

3. nagrada

Empatija u doba umjetne inteligencije – gdje se gubi čovjek u medijima

Živimo u vremenu u kojem su informacije dostupne brže nego ikada prije. Dovoljno je nekoliko sekundi da saznamo što se događa na drugom kraju svijeta, ali istovremeno se čini da nam je sve teže istinski razumjeti ljude o kojima čitamo i koje gledamo u medijima. Vijesti nam dolaze neprestano, izmjenjuju se iz minute u minutu, a mi ih često samo površno pročitamo i nastavimo dalje. U takvom svijetu nameće se pitanje gubi li se u svemu tome ljudskost i empatija. Kao mlada osoba, primjećujem koliko su društvene mreže i portali postali glavni izvor informacija.

Često se uhvatim kako bez razmišljanja „skrolam“ kroz vijesti, tragedije i teške ljudske sudbine, a da me već sljedeći video ili objava potpuno odvuče na drugu temu. Nije da mi nije stalo, nego jednostavno nemam vremena stati i razmisliti. Upravo tu vidim problem – količina informacija postaje veća od naše sposobnosti da suosjećamo. Danas algoritmi odlučuju koje ćemo vijesti vidjeti, koji će nam se video pojaviti prvi i koje će teme biti označene kao „važne“. Iako to olakšava pristup informacijama, stvara se dojam da su ljudi sve manje osobe, a sve više brojke, statistika i klikovi.

Mediji često prenose tragedije, ratove i osobne priče, ali bez stvarnog prostora za razumijevanje i suosjećanje. Sve se brzo potroši i zamijeni novim sadržajem, kao da se radi o nečemu prolaznom i nevažnom. Umjetna inteligencija danas može pisati tekstove, stvarati slike pa čak i oponašati ljudski glas. Na prvi pogled to izgleda korisno i moderno, ali postavlja se pitanje autentičnosti. Ako ne znamo govori li stvarna osoba ili računalni program, kako možemo vjerovati sadržaju koji konzumiramo? Još je opasnije što se takva tehnologija može koristiti za manipulaciju – stvaranje lažnih izjava, izmijenjenih snimki i iskrivljene stvarnosti. Primjer toga sam i sama primijetila na društvenim mrežama, gdje se često dijele snimke i izjave bez provjere. Ljudi reaguju emotivno, dijele sadržaj i stvaraju mišljenje, a da zapravo ne znaju je li ono što gledaju istina. U takvom okruženju lako je izgubiti povjerenje, ali i osjećaj odgovornosti prema drugima.

Empatija u medijima znači stati, poslušati i pokušati razumjeti drugoga čovjeka. To nije nešto što se može programirati. Algoritam ne može osjetiti bol majke koja je izgubila dijete niti razumjeti strah čovjeka koji je ostao bez posla. On može prepoznati

riječi i emocije, ali ne i njihovu dubinu. Kada mediji sve više ovise o umjetnoj inteligenciji, postoji opasnost da se izgubi upravo ono najvažnije – ljudsko lice iza svake priče. Kršćanske vrijednosti podsjećaju da je svaki čovjek vrijedan i dostojanstven, bez obzira na to koliko je „zanimljiv“ za medije. U tom smislu, novinarstvo ne bi smjelo biti samo prenošenje informacija, nego služenje istini i ljudima.

Katolički novinari imaju posebnu odgovornost čuvati taj pogled na čovjeka, osobito u digitalnom dobu u kojem se granice između stvarnog i umjetnog sve više brišu. Čuvati ljudski glas i lice u medijima znači dati prednost stvarnim svjedočanstvima, iskrenim pričama i odgovornom pristupu informacijama. To znači ne koristiti tehnologiju samo zato što je dostupna, nego se pitati služi li ona čovjeku ili ga iskorištava.

Umjetna inteligencija može biti koristan alat, ali nikada ne smije postati zamjena za ljudsku savjest, odgovornost i suosjećanje. Na kraju, empatija u doba umjetne inteligencije ovisi o našim svakodnevnim izborima. Hoćemo li samo pasivno konzumirati sadržaje koji nam se nude ili ćemo pokušati razumjeti ljude koji stoje iza vijesti koje čitamo? Tehnologija će se i dalje razvijati, ali odgovornost za očuvanje ljudskosti ostaje na nama. Mediji bez empatije postaju prazni, a društvo bez empatije gubi ono što ga čini istinski ljudskim.

Lucija Tubić, Vukovar