

Ứng dụng AI trong sáng tạo nội dung báo chí

05:26 18/06/2023

Tác giả: Đang cập nhật

Cuộc cách mạng công nghệ 4.0 với sự lên ngôi của các hệ thống thông minh, trong đó có trí tuệ nhân tạo đang mang đến những cơ hội và thách thức đối với hoạt động sáng tạo nội dung báo chí và truyền thông. Khoa học công nghệ không chỉ tác động đến cách thức báo chí, truyền thông truyền đi thông điệp của mình, chi phối, tác động đến cách thức và hiệu quả tiếp cận của công chúng, mà còn tác động sâu sắc đến chất lượng thông tin.

A.I - cơ hội và thách thức đối với báo chí

A.I (Artificial Intelligence) là trí tuệ do con người lập trình tạo nên với mục đích thực hiện các hành vi tự động hóa bắt chước trí thông minh của con người. Ban đầu, A.I được ứng dụng để xử lý những công việc mang tính lặp đi lặp lại, tốn nhiều thời gian của con người, ví dụ như kiểm soát nội dung tự động, New York Times sử dụng Jigsaw quản trị mục Bình luận với khoảng 11.000 bình luận mỗi ngày thay cho trước đó 14 nhân viên phải duyệt tay; USA Today sử dụng Wibbitz để làm ra những video tóm tắt nội dung. A.I dần đã được phát triển để hỗ trợ cho con người trong nhiều công việc đa dạng.

Về cơ hội: A.I có thể làm thay nhà báo các công đoạn như: phân tích văn bản tự động, dịch văn bản, biên tập lỗi chính tả, ngữ pháp, định dạng văn bản, xử lý ngôn ngữ tự nhiên để viết một số nội dung đơn giản, tóm tắt nội dung, ... Công nghệ *Speech to text* giúp chuyển lời nói thành văn bản, bóc băng phỏng vấn, tự động thêm phụ đề vào video, công nghệ *Text to speech* giúp chuyển văn bản thành giọng nói, làm phát thanh viên ảo, sử dụng NLP cho phép tự động sửa lỗi chính tả trong văn bản.

Nhà báo cũng sử dụng được A.I trong một số công việc thống kê, dàn dựng, mà nếu nhà báo tự làm sẽ mất nhiều thời gian, công sức. Những thuật toán của phần mềm cho phép A.I xử lý số liệu nhanh và hiệu quả, từ đó giúp nhà báo có thêm tư liệu, công cụ để sáng tạo nội dung. Sự giải phóng nhà báo khỏi những công việc có tính chất tuần tự, lặp đi lặp lại giúp họ có thể thực hiện công việc nhanh hơn, năng suất cao hơn, và đặc biệt là tập trung hơn vào sáng tạo “nội dung gốc”.

Đặc biệt, trong công việc sáng tạo nội dung, A.I có thể hỗ trợ nhà báo trong một số công việc có

tính chuyên môn như làm video, đồ họa, thu thập, phân tích dữ liệu, gợi ý cách viết để tham khảo, gợi ý cách đặt tiêu đề... Có thể nói, A.I trở thành một trợ thủ đắc lực cho các nhà báo trong việc trực quan hóa dữ liệu, phân tích hình ảnh, tự động viết các nội dung, tạo tin bài từ dữ liệu có sẵn. Và với khả năng của máy móc, A.I có thể tập hợp dữ liệu lớn từ rất nhiều nguồn khác nhau, mang đến cách tiếp cận rộng, đa chiều.

Trên thế giới, hãng tin Bloomberg ứng dụng Cyborg trong việc phân tích các bản tin tài chính và cập nhật tin tức thời sự, sử dụng dữ liệu và số liệu do con người cung cấp. Washington Post cũng là một trong những tờ báo đầu tiên của nước Mỹ áp dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo tự phát triển, có tên Heliograf, đã giúp Ban biên tập đưa tin về kỳ bầu cử Quốc hội Mỹ và Thế vận hội Olympic 2016 nhanh chóng. A.I ngày càng được ứng dụng để đa dạng hóa nội dung và đem lại tính thời sự cao.

Tuy nhiên, A.I chỉ xử lý trên tư liệu con người cung cấp cho nó, mà không thể là người đầu tiên đưa ra các nội dung thông tin, công việc này thuộc về nhà báo - người nhận diện, sáng tạo, phản ánh thông tin từ các sự kiện, vấn đề của đời sống. A.I còn là công cụ giúp nhận dạng, phát hiện tin giả, hình ảnh giả. Điều này có ý nghĩa quan trọng đối với nhà báo để tăng cường phát hiện và đấu tranh với tin giả, tin xấu độc trên mạng xã hội. Trong bối cảnh công chúng đối mặt với tình trạng thông tin thật - giả, tốt - xấu lẫn lộn, họ tìm đến báo chí vì tính chính thống và tin cậy.

Về thách thức: Vừa qua, lãnh đạo tập đoàn truyền thông Axel Springer của Đức đề cập sự phát triển vũ bão của AI hiện nay “Trí tuệ nhân tạo đang khiến nghề báo nói chung và các nhà báo nói riêng trở nên khó tồn tại”. [1] Tương tự, nhiều người đã cho rằng A.I có thể thay thế nhà báo và nghề nhà báo có thể biến mất.

A.I có thể thay thế nhà báo hay không? Lịch sử cho thấy những công nghệ mới khi ra đời thường khiến con người lo lắng và dự đoán sự biến mất của những ngành nghề, lĩnh vực nhất định. Tuy nhiên, nếu hình dung một đời sống không có báo chí cung cấp thông tin, con người tiếp nhận nội dung được sản xuất tự động, có thể thấy ngay sự máy móc, vô cảm, thiếu tính nhân văn cùng với những hệ lụy xã hội nguy hiểm. Sự có mặt của báo chí không chỉ là trục chính của dòng chảy thông tin mà còn là lực lượng thực hiện những nhiệm vụ chính trị - xã hội thiết yếu.

Theo State of Digital Publishing, có 3 điểm nhấn chính khi tiếp cận AI trong lĩnh vực báo chí: “*Thứ nhất*, AI sẽ không thay thế các nhà báo, nhưng nó có thể giúp các tổ chức báo chí tăng cường hoạt động kinh doanh. *Thứ hai*, đầu tư vào AI không có nghĩa là con người sẽ ít việc làm đi. *Thứ ba*, các khoản đầu tư tối thiểu vào AI vẫn có thể đem về lợi nhuận cho các tổ chức báo chí.[2]”

Để sử dụng A.I tốt, phục vụ hiệu quả cho công việc thì nhà báo phải ý thức rèn luyện về năng lực và trách nhiệm, về tâm và tầm. Khi sử dụng A.I trong hoạt động sáng tạo nội dung, nhà báo vẫn là người chịu trách nhiệm xã hội cho mọi sản phẩm thông tin được đăng tải. Năng lực của nhà báo, hiểu biết của nhà báo nhìn chung phải vượt trên A.I thì mới sử dụng hiệu quả, không bị A.I dẫn dắt, chi phối hay trở nên phụ thuộc vào A.I. Nhà báo phải luôn nhạy cảm chính trị, quan tâm đến tính nhân văn, tính phù hợp với văn hóa ... của thông tin. Dù công nghệ phát triển đến đâu, vấn đề cốt lõi vẫn là con người – nhà báo với các nhiệm vụ gìn giữ, đảm bảo, thực hiện những tiêu chuẩn của báo chí là sự chính xác, tính công bằng và tính nhân văn. Vì vậy, đạo đức của người làm báo trong bối cảnh A.I phát triển càng trở nên quan trọng.

Khi A.I trở nên lợi hại cũng là lúc đặc biệt quan tâm, chủ động trước nguy cơ kẻ xấu, thế lực thù địch sử dụng A.I để phát tán tin độc hại, tin giả. Từ góc nhìn an ninh truyền thông, điều này cho thấy sự tiềm ẩn nguy cơ về thông tin sai lệch, xuyên tạc, tin giả. Một khi trí tuệ nhân tạo được áp dụng trong lĩnh vực thông tin, công nghệ có thể giúp làm giả giọng nói, hình ảnh, tạo dựng những câu chuyện, phát ngôn giả mà như thật để đánh lừa công chúng, đặc biệt trên không gian mạng xã hội. Những đối tượng có mục đích xấu lợi dụng vai trò, uy tín của báo chí để làm giả các thông tin, đánh lừa công chúng đó là thông tin báo chí cung cấp, phản ánh. Đặc biệt, những thế lực thù địch lợi dụng tin giả để chống phá Đảng và Nhà nước ta, gây chia rẽ, mất đoàn kết, gây hoang mang và mất lòng tin. Sự phát triển của tin giả sẽ càng trở nên tinh vi, phức tạp, và vì vậy, cùng với việc nâng cao cảnh giác, các phương pháp nhận diện, đối phó, xử lý nạn tin giả càng phải được chú trọng đầu tư công nghệ thông minh và xử lý bài bản. Năng lực quản lý xã hội và quản lý cơ quan báo chí cần được nâng lên để thích ứng với biến đổi.

Quản trị sáng tạo nội dung báo chí trong bối cảnh A.I phát triển

Một là, về nhận thức, thái độ. Đội ngũ những người quản trị cơ quan báo chí cần nhận thức đầy đủ về sức mạnh và sự phát triển của A.I, về tính tất yếu của xu hướng ứng dụng A.I trong các hoạt động, trong đó có báo chí. Và như vậy, vấn đề đặt ra không phải là cấm, không phải là sử dụng cho có, hay để không bị lạc hậu. Vấn đề là sử dụng một cách chủ động, nắm bắt sức mạnh của A.I, biến nó công cụ đắc lực, phục vụ hiệu quả cho quy trình sáng tạo trong cơ quan báo chí. Từ nhận

thức, những người đứng đầu định hướng, xác lập cách ứng xử cho cả tập thể, hệ thống.

Hai là, tổ chức ứng dụng A.I. Cơ quan báo chí cần đầu tư năng lực công nghệ, tăng cường hợp tác về công nghệ số để có bộ dữ liệu chuẩn, tăng cường năng lực dự báo và đào tạo công nghệ cho các nhà báo, tạo điều kiện cho nhà báo học tập, thử nghiệm, vận dụng vào sáng tạo nội dung để tạo ra những sản phẩm báo chí sinh động, phong phú thông tin. Đồng thời, cần giám sát, kiểm tra, nhận diện ngay những biểu hiện nhà báo lạm dụng A.I hoặc sử dụng A.I sai mục đích. Vận dụng, sử dụng những tính năng của A.I là nhằm tạo ra các nội dung, sản phẩm phù hợp tính chất nghề nghiệp. Nguyên tắc nhà báo chịu trách nhiệm phải được đề cao và thông hiểu.

Ba là, đầu tư thiết bị, hạ tầng an ninh mạng, chú ý đến ý thức, trách nhiệm của mỗi cá nhân trong việc đảm bảo an toàn thông tin cho chính mình và rộng hơn cho cơ quan báo chí mình và quốc gia mình. Điều đó cũng có nghĩa là khi chúng ta sử dụng một công cụ lợi hại để giúp công việc của chúng ta thuận tiện, nhanh chóng, năng suất cao hơn cũng là khi chúng ta phải dành sự tập trung, đầu tư cho việc sử dụng nó có trách nhiệm. Điều đó cũng có nghĩa là trình độ quản trị cơ quan báo chí cần được nâng lên bởi nếu trình độ quản trị nội dung của tòa soạn không theo kịp sự phát triển của công nghệ thì những hệ quả của việc sử dụng A.I như sử dụng dữ liệu giả, mắc bẫy tin giả rất dễ xảy ra.

Bốn là, tập trung vào chất lượng nội dung bám sát các giá trị của báo chí trong phản ánh thực tiễn, thể hiện định hướng chính trị, đảm bảo tính chính xác, nhân văn. Báo chí không thể thay thế khi nó là chính nó và thực hiện tốt vai trò của nó. Cho dù A.I phát triển ở phiên bản tinh vi, hiện đại nào đi nữa thì cũng không phần mềm nào có thể thay thế được trái tim, khối óc của con người - nhà báo với sự mẫn cảm chính trị và trách nhiệm xã hội to lớn.

Tóm lại, các sự kiện, vấn đề với muôn vàn tình tiết, những biểu hiện tinh vi, nhạy cảm trong đó, các chiều cạnh tác động của nó đến con người, đời sống cần đến trí óc và trái tim của người làm báo để thông tin, để thực sự là sản phẩm tinh thần bổ ích. Ko chỉ dừng lại ở thống kê, trình bày hiện trạng, sản phẩm báo chí mang mục đích chính trị - xã hội, mang giá trị nhân văn, vì con người. Nhấn mạnh những giá trị này, cũng là nhấn mạnh năng lực và trách nhiệm xã hội của nhà báo./.

PGS,TS Đinh Thị Thu Hằng

Trưởng Khoa Phát thanh – Truyền hình

Tài liệu tham khảo:

[1] <https://www.vietnamplus.vn/ai-dang-dat-ra-thach-thuc-lon-doi-voi-bao-chi-truyen-thong/848660.vnp>

[2] <https://ictvietnam.vn/9-vai-tro-cua-ai-trong-nganh-bao-chi-truyen-thong-25680.html>

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/ung-dung-ai-trong-sang-tao-noi-dung-bao-chi>