

Trí tuệ nhân tạo ứng dụng trong báo chí - truyền thông: Cơ hội và thách thức

ThS. NGUYỄN THỊ HUYỀN

Học viện Báo chí và Tuyên truyền; Email: angela_nth@yahoo.co.uk

Nhận ngày 19 tháng 6 năm 2024; chấp nhận đăng tháng 11 năm 2024.

Tóm tắt: Thực tế đã chứng minh, sự phát triển của khoa học công nghệ đã mang lại những lợi ích to lớn cho cả xã hội và nền kinh tế, trong đó có ngành báo chí - truyền thông. Công nghệ đã giúp cho báo chí - truyền thông đạt tốc độ truyền tải thông tin một cách nhanh chóng và đang làm thay đổi phương thức sản xuất, xuất bản và chia sẻ tin tức. Đặc biệt, thời gian gần đây lĩnh vực báo chí - truyền thông một lần nữa đón nhận thêm một công nghệ mới mang tính đột phá, đó chính là sự xuất hiện của trí tuệ nhân tạo (Artificial Intelligence - AI). Bằng phương pháp thống kê, phân tích và tổng hợp tài liệu, tác giả đã chỉ ra những ứng dụng thực tế từ sự phát triển của công nghệ AI trong lĩnh vực báo chí, đi kèm những cơ hội thì AI cũng mang đến những thách thức không hề nhỏ.

Từ khóa: AI; công nghệ; trí tuệ nhân tạo; cơ hội; thách thức.

Abstract: Practical evidence has shown that the development of science and technology has brought tremendous benefits to both society and the economy, including the journalism and communication industry. Technology has enabled rapid information dissemination and is transforming the methods of producing, publishing, and sharing news. Notably, the journalism and communication sector has recently embraced another groundbreaking technology: artificial intelligence (AI). Using statistical methods, analysis, and document synthesis, the author has identified practical applications of AI development in journalism. Alongside the opportunities it presents, AI also brings significant challenges.

Keywords: AI; technology; artificial intelligence.

1. Khái niệm trí tuệ nhân tạo (AI)

Russel và Norvig (2021) đã đưa ra 8 định nghĩa khác nhau từ các tác giả trên thế giới và theo cách hiểu rộng nhất □Trí tuệ nhân tạo là trí tuệ được thể hiện bằng máy móc, đặc biệt là hệ thống máy tính^[1].

Theo IBM □Trí tuệ nhân tạo là công nghệ cho phép máy tính và máy móc mô phỏng trí thông minh của con người và khả năng giải quyết vấn đề^[2].

Đây là một lĩnh vực nghiên cứu trong khoa học máy tính, phát triển và nghiên cứu các phương pháp cũng như phần mềm cho phép máy móc nhận thức môi trường xung quanh, đồng thời sử dụng kiến thức và trí thông minh để thực hiện các hành động nhằm tối đa hóa cơ hội đạt được các mục tiêu đã xác định.

Sự xuất hiện của trí tuệ nhân tạo AI và gần đây hơn là AI tạo sinh, điển hình là ChatGPT đã mang lại sự thúc đẩy đáng kể cho công việc tự động hóa nội dung của báo chí. Theo Reuters, mới ra đời tháng 11/2022 nhưng ChatGPT nhanh chóng cán mốc 100 triệu người dùng chỉ sau 2 tháng (so với TikTok mất khoảng 09 tháng và

Instagram mất 2,5 năm) và trở thành ứng dụng phát triển nhanh nhất mọi thời đại. Chat GPT hiện là một trong 30 website hàng đầu trên thế giới, với khoảng 180,5 triệu người dùng trong tháng 8/2023.

AI trong lĩnh vực báo chí có khả năng biến các thuật toán thành những tác nhân tạo nội dung, năng lực của nó cũng có thể là chìa khóa trong việc tối ưu hóa các quy trình sản xuất, cải thiện doanh thu báo chí - truyền thông và tạo ra các mô hình kinh doanh mới, chẳng hạn như cá nhân hóa nội dung. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích to lớn AI mang lại thì cũng có không ít thách thức như sự xuất hiện của những thông tin sai sự thật, vấn đề sở hữu trí tuệ, vấn đề mất việc làm... Ngoài ra, nó cũng có nguy cơ làm tăng sự phụ thuộc của truyền thông vào các nền tảng công nghệ lớn.

2. Sự phát triển của AI, cơ hội và thách thức trong lĩnh vực báo chí

Sự phát triển của AI trong lĩnh vực báo chí

AI đã được sử dụng trong ngành tin tức trong thập kỷ qua. Associated Press (AP) là một trong những cơ

quan truyền thông tin tức sớm nhất tích hợp AI vào sản xuất tin tức. Năm 2014, AP bắt đầu sử dụng AI để xử lý các báo cáo về thu nhập của công ty. Trước khi sử dụng AI, các biên tập viên và nhà báo của AP đã dành vô số nguồn lực để tạo ra các báo cáo tài chính, khiến họ không tập trung vào những tin tức có tầm quan trọng lớn hơn. Mặc dù được đầu tư đáng kể nhưng AP chỉ có thể tạo ra 300 báo cáo tài chính mỗi quý, khiến hàng nghìn báo cáo thu nhập doanh nghiệp tiềm năng bị tồn đọng. Với sự trợ giúp của *Wordsmith* do Automated Insights tạo ra, giờ đây họ có thể chuyển đổi dữ liệu thu nhập thành các câu chuyện tin tức có thể xuất bản trong vòng vài giây; cách này hiệu quả hơn gần 15 lần so với cách truyền thống⁽³⁾.

Các tổ chức truyền thông khác bao gồm Bloomberg, Reuters, Forbes, The New York Times, The Washington Post và BBC cũng sử dụng AI để sản xuất tin tức. Các ứng dụng chính của AI trong các tổ chức truyền thông lớn này liên quan đến việc thu thập, sản xuất và phổ biến tin tức. Tại Trung Quốc, Tencent là công ty đầu tiên sử dụng AI để viết tin tức. Vào tháng 9/2015, kênh tài chính của Tencent đã sử dụng robot viết tin có tên *Dreamwriter* cho một bản tin có tiêu đề *"CPI tháng 8 tăng 2,0% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt mức cao mới trong 12 tháng"*. Nội dung chủ yếu bao gồm phân tích dữ liệu và bình luận của chuyên gia về dữ liệu. Dreamwriter tiếp tục tung ra nhiều báo cáo hơn, đạt 40.000 báo cáo trong ba quý đầu năm 2016⁽⁴⁾.

Từ năm 2018, những đột phá trong xử lý ngôn ngữ tự nhiên (NLP) và các mô hình tiền huấn luyện đã giải mã sự phức tạp của ngôn ngữ, cho phép máy móc đọc, học từ văn bản, suy luận ý định và tạo nội dung một cách tự động. Hơn nữa, những mô hình này có thể được tinh chỉnh nhanh chóng để thực hiện nhiều nhiệm vụ khác nhau, thúc đẩy sự phát triển của AI tạo sinh (GAI)⁽⁵⁾. Vào tháng 11 năm 2022, OpenAI đã ra mắt ChatGPT, một công cụ xử lý ngôn ngữ tự nhiên do AI điều khiển, được hỗ trợ bởi cấu trúc mạng nơ-ron của Generative Pre-training Transformer 3.5. Công cụ này được thiết kế để xử lý dữ liệu tuần tự, cho phép nó hiểu ngôn ngữ và tạo văn bản. Bằng cách được đào tạo trên các tập dữ liệu rộng lớn, ChatGPT có nhiều kiến thức và có thể tham gia vào các cuộc trò chuyện gần giống như tương tác giữa con người. Ngoài khả năng trò chuyện, ChatGPT còn xuất sắc trong nhiều nhiệm vụ khác như soạn thảo email, viết kịch bản video, viết nội dung quảng cáo, dịch thuật và lập trình.

Việc ra mắt ChatGPT vào tháng 11 năm 2022, tiếp theo là sự ra mắt của GPT-4 vào tháng 3 năm 2023, đã thu hút sự quan tâm sâu sắc của ngành truyền thông, những người đang theo dõi chặt chẽ cả những tác động tích cực và tiêu cực của những tiến bộ này. Nicholas Carlson, Tổng biên tập toàn cầu của Business Insider, khuyến khích các nhà báo khám phá cách sử dụng GAI. *"Một cơn sóng thần đang đến"*, ông nói vào tháng 4/2023. *"Chúng ta có thể lướt qua nó hoặc bị quét trôi. Nhưng sẽ thật vui khi lướt qua nó, và nó sẽ khiến chúng ta nhanh hơn và tốt hơn"*⁽⁶⁾.

Đầu năm 2024, Viện Reuters đã phát hành báo cáo dựa trên một nghiên cứu kéo dài một năm với nhiều cuộc phỏng vấn chuyên sâu với các chuyên gia trong ngành nhằm dự đoán xu hướng trong lĩnh vực báo chí. Theo báo cáo, 56% số người trả lời nhấn mạnh tầm quan trọng của việc sử dụng trí tuệ nhân tạo cho các nhiệm vụ tự động hóa tin tức ở hậu trường, chẳng hạn như gán thẻ, phiên thạo và biên tập, 37% số người trả lời nhấn mạnh tầm quan trọng của trí tuệ nhân tạo trong việc cung cấp những đề xuất nội dung tốt hơn, trong khi có 28% tập trung vào các ứng dụng thương mại. Hơn nữa, báo cáo cũng dự đoán về việc bổ nhiệm nhiều cán bộ biên tập cấp cao hơn để phối hợp các hoạt động và chiến lược liên quan đến trí tuệ nhân tạo trong năm nay.



Nguồn: Reuters Institute, media and technology trends and predictions 2024.

Cơ hội ứng dụng AI trong lĩnh vực báo chí

AI đang mang đến rất nhiều cơ hội cho hoạt động báo chí từ việc phát hiện tin nóng, thẩm định thông tin, tương tác với độc giả, kiểm soát bình luận, sản xuất video, cho đến viết tin, bài tự động⁽⁷⁾ cụ thể:

Thu thập thông tin

Thu thập thông tin đóng vai trò là nền tảng của việc sản xuất tin tức, nơi các nhà báo đánh giá mức độ phù hợp và tầm quan trọng của các chủ đề khác nhau dựa trên thông tin có sẵn. Với sự tích hợp của AI, bối cảnh

thu thập thông tin đã mở rộng, chi phí giảm. Ví dụ: Bard của Google, được đào tạo về một tập dữ liệu văn bản và mã không lồ bao gồm nhiều chủ đề khác nhau như lịch sử, khoa học, công nghệ và các vấn đề thời sự, có thể sử dụng thông tin này để dự đoán xu hướng sự kiện⁽⁷⁾. Nhìn chung, trong giai đoạn thu thập thông tin, việc sử dụng AI bao gồm ba khía cạnh chính:

Đầu tiên, AI thay thế các nhà báo trong việc hoàn thành các nhiệm vụ cơ bản lặp đi lặp lại và tốn nhiều công sức, chẳng hạn như thu thập thông tin cơ bản. Reuters News Tracer là một ví dụ như vậy. Nó chạy các thuật toán học máy trên một tỷ lệ phần trăm trong số 700 triệu tweet hàng ngày của Twitter để tìm tin nóng. Các thuật toán này tìm kiếm các cụm tweet nói về cùng một sự kiện và sau đó, công cụ này sẽ tạo ra sự xếp hạng về mức độ tin cậy, đặt câu hỏi liệu sự kiện đó có đáng được đưa tin hay không và xác minh xem một thông tin nào đó có đúng hay không. Các nhà báo của Reuters sau đó sẽ xác minh thông tin một cách độc lập thông qua các kênh và báo cáo của riêng họ trước khi xuất bản (Reuters 2017).

Thứ hai, AI giải quyết những hạn chế của các nhà báo trong việc đưa tin như về thời gian và không gian, điều này có thể cản trở khả năng cập nhật những diễn biến mới nhất. Trong những tình huống như vậy, AI sẽ can thiệp để xác định thông tin theo thời gian thực, liên tục theo dõi các sự kiện đang diễn ra và đưa ra những đề xuất đổi mới việc đưa tin. Sự hỗ trợ công nghệ này cho phép các nhà báo luôn cập nhật những câu chuyện đang phát triển và duy trì mức độ phù hợp trong việc đưa tin của họ.

Thứ ba, các nhà báo đóng một vai trò quan trọng trong việc đào tạo hệ thống AI để hoàn thiện năng lực đánh giá mức độ tin cậy của chúng, nhằm phù hợp với các tiêu chuẩn biên tập của tổ chức tin tức. Tuy nhiên, quá trình này đi kèm với một cảnh báo. Khi khả năng đánh giá mức độ tin cậy của AI được cải thiện, việc thu thập thông tin của AI có thể thiên về các giá trị và ưu tiên của tổ chức tin tức. Do đó, có nguy cơ bỏ qua các sự kiện bên lề và dựa vào một nhóm nguồn hẹp hơn. Để giảm thiểu rủi ro này, sự hợp tác liên tục giữa các tổ chức tin tức, nhà báo và lập trình viên là điều cần thiết⁽⁸⁾.

Sản xuất nội dung

Ứng dụng chính của AI trong sản xuất tin tức là hỗ trợ các nhà báo trong việc tạo nội dung. Hệ thống AI có thể tạo văn bản phù hợp với phong cách và giọng điệu của các tổ chức tin tức, tạo điều kiện thuận lợi cho các

công việc như phiên âm, dịch thuật và cập nhật tin tức hàng ngày. Sự hỗ trợ này không chỉ nâng cao năng suất của các nhà báo mà còn cải thiện chất lượng tổng thể, khả năng đọc các bản tin và sản xuất nội dung bằng nhiều ngôn ngữ, từ đó mở rộng phạm vi tiếp cận khán giả. Ví dụ: tờ báo Le Monde của Pháp sử dụng AI để hỗ trợ dịch các bài báo, cho phép xuất hiện khoảng 30 câu chuyện mỗi ngày trên ấn bản tiếng Anh⁽⁹⁾.

AI chủ yếu hỗ trợ sản xuất nội dung ở hai khía cạnh chính: *Đầu tiên* là sáng tạo nội dung, chẳng hạn như tóm tắt và tiêu đề. Aftonbladet, một tờ báo của Thụy Điển nhận thấy rằng các bản tin được bổ sung các gạch đầu dòng do AI tạo ra có thể tăng mức độ tương tác tổng thể, đặc biệt là trong số độc giả trẻ. Hơn nữa, AI có thể hỗ trợ chuyển đổi phương thức giữa văn bản và hình ảnh, âm thanh và video.

Thứ hai là đa dạng hóa cách viết. AI có thể điều chỉnh các câu chuyện tin tức theo phong cách của các tổ chức tin tức, tạo ra các phong cách viết khác nhau và thậm chí điều chỉnh lại các câu chuyện về mặt ngữ nghĩa cho các đối tượng khác nhau. Theo nghiên cứu của Gina Chua (2023), công cụ GAI Claude có thể tương đương cùng một nội dung tin tức theo các phong cách khác nhau của The New York Times, The New York Post, China Daily và Fox News. Đối với các tổ chức tin tức, tính năng này có thể giúp thu hút khán giả với những quan điểm và giá trị khác nhau, từ đó mở rộng lượng khán giả của họ.

Tùy chỉnh và phát hành

Sản xuất tin tức truyền thống thường tuân theo quy trình tuyến tính và đơn hướng, trong đó các nhà báo và biên tập viên chuyên nghiệp tiến hành qua các giai đoạn như thu thập thông tin, viết, biên tập và phân phối tin tức đến khán giả. Tuy nhiên, với sự tích hợp của AI, quá trình này được nâng cao thông qua việc áp dụng tối ưu hóa thuật toán và phổ biến tính tương tác. Sự chuyển đổi này cho phép kết nối liền mạch giữa các giai đoạn sản xuất tin tức khác nhau, chuyển quy trình tuyến tính thành quy trình liền mạch.

AI có thể phân tích dữ liệu và sở thích nội dung của khán giả, sau đó tùy chỉnh các bản tóm tắt, tiêu đề và nội dung cho họ. Ví dụ: Forbes đã giới thiệu Adelaide dưới dạng một công cụ tìm kiếm, nơi các cá nhân có thể đặt bất kỳ câu hỏi nào cho chatbot. Adelaide không chỉ đưa ra câu trả lời ngắn gọn mà còn đề xuất hàng loạt tin tức liên quan đến câu hỏi. Các nền tảng như NewsCube cho phép người dùng khám phá những câu chuyện tin tức phức tạp từ nhiều góc độ khác nhau. Mỗi mặt của News-

Cube chứa nội dung có nguồn gốc từ nhiều tổ chức hoặc cơ quan truyền thông khác nhau, cung cấp cho người dùng cái nhìn đa diện về bối cảnh tin tức. Cách tiếp cận này giúp người dùng điều hướng qua hệ thống văn bản rộng lớn về nội dung tin tức với định hướng rõ ràng hơn. Hơn nữa, NewsCube thu thập dữ liệu về hành vi và sở thích của người dùng, đóng vai trò là thông tin đầu vào có giá trị để hướng dẫn việc ra quyết định trong tương lai trong việc sản xuất tin tức và tạo điều kiện phổ biến nội dung được cá nhân hóa.

Sự tham gia của khán giả vào việc sản xuất tin tức không chỉ khuyến khích sự đa dạng về nội dung mà còn thúc đẩy diễn ngôn công khai sôi động hơn. Hơn nữa, sự tham gia này giúp cải thiện tính chính xác của nội dung bằng cách cho phép phản hồi về độ tin cậy của thông tin. Khi khán giả tích cực tham gia xác minh và kiểm tra các tin tức, việc phổ biến thông tin sai lệch hoặc gây hiểu lầm sẽ giảm dần.

Thách thức của AI trong lĩnh vực báo chí

Mặc dù AI đã mang lại những cơ hội cho ngành tin tức nhưng việc tích hợp nó cũng cần phải được xem xét. Những vấn đề về quyền sở hữu trí tuệ, quyền riêng tư, đạo đức báo chí, nguồn thu là một trong những thách thức của việc ứng dụng mô hình công nghệ đang phát triển này.

Quyền sở hữu trí tuệ và quyền riêng tư

Thảo luận về các hậu quả pháp lý bắt nguồn từ việc tích hợp AI trong sản xuất tin tức, đặc biệt liên quan đến các vi phạm tiềm ẩn đối với quyền riêng tư và bản quyền của cá nhân. Vào ngày 15 tháng 2 năm 2023, Francesco Marconi, một phóng viên của Wall Street Journal, đã công khai cáo buộc OpenAI sử dụng trái phép nội dung từ các hãng truyền thông nổi tiếng của nước ngoài như Reuters, The New York Times, The Guardian và BBC để đào tạo mô hình ChatGPT của mình. Hiện tại, các khung pháp lý hiện hành chủ yếu quy trách nhiệm cho các cá nhân, điều này là không đủ trong việc giải quyết AI như các thực thể kỹ thuật số. Trách nhiệm pháp lý yêu cầu thiết lập mối liên hệ nhân quả trực tiếp giữa nhà điều hành AI và bất kỳ hành vi vi phạm nào, với các hình phạt tương xứng với thiệt hại thực tế gây ra. Tuy nhiên, các tiêu chuẩn pháp lý hiện tại thiếu các cơ chế cần thiết để xác định chính xác và xác định thiệt hại. Hơn nữa, việc hợp nhất AI đặt ra những thách thức đáng kể đối với việc bảo vệ sở hữu trí tuệ. Câu hỏi liệu các thực thể do AI tạo ra có được hưởng quyền sở hữu trí tuệ hay không vẫn chưa được giải quyết, mặc dù các tranh chấp về

quyền của các sản phẩm do AI tạo ra đã nảy sinh.

Bên cạnh đó, với các hệ thống thông minh được triển khai, quyền riêng tư của người dùng sẽ bị lộ và điều kiện tiên quyết để truy cập các dịch vụ thông minh là phải cung cấp thông tin cá nhân. Ngày 29/6/2023, 16 cá nhân ở Mỹ đệ đơn kiện ChatGPT. Họ cáo buộc nền tảng này thu thập và tiết lộ thông tin cá nhân của họ, như chi tiết tài khoản, thông tin đăng nhập, email, thông tin thanh toán, lịch sử duyệt web, tương tác trên mạng xã hội, nhật ký trò chuyện và các hoạt động trực tuyến khác mà không thông báo đầy đủ hoặc nhận được sự đồng ý từ người dùng⁽¹⁰⁾.

Vấn đề đạo đức

Trí tuệ nhân tạo (AI) mang lại cả cơ hội và thách thức cho báo chí. Nó giúp các nhà báo điều tra thu thập và xử lý thông tin nhanh chóng và hiệu quả hơn. Tuy nhiên, việc sử dụng AI cũng đặt ra những vấn đề về đạo đức. □Những phần mềm có khả năng □tư duy□đang ngày càng trở nên hữu ích, nhưng chưa chắc nó đã thu thập hoặc xử lý thông tin một cách có đạo đức□

Sự minh bạch là yếu tố then chốt. Các nhà báo cần giải thích rõ ràng về việc họ sử dụng thuật toán AI như thế nào, để tránh bị nghi ngờ là thu thập dữ liệu người dùng bí mật và sử dụng chúng với mục đích xấu. Nếu không có quy trình minh bạch và sự giám sát của công chúng, AI có thể khiến báo chí mất lòng tin của độc giả, cho dù công nghệ được ứng dụng có hiện đại đến đâu.

Rõ ràng, AI mang lại nhiều cơ hội mới cho báo chí, nhưng cũng đặt ra những thách thức về đạo đức. Để AI thực sự góp phần xây dựng một xã hội tốt đẹp hơn, các nhà báo cần tuân thủ các nguyên tắc đạo đức và minh bạch trong việc sử dụng công nghệ này.

Đe dọa nguồn thu

Trí tuệ nhân tạo cũng đang □đe dọa□nguồn thu của báo chí, đây là vấn đề sống còn của báo chí hiện nay. Kinh tế báo chí đang gặp rất nhiều khó khăn trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt từ các công cụ tìm kiếm và mạng xã hội. Hiện nay, những công cụ tìm kiếm đang mang lại khoảng 50% lưu lượng truy cập (traffic) cho các cơ quan báo chí, trong khi đó, các nền tảng mạng xã hội mang lại trung bình 15 - 20%. Tuy nhiên, với sự ra đời của trí tuệ nhân tạo, cách thức trả kết quả của các công cụ tìm kiếm đã hoàn toàn khác. Nguy cơ các cơ quan báo chí mất 50% lưu lượng truy cập từ các công cụ tìm kiếm là rõ ràng, kèm theo đó là mất doanh thu từ quảng cáo.

Việc triển khai AI đòi hỏi các nguồn lực đáng kể như

cơ sở hạ tầng kỹ thuật số và quy trình đào tạo được kiểm soát bởi các quốc gia và doanh nghiệp có nhiều nguồn lực và quyền lực nhất, dẫn đến sự độc quyền của họ đối với AI.

3. Đề xuất một số kiến nghị

Thứ nhất, đối với cơ quan nhà nước có thẩm quyền:

Cần nghiên cứu và sớm hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật quy định về trách nhiệm pháp lý của các đối tượng liên quan đến AI. Từ đó, cần xem xét và đưa ra các quy định pháp lý về các vấn đề như quyền sở hữu trí tuệ và quyền riêng tư cá nhân liên quan đến sự tham gia của AI. Đồng thời, cũng cần nhanh chóng hoàn thiện khung pháp lý để làm cơ sở cho sự phát triển của nền báo chí số. Điều này rất cần thiết khi các công nghệ mới như AI ngày càng được ứng dụng rộng rãi trong các hoạt động báo chí và truyền thông. Việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật kịp thời sẽ giúp định hướng, quản lý và phát triển AI, đặc biệt trong các lĩnh vực nhạy cảm như báo chí, truyền thông.

Thứ hai, đối với các cơ quan báo chí: Cần chủ động xây dựng chiến lược chuyển đổi số, trong đó đẩy mạnh ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong tòa soạn. Cần chú ý, không có kịch bản chung cho việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong quản trị sáng tạo nội dung báo chí. Với các cơ quan báo chí đang ở bước cơ bản trong chuyển đổi số, cần tập trung các ứng dụng AI trong sáng tạo nội dung và tổ chức sản xuất, nghiên cứu và phân khúc công chúng trên phiên bản báo điện tử, chú trọng an toàn và an ninh thông tin. Theo đó, các tòa soạn báo cần có những chính sách phù hợp để thu hút vốn đầu tư từ bên ngoài, từ đó tăng nhanh khả năng phát triển AI; bảo đảm bảo mật thông tin, không chỉ là những nguy cơ bị xâm nhập an ninh mạng, mà luôn phải duy trì các yếu tố về an toàn thông tin; đào tạo nguồn nhân lực giỏi có thể làm giảm thiểu đến mức thấp nhất sự mơ hồ, thiếu hiểu biết về vai trò của công nghệ, từ đó tạo động lực cho các nhà báo chủ động hơn trong việc đưa ra các sáng kiến mới. Để có những sản phẩm báo chí chất lượng cần có sự kết hợp giữa con người và trí tuệ nhân tạo với quy trình làm việc chuyên nghiệp.

Thứ ba, đối với đội ngũ người làm báo: Để ứng dụng AI hiệu quả trong công việc, cần có một định hướng chủ động và linh hoạt: Trước hết, cần nhanh chóng cập nhật các công nghệ AI mới nhất. Điều này đòi hỏi sự chủ động tìm hiểu và học hỏi liên tục về những tiến bộ mới nhất trong lĩnh vực này; Tiếp theo, cần hiểu rõ những điểm mạnh của AI để tận dụng tối đa sức mạnh của nó trong

công việc. Đồng thời, cũng cần nhận thức được những hạn chế, những việc mà AI chưa thể hoặc không thể làm được. Điều này sẽ giúp tập trung đầu tư, cải thiện ở những lĩnh vực mà AI chưa thể giúp được con người.

Mặc dù các phần mềm ứng dụng AI có nhiều tính năng vượt trội, nhưng chúng chỉ là công cụ hỗ trợ, nhà báo cần phải học cách làm chủ và sử dụng cho hoạt động nghề nghiệp của mình. Các công cụ AI có thể hỗ trợ hiệu quả công tác biên tập, sản xuất báo chí tự động, nhưng không thể thay thế nhà báo. Chúng không có "nhạy cảm chính trị", không có lý tưởng, không có tính nhân văn, và hoàn toàn không có trách nhiệm xã hội cũng như đạo đức báo chí. Do đó, để làm chủ và sử dụng tốt các công cụ số nói chung và các phần mềm ứng dụng AI nói riêng, mỗi nhà báo Việt Nam cần phải không ngừng trau dồi năng lực và phẩm chất đạo đức của một nhà báo cách mạng. Cần phải học hỏi, thảo luận để có thể làm chủ công nghệ, thay vì để công nghệ dẫn dắt và làm chủ chính mình. Bằng cách này, các nhà báo sẽ có thể tạo ra các tác phẩm, sản phẩm báo chí chất lượng cao, theo đúng nguyên tắc nghề nghiệp./.

(1) Russell Stuart J., Norvig Peter (2021), *Artificial Intelligence: A Modern Approach (4th.ed)*. NBX, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

(2) What is artificial intelligence (AI) (2024)? . <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence>

(3) Miller R. (2015), AP's "robot journalists" are writing their own stories now. *The Verge* 29.

(4) Cheng X, Lyandres E, Zhou K, Zhou T. (2022), Industrial robots and finance. *Available at SSRN 3736000*.

(5) Shi Y, Sun L. (2024), How Generative AI Is Transforming Journalism: Development, Application and Ethics. *Journalism and Media* 5:582-94.

(6) Korn J. (2023), How companies are embracing generative AI for employees or not. *CNN*.

(7) Patrick J. (2023), How Does the Conversation between a Journalist and Bard, the AI Chatbot at Google Occur? *Heart of Hollywood Magazine*

(8) Harcup T. (2023), *The Struggle for News Value in the Digital Era. Journalism and Media* 4:902-17.

(9) Newman, Nic. (2024), *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions*. Available online: <https://reutersinstitute.politics.ox>.

(10) Maura C. (2023), *OpenAI Is Being Sued for Training ChatGPT with "Stolen" Personal Data*. *Mashable*. June 30.