

Inteligența artificială – aliat sau inamic pentru jurnalism? Artificial intelligence - ally or enemy for journalism?

Lector univ. dr. Petrica PAȚILEA

Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați

Abstract: A new stage in the post-truth era is foreshadowed, an expected but also controversial moment that arouses interest and concern alike - the emergence and global spread of artificial intelligence. In the big data society, artificial intelligence can be a vital aid, a tool that must be controlled. It must not control us. It is a tool that threatens the existence of many "traditional" professions and journalism is one of these, hence the ethical concerns regarding the content created by AI and distributed by the media, a content with high potential for manipulation, starting from lack of accuracy to deep-fake, with all their implications. We will analyze what the informational environment looks like at this time, what are the current challenges, but also the threats to the media market in this context.

Keywords: journalism, accuracy, ethics, threats, artificial intelligence

În societatea *big data*, inteligența artificială este un partener incontestabil, dar și un instrument care amenință existența a numeroase profesii, inclusiv acelea din sfera jurnalismului, tocmai pentru că accelerează masiv toate procesele, analizează, scrie, transcrie, verifică date, oferă idei de articole și imagini, realizează traduceri și rezumate, totul foarte rapid. Apar acum și numeroase provocări de ordin etic și legal privind modul de utilizare a acestor tehnologii inovative, dar și modul în care aceste tehnologii folosesc informația existentă pentru extinderea uriașei baze de date.

Deși termenul de inteligență artificială este utilizat la scară largă pentru a defini o mare varietate de tehnologii și procese, se impun o serie de precizări distinctive. Inteligența artificială este considerată a fi „o colecție de idei, tehnologii și tehnici care se referă la capacitatea unui sistem informatic de a realiza sarcini care în mod normal necesită inteligență umană; utilizează algoritmi avansați care sunt capabili să proceseze, să interpreteze, să clasifice și să găsească modele în cantități uriașe și complexe de date, astfel încât să deducă «inteligență» sau «învățare asemănătoare omului»”, pe când inteligența artificială generativă – *genAI* - „este un subdomeniu din cadrul *Machine Learning* (*ML*), un subdomeniu al AI în sine, care implică generarea de date noi, cum ar fi text, imagini sau cod, pe baza unui set dat de date de intrare”. [<https://www.journalism.ai/research/2023-generating-change>, accesat pe 2 decembrie 2023] Cu alte cuvinte, *ML* (trad. învățare automată) este o aplicație a inteligenței artificiale care oferă sistemelor capacitatea de a învăța și de a îmbunătăți automat din experiență, fără a fi programate în mod explicit. Ce este *Machine Learning*, totuși? „Ca în cazul majorității terminologiei din domeniul inteligenței artificiale, nu există o definiție unică a învățării automate. În termeni simpli, ceea ce face *ML* este să folosească datele pentru a răspunde la întrebări. Mai formal, se referă la utilizarea algoritmilor care învață tipare din date și sunt capabili să îndeplinească sarcini fără a fi programați în mod explicit pentru a face acest lucru. Mai mult, o caracteristică definitorie a sistemelor de învățare automată este că își îmbunătățesc performanța cu experiență și date. Sau, cu alte cuvinte: ei învață.” [<https://newsinitiative.withgoogle.com/resources/trainings/introduction-to-machine-learning/>, accesat pe 3 decembrie 2023]

Învățarea automată (*ML*) alimentează deja multe produse pe care le folosim în fiecare zi, dar nu este întotdeauna evident că *ML* este în spatele lor: software-uri de navigare GPS, cum ar fi *Google Maps* și *Waze*, servicii de streaming, cum ar fi *Netflix* și *Spotify*, motoare de căutare, cum ar fi *Google Search* și *Yahoo*, rețele sociale, ca *TikTok*, *Facebook* și *Instagram*. Dar învățarea automată își face loc încet și în procesul jurnalistic. În cea mai mare parte, ajută la acest moment la perfecționarea proceselor existente: practic, eliberează jurnaliștii de sarcini repetitive și le permite astfel să lucreze la povești care ar fi prea complexe sau consumatoare de timp pentru a fi relatate fără ajutorul tehnologiei.

În 2021, 57% dintre companiile din economia emergentă declarau că utilizează deja inteligența artificială, iar în 2023, 67% dintre liderii pieței media din 53 de țări au admis că utilizează IA pentru selecția și recomandarea relatărilor într-o oarecare măsură. [<https://innovating.news/article/ai-in-journalism/>, accesat pe 2 decembrie 2023] „Jurnaliștii vor avea superputeri”, atenționează și Amy Webb, fondatoarea Institutului *Future Today* și autoarea Raportului anual privind tendințele tehnologiei la nivel

mondial. [<https://medium.com/global-editors-network/journalistswill-have-superpowers-futurist-amy-webb-talks-opportunities-and-pitfalls-of-97409133ea50>, accesat pe 9 decembrie 2023]

Agențiile de presă mondiale, marile publicații ale lumii sau chiar televiziunile au început de câțiva ani să testeze facilitățile oferite de inteligența artificială, de la culegerea informațiilor și producția de știri, până la distribuție. *Associated Press* și-a automatizat o parte din fluxuri încă din 2014, preponderent segmentul știrilor financiare și sportive, având astfel capacitatea de a citi cu ajutorul inteligenței artificiale un număr mult mai consistent de date. *Reuters* utilizează din 2015 *News Tracer*, un software care scanează postările din rețelele sociale și identifică potențialul de știre a informațiilor de pe *Twitter*, fiind capabil să detecteze și să livreze știri în timp real pentru jurnaliști, fără intervenție manuală. Tot *Reuters* utilizează și *Lynx Insight*, software conceput pentru a identifica tendințele și *key-facts* în seturi mari de date, sugerând noi povești pentru reporteri, oferind în același timp contextualizare și informații de background. *BBC World News* folosește din 2016 software-ul *Synthesia* care face ca un prezentator de televiziune să pară că citește aceleași știri în alte trei limbi străine, deși cunoaște numai una. [<https://www.bbc.com/news/av/technology-46104437>, accesat pe 9 decembrie 2023]. În același timp, tabloidul german *Bild*, cel mai bine vândut ziar din Europa, a anunțat că intenționează să înlocuiască sute de angajați - editori, personal de producție tipografică, corectori sau editori foto - cu inteligența artificială. [<https://www.theguardian.com/world/2023/jun/20/german-tabloid-bild-to-replace-range-of-editorial-jobs-with-ai>, accesat pe 9 decembrie 2023]. Multe alte organizații media folosesc deja o gamă largă de tehnici de inteligență artificială pentru a produce știri la scară largă, scopul principal fiind acela de a permite jurnaliștilor să se ocupe de activități creative lăsând acțiunile repetitive în seama „mașinii”. IA are câteva potențiale aplicații pozitive în jurnalism:

„O mai bună distribuție personalizată a conținutului; producție mai eficientă, automatizată de conținut; stabilirea prețurilor dinamice, atât pentru anunțuri, cât și pentru abonamente; capacitatea de a găsi mai multe povești în date și mai multe date în povești; transcripții automate mai bune; moderarea conținutului; recunoașterea știrilor false și a falsurilor profunde; noi instrumente pentru dezmințire; căutare îmbunătățită de imagini și videoclipuri. Pentru industria de știri, care se confruntă de ani de zile cu dificultăți financiare și modele de afaceri depășite, apare posibilitatea de a face mai mult cu mai puțin. Este posibil ca identitatea profesională a jurnaliștilor să se schimbe pe măsură ce condițiile fundamentale se schimbă, dar dezvoltarea nu trebuie privită ca o amenințare. Mai degrabă, indică o creștere a importanței sarcinilor, trăsăturilor și funcțiilor care nu sunt posibil de automatizat. În jurul acestor fenomene se va rafina jurnalismul, în strânsă colaborare cu algoritmi și roboți.” [<https://www.unesco.org/en/articles/reporting-artificial-intelligence>, accesat pe 9 decembrie 2023]

În redacții, aplicațiile de inteligență artificială sunt utilizate acum pentru a culege informații dintr-o multitudine de surse. De altfel, cele mai multe organizații media utilizează această tehnologie preponderent în documentare, în transcrieri automate, extragerea de text din imagini și structurarea datelor obținute. Creșterea accesibilității la tehnologiile AI generative (*genAI*), precum *ChatGPT*, a deschis noi posibilități și provocări privind modul în care AI poate fi valorificată în crearea de conținut. În studiul său, *Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with AI*, Charlie Beckett arată că aproximativ 90% din redacțiile chestionate au spus că „au folosit tehnologiile AI în distribuția de știri într-o varietate de moduri, cum ar fi verificarea faptelor și corectarea, folosind aplicații de procesare a limbajului natural (NLP), analiza tendințelor și scrierea de rezumate și cod folosind tehnologiile *genAI*. De exemplu, aplicațiile NLP ajută la verificarea faptelor, identifică afirmațiile și le potrivesc cu cele verificate anterior. Căutarea inversă a imaginilor este, de asemenea, utilizată în verificare. Redacțiile experimentează deja și utilizează tehnologii *genAI* precum *ChatGPT* în sarcinile de producție de conținut, inclusiv producerea de rezumate, titluri, povestiri vizuale, buletine informative direcționate și în evaluarea diferitelor surse de date.” [<https://www.journalism.ai/research/2023-generating-change>, accesat pe 2 decembrie 2023]. În cercetarea sa, Charley Beckett menționează câteva din cele mai cunoscute aplicații de inteligență artificială utilizate în redacții și multiplele posibilități de procesare a datelor pe care acestea le oferă:

„*BloombergGPT*: Un model de limbaj la scară largă instruit să utilizeze date financiare pentru a sprijini diverse sarcini NLP, cum ar fi rezumarea documentelor financiare, generarea de rapoarte și furnizarea de informații despre tendințele pieței.

Heliograf de la Washington Post: automatizează procesul de generare a articolelor de știri scurte din date structurate, cum ar fi scorurile sportive și rapoartele de câștig, pentru a le permite jurnaliștilor să se concentreze pe articole mai aprofundate.

The Times of London's JAMES: Un sistem de gestionare a conținutului bazat pe inteligență artificială care utilizează algoritmi ML pentru a analiza comportamentul și interesele utilizatorilor spre a oferi conținut de știri personalizat.

Czech Radio's Digital Writer: un instrument bazat pe inteligență artificială care generează articole din date structurate, ajutând la automatizarea producției de știri prin conversia datelor în știri care pot fi citite.

Lynx Insight de la Reuters: această platformă utilizează algoritmi AI pentru a analiza seturi masive de date și oferă jurnaliștilor rezultate valoroase și informații de background pentru a sprijini investigațiile.

Arc XP de la Washington Post: o suită de instrumente pentru managementul conținutului, publicare și implicarea publicului care permite companiilor, mărcilor de retail și organizațiilor media și de divertisment să creeze și să distribuie conținut, să stimuleze comerțul digital și să ofere experiențe puternice pe mai multe canale.

Newtral's Claim Hunter: Platforma ascultă și transcrie conținut audio, detectând declarațiile care necesită verificarea faptelor și automatizează procesul de identificare a afirmațiilor făcute în discursuri, interviuri sau alte surse audio, permițând verificarea eficientă a faptelor.

Reuters News Tracer: utilizează algoritmi de învățare automată pentru a identifica rapid știrile de ultimă oră și pentru a le verifica credibilitatea. Ajută jurnaliștii analizând cantități masive de date, postări pe rețelele sociale și rapoarte ale martorilor oculari pentru a furniza actualizări de știri fiabile și în timp real.

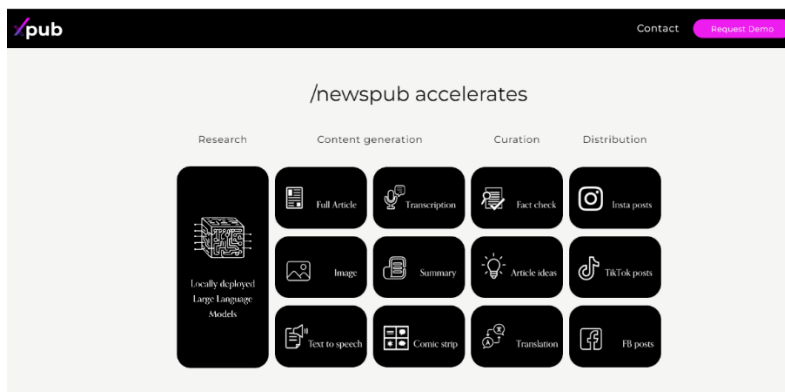
Instrumentul automatizat de verificare a faptelor Newtral: platforma folosește tehnici NLP și de învățare automată pentru a identifica informațiile potențial false sau înșelătoare. Acest instrument își propune să îmbunătățească eficiența și acuratețea proceselor de verificare a faptelor.

FactStream al Duke Reporter's Lab: este un sistem automat de verificare a faptelor care identifică afirmațiile false în discursuri live, dezbateri și evenimente publice, comparându-le cu afirmațiile verificate anterior pentru a oferi feedback instantaneu cu privire la acuratețea lor.”

[<https://www.journalism.ai/research/2023-generating-change>, accesat pe 2 decembrie 2023]

Planează însă o doză de incertitudine asupra unui număr însemnat de profesii amenințate de aceste tehnologii, pornind de la analiști, consultanți, designeri, juriști, contabili, profesori, jurnaliști... Cel mai probabil mai are mult de lucru pentru a egala și chiar depăși creativitatea minții umane, dar la această dată AI are avantajele sale tentante cu care se poate impune pe piața muncii: „lucrează rapid, lucrează non-stop, lucrează mai ieftin și nu face grevă.” [<https://spotmedia.ro/stiri/economie/10-profesii-amenintate-de-inteligenta-artificiala-unii-vor-fi-eliminati-de-pe-piata-muncii-altii-vor-ajunge-colegi-cu-angajatul-perfect>, accesat pe 11 decembrie 2023]

Ce face mai exact inteligența artificială în jurnalism? Să luăm exemplul *Xpub.ai*, un proiect susținut printre alții de *Google for Startups*, *Techstars* și *Nvidia*, care are următoarea „ofertă”: „Vă facem cercetarea, crearea și distribuirea articolelor rapid cu ajutorul instrumentelor AI generative de copilotare. Oferim o suită completă de instrumente care îi ajută pe editori să livreze conținut de calitate mai eficient.” [<https://www.xpub.ai/>, accesat pe 7 decembrie 2023] Se mizează pe „accelerarea” tuturor proceselor prin care trece o informație, inclusiv destinația finală: consumul. Scrie, transcrie, verifică date, oferă idei de articole și imagini, face rezumate și traduceri, postează pe *Instagram*, *TikTok* și *Facebook*. Adică exact ceea ce face un jurnalist astăzi, dar cu o viteză mult mai mică.



<https://www.xpub.ai/>

Instrumentele de distribuție a rețelelor sociale bazate pe inteligență artificială, cum ar fi *Echobox* și *SocialFlow* sunt utilizate pentru a optimiza programarea conținutului pe rețelele sociale, iar *chatbots* precum aceia de la *WhatsApp* sunt folosiți pentru a crea experiențe personalizate și pentru a obține rate de răspuns mai rapide. Creșterea vizibilității conținutului în căutări este esențială pentru tot conținutul digital, inclusiv pentru redacții, de aceea instrumentele *SEO* (*Search Engine Optimization*) bazate pe inteligență artificială pot ajuta la creșterea capacității de identificare și înțelegere a intereselor publicului.

Preocupări legitime privind influența negativă a inteligenței artificiale în jurnalism sunt însă tot mai numeroase la nivel mondial. Spre exemplu, *Centrul pentru știri, tehnologie și inovație*, un centru independent preocupat de politicile privind independența presei și internetul, a analizat riscurile potențiale pe care le generează conținutul livrat de inteligența artificială și le identifică astfel pe cele mai importante, de la inexactități, încălcarea drepturilor de autor și a condițiilor de utilizare, până la încălcarea drepturilor civile ale cetățenilor și subminarea încrederii publicului. [<https://innovating.news/>, accesat pe 2 decembrie 2023] Și *Reuters Digital Report 2023* arată scepticismul publicului cu privire la saltul tehnologic în selecția știrilor: „Atitudinea oamenilor față de selecția știrilor, indiferent dacă este făcută de algoritmi sau de către editori și jurnaliști – poate fi caracterizată prin scepticism generalizat. Oamenii sunt în mod clar sceptici în ceea ce privește selectarea automată a știrilor pe baza comportamentului anterior, sunt îngrijorați din cauza suprapersonalizării și sunt precauți cu privire la modul în care editorii și jurnaliștii selectează știrile.” [<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>, accesat pe 4 decembrie 2023]

„Unele tehnologii noi necesită timp. Primul ziar a intrat online în 1980, dar a durat încă 7 ani până când *BBC Online* a fost lansat. *OpenAI* a lansat *ChatGPT* doar la sfârșitul lui noiembrie 2022, dar până în ianuarie 2023 revendicau un milion de utilizatori. Lucrurile se mișcă repede și câte ceva s-ar putea strica. Practicile de lucru nu vor fi aceleași și unele locuri de muncă vor fi înlocuite. Vor fi create altele noi cu abilități și responsabilități diferite. Mulți jurnaliști care au experimentat genAI pot vedea cum le poate face munca mult mai eficientă și poate adăuga noi dimensiuni la ceea ce oferă publicului. Aceasta este o tehnologie volatilă pentru organizațiile de știri. Cei mai mulți jurnaliști sunt conștienți de riscurile inerente tehnologiilor AI în general și de pericolele părtinirii sau inexactității. Ei descoperă că aplicarea inteligenței artificiale în producția de știri are posibilități imediate, dar modul în care aceasta va modela practica viitoare este incert. Este important să înțelegem contextul mai larg. Există probleme majore legate de reglementare, proprietate intelectuală și concurență comercială. Există mari preocupări societale legate de inteligența artificială în ceea ce privește dezinformarea, discriminarea și părtinirea, precum și pericolele captării mass-media de către corporații sau chiar guverne. Nu ar trebui să pierdem din vedere imaginea de ansamblu care depășește cu mult sectorul știrilor.” [<https://www.journalismai.info/research/2023-generating-change>, accesat pe 2 decembrie 2023]

Organizația *Reporteri fără frontiere* (*RSF*) și alte 16 organizații partenere (reprezentanți ai societății civile, experți în inteligență artificială și jurnaliști) au redactat la sfârșitul anului 2023 primul document care definește principiile etice pe care jurnaliștii și instituțiile media din întreaga lume le vor putea însuși și aplica în lucrul cu inteligența artificială, într-un moment în care aceste tehnologii sunt gata să transforme industria media. *Carta de la Paris privind inteligența artificială și jurnalismul* a fost realizată de o comisie prezidată de jurnalista Maria Ressa, laureată a Premiului Nobel pentru Pace. S-au reunit în acest demers, într-o manieră fără precedent, organizații de top care apără jurnalismul, precum și consorții și centre de cercetare: *European Journalism Centre*, *Ethical Journalism Network*, *International Press Institute*, *Pulitzer Centre*, *Thomson Foundation*, *Asia-Pacific Broadcasting Union*, *Global Investigative Journalism Network*, *International Consortium of Investigative Journalists* and *Organized Crime and Corruption Reporting Project* etc.

Carta definește zece principii-cheie pentru protejarea integrității informațiilor și păstrarea rolului social al jurnalismului, iar principiile de bază sunt următoarele: „Etica trebuie să guverneze alegerile tehnologice în cadrul mass-media; Factorul uman trebuie să rămână central în deciziile editoriale; Mass-media trebuie să ajute societatea să distingă cu încredere între conținutul autentic și cel sintetic; Mass-media trebuie să participe la guvernarea globală a IA și să apere viabilitatea jurnalismului atunci când negociază cu companiile de tehnologie.” [<https://rsf.org/en/rsf-and-16-partners-unveil-paris-charter-ai-and-journalism>, accesat pe 10 decembrie 2023] Maria Ressa opinează: „AI exacerbează ceea ce este deja un moment existențial pentru jurnalism. În timp ce promite noi oportunități, aduce și amenințări

semnificative la adresa integrității informațiilor. Inovația tehnologică nu duce în mod inerent la progres: trebuie condusă de etică pentru a fi benefică umanității cu adevărat. Pentru a proteja dreptul la informație, jurnaliștii și organizațiile de știri trebuie să își unească forțele pentru a se asigura că etica ghidează guvernarea și utilizarea celei mai transformatoare tehnologii a timpului nostru.” Totodată, secretarul general RSF, Christophe Deloire, atrage atenția: „Inteligența artificială ar putea oferi omenirii servicii remarcabile, dar are în mod clar potențialul de a amplifica manipularea minții la proporții fără precedent în istorie. *Carta de la Paris* este primul punct de referință etic internațional pentru IA și jurnalism. Dovezile factice, o distincție clară între conținutul autentic și sintetic, independența editorială și responsabilitatea umană vor fi principalele garanții pentru dreptul la știri și informații de încredere în era AI. Mai mult ca niciodată, jurnalismul necesită o bază etică solidă și recunoscută pe scară largă. Împreună cu partenerii noștri, facem apel la reporterii, editorii și organizațiile de știri din întreaga lume să își asume aceste principii, să le proclame și să le implementeze în ceea ce fac.” [<https://rsf.org/en/rsf-and-16-partners-unveil-paris-charter-ai-and-journalism>, accesat pe 10 decembrie 2023]

Ar trebui să ne îngrijorăm că „mașinile” devin prea inteligente? Că roboții ne vor lua locurile de muncă în viitorul apropiat? Google ne asigură că acest lucru s-ar putea întâmpla doar dacă ajungem vreodată la *Inteligența Generală Artificială (AGI)*: „mașini” ipotetice care pot gestiona orice sarcină intelectuală într-un mod asemănător uman, fără supraveghere. Dar este încă în domeniul science-fiction-ului. Cu excepția câtorva companii și laboratoare de cercetare cum ar fi *DeepMind* și *OpenAI*, cercetarea actuală în domeniu se concentrează pe inteligența „mașinilor” care gestionează sarcini specifice în mod independent. [<https://newsinitiative.withgoogle.com/resources/trainings/introduction-to-machine-learning/>, accesat pe 3 decembrie 2023]

Tehnologiile bazate pe inteligența artificială oferă perspective fără precedent, dar ridică și provocări fără precedent inclusiv pentru jurnalism. Tehnologiile *deepfake* au început deja să amplifice dezinformarea și periclitează încrederea publicului în tot conținutul audio-vizual, iar producția automatizată de știri e susceptibilă să crească productivitatea în detrimentul integrității informațiilor. Este cu certitudine un moment decisiv în care mass-media trebuie să acționeze și să nu permită noii tehnologii abaterea de la misiunea de a servi interesul public. Judecata umană și etica jurnalistică trebuie să rămână pilonii funcției sociale a jurnalismului ca partener de încredere.

Referințe bibliografice

Beckett, Charlie, Yaseen, Mira, *Generating Change. A global survey of what news organisations are doing with AI*, disponibil pe <https://www.journalism.ai/research/2023-generating-change>, accesat pe 20 noiembrie 2023.

Bathke, B. *Journalists will have superpowers, Futurist Amy Webb talks opportunities — and pitfalls — of journalism tech*. Medium, 2017, <https://medium.com/global-editors-network/journalistswill-have-superpowers-futurist-amy-webb-talks-opportunities-and-pitfalls-of-97409133ea50>

Nic Newman with Richard Fletcher, Kirsten Eddy, Craig T. Robertson, and Rasmus Kleis Nielsen, *Reuters Institute Digital News Report 2023*, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023 <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>

*** *Introduction to Machine Learning*, <https://newsinitiative.withgoogle.com/resources/trainings/introduction-to-machine-learning/>

*** *Reporting on Artificial Intelligence*, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, Paris, 2023, <https://www.unesco.org/en/articles/reporting-artificial-intelligence>

*** *RSF and 16 partners unveil Paris Charter on AI and Journalism*, <https://rsf.org/en/rsf-and-16-partners-unveil-paris-charter-ai-and-journalism>

<https://innovating.news/>

<https://medium.com/global-editors-network/journalists-will-have-superpowers-futurist-amy-webb-talks-opportunities-and-pitfalls-of-97409133ea50>

<https://spotmedia.ro/stiri/economie/10-profesii-amenintate-de-inteligenta-artificiala-unii-vor-fi-eliminati-de-pe-piata-muncii-altii-vor-ajunge-colegi-cu-angajatul-perfect>

<https://www.theguardian.com/world/2023/jun/20/german-tabloid-bild-to-replace-range-of-editorial-jobs-with-ai>

<https://www.xpub.ai/>