

Pentru scrierea acestui newsletter am folosit un instrument AI de transcriere audio a interviurilor invitaților. Cu acest tip de note explicative ar trebui să ne obișnuim deja, așa cum instrumentele AI își fac loc tot mai mult în munca de zi cu zi a jurnaliștilor. O facem pentru economisirea timpului sau pentru îmbunătățirea conținutului? Între timp și calitate, **experții ne spun că ar trebui să alegem mereu calitatea**, așa cum ar putea rămâne unica carte de jucat pe masa jurnaliștilor în cursa pentru crearea conținutului.

În ediția de astăzi, aflăm cum o redacție din Republica Moldova îmbrățișează instrumentele AI, dar și reflectăm despre cum inteligența artificială ne transformă deja industria. Și da, **e iarăși timpul să ne regândim modelul de afaceri**. Atunci când e vorba de etică, unde tragem linia implicării AI în munca noastră?



**Valeria Batereanu**  
redactoare șefă #diez

## „Când nu există reguli, discuțiile despre AI rămân într-o zonă gri, între permis și nepermis”

În redacția #diez se vorbește despre inteligența artificială de câțiva ani, chiar dacă cu scepticism, recunoaște redactoare șefă a platformei media pentru tineri, Valeria Batereanu. „Scepticismul vine din faptul că toată informația pe care o publicăm trebuie verificată, și chiar dacă inteligența artificială stă mai bine acum la acest capitol, la început nu era chiar așa, ceea ce m-a făcut să o explorez cu îndoaială”.

În timp, **redacția a devenit preocupată și de aspectul etic al folosirii instrumentelor AI** în munca jurnalistică de zi cu zi. „Dacă nu există norme interne despre cum poate fi folosită inteligența artificială, discuțiile despre AI rămân într-o zonă gri, între permis și nepermis. Pentru mine era foarte important să înțelegem cum putem să o folosim în mod etic”.

Prima regulă stabilită, și care a rămas în picioare până acum, este faptul că redacția nu publică texte generate cu AI. Regula, deși evidentă în interiorul redacției, a trebuit să ia formă scrisă și să fie comunicată și în rețeaua de colaboratori externi. „Adunând și experiențe din alte redacții, **noi am înțeles care sunt limitele peste care nu vrem să trecem** și am identificat modalități de utilizare a inteligenței artificiale care funcționează pentru noi. Am introdus aceste modificări și în politica noastră editorială, pe care am actualizat-o în anul curent”. O altă regulă a fost transparența față de public. „Avem datoria să ne informăm cititorii despre faptul că o anumită fotografie sau secvență a fost generată cu inteligența artificială. **Este corect să dăm credit**, fiindcă nu putem să ne asumăm o parte din munca pe care nu am făcut-o de fapt. Noi avem responsabilitatea să le comunicăm cititorilor noștri sursa informațiilor cu care operăm”.

Jurnalista evidențiază că regulile nu impun limite, **există multe moduri de explorare a creativității utilizând AI**. „Nu interzicem membrilor echipei să cerceteze ce mai putem face cu inteligența artificială în redacție. De exemplu, eu sunt curioasă să văd dacă pot folosi Chat GPT pentru a pune corect semnele de punctuație într-un text. Am experimentat și am trimis spre verificare corectorului nostru, iar el mi-a zis că nu sunt folosite tocmai corect, astfel am înțeles că încă nu putem implementa asta în redacție”.

Echipa a explorat și instrumente AI personalizate pentru a îmbunătăți experiența utilizatorilor săi. „Noi am pornit de la procentajul de retenție a utilizatorilor pe site și ne-am propus să-l creștem prin rezumate ale articolelor lungi generate cu AI, dar și prin transcrierea lor în versiuni audio. Cu toate acestea, noi încă ajutăm mult aceste instrumente. Reporterii noștri recitesc rezumatele, corectorul nostru pune semnele de punctuație corect și editează formulările”. Există și un element de interacțiune cu audiența, explică redactoare, pentru că instrumentele pot fi activate pe site de cititori la articolele unde sunt aplicate.

Pe lângă acestea, redacția mai folosește și alte instrumente de eficientizare a procesului de lucru, de exemplu generează imagini, subtitrări pentru reportajele video, dar fiecare instrument vine la pachet cu norme clare de utilizare. „Noi scriem despre subiecte sensibile pe alocuri și scriem mult despre minori. Ca să evităm expunerea acestora, ne ajută generarea de imagini alternative în aceste situații”. Jurnalista spune că există o preocupare și față de securitatea datelor atunci când operează cu instrumente AI și crede că unele subiecte sensibile ar fi bine să nu le procesăm cu inteligența artificială, deocamdată. „În momentul în care lucrăm cu o istorie umană, m-aș gândi dacă chiar este necesar să folosesc inteligența artificială și care ar fi avantajele. Nu aș folosi AI să structurez povestea sau să dau date explcite ale personajului meu. Aș folosi-o pentru alte tipuri de sarcini”.

Managerul de presă nu trebuie să le fie frică de inteligența artificială, spune redactoare șefă #diez. „Redacțiile trebuie să identifice lucrurile care funcționează pentru echipele lor și să stabilească un set de norme. **Trebuie să fie transparenți cu cititorii lor și să evidențieze modul în care folosesc inteligența artificială pentru articolele pe care le scriu**”.



**Paul McNally**  
director fondator al  
Develop AI

## Cinci întrebări și răspunsuri esențiale despre cum AI transformă jurnalismul

### Cum trebuie să folosim inteligența artificială în redacțiile noastre?

Cel mai bun mod de a folosi inteligența artificială în redacții e cel etic. Putem auzi de la mulți manageri că jurnaliștii lor nu folosesc AI, însă de fapt, mereu va exista cineva în redacție care utilizează anumite instrumente. Problema este că, în lipsa discuțiilor, s-ar putea ca jurnaliștii să nu le fie clar cât de mult pot apela la aceste instrumente, care sunt limitele. Dacă problema nu e luată în considerare, s-ar putea să se ajungă în extrema în care unii freelaneri să creeze articole întregi cu AI, iar managerii să nu știe neapărat cum să detecteze sau cum să demonstreze asta. **Putem spune că există un sentiment de neîncredere în jurul folosirii AI în redacții**.

Atunci când vorbim despre cum folosim AI, trebuie să vorbim despre transparență și etică, chiar dacă semnificația a ceea ce înseamnă etic poate varia pentru fiecare redacție. Dacă vorbim despre roluri pe care le poate avea AI, între a face lucrurile mai rapid sau mai bine, **cred că întotdeauna trebuie să alegem să facem lucrurile mai bine**. Trăim o cursă în care toată lumea e încurajată să creeze conținut cu AI, chiar dacă e doar pentru familia lor, mai ales că în spațiul public, ideea că fiecare persoană poate fi un creator de conținut e deja exploatată de aproape 20 de ani.

**Ca jurnalist tînzi să fii un gardian al conținutului**, pentru că ai mers la o facultate, ai învățat cum se face asta, apoi te-ai angajat la un ziar sau la o revistă; făceai parte din grupul de oameni care creau cultura. Acum, desigur, trăiești timpuri în care asta nu mai e valabil, când oricine poate să creeze conținut, poate și mai bine ca un jurnalist. **În acest context nou, jurnaliștii trebuie să se gândească foarte bine la valoarea pe care o pot aduce**.

### Cum ne afectează AI modelul de business?

Vedem cum modelul de afaceri al Google tinde să se dezintegreze, odată ce pierdem și obiceiul utilizatorilor de a face căutări și de a da click pe site-uri pentru rezultate, model care permitea redacțiilor să monetizeze aceste click-uri. Cu toate acestea, cele mai multe instituții media încă se gîndesc la site-ul lor ca la locul unde oamenii ajung ca finalitate. Poate că schimbarea nu s-a produs încă și mai avem trafic pe site-uri, dar redacțiile vor începe să simtă cum această sursă de venit va scădea în curând.

**Nu e o idee nouă ca jurnaliștii să fie preocupați de platforme**. Dacă faci jurnalism de investigație, publici texte lungi, provocarea de a convinge oamenii să citească ceea ce produci este deja mare. Oferta cu care vine AI în fața utilizatorului e diferită însă. Dacă redacțiile mari deja sunt în discuții cu companiile AI pentru a le oferi conținut, redacțiile mici nu vor avea această putere de negociere. Audiența ta oricum va ajunge pe aceste platforme, iar tu nu vei avea abilitatea să scoți din asta bani. Întrebarea e unde se va afla platforma ta în acest ecosistem?

**Adevărul e că multe redacții nu vor supraviețui, dar cele care vor supraviețui vor produce conținut mai bun pentru audiența lor**. Nu trebuie să creăm panică, dar trebuie să înțelegem că AI nu e doar despre câteva instrumente pe care o să le adoptăm în redacțiile noastre, e mult mai mult decât atât.

Contribuția oamenilor la conținutul jurnaliștilor poate fi un model, însă ideea pe care trebuie să o transmitem este că utilizatorii nu plătesc neapărat pentru conținutul produs, dar plătesc pentru ceea ce este conținut și rămân accesibil pentru toată lumea și pentru aportul la acea valoare mare a organizației pe care o susțin. Noi vedem abilitatea oamenilor de a plăti pentru conținutul Spotify sau Netflix, doar că **aceste companii au obținut publicul să plătească puțin pentru mult conținut**, respectiv jurnaliștii nu pot concura la egal cu industria de divertisment. La final de lună, **oamenii văd aceste plăți ca facturi, iar când este vorba de a tăia costuri, ajung să taie din ce le pare că e extra**.

### Își mai pot asuma jurnaliștii misiunea de curățarea spațiului informațional?

Faptul că jurnaliștii au dezvoltat proiecte de fact checking a avut sens, pentru că foloseau abilități pe care deja le aveau și le dezvoltau în producerea de conținut. Însă aspectul că aceasta devenise o activitate aparte nu a funcționat. Responsabilitatea de a curăța spațiul informațional este nobilă, dar nu mai este posibilă, pentru că nu mai putem dezminți toate informațiile din spațiul public. Ca să înțelegem dimensiunea acestui spațiu, hai să ne gândim la Meta, care a anunțat că va propulsa în feed conținutul produs cu instrumentul său AI, adică Meta vrea să folosim AI chiar și în comunicarea cu prietenii noștri.

**Deci, ce ne dorim e ca și oamenii să-și asume mai multă responsabilitate față de ce consumă**. Jurnaliștii nu pot face totul, e timpul ca și audiențele să devină conștincoase. Mecanismele AI de verificare sunt limitate și asta pentru că, la producerea conținutului, instrumentele de inteligență artificială au devenit atât de bune, încât e foarte greu să distingi o voce AI de una umană, de exemplu. Misiunea e nobilă, dar nu mai e ceva ce vom putea face. Provocarea constă în cum să spunem poveștile, dar și cum să le distribuim ca să ajungă la audiențe.

### Cât de transparenți trebuie să fim în legătură cu folosirea inteligenței artificiale?

Multe redacții spun că nu vor să menționeze în niciun mod implicarea AI în conținutul lor, pentru că audiența nu va percepe clar nivelul de folosire al AI și în ce constă munca jurnaliștilor. Publicul va tinde să creadă că tot conținutul a fost generat doar cu un click, ceea ce are sens, pentru că oricine a avut experiența de a lucra cu AI înțelege cum poate funcționa.

Totuși, este un proces educațional, pe termen lung, în care trebuie să înțelegem limitele pe care le are audiența noastră. De exemplu, urmăritorii noștri pot accepta folosirea AI pentru procesarea datelor, dar pot fi sceptici față de vocile sintetice într-un podcast. Îngrijorarea jurnaliștilor e că vor fi percepți ca falși, pentru că AI este artificial. De fapt, ceea ce trebuie să comunicăm e că, **chiar dacă un articol a fost generat în totalitate cu AI, rămâne adevărat și de încredere, articole pentru că a fost verificat și publicat de un jurnalist**.

### Cât de expuse sunt datele noastre?

Dacă folosim instrumente premium atunci datele noastre sunt mult mai sigure. Dacă folosim instrumente gratuite, atunci sigur datele noastre vor fi utilizate pentru antrenamentul continuu al acestor instrumente.

Ni se mai spune să nu operăm cu date sensibile, însă atunci când ești jurnalist, probabil orice informație poate fi sensibilă. Există și opțiunea de a-ți construi propriile instrumente AI în redacție, pentru uz intern, fără acces la internet, însă această realitate nu este accesibilă pentru redacțiile mici. Când operezi cu instrumente nesigure, trebuie să te întrebă dacă economisirea acelui timp chiar merită expunerea datelor tale.



### Opportunitate!

Swiss Cooperation Office în Moldova anunță granturi pentru proiecte mici și culturale care pot viza tematici așa ca gândirea critică și alfabetizarea digitală, includerea socială a grupurilor marginalizate sau libertatea artistică și pluralismul de idei. Află detalii [aici](#).



### Cere ajutor!

Dacă te confrunți cu stres constant și anxietate, poți solicita o consultație gratuită și confidențială cu un psiholog prin intermediul [acestui chatbot](#) sau completează [acest formular](#). Vei fi pus(ă) în legătură cu un specialist în decurs de 48 de ore.

**Dacă ți-a plăcut ce ai citit, recomandă newsletterul nostru unui coleg/colege de breasla. Feedbackul ne va ajuta să devenim mai buni. Scrie-ne ce crezi despre newsletter la adresa [api@api.md](mailto:api@api.md).**