

JAKUB CZOPEK

Uniwersytet Rzeszowski

<https://orcid.org/0000-0002-8009-6852>

Sztuczna inteligencja w redakcji – o zmianach technologicznych w dziennikarstwie

Słowa kluczowe: konwergencja, sztuczna inteligencja, dziennikarstwo, nowe media, zmiany w dziennikarstwie.

Key words: convergence, artificial intelligence, journalism, new media, changes in journalism.

Rozwój społeczeństwa informacyjnego, którego w ostatnich latach jesteśmy świadkami¹, postawił współczesne społeczeństwa przed szeregiem wyzwań związanych z jednej strony z przepływem i przekazywaniem informacji, z drugiej zaś z wykorzystaniem tych już zgromadzonych. Jednym z nich jest przewyciężenie ograniczeń, jakie pojawiają się w chwili dostępu i możliwego spożytkowania nadmiaru informacji. Na nic zda się możliwość dostępu do miliardów plików z różnymi danymi, skoro ludzka percepcja pozwala na skorzystanie jedynie z niewielkiej ich części.

Ta ciężka do przetworzenia ilość informacji dostępnych w sieci doczekała się już przynajmniej kilku metafor o wydźwięku pejoratywnym². 'Informacyjny potop', 'powódź', 'zalew informacji' – to tylko niektóre z nich. Innym aspektem omawianego zjawiska jest kariera takich pojęć, jak *fake news* czy postprawda. Do grup zawodowych szczególnie narażonych na oddziaływanie zalewu różnych

¹ L. Zacher, *Długofalowe trendy rozwoju społeczeństwa informacyjnego*, „Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych” 2018, nr 48, s. 29–42.

² Zob. J. Woźniak-Kasperek, *Przeciążenie informacyjne – wprowadzenie do tematu*, „Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych” 2018, nr 24, s. 77–92.

wiadomości należą z pewnością ludzie zajmujący się tworzeniem i przekazywaniem informacji, czyli dziennikarze. Czy współczesna (lub taka, którą wkrótce będzie można uznać za współczesną) technologia może w istotny sposób pomóc im „unosić się” na wznoszącej się fali informacyjnej? A może taka sytuacja wymaga od dziennikarzy opanowania nowych umiejętności i poszerzenia dotychczas posiadanych kompetencji? Wszak procesy cyfryzacji i konwergencji mediów znacząco zmieniły charakter pracy dziennikarskiej. Dzisiaj nie polega ona już tylko na informowaniu odbiorców i kształtowaniu opinii publicznej. Ten rodzaj służby społecznej wciąż jest w dziennikarstwie obecny, jednak coraz częściej mówi się ogólnie o pracownikach mediów (*media workers*), którzy zajmują się przekazywaniem informacji³.

Co interesujące, są oni w pewnym sensie produktem nowych czasów – to wielozadaniowi profesjonaliści nieograniczający się do jednego obszaru tematycznego, którzy potrafią tworzyć treści do wielu rodzajów mediów⁴. W czasach gdy prawie wszystkie media tradycyjne funkcjonują także w formie wydań cyfrowych w Internecie, zanika tradycyjny podział na dziennikarzy prasowych, radiowych czy telewizyjnych. Żurnaliści pracujący w tytułach drukowanych muszą opanować także umiejętność przygotowania krótkiej relacji filmowej, która trafi na stronę internetową ich gazety. Z kolei ci zatrudnieni w telewizji często zobowiązani są dołączyć do swoich relacji wideo także tekst w formie zapisu. Ponadto trudna sytuacja finansowa wydawców, szczególnie dająca o sobie znać w mniejszych redakcjach, zmusza ich do redukcji etatów, co skutkuje przykładowo przyjęciem przez dziennikarza dodatkowych obowiązków, chociażby fotoreportera. W sytuacji postępującej ekspansji mediów internetowych i stale zmieniających się nagłówków najświeższych doniesień dodatkowego znaczenia nabiera także chwytliwy tytuł i atrakcyjna forma prezentacji treści. W literaturze przedmiotu wspomina się już o tzw.

³ B. Nierenberg, *Media Management. A Comparative Analysis of European and American Systems*, Kraków 2016, s. 13.

⁴ K. Siezieniewska, *Zawód dziennikarza w obliczu konwergencji mediów*, Warszawa 2014, s. 366.

superdziennikarzach, którzy łączą klasyczne umiejętności reporter-skie z obsługą multimediiów⁵.

W obliczu powyższych spostrzeżeń można zaryzykować więc stwierdzenie, że osoby zajmujące się przekazywaniem informacji od zawsze „szły w awangardzie postępu”, wykorzystując na swój użytek i upowszechniając kolejne wynalazki techniczne – od prasy drukarskiej z ruchomymi czcionkami przez telegraf i fale radiowe aż po łączność satelitarną i cyfrowe przekazywanie sygnałów. Każdy z tych wynalazków mógł zostać wykorzystany do przynajmniej jednej (a często obu) z poniższych czynności: utrwalenia słowa mówionego w taki sposób, by było ono możliwe do przekazania poza zasięg ludzkiego głosu (druk, później także rejestracje w formie audio lub wideo itp.) oraz transmisji tak utrwalonego przekazu na duże odległości (fale radiowe, łączność satelitarna, Internet itp.). Dzięki temu możliwe stało się przezwycięzenie ograniczeń związanych z czasem i przestrzenią. Szeroko rozumiana komunikacja mogła się swobodnie rozwijać, czego dowody możemy obserwować już do kilkudziesięciu lat. Przekazywanie informacji na szeroką skalę przestało być domeną zawodowych dziennikarzy i profesjonalnych mediów. Muszą one konkurować już nie tylko między sobą, ale także z oddolnymi inicjatywami spod znaku *grassroots journalism* (dziennikarstwa oddolnego) czy dziennikarstwa obywatelskiego⁶. Dziś każdy, kto ma dostęp do globalnej sieci, może założyć choćby własną telewizję internetową i włączyć się do rywalizacji o uwagę odbiorców. Proces, niewątpliwie korzystny poprzez swój pluralistyczny charakter, ma jednak także swoje ciemniejsze strony – jak choćby wspomniana już nadprodukcja informacji. Proces ten przybiera na sile w ostatnich latach, przede wszystkim na skutek cyfryzacji przekazów i „informatyzacji” dziennikarstwa⁷. Tym niemniej innowacyjność wykorzystywanych narzędzi, dzięki którym znacząco skraca

⁵ P. Wieczorek, *Dziennikarz profesjonalny czy obywatelski? Przyszłość zawodu w wirtualnym newsroomie* [w:] *Rozwój internetu a zmiany w mediach, systemach medialnych oraz społecznych* pod red. A. Jaskierni, K. Gajlewicz-Korab, Warszawa 2016, s. 280.

⁶ Por. K. Jakubczak, *Istota dziennikarstwa obywatelskiego w polskiej przestrzeni medialnej*, „Kultura – Media – Teologia” 2020, nr 41, s. 62–82; D. Gillmore, *We the Media. Grassroots journalism by the People, for the People*, Sewastopol 2004.

⁷ M. Chyliński, S. Russ-Mohl, *Dziennikarstwo*, Toruń 2019, s. 24–36.

się czas upływający od rozpoczęcia przez dziennikarza pracy nad konkretnym tematem do jego publikacji, przesądzić może o wygranej w tym „informacyjnym wyścigu”.

Komputer osobisty był obecny w pracy dziennikarza w zasadzie od pojawienia się na rynku. W ciągu kilkudziesięciu lat przeszedł niesamowitą metamorfozę od „elektronicznej maszyny do pisania” do wielofunkcyjnego narzędzia, za pomocą którego można nie tylko napisać tekst, ale także przygotować materiały foto i wideo, skontaktować się z instytucjami i osobami prywatnymi czy w końcu mieć dostęp do nieprzebranych zasobów Internetu. Za kolejny etap wkraczania technologii informatycznych do redakcji uważa się korzystanie z zaawansowanych programów komputerowych wykorzystujących cechy sztucznej inteligencji i maszynowego uczenia się⁸. Agencja Associated Press już w 2014 roku zgodziła się na zastosowanie programów, które automatycznie tworzyłyby krótkie depesze na podstawie dostarczonych lub zgromadzonych w cyfrowej formie materiałów. Chodziło przed wszystkim o proste, powtarzające się informacje, które zwykle mają bardzo podobną strukturę. W ten sposób klienci AP mogli korzystać z komputerowo wygenerowanych tekstów dotyczących wyników sportowych, a niewiele później także raportów giełdowych. Redakcja „The Washington Post” relacjonowała Igrzyska Olimpijskie w Rio de Janeiro w 2016 roku m.in. za pomocą ponad 300 depesz przygotowanych w całości *via* komputer, bez udziału dziennikarzy⁹. Redakcja „Los Angeles Times” opracowała zaś własną aplikację pod nazwą QuakeBot, która automatycznie pobiera z rządowych agencji naukowo-badawczych informacje o trzęsieniach ziemi w Kalifornii, takie jak ich siła i miejsce wystąpienia wstrząsów, po czym wstawia je w przygotowany szablon informacji publikowany na stronie internetowej¹⁰.

Zaprezentowany wyżej model pracy wydaje się mieć dwie podstawowe korzyści. Po pierwsze medium może zaoferować swoim odbiorcom więcej publikacji w krótkim czasie. Po drugie dziennikarze, którzy

⁸ M. Broussard, N. Diakopoulos, A.L. Guzman, R. Adebbe, M. Dupagne, Ch. Chuan, *Artificial Intelligence and Journalism*, „Journalism & Mass Communication Quarterly” 2019, vol. 96(3), s. 673–695.

⁹ E. Bęczkowska, *Dziennikarz bez krwi i kości*, „Press” 2016, nr 11, s. 65.

¹⁰ <https://www.latimes.com/people/quakebot> [24.08.2020].

do tej pory zajmowali się ich przygotowaniem, w gruncie rzeczy dość monotonnym i powtarzalnym, mogą skupić się na bardziej wymagającej i kreatywnej pracy. Należy jednak mieć na uwadze, że komputerowe algorytmy są stale udoskonalane i mogą wyręczać człowieka w coraz bardziej skomplikowanych zadaniach. Jak stwierdził amerykański fizyk John Moll, „rozwój sztucznej inteligencji może oznaczać, że już w niezbyt odległej przyszłości algorytmy komputerowe zastąpią człowieka na różnych stanowiskach. Jednym z nich, jak się okazuje, może być właśnie dziennikarstwo”¹¹. Tak skrajna wizja wydaje się daleko idącym czarnowidztwem. O ile w pełni rozwinięta sztuczna inteligencja pozostaje jeszcze pieśnią przyszłości, o tyle aplikacje i programy komputerowe wykorzystujące jej elementy stają się coraz powszechniejsze w pracy dziennikarzy. Niewątpliwie możemy już mówić o tzw. *augmented journalism*, czyli dosłownie dziennikarstwie rozszerzonym – wspomaganym technologią¹². Wspomniani autorzy przekonują, że tak jak kiedyś dziennikarstwo mogło rozwijać się, używając nowych wynalazków w postaci maszyny do pisania, długopisu czy komputera, tak teraz powinno korzystać z możliwości, jakie dają nowoczesne, cyfrowe narzędzia. Podstawowa różnica polega na zaawansowaniu technologicznym tych narzędzi. Jeszcze kilkanaście lat wcześniej ich głównym celem było przyspieszenie pracy, jaką dziennikarz wykonywał, przepisując i redagując teksty, edytując zdjęcia czy montując materiały wideo. Oprogramowanie wykorzystywane dzisiaj jest nie tylko pomocą w takiej pracy, ale w wielu przypadkach w zasadzie wyręcza człowieka i całkowicie automatyzuje proces przygotowywania materiałów dziennikarskich.

Od jakiegoś czasu z powodzeniem wykorzystywane są na coraz większą skalę programy zamieniające mowę na tekst, takie jak Voice-Note II, SkryBot, MagicScribe czy Dictation Pro. Nie są one jeszcze w pełni doskonałe w tym sensie, że zdarzają im się błędy wynikające

¹¹ P. Szews, *Data journalism, geojournalism, CAR i robot journalism jako nowe odmiany i terminy w dziennikarstwie*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica” 2018, nr 5(51), s. 217.

¹² F. Marconi, A. Siegman, *The Future of Augmented Journalism. A guide for newsrooms in the age of smart machines*, Nowy Jork 2017, https://insights.ap.org/uploads/images/the-future-of-augmented-journalism_ap-report.pdf [18.08.2020].

choćby z niedoskonałości wykorzystywanego nagrania, co wymaga późniejszej korekty transkrypcji. Niewątpliwie jednak pozwalają zaoszczędzić czas, przykładowo przy transkrypcji wywiadów prasowych lub przy szybkim tworzeniu notatek stanowiących bazę tekstu dziennikarskiego. Innym rozwiązaniem jest oprogramowanie pod nazwą Agolo, które służy do automatycznego tworzenia streszczeń większych partii tekstu. Dzięki temu np. wielostronicowe raporty mogą zostać skrócone do kilku czy kilkunastu najważniejszych punktów, a zaoszczędzony w ten sposób przez dziennikarza czas wykorzystuje się na zapoznanie z kolejnymi źródłami informacji. Oprogramowanie może zostać także wykorzystane do tworzenia streszczeń artykułów do mediów społecznościowych lub newsletterów.

To głównie oszczędność czasu i przyspieszenie powstania finalnego efektu pracy dziennikarza leży u podstaw korzystania z wszelkiego rodzaju nowinek technicznych. W sytuacji ciągłej walki o uwagę odbiorców większe szanse ma ten, kto jako pierwszy przebiję się z sensacyjnym nagłówkiem. Dziennikarze z Międzynarodowego Konsorcjum Dziennikarzy Śledczych zajmujący się nagrodzonym Pulitzerem tematem tzw. Panama Papers mieli do dyspozycji ponad 2,6 terabajtów danych (e-maili, plików pdf, zdjęć)¹³. Przy ich opracowywaniu nie korzystali z pomocy inteligentnych programów komputerowych, co z perspektywy czasu oceniają negatywnie: „Opracowywaliśmy ogromną masę dokumentów i po prostu nie mieliśmy środków, by zbadać je wszystkie. Ale używając sztucznej inteligencji, moglibyśmy zdecydowanie przyspieszyć ten proces, dochodząc do tych samych rezultatów”¹⁴. Przykład ten otwiera furtkę dla stosowania zaawansowanych algorytmów komputerowych na szerszą skalę. Wiąże się to jednak z dwoma podstawowymi problemami.

Pierwszy z nich to korzystanie z technologii, której używanie zdecydowanie wykracza poza standardowy warsztat dziennikarski i wymaga wiedzy z obszaru nauk informatycznych, jak choćby umiejętności programistycznych wykorzystywanych przy tworzeniu i obsłudze al-

¹³ Zob. M. Zawadzki, M. Hudson, J. Bernstein, R. Chittum, W. Fitzgibbon, C. Dunn, „Panama papers”. *Jak kancelaria Mossack Fonseca pomagała oszustom i złoczyńcom*, „Gazeta Wyborcza” 2016, <https://tiny.pl/r3q6b> [14.08.2020].

¹⁴ F. Marconi, A. Siegman, *The Future of Augmented Journalism...*, s. 4.

gorytmów. Tym samym konieczne byłoby poszerzenie kompetencji dziennikarzy poprzez specjalistyczne kursy lub szkolenia albo zatrudnienie w redakcjach nowych osób, które zajmowałyby się tymi zagadnieniami. W obu przypadkach wiąże się to z dodatkowym kosztem, który musiałby ponieść wydawca, co prowadzi do drugiego problemu – finansowania. Proste informacje, w rodzaju tych przygotowywanych przez wspomnianego Quakebota, są stosunkowo tanie – raz przygotowane oprogramowanie można wykorzystać wielokrotnie. Wymagające i wielowątkowe tematy, jak choćby te będące podstawą śledztw dziennikarskich, wymagałyby zdecydowanie bardziej skomplikowanego oprogramowania, co zwiększałoby jednocześnie jego koszt. Ponadto dziennikarstwo śledcze jest ze swej natury niejako „jednorazowe”, dlatego też – z uwagi na wielowątkowość i wieloaspektowość tak szerokich tematów – stworzenie algorytmów czy aplikacji, które miałyby uniwersalne zastosowanie, okazuje się często trudne, czasochłonne i kosztowne, podobnie zresztą jak modyfikowanie tych algorytmów w celu dostosowania ich do nowych tematów.

Termin „sztuczna inteligencja” jest pojęciem dosyć szerokim, odnosi się on także do dziedzin wiedzy znanych już od dziesięcioleci, jak choćby uczenie maszynowe¹⁵. Program komputerowy wyszukuje konkretny schemat wśród otrzymanych danych i na jego podstawie może następnie analizować kolejne dane. W ten sposób przetwarza się np. informacje finansowe, giełdowe czy te dotyczące przestępstw o określonym charakterze lub dokonanych na określonym terenie. Bardziej zaawansowane algorytmy, wykorzystywane m.in. przez Associated Press i The New York Times, są w stanie analizować mikroekspresję twarzy polityków i na tej podstawie przewidywać ich przyszłe zachowanie, np. podczas zbliżającego się głosowania¹⁶. Analizę obrazów przez sztuczną inteligencję można wykorzystać też w nieco inny sposób. Stanisław Stanuch projektuje przyszłość, w której tzw. cyfrowy cień czytelnika (czyli zgromadzone przez stronę internetową informacje o jego zachowaniu – czas przebywania na stronie, wybrane linki,

¹⁵ K. Regulski, *Metody uczenia maszynowego wspierane semantycznie* [w:] *Trendy i rozwiązania technologiczne* pod red. M. Maciąg, K. Maciąg, Lublin 2017.

¹⁶ F. Marconi, A. Siegman, *The Future of Augmented Journalism...*, s. 9–12.

czas poświęcony każdemu z nich, pozostawione komentarze itp.) zapowiada, jakie zdjęcia będą wyświetlać się przy tym samym tekście dla różnych użytkowników. Przykładowo, zwolennik konkretnej partii przy informacji o poczynaniach stronnictwa zobaczy jej uśmiechniętego lidera, zaś przeciwnik – z grymasem złości lub inną negatywną emocją¹⁷.

W epoce cyfrowej, związanej z lawinowym przyrostem różnego rodzaju danych, szczególnego znaczenia nabiera umiejętność ich selekcji, kategoryzowania i porządkowania. Bazę danych uważa się za paradygmat rewolucji komunikacyjnej epoki cyfrowej – informacje sprowadzone są do postaci numerycznej i nieliniarnej, nie mają konkretnego początku i końca, dzięki czemu może się je dowolnie wykorzystywać i modyfikować¹⁸. To na dziennikarzu spoczywa obowiązek nadania ładu zapisanym w ten sposób danym¹⁹. Innymi słowy – to dziennikarz, korzystając z czystych, nienacechowanych faktów, tworzy informację o określonej strukturze i narracji, poszukując między nimi powiązań i wiedzy o określonym wycinku rzeczywistości. Tym samym mówi się o nowej specjalizacji w dziennikarstwie – dziennikarstwie danych (ang. *data journalism*)²⁰. Oczywiście powszechnie wiadomo, że dane same przez się od zawsze stanowiły podstawę pracy dziennikarskiej. Niemożliwe byłoby napisanie jakiegokolwiek tekstu bez chociażby kilku faktów na temat wydarzenia czy jego bohaterów. Obecnie jednak cyfrowy obieg informacji sprawił, że liczba dostępnych danych rośnie lawinowo, co wymaga szczególnego do nich podejścia. Rzecz jasna, nie zawsze możliwe jest przedstawienie złożonych informacji w formie charakterystycznej dla tradycyjnego dziennikarstwa, dlatego bardzo często *data journalism* sprowadza się do procesu wizualizowania danych w formie infografiki łączącej tekst z elementami graficznymi. Nabiera to szczególnego znaczenia w sytuacji, gdy większy nacisk kładzie się obecnie na komunika-

¹⁷ S. Stanuch, *Pomocnik czy wróg?*, „Press” 2017, nr 9–10 (250), s. 86–87.

¹⁸ J. Jastrzębski, *Chaos, baza danych i internetowe gatunki dziennikarskie* [w:] *Internetowe gatunki dziennikarskie* pod red. K. Wolnego-Zmorzyńskiego, W. Furmana, Warszawa 2010.

¹⁹ P. Szews, *Data journalism, geojournalism...*, s. 213.

²⁰ Por. J. Gray, L. Bounegru, L. Chambers, *The Data Journalism Handbook. How Journalists Can Use Data to Improve the News*, Sewastopol 2012.

cję opartą bardziej na obrazie niż na słowie. Ciekawą odmianą tak uprawianego dziennikarstwa jest wykorzystujący elementy kartografii i interaktywnej wizualizacji danych *geojournalism*, czyli przekazywanie informacji za pomocą różnego rodzaju map²¹.

Długofalowy wpływ wprowadzanych zmian technologicznych na pracę dziennikarską trudno przewidzieć. Ponadto wiąże się on z dyskusją na temat zmian w szeroko rozumianej prasie drukowanej, która w wyniku presji mediów audiowizualnych i internetowych przechodzi największy, jak do tej pory, kryzys. Ryszard Filas podsumował tę dyskusję, zestawiając wzdłuż pewnego kontinuum sześć głównych stanowisk – od najbardziej pesymistycznych, katastroficznie wieszczących śmierć nie tylko prasy, ale i mediów informacyjnych w ogóle, przez tzw. totalną elektroniczność, czyli „uchowanie się” prasy w formie elektronicznej, aż do sytuacji względnie optymistycznej, w której prasa drukowana trwa jako medium elitarne, z wąskim gronem odbiorców, a media elektroniczne traktowane są jako mało użyteczne i niewiarygodne²². Z perspektywy ośmiu lat, które minęły od opublikowania tego artykułu można stwierdzić, że bliższe prawdy okazały się (póki co) scenariusze zakładające mimo wszystko popyt na wiadomości, szczególnie takie, które spełniają dwa podstawowe warunki – są z jednej strony informacją o wysokiej jakości (potwierdzoną, obiektywną i odpowiednio szczegółową), z drugiej zaś dostarczaną szybko (aktualność).

Wykorzystanie narzędzi wspomaganych sztuczną inteligencją z pewnością pozwala na spełnienie drugiego z tych postulatów. Przyspieszenie prac redakcyjnych związanych z przygotowaniem tekstu owocować będzie skróceniem czasu, jaki upłynie od uzyskania przez redakcję informacji o danym wydarzeniu do publikacji gotowej wiadomości na stronie internetowej. Wyzwaniem pozostaje jakość materiałów dziennikarskich, która jest zależna od warsztatu dziennikarzy i redaktorów zajmujących się danym tematem. Oczywiście można wyobrazić sobie futurystyczną sytuację, w której rozwinięty algorytm zastępuje dziennikarza w przygotowaniu bardziej złożonego tekstu niż

²¹ P. Szews, *Data journalism, geojournalism...*, s. 219.

²² R. Filas, *Dokąd zmierza nasza prasa? Hipotezy i spekulacje*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2012, nr 1–2 (209–210), s. 17–26.

wspomniane już w niniejszym artykule depesze z wynikami sportowymi. Można nawet założyć, że w niektórych przypadkach efekt takiego zabiegu okaże się korzystniejszy dla odbiorcy tekstu – wszak odpowiednio zaprogramowany algorytm ograniczy się jedynie do słownictwa opisowego, a nie komentującego, zostanie też wyprany z emocji. Innymi słowy, odziami informację od opinii, co często jest głównym przewinieniem „żywych” dziennikarzy. Tym samym żurnaliści staliby się zbędni. Zostaliby sprowadzeni do roli osób obsługujących urządzenia odpowiedzialne za generowanie i dostarczanie informacji. Nowego wymiaru nabrałyby wtedy słowa Roberta Picarda wypowiedziane w kontekście niskiej wartości efektów pracy dziennikarzy: nie zasługują oni na wysokie płace, bo ich umiejętności nie są unikatowe, a praca nie jest wyjątkowa²³. Taka sytuacja wciąż jednak pozostaje wizją odległą, chociaż nie nierealną.

Na szczęście dziennikarze wciąż są potrzebni, choć zmiana dominującego modelu komunikowania masowego wymusiła na nich istotne przewartościowanie, które polegają na dostosowaniu się do nowej, internetowej rzeczywistości; zgrabnie ujęte w sformułowaniu *digital first* – pierwszeństwo mają publikacje w sieci. Zdaniem Jana Krefta „w nowych mediach coraz mniej jest miejsca dla dziennikarzy, a coraz więcej dla «nie-ludzi»: agregatorów i algorytmów wyszukiwarek dopasowujących treści tworzone przez użytkowników i przez programy komputerowe”²⁴. W takiej sytuacji na rynku utrzymają się ci, których umiejętności będą w jakiś sposób unikatowe. Sebastian Skuza, Anna Modzelewska i Marta Szeluga-Romańska widzą współczesnego dziennikarza jako osobę wielofunkcyjną, o wysokich umiejętnościach adaptacyjnych, zwłaszcza w sferze technologicznej²⁵. To właśnie zmiany na tej płaszczyźnie w największym stopniu nadają kształt dzisiejszym mediom i co za tym idzie, także pracy dziennikarzy. Wiedza i umiejętności z zakresu informatyki i programowania będą z całą pewnością zyskiwać na znaczeniu w najbliższych latach.

²³ Por. R. Picard, *Why journalists deserve low pay*, “The Christian Science Monitor” 2009, <https://www.questia.com/newspaper/1P2-32537540/why-journalists-deserve-low-pay> [20.08.2020].

²⁴ J. Kreft, *Koniec dziennikarstwa, jakie znamy: agregacja w mediach*, Kraków 2016, s. 5.

²⁵ S. Skuza, A. Modzelewska, M. Szeluga-Romańska, *Profesjonalizacja zawodu dziennikarza w obliczu konwergencji mediów*, „Zarządzanie Mediami” 2019, t. 7(2), s. 93.

Widzimy więc, że nowe możliwości to bardzo często kolejne problemy, co potwierdza się również w opisywanym przypadku. Wykorzystywanie na coraz większą skalę narzędzi cyfrowych, zwłaszcza tych z ograniczonym nadzorem ze strony człowieka, otwiera furtkę do niepożądanych ingerencji. Łatwa do wyobrażenia jest sytuacja, w której ktoś dokonuje komputerowego włamania do systemu danej redakcji i wprowadza zmiany w wykorzystywanych tam algorytmach. Na ich podstawie powstają później materiały dziennikarskie w jakiś sposób wadliwe – ośmieszające redakcję lub opisywane osoby, a w skrajnych przypadkach *fake newsy*, których inspiratorom zależy na osiągnięciu np. określonych celów politycznych.

Co ważne w kontekście podjętych tu rozważań, błyskawicznie wręcz zmieniająca się rzeczywistość wymaga jeszcze szybszego dostosowywania się do niej. Ci, którzy nie nadążają za osiągnięciami technologicznymi, przegrywają. Tym samym współczesny dziennikarz powinien być otwarty na stałe podnoszenie swoich kompetencji technicznych i gotowy na wykonywanie zadań o różnym charakterze – „analogowych”, jak pisanie tekstów, „cyfrowych”, obróbka zdjęć czy redagowanie serwisu online, czy nawet *stricte* informatycznych, a więc wykorzystujących elementy programowania. Należy też pamiętać, że jakkolwiek doskonałe będą wykorzystywane przez dziennikarzy programy komputerowe, to jeszcze przez długi czas ostatnie słowo odnośnie do publikacji wygenerowanych przez nie tekstów będzie należeć na szczęście do człowieka. To on dokona ewentualnej oceny informacji i zredaguje tekst. Trzonem tak prowadzonej pracy powinny być wypracowane przez dziesiątki czy nawet setki lat fundamenty dobrego dziennikarstwa – odwaga w dążeniu do prawdy, dobry i podparty rzetelną wiedzą *research*, umiejętność dostrzeżenia nieoczywistych powiązań, wyjaśnianie procesów czy błyskotliwość stawianych pytań, a także etyka zawodowa, związana z wykonywaną służbą społeczną.

Wiesław Godzic, pisząc o budowaniu nowego modelu dziennikarstwa, cytuje Leopolda Staffa: „teraz budując, zacznę od dymu z komina”²⁶ – mając na myśli wizję wspólnoty, którą dziennikarz za pomocą swojej pracy tworzy i której jednocześnie służy. Takie spojrzenie na

²⁶ W. Godzic, *Zacznij od dymu z komina, czyli fundamenty dziennikarstwa*, „Klinika dziennikarstwa – profilaktyka i edukacja” 2019, t. 1, s. 57.

dziennikarstwo i jego obowiązki jeszcze przez długi czas będzie obce dla każdego komputerowego algorytmu.

Bibliografia

- Bęczkowska E., *Dziennikarz bez krwi i kości*, „Press” 2016, nr 11.
- Broussard M., Diakopoulos N., Guzman A.L., Adebe R., Dupagne M., Chuan Ch., *Artificial Intelligence and Journalism*, „Journalism & Mass Communication Quarterly” 2019, vol. 96(3), s. 673–695.
- Chyliński M., Russ-Mohl S., *Dziennikarstwo*, Toruń 2019.
- Filas R., *Dokąd zmierza nasza prasa? Hipotezy i spekulacje*, „Zeszyty Prasoznawcze” 2012, nr 1–2 (209–210), s. 9–29.
- Gillmore D., *We the Media. Grassroots journalism by the People, for the People*, Sewastopol 2004.
- Gray J., Bounegru L., Chambers L., *The Data Journalism Handbook. How Journalists Can Use Data to Improve the News*, Sewastopol 2012.
- Godzic W., *Zacznij od dymu z komina, czyli fundamenty dziennikarstwa*, „Klinika dziennikarstwa – profilaktyka i edukacja” 2019, t. 1, s. 41–57.
- Jakubczak K., *Istota dziennikarstwa obywatelskiego w polskiej przestrzeni medialnej*, „Kultura – Media – Teologia” 2020, nr 41, s. 62–82.
- Jastrzębski J., *Chaos, baza danych i internetowe gatunki dziennikarskie* [w:] *Internetowe gatunki dziennikarskie* pod red. K. Wolnego-Zmorzyńskiego, W. Furmana, Warszawa 2010.
- Kreft J., *Koniec dziennikarstwa, jakie znamy: agregacja w mediach*, Kraków 2016.
- Marconi F., Siegman A., *The Future of Augmented Journalism. A guide for newsrooms in the age of smart machines*, Nowy Jork 2017, https://insights.ap.org/uploads/images/the-future-of-augmented-journalism_ap-report.pdf [18.08.2020].
- Nierenberg B., *Media Management. A Comparative Analysis of European and American Systems*, Kraków 2016.
- Picard R., *Why journalists deserve low pay*, “The Christian Science Monitor” 2009, <https://www.questia.com/newspaper/1P2-32537540/why-journalists-deserve-low-pay> [20.08.2020].
- Regulski K., *Metody uczenia maszynowego wspierane semantycznie* [w:] *Trendy i rozwiązania technologiczne* pod red. M. Maciąg, K. Maciąga, Lublin 2017.
- Skuza S., Modzelewska A., Szeluga-Romańska M., *Profesjonalizacja zawodu dziennikarza w obliczu konwergencji mediów*, „Zarządzanie Mediami” 2019, t. 7(2), s. 79–95.
- Siezieniewska K., *Zawód dziennikarza w obliczu konwergencji mediów*, Warszawa 2014.
- Stanuch S., *Pomocnik czy wróg?*, „Press” 2017, nr 9–10 (250), s. 83–87.
- Szews P., *Data journalism, geojournalism, CAR i robot journalism jako nowe odmiany i terminy w dziennikarstwie*, „Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica” 2018, nr 5(51), s. 209–222.

- Wieczorek P., *Dziennikarz profesjonalny czy obywatelski? Przyszłość zawodu w wirtualnym newsroomie* [w:] *Rozwój internetu a zmiany w mediach, systemach medialnych oraz społecznych* pod red. A. Jaskierni, K. Gajlewicz-Korab, Warszawa 2016.
- Woźniak-Kasparek J., *Przeciążenie informacyjne – wprowadzenie do tematu*, „Fides. Biuletyn Bibliotek Kościelnych” 2018, nr 24, s. 77–92.
- Zacher L., *Długofalowe trendy rozwoju społeczeństwa informacyjnego*, „Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych” 2018, nr 48, s. 29–42.
- Zawadzki M., Hudson M., Bernstein J., Chittum R., Fitzgibbon W., Dunn C., „*Panama papers*”. *Jak kancelaria Mossack Fonseca pomagała oszustom i złoczyńcom*, „Gazeta Wyborcza” 2016, <https://tiny.pl/r3q6b> [14.08.2020].
- <https://www.latimes.com/people/quakebot> [24.08.2020].

Streszczenie

Jakub Czopek, Sztuczna inteligencja w redakcji – o zmianach technologicznych w dziennikarstwie

Redakcje wszystkich rodzajów mediów muszą stale dostosowywać się do nasilających się procesów konwergencji i cyfryzacji przekazów medialnych. Jednym z narzędzi, które może pomóc im zdobyć przewagę nad konkurencją, są zaawansowane technologicznie aplikacje i algorytmy komputerowe, które nie tylko przyspieszają pracę dziennikarza, ale w wielu przypadkach mogą go wręcz zastąpić. Za główny cel artykułu obrano przybliżenie czytelnikowi najważniejszych zmian technologicznych związanych z wykorzystaniem programów opartych na sztucznej inteligencji, które w ostatnich latach zaczynają coraz mocniej determinować pracę dziennikarzy.

Summary

Jakub Czopek, Artificial intelligence in the editorial office - about technological changes in journalism

Editorial offices of all types of media must constantly adapt to the increasing processes of convergence and digitization of media messages. One of the elements that can help them gain a competitive advantage is the use of technologically advanced applications and computer algorithms that not only accelerate the journalist's work, but in many cases can even replace them. The main goal of the article is to familiarize the reader with the most important technological changes related to the use of artificial intelligence programs, which in recent years have started to increasingly affect the work of journalists.