



Sztuczna inteligencja w mediach – aspekt edukacyjny ***Artificial Intelligence in the Media – Educational Aspect***

ABSTRACT

RESEARCH OBJECTIVE: The aim of this article is to present applications of artificial intelligence in the media and its impact on education.

THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS: The research problem of the article was to answer the question: “What is the impact on education of the media with the application of artificial intelligence in it”? The method used was the desk research and an analysis of the literature on the subject was carried out.

THE PROCESS OF ARGUMENTATION: The paper briefly characterizes the theoretical basis of new media and artificial intelligence taking into account the data from the reports. It also describes the application of artificial intelligence in journalism and then the role of media in education.

RESEARCH RESULTS: The analysis looked at the impact of the media with the application of AI to its audiences. The multiple benefits and numerous risks affecting their educational aspect were indicated.

CONCLUSIONS, RECOMMENDATIONS AND APPLICABLE VALUE OF RESEARCH: In the context of the constant presence of digital media in society, media education for recipients is necessary. In order to obtain the best possible results in the teaching and educational processes of the media with the application of artificial intelligence in them, it is necessary to emphasise the importance of shaping conscious and responsible attitudes of media participants, especially towards new technologies.

→ **KEYWORDS:** **ARTIFICIAL INTELLIGENCE, TECHNOLOGICAL CHANGES, JOURNALISM, MEDIA, EDUCATION**

STRESZCZENIE

CEL NAUKOWY: Celem artykułu jest zaprezentowanie zastosowań sztucznej inteligencji w mediach i ich wpływu na edukację.

PROBLEM I METODY BADAWCZE: Problem badawczy artykułu dotyczył odpowiedzi na pytanie: Jaki wpływ na edukację mają media z zastosowaniem w nich sztucznej inteligencji? użytą metodą była analiza danych zastanych *desk research* oraz przeprowadzono analizę literatury przedmiotu.

PROCES WYWODU: W artykule krótko scharakteryzowano teoretyczne podstawy nowych mediów i sztucznej inteligencji, uwzględniając dane z raportów. Opisano również zastosowanie sztucznej inteligencji w dziennikarstwie, a następnie rolę mediów w edukacji.

WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ: Analiza dotyczyła oddziaływania na odbiorców mediów z zastosowaniem w nich sztucznej inteligencji. Wskazane zostały wielorakie korzyści i liczne zagrożenia mające wpływ na ich aspekt edukacyjny.

WNIOSKI, REKOMENDACJE I APLIKACYJNE ZNACZENIE WPŁYWU BADAŃ: W kontekście stałej obecności mediów cyfrowych w społeczeństwie niezbędna jest edukacja medialna odbiorców. W celu uzyskania jak najlepszych rezultatów w procesach dydaktycznych i wychowawczych używając mediów z zastosowaniem w nich sztucznej inteligencji, należy podkreślić znaczenie kształtowania świadomych i odpowiedzialnych postaw użytkowników mediów szczególnie wobec nowych technologii.

→ **SŁOWA KLUCZOWE:** SZTUCZNA INTELIGENCJA, ZMIANY TECHNOLOGICZNE, DZIENNIKARSTWO, MEDIA, EDUKACJA

Wprowadzenie

Media są pojęciem szeroko rozumianym, nie można sklasyfikować ich całkowicie jednoznacznie, ponieważ funkcjonują i działają na wielu płaszczyznach jednocześnie, uzupełniając się i wzajemnie przenikając. Powiązane są ściśle z przemianami, jakie zachodzą w świecie, są wytworem kultury, a jednocześnie same ją tworzą, ulegają przy tym nieustannym transformacjom. Procesy przemian w mediach odbywały się stopniowo, pod wpływem wielu czynników, między innymi odkryć w dziedzinie technologii elektronicznej.

Według M. Filiciaka nowe media narodziły się w drugiej połowie XX wieku (2006, s. 26). Ujmując system komunikowania jako całość, można dostrzec, że wyłaniają się one stopniowo przez metamorfozę starych mediów, które nadal rozwijają i przystosowują się do nowych warunków (Goban-Klas, 2011, s. 99). Nowe media można postrześć bardziej jako urozmaicenie, wzbogacenie, poszerzenie istniejących już mediów niż próbę ich zastąpienia. Píše o tym H. Jenkins:

Teraz mówimy o konwergencji mediów, gdzie stare i nowe media wchodzą w coraz bardziej skomplikowane interakcje. Gdzie każda opowieść, marka, dźwięk, obraz, relacja znajdzie odzwierciedlenie w dużej liczbie kanałów i platform medialnych (2007, s. 7).

D. McQuail definiuje nowe media, wskazując na „różnice względem mediów tradycyjnych. Należą do nich:

- digitalizacja wszystkich elementów,
- konwergencja niektórych elementów,
- odmienność internetu od komunikowania masowego,
- adaptacja ról związanych z publikowaniem,
- dalsza interioryzacja widowni,
- fragmentaryzacja i zacieranie się granic «instytucji medialnej»,
- osłabienie kontroli społecznej” (McQuail, 2008, s. 153).

Dziś termin określający media jako „nowe” szybko staje się nieaktualny. Coraz intensywniej wkraczamy w okres współuczestniczenia, w którym nowe możliwości (głównie Internet) są głównym katalizatorem przemian w mediach (Gałka, 2011, s. 102). Wpływ nowych technologii komunikacyjnych i informacyjnych spowodował, że nastaje czas, w którym media będą wszędzie (Jenkins, 2007, s. 21). Najbliższa przyszłość upływać będzie pod rosnącym naciskiem informacyjnej algorytmizacji (Goban-Klas, 2011, s. 240).

Celem artykułu jest zaprezentowanie zastosowań sztucznej inteligencji w mediach i ich wpływu na edukację. Problem badawczy dotyczył odpowiedzi na pytanie: Jaki wpływ na edukację mają media z zastosowaniem w nich sztucznej inteligencji? Użyto metody analizy danych zastanych *desk research*, ponadto przeprowadzono przegląd literatury przedmiotu z zakresu pedagogiki oraz źródeł internetowych i raportów dotyczących sztucznej inteligencji.

Sztuczna inteligencja

Postępy w uczeniu maszynowym wsparte rozwojem technik komputerowych umożliwiły stworzenie systemów nowej generacji, które w niektórych dziedzinach lub zadaniach dorównują ludzkim możliwościom, a nawet je przewyższają (Kaplan, 2019, s. 11).

Z obecnością sztucznej inteligencji spotyka się dziś każdy użytkownik internetu, niekoniecznie zdając sobie z tego sprawę (Lindenberg, 2018, s. 69). Jest ona coraz bardziej obecna we wszystkich aspektach życia codziennego. Zajmuje coraz ważniejsze miejsce i dziś można znaleźć jej zastosowanie niemal we wszystkich branżach. Jak powiedział współzałożyciel i prezes największej na świecie internetowej platformy edukacyjnej Andrew Ng, jest to „nowa elektryczność” (Pontevés, 2021, s. 17) i z każdą chwilą staje się ona doskonalsza (Schneider, 2021, s. 19).

Sztuczna inteligencja (ang. *artificial intelligence*, AI), to termin określający programy komputerowe, których działanie odpowiada niektórym aspektom ludzkiej inteligencji czy

też procesom poznawczym człowieka: uczeniu się, wnioskowaniu, uogólnianiu, podejmowaniu decyzji, planowaniu i kreatywności (Lindenberg, 2018, s. 63). Amerykański naukowiec M. Lee Minsky napisał, że „sztuczna inteligencja jest nauką o maszynach realizujących zadania, które wymagają inteligencji, gdy są wykonywane przez człowieka” (Wawrzyński, 2014, s. 9). Według definicji Parlamentu Europejskiego jest to „zdolność maszyn do wykazywania ludzkich umiejętności, takich jak rozumowanie, uczenie się, planowanie i kreatywność” (Parlament Europejski, 2020).

Rozwój sztucznej inteligencji jest trendem światowym, który w ostatnich latach znacznie przyspieszył. Według danych serwisu internetowego Forsal, z czerwca 2023 r., z generatora tekstu ChatGPT, którego praca opiera się na mechanizmie sztucznej inteligencji, korzysta sto milionów użytkowników. Pozyskanie takiej liczby odbiorców zajęło platformie TikTok dziewięć miesięcy, serwisowi Instagram dwa lata, a ChatGPT zgromadził ją w zaledwie dwa miesiące (Waluszko, 2023).

W uwagi na dynamiczny rozwój sztucznej inteligencji na świecie rozpoczęła się dyskusja na temat jej wpływu na zatrudnienie i życie codzienne. Jak wynika z najnowszego raportu banku inwestycyjnego Goldman Sachs z marca 2023 r., aż 46% zadań sekcji administracyjnej oraz 44% w zawodach prawniczych może zostać przekazane sztucznej inteligencji. Jak zauważono, jej rozwój będzie miał również wpływ na miejsca pracy w sektorze mediów (Waluszko, 2023).

W 2016 roku badacze poprosili ekspertów zajmujących się sztuczną inteligencją o określenie momentu, w którym AI będzie mogła wykonywać zadania powierzone człowiekowi. Jak podaje socjolog G. Lindenberg:

[...] średni przewidywany czas osiągnięcia przez AI ludzkich możliwości według ponad 350 badaczy był następujący:

- 2026 – AI pisze wypracowanie z historii, które nie jest plagiatem, na poziomie szkoły średniej,
- 2027 – AI komponuje i nagrywa przebój, który dostaje się na listę Top 40,
- 2047 – AI pisze bestsellerową powieść,
- 2051 – chirurgów zastępują roboty (2018, s. 147).

Ponieważ AI w coraz większym stopniu wpływa na rzeczywistość, ocena jej postępu technicznego i wpływu społecznego staje się kluczowa dla naszej przyszłości. Uniwersytet w Stanford wydał raport na temat stanu problemów i możliwości pomiaru systemów sztucznej inteligencji. Uzyskane dane wskazują, że

[...] w latach 2010–2021 całkowita liczba publikacji na temat sztucznej inteligencji wzrosła z 200 000 do prawie 500 000, z czego najwięcej publikacji dotyczyło tematyki edukacji. Z upływem czasu obserwuje się stały wzrost liczby systemów uczenia maszynowego, co odzwierciedla zwiększoną złożoność zadań, które może przetworzyć i wykonać oprogramowanie (Stanford University, 2019).

AI w mediach

Wszystkie formy przekazów medialnych stale dostosowują się do procesów konwergencji i digitalizacji treści. Ważnym narzędziem w zdobyciu przewagi nad konkurencją są algorytmy komputerowe. Istnieje wiele zastosowań sztucznej inteligencji w dziennikarstwie, takich jak: monitorowanie źródeł wiadomości, analiza danych, personalizacja treści, porządkowanie informacji i rozpowszechnianie materiałów.

Rozwój AI coraz bardziej odmienia świat mediów. Dziennikarz B. Breczko opublikował eksperymentalny artykuł napisany przez ChatGPT (Breczko, 2023). Rzecznik Google rozmawia z mediami o tym, jak rozwiązania AI można wykorzystać do pisania artykułów oraz jak mogą one pomóc dziennikarzom (Bochyńska, 2023). Firma OpenAI, stojąca za słynnym ChatGPT, podpisała pierwszą w historii umowę z agencją prasową Associated Press (AP). OpenAI otrzyma dzięki temu dostęp i licencję do korzystania z archiwów AP, w zamian za to agencja uzyska wsparcie technologiczne spółki dyrektora generalnego OpenAI – Sama Altmana (Fraser, 2023). Z kolei brytyjski dziennik „The Guardian” twierdzi, że sztuczna inteligencja będzie wykorzystywana w artykułach redakcyjnych wyłącznie wtedy, kiedy „przyczyni się do tworzenia i rozpowszechniania oryginalnego dziennikarstwa oraz pod nadzorem człowieka i za zgodą starszego redaktora” (Zinkiewicz, 2023). Natomiast koncern medialny w Stanach Zjednoczonych Futuri (<https://futurimedia.com/>) utworzył pierwszą na świecie stację radiową, wykorzystując model językowy GPT-3 OpenAI z głosem generowanym przez sztuczną inteligencję.

Jednym z najbardziej godnych uwagi zastosowań sztucznej inteligencji w dziennikarstwie jest użycie algorytmów do kreowania języka naturalnego (NLG) do pisania artykułów informacyjnych. Najbardziej spektakularnym tego przykładem są systemy, które próbują prowadzić konwersację z człowiekiem (Flasiński, 2011, s. 238).

Systemy AI wspierają pracę redakcyjną w trzech obszarach:

- w badaniu tematu: technologia AI pomaga zautomatyzować zapisy wywiadów, monitorować bieżące wydarzenia, tłumaczyć wiadomości na języki obce, gromadzić wiadomości na określony temat w mediach społecznościowych i sygnalizować odniesienia do archiwalnych materiałów, raportów oraz informacji;
- w pisaniu: AI pomaga weryfikować informacje, redagować tekst oraz ułatwia uzupełnianie artykułów wiadomościami dla różnych grup odbiorców, śledząc lokalne statystyki dotyczące: przestępczości, edukacji i mieszkalnictwa;
- w rozpowszechnianiu informacji: technologia AI służy do automatycznego analizowania wiadomości i dodawania do nich tagów z etykietą określającą temat, dzięki czemu czytelnik, który wcześniej wybierał podobne tematy, mógł znaleźć powiązane materiały (ZPE, b.d).

Badacze z Oxford University w 2013 r. opublikowali raport dotyczący potencjalnego wpływu komputeryzacji na zatrudnienie w Stanach Zjednoczonych. Dotyczył on najnowszych postępów w uczeniu maszynowym i robotyce mobilnej. Uzyskane wyniki wskazują, że w ciągu najbliższych dwóch dekad automatyzacją będzie zagrożonych aż 47% zawodów w USA (Walsh, 2018, s. 165). Wśród osób pracujących w zawodach

najtrudniejszych do zautomatyzowania, wykonywanych przez pracowników umysłowych, znaleźli się między innymi: fotografowie, pisarze, redaktorzy i projektanci grafiki (Kaplan, 2019, s. 154). Raport oxfordzki przewiduje na poziomie 11% prawdopodobieństwo zautomatyzowania dziennikarstwa. W ostatniej dekadzie 2017 r. liczba reporterów w USA spadła o 40%. Natomiast oprogramowanie produkowane przez firmę Automated Insights opublikowało około miliarda artykułów napisanych przez komputer (Walsh, 2018, s. 176). Wiele elementów na przykład z zawodu dziennikarza związanych z faktami, takimi jak sprawozdania sportowe lub raporty firmowe na podstawie danych pochodzących z sieci zniknie (Walsh, 2018, s. 177). Raport oxfordzki przewiduje prawdopodobieństwo zautomatyzowania zawodu prezentera wiadomości na poziomie 10%. W 2014 roku japońscy naukowcy pokazali dwa humanoidalne roboty potrafiące czytać wiadomości. Obecnie czytają prognozy pogody i wiadomości o sprawach globalnych w muzeum w Tokio (Walsh, 2018, s. 181).

Technologia AI może dać szansę mniejszym redakcjom, które mają ograniczone zasoby i budżet. Przykładowo lokalna gazeta w Nottinghamshire w Wielkiej Brytanii ogłosiła, że testuje wykorzystanie sztucznej inteligencji w pracy. Redaktorka naczelna gazety Natalie Fahy napisała w liście do czytelników, że regionalny dziennik należący do firmy Reach Solutions będzie korzystał z AI do generowania wypunktowanych podsumowań na górze niektórych dłuższych artykułów. Zostaną one sprawdzone przez redaktora przed publikacją, przy czym na dole znajdzie się krótki tekst wyjaśniający, że zastosowano sztuczną inteligencję (Zinkiewicz, 2023).

W świecie, w którym powstają ogromne ilości danych, ale zasoby są coraz bardziej ograniczone, sztuczna inteligencja może wspierać dziennikarzy, ograniczając zadania przygotowawcze, aby mogli skupić się na tym, co robią najlepiej – na relacjonowaniu wydarzeń i zjawisk na świecie. Dziennikarstwo to zawód wymagający umiejętności przeprowadzenia wywiadów, sond, zdolności krytycznego myślenia, etyki dziennikarskiej, wnikliwej analizy i interpretacji wypowiedzi. AI może być używana jako narzędzie wspomagające w procesie tworzenia treści.

Media w edukacji

W tradycyjnej edukacji media pełniły głównie funkcję upogładowiającą, były ilustracją treści werbalnie przekazywanych przez nauczyciela. Obecnie lista zadań, które można powierzać mediom, znacznie się wzbogaciła, co wynika z postępu technologicznego. W rozwoju współczesnych technologii medialnych można wyróżnić kilka tendencji:

- rozwój i doskonalenie parametrów technicznych mediów; coraz lepszy sprzęt i urządzenia;
- miniaturyzacja i funkcjonalizacja urządzeń medialnych – są one coraz mniejsze i doskonalsze;
- konwergencja technologii i urządzeń – wszystko w jednym;
- media stają się interaktywne i globalne, co znacznie podnosi ich rangę edukacyjną.

Niezwykła siła mediów opartych na systemach komputerowych, w porównaniu z wcześniejszymi środkami audiowizualnymi, polega na tym, że są one mediami interaktywnymi, zapewniającymi w procesie kształcenia sprzężenie zwrotne. W efekcie kontakt uczącego się z komputerem multimedialnym zbliża się do komunikacji interpersonalnej (Strykowski, 2003, s. 117). Nowe media są okazją do nabywania i doskonalenia umiejętności poszukiwania, porządkowania i wykorzystywania informacji z różnych źródeł, ich analizy i oceny oraz uatrakcyjniania procesu dydaktycznego. Komputery i portale społecznościowe wywierają znaczący wpływ na zazębianie się tradycyjnych dyscyplin naukowych, tworząc nowe jakościowo obszary wiedzy pozwalające przesunąć granice poznania człowieka. W takim znaczeniu media stanowią szansę na rozbudowywanie celów kształcenia w szkolnictwie (Kožuš, 2011, s. 171).

Istotnym zagadnieniem w rozprawie nad mediami i ich znaczeniem w dydaktyce staje się możliwość wykorzystania ich w tworzeniu wspólnej przestrzeni badawczej poprzez współpracę ośrodków akademickich. Wspólne projekty badawcze o charakterze krajowym i światowym stwarzają z pewnością szanse dostrzegania nowych zjawisk w edukacji. Na ich podstawie odbywa się budowanie nowych teorii dydaktycznych, a następnie ich analiza, ewaluacja i weryfikacja (Kožuš, 2011, s. 172).

Media, będąc źródłami i przekaznikami informacji, umożliwiają wielorakie działania uczniów, wielozmysłowe poznawanie rzeczywistości i wiedzy o świecie, kształtowanie umiejętności, systemu wartości i postaw. Dominującym paradygmatem współczesnej edukacji stała się koncepcja kształcenia multimedialnego (Strykowski, 2003, s. 115).

We współczesnej edukacji media są nie tylko źródłem informacji poznawczych, ale również samodzielnie organizują proces nauczania. Jest to widoczne szczególnie wówczas, gdy uczeń korzysta z multimedialnych programów interaktywnych: stają się one dla niego alternatywnym nauczycielem. Nowoczesne modele edukacyjne powinny pomóc uczniom w przystosowaniu się do dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości. Przyswajanie wiadomości ze „starych mediów” powinno być wzbogacone opanowaniem metod samodzielnego wyszukiwania, gromadzenia i analizy informacji. Istotne jest zatem wykształcenie u uczniów umiejętności poruszania się w gąszczu informacji, wybierania wiadomości wartościowych, a także ukazanie im struktury i „hierarchiczności” wiedzy. Stosowanie w procesie uczenia nowych mediów umożliwia syntezę wizualną, słuchową i dotykową poznawanego materiału. Pozwala też rozwijać myślenie twórcze, które powinno przenikać wszystkie aspekty procesu kształcenia, na wszystkich poziomach edukacji (Kožuš, 2011, s. 166).

Celem edukacji medialnej jest ukształtowanie człowieka, który z jednej strony potrafi efektywnie korzystać z mediów i narzędzi technologii informacyjnej, a z drugiej strony robi to rozważnie i odpowiedzialnie. Zmierza ona również do kształtowania właściwych postaw wobec mediów, takich jak:

- postawa krytyczna, pozwalająca na emocjonalne zdystansowanie się do publikowanych informacji, korzystanie z różnych źródeł pozyskiwania informacji, porównywanie ich oraz ocenę rzetelności i wiarygodności; postawa taka wyklucza uleganie opiniom innych, które nie zawsze są trafne i prawdziwe;

- postawa selektywna, wymagająca rozważnego wyboru treści, bez straty czasu na jej poszukiwanie;
- postawa twórczej aktywności, która może być alternatywą wobec pasywnego odbioru mediów (Wrońska, 2016, s. 31).

Podobne stanowisko zajmuje pedagog, specjalista z zakresu technologii kształcenia Wacław Strykowski, pisząc, że współczesna szkoła musi realizować edukację medialną jako:

- przygotowanie uczniów do świadomego i krytycznego odbioru różnego rodzaju komunikatów medialnych: artystycznych, publicystycznych i informacyjnych oraz właściwego odczytywania ich znaczeń;
- wykształcenie umiejętności praktycznego posługiwania się mediami: drukowanymi, audiowizualnymi i informatycznymi jako narzędziami pracy intelektualnej, uczenia się, komunikowania, autoedukacji itp.

W pierwszym przypadku chodzi o to, aby uczniowie zrozumieli naturę i język mediów, a dzięki temu byli zdolni do świadomego i krytycznego ich odbioru, aby poznali też mechanizmy odbioru i oddziaływania przekazów medialnych na człowieka. Drugi cel edukacji medialnej ma charakter bardziej techniczny i odnosi się do uczniów jako twórców i nadawców mediów (Strykowski, 2003, s. 120).

Wnioski

Media zawsze miały, mają i będą mieć ogromny wpływ na działania dydaktyczne na każdym szczeblu kształcenia. Liczne zalety nowych mediów oparte na niskich kosztach usług komputerowych, takie jak szybkość przekazu informacji, możliwość kontaktu z nauczycielami za pomocą różnych platform, dostępnej poczty internetowej czy grup dyskusyjnych, stanowią dużą szansę aktywnego udziału w procesie dydaktycznym zarówno nauczycieli, jak i uczniów. Konieczna jest jednak znajomość zagrożeń powstałych w wyniku przeceniania roli mediów w edukacji (Kožuh, 2011, s. 173).

Media potęgują możliwości umysłu jednostki, stając się znakomitymi narzędziami gromadzenia, przetwarzania i generowania informacji. Rozwijają zdolności komunikowania się, udoskonalają formy i metody nauczania oraz uczenia (Strykowski, 2003, s. 122). Ułatwiają to dostępne i przejrzyste interfejsy człowiek–komputer oparte na rozpoznawaniu mowy za pomocą sztucznej inteligencji oraz tłumaczeniu danego materiału. Sztuczna inteligencja zwiększa personalizację poszczególnych ścieżek uczenia się, w tym sugeruje dane dotyczące materiałów źródłowych, które są wyselekcjonowane, jak i dopasowane do preferowanych typów mediów i gatunków dziennikarskich: artykułu reportażu, wywiadu itp.

Era mediów masowych, otwartych kursów online sprawia, że wszyscy mogą uzyskać dostęp do edukacji, jednakże każdy uczy się inaczej i w różnym tempie. Niektórzy uczniowie będący ekstrawertykami będą woleli salę szkolną, natomiast introwertycy lepiej będą czuć się w domu. Niektórzy wolą obraz, a inni tylko audio. Mając na uwadze te

czynnikami, rozumiemy sztuczną inteligencję jako potężną technologię, która może zapewnić spersonalizowane szkolenie, optymalizując krzywą uczenia się dla każdego (Ponteves, 2021, s. 21).

Sztuczna inteligencja buduje tak zwany контент obejmujący napisanie dowolnego tekstu, wygenerowanie fotografii, opracowanie plików graficznych czy wideo, jest zatem narzędziem pracy dla dziennikarzy. Według wiceprezesa PAP Łukasza Świerżewskiego sztuczna inteligencja jest wsparciem dla dziennikarzy i narzędziem optymalizacji dla agencji prasowych czy domów mediowych, które pomogą redakcjom wydajniej pracować. Jak twierdzi:

dziennikarze nie muszą czuć się zagrożeni. Podstawy do tworzenia materiałów dziennikarskich muszą zapewnić sztucznej inteligencji ludzie, którzy będą zdobywać informacje od uczestników opisywanych zdarzeń (PAP, 2023).

Media niosą też z sobą, poza ogromnymi i wielorakimi szansami, spore zagrożenia dla ludzi. Wchodzą one w naszą przestrzeń osobistą, tworząc rzeczywistość wirtualną, niejednokrotnie bardziej wiarygodną – zwłaszcza dla młodych odbiorców – aniżeli rzeczywistość realna. Zachodzi potrzeba przygotowania społeczeństwa do racjonalnego i efektywnego korzystania z mediów we wszystkich ich rolach: informacyjnej, edukacyjnej, narzędziowej i rozrywkowej (Strykowski, 2003, s. 118).

W ostatnich latach myślenie linearne powoli zanika i zostaje zastępowane chaosem. W sferze kultury popularnej nastąpiło odejście od świata usystematyzowanego w stronę powierzchowności, gdzie odbiorcy dostosowali się do kultury elektronicznej, a chaos jest ich naturalnym środowiskiem (Goban-Klass, 2011, s. 243).

W najbliższej przyszłości należy pamiętać, że technologię należy traktować jak technologię, niezależnie od tego, jak bardzo ludzka lub inteligentna może się wydawać. Zagarantuje to pomyślną interakcję z maszynami (Leonardi i Neeley, 2023, s. 71). Sztuczna inteligencja nie zareaguje na ludzkie emocje, a jedynie na jednoznaczne wytyczne, do których przestrzegania została zaprogramowana (Leonardi i Neeley, 2023, s. 81).

Niebezpieczeństwa wynikające z zastosowania sztucznej inteligencji w mediach dotyczą ryzyka manipulowania debatą publiczną na podstawie fałszywych treści. Innymi zagrożeniami są: tworzenie baniek informacyjnych, dezinformacja, wpływanie na podejmowanie decyzji oraz rozpowszechnianie nieprawdziwych społecznie i politycznie szkodliwych treści, a także wykorzystywanie internetowych botów oraz ich hybrydowych połączeń do celowego kształtowania dyskursu społecznego. Ważne jest również poszerzenie granic prywatności, dostępu i wykorzystywania danych osobowych, na przykład do oceny społecznego zaufania.

Nowe media, Internet, sztuczna inteligencja są wytworami ludzkiej pracy, zostały stworzone z myślą o użytkownikach, a wraz ze zwiększaniem się oferty medialnej pozostaje do dyspozycji szeroka gama programów czy stron internetowych mogących wpływać pozytywnie lub negatywnie na odbiorców. Dlatego też dzięki właściwej selekcji można rozwijać horyzonty myślowe, polityczne, towarzyskie czy kulturalne. W kontekście

stałej obecności mediów cyfrowych w społeczeństwie niezbędna jest edukacja medialna odbiorców. W celu uzyskania jak najlepszych rezultatów w procesach dydaktycznych i wychowawczych mediów z zastosowaniem w nich sztucznej inteligencji, należy podkreślić znaczenie kształtowania świadomej i odpowiedzialnej postawy wszystkich uczestników mediów szczególnie w odniesieniu do nowych technologii. Sztuczna inteligencja może być pomocna w rozwoju umiejętności poznawczych, automatyzacji procesu uczenia się, tworzeniu programów do nauki, analizie danych, dostosowaniu treści i metod nauczania do indywidualnych potrzeb i celów uczniów. Znaczące w procesie edukacji przez media jest także informowanie odbiorców, że prowadzą interakcję z systemem sztucznej inteligencji, jeśli kontekst korzystania z systemu jednoznacznie na to nie wskazuje.

BIBLIOGRAFIA

- Bochyńska, N. (2023, 20 lipca). *Google rozmawia z mediami. Pracuje nad narzędziem AI dla dziennikarzy*. CyberDefence24. <https://cyberdefence24.pl/technologie/google-rozmawia-z-mediami-pracuje-nad-narzedziem-ai-dla-dziennikarzy>
- Breczko, B. (2023, 17 kwietnia). *Czy dziennikarze są jeszcze potrzebni? Mój ostatni artykuł napisał ChatGPT*. Wyborcza.biz. <https://wyborcza.biz/biznes/7,177150,29639137,czy-dziennikarze-sa-jeszcze-potrzebni-moj-ostatni-artykul-napisal.html?disableRedirects=true>
- Filiciak, M. (2006). *Wirtualny plac zabaw. Gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej*. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Fłasiński, M. (2011). *Wstęp do sztucznej inteligencji*. Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Fraser, M. (2023, 14 lipca). *OpenAI nawiązała współpracę z agencją Associated Press. To pierwsza taka umowa*. CyberDefence24. <https://cyberdefence24.pl/biznes-i-finanse/openai-nawiazala-wspolprace-z-agencja-associated-press-to-pierwsza-taka-umowa>
- Gałka, T. (2011). Strategie internetowe największych wydawców dzienników regionalnych w Polsce. W: K. Pokorna-Ignatowicz i J. Bierówka (red.), *„Stare” media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”* (s. 101–109). Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego.
- Goban-Klas, T. (2011). *Wartki nurt mediów. Ku nowym formom społecznego życia informacji. Pisma z lat 2000-2011*. Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas.
- Jenkins, H. (2007). *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów* (M. Bernatowicz i M. Filiciak, tłum.). Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Kaplan, J. (2019). *Sztuczna inteligencja. Co każdy powinien wiedzieć* (S. Szymański, tłum.). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kożuh, A. (2011). Stare i nowe media w dydaktyce. W: K. Pokorna-Ignatowicz i J. Bierówka (red.), *„Stare” media w obliczu „nowych”, „nowe” w obliczu „starych”* (s. 166–173). Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego.
- Leonardi, P. i Neeley, T. (2023). *Cyfrowy umysł. Jak zarządzać i rozwijać biznes w erze algorytmów i sztucznej inteligencji* (D. Gasper, tłum.). Wydawnictwo MT Biznes.
- Lindenberg, G. (2018). *Ludzkość poprawiona. Jak najbliższe lata zmienią świat, w którym żyjemy*. Wydawnictwo Otwarte.

- McQuail, D. (2008). *Teoria komunikowania masowego* (M. Bucholc i A. Szulżycka, tłum.). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- PAP. (2023, 15 czerwca). *Sztuczna inteligencja to wsparcie dla dziennikarzy*. <https://pap-mediroom.pl/nauka-i-technologie/sztuczna-inteligencja-wsparcie-dla-dziennikarzy>
- Parlament Europejski. (2020, 4 września). *Sztuczna inteligencja: co to jest i jakie ma zastosowania?* <https://www.europarl.europa.eu/news/pl/headlines/society/20200827STO85804/sztuczna-inteligencja-co-to-jest-i-jakie-ma-zastosowania>
- Ponteves, H. de. (2021). *Sztuczna inteligencja. Błyskawiczne wprowadzenie do uczenia maszynowego, uczenia ze wzmocnieniem i uczenia głębokiego* (Ł. Wójcicki, tłum.). Helion.
- Schneider, S. (2021). *Świadome maszyny. sztuczna inteligencja i projektowanie umysłów* (J. Bednarek, tłum.). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Stanford University. (2019, 30 października). *HAI-AI index workshop on measurement in AI policy: opportunities and challenges*. <https://hai.stanford.edu/hai-ai-index-workshop-measurement-ai-policy-opportunities-and-challenges-0>
- Strykowski, W. (2003). Rola mediów i edukacji medialnej we współczesnym społeczeństwie. *Chocwanna*, 46(1), s. 111–122.
- Walsh, T. (2018). *To żyje! Sztuczna inteligencja. Od logicznego fortepianu po zabójcze roboty*. (W. Sikorski, tłum.). Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Waluszko, F. (2023, 7 maja). *Witamy w erze sztucznej inteligencji. Jak zmieni nasze życie?* Forsal.pl. <https://forsal.pl/lifestyle/technologie/artykuly/8710276,witamy-w-erze-sztucznej-inteligencji-jak-zmieni-nasze-zycie.html>
- Wawrzyński, P. (2014). *Podstawy sztucznej inteligencji*. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej.
- Wrońska, M. (2016). Rzeczywistość generowana przez media – od technicznych środków kształcenia do pedagogiki medialnej. *Edukacja – Technika – Informatyka*, 16, 25-33. <https://doi.org/10.15584/eti.2016.2.2>
- Zinkiewicz, M. (2023, 26 września). *Jak agencje informacyjne wykorzystują sztuczną inteligencję w dziennikarstwie?* Twój Biznes. <https://twoj-biznes.pl/sztuczna-inteligencja-w-dziennikarstwie>
- ZPE. (b.d.). *Co to jest sztuczna inteligencja (SI)*. Zintegrowana Platforma Edukacyjna Ministerstwa Edukacji i Nauki. <https://zpe.gov.pl/a/co-to-jest-sztuczna-inteligencja-si/DvcuwMOr>

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

Source of funding
Lack of funding sources.

Disclosure statement
No potential conflict of interest was reported by the author(s).
