當機器人開始做記者

Written by Administrator

當機器人開始做記者

中時電子報

楊艾俐

2015-06-29

「美鋁公司本周二公布報告，第二季獲利1.38億美元，扭轉了長達一年的虧損局面，盈利結果超出分析師預期。 該公司報告，為工業企業客戶用作零部件的工程類產品業績迅猛增長……」

這是美聯社去年第二季後所發表的一則平實新聞，很符合美聯社的要求，但記者只花了一秒鐘就寫完了，新聞末沒有署名，寫著AI自動生成（Automated Insights，一家軟體公司），這是個機器人記者。

去年，美聯社首先推出機器人寫新聞，轟動新聞界。 但當他為美聯社工作前，這位記者已經寫成了3億則新聞，比全球媒體新聞總產量還高，今年他更提高生產力，要報導10億則。

很幸運地，機器人記者現在只能寫某幾類的新聞，輸入已有固定結構（如財務報表、比賽分數）的資料，接著搜尋演算，梳理所得資料後，結合事實和關鍵趨勢，再加上歷史及背景資料，寫成固定規範的新聞稿。

很多運動新聞、天氣、甚至地震消息都可如法炮製；《財星》500強企業的內部銷售報告、房地產的名錄簡報等工作都可找他代勞。 這些新聞都需要精確，仔細、無誤，AI做起來輕鬆自如。 很多政治組織也計畫用AI裡的Wordsmith，向選民發布個性化電郵。

Wordsmith的腦力會不斷進步，去年發表在《紐約客》雜誌，由資深記者Kevin Roose寫的一篇文章中說，這個鬼精靈將來能洞察人類習慣及感情，例如，某場籃球賽結束，機器人會用同樣的資料生成兩個版本的報導：一個版本為獲勝球隊的粉絲所寫，輕快愉悅；另一個版本為打輸球隊粉絲寫的，沮喪低落。

但縱使如此，美國國家廣播電台今年對這個記者下戰書，比較機器人寫的新聞和真人記者寫的新聞，機器人雖然快，但是讀者還是喜歡真記者寫的。 可見有人味的報導還是受歡迎。

記者應該為機器人代勞而高興，多年前，《天下》雜誌創辦人殷允芃任職記者時，要跑的新聞包羅萬象，從政治，社會、到文化，甚至有國際籃球賽都得坐整場，得到最後分數才能離場，熱愛新聞的她也常不耐。

1 / 2

當機器人開始做記者

Written by Administrator

今天有機器人幫忙，記者可以聚焦在最重要的新聞，例如以前美聯社只能發布美國 300家企業財務分析，現在可以發表 4千家，記者可以只專注明星公司，如蘋果 、 谷歌 、 可口可樂等 。

在做深度報導時，不單是腦力密集，也是體力密集工作，什麼都得親手做，有時明明知道問題在哪裡，但苦無資料數據可以證實，必須打電話到各個單位收集資料或核實，此時機器人可成為記者的好幫手 。 如寫篇大股東掏空企業的調查報導，機器人可幫著篩選資料，比較旗下不同企業的財務報表，看出他到底有無掏空 。

當然，記者的天職是看到別人看不到的事務，觀察別人未觀察到的趨勢，到別人不能到的地方，乃至做別人不能做的事，當然也包括我們的機器人同事 。 基於此，機器人絕對不可能勝過我們 。 （作者為汕頭大學傳播學院教授） (旺報)

2 / 2