



Sociologie Românească

ISSN: 2668-1455 (print), ISSN: 1220-5389 (electronic)

ÎNCADRAREA MEDIATICĂ A INTELIGENȚEI ARTIFICIALE: O ANALIZĂ A FRAMINGULUI DIN PUBLICAȚIILE ONLINE DIN ROMÂNIA

Lucian ARTENE

Sociologie Românească, 2023, vol. 22, Issue 1, pp. 162-182

<https://doi.org/10.33788/sr.22.1.9>

Published by:
Expert Projects Publishing House



On behalf of:
Research Institute for Quality of Life, Romanian Academy
and
Romanian Sociology Association

ÎNCADRAREA MEDIATICĂ A INTELIGENȚEI ARTIFICIALE: O ANALIZĂ A *FRAMINGULUI* DIN PUBLICAȚIILE ONLINE DIN ROMÂNIA

Lucian ARTENE¹

Abstract

Artificial intelligence (AI) is increasingly at the center of public discourse. Considering the current importance of AI technologies, but also the influence that the mass media has on users' adoption of new technologies and their regulation, the article aims to analyze the attitudes of online publications in Romania towards AI. By using content analysis, the attitudes and themes of 100 articles selected from the most visited Romanian news websites were examined. The results reveal a relatively balanced distribution of attitudes, with 37% of articles expressing negative sentiments, 35% positive and 28% neutral. The most frequently addressed topics include the impact on jobs, especially the negative one, regulations in the field and new functionalities. Compared to the publications in English, as can be seen from the specialized literature, the Romanian articles present a more balanced attitude towards technology, with less emphasis on the dangers. However, the analysis shows that current events can strongly influence public discourse, and approaches vary by publication. These findings suggest a diverse debate, subject to rapid changes, with important implications for AI communication, education and policy in the Romanian space.

Keywords: Artificial intelligence, AI, artificial intelligence in the media, media, technology, content analysis, perceptions of artificial intelligence.

În această epocă marcată de inovații tehnologice rapide și transformări sociale profunde, inteligența artificială (IA) ar putea deveni un actor cu un impact important. În ultimii ani, interacțiunile cotidiene cu sistemele înzestrate cu IA devin tot mai frecvente și mai complexe. Prin urmare, este de așteptat ca subiectul inteligenței artificiale să fie tot mai prezent în mass-media, însă modul efectiv în care jurnaliștii și formatorii de opinie tratează acest subiect este deosebit de important.

¹ Școala Doctorală - Facultatea de Sociologie și Asistență Socială, Universitatea București, București, ROMÂNIA. E-mail: lucian.artene@s.unibuc.ro.

Mass-media poate avea un rol semnificativ în formarea opiniei publice și în modelarea percepțiilor, inclusiv asupra celor privind sistemele de IA, influențând opinia publică prin stabilirea evenimentelor și faptelor considerate a fi importante și demne de atenție (McCombs, & Shaw, 1972). Acest fenomen are loc prin încadrarea și contextualizarea unor evenimente, influențând astfel modul în care publicul o interpretează și în care se raportează la aceasta, dar și prin influențarea gradului în care anumite idei și opinii sunt sau nu dezirabile (Gunther, 1998).

Publicațiile online au o putere mare de a răspândi informații și de a influența atât cunoștințele, cât și atitudinile publicului larg. La rândul lor, aceste atitudini pozitive sau negative, atunci când sunt împărtășite de grupuri suficient de mari, pot avea ca impact adoptarea și implementarea tehnologiei în diverse sectoare (Graf-Vlachy, Buhtz, & Konig, 2018). Opiniile pozitive pot stimula dezvoltarea și acceptarea tehnologică, în timp ce opiniile negative pot încetini progresul și pot determina adoptarea cu precauție. De asemenea, cadrele utilizate în publicații pot influența discuțiile etice și de reglementare legate de IA. Aceste opinii pot influența deciziile politice și legislative, cu impact asupra modului în care IA este utilizată și reglementată (Mao, & Shi-Kupfer, 2023).

Prin urmare, considerăm deosebit de important modul în care mass-media se raportează la tehnologiile de IA, prin potențialul său de a influența publicul. În cadrul acestei lucrări, ne propunem să desfășurăm o analiză a încadrării IA în publicațiile online din România. Considerăm că, în prezent, relevanța unui astfel de studiu este mai mare ca niciodată. Conform MediaTrust, recent a avut loc o creștere semnificativă a prezenței subiectului inteligenței artificiale în mass-media, parțial datorată lansării Chat GPT (Forbes, 2023). Această evoluție în spațiul media subliniază necesitatea de a examina modul în care sunt prezentate informațiile despre inteligența artificială în mediul online, în special ideile centrale, tiparele și contextele aferente.

Inteligența artificială în contextul teoriei încadrării

Pentru a înțelege modul în care mass-media se raportează la subiectul inteligenței artificiale, teoria încadrării reprezintă o paradigmă deosebit de relevantă și un instrument analitic valoros. Încadrarea nu este un subiect nou pentru cercetători, studii pe această temă fiind publicate de peste 40 de decenii, în domenii precum studii media, comunicare politică și alte domenii interdisciplinare, care conțin o componentă de comunicare sau sociologie (D'Angelo, 2019). Popularitatea teoriei încadrării este certă, numeroase studii folosind acest cadru teoretic, însă nu există un consens general cu privire la definirea conceptelor de „cadru” (eng., *frame*) sau „încadrare” (eng., *framing*).

Gitlin definește cadrul mediatic ca fiind un tipar prin care se organizează discursul oral sau scris de către utilizatorii de simboluri, care are următoarele caracteristici: este durabil și repetitiv, iar tipul său poate fi de cogniție, prezentare,

selecție, interpretare, excludere sau accentuare (Gitlin, 1980). Cadrele mediatică pot fi definite, de asemenea, ca idei centrale care indică esența unui subiect și care pot oferi sens unui eveniment sau unei succesiuni de evenimente (Gamson, & Modigliani, 1989). Dintr-o perspectivă constructivistă, media are capacitatea de a construi realitatea prin faptul că alege să scoată în evidență anumite aspecte în detrimentul altora (Buturoiu, 2016). Totuși, gradul în care utilizarea anumitor cadre de către presă și mass-media are impact asupra credințelor, atitudinilor și opiniilor indivizilor este discutabil, constituind subiectul a numeroase cercetări.

Încadrarea nu trebuie confundată cu un element static sau cu o caracteristică a unor texte; așa cum explică de Vreese (2005), încadrarea reprezintă un proces. În cazul încadrării știrilor, există două mari etape. În primul rând, are loc construirea cadrului, prin acțiunea unor factori interni, precum politicile editoriale sau valorile publicației sau ale jurnalistului, și prin factori externi, prin interacțiunea dintre jurnaliști și anumite grupuri și mișcări sociale. În al doilea rând, procesul încadrării se desfășoară prin stabilirea cadrului, o etapă descrisă de către de Vreese drept „interacțiunea dintre cadrele media și cunoștințele și predispozițiile preexistente ale indivizilor” (2005). Aceasta este etapa în care încadrarea își exercită efectele, mai mari sau mai mici, la nivel individual, de grup sau de societate.

Una dintre problemele din teoria încadrării, care decurge din lipsa unei definiții general acceptate, cu un grad de claritate mare, a conceptului de „încadrare”, este răspunsul la întrebarea ce este (și ce nu este) un cadru. Cappella și Jamieson (1997) au încercat să ofere un răspuns, prin stabilirea a patru criterii pe care orice cadru de știri trebuie să le îndeplinească: să aibă caracteristici identificabile de tip conceptual și lingvistic; să fie întâlnit în mod comun în practica jurnalistică; să poată fi diferențiat față de alte cadre; să poată fi identificat de alte persoane.

În literatura de specialitate se indică două modalități de identificare și selectare a cadrelor utilizate pentru a cerceta un fenomen utilizând teoria încadrării. O abordare este cea de tip inductiv, prin care sunt analizate textele supuse cercetării, iar cercetătorul deduce din acestea o listă de cadre relevante (de Vreese, 2005). O altă abordare este cea de tip deductiv, prin care cercetătorul selectează cadrele în mod independent față de materialele supuse analizei (de Vreese, 2005).

Cadrele pot fi specifice subiectului sau generice. Cadrele specifice subiectului au avantajul unui nivel ridicat de precizie și a unei capacități de analiză mai detaliate, însă pot avea un dezavantaj important: rezultatele pot fi dificil de generalizat și comparat, ceea ce poate duce la incertitudini cu privire la corectitudinea și reproductibilitatea rezultatelor. Cadrele generale pot fi aplicate în cazul mai multor subiecte și tematici, fiind versatile. De Vreese (2005) a identificat mai multe grupuri de cadre generale, precum cele care se aplică în politică și alegeri electorale, cum ar fi cadrul strategic, care poate fi identificat prin referirile la câștig și pierderi, respectiv prin comparațiile cu jocuri sau sporturi.

De asemenea, sunt comune cadrele generale specifice jurnalismului, dintre care menționăm cadrele episodice, care pun accent pe un eveniment izolat, și cadrele

tematice, care se concentrează pe interpretarea contextului larg. Tot din această categorie fac parte cadrele privind impactul uman, care vizează descrieri ale unor persoane și grupuri afectate de anumite evenimente sau fenomene, dar și cadrele privind lipsa de putere, economia, valorile morale și conflictul (De Vreese, 2005).

Chuan, Tsai și Cho (2019) au cercetat încadrarea inteligenței artificiale din ziarele americane, într-o metodă de tip deductiv, utilizând cadrele identificate prin analiza literaturii de specialitate. Astfel, a fost analizată valența articolelor, sub forma numărului de articole care prezintă IA într-o lumină pozitivă, negativă sau mixtă, rezultând un număr predominant de articole pozitive, însă cu o tendință puternică de creștere a proporției de cele negative de la an la an. Chuan, Tsai și Cho au analizat și cadrul beneficiilor, cu formele specifice: economie, stare de bine, scăderea părtinirii, respectiv cadrul riscurilor, cu formele pierderii locurilor de muncă, limitelor inteligenței artificiale, riscurilor neprevăzute, intimității, utilizării greșite, eticii și amenințării existenței umane (2019). De asemenea, a fost inclusă în analiză încadrarea impactului, comparând între cel personal și social, și încadrarea chestiunii, diferențind între abordarea episodică și cea tematică.

Opinia publică față de IA poate fi destul de divizată în anumite societăți, ceea ce poate fi atât un rezultat al modului în care IA este încadrată în mass-media, cât și o cauză a modului în care jurnaliștii, analiștii și formatorii de opinie se poziționează față de acest subiect, în faza de construire a cadrului din procesul general al încadrării.

În România, statisticile indică o proporție însemnată de persoane care sunt neutre sau indecise față de utilizarea inteligenței artificiale (41,5%), dar și un număr mai mare de persoane care sunt în favoarea lor, decât împotriva lor, cu 38,3% pentru și 18,4% împotriva (Oprea, 2022). În SUA, majoritatea americanilor se declară a fi în favoarea dezvoltării sistemelor de IA, însă procentul lor efectiv diferă semnificativ între grupele sociodemografice. Absolvenții de facultate exprimă un sprijin substanțial față de dezvoltarea IA (57%), în comparație cu cei cu studii liceale (29%), iar diferențe apar și în funcție de venit, persoanele care câștigă mai mult fiind într-o proporție mai mare în favoarea acestora (Zhang, & Dafoe, 2019).

În 2021, Nguyen și Hekman observau că, în ciuda faptului că numărul studiilor cu privire la percepția publică asupra inteligenței artificiale și a automatizării este în creștere, cel al studiilor pe tema prezentării acestora în cadrul știrilor rămâne modest. Cercetarea acestora arată că, pe plan internațional, în publicațiile în limba engleză, prezentarea sistemelor de IA a devenit mai critică și mai negativă de-a lungul timpului. Principala schimbare sesizată pe acest plan a fost că, în deceniul trecut, inteligența artificială s-a schimbat de la a reprezenta un domeniu de nișă, de interes ca subiect științific sau tehnologic, la un subiect pe plan generalist, cu publicații care analizează impactul său economic, social, cultural și politic (Nguyen, & Hekman, 2021).

Conform unui studiu desfășurat de Bunz și Braghieri (2021), în presă există tendința de a prezenta sistemele de IA din domeniul medical ca fiind superioare, în

comparație cu expertiza umană. Pe de o parte, acest rezultat are o latură pozitivă, prin deschiderea față de sisteme de IA care pot îmbunătăți serviciile medicale, dar și o latură negativă, prin întrebări de ordin etic. În special, autorii studiului se întreabă dacă, prin prezentarea sistematică a sistemelor de IA în presă ca fiind superioare performanței medicilor, oamenii vor fi mai puțin dispuși să le critice și să ia în considerare posibile încălcări ale jurământului hipocratic (Bunz, & Braghieri, 2021).

Metodologie

Pentru a cerceta încadrarea mediatică a inteligenței artificiale în România, am optat pentru analiza documentelor ca metodă de cercetare, acestea constând în articole în care se discută pe larg sau se menționează inteligența artificială în mass-media online. Această abordare ne-a permis să obținem o perspectivă detaliată asupra discursului existent și a conținutului articolelor publicate pe cele mai influente și accesate site-uri de știri și analize din mediul online românesc.

Prin această cercetare, ne-am propus să răspundem la întrebarea: Cum este încadrat subiectul inteligenței artificiale în publicațiile online din România? Cu alte cuvinte, ne-am propus să aflăm care sunt aspectele evidențiate în legătură cu inteligența artificială, respectiv din ce unghi și din ce context sunt prezentate informațiile pe această temă.

Pentru a răspunde la întrebarea de cercetare, am stabilit mai multe obiective: evidențierea poziționării presei online față de inteligența artificială, determinarea modului de încadrare a inteligenței artificiale în funcție de domeniu, analiza cadrelor riscului și beneficiului în cazul inteligenței artificiale și, nu în ultimul rând, analiza cadrelor mediatice specifice pentru subiectul inteligenței artificiale.

Pentru extragerea datelor, am selectat website-uri după criteriul popularității lor, exprimată ca număr lunar de utilizatori unici. Utilizând datele publice din statisticile BRAT (Tabel 1), am optat pentru cinci website-uri de știri, actualități și analize, excluzând surse irelevante, cum ar fi site-urile de anunțuri.

Tabel 1. Publicațiile online selectate pentru cercetare, după criteriul numărului de utilizatori unici (BRAT, 2023)

Website	Categorie	Număr de vizite	Utilizatori unici
www.digi24.ro	Știri și analize	36.113.417	8.547.648
www.libertatea.ro	Știri generale	20.978.527	7.977.909
www.observatornews.ro	Știri generale	22.475.355	7.957.148
www.stirileprotv.ro	Știri generale	22.688.247	6.871.445
www.fanatik.ro	Știri generale	21.904.169	6.609.512

Pentru fiecare site web selectat, am utilizat cuvântul-cheie „inteligență artificială”. În total, această metodă de căutare a avut ca rezultat 386 de articole pe Digi24.ro, 247 de articole pe Libertatea.ro, 200 pe Observatornews.ro, 1.000 de articole pe Stirileprotv.ro și 42 pe Fanatik.ro.

Acest corpus de articole a fost redus, fiind selectate articole pe criteriile relevanței și a celui temporal. În primul rând, menționăm faptul că pot exista diferențe în modul de funcționare al programelor de căutare de pe site-urile analizate. Astfel, pe unele site-uri am primit rezultate mai precise, iar pentru altele ne-a fost furnizat orice articol conținea în corpul său cuvintele „inteligentă” și „artificială”, chiar dacă ele nu erau folosite împreună. Prin urmare, o parte din corpusul inițial a fost redus, fiind eliminate acele articole care vizau alte subiecte. De asemenea, ne-am limitat la articolele publicate în a doua jumătate a anului 2023 (mai exact, între 1.06.2023 și 5.12.2023). Acest proces de căutare și selecție a condus la formarea unui corpus de 443 de articole.

Cele mai multe articole în care a fost menționat sau tratat pe larg subiectul inteligenței artificiale au fost publicate în această perioadă pe stirileprotv.ro (144) și digi24.ro (137), în cazul celorlalte trei publicații fiind un număr mai redus de materiale pe această temă (Tabelul 2).

Tabel 2. Numărul de articole analizate, în funcție de publicație

Publicație	Numărul articolelor	Procentul articolelor
digi24.ro	137	30,9%
libertatea.ro	70	15,8%
observatornews.ro	62	14%
stirileprotv.ro	144	32,5%
fanatik.ro	30	6,8%
Total	443	100%

Am utilizat metode specifice analizei de conținut a cadrelor mediatice pentru a examina atitudinile și temele prezentate în articolele selectate. Având în vedere avantajele și dezavantajele indicate în literatura de specialitate pentru fiecare abordare, am optat pentru o metodă mixtă de selecție a cadrelor utilizate în cadrul cercetării. O parte din cadrele analizate au fost alese într-o manieră deductivă, în special cele privind: poziționarea față de inteligența artificială, domeniile principale în care puteau fi clasificate temele din articole, cum ar fi economie, afaceri, tehnologie sau artă, și o parte din cadrele specifice subiectului, mai exact cadrele beneficiilor și riscurilor, despre care au scris Chuan, Tsai și Cho (2019). La aceste cadre, le-am adăugat pe cele care decurg din analiza corpusului.

Așa cum observă și D’Angelo (2019) codificarea are un rol esențial în studiul încadrării media, însă este importantă detalierea procesului de codificare, în special prin oferirea de exemple relevante din textul analizat.

În cazul poziționării față de inteligența artificială, aceasta este o categorie de încadrare a IA pe care am întâlnit-o în literatura de specialitate sub formă de „valență a articolelor față de IA”, cu trei tipuri posibile: pozitiv, negativ și mixt. Pentru această cercetare, am optat să înlocuim termenul de „mixt” cu cel de „neutr”. Motivul este că am identificat și articole în care IA este doar menționată, fără a-i fi atribuită caracteristici sau contexte pozitive sau negative. În această categorie, sunt totuși și articole în care există un echilibru între aspectele pozitive sau negative. Cu privire la codificarea poziționării, subliniem faptul că aceasta vizează doar modul în care articolul se raportează la inteligența artificială și nu articolul în ansamblul său. Spre exemplu, o știre negativă despre o companie de IA nu va fi interpretată în mod obligatoriu ca o încadrare negativă a domeniului IA, în condițiile în care negativitatea nu avea legătură cu domeniul în sine, ci cu alte aspecte ale afacerii. Astfel, o știre cu titlu „Cutremur la vârful OpenAI. Peste 100 de clienți negociază deja cu alte companii de inteligență artificială” este codificată ca fiind neutră în raport cu domeniul IA în ansamblul său.

Pentru a determina modul în care este încadrată inteligența artificială, a fost de interes principalul domeniu vizat de fiecare articol. În vederea selectării cadrelor, am utilizat, atunci când a fost posibil, categoriile și etichetele articolelor, așa cum au fost indicate de publicații, modificându-le și adăugând unele diferite, pentru a respecta cele patru criterii ale cadrelor stabilite de Cappella și Jamieson (1997), în special să poată fi diferențiate de alte cadre și să fie întâlnite în mod comun în practica jurnalistică. În plus, am folosit criteriul reprezentativității, orice cadru utilizat necesitând mai mult de o singură identificare în cadrul corpusului de articole. În acest mod, am identificat următoarele cadre, care indică domeniul general pe care îl tratează articolul în care apar informații, mențiuni, explicații sau analize privind inteligența artificială: afaceri, alimentație, artă, drept, economie, educație, literatură, media, mediu înconjurător, domeniul militar, muzică, politică, publicitate, religie, sănătate, securitate/siguranță, societate, sport, tehnologie, transport, turism și știință.

Considerăm că sunt necesare câteva mențiuni cu privire la modul de codificare al articolelor în cazul acestei categorii, în special deoarece am utilizat un singur domeniu pentru fiecare articol, trebuind să îl alegem pe cel mai reprezentativ. În categoria „afaceri” am inclus acele articole care vizează aspecte de management al companiilor („*Ce se întâmplă la compania a cărei tehnologie ar putea schimba lumea*”), știri cu privire la lansări de produse („*Apple va avea propriul motor de căutare, bazat pe inteligență artificială*”) și companii sau analize cu privire la acestea, iar în categoria „economie”, am inclus articolele care tratează aspecte privind locurile de muncă, precum tendințe ale numărului de locuri de muncă, dar și chestiuni macroeconomice sau microeconomice („*Cu ajutorul AI, angajații vor lucra doar 3 zile pe săptămână*”, „*AI ar putea avea un impact mai mare decât revoluția industrială*”). În categoria „sănătate”, sunt luate în evidență atât articolele privind sănătatea personală, cât și cele privind asistența socială și

sănătatea animalelor. În categoria „media”, am inclus acele articole care discută industria filmului, rețelele sociale sau aspecte privind jurnalismul.

De asemenea, este necesar să explicăm diferența de codificare a „domeniului militar”, în comparație cu „securitate/siguranță”: în prima categorie, am inclus articolele care vizează tehnologii militare (drone, tancuri, avioane inteligente) și acțiuni ale armatelor (ofensive și defensive), iar în a doua categorie, am inclus diferite chestiuni privind securitatea și siguranța pe plan social și individual: de la riscuri existențiale ale IA („*Dacă cineva construiește o IA prea puternică, toată lumea de pe Pământ va muri*”), la riscuri individuale („*Hackerii îți pot afla parolele prin Zoom, cu ajutorul inteligenței artificiale*”) și metode de creștere a siguranței sau securității („*Am salvat oameni cu această aplicație*” sau „*Sistemul vizează reducerea furturilor*”).

Cadrele riscurilor inteligenței artificiale și ale beneficiilor acesteia au fost utilizate anterior în literatura de specialitate, însă în procesul de codificare al articolelor, se observă un număr semnificativ care nu se încadrează în aceste două cadre importante. Astfel, am adăugat cadrul funcționalității, pentru articolele în care tehnologiile de IA sunt prezentate factual și individual, fără a se face referire la efecte, fie ele pozitive sau negative. Într-o parte din articole, IA nu era prezentată prin aceste trei cadre, în acest caz fiind vorba mai degrabă de simple mențiuni într-un context mai larg (spre exemplu, o mențiune de tipul „[...] sunt doar câteva dintre startup-urile de inteligență artificială care au preluat domeniul .ai”).

Nu în ultimul rând, din analiza articolelor selectate, am realizat o listă de cadre specifice inteligenței artificiale, la care am aplicat un nivel de precizie mai mare decât cel utilizat în cazul cadrelor „risc” și „beneficiu”. Acestea includ moduri de utilizare ale inteligenței artificiale (crearea de conținut, dezinformarea, utilizări inedite, noi funcționalități), consecințe ale IA (efectul economic, efectul pozitiv asupra muncii, efectul negativ asupra muncii, pericole sociale) și reacții la adresa IA (reglementarea IA). De asemenea, în codificarea articolelor, am utilizat și categoria „diverse”, pentru articolele în care inteligența artificială nu era prezentată într-un cadru specific, spre exemplu în situațiile în care doar era menționată într-un context mai larg fără o informație specifică. Având în vedere că am optat pentru un singur cadru din categoria celor specifice, l-am selectat pe cel mai proeminent sau pe cel mai precis. Spre exemplu, chiar dacă unele articole creează un cadru negativ pentru IA, în care se accentuează pericolele acestei tehnologii, nu toate au fost puse în categoria „Pericole sociale ale IA”; atunci când IA era prezentat din perspectiva riscurilor sociale cu scopul de a discuta aspecte de reglementare, cadrul selectat a fost cel al reglementării.

Încadrarea inteligenței artificiale în publicațiile online din România

După cum se poate observa în datele obținute (Figura 1), distribuția poziționărilor cu privire la inteligența artificială în publicațiile online din România este una relativ echilibrată, cu 38,6% dintre articole pozitive, 36,7% negative și 24,6% neutre. Chiar dacă articolele pozitive sunt puțin mai numeroase, diferența dintre proporția acestora și cea a celor pozitive nu este suficient de mare încât să putem afirma cu certitudine că publicațiile online din România au tendința să utilizeze un cadru pozitiv în raport cu tehnologiile de IA.

Articolele cu atitudini pozitive reflectă entuziasmul față de progresul tehnologic și potențialele beneficii ale inteligenței artificiale pentru societate, din diferite domenii. Pe de altă parte, atitudinile negative indică preocupări cu privire la impactul economic, social și etic al inteligenței artificiale. Este de remarcat faptul că cele 24,6% articole neutre includ atât încadrări mixte ale inteligenței artificiale, cât și unele neimplicate, fără elemente identificabile de tip pozitiv sau negativ.

Chiar dacă nu putem afirma că există o poziționare mai degrabă pozitivă sau negativă față de IA în presa online, observăm o înclinație către cadre polarizate și o proporție scăzută a articolelor care prezintă acest subiect într-un mod echilibrat, care să includă atât aspecte pozitive, cât și negative. Un exemplu de abordare echilibrată, exprimată concis, este următoarea: „Dezvoltarea rapidă a [...] IA începând de anul trecut a demonstrat atât potențialul, cât și pericolele acestei tehnologii”.

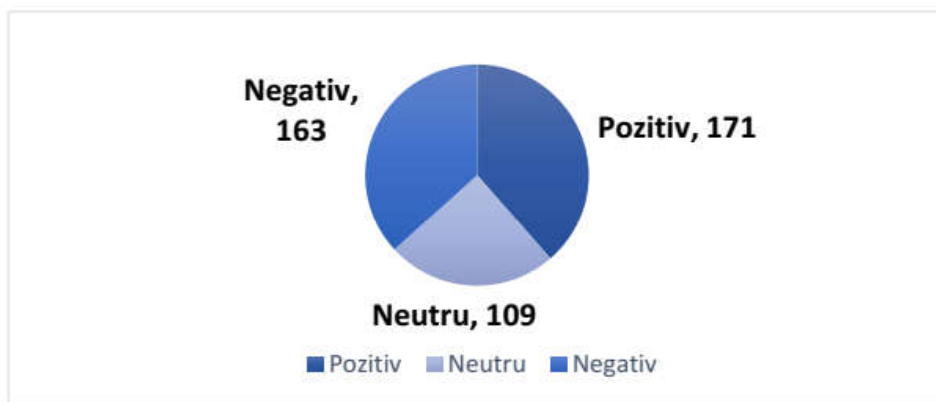


Figura 1. Poziționare față de inteligența artificială

Pentru a dezvălui variațiile în atitudinile exprimate în publicațiile online din România față de inteligența artificială, am analizat distribuția atitudinilor în funcție de fiecare publicație în parte (Figura 2). Din analiza datelor, se pot observa câteva tendințe și diferențe semnificative în atitudinile față de IA în funcție de publicație. Spre exemplu, pe *stirileprotv.ro*, încadrarea pozitivă a IA este mult mai întâlnită în articole (52,8%), în comparație cu cea negativă. La polul opus se află *libertatea.ro*, unde există o înclinație clară de a încadra negativ IA, 51,4% din articole având un cadru negativ pentru IA, iar 20% unul pozitiv. Pe celelalte publicații online studiate, există diferențe mai mici între numărul de articole cu cadre pozitive și cele cu cadre negative, însă în general există o tendință de a utiliza un cadru pozitiv sau negativ, mai degrabă decât neutru.

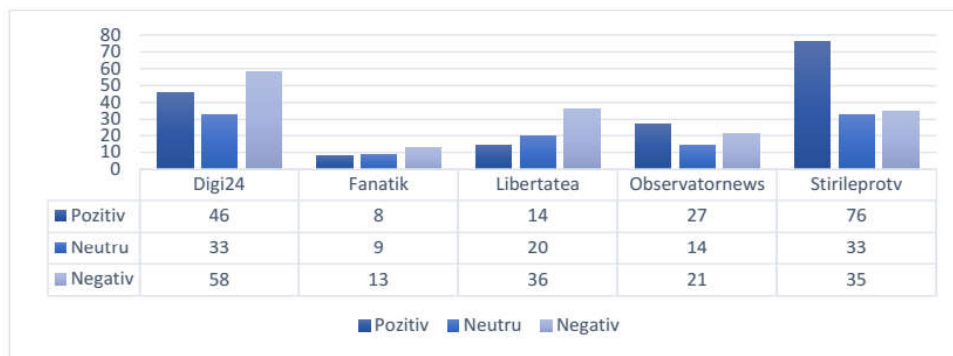


Figura 2. Poziționare față de inteligența artificială în funcție de publicație

Abordarea față de IA în publicațiile online din România nu este uniformă, cu publicații care acordă o mai mare atenție unor aspecte față de altele. Această diversitate poate reflecta complexitatea subiectului și multiplele sale fațete, însă și diferențe de politică editorială. Diferențele de încadrare a IA în publicațiile online pot fi influențate de mulți factori, inclusiv de tonul general al publicației, de caracteristicile publicului țintă și de perspectivele subiective ale jurnaliștilor.

Unul din tipurile de cadre generice analizat este cel al domeniului articolului. Analiza datelor privind încadrarea inteligenței artificiale în publicațiile online din România în funcție de domeniu relevă o distribuție variată și echilibrată a domeniilor (Figura 3). Cel mai frecvent, în articolele analizate IA este prezentat dintr-un cadru politic (59), dar și social (43), educativ (42) și mediatic (42).

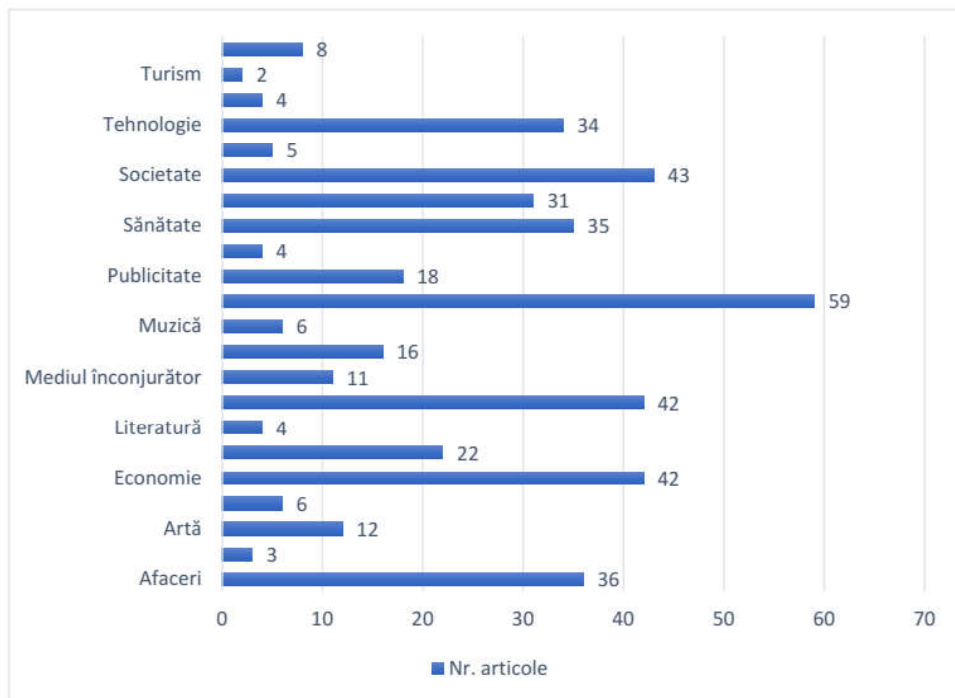


Figura 3. Încadrarea inteligenței artificiale în funcție de domeniu

Cu un număr mare de articole în domeniul politic (13,31%), se sugerează că IA este subiectul unor dezbateri ample, având implicații semnificative în contextul politic actual. Articolele evidențiază atât interesele personale ale liderilor politici, cum ar fi „*Ciolacu nu e interesat de ION*”, cât și preocupările globale, cum ar fi semnarea unor documente internaționale („*UE, SUA, China și alte țări au semnat primul document global care abordează dezvoltarea AI*”). Dezbaterile privind riscurile asupra sistemelor politice actuale, precum cele expuse de Elon Musk sau istoricul Yuval Noah Harari („*Inteligența artificială va însemna sfârșitul democrației*”), conturează un discurs despre impactul asupra democrației și alegerilor. Aspectele legate de securitatea națională sunt reflectate în mod explicit prin utilizarea inteligenței artificiale de către MAE pentru combaterea dezinformării, cu accent pe factorul politic („*MAE va folosi Inteligența Artificială împotriva dezinformării online. [...] demnitarii vor fi monitorizați*”). Totodată, interacțiunile diplomatice dintre liderii mondiali indică o preocupare către o coordonare globală în abordarea inteligenței artificiale. În ansamblu, presa online din România folosește cadrul politic pentru a explora diverse aspecte ale inteligenței artificiale, de la dimensiuni individuale și naționale la perspective globale.

În domeniul social, presa online din România utilizează cadrul inteligenței artificiale pentru a explora provocări și implicații asupra vieților oamenilor.

Subiectele evidențiază un spectru larg de teme, inclusiv impactul asupra relațiilor personale și sociale, riscurile etice și de securitate, precum și preocupările privind efectul manipulării informațiilor. Articolele abordează modul în care IA influențează relațiile interumane, evidențiind creșterea numărului de persoane care se bazează pe asistență IA în gestionarea vieții cotidiene, de la finanțe, la relații interpersonale („*Tot mai mulți internauți se bazează pe inteligența artificială pentru gestionarea relațiilor, a finanțelor sau a carierei*”). Se pune accent și pe fenomenul de „iubire virtuală” și crearea de parteneri de viață bazate pe IA, cu implicații emoționale profunde („*GirlfriendGPT*»: *Un bărbat din New York a creat o clonă a iubitei sale, care se bazează pe inteligență artificială*”). De asemenea, se explorează riscurile grave legate de abuzurile AI, cum ar fi generarea de conținut explicit cu minori și folosirea tehnologiei pentru infracțiuni și șantaj. Aspectele legate de impactul asupra indivizilor, precum sinuciderea unei persoane după o serie de conversații cu un chatbot, aduc în discuție efectele profunde pe care IA le poate avea asupra bunăstării psihologice a oamenilor. Nu în ultimul rând, cadrul social apare și într-un context futurist, al explorării regândirii structurii sociale („*Informatician: Trebuie să regândim societatea în jurul a ceea ce inteligența artificială poate să facă mai bine ca omul*”). În general, presa online din România utilizează cadrul social în legătură cu IA pentru a explora complexitatea și profunzimea schimbărilor sociale într-o lume din ce în ce mai pătrunsă de această tehnologie emergentă.

Articolele din domeniul economic (9,4%) explorează legătura puternică dintre IA și piața muncii, sectorul financiar, inovația tehnologică și deciziile economice. Unul dintre cele mai discutate aspecte în domeniul economic este automatizarea locurilor de muncă prin intermediul IA. Companiile explorează utilizarea tehnologiilor inteligente pentru a eficientiza procesele, iar aceasta poate duce la schimbări semnificative în cererea de forță de muncă („*Inteligența artificială se întoarce împotriva creatorilor ei. Firmele din IT încep să renunțe la angajați*”).

Articolele din domeniul media (9,4%) dezvăluie o varietate de perspective cu privire la impactul inteligenței artificiale în industria filmului, divertismentului, a rețelelor sociale și jurnalismului. În primul rând, este evidențiată preocuparea actorilor de la Hollywood față de utilizarea acestei tehnologii: industria filmului se confruntă cu riscuri și schimbări semnificative, existând îngrijorări privind riscul ca IA să înlocuiască prestația actorilor și să afecteze condițiile de muncă („*Greva actorilor de la Hollywood a început. Ei cer să nu fie înlocuiți cu Inteligența Artificială*”). De asemenea, există preocupări și entuziasm legate de aspecte diverse: de la utilizarea IA în realizarea de știri și conținut online („*Google testează un instrument de inteligență artificială pentru a-i ajuta pe jurnaliști să scrie articole*”), până la posibilitatea ca aceasta să influențeze modul în care consumăm informații („*YouTube va permite semnalizarea conținutului generat de Inteligența Artificială*”).

Chiar dacă articolele privind IA se concentrează în câteva domenii, se poate observa că, pe măsură ce tehnologia evoluează, există o diversitate de noi cadre

utilizate în legătură cu IA: turismul, alimentația, literatura și sportul, fiind vorba despre domenii care sunt de asemenea afectate de dezvoltările în domeniul IA.

De asemenea, am analizat încadrarea mediatică a IA în funcție de beneficii și riscuri, adăugând la aceste cadre și pe cel al funcționalității.

Cel mai frecvent cadru este cel al riscurilor, cu 36,1% dintre articolele studiate care includ acest cadru ce subliniază aspectele negative ale IA, de la riscul pierderii locurilor de muncă și problemele etice, la securitatea cibernetică, utilizarea militară și efectele asupra sănătății mintale. Mai exact, majoritatea articolelor de acest tip, în care se discută IA prin încadrarea în riscurile sale, prezintă teme și motive precum: manipularea prin intermediul IA, angajarea și impactul social al IA, utilizarea IA în situații controversate, avertismente de la personalități publice, probleme legate de viața privată și securitate, riscuri asociate cu armele autonome, probleme etice în domeniul muncii și solicitări de reglementare.

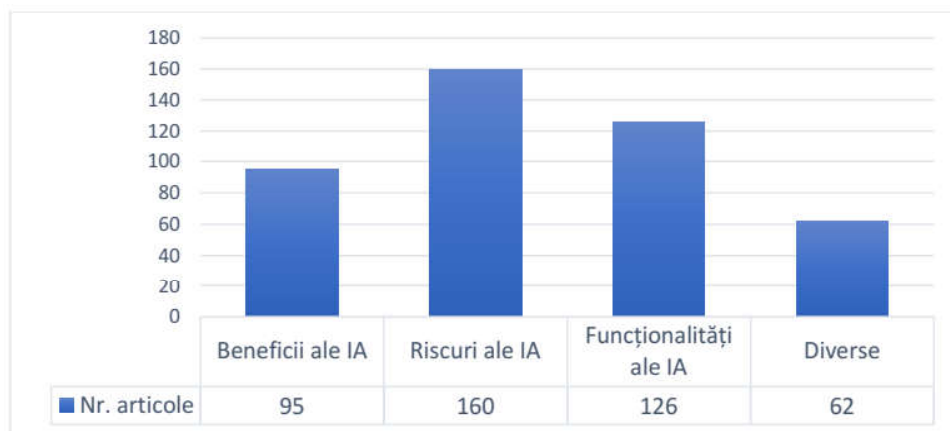


Figura 4. Încadrarea mediatică a IA în funcție de risc, beneficiu și funcționalitate

Cadrul beneficiilor inteligenței artificiale pune accent pe aspectele pozitive ale inteligenței artificiale, acesta fiind prezent în cazul a 21,4% dintre articolele studiate. Acestea explorează modul în care IA aduce avantaje pentru indivizi sau societate și, în general, îmbunătățiri în diferite domenii. Câteva teme mai specifice din sfera acestui cadru le includ pe următoarele: eficiență în industrie și economie („*Inteligența artificială crește vânzarea de cipuri*”), progrese în cercetare și medicină („*Inteligența artificială poate fi folosită pentru detectarea mai rapidă a cancerului la sân*”), securitate și monitorizare („*Hoții de lemne, supravegheați de inteligența artificială*”), transformarea muncii și educației („*Cu ajutorul AI, angajații vor lucra doar 3 zile pe săptămână*”), inovații în domenii diverse („*Cum ne poate ajuta inteligența artificială să alegem un vin bun*”) și impact economic („*Giganții din domeniu anunță profituri mai mari cu 17%*”).

Cadrul funcționalităților inteligenței artificiale (28,4%) este cel în care informațiile privind IA nu sunt raportate la factorul uman, ci sunt prezentate într-un mod factual, fără includerea beneficiilor sau riscurilor. Temele specifice din acest cadru mediatic includ: generarea de conținut prin IA, funcționalități în industria de film și muzică, robotică, educație, comerț, medicină și diferite sectoare. Nu în ultimul rând, am utilizat categoria „diverse” pentru a cuprinde articole sau cadre care nu intră clar în celelalte categorii majore, 13,99% dintre articole făcând parte din această categorie.

Având în vedere gradul de generalitate mare al cadrelor mediatiche identificate în literatura de specialitate cu privire la IA, am identificat o serie de cadre mediatiche specifice pentru subiectul inteligenței artificiale (Figura 4). Cele mai întâlnite cadre specifice sunt: noile funcționalități ale IA (29,5% dintre articole), pericolele sociale ale IA (11,2%) și reglementarea IA (9,4%).

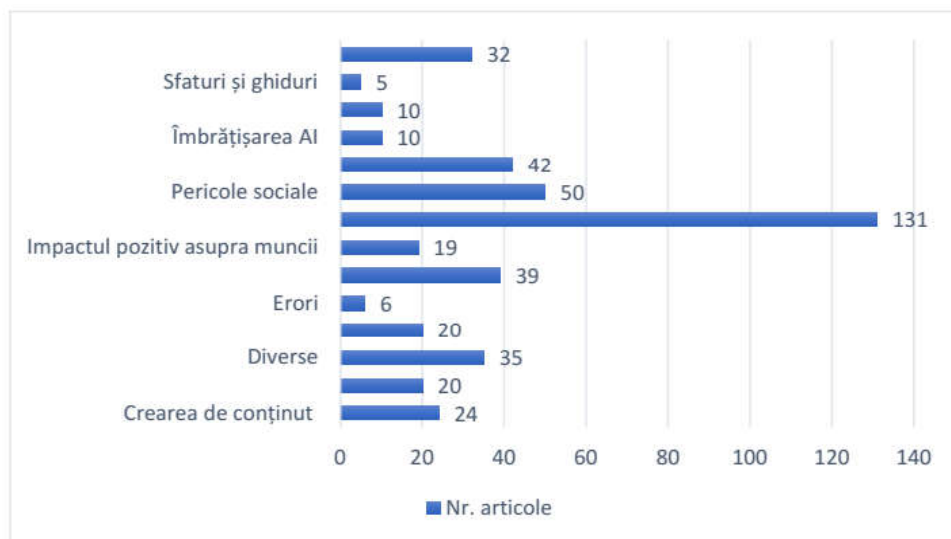


Figura 5. Cadre mediatiche specifice pentru inteligența artificială

Cel mai frecvent utilizat cadru în legătură cu IA este cel al noilor funcționalități și aplicații ale inteligenței artificiale. Acest lucru reflectă curiozitatea și interesul pentru modul în care tehnologia poate aduce inovație în diferite domenii. Noile funcționalități sunt prezentate de obicei prin abordări pozitive sau neutre, fiind rare situațiile în care sunt evidențiate aspectele negative ale acelor funcționalități. Există o diversitate de domenii care sunt luate în considerare, de la cel al educației („*Elevii care nu știu la ce liceu să dea vor putea vorbi cu Maria, un consilier vocațional digital*”), sportului („*Rezumatul meciurilor de tenis ar putea fi comentate de softuri AI*”), creației de conținut („*Cum se pot realiza scenariile pentru seriale cu ajutorul inteligenței artificiale*”) sau chiar al intervențiilor de urgență („*Inteligența artificială e folosită în premieră pentru salvarea de vieți*”).

Prin cadrul pericolelor sociale ale IA, se evidențiază preocupările complexe și diverse ale societății în legătură cu dezvoltarea și implementarea inteligenței artificiale. Am identificat articole axate pe utilizarea nefastă a IA, prin generarea de conținut abuziv sau înșelător, prin impactul asupra relațiilor sociale și de cuplu, dar în special prin amenințări la scară largă.

Preocupările cu privire la reglementarea inteligenței artificiale sunt reflectate într-un număr semnificativ de articole pe această temă. Faptul că subiectul reglementărilor este deosebit de popular sugerează o conștientizare crescută a necesității de a pune în aplicare norme și standarde pentru a ghida dezvoltarea și utilizarea tehnologiei de inteligență artificială. Printre subiectele de acest tip, se numără actualizări cu privire la inițiativa Uniunii Europene de a reglementa domeniul („*Parlamentul European a dat undă verde unor norme care își propun să garanteze o Inteligență Artificială sigură și transparentă*”), cerințele unor companii care consideră că vor fi afectate de lipsa reglementării domeniului („*Scrisoare deschisă a giganților media prin care cer un cadru juridic pentru reglementarea utilizării inteligenței artificiale*”), dar și apariția unor noi norme care li se aplică companiilor care utilizează IA și, în special, conținutul generat de IA („*Google, Facebook și YouTube, obligate să marcheze conținutul generat de Inteligența Artificială*”).

O parte din articolele care vizează impactul negativ asupra muncii au legătură cu protestele recente ale actorilor și a altor lucrători din industria cinematografică, care includ și nemulțumiri față de posibilitatea ca sistemele de IA să-i facă pe actori redundanți, folosindu-se însă de imaginea și vocea lor. În mai multe publicații, a apărut cerința actorilor ca fețele și vocile generate de computer cu IA să nu îi înlocuiască.

Pe lângă acest subiect, remarcăm și tendința de acoperire în presa online a restructurărilor companiilor care au la bază înlocuirea angajaților cu sisteme de IA. Titluri precum: „*Un cunoscut ziar din Germania dă afară sute de angajați. Oamenii vor fi înlocuiți de inteligența artificială*” sunt relativ numeroase, indicând îngrijorarea lucrătorilor de a-și pierde locul de muncă. Statistici pe această temă, precum „*27% dintre locurile de muncă sunt amenințate de inteligența artificială, conform OECD. Estul Europei, cel mai afectat*”, întăresc aceste îngrijorări. Într-o măsură mai mică, există și abordări pozitive, care prezintă utilitatea sistemelor de IA pentru angajați, cum ar fi: „*O fabrică de ambalaje din Iași are un nou «angajat»: un program de Inteligență Artificială care le ușurează munca*” sau faptul că acele competențe legate de IA sunt căutate de studenți, considerate a fi utile pentru viața profesională viitoare.

Cadrul „utilizarea inedită a IA” reprezintă un unghi care subliniază modurile neașteptate și creative în care IA este integrată în diferite aspecte ale vieții cotidiene sau în domenii diverse. Aceste articole sugerează că IA nu este doar un instrument tehnic, ci și o sursă de inovație și adaptare în diferite contexte. Câteva teme recurente în acest cadru sunt: utilizarea IA pentru modă și design („*Cum arată*

rochia digitală care își schimbă modelul la o simplă apăsare de buton”), asistență în selecția produselor și preferințe personale („*Cum ne poate ajuta inteligența artificială să alegem un vin bun*”), simulări personale („*Un mureșan l-a construit pe Moș Crăciun virtual*”), estimări și analize neconvenționale („*Greutatea lui Kim Jong Un, secret de stat bine păzit în Coreea de Nord, a fost estimată de inteligența artificială*”, „*Inteligența artificială, pusă să afle ce gândesc pisicile*”) și explorarea spirituală sau religioasă („*Sute de credincioși din Germania au asistat la o slujbă ținută de inteligența artificială*”).

Alte cadre abordate au fost cele privind respingerea IA de persoane publice sau de specialiști, respectiv îmbrățișarea publică a IA, dezinformarea cu ajutorul IA, sfaturi și ghiduri pentru utilizarea IA de către publicul larg, erori în funcționarea IA și efectul economic al IA.

Analiza cadrelor dezvăluie abordarea diversificată și complexitatea subiectului inteligenței artificiale în mass-media online din România. Numărul cadrelor identificate sugerează că dezvoltarea tehnologiei este discutată din multiple perspective și în contexte variate, însă distribuția lor inegală arată o preocupare deosebită pentru noile sale funcționalități, pericolele sociale și reglementarea IA.

Implicații ale rezultatelor obținute

Rezultatele obținute oferă o imagine detaliată a modului în care IA este încadrată mediatic în publicațiile online din România, arătând ce aspecte sunt evidențiate și ce tipare sau idei centrale sunt asociate cu IA.

În primul rând, repartizarea relativ echilibrată a poziționării față de IA indică o diversitate a percepțiilor asupra IA în presa online din România. Cu toate acestea, este important de subliniat că, deși articolele pozitive sunt puțin mai numeroase, diferența nu este suficient de semnificativă pentru a confirma o tendință clară către un cadru pozitiv sau negativ.

Comparând atitudinea publicațiilor online din România cu cele din limba engleză, observăm o diferență semnificativă. În timp ce publicațiile internaționale (Nguyen, & Hekman, 2021) indică o tendință majoră spre evidențierea pericolelor și dezavantajelor inteligenței artificiale, în publicațiile românești această tendință este mai echilibrată. Diferența dintre numărul de articole pozitive și cele negative nu este la fel de pronunțată, sugerând că publicațiile online din România explorează atât aspectele pozitive, cât și cele negative ale acestei tehnologii într-o măsură mai cuprinzătoare. În schimb, atunci când comparăm utilizarea cadrului beneficiilor cu cadrul riscurilor inteligenței artificiale, observăm o înclinație clară a publicațiilor din România către pericolele și riscurile asociate cu utilizarea și dezvoltarea IA.

Analizând distribuția atitudinilor în funcție de fiecare publicație în parte, observăm variații semnificative. De exemplu, *stirileprotv.ro* prezintă o înclinație clară spre încadrarea pozitivă a inteligenței artificiale, în timp ce *libertatea.ro*

manifestă o preferință pentru un cadru negativ. Aceste diferențe evidențiază impactul politicilor editoriale în procesul construirii cadrului asupra prezentării subiectului în mediul online.

Analiza distribuției în funcție de domeniu relevă o diversitate semnificativă a contextelor în care inteligența artificială este prezentată în publicațiile online din România. Acest aspect sugerează că subiectul este abordat sub multiple unghiuri și că are implicații extinse în diferite sectoare ale societății. Domeniul politic reprezintă cel mai frecvent context în care se discută despre inteligența artificială, ceea ce arată că IA este subiectul unor dezbateri ample și are implicații semnificative în contextul politic actual.

Identificarea cadrelor mediatice specifice pentru subiectul inteligenței artificiale evidențiază preocupările și interesele predominante în presa online din România. Cadrele precum noile funcționalități, pericolele sociale și reglementarea IA sunt cele mai întâlnite, reflectând curiozitatea față de inovații, îngrijorările societății și necesitatea unor norme clare în acest domeniu.

Observăm că restructurările din companii generate de utilizarea sistemelor de IA sunt prezentate mai frecvent din perspectiva impactului negativ asupra angajaților și mult mai rar din perspectiva beneficiilor asupra clienților companiei. Acest lucru arată o preocupare mai mare pentru impactul negativ asupra angajaților, în detrimentul evidențierii beneficiilor pentru clienți, abordare care poate sugera o atenție crescută la consecințele sociale ale tehnologiei, în special legate de pierderea locurilor de muncă și schimbările economice. Totodată, această abordare poate fi atribuită interesului jurnalistic de a prezenta unghiuri mai umane și relevante pentru publicul larg.

Deși observăm cadre polarizate, evidențiem și nevoia de perspective echilibrate. Exemplele de articole care explorează atât aspecte pozitive, cât și negative ale inteligenței artificiale oferă un model de prezentare echilibrată, însă sunt mai puțin frecvente. De asemenea, există un interes crescut în abordarea inovatoare a subiectului, cu subiecte precum utilizarea inedită a IA care adaugă o dimensiune creativă, surprinzătoare și uneori controversată în discursul public.

Concluzii

În contextul unei lumi în care inteligența artificială devine din ce în ce mai prezentă, este esențial să înțelegem detaliile prezentării mediatice ale acesteia. Cercetarea elementelor evidențiate, a ideilor centrale și a tiparelor care se repetă atunci când jurnaliștii și formatorii de opinie scriu despre IA este esențială pentru înțelegerea modului în care IA este prezentat în mass-media. În acest studiu, ne-am concentrat pe identificarea și analizarea cadrelor mediatice privind IA din publicațiile online din România, dezvoltând o imagine complexă a modului în care tehnologia este prezentată în fața publicului larg.

Rezultatele analizei noastre aduc la lumină mai multe concluzii semnificative. Analiza datelor relevă o diversitate semnificativă în poziționarea presei online din România față de inteligența artificială. Cu toate că distribuția între articolele pozitive și negative este oarecum echilibrată, există o înclinație către cadre polarizate. Publicațiile explorează IA în special dintr-o perspectivă negativă și pozitivă, optând mai rar pentru un cadru imparțial sau echilibrat.

În privința modului de încadrare a IA în funcție de domeniu, analiza domeniilor principale care reies din articolele studiate relevă o abordare variată a IA. Politica, societatea, educația și media sunt printre domeniile cele mai frecvent abordate. Există o diversitate de subiecte, de la dezbateri politice și impact social, până la aspecte legate de industria media și influența asupra vieții cotidiene. Diversitatea domeniilor reflectă impactul transversal al IA în diferite aspecte ale societății.

De asemenea, ne-am propus să analizăm cadrele riscurilor IA și ale beneficiilor IA. Rezultatele indică o preocupare semnificativă față de riscurile asociate inteligenței artificiale, într-un grad mai mare decât cel al beneficiilor. Mai specific, utilizând cadrul riscului IA, articolele vizează subiecte precum manipularea prin tehnologie, angajarea în contextul proliferării IA, utilizarea IA în situații controversate, avertismente emise de personalități publice, probleme legate de viața privată și securitate, riscuri asociate cu armele autonome, probleme etice în domeniul muncii, dar și solicitări de reglementare. Cadrul beneficiilor IA include abordări ale eficienței în industrie și economie, ale progreselor în cercetare și medicină, securității și monitorizării, transformării muncii și educației, inovației în domenii diverse și impactului economic. Cu toate că aceste două cadre sunt foarte comune, o parte mai mică din articolele studiate nu se raportează la efectul IA și pot fi incluse, mai degrabă, în categoria funcționalităților IA.

Nu în ultimul rând, cadrele mediatice specifice pentru IA evidențiază interesul și preocupările față de IA. Noile funcționalități ale IA, pericolele sociale și reglementarea reprezintă cadrele mediatice cele mai frecvent utilizate. Aceste cadre indică nu doar preocupările tehnologice, ci și impactul asupra societății, ceea ce reflectă o abordare holistică a subiectului.

Este important să remarcăm, atunci când interpretăm astfel de rezultate, faptul că abordările specifice ale publicațiilor față de subiectul inteligenței artificiale sunt influențate de factori variabili, cum ar fi agenda editorială, audiența țintă și perspectiva jurnaliștilor. Aceasta duce la diferențe semnificative în modul în care subiectul este prezentat și interpretat în publicațiile selectate. Chiar și ținând cont de aceste variații, analiza temelor abordate dezvăluie o serie de preocupări comune, precum impactul asupra locurilor de muncă, reglementarea IA și aplicațiile sau funcționalitățile în diverse domenii, în special în sănătate sau în domeniul militar.

Utilizarea analizei documentelor ca metodă de cercetare a adus cu sine atât avantaje, cât și dezavantaje. Pe de o parte, aceasta ne-a permis să lucrăm cu date autentice, care reflectă în mod direct și nealterat idei exprimate de redactorii și contributorii publicațiilor online. Așa cum observă Șandor (2019), această metodă

de cercetare are ca avantaje economia de timp și de resurse, materialele fiind facil accesibile.

În schimb, una din limitele studiului de față a fost numărul mic de articole analizate, de 443 de articole și, în special, numărul mic de publicații. De asemenea, perioada analizată a fost una scurtă, ceea ce poate influența reprezentativitatea atitudinilor exprimate, deoarece subiectul inteligenței artificiale poate evolua rapid în timp și poate genera schimbări semnificative în opinii și perspective.

În plus, deși am selectat cele cinci site-uri de știri și analize cu cel mai înalt trafic, trebuie să recunoaștem că această selecție nu acoperă întreaga varietate a abordărilor aferente publicațiilor online din România. Există o multitudine de alte surse media care pot construi cadre diferite pentru IA, iar limitarea la doar cinci site-uri poate influența reprezentativitatea generală a cercetării.

Totodată, fiind acoperită aceeași perioadă de timp în rândul mai multor publicații, anumite evenimente au constituit subiecte pentru articole pentru mai multe dintre acestea. Astfel, o limită a cercetării de față, dar și a altor cercetări cantitative care vizează modul în care este tratat subiectul inteligenței artificiale pe site-urile de știri, este influența majoră a evenimentelor curente. Spre exemplu, greva actorilor de la Hollywood a fost prezentată și analizată de toate publicațiile incluse în studiu, împreună cu atitudinea negativă a acestora la adresa inteligenței artificiale. Acest lucru sugerează impactul semnificativ pe care evenimentele specifice perioadei analizate o au asupra discursului public. Deși această abordare a cercetării oferă o perspectivă recentă asupra încadrării IA, poate limita reprezentativitatea generală a cercetării, deoarece anumite evenimente pot domina discursul public pentru o perioadă scurtă de timp.

Luând în considerare aceste limite ale studiului de față, propunem câteva recomandări de cercetări viitoare. Având în considerare perioada limitată de timp, ar fi de interes un studiu longitudinal, prin care să se cerceteze încadrarea mediatică a IA pe o perioadă mai lungă de timp, ceea ce ar indica tendințele din această sferă. De asemenea, studiile viitoare ar putea utiliza o cantitate mai mare de date, ceea ce ar putea contribui la o înțelegere mai profundă și mai precisă a atitudinilor și percepțiilor exprimate în mass-media online din România cu privire la IA. Spre exemplu, cuprinderea unui număr mai mare de publicații, din online și din presa scrisă, ar contribui la o mai bună înțelegere a cadrelor mediatice ale inteligenței artificiale.

Nu în ultimul rând, subliniem faptul că acest studiu nu implică existența unui efect asupra publicului, în mod obligatoriu. Spre exemplu, înclinația presei de a se concentra mai degrabă pe riscurile IA decât pe beneficiile IA nu este obligatoriu să coincidă cu opinia publică. Prin urmare, un studiu viitor ar putea cerceta efectele încadrării IA în rândul populației generale sau a unor grupuri sociale specifice.

În concluzie, acest studiu a contribuit la înțelegerea modului în care inteligența artificială este încadrată în publicațiile online din România. Rezultatele pot servi drept bază pentru dezvoltarea de strategii de comunicare, educație publică și

politici în domeniul inteligenței artificiale, pentru a asigura o înțelegere informată și o adoptare responsabilă a tehnologiei într-o societate în continuă schimbare și evoluție.

Bibliografie

BRAT (2023). Rezultate trafic proprietăți online. https://www.brat.ro/sati/rezultate/type/site/c/all/period_type/month/period_filter/2023-7/category/all/editor/all.

Bunz, M., & Braghieri, M. (2021). The AI doctor will see you now: assessing the framing of AI in news coverage, *AI & Society*, 37, 9-22.

Buturoiu, R. (2016). *Noua eră a vechilor media. O analiză experimentală a efectelor produse de cadrajele media*. București: Comunicare.

Cappella, J.N., & Jamieson, K.H. (1997). *Spiral of cynicism. The press and the public good*. New York: Oxford University Press.

Chuan, C.H., Tsai, W.H.S., & Cho, S.Y. (2019). Framing Artificial Intelligence in American Newspapers, *AIES ,19: Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, ianuarie 2019, New York. <https://doi.org/10.1145/3306618.3314285>.

D'Angelo, P., Lule, J., Neuman, W. R., Rodriguez, L., Dimitrova, D. V., & Carragee, K. M. (2019). Beyond Framing: A Forum for Framing Researchers, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(1), 12-30. <https://doi.org/10.1177/1077699018825004>.

De Vreese, C. (2005). News framing: Theory and typology, *Information Design Journal*, 13(1), 51-62.

Forbes (2023). Impactul Inteligenței Artificiale în presa online și social media din România. Disponibil la <https://www.forbes.ro/impactul-inteligentei-artificiale-in-presa-online-si-social-media-din-romania-331112>.

Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach, *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.

Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass-media and the making and unmaking of the New Left*. Berkeley, CA: University of California Press.

Graf-Vlachy, L., Buhtz, K., & Konig, A. (2018). Social influence in technology adoption: taking stock and moving forward, *Management Review Quarterly*, 68, 37-76.

Gunther, A.C. (1998). The Persuasive Press Inference: Effects of Mass-media on Perceived Public Opinion. *Communication Research*, 25(5), 486-504. <https://doi.org/10.1177/009365098025005002>.

Mao, Y., & Shi-Kupfer, K. (2023). Online public discourse on artificial intelligence and ethics in China: context, content, and implications, *AI & Society*, 38, 373-389.

McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass-media, *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.

Nguyen, D., & Hekman, E. (2021). The news framing of artificial intelligence: a critical exploration of how media discourses make sense of automation, *AI & Society*. <https://doi.org/10.1007/s00146-022-01511-1>.

Oprea, M. (2022). SONDAJ | Cum se raportează românii la capitolul la care stăm cel mai prost: inovația și tehnologia. Disponibil la <https://www.rfi.ro/social-147089-sondaj-cum-se-raporteaza-romanii-la-capitolul-la-care-stam-cel-mai-prost-inovatia-si>.

Pentzold, Ch., & Fischer, Ch. (2017). Framing Big Data: The discursive construction of a radio cell query in Germany, *Big Data and Society*, 4(2), pp. 1-11.

Șandor, S.D. (2019). *Metode și tehnici de cercetare în științele sociale*, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

Zhang, B., Dafoe, A. (2019). *Artificial Intelligence: American Attitudes and Trends*. Oxford: Future of Humanity Institute, University of Oxford.