



صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

معاونت سیاسی

اداره پژوهش های سیاسی

**روزنامه نگاری خودکار – برنامه های کاربردی هوش مصنوعی در نیویورک تایمز،
رویترز و سایر غول های رسانه ای**



فرآورده های خبری و تولیدات پژوهشی در بخش های زیر قابل دسترس است:

– وب سایت خبرگزاری صداوسیما (سرویس پژوهش) <http://www.iribnews.ir>

پژوهشگر: نیک ملکی

2	<input type="checkbox"/> مقدمه
3	<input type="checkbox"/> مرور کلی نتایج و یافته های روزنامه نگاری خودکار
5	<input type="checkbox"/> نیویورک تایمز – کاوش معنایی، بایش دیدگاه
6	<input type="checkbox"/> آزمایشگاه اخبار بی بی سی – کاوش معنایی
6	<input type="checkbox"/> رویترز – تجسم داده (تصویری کردن اطلاعات)
7	<input type="checkbox"/> واشنگتن پست – روزنامه نگاری خودکار
8	<input type="checkbox"/> یاهو! رشته های ورزشی – روزنامه نگاری خودکار
9	<input type="checkbox"/> آسوشیتد پرس – کاوش معنایی، هوش مصنوعی برای تجزیه و تحلیل، روزنامه نگاری خودکار
10	<input type="checkbox"/> اخبار دیجیتال کوارتز – رابط های رسانه ای Chatbot
11	<input type="checkbox"/> روزنامه گاردین – رابط های رسانه ای چت بات
12	<input type="checkbox"/> نتیجه گیری دیدگاه ها در مورد کاربرد های هوش مصنوعی در روزنامه نگاری

هوش مصنوعی در رسانه‌های خبری به شیوه‌های نوینی برای سرعت بخشیدن به تحقیق مبتنی بر داده‌های انباشتی (Big data) و ارجاعات و فراتر از آن استفاده می‌شود. در این مقاله با هدف پاسخ‌گویی به سه سوالی که مخاطبان صنعت کسب و کار و رسانه با آن مواجهند به نمونه‌هایی از کاربرد هوش مصنوعی در اتاق خبر اشاره می‌شود:

1) چه وظایف و کارکردهای جدیدی برای روزنامه‌نگاری بوسیله هوش مصنوعی امکان‌پذیر است؟

2) کدام برنامه‌های کاربردی هوش مصنوعی در تقویت فرآیندهای روزنامه‌نگاری ایفای نقش دارند و واقعا جایگزین روزنامه‌نگاران هستند؟

3) چگونه اتاق‌های خبر از برنامه هوش مصنوعی برای بهبود کیفیت رسانه‌های خبری استفاده می‌کنند و تأثیر آنها بر آینده روزنامه‌نگاری چگونه خواهد بود؟

نمونه‌های که در ادامه اشاره می‌شود ضمن کمک به مشخص شدن روند امتداد استفاده از هوش مصنوعی در روزنامه‌نگاری، فرصت‌های پیشرو و قابل دسترس و نیز از طریق برنامه‌ی هوش مصنوعی روشن می‌کند. با استفاده از مثال‌های هوش مصنوعی از هشت انتشاراتی معتبر (از جمله نیویورک تایمز و واشنگتن پست)، در این مقاله، تصویری از نحوه تغییر روزنامه‌نگاری را ترسیم می‌شود، امیدواریم این تصویر سازی به تغییرات پنج سال آینده‌ی روزنامه‌نگاری کمک کند. (و اینکه احتمالا چگونه سازمان‌های رسانه‌ای و خبری باید سازگار شوند). قبل از بررسی برنامه‌های کاربردی در هر رسانه خاص، نخست به یک سطح بالا به یافته‌های تحقیقی مرتبط با این موضوع شروع می‌کنیم. مقاله حاضر به قلم کورینا آندروود در 31 ژانویه 2019 نوشته شده است.

<https://emerj.com/ai-sector-overviews/automated-journalism-applications>

□ مرور کلی نتایج و یافته‌های روزنامه نگاری خودکار

هوش مصنوعی جایگاه اتاق خبر را در موارد زیر ارتقا می دهد:

1) ساده سازی جریان‌های رسانه‌ای: هوش مصنوعی روزنامه نگاران را قادر می سازد تا بر روی آنچه که آنها بهترین کار را انجام می دهند، تمرکز کنند: گزارش هایی که توسط [BBC's Juicer](#)¹ نشان داده شده است. در حال حاضر **BBC Juicer** حدود 850 فید RSS را از رسانه های بین المللی، ملی و محلی نظارت می کند.



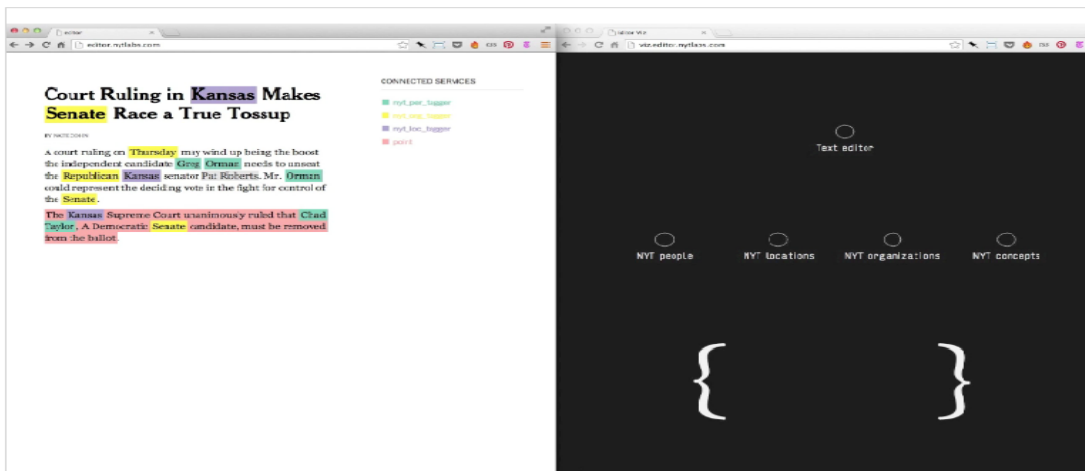
2) خود کار سازی وظایف روزانه: برنامه‌ای مانند **Reuter's News Tracer** می تواند اخبار فوری

را ردیابی و پیگیری کند. (<https://www.reuterscommunity.com>)

¹¹ **Juicer** (استعاره از دستگاه آبمیوه گیری) رابط برنامه نویسی کاربردی (**API/Application programming interface**) اطلاعات را جمع آوری و محتوای را استخراج می کند. مقالات را از بی بی سی و سایر سایت های خبری می گیرد، آنها را به صورت خود کار تجزیه می کند و آنها را با اشخاص **DBpedia** مرتبط می کند. اشخاص به چهار دسته تقسیم می شوند: افراد، مکان ها، سازمان ها و چیزها (همه چیزهایی که در سه مورد اول قرار نمی گیرند). بی بی سی **Juicer** یک کانال یا خط تجمیع اخبار است. مطالب را دریافت و بهترین آنها را استخراج می کند - خوب، درست مانند دستگاه آبمیوه گیری. کانال **Juicer** بی بی سی ضمن رصد از طریق RSS جمع آوری اطلاعات و اخبار و عناوین مهم خبری را از سایت های مختلف فراهم می کند. هنگامی که یک مقاله جدید در یکی از این RSS ها منتشر می شود، **BBC Juicer** آن را در قالب مقاله خبری اسکراب میکند (جدا کردن)، متن خام و فراداده (به عنوان مثال تاریخ، زمان، عنوان، منبع خبری ...) در مرحله بعدی **BBC Juicer** ضمن شناسایی و تگ کردن مفاهیم ذکر شده در متن مقاله آنها را قابل جستجو می کند که اصولاً برای تحلیل روند مفید است. رابط برنامه نویسی کاربردی (**API Juicer**) به کاربران اجازه می دهد تا بازنمایی های **JSON** (معادل اختصاری عبارت **JavaScript Object Notation** به معنی «نماد گذاری اشیاء در جاوا اسکریپت» است. جیسون یک قالب استاندارد باز است که امکان تبادل داده ها در وب با استفاده از جفت های خصوصیت-کلید را ممکن ساخته است) از مقالات خبری را باز یابی کنند.

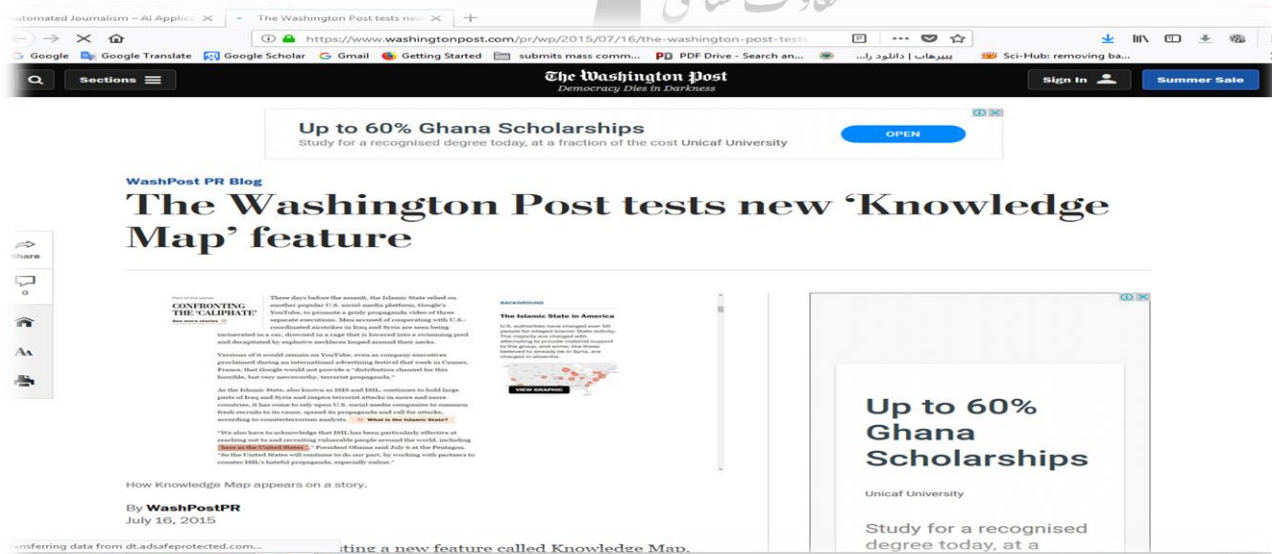
3) تجزیه و تحلیل اطلاعات بیشتر: تحقیق می تواند بسیار سریع تر انجام شود، این موضوع توسط نرم افزار ویرایشگر آزمایشگاه تحقیق و توسعه نیویورک تایمز نشان داده شده است.

EDITOR (2015)



<http://nytlabs.com/projects/editor.html>

4) پرداختن به دیدگاه های رسانه ای: اطلاعات مرتبط می تواند به سرعت و کارآمد همبسته شود مانند نقشه دانش واشنگتن پست.



https://www.washingtonpost.com/pr/wp/16/07/2015/the-washington-post-tests-new-knowledge-map-feature/?utm_term=.38c013d5ced7

5) حذف اخبار جعلی: بررسی واقعی سریع و قابل اطمینان است. فیس بوک از هوش مصنوعی برای شناسایی الگوهای واژه استفاده می کند که احتمالاً یک رویداد خبری جعلی را نشان دهد.

<https://www.clickatell.com/articles/digital-marketing/facebook-using-ai-remove-fake-news>

6) تولید برون داد: ماشین ها می توانند گزارش ها و رویدادهایی را از داده های خام جمع آوری کنند مانند روایت علمی¹ پلتفرم Quill، که اطلاعات را به رویدادهای هوشمند تبدیل می کنند.

1. Narrative Science

در ادامه بطور مختصر هفت موارد از کاربرد هوش مصنوعی در رسانه های خبری مهم اشاره می شود. هر نمونه، بینش خود را در مورد نحوه استفاده از تکنولوژی هوش مصنوعی و مزایای آن را نسبت به اتاق خبر ارائه می دهد.

□ نیویورک تایمز - کاوش معنایی، پایش دیدگاه (رصد کامنت)

در سال 2015، نیویورک تایمز پروژه تجربی هوش مصنوعی خود را عملیاتی کرد که به عنوان ویرایشگر شناخته شد. هدف از این پروژه، ساده سازی فرآیندهای روزنامه نگاری بود. هنگام نوشتن یک مقاله، یک روزنامه نگار می تواند از هشتگ ها برای برجسته کردن عبارت، عنوان یا نکات و گزاره های اصلی متن استفاده کند.

با گذشت زمان، رایانه فرامی گیرد این هشتگ های معنایی را شناسایی کند و بخش های برجسته و مهم از مقاله را یاد بگیرد. با جستجوی داده ها در زمان واقعی و استخراج اطلاعات مبتنی بر مقوله های درخواست شده، مانند رویدادها، افراد، محل و تاریخ، ویرایشگر می تواند اطلاعات را بیشتر در دسترس، ساده سازی فرایند تحقیق و ارائه سریع و دقت بررسی واقعی یا عبارتی راستی آزمایی را فراهم کند.

نیویورک تایمز همچنین با استفاده از هوش مصنوعی با اتخاذ رویکرد منحصر به فرد به دیدگاه های مخاطبان، ضمن تشویق به بحث سازنده و حذف خشونت بیان شده در محتوا دیدگاه های مخاطبان و سوء استفاده از این مطالب را تعدیل و مدیریت می کند. این بخش به مثابه مرکزی که اغلب به عنوان یک مجموعه متمرکز مانند بخش نظرسنجی تایمز شناخته می شود که در حال حاضر توسط 14 نفر که مسولیت بررسی دستی روزانه 11 هزار کامنت یا دیدگاه مخاطبان را بررسی، کنترل و عبارتی مدیریت می کنند. اینچنین فرآیندهای حساس و فشرده کاری صرفا به 10 درصد کامنت ها و دیدگاه های مطرح شده به همه مقالات تایمز محدود می شود.

با این حال، تایمز اکنون از هوش مصنوعی به عنوان یک راه حل آزمایش می کند که می تواند دیدگاه ها، نظرات و انتقادات را تغییر دهد و همچنین ویژگی دیدگاه های انعکاس یافته را به مقالات بیشتر گسترش دهد. امیدواریم این شیوه صرفه جویی هزینه ها را برای NYT و گفتگوی جذاب تر را برای مخاطبان آن فراهم کند. چشم انداز رابط برنامه نویسی کاربردی (API² Perspective¹) به عنوان ابزاری که توسط Jigsaw (بخشی از الفبای شرکت مادر گوگل)، توسعه یافته است، دیدگاه های سازنده را به صورت تعاملی سازماندهی می کند تا مخاطبان بتوانند به سرعت متوجه شود که کدام یک از آنها (دیدگاه ها) "منفی" است و و کدامیک از دیدگاه ها احتمالا شفاف تر

¹ . API یک رابط برنامه نویسی کاربردی است که باعث میزبانی گفتگوهای بهتر می شود. API از مدل های یادگیری ماشین برای به دست آوردن تاثیر درک شده در مورد یک دیدگاه یا نظرات این امتیاز استفاده می کند که می تواند پیرامون آن گفتگو داشته باشد. توسعه دهندگان و ناشران می توانند از این امتیاز استفاده کنند تا بازخورد را در زمان واقعی دریافت کنند را به مفسران و مدیران کمک کنند و به مخاطبان اجازه می دهد به راحتی اطلاعات مربوطه را پیدا کنند، همانطور که در دو آزمایش زیر نشان داده شده است. اولین مدل ما شناسایی می کند که آیا یک نظر می تواند به عنوان "نظر یا دیدگاه منفی" به بحث درک شود. (https://www.perspectiveapi.com/#/home)0

² . Application programming interface

است و به عبارتی مبهم نیست. مخاطبان می توانند نظرات را با کشیدن یک نوار در بالای صفحه از چپ به راست مطالعه کنند. نوار نزدیکتر به سمت راست، نظرات منفی می شوند. این یک روش عالی برای کاربران برای خواندن و تعامل با نظراتی است که آنها علاقه مند هستند در حالی که از تهاجم بیشتر به آنها اجتناب می کنند. ابزار صفحه چشم انداز رابط برنامه نویسی کاربردی بر روی صفحه نمایش چشم انداز این رسانه به کاربران امکان می دهد تا نظرات رسانه ای را بر اساس احساسات جستجو کنند.

□ آزمایشگاه اخبار بی بی سی - کاوش معنایی

بی بی سی مخزنی از گستره وسیع داده ها، شامل اخبار روزانه، گزارش های خبری، و ویدئو، که بدون اشاره به آرشیو هاست. در درجه بعد اطلاعاتی از سایر منابع خبری، منابع دولتی و اینترنت نیز وجود دارد. چه خوب بود اگر راهی برای مرتبط کردن همه این داده ها با هم وجود داشته باشد تا بتوان آن را بیشتر در دسترس و در عین حال معنی دار کرد. از سال 2012، آزمایشگاه های BBC News از این ابزار برای استخراج اطلاعات استفاده کرده اند.

این ماشین تقریباً 850 فید RSS (تغذیه و بروز رسانی خبری) عناوین خبرگزاری های جهانی را پایش می کند و مقالات خبری را از بی بی سی و منابع دیگر ترکیب و استخراج می کند. سپس هشتگ ها یا برچسب های معنایی را به رویدادهای خبری اختصاص و سازماندهی می کند و آنها را به یکی از این چهار دسته تقسیم می کند: سازمان ها، مکان ها، افراد و چیزها. بنابراین اگر یک روزنامه نگار به دنبال آخرین رویدادهای خبری رئیس جمهور ترامپ یا مقالات مرتبط با شرکت های بخش هوش مصنوعی باشد، Juicer به سرعت وب را جستجو می کند و لیستی از مطالب مرتبط را ارائه می دهد. آیلن کالینز (Iain Collins) از بی بی سی در مورد این فناوری:

در آینده ای نه چندان دور، Juicer می تواند برای افزایش تجربه کاربر با ایجاد پاپ باکس حقایق اخبار، (pop-up news facts) زمانی که مخاطبان بر روی کلمات خاص حرکت می کنند، استفاده شود. آزمایشگاه بی بی سی نیز با اضافه کردن این قابلیت به محتوای ویدئو با پوشاندن حقایق در قسمت های مختلف یک تصویر یا شات این موضوع را تجربه می کند.

□ رویترز - تجسم داده (تصویری کردن اطلاعات)

از سال 2016، رویترز با شرکت فن آوری معنایی گرافیک Graphiq همکاری می کند تا برای ناشران خبر گستره وسیعی از تصاویر تجسم داده های تعاملی رایگان در قالب طیف وسیعی از موضوعات، از جمله سرگرمی، ورزش و اخبار، به اشتراک گذارد. ناشران می توانند از طریق Reuters Open Media Express دسترسی داشته باشند. هنگامی که در وب سایت ناشران جاسازی شد، تجسم داده ها در زمان واقعی به روز می شود.

این شیوه یک نوآوری برای ناشران رسانه های خبری است تا مخاطبان را جذب کند و رویدادهایی خبری مبتنی بر اطلاعات رافراهم کند که مهیج و محرک بصری و آسان برای فهمیدن هستند. از آنجا که الگوریتم های Graphiq

به طور مداوم تولید و به روز رسانی می شوند، ابزار دسترسی سریع به داده ها را فراهم می کند. در حالی که تمام داده ها نیازمند هوش مصنوعی برای نمایش و نمایش داده شدن نیستند، ابزارهایی مانند Graphiq به ناشران اجازه می دهد اطلاعات بسیار غنی و متصل شده را نمایش دهند تا از نمودار یا جدول ساده ای برخوردار شوند.

تجسم داده یک روش کارآمد برای ارائه خوانندگان با اطلاعات پیچیده در فرمت سریع به خواندن و آسان برای درک است. و سعت اطلاعات می تواند به عنوان "قیمت سهام اپل" به "محبوبیت رئیس جمهور ترامپ" به "تجزیه و تحلیل پیش بینی برای بازیابی"، همه با یک کلیک یک دکمه متفاوت است.

□ واشنگتن پست – روزنامه نگاری خودکار

واشنگتن پست با استفاده از نرم افزار هوشمند Heliograf برای نوشتن خودکار اخبار آزمایش شده است (گاهی اوقات به عنوان "روزنامه نگاری ربات" یا به سادگی "روزنامه نگاری خودکار") خواننده می شود. این ربات اولین بار در تابستان سال 2016 با پوشش بازی های المپیک ریو آغاز به کار کرد. Heliograf با گردآوری رویدادهای خبری مرتبط در مورد بازی های المپیک ریو و با تجزیه و تحلیل داده ها همانگونه که در آن مقطع ظاهر شد به انتشار اخبار پرداخت.

این اطلاعات سپس با عبارات مرتبط در یک قالب رویداد مطابقت می یابد و ماشین برای خلق روایت اطلاعاتی را اضافه می کند که می تواند در کل پلتفرم های مختلف منتشر شود. این نرم افزار همچنین می تواند روزنامه نگاران را از هرگونه ناهنجاری یا نادرستی که در داده ها پیدا می کند، هشدار دهد. این بدان معنی است که در طول بازی های المپیک، Heliograf قادر به نگه داشتن اطلاعات مربوط به بازیکنان و شمارش مدال در زمان واقعی، آزاد کردن روزنامه نگاران، به طوری که آنها می توانند محتوای دیگر فعالیت کنند.



Post Olympics @wpolympicsbot · 2m

Jiyeon Kim #KOR 🇰🇷 wins fencing gold in women's individual sabre, beating Sofya Velikaya #RUS 🇷🇺.



Post Olympics @wpolympicsbot · 6m

Medal Leaderboard

1. #USA 🇺🇸: 46 G, 28 S, 29 B
2. #CHN 🇨🇳: 38 G, 30 S, 21 B
3. #GBR 🇬🇧: 29 G, 17 S, 19 B

خدمات روزنامه نگاری خودکار در شروع اولیه خود بیشتر در حوزه های جمع آوری اطلاعات نظیر ورزش و امور مالی متمرکز بود (برای مثال به یاهو مراجعه کنید) در جایی که داده های خام در مورد رویدادهای خبری می تواند به رویداد منسجم منتقل شود. به نظر می رسد که Heliograph واشنگتن پست در حال انجام بسیاری از چیزهای مشابه است.

□ یاهو! رشته های ورزشی - روزنامه نگاری خودکار

بخش بزرگی از پوشش رسانه‌های رسمی در مورد روزنامه نگاری ربات (دو یا سه سال پیش) شامل رویدادهای ورزشی و مالی در یاهو را دربر می‌گرفت. علیرغم کاهش یک دهه این شرکت (و فروش اخیر به غول اپراتور Verizon)، یاهو هنوز طرفداران بسیار زیادی بواسطه ویژگی های رسانه های خبری خود بویژه درحوزه های امور مالی، و ورزش می‌بالد.

[Automotive Insights](#) - یک تولید کننده زبان طبیعی برجسته است - ویژگی مطالعه موردی در مورد آن کار با یاهو است! رشته های ورزشی. یاهو ادعا می‌کند که با تولید محتوا (مقالات، گزارش‌ها، ایمیل‌ها) با داده های تیم های خاص ورزشی (یا تیم های ورزشی فانتزی) قادر به کشتن دو پرنده با یک سنگ می‌باشد (استعاره از یک تیر دو نشان را میزند):

اولا، شرکت برای مخاطبان جلسات طولانی‌تر، محتوای سفارشی و غنی (بر اساس داده های ورزشی) به خوانندگان ترسیم و ارائه می‌کند.

دوم، تبلیغ کنندگان مشتاقانه برای جذب محتوا جستجو می‌کنند و تمایل دارند هزینه بیشتر برای تبلیغات کنند که بیشترین در معرض قرار گرفتن را برای بیشترین زمان با کاربران بیشتری به دست آورند.

[Automotive Insights](#)، اصول اولیه این محصول یا خدمات روزنامه نگاری خودکار را با ویدئوی زیر توضیح می‌دهد:

خوانندگان با علاقه به آنچه که انجام می‌دهد، شبیه ابزار ¹Wordsmith است - به مطالعه ما در زمینه [Automotive Insights](#) Associated Press مراجعه کنید. ([Automated Insights case study with Associated Press](#)). در این زمینه لازم به ذکر است که تعدادی از برنامه های کاربردی برای تولید زبان طبیعی در خارج از حوزه چاپ و نشر وجود دارد. فروشنده یاهو Yseop دارای محصولی است که گزارش های مالی و تحلیلی را ارائه می‌دهد که صرفا بر اساس اطلاعات «تغذیه شده» است. در حالی که سرعت تولید محتوای محتوا برای بخش عمده (یعنی Yahoo! Sports) می‌تواند منجر به راندمان بالا شود، بازار مهمی برای محتوای سریع تولید شده (و بدون خطا) برای ارتباطات داخلی و بیرونی شرکتهاست. تمرکز مصاحبه با Yseop Matthieu Rauscher، در زمینه تولید زبان طبیعی بیشتر موارد استفاده و کاربرد برنامه های کاربردی برای امور مالی و اطلاعات کسب و کار و هوش تجاری را کاوش می‌کند.

1. WordSmith Tools. یک بسته نرم افزاری در درجه اول برای زبان شناسان، به ویژه برای کار در زمینه زبان شناسی سازمانی است. این مجموعه ای از ماژول هاست که برای جستجوی الگوهای زبان و به عبارتی نرافزار است که بسیاری از زبان ها را مدیریت می‌کند.

□ آسوشیتد پرس - کاوش معنایی، هوش مصنوعی برای تجزیه و تحلیل، روزنامه نگاری خودکار

منابع NewsWhip¹ بخشی که «منابع» NewsWhip به نظر می رسد به مخاطبان غیر فنی کمک کند.



آسوشیتد پرس اولین بار برای ایجاد محتوای خبری در سال 2013 برای دریافت اطلاعات و تولید گزارش ورزشی و کسب گزارش ها، از هوش مصنوعی استفاده کرد. این روزها اتاق خبر آسوشیتد پرس از NewsWhip برای جلوگیری از ترند شدن رویدادهای خبری در رسانه های اجتماعی مانند Facebook، Twitter، و Pinterest و LinkedIn استفاده می کند. صفحه تجزیه و تحلیل NewsWhip، قابلیت های اصلی زیر را تبلیغ می کند:

□ معیار سنجش رقبا در تمام شبکه های اجتماعی

□ مشارکت مخاطبان پیرامون واژگان کلیدی و عمودی / سلسه مراتب

□ شناسایی تاثیر گذاران موثر بر عملکرد برند

همچنین ردیابی رویدادهای خبری، می تواند یک دوره زمان واقعی یا تاریخی را در هر مقیاس زمانی بین 30 دقیقه تا 3 ساله تحلیل کند و برای خبرنگاران هشدارهای زمان واقعی یا هشدارهای روزانه ارائه کند. فن آوری های هوش مصنوعی مانند NewsWhip علاوه بر مزایای افزایشی سرعت و دامنه، ممکن است دقت داده و خطاهای کمتری را در کپی افزایش دهد، علاوه بر این به ناشران اجازه می دهد تا پالس های بیشتری را در اختیار آنها قرار دهند.

در حالی که شاهد برنامه های کاربردی نظارت بر رسانه های گروهی هستیم (مصاحبه اخیر ما در زمینه هوش مصنوعی در صنعت با مدیر ارشد (Data Signal Media Dr. Miguel Martinez)، جای تعجب نیست که ناشران مجموعه خود را به ابزارهای منحصر به فرد توسعه می دهند. احتمالاً شاهد رقابت شدید NewsWhip در 3 تا 4 سال آینده خواهیم بود، زیرا هوش مصنوعی جایگزین عملکردهای فیزیکی یا دستی (غیر خودکار) درگیر با تاثیر گذاران بازاریابی، تحقیق و تجزیه و تحلیل رقابتی خواهد شد.

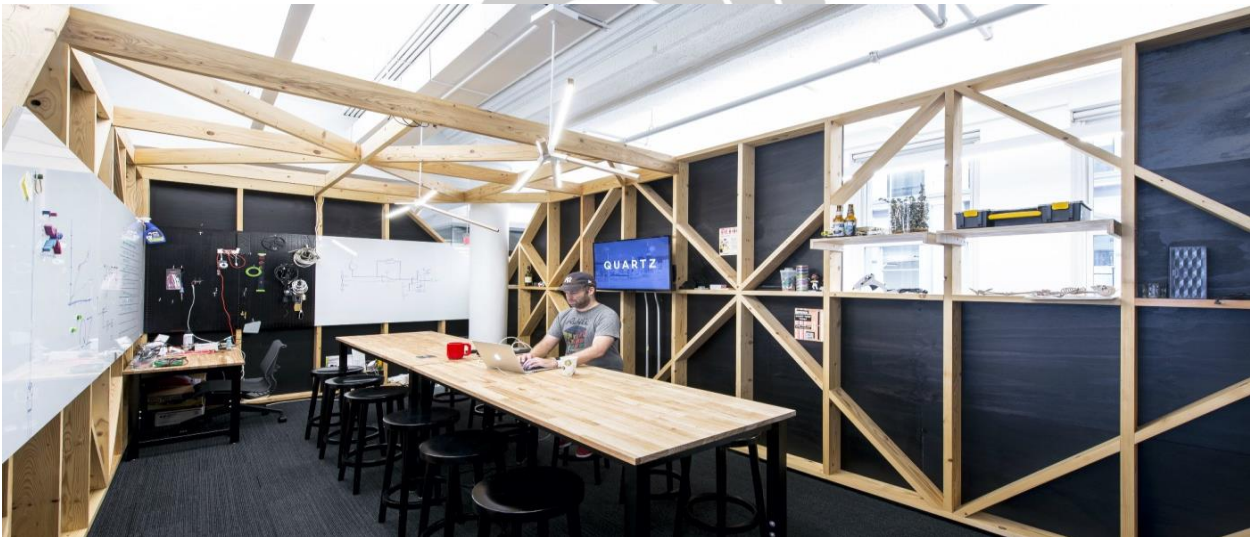
¹ NewsWhip یک شرکت خصوصی بصورت مشارکت تعاملی در زمینه آنالیز رسانه های اجتماعی است که توسط Paul Quigley و اندرو Mullaney در سال 2011 در ایرلند تاسیس شد. نحوه تعامل محتوایی شرکت براساس میزان و مکان تعامل محتوایی کاربران و همچنین منافع مخاطبان و تغییرات را در طول زمان دنبال می کند. محصولات NewsWhip به Spike و Analytics شناخته می شوند. اولین مورد که برای پیش بینی مشارکت محتوا در زمان واقعی استفاده شد، در حالی که بعد از آن پایگاه داده ای از داده های تعامل تاریخی برای مشتریان در سراسر شبکه های اجتماعی است.

همانند یاهو ورزشی، Automated Insights، یک مطالعه موردی در مورد ویژگی ها و مزایای آن را نیز مطرح می کند. آسوشید پرس، تفسیر سیاسی طولانی و متفکرانه را با استفاده از هوش مصنوعی به تنهایی (و احتمالاً به زودی در هیچ وقت) نخواهد نوشت، اما این شرکت از محصول "Wordsmith" Automated Insight استفاده می کند تا ضمن دریافت اطلاعات خام آنها را با مقالات تبدیل کند - که بسیار شبیه به مورد استفاده با یاهوست!

□ اخبار دیجیتال کوارتز - رابط های رسانه ای Chatbot

برنامه رسانه ای کوارتز¹ chatbot، کوارتز در حال آزمایش یک برنامه رسانه ای و خبریست که به "چت" شباهت دارد و از پردازش زبان طبیعی برای پیدا کردن مقالات در مورد رویدادها، افراد و یا موضوعاتی که درخواست کاربران استفاده می کند.

در سال 2016، کوارتز کمک مالی 193000 پوند از بنیاد نایت برای ایجاد یک استودیو بوت (Bot Studio) برای ایجاد ابزارهای خود کار برای روزنامه نگاران دریافت کرد. این حرکت از این حقیقت نشأت می گرفت که رسانه های خبری امروز نه فقط از چاپ به دیسکتاپ به تلفن های همراه، بلکه به سایر دستگاه های متصل به اینترنت برای خانه و ماشین منتقل شده اند.



1. ربات های چت (chatbots) سرویسی هستند که با یک سری قوانین مشخص و به کمک هوش مصنوعی طراحی می شوند و کاربران از طریق یک رابط چت با آن ارتباط برقرار می کنند. چت بات ها از سال 2017 برای کسب و کارهای اینترنتی بیش از پیش محبوب شده اند. به همین دلیل در شرکت هایی مانند فیسبوک، گوگل و مایکروسافت بر روی این تکنولوژی سرمایه گذاری بسیار زیادی انجام شده است.

کاربران شرکت ها از طریق چت، صدا و دیگر کانال های نوآورانه جدید ارتباط برقرار می کنند و کوارتز می خواهد راهکاری را برای چگونگی مصرف رسانه ها نیز پیدا کند.

اگرچه این پروژه به وضوح در ابتدای تولدش است، آزمایش اولیه BotStudio شامل یک رابط خبری است که به نظر می رسد مانند "چت" است. متن کاربران را با سوالاتی در مورد رویدادهای خبری، افراد یا مکان ها و پاسخ برنامه ها با محتوایی ارایه می دهد که باور می شود که آن پاسخ برای آنها مناسب باشد. مشخص نیست که آیا این کاربرد خاص از هوش مصنوعی برای مصرف رسانه ها در مقیاس وسیع اتخاذ خواهد شد یا خیر، اما واضح است که کاربران به شیوه های کم اصطکاک برای دریافت اطلاعات و سرگرمی هایی که می خواهند، تحریک می کنند و کوارتز ترجیح می دهد تغییر را به صورت فعال و نه واکنش به آن عملیاتی کند.

اهداف کوارتز توسعه ربات ها و هوش مصنوعی در برنامه های کاربردی است که با تمامی پلتفرم های رسانه ای سازگار باشد اگر چه کوارتز هنوز در ارزیابی مراحل بعدی است، یک ایده ربات اتاق خبر است که برای کمک به روزنامه نگاران در جریان کار خود با بهبود روش گزارش دهی که می تواند داده ها را تولید کند و اخبار را برای فضاهای رسانه ای جدید تولید کند.

□ روزنامه گاردین - رابط های رسانه ای چت بات

روزنامه گاردین در سال 2016 چت بات خود را از طریق فیس بوک برای صرفه جویی در زمان پیمایش یا جستجو برای رویدادهای خبری راه اندازی کرد، چت بات به کاربران اجازه می دهد تا از نسخه های ایالات متحده، انگلستان و استرالیا News Guardian را از 6 صبح، 7 صبح یا 8:00 انتخاب کنند و هر زمان بخواهند تحویل گیرند و رویدادهای خبری انتخابی کاربران هر روز از طریق فیس بوک مسنجر ارایه یا تحویل می شود.

اگر یک کاربر فقط می خواهد اخبار و خبرهای ورزشی را دریافت کند، یا فقط می خواند ترند اخبار تکنولوژی و علمی را بخواند، می تواند آن ها را نیز اضافه کند. مانند مثال Quartz بالا، رابط کاربری به پیام های چت با محتوای مرتبط مربوط به پرس و جو کاربران پاسخ می دهد.

□ نتیجه گیری دیدگاه ها در مورد کاربرد های هوش مصنوعی در روزنامه نگاری

به طور کلی، گفته می شود چه چیزی می تواند خود کار باشد، خود کار می شود - و می توان انتظار داشت که روزنامه نگاری متفاوت باشد. با این حال، ما پیش بینی نمی کنیم که تحولات کنونی هوش مصنوعی در روزنامه نگاری نقشی مهم در نقش خبرنگار یا نویسنده ای داشته باشد.

انتشاراتی که تیم هایی از افراد را برای انجام وظایف ساده یا یافتن واقعیت ها (مشاغلی که به طور معمول در خارج از کشور اداره می شوند) استخدام می کنند، احتمالاً قادر به جایگزینی آن نقش های تکراری محدود با یک سیستم که ممکن است سریعتر و (قطعاً با زمان) مقرون به صرفه تر و اکثر مشاغل دیگر در یک نشریه بزرگ یا در یک اتاق خبر، با قابلیت های بیشتری برای جمع آوری و مدیریت داده ها، افزوده شوند.

در مجموع این نکته قابل تامل مطرح می شود که آیا تا سال 2025 اتاق های خبر به طور عمده با ماشین های هوشمند عملیاتی می شود یا ترکیبی از هوش مصنوعی و خبرنگاران برای همکاری استمراری می یابد. البته آنچه که روشن است این که هوش مصنوعی در حال حاضر در اتاق های خبر برای صرفه جویی در وقت و پول و افزایش سرعت و کارایی روزنامه نگاران در حال گسترش در رسانه های خبری جهانی است. به عبارتی هوش مصنوعی و برنامه های کاربردی است که برنده ها و بازنده های آینده صنعت خبر را از هم تفکیک و مشخص می کند.

