوریتمیک» را مطرح می‌کنند؛ جایی که متن نمایش یا نورپردازی می‌تواند در لحظه و بر اساس واکنش‌های تماشاگران (توسط AI) تغییر کند و تجربه‌ای منحصر به فرد برای هر اجرا خلق کند.





فصل ۱۲: خلق داستان با هوش مصنوعی مولد در آموزش سینما؛ اتاق نویسندگان با مدل‌های زبانی بزرگ (LLMs)

نویسندگان: ریتا گراسیو (Rita Grácio) و توبیاس فرومورگن (Tobias Frühmorgen)

این فصل به حوزه‌ی آموزش و تربیت نسل بعدی فیلمسازان می‌پردازد. نویسندگان تجربه‌ی استفاده از مدل‌هایی مثل ChatGPT را در «اتاق نویسندگان» (Writer's Room) در محیط‌های دانشگاهی تحلیل می‌کنند. مقاله به این پرسش پاسخ می‌دهد که: چگونه دانشجویان می‌توانند بدون از دست دادن خلاقیت فردی، از AI برای ایده‌پردازی، بسط شخصیت‌ها و ساختاردهی به پیرنگ داستان استفاده کنند؟ همچنین به چالش‌های اخلاقی و مهارتی که اساتید سینما در مواجهه با آثار تولید شده توسط AI با آن روبرو هستند، اشاره می‌کند.

بخش ۴- هوش مصنوعی در در نشر و صنعت کتاب:

این بخش بر تغییر مدل‌های کسب‌وکار و انتقال از «تولید انبوه یکسان» به «شخصی‌سازی محتوا» تمرکز دارد.

فصل ۱۳: توسعه زنجیره ارزش برای کتاب‌های کودک شخصی‌سازی‌شده با حمایت هوش مصنوعی

نویسندگان: نله هانسن (Nele Hansen) و ماگدالنا باتن-گابریل (Magdalena Bathen-Gabriel)

این مقاله به بررسی یک مدل کسب‌وکار نو ظهور می‌پردازد: کتاب‌هایی که داستان و تصاویر آن‌ها بر اساس ویژگی‌های خاص هر کودک (نام، علایق، محیط زندگی) تولید می‌شود. نویسندگان تحلیل می‌کنند که هوش مصنوعی چگونه هزینه‌های تولید چنین کتاب‌هایی را کاهش داده و ایجاد یک «زنجیره ارزش» جدید را ممکن کرده است. این فصل نشان می‌دهد که AI چگونه می‌تواند تجربه مطالعه را برای نسل جدید جذاب‌تر و اختصاصی‌تر کند.

فصل ۱۴: آیا این واقعاً یک گسست است؟ نگاهی سازمانی به هوش مصنوعی در صنعت کتاب

نویسندگان: توماس پاریس (Thomas Paris)، آلن بوسون (Alain Busson) و دیوید پیووسان (David Piovesan)

این فصل برای تحلیلگران اندیشکده بسیار کلیدی است. نویسندگان با استفاده از تئوری‌های سازمانی، این سوال را مطرح می‌کنند که آیا هوش مصنوعی یک «نوآوری گسست‌ساز» (Disruption) است که ناشران بزرگ را از بین می‌برد، یا صرفاً ابزاری برای «بهینه‌سازی» فرآیندهای فعلی است؟ مقاله استدلال





می‌کند که صنعت نشر برخلاف تصور عموم، در حال تطبیق با AI است و بررسی می‌کند که قدرت در این صنعت چگونه میان ناشران سنتی و پلتفرم‌های تکنولوژیک بازتوزیع می‌شود.

بخش ۵- هوش مصنوعی در برندسازی، میراث و کالاهای لوکس:

این بخش بر تلاقی هویت تاریخی برندها با ابزارهای نوین هوش مصنوعی تمرکز دارد.

فصل ۱۵: رهاسازی خلاقیت؛ زوج قدرتمند هوش مصنوعی و میراث برند (Brand Heritage)
نویسندگان: جولیو پیانا (Giulio Piana)، گرازا وِیری (Grazia Venneri) و ماریا کارملا اوستیلیو (Maria Carmela Ostillio)

بسیاری از برندهای بزرگ، ثروت خود را در تاریخچه و میراث (Heritage) خود می‌بینند. این مقاله بررسی می‌کند که هوش مصنوعی چگونه می‌تواند به این برندها کمک کند تا از بایگانی‌های قدیمی و کاتالوگ‌های تاریخی خود، ایده‌های خلاقانه جدید استخراج کنند. در واقع، AI به عنوان ابزاری برای «بازخوانی مدرن سنت‌ها» عمل می‌کند و به برندها اجازه می‌دهد بدون از دست دادن ریشه‌های خود، در بازاریابی دیجیتال پیشرو باشند.

فصل ۱۶: بازتعریف مفهوم «لوکس» در عصر هوش مصنوعی مولد؛ پیمایش میان نوآوری و میراث در مدیریت برند

نویسندگان: میرا-سوفی کِسری (Meera-Sophie Kesri) و مارک پروکوپک (Marek Prokūpek)

کالاهای لوکس همواره با مفاهیمی مثل «کمیابی»، «کار دست» و «لمس انسانی» شناخته می‌شوند؛ مفاهیمی که در ظاهر با هوش مصنوعی (که بر پایه تولید الگوریتمیک است) در تضاد هستند. این فصل به بررسی این پارادوکس می‌پردازد: برندهای لوکس چگونه می‌توانند از AI استفاده کنند بدون اینکه به ارزش «انحصاری بودن» (Exclusivity) خود ضربه بزنند؟ نویسندگان استدلال می‌کنند که هوش مصنوعی با ارائه خدمات شخصی‌سازی شده در سطح بسیار بالا (Extreme Personalization)، می‌تواند معنای جدیدی به تجربه مشتری در بازار کالاهای لوکس ببخشد.

بخش ۶- هوش مصنوعی، هویت‌های دیجیتال، هنرمندان فرا-انسانی و تکامل عاملیت هنری:

این بخش به بررسی موجودات دیجیتالی می‌پردازد که وجود فیزیکی ندارند اما در حال تسخیر بازار هنر و سرگرمی هستند.

فصل ۱۷: درک جوانان از شیوع هنرمندان فرا-انسانی (Metahuman Artists)





نویسندگان: فی فان (Fei Fan)، لین فو (Lin Fu) و لیو شی گوئو (Liushi Guo)

«متا-انسان‌ها» شخصیت‌های دیجیتالی هستند که با هوش مصنوعی هدایت می‌شوند و مانند هنرمندان واقعی کنسرت می‌دهند یا در تبلیغات شرکت می‌کنند. این مقاله با تمرکز بر نسل جوان (که مصرف‌کنندگان اصلی آینده هستند) بررسی می‌کند که آن‌ها چگونه با این هنرمندان غیرواقعی ارتباط برقرار می‌کنند. آیا آن‌ها برای هنر یک موجود دیجیتال ارزش قائلند؟ نویسندگان نشان می‌دهند که تعاریف «اصالت» و «شهرت» در ذهن نسل جدید در حال تغییر است.

فصل ۱۸: پذیرش هوش مصنوعی مولد در تولید بازی‌های ویدیویی؛ پویایی‌های سطح شرکت و صنعت
نویسندگان: آن هسلینگا (Anne Heslinga)، کارولینا دالا کیزا (Carolina Dalla Chiesa) و الن لوتس (Ellen Loots)

صنعت بازی‌های ویدیویی همواره پیشروترین بخش در پذیرش تکنولوژی بوده است. این فصل تحلیل می‌کند که هوش مصنوعی مولد چگونه فرآیند تولید بازی (از طراحی مراحل تا رفتار شخصیت‌های غیرقابل‌بازی یا NPC) را تغییر داده است. نویسندگان فراتر از مباحث فنی، به «اقتصاد صنعت بازی» می‌پردازند و نشان می‌دهند که چگونه شرکت‌های بزرگ و کوچک برای بقا در این بازار رقابتی، ناچار به بازنگری در ساختار نیروی انسانی و مدل‌های تولیدی خود هستند.

بخش پایانی (Afterword) نویسنده: ویلیام جی. بیرنز (William J. Byrnes)

نکته کلیدی: در موخره کتاب، بیرنز تمام مباحث مطرح شده را جمع‌بندی کرده و تأکید می‌کند که هوش مصنوعی نه یک «پایان» برای صنایع خلاق، بلکه آغاز یک «عصر همکاری جدید» است. او از مدیران و سیاست‌گذاران فرهنگی می‌خواهد که به جای ترس از جایگزینی، بر روی «سواد دیجیتال» و «اخلاق تکنولوژی» تمرکز کنند.

جمع‌بندی سیاستی:



بر اساس مباحث تخصصی مطرح شده در کتاب، نکات سیاستی (Policy Points) کلیدی که برای مدیریت و راهبری هوش مصنوعی در صنایع خلاق ارائه شده، که می‌توان از آن استفاده کرد به شرح ذیل است:

۱. **بازنگری در نظام مالکیت فکری (IP) و کپی‌رایت مسئله:** مدل‌های هوش مصنوعی از آثار هنرمندان برای آموزش استفاده می‌کنند و خروجی‌هایی تولید می‌کنند که مالکیت آن‌ها مبهم است. نکته سیاستی:



نیاز به تدوین قوانین «پرداخت حق‌الامتیاز آموزشی» است؛ یعنی سازوکاری که در آن هنرمندان در قبال استفاده از آثارشان برای آموزش مدل‌های بزرگ (LLMs) غرامت یا پاداش دریافت کنند.

۲. مقابله با شکاف دیجیتال در نهادهای فرهنگی مسئله: موزه‌ها و مراکز میراث فرهنگی کوچک، بودجه و دانش فنی لازم برای رقابت با پلتفرم‌های بزرگ یا موزه‌های ثروتمند را ندارند. نکته سیاستی: دولت‌ها باید «زیرساخت‌های مشترک هوش مصنوعی» ایجاد کنند (مانند ابرهای محاسباتی دولتی برای فرهنگ) تا مؤسسات کوچک بتوانند بدون هزینه‌های سنگین، آرشیوهای خود را دیجیتالی و هوشمند کنند.

۳. مدیریت تغییر در بازار کار (مهارت‌آموزی مجدد) مسئله: پدیده «تیمورک انفرادی» باعث کاهش نیاز به نیروی کار انسانی در بخش‌های میانی (مانند ویراستاران، طراحان گرافیک و فیلمنامه‌نویسان تازه‌کار) می‌شود. نکته سیاستی: سیاست‌گذاری باید از آموزش «مهارت‌های اجرایی صرف» (که AI آن‌ها را انجام می‌دهد) به سمت آموزش «مهارت‌های نظارتی و تفکر انتقادی» حرکت کند. نظام آموزشی باید هنرمندان را به «کارگردانان هوش مصنوعی» تبدیل کند.

۴. الزام به شفافیت و برچسب‌گذاری (Transparency) مسئله: شیوع «هنرمندان متا-انسان» و محتوای جعلی (Deepfake) می‌تواند اعتماد مخاطب به اصالت فرهنگی را از بین ببرد. نکته سیاستی: وضع قوانین برای اجباری کردن «نشان‌گذاری دیجیتال» (Watermarking)؛ به این معنا که هر محتوای فرهنگی که به طور کامل یا عمده توسط AI تولید شده، باید برچسب شفاف داشته باشد تا مخاطب از منشأ اثر آگاه شود.

۵. حمایت از تنوع فرهنگی در مقابل الگوریتم‌ها مسئله: الگوریتم‌های هوش مصنوعی تمایل دارند محتواهای پرمخاطب و «عامه‌پسند» را تکرار کنند که این امر باعث به حاشیه رفتن فرهنگ‌های بومی و محلی می‌شود. نکته سیاستی: سیاست‌گذار باید در الگوریتم‌های پلتفرم‌های فرهنگی، «سهمیه‌بندی محتوای بومی» یا «ضریب نفوذ فرهنگی» تعریف کند تا از یکنواختی فرهنگی (Homogenization) جلوگیری شود.

۶. بازتعریف زنجیره ارزش در صنعت نشر و موسیقی مسئله: مدل‌های سنتی فروش کتاب یا موسیقی در حال از بین رفتن هستند. نکته سیاستی: سیاست‌های مالیاتی و حمایتی باید به سمت مدل‌های «اشتراکی» و «شخصی‌سازی شده» حرکت کنند. به جای حمایت از محصول فیزیکی، باید از پلتفرم‌هایی حمایت کرد که دسترسی عادلانه به محتوای دیجیتال شخصی‌سازی شده را فراهم می‌کنند.

۷. اخلاق در استفاده از داده‌های میراث فرهنگی مسئله: بازسازی دیجیتال میراث فرهنگی (مانند لباس‌ها یا بناها) توسط AI ممکن است با سوگیری‌های فرهنگی همراه باشد. نکته سیاستی: ایجاد





«کمیته‌های اخلاقی داده» در پروژه‌های میراث فرهنگی؛ تا اطمینان حاصل شود که بازسازی‌های انجام شده توسط هوش مصنوعی، به تاریخ و اصالت اثر وفادار است و دچار تحریف‌های مدرن نمی‌شود.

نقد و نقاط ضعف کتاب:

چندین نقدی که تاکنون بر این کتاب نگاشته شده است به‌صورت خلاصه در چهار محور آورده شده:

۱. **ناهمگونی در عمق مطالب (The "Edited Volume" Syndrome):** یکی از انتقادات رایج به این کتاب این است که به دلیل "ویراستاری شده" بودن (تعدد نویسندگان)، توازن دقیقی بین فصل‌ها وجود ندارد. برخی فصل‌ها بسیار فنی و داده‌محور هستند، در حالی که برخی دیگر در سطح توصیفی باقی می‌مانند. این موضوع باعث می‌شود خواننده (به‌ویژه سیاست‌گذار) در رسیدن به یک نتیجه‌گیری واحد دچار چالش شود.

۲. **تمرکز بیش از حد بر جنبه‌های مدیریتی و بازاریابی:** منتقدان اشاره کرده‌اند که با توجه به تخصص ویراستاران (مانند مارتا ماسی که متخصص بازاریابی است)، وزن کتاب به سمت «تجاری‌سازی» و «مدیریت» هوش مصنوعی سنگینی می‌کند. این رویکرد باعث شده که جنبه‌های فلسفی، زیبایی‌شناختی و روح اصیل هنر تا حد زیادی زیر سایه مباحث بیزینسی قرار بگیرد.

۳. **محدودیت جغرافیایی و نهادی (Eurocentrism):** بسیاری از مثال‌ها و چارچوب‌های قانونی بررسی شده در کتاب (مانند بحث‌های مربوط به کپی‌رایت و اخلاق) بر اساس قوانین اتحادیه اروپا و فضای نهادی غرب است. برای یک اندیشکده در مناطق دیگر، این یک نقطه ضعف محسوب می‌شود، چرا که کتاب راهکار روشنی برای اکوسیستم‌های فرهنگی در کشورهای در حال توسعه یا با ساختارهای قانونی متفاوت ارائه نمی‌دهد.

۴. **شکاف میان تئوری و اجرا:** منتقدان حوزه «مدیریت فرهنگی» معتقدند کتاب در شناسایی «فرصت‌ها» عالی عمل می‌کند، اما در ارائه «نقشه راه عملیاتی» برای مؤسسات فرهنگی کوچک که بودجه کافی برای پیاده‌سازی هوش مصنوعی ندارند، ضعیف است. به عبارتی، کتاب بیشتر برای سازمان‌های فرهنگی بزرگ و ثروتمند کاربرد دارد.

نقاط قوت کتاب:

نقاط قوت کتاب را نیز می‌توان در چهار دسته‌بندی به‌شیوه ذیل ارائه کرد:





۱. **جامعیت بین‌رشته‌ای و پوشش همه‌جانبه:** بسیاری از تحلیل‌گران معتقدند بزرگترین نقطه قوت این اثر، نگاه ۳۶۰ درجه آن به صنایع خلاق است. در حالی که اکثر منابع فقط بر روی «هنرهای دیجیتال» تمرکز دارند، این کتاب با رویکردی بین‌رشته‌ای به حوزه‌هایی مثل مدیریت میراث فرهنگی (Museums & Heritage)، نشر و طراحی استراتژیک پرداخته است. این ویژگی باعث می‌شود کتاب به یک «مرجع واحد» برای درک کل اکوسیستم تبدیل شود.

۲. **تمرکز بر «تجربه مشتری» و «مدیریت بازاریابی»:** برخلاف کتاب‌های فنی که بر الگوریتم‌ها تمرکز دارند، این اثر به دلیل پیشینه نویسندگانش (مانند مارتا ماسی)، بر روی تحول در تجربه مخاطب تمرکز کرده است. منتقدان تحسین کرده‌اند که کتاب به خوبی نشان می‌دهد هوش مصنوعی چگونه می‌تواند تعامل بین مؤسسه فرهنگی و بازدیدکننده را شخصی‌سازی کند و ارزش اقتصادی جدید خلق نماید.

۳. **ارائه مطالعات موردی (Case Studies) واقعی:** یکی از نقاط قوت برجسته که در معرفی‌های آکادمیک کتاب ذکر شده، وجود مثال‌های کاربردی است. کتاب صرفاً به پیش‌بینی آینده نمی‌پردازد، بلکه پروژه‌های پیاده‌سازی شده AI در موزه‌ها و صنایع خلاق را تحلیل می‌کند. این موضوع برای اندیشکده‌ها که به دنبال شواهد (Evidence-based policy) هستند، بسیار حیاتی است.

۴. **تحلیل دقیق «زنجیره ارزش» (Value Chain):** منتقدان اشاره دارند که این کتاب به خوبی بازتعریف زنجیره تولید را بررسی کرده است؛ یعنی از مرحله ایده (خلاقیت) تا توزیع و مصرف. این نگاه سیستماتیک به هوش مصنوعی به عنوان یک «محرك تحول ساختاری» و نه فقط یک «ابزار جدید»، از ویژگی‌های ممتاز این اثر است.





انديشكده فرهنگ و توسعه

باشگاه كتاب فرتو