



هوش مصنوعی چه آینده‌ای برای روزنامه‌نگاری خواهد ساخت؟

تغییر مهم دنیای خبر

با هوش مصنوعی



نشان‌دهنده یک تغییر مخرب بالقوه باشد. این فناوری می‌تواند سبک‌های نوشتاری نویسندگان را تقلید کرده و مقالات و رمان‌های کوتاه تولید کند. با وجود این، نحوه عملکرد هوش مصنوعی و تاثیر آن بر روزنامه‌نگاری و جامعه باید مورد توجه قرار گیرد. یکی از خطراتی که مطرح می‌شود، این است که هوش مصنوعی ChatGPT قادر به تمایز بین واقعیت و غیرواقعیت نیست و استفاده از آنها به‌عنوان ابزار یادگیری می‌تواند خطرناک باشد. زمانی که از این فناوری در اتاق‌های خبر استفاده می‌شود، نمی‌تواند هیچ تضمینی برای صحت‌سنجی یک گزارش یا خبر باشد و آمار بالای اخبار فیلتر نشده و جعلی که در رسانه‌های مختلف شاهد آن هستیم می‌تواند به دلیل استفاده از همین فناوری باشد و بسیاری از رسانه ترجیح می‌دهند به جای پرداخت‌های بالا به روزنامه‌نگاران، از همین فناوری هوش مصنوعی با قیمتی ارزان‌تر استفاده کنند که همین امر رنک خطری برای منقرض شدن این قشر از جامعه رسانه‌ای دنیاست. این درحالی است که پوشش واقعیت‌های کنونی و قریب‌الوقوع مستلزم پیش‌بینی افراد قدرتمندی است که تلاش می‌کنند گزارش‌ها را از رسیدن به اسناد و حقایق بازدارند. بنابراین برخی گزارش‌ها مستلزم استعداد و بازیابی روزنامه‌نگاری هستند. این درحالی است که این فناوری هوش مصنوعی با تقلید از انسان مجموعه‌ای از واقعیت‌ها را بازگو می‌کند که نمی‌توان آن را روزنامه‌نگاری نامید.

نام «موتور زندگی هوشمند» ایجاد کرده است که مقالاتی را براساس تاریخچه خواندن و علایق کاربر پیشنهاد می‌کند.

ادغام تجربیات تعاملی در دل گزارش

همچنین هوش مصنوعی اشکال جدیدی از روایت‌گری و روزنامه‌نگاری همه‌جانبه را امکان‌پذیر می‌کند. فناوری‌های واقعیت مجازی و واقعیت افزوده که توسط هوش مصنوعی طراحی شده‌اند، به روزنامه‌نگاران اجازه می‌دهند تا تجربیات تعاملی و همه‌جانبه‌ای ایجاد کنند که مخاطبان را به دل گزارش منتقل می‌کند. به‌عنوان مثال، سایت بی‌بی‌سی، گزارش‌نویسی تعاملی مبتنی‌بر هوش مصنوعی را آزمایش کرده است که در آن کاربران می‌توانند با انتخاب در طول گزارش، روایت گزارش را هدایت کنند.

خبری چالش‌برانگیز شده است. ابزارهای مبتنی‌بر هوش مصنوعی می‌توانند به روزنامه‌نگاران کمک کنند تا حجم عظیمی از داده‌ها را غربال کرده و منابع قابل اعتماد را به‌طور موثری شناسایی کنند. به‌عنوان مثال، استارت‌آپ تحت حمایت گوگل «جیگسaw» (Jigsaw) ابزاری به نام «اسمبلر» را توسعه داده است که از الگوریتم‌های یادگیری ماشینی برای شناسایی تصاویر دستکاری‌شده و به اصطلاح «دیپ فیک» استفاده می‌کند. همچنین پروژه مشابهی با بودجه اتحادیه اروپا موسوم به «این‌وید» (InVID) ایجاد شده است که به روزنامه‌نگاران کمک می‌کند ویدئوهای تولیدشده توسط کاربران را با تجزیه و تحلیل داده‌های ابری و ارجاع متقابل آنها به منابع دیگر، تایید کنند.

شخصی‌سازی اخبار برحسب علایق کاربر

هوش مصنوعی همچنین چگونگی شخصی‌سازی و ارائه اخبار را به مخاطبان تغییر می‌دهد. سازمان‌های خبری از الگوریتم‌های یادگیری ماشینی برای تجزیه و تحلیل رفتار و اولویت‌های کاربر استفاده کرده و به آنها اجازه می‌دهد محتوای متناسب با خوانندگان را تنظیم کنند. این رویکرد شخصی‌نه‌تنها تعامل کاربران را افزایش می‌دهد، بلکه به سازمان‌های خبری کمک می‌کند تا مخاطبان خود را بهتر درک کرده و درباره تولید و توزیع محتوا تصمیم‌گیری آگاهانه کنند. به‌عنوان مثال، نیویورک تایمز یک موتور به

می‌توان به خودکارسازی تولید محتوا اشاره کرد. سازمان‌های خبری هر روز بیش از گذشته از ابزارهای مبتنی‌بر هوش مصنوعی برای تولید مقالات خبری به‌ویژه برای گزارش‌های مبتنی‌بر داده مانند گزارش‌های مالی، خلاصه‌های ورزشی و به‌رورسانی‌های آب و هوا استفاده می‌کنند. این ابزارها می‌توانند حجم وسیعی از داده‌ها را تجزیه و تحلیل کرده و آنها را در عرض چند ثانیه به گزارش‌های منسجمی تبدیل کرده و روزنامه‌نگاران را قادر می‌سازد تا بر گزارش‌های پیچیده‌تر و تحقیقی‌تر تمرکز کنند. شرکت «اوتومیتد اینسایت» (Automated Insights)، یک شرکت تخصصی در تولید زبان‌های طبیعی، پلتفرمی را موسوم به «ووردزمیت» (Wordsmith) تولید کرده که می‌تواند هزاران مقاله خبری را در کسری از زمان تولید کند. به‌عنوان مثال، آسوشیتدپرس از سال ۲۰۱۴ با استفاده از این پلتفرم برای خودکارسازی گزارش‌های درآمدی شرکت خود استفاده کرده است.

تایید اخبار غیرمعتبر

حوزه دیگری که هوش مصنوعی توانسته در عرصه خبر تاثیرگذار باشد، جمع‌آوری و تایید اخبار است. در عصر رسانه‌های اجتماعی و روزنامه‌نگاری شهروندی، هجوم محتوای تولیدشده کاربران، تایید صحت تصاویر و اخبار، ویدئوها و اطلاعات هم برای کاربران و هم برای سازمان‌های



ندا اظهري

مترجم

ورود اینترنت به زندگی ما انسان‌ها، بسیاری از معادلات را بر هم زد. بالا رفتن سرعت و دقت در انجام بسیاری از کارها از نکات مثبت این فناوری‌های نوین و در حال ظهور به حساب می‌آیند که هر روز بر تعدادشان افزوده می‌شود. حوزه خبر و رسانه هم از آن دست حوزه‌هایی است که در سال‌های اخیر تحت تاثیر این فناوری‌ها قرار گرفته و بالاینکه بسیاری از بخش‌ها را تسهیل کرده، همین توسعه فناوری می‌تواند رنک خطری برای این حوزه به شمار رود. تکامل سریع هوش مصنوعی و فناوری‌های یادگیری ماشینی، صنایع مختلف را متحول کرده و دنیای گزارش‌های خبری نیز از این قاعده مستثنی نیست. ادغام هوش مصنوعی در روزنامه‌نگاری نه‌تنها کارایی تولید اخبار را افزایش می‌دهد، بلکه دیدگاه‌های جدیدی را در زمینه روایی و ارائه محتوا فراهم می‌کند. در ادامه به این موضوع می‌پردازیم که هوش مصنوع چگونه آینده گزارش‌های خبری را شکل می‌دهد و چگونه این صنعت را متحول خواهد کرد.

خودکارسازی تولید محتوا

از مهم‌ترین تاثیرات هوش مصنوعی بر گزارش‌های خبری

«فرهیختگان» ۵ استارت‌آپ فعال در حوزه رسانه را معرفی می‌کند

خبرها هم استارت‌آپی شدند

استارت‌آپ «افترشوت» برای کمک به عکاسان خبری

عکاسان صرفه‌جویی می‌کند. با دیجیتالی و خودکار کردن گردش کار عکاسان پس از عکاسی آنها وقت خالی برای تمرکز روی موارد واقعی پیدا می‌کنند. این نرم‌افزار استارت‌آپ افترشوت حذف عکس‌های نامناسب و انتخاب عکس‌های با کیفیت را مبتنی‌بر هوش مصنوعی انجام می‌دهد و این کار را تنها در چند دقیقه به سرانجام می‌رساند به‌طوری که بهترین عکس‌ها را انتخاب می‌کند. از دیگر قابلیت‌های این نرم‌افزار می‌توان به این مورد اشاره کرد که عکس‌های گروه‌بندی‌شده را بدون نیاز به مرور ده‌ها تصویر ناقص می‌تواند اسکن کنند. فرآیند گروه‌بندی کاملاً قابل تنظیم است و می‌توانید آن را متناسب با سبک خود تنظیم کنید.



بسیاری از عکاسان خبری در طور روز صدها یا حتی هزاران عکس می‌گیرند. انتخاب عکس‌ها به صورت تک تک برای یافتن بهترین مجموعه و حذف موارد تکراری، چشم‌پسته‌ها، تصاویر تار یا تصاویری با ترکیب‌بندی ضعیف معمولاً یکنواخت‌ترین و خسته‌کننده‌ترین وقت‌گیرترین بخش گردش کار آنها به شمار می‌رود. پس از انتخاب عکس‌های بی‌نقص، نرم‌افزار «افترشوت»، تصاویر گرفته‌شده را در عرض چند دقیقه به سبک کاربر ویرایش کرده و نیازی به هزاران تنظیم کوچک در طول فرآیند ویرایش را از بین می‌برد. استفاده از این نرم‌افزار شرکت استارت‌آپی افترشوت Aftershoot، پس از عکاسی، صدها ساعت در حذف و ویرایش پرزحمت

ارزیابی اخبار معتبر برای کاربران با استارت‌آپ «اسمارت نیوز»

با کیفیت را از طریق الگوریتم‌های پیشرفته و رابط‌های کاربری ساده برای کاربران خود ارائه دهد. الگوریتم‌های این شرکت میلیون‌ها مقاله، نشانه و تعاملات انسانی را ارزیابی می‌کند تا ۱۰ درصد از موضوعات با اهمیت بالاتری را ارائه دهند. این استارت‌آپ از روزنامه‌نگاری با کیفیت حمایت می‌کند و با به اشتراک گذاشتن ترافیک و درآمد به همه نویسندگان محتوایی احترام می‌گذارد. اپلیکیشنی که این استارت‌آپ به کار می‌گیرد، باعث می‌شود کاربران زمان کم‌تری را صرف جست‌وجوی اخبار کرده و به جای آن زمان بیشتری را به خواندن اخبار اختصاصی دهند. بیش از ۵۰ میلیون نفر در دنیا این نرم‌افزار را نصب کرده‌اند. ۱۴ هزار ناشر مورداعتماد هم در این نرم‌افزار حضور دارند و براساس ارزیابی‌هایی که صورت می‌گیرد، معتبرترین اخبار با موضوعات مورد توجه هر کاربر برای او نمایش داده می‌شود.



استارت‌آپ «اسمارت نیوز» (SmartNews) یک استارت‌آپ خبری ژاپنی است که در سال ۲۰۱۲ راه‌اندازی شد و از فناوری برای ارائه مقالات مهم و تاثیرگذار برای خوانندگان خود استفاده می‌کند. اپلیکیشن این استارت‌آپ که مورد استقبال ژاپنی‌ها و سایر کشورها قرار گرفته، در سال ۲۰۲۰، هر ماه تعداد کاربرانش دو برابر شد. علاوه‌براین، این استارت‌آپ مبلغ قابل توجهی بیش از ۴۰۰ میلیون دلار را نسبت به ۲۳۰ میلیون دلار در سپتامبر ۲۰۲۰ به دست آورده است. با این میزان سرمایه گذاری، مدیریت این استارت‌آپ به گسترش آن در بازار آمریکا هم چشم دوخته است. حجم اخبار و اطلاعاتی که هر کدام از ما در طول روز با آن مواجه هستیم آنقدر زیاد است که خواندن همه آنها غیرممکن بوده و یافتن خبرهای قابل اعتماد در میان این حجم بالا دشوار است. در این دوران پر بار اطلاعاتی، استارت‌آپ «اسمارت نیوز» تلاش می‌کند تا اطلاعات

ترجمه مقالات خبری دنیا به ۶ زبان در استارت‌آپ Forum.eu

می‌گیرد. از طریق این مقالات، ایسن پلتفرم قصد دارد بحث‌های روز را بدون عامل محدودکننده مانع زبان در دسترس قرار دهند تا کاربران بیشتری بتوانند از این مقالات بهره‌مند شوند. هدف این استارت‌آپ اطمینان از این مساله است که خوانندگان در سراسر دنیا به‌خوبی از آنچه در اقصی نقاط جهان رخ می‌دهد، مطلع شوند. این پلتفرم تلاش نمی‌کند صفحه رسانه‌ای را برای ناشران مختل کند، بلکه با قرار دادن کار آنها در کانون توجه، آن را تحسین می‌کند. از معروف‌ترین ناشرانی که مقالات خود را برای ترجمه در اختیار این پلتفرم قرار می‌دهند می‌توان به تلگراف، ال موندو، نیویورک تایمز و... اشاره کرد.



درحالی که اروپا قاره‌ای با تاریخچه غنی برای همکاری با یکدیگر به‌شمار می‌رود. در این میان تنها چیزی که کشورهای این منطقه را از هم جدا می‌کند، زبان است. این استارت‌آپ آلمانی که در برلین قرار گرفته، این مشکل را به شیوه‌ای فوق‌العاده حل کرده است. هر روزه، استارت‌آپ «فورم.ای‌یو» (Forum.eu) حداکثر ۷ مقاله خاص انتخاب‌شده از شبکه‌ای از شرکای انتشاراتی را به خوانندگان خود ارائه می‌دهد که در دستور کار خبری روز اروپا قرار دارند. سپس این مقالات توسط این تیم استارت‌آپی به ۶ زبان انگلیسی، فرانسوی، آلمانی، یونانی، لهستانی و اسپانیایی که بیشتر در دست انتشار هستند، ترجمه شده و در دسترس مشترکان قرار

تبدیل روزنامه‌نگاران به تاثیرگذاران رسانه‌های اجتماعی با استارت‌آپ «پوک نیوز»

چند روزنامه‌نگار معروف را برای تمرکز بر مراکز قدرت آمریکا در امور مالی، فناوری، رسانه، سیاست و سرگرمی استخدام کرده‌است. این استارت‌آپ اخبار داخلی مهم‌ترین مراکز آمریکا را مانند دال استریت، سلیکون‌ولی، واشگتن‌دی‌سی و هالیوود را منتشر می‌کند. روزنامه‌نگاران یکی از اصلی‌ترین تاثیرگذاران جامعه آمریکا هستند. مفهوم «برندهای شخصی» در روزنامه‌نگاری کمی غریبه است اما استارت‌آپ «پوک» از شهرت روزنامه‌نگاران برای کسب درآمد آنها استفاده می‌کند. امروزه گروه‌های روزنامه‌نگار، گزینه‌های بیشتری برای تولید محتوا در اختیار دارند که می‌تواند بخشی از برند سازمانی باشند. همه‌چیز به میزان تحمل ریسک و تمایل هر فرد به استقلال آنها مربوط می‌شود.



استارت‌آپ «پوک نیوز» (PuckNews) از سوی کهنه کاران صنعت رسانه‌ای نیویورک در سال ۲۰۲۱ راه‌اندازی شده و دارای پیچشی مدرن در ایده روزنامه‌نگاری است. این استارت‌آپ در قالب پلتفرم «پوک»، روزنامه‌نگاران را دور هم جمع کرده و با ایجاد رویکردی جامع به رسانه‌ها، آنها را به تاثیرگذاران رسانه‌های اجتماعی تبدیل می‌کند. درحالی که سایر شرکت‌های خبری بر تولید محتوا برای مقالات تمرکز می‌کنند، این استارت‌آپ، مقالات این گروه از روزنامه‌نگاران را به تماس‌های زوم، رویدادهای زنده، پادکست و موارد دیگر تبدیل می‌کنند. بودجه این استارت‌آپ ۷ میلیون دلار برآورد شده است. این برند رسانه‌ای که کمتر از دوسال از عمر آن می‌گذرد، با در نظر گرفتن پیوستگی برند نهادی-فردی شکل گرفته است. این استارت‌آپ



پادکست‌ها را به دوزبان ویتنامی و انگلیسی تولید می‌کند. این شرکت با پشتیبانی دفتر تحریریه در سراسر ویتنام و مشارکت نویسندگان در ده‌ها شهر، به مقصد برجسته‌ای برای پوشش هوشمند و مداوم در حوزه‌های تجارت، فرهنگ، اخبار و سبک زندگی ایجاد شده‌ای ویتنامی‌ها توسط مردم ویتنامی تبدیل شده است. پایه‌های این شرکت از زمانی آغاز شد که موسسان آن، پتانسیل رسانه‌های دیجیتال را در ویتنام تشخیص دادند. در عصری که رسانه‌های چاپی رسانه غالب برای انتشار اخبار و اطلاعات بودند، آنها قدرت دگرگون‌کننده پلتفرم‌های دیجیتال و نیاز به بهره‌برداری از جمعیت نوظهور فناوری این کشور را پیش‌بینی کردند. محتوای

به مخاطبان گسترده استفاده می‌کند، از اصول روزنامه‌نگاری اخلاقی و گزارش مبتنی‌بر واقعیت نیز حمایت می‌کند. تیم روزنامه‌نگاران ماهر و تولیدکنندگان محتوا از استانداردهای بالای صداقت و حرفه‌ای بودن این پلتفرم پیروی می‌کنند و اطمینان می‌دهد که خوانندگان می‌توانند به اطلاعات ارائه‌شده توسط این شرکت اعتماد کنند. همچنین این شرکت به‌عنوان یک پلتفرم رسانه‌ای آینده‌نگر، از قدرت تجزیه و تحلیل داده‌ها برای درک بهتر مخاطبان خود استفاده می‌کند. این شرکت با بینش مبتنی‌بر داده، محتوای خود را متناسب با اولویت‌ها و علایق خوانندگان خود تنظیم می‌کند. این رویکرد مبتنی‌بر داده به پلتفرم اجازه می‌دهد با الگوهای مصرف رسانه‌ای درحال تغییر مخاطبان خود سازگار شود.