

Abstract

Generative image by artificial intelligence technology has recently developed an important growth within our society. Its expansion into our everyday lives has raised interrogations on limits, capability and controversy. Image as a media spectrum in news relies on photojournalism practices and generative imagery tools have the capacity to innovate and modify work habits. Since the digitalization of news on the Internet, artificial intelligence offers rooms to automatised media's activities. This master thesis wants to explore the tangible impact of AI-Generative Images in journalism through the lens of professionals in journalism. The study research relies on qualitative analysis through semi-structured interviews of seven participants: journalists and photojournalists. The thesis develops concepts of the importance of image in digital media, the current use of generated images in journalism, information bias and ethics in journalism. Results showed that generative image is a powerful creative tool, however in constant evolution, and requires legal structure to be used ethically in journalism. Also heavily relying on editorial decisions, the implementation of generative images is not yet secured as its conduct to an adaptation of work habits.

Keywords

Journalism, artificial intelligence, generated images, media, digitalization, social media, generative AI, current challenges, journalist, photo-journalism

Abstrakt in Czech

Generativní obraz pomocí technologie umělé inteligence zaznamenal v poslední době v naší společnosti důležitý růst. Jeho rozšíření do našich každodenních životů vyvolalo otázky ohledně limitů, schopností a kontroverze. Obraz jako mediální spektrum ve zprávách se opírá o postupy fotožurnalistiky a nástroje generativního zobrazování mají schopnost inovovat a upravovat pracovní návyky. Od digitalizace zpráv na internetu nabízí umělá inteligence prostory pro aktivity automatizovaných médií. Tato diplomová práce chce prozkoumat hmatatelný dopad AI-Generative Images v žurnalistice objektivem profesionálů v žurnalistice. Výzkumná studie se opírá o kvalitativní analýzu prostřednictvím polostrukturovaných rozhovorů sedmi účastníků: novinářů a fotoreportérů. Práce rozvíjí koncepty významu obrazu v digitálních médiích, současného využití generovaných obrazů v žurnalistice, informační zaujatosti a etiky v žurnalistice. Výsledky ukázaly, že generativní image je mocným kreativním nástrojem, nicméně v neustálém vývoji a vyžaduje, aby právní struktura byla v žurnalistice používána eticky. Také implementace generativních obrázků, která se silně spoléhá na redakční rozhodnutí, ještě není zajištěna, protože vede k přizpůsobení pracovních návyků.

Klíčová slova

Žurnalistika, umělá inteligence, generované obrázky, média, digitalizace, sociální média, generativní AI, aktuální výzvy, novinář, fotožurnalistika