



Σχολή

ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ

Διπλωματική Εργασία

«Η ενσωμάτωση των σύγχρονων μεθόδων δημοσιογραφίας από τα μέλη της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU). Η περίπτωση της Ελληνικής Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης (ΕΡΤ) στη χώρα μας»

«Κωνσταντίνος Παπαβασιλείου»

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Δέσποινα Χρονάκη

Αθήνα, Ιανουάριος 2024

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



«Η ενσωμάτωση των σύγχρονων μεθόδων δημοσιογραφίας από τα μέλη της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU). Η περίπτωση της Ελληνικής Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης (ΕΡΤ) στη χώρα μας»

«Κωνσταντίνος Παπαβασιλείου»

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια:

Δέσποινα Χρονάκη

Μέλος ΣΕΠ, ΕΑΠ

Αθήνα, Ιανουάριος 2024

*Κωνσταντίνος Παπαβασιλείου, «Η ενσωμάτωση των σύγχρονων μεθόδων δημοσιογραφίας από τα μέλη της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU). Η περίπτωση της Ελληνικής Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης (ΕΡΤ) στη χώρα μας.»*

*«Στη μεγάλη οικογένεια της ΕΡΤ»*

## Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την επιβλέπουσα Καθηγήτριά μου, κ. Δέσποινα Χρονάκη, η οποία αγκάλιασε αμέσως το θέμα της παρούσας εργασίας, έχοντας συγχρόνως όλη την ειλικρινή διάθεση να παράσχει τις αναγκαίες κατευθύνσεις και τη σχετική βιβλιογραφία για τη συγγραφή της.

Παράλληλα, θα ήθελα να ευχαριστήσω από καρδιάς την κ. Ηλέκτρα Ντούμα, υπεύθυνη του Στρατηγικού Σχεδιασμού της ΕΡΤ για την πολύτιμη συνδρομή της, καθώς μου παρείχε όλο το αναγκαίο υλικό για την παρουσίαση των βημάτων της ΕΒΥ και της Ελληνικής Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης, προς την κατεύθυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Ελπίζω η παρούσα εργασία, να αποτελέσει βάση και έναυσμα για περαιτέρω έρευνα στο πεδίο, μέσω της οποίας να παράσχεται η δυνατότητα να αντληθούν επιπλέον προτάσεις για την ενσωμάτωση των σύγχρονων μεθόδων δημοσιογραφίας, στη νέα ψηφιακή εποχή, από την Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση.

## Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία, καταπιάνεται με τη σημαντική εξέλιξη που σημειώνεται τις τελευταίες δεκαετίες, στο τοπίο των μέσων ενημέρωσης, λόγω των προηγμένων και συνεχώς εξελισσόμενων τεχνολογιών και της αντίστοιχης αυξανόμενης ζήτησης του κοινού για ψηφιακό περιεχόμενο. Σε ένα τέτοιο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, οι μεγάλοι τεχνολογικοί γίγαντες, οι οποίοι ως επί το πλείστον, κατέχουν τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, διαδραματίζουν πλέον σημαντικό ρόλο στη δημιουργία και διανομή περιεχομένου, ενώ οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί αντιμετωπίζουν τις νέες αυτές προκλήσεις της ψηφιακής πραγματικότητας, ώστε να διατηρήσουν, αν όχι να αυξήσουν τη το μερίδιο που τους αναλογεί στην προτίμηση του κοινού. Σαν αποτέλεσμα, παράλληλα με τη στροφή προς τις ψηφιακές πλατφόρμες, τόσο για την άντληση όσο και για την παραγωγή περιεχομένου, συνδυάζονται συγχρόνως και τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, δημιουργώντας ένα νέο υβριδικό μοντέλο του τρόπου ενημέρωσης του κοινού.

Στο τοπίο αυτό της νέας ψηφιακής εποχής, δεν μπορεί να αγνοηθεί ο ρόλος της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU), η οποία μέσω εργαλείων και συνεργασιών των μελών της, προσαρμόζεται στις ψηφιακές απαιτήσεις, ώστε οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί σταθμοί των χωρών μελών της, να είναι σε θέση να ανταπεξέρχονται στη σύγχρονη πραγματικότητα. Ο ρόλος αυτός είναι ιδιαίτερα κρίσιμος, αν αναλογιστεί κανείς την ολοένα και περισσότερο αυξανόμενη διείσδυση της τεχνητής νοημοσύνης (AI) στην παραγωγή οπτικοακουστικού περιεχομένου και ειδήσεων, καθώς και τον όλο και εντονότερο ανταγωνισμό που επικρατεί, κυρίως από τις διαδικτυακές πλατφόρμες προσφοράς περιεχομένου.

Όσον αφορά στην περίπτωση της χώρας μας, παρουσιάζονται οι αντίστοιχες εξελίξεις της δημόσιας Ελληνικής Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης (ΕΡΤ), στην κατεύθυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού της, ενώ παράλληλα παρουσιάζονται προτάσεις για την περαιτέρω ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών και της τεχνητής νοημοσύνης στην παραγωγή και διανομή του περιεχομένου της. Η μετάβαση σε ένα περισσότερο ψηφιοποιημένο περιβάλλον, καθίσταται επιτακτικά αναγκαία για την εδραίωση της θέσης της ελληνικής δημόσιας ραδιοφωνίας τηλεόρασης, η οποία κατέχει ζωτικό ρόλο στην κοινωνική ευαισθητοποίηση και τον δημόσιο λόγο.

Για τους σκοπούς της εργασίας, πραγματοποιήθηκε θεωρητική ανασκόπηση μέσα από τη διεθνή βιβλιογραφία, ώστε να αποτυπωθεί η εξέλιξη του τοπίου των μέσων ενημέρωσης

και οι αντίστοιχες προκλήσεις της σύγχρονης δημοσιογραφίας. Στα τελευταία κεφάλαια, πραγματοποιείται μέσω της άντλησης έντυπου και διαδικτυακού υλικού, σχετική αναφορά στην ενσωμάτωση των νέων ψηφιακών τεχνολογιών και εργαλείων στις χώρες μέλη της EBU, με ιδιαίτερη παρουσίαση της ψηφιακής προσαρμογής της ΕΡΤ, ενώ τέλος, κατατίθενται προτάσεις για την περαιτέρω προσαρμογή της ελληνικής ραδιοφωνίας τηλεόρασης, στις προταγές της νέας πραγματικότητας.

### **Λέξεις – Κλειδιά**

EBU, ΕΡΤ, Ψηφιακός Μετασχηματισμός.

## **“The integration of modern methods of journalism by the members of the European Broadcasting Union (EBU). The case of Hellenic Radio Television (ERT) in our country”**

**Konstantinos Papavasileiou**

### **Abstract**

This diploma thesis deals with the significant development that has taken place in the media landscape in recent decades, due to advanced and constantly evolving technologies and the corresponding increasing public demand for digital content. In such an ever-changing environment, the big tech giants, which mostly own social media platforms, now play an important role in creating and distributing content, while public service broadcasters face these new challenges of digital reality in order to maintain, if not increase, their share of public preference. As a result, alongside the shift towards digital platforms, traditional media are also combating, creating a new hybrid model of how the public is informed.

In this new digital landscape, the role of the European Broadcasting Union (EBU) cannot be ignored, collaborating closely with its members, the EBU equips the public service broadcasters of its member countries with the necessary tools to adapt to the newly formed digital requirements and to cope with modern reality. The EBU's role is particularly crucial considering the increasing penetration of artificial intelligence (AI) in the production of audiovisual content and news, as well as the increasingly intensifying competition, mainly from online content delivery platforms.

Regarding the case of our country, an overview is made of the recent steps taken by the public Hellenic Radio Television (ERT), as part of its digital transformation, process while proposals for the further integration of new technologies and artificial intelligence in the production and distribution of its content are also presented. The transition to a more digitalized environment is urgently necessary for the consolidation of the position of the Greek national broadcaster, which plays a vital role in social awareness and public discourse.



For the purposes of this thesis, a theoretical review was carried out through the international bibliography, in order to capture the evolution of the media landscape and the corresponding challenges of contemporary journalism. In the last chapters, through the collection of printed and online material, reference is made to the integration of new digital technologies and tools in the EBU member countries, with a special presentation of the digital adaptation of ERT, while finally, proposals are submitted for the further adaptation of Greek radio and television to the dictates of the new reality.

### **Keywords**

EBU, ERT, Digital Transformation.

## Περιεχόμενα

Ευχαριστίες .....	v
Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την επιβλέπουσα Καθηγήτριά μου, κ. Δέσποινα Χρονάκη, η οποία αγκάλιασε αμέσως το θέμα της παρούσας εργασίας, έχοντας συγχρόνως όλη την ειλικρινή διάθεση να παράσχει τις αναγκαίες κατευθύνσεις και τη σχετική βιβλιογραφία για τη συγγραφή της. ....	v
Περίληψη.....	vi
“The integration of modern methods of journalism by the members of the European Broadcasting Union (EBU). The case of Hellenic Radio Television (ERT) in our country” .....	viii
Konstantinos Papavasileiou .....	viii
Abstract .....	viii
Περιεχόμενα .....	x
Κατάλογος Πινάκων .....	xii
1.....	xii
Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων .....	xiii
1.....	xiii
2.....	xiii
3.....	xiii
Συνοτομογραφίες & Ακρωνύμια.....	xiv
1. Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Τεχνολογική Εξέλιξη .....	4
1.1 Έννοια και μορφές Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης .....	4
Ρεπορτάζ στον έντυπο τύπο .....	7
Ρεπορτάζ στο ραδιόφωνο .....	7
Ρεπορτάζ στην τηλεόραση .....	7
Ρεπορτάζ στα διαδικτυακά μέσα.....	7
1.2 Η εξέλιξη της τεχνολογίας στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και η χρήση πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης .....	12
2. Η Ρύθμιση και Απορρύθμιση των Μέσων .....	16
2.1 Οικονομικά μοντέλα Μέσων Ενημέρωσης .....	16
2.2 Ρύθμιση των Μέσων Ενημέρωσης .....	17
2.3 Απορρύθμιση των Μέσων Ενημέρωσης .....	20
3. Ψηφιακή σύγκλιση και ψηφιακός μετασχηματισμός των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών μέσων .....	21
3.1 Δημόσια ραδιοτηλεοπτικά μέσα και ψηφιακή σύγκλιση .....	21
3.2 Δημόσια Ραδιοτηλεοπτικά Μέσα και Ψηφιακός Μετασχηματισμός .....	23
3.3 Προκλήσεις που αντιμετωπίζουν τα Δημόσια Ραδιοτηλεοπτικά Μέσα στη μετάβαση προς τη νέα Ψηφιακή Εποχή .....	25
4. Ενσωμάτωση των σύγχρονων τεχνολογιών από τα μέλη της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU) .....	28
4.1 Ιστορική Αναδρομή και ρητορική της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU) .....	28
4.2 Ενσωμάτωση σύγχρονων μεθόδων δημοσιογραφίας και τεχνολογιών από τα μέλη της EBU.....	31

4.3	Προκλήσεις που αντιμετωπίζουν τα μέλη της EBU από την ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών.....	35
5.	Η περίπτωση της Ελληνικής Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης (ΕΡΤ) στη χώρα μας .....	37
6.	Συμπέρασμα .....	42
7.	Προτάσεις.....	46
	Βιβλιογραφία.....	49

## Κατάλογος Πινάκων

1. Πίνακας 1: Ρεπορτάζ ανά Μέσο Ενημέρωσης

## **Κατάλογος Εικόνων / Σχημάτων**

1. Χάρτης χωρών μελών EBU που έχουν εντάξει ΑΙ στην παραγωγή περιεχομένου και ειδήσεων
2. Θεάσεις ERTFLIX ανά μήνα (9ο – 11ο), για τα έτη 2022, 2023
3. Τρόπος θεάσεων προγραμμάτων ERTFLIX κατά τον 11ο/23

## Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

DMA	Digital Market Acts
DSA	Digital Services Act
EBU	European Broadcasting Union/Ευρωπαϊκή Ραδιοτηλεοπτική Ένωση
FVOD	Free Video on Demand
GDPR	Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων
TVOD	Transactional Video on Demand
ΔΡΜ	Δημόσια Ραδιοτηλεοπτικά Μέσα
ΔΡΥ	Δημόσια Ραδιοτηλεοπτική Υπηρεσία
ΕΙΡ	Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας
ΕΡΤ	Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση
ΕΣΡ	Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης

## Εισαγωγή

Η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών στον χώρο των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ), έχει επιφέρει τεράστιες διαφοροποιήσεις στον τρόπο που παράγεται και πολύ περισσότερο, στον τρόπο που μεταδίδεται η είδηση. Τον 21<sup>ο</sup> αιώνα, οι συνθήκες στον τρόπο επικοινωνίας και μεταφοράς της πληροφορίας μεταβάλλονται ραγδαία και οι χρήστες που άλλοτε ήταν μόνο δέκτες της πληροφορίας, σήμερα αποτελούν τους κύριους μηχανισμούς παραγωγής της είδησης, μέσω των νέων τεχνολογικών εργαλείων που είναι πλέον διαθέσιμα.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η χρήση σύγχρονων τεχνολογικών εργαλείων, όπως τα smartphones και το διαδίκτυο, για την πρόσβαση κυρίως σε πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, μέσω των οποίων η παραγωγή και διάδοση πληροφοριών έχει επεκταθεί ευρέως. Μέσω των πλατφορμών αυτών, το κοινό όχι μόνο καταναλώνει πληροφορίες, αλλά επίσης συμμετέχει ενεργά στη δημιουργία περιεχομένου και παροχής πληροφοριών (Lister et al, 2003). Συνεπώς, οι ειδήσεις δεν πηγάζουν πλέον μόνο από τους μεγάλους ειδησεογραφικούς οργανισμούς, αλλά και από τους απλούς χρήστες, που αναλαμβάνουν τον ρόλο του δημοσιογράφου ή "ανταποκριτή". Το φαινόμενο αυτό, επέφερε μία νέα μορφή δημοσιογραφίας, τη λεγόμενη συμμετοχική δημοσιογραφία, η οποία είναι περισσότερο υποστηριζόμενη από τις νεότερες ηλικίες, λόγω της πιο άνετης σχέσης και εξοικείωσής τους με τις νέες τεχνολογίες, σε αντίθεση με τους μεγαλύτερους ηλικιακά που δυσκολεύονται να προσαρμοστούν σε αυτές τις αλλαγές (Quandt, 2011).

Η διαδικασία αυτή της μεταστροφής από την αναλογική εποχή προς την ψηφιακή, επιτρέπει την πολύπλευρη και γρηγορότερη διάχυση της πληροφορίας. Η είδηση δεν προσφέρεται πλέον στο κοινό μονοθεματικά, όπως άλλοτε στην αναλογική εποχή, αλλά η ενημέρωση αποκτά μία πολύπλευρη διάσταση, στην οποία κυρίαρχη είναι η σχέση και αλληλεπίδραση του δημοσιογράφου με το κοινό (Chung, 2008).

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης οφείλουν να προσαρμόζονται καθημερινά στις νέες αυτές απαιτήσεις της εποχής, αφενός μεν για να διατηρήσουν το ενδιαφέρον του κοινού, ειδικότερα του νεότερου ηλικιακά και αφετέρου, λόγω των σύγχρονων συνθηκών που επιβάλλουν αμεσότερη ενημέρωση του κοινού, σε σχέση με το παρελθόν. Στο πλαίσιο αυτό, οι μεγάλοι ειδησεογραφικοί οργανισμοί, καθώς και το σύνολο των ραδιοτηλεοπτικών

μέσων, έχουν ξεκινήσει προσπάθειες για την τεχνολογική αναβάθμισή τους και τη μετάβαση τους στη νέα ψηφιακή εποχή, προκειμένου να προσελκύσουν το κοινό που έχει απομακρυνθεί από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, αλλά και για να προσφέρουν σε αυτό ένα πιο ποιοτικό και σύγχρονο με τα τεχνολογικά δεδομένα, περιεχόμενο.

Παράλληλα, οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί και τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα, καλούνται να εντοπίσουν και να αντιμετωπίσουν το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων, το οποίο έχει επέλθει ως απόρροια της μαζικής παραγωγής πληροφοριών από τους χρήστες, ώστε να μην χαθούν τα επίπεδα εμπιστοσύνης του κοινού για αυτά, το οποίο δυνητικά μπορεί να επιφέρει πολύ σοβαρές συνέπειες, ακόμα και για την ίδια τη δημοκρατία. Οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί μπορούν και πρέπει να διορθώσουν αυτή την τάση που παρατηρείται, αλλά σίγουρα δεν μπορούν να είναι μόνοι τους σε αυτή την προσπάθεια (EBU Media Intelligence Service / *Public Service Media and News* .) .

Με την παρούσα εργασία θα προσπαθήσουμε να αποσαφηνίσουμε τον βαθμό απορρόφησης των νέων τεχνολογιών, των νέων μορφών δημοσιογραφίας και της ψηφιακής σύγκλισης στα δημόσια ραδιοτηλεοπτικά συστήματα των χωρών μελών της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU). Παράλληλα, θα ασχοληθούμε με την ψηφιακή μετάβαση που επιχειρείται στην ελληνική δημόσια ραδιοφωνία τηλεόραση (ΕΡΤ) και την προσαρμογή της στο ευρύτερο ψηφιακό πλαίσιο δημοσιογραφίας και θα εξετάσουμε τον βαθμό απαλλαγής της από τις πολιτικές επιρροές και παρεμβάσεις, που διαχρονικά υπήρξαν τροχοπέδη για την αντικειμενική και πληρέστερη ενημέρωση του κοινού.

Τα πρώτα τρία κεφάλαια της παρούσας εργασίας, αφορούν τη θεωρητική ανασκόπηση των βασικών εννοιών, μορφών και φαινομένων της σύγχρονης δημοσιογραφίας και μέσων ενημέρωσης, ενώ στα επόμενα κεφάλαια αναλύεται το πλαίσιο της ψηφιακής μετάβασης των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών σταθμών των χωρών μελών της EBU, με ιδιαίτερη μνεία στον βαθμό απορρόφησης των νέων ψηφιακών τεχνολογιών από την ΕΡΤ στη χώρα μας. Για την επίτευξη των σκοπών της ανάλυσης αυτής, αντλήθηκαν στοιχεία από το διαδίκτυο, ενώ συγχρόνως μελετήθηκαν σχετικές εκθέσεις της EBU και τα πιο πρόσφατα επιχειρησιακά και στρατηγικά σχέδια της ΕΡΤ ΑΕ.

Ακολουθούν το συμπέρασμα και οι προτάσεις του συγγραφέα, σχετικά με τις δράσεις που δύνανται να αναληφθούν από την ελληνική ραδιοφωνία τηλεόραση, για την πληρέστερη



*Κωνσταντίνος Παπαβασιλείου, «Η ενσωμάτωση των σύγχρονων μεθόδων δημοσιογραφίας από τα μέλη της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU). Η περίπτωση της Ελληνικής Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης (ΕΡΤ) στη χώρα μας.»*

αξιοποίηση των νέων τεχνολογικών εργαλείων στη νέα ψηφιοποιημένη εποχή και την αναβάθμιση της ποιότητας του περιεχομένου που προσφέρεται στο κοινό.

## **1. Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και Τεχνολογική Εξέλιξη**

### **1.1 Έννοια και μορφές Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης**

Τα μέσα ενημέρωσης χαρακτηρίζονται κυρίως από τους ποικίλους ρόλους που διαδραματίζουν στην κοινωνία. Επιμορφώνουν και ενημερώνουν, μέσω ειδήσεων, ρεπορτάζ και άλλων αναλύσεων στον τύπο. Επιπλέον, παράγουν ντοκιμαντέρ, δραματικές σειρές, προγράμματα επικαιρότητας και άλλες μορφές ψυχαγωγικού περιεχομένου για ραδιόφωνο και τηλεόραση. Τα μέσα ενημέρωσης λειτουργούν ως μεσολαβητές/ενδιάμεσοι (εξού και η λέξη media), μέσα από τους οποίους φωνές, οπτικές γωνίες και ζώες εισέρχονται στο δημόσιο πεδίο (Chun, Fisher & Keenan, 2006).

Παράλληλα, τα μέσα ενημέρωσης διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην προώθηση κοινωνικών αλλαγών και στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Μέσω των ανταποκρίσεων τους, έχουν την ικανότητα να εστιάζουν το ενδιαφέρον σε σημαντικές εξελίξεις, που επηρεάζουν είτε θετικά είτε αρνητικά τη ζωή των ανθρώπων, ενώ μπορούν να φέρνουν στο προσκήνιο θέματα που συχνά παραμελούνται ή φωνές που περιθωριοποιούνται. Η δυνατότητα των μέσων ενημέρωσης να καθορίζουν την ατζέντα της επικαιρότητας, επηρεάζει συχνά τον δημόσιο διάλογο, τη σκέψη και τις προτεραιότητες μιας κοινωνίας ([https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a08acae5274a27b2000785/Using\\_Media\\_to\\_communicate\\_research\\_output.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a08acae5274a27b2000785/Using_Media_to_communicate_research_output.pdf)).

Τα μέσα ενημέρωσης εκτελούν τα καθήκοντά τους με βάση τις θεμελιώδεις αρχές της δικαιοσύνης, της ποικιλομορφίας και της αντικειμενικότητας. Ωστόσο, η αποτελεσματικότητα με την οποία εκτελούνται αυτά τα καθήκοντα εξαρτάται σημαντικά από το πολιτικό και νομικό περιβάλλον που επικρατεί σε κάθε χώρα. Σε χώρες όπου το νομικό πλαίσιο είναι ευνοϊκό, υπάρχει πληθώρα μέσων ενημέρωσης και ποικιλία φωνών, μαζί με ευρεία πρόσβαση σε πληροφορίες. Αντίστοιχα, σε περιπτώσεις όπου το νομικό πλαίσιο είναι περιοριστικό, υπάρχει έλλειψη ποικιλίας στα μέσα ενημέρωσης, με αποτέλεσμα να υπάρχουν σε αυτά εμφανώς προκατειλημμένες απόψεις και πολιτικές παρεμβάσεις. Οι πολιτικές αυτές παρεμβάσεις, μπορούν να δημιουργήσουν γενικά σημαντική σύγχυση στον τρόπο λειτουργίας των μέσων ενημέρωσης.

Επιπλέον, η ιδιοκτησία των μέσων επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο αυτά λειτουργούν. Γενικά υπάρχουν ιδιωτικά, δημόσια και κρατικά μέσα ενημέρωσης. Στην πλειονότητά τους,

τα μέσα ενημέρωσης λειτουργούν με βάση τις ανάγκες των ιδιοκτητών τους. Τα ιδιωτικά μέσα ενημέρωσης, συνήθως καθοδηγούνται από εμπορικές και αγοραστικές σκέψεις (What is the Media and How does it work?, 2011).

Τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να χωριστούν ευρέως σε πέντε κατηγορίες: Τύπος (Εφημερίδα/Περιοδικό), Ηλεκτρονικά μέσα (Τηλεόραση/Ραδιόφωνο) και Διαδίκτυο (Διαδικτυακές πύλες ειδήσεων/ιστότοποι). Διάφορα μέσα επικοινωνίας μεταφέρουν τα νέα με διαφορετικό τρόπο, αν και η βασική πληροφορία και οι βασικές δημοσιογραφικές αξίες παραμένουν αναλλοίωτες. Η διαφορά βρίσκεται στη χρήση στυλ και μορφοποίησης κατά τη δημιουργία και διανομή των ειδήσεων (wiki/ Μέσα Ενημέρωσης).

Η ίδια είδηση μπορεί να αναφέρεται με διαφορετικούς τρόπους στα διαφορετικά μέσα ενημέρωσης. Οι διαφορές στην αναφορά δεν οφείλονται στην τύχη, αλλά στις απαιτήσεις του μέσου και του κοινού στο οποίο αυτό απευθύνεται. Για παράδειγμα, ο έντυπος τύπος εξαρτάται περισσότερο από λέξεις και φωτογραφίες, οι τηλεοπτικές ειδήσεις απαιτούν οπτικοακουστικό υλικό και videos, οι ραδιοφωνικές ειδήσεις μεταδίδονται μέσω του ήχου, ενώ οι ειδήσεις από διαδικτυακές πηγές, μπορούν να τα χρησιμοποιούν όλα: λέξεις, videos, ήχο και φωτογραφίες (<https://www.vskills.in/certification/tutorial/newspaper-vs-radio-and-tv-news/> ).

Στον έντυπο τύπο, όπου ο χώρος είναι περιορισμένος, μια πρόταση μπορεί να περιλαμβάνει περίπου 20-25 λέξεις, ενώ στις τηλεοπτικές ειδήσεις, όπου ο χρόνος είναι σημαντικός, μια πρόταση συνήθως περιέχει 10-15 λέξεις. Περαιτέρω, οι αναγνώστες δεν διαβάζουν πληροφορίες στο Διαδίκτυο με τον ίδιο τρόπο που διαβάζουν μια εφημερίδα ή παρακολουθούν τηλεόραση ή ακούν ραδιόφωνο. Η μοναδική φύση του κάθε μέσου και ο τρόπος με τον οποίο το αποδέχεται το κοινό, καθορίζουν για αυτά ένα διαφορετικό στυλ αναφοράς. Για παράδειγμα, μια καθημερινή εφημερίδα, μπορεί να αγοραστεί και να παραμείνει αναλλοίωτη καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας. Τα άρθρα της μπορούν να ξαναδιαβαστούν οποιαδήποτε στιγμή. Αλλά στην περίπτωση της τηλεόρασης ή του ραδιοφώνου, τα νέα πρέπει να δίνουν μία αίσθηση αμεσότητας. Η αναφορά πρέπει να γίνεται σε πράγματα που συμβαίνουν τώρα. Κάθε μέσο ενημέρωσης λοιπόν, ενσωματώνει σε αυτό ένα μοναδικό καθεστώς δημιουργίας περιεχομένου (<http://osou.ac.in/eresources/Different%20types%20of%20media%20and%20reporting.pdf>).

Περαιτέρω, η επεξεργασία των ειδήσεων στον ανθρώπινο εγκέφαλο, διαφέρει ανάλογα με το είδος των μέσων ενημέρωσης. Τα μέσα όπως η τηλεόραση ή το ραδιόφωνο, προσφέρουν μόνο μία ευκαιρία στο κοινό για να δούνε/ακούσουν και να κατανοήσουν την ιστορία. Εάν κάποιος χάσει ένα συγκεκριμένο οπτικό στοιχείο (στην περίπτωση της τηλεόρασης) ή ένα ακουστικό στοιχείο (στην περίπτωση του ραδιοφώνου), τότε ολόκληρη η είδηση μπορεί να μην κατανοηθεί. Αντίθετα, σε εφημερίδες και διαδικτυακά μέσα, οι αναγνώστες έχουν την ευελιξία να αφιερώσουν περισσότερο χρόνο σε μια ιστορία, να την ξαναδιαβάσουν ή να την επανεξετάσουν αν κάτι φαίνεται ασαφές (<http://osou.ac.in/eresources/Different%20types%20of%20media%20and%20reporting.pdf>) .

Για τους δημοσιογράφους που ασχολούνται με την τηλεοπτική είδηση ή τα διαδικτυακά μέσα, ο χρόνος είναι κρίσιμος, καθώς οι εκπομπές μπορούν να μεταδοθούν οποτεδήποτε εντός της ημέρας, καθιστώντας κάθε λεπτό μια προθεσμία. Σε αντίθεση, οι δημοσιογράφοι εφημερίδων δουλεύουν με σταθερές προθεσμίες, δεδομένου ότι αυτές τυπώνονται μια φορά την ημέρα. Το γεγονός αυτό, παρέχει περισσότερο χρόνο στον δημοσιογράφο μιας εφημερίδας για τη σύνταξη της ιστορίας του. Αντίθετα, η τηλεόραση έχει το πλεονέκτημα της προβολής video και, συνεπώς, απαιτεί λιγότερες λέξεις από τα έντυπα μέσα.

Τα διάφορα μέσα ενημέρωσης, υιοθετούν διαφορετικές προσεγγίσεις προκειμένου να επηρεάσουν το κοινό τους. Στις τηλεοπτικές ειδήσεις, ο τόνος της φωνής, η σωματική διάπλαση, το φύλο και η ενδυμασία επηρεάζουν την αντίληψη του κοινού για την αυθεντικότητα και την ακρίβεια της είδησης. Επίσης, στις ραδιοφωνικές ειδήσεις, η φωνητική μετάδοση, έχει την αντίστοιχη επιρροή της. Οι άνθρωποι δημιουργούν αμέσως αντιλήψεις βασιζόμενοι σε αυτό που βλέπουν ή ακούν. Ωστόσο, στην περίπτωση των έντυπων και διαδικτυακών μέσων, οι αναγνώστες δεν έχουν επίγνωση των φυσικών χαρακτηριστικών των ρεπόρτερ. Έτσι, το κοινό επηρεάζεται ανάλογα με τη δεξιότητα στην αναφορά και την ποιότητα των πληροφοριών. Τα βασικά χαρακτηριστικά των ρεπορτάζ, ανάλογα με το μέσο ενημέρωσης, παρατίθενται παρακάτω στον Πίνακα 1 που ακολουθεί.

## 1. Πίνακας 1: Ρεπορτάζ ανά Μέσο Ενημέρωσης<sup>1</sup>

Ρεπορτάζ στον έντυπο τύπο	Ρεπορτάζ στο ραδιόφωνο	Ρεπορτάζ στην τηλεόραση	Ρεπορτάζ στα διαδικτυακά μέσα
Τα έντυπα μέσα ενημέρωσης, περιλαμβάνουν εφημερίδες, περιοδικά και άλλες εκτυπωμένες πηγές ειδήσεων και αντιπροσωπεύουν την παλαιότερη μορφή μέσων ενημέρωσης. Παρά την παγκόσμια μείωση στην ανάγνωση των έντυπων μέσων, μία μερίδα κοινού διαβάζει καθημερινά εφημερίδα ή κάποιο περιοδικό σε τακτική βάση. Η σημασία των έντυπων μέσων είναι επομένως, σημαντική. Οι τακτικοί αναγνώστες των έντυπων μέσων είναι περισσότερο κοινωνικοπολιτικά ενεργοί. Δεδομένου ότι τα έντυπα μέσα χρησιμοποιούνται από άτομα που μπορούν να διαβάσουν και να γράψουν, οι	Το ραδιόφωνο, η δεύτερη παλαιότερη μορφή ενημέρωσης μετά τα έντυπα μέσα, είναι προσβάσιμο σε ευρύτερα στρώματα της κοινωνίας. Φθάνει ακόμη και σε άτομα που δεν μπορούν να διαβάσουν ή που βρίσκονται σε απομακρυσμένα μέρη μιας χώρας. Είναι διαθέσιμο τόσο σε χωριά όσο και σε πόλεις. Σύμφωνα με την UNESCO, αποτελεί "το μέσο μαζικής ενημέρωσης που προσεγγίζει το ευρύτερο ακροατήριο στον κόσμο". Σε σύγκριση με τις εφημερίδες και την τηλεόραση, το ραδιόφωνο είναι οικονομικό στην παραγωγή και στη διανομή των ειδήσεων. Αποτελεί την πιο απλή	Η τηλεόραση χρησιμοποιεί ήχο και εικόνα για να μεταδώσει το μήνυμά της. Είναι σημαντικό να ταιριάζουν οι λέξεις και οι εικόνες, ώστε να μην παρέχουν διαφορετικά μηνύματα. Μια τηλεοπτική αναφορά ξεκινάει με μια γενική, απλή πρόταση που σηματοδοτεί την έναρξη μιας ιστορίας. Αποτελείται από την αφήγηση του δημοσιογράφου και βίντεο, το οποίο μπορεί να περιλαμβάνει γραφικά ή άλλα στοιχεία. Κάθε ιστορία έχει έναν τίτλο ή εισαγωγή, ώστε ο τηλεθεατής να προετοιμάζεται για την ουσία του αναμενόμενου ρεπορτάζ. Το video αποτελεί ουσιαστικό μέρος της	Τα διαδικτυακά μέσα, ή το διαδίκτυο, συνδυάζουν χαρακτηριστικά από όλα τα μέσα, ενώ διακατέχονται και από τα δικά τους ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Επιτρέπουν στους χρήστες να διαβάζουν μια είδηση, να εξετάζουν τις πηγές της και να αλληλεπιδρούν με διάφορους τρόπους. Ένα διαδικτυακό μέσο μετάδοσης ειδήσεων, μπορεί να περιλαμβάνει ηχητικά αποσπάσματα από συνεντεύξεις, κείμενα και διαδραστικούς χάρτες, που μπορούν να αλλάξουν τον τρόπο που ένας αναγνώστης κατανοεί μια ιστορία. Η δυνατότητα αλληλεπίδρασης αποτελεί ένα από τα μοναδικά

<sup>1</sup> Βάσει στοιχείων που αντλήθηκαν από "Different Types of Media and Reporting" (<http://osou.ac.in/eresources/Different%20types%20of%20media%20and%20reporting.pdf>)

Ρεπορτάζ στον έντυπο τύπο	Ρεπορτάζ στο ραδιόφωνο	Ρεπορτάζ στην τηλεόραση	Ρεπορτάζ στα διαδικτυακά μέσα
<p>αναγνώστες των έντυπων μέσων είναι συνήθως περισσότερο μορφωμένοι.</p> <p>Ένα ρεπορτάζ εφημερίδας, συντάσσεται με την προοπτική ότι ενδέχεται να υποστεί επεξεργασία από τη βάση προς τα πάνω. Διαθέτει σταθερό χώρο. Συνεπώς, ό,τι δεν χωράει αφαιρείται. Οι αναγνώστες σαρώνουν τις επικεφαλίδες σε μια σελίδα πριν διαβάσουν ένα άρθρο. Εάν η επικεφαλίδα προκαλεί ενδιαφέρον, ο αναγνώστης διαβάζει την πρώτη παράγραφο. Αν αυτή του διατηρήσει το ενδιαφέρον, ο αναγνώστης συνεχίζει την ανάγνωση. Οι αναγνώστες έχουν την ευχέρεια να επιλέξουν τη σελίδα ή τα θέματα που θέλουν να διαβάσουν, παραλείποντας τα υπόλοιπα.</p>	<p>μορφή μετάδοσης, απαιτώντας ελάχιστους πόρους. Μία ραδιοφωνική εκπομπή μπορεί να μετδίδεται σε τοπικό επίπεδο, για να αντιμετωπίσει θέματα που αφορούν τους τοπικούς ακροατές, ενώ επιπλέον, μπορεί να είναι διαδραστικό, με τη χρήση τηλεφώνου ή μηνυμάτων κινητού τηλεφώνου ή μέσω της χρήσης πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης.</p> <p>Το ραδιόφωνο απαιτεί αναφορές που είναι προσαρμοσμένες στην ακρόαση· οι προτάσεις πρέπει να είναι σύντομες και σαφείς. Στον ραδιοφωνικό τομέα, μια πλήρης ιστορία ονομάζεται "wrap," και η διάρκειά της κυμαίνεται από 30 δευτερόλεπτα έως 90 δευτερόλεπτα. Περιλαμβάνει την αφήγηση του δημοσιογράφου, που ονομάζεται επίσης "track" και συχνά</p>	<p>τηλεοπτικής μετάδοσης ειδήσεων. Συνδυάζεται με αφήγηση για να ενισχύσει τη δύναμη της ιστορίας. Τα οπτικά στοιχεία διηγούνται το "τι" της ιστορίας, ενώ οι λέξεις εξετάζουν το "γιατί". Η αποτελεσματική επικοινωνία απαιτεί συγχρονισμό μεταξύ της περιγραφής και του video, καθώς παρατηρείται ότι οι θεατές κατανοούν και θυμούνται καλύτερα τις ιστορίες, όταν οι λέξεις ταιριάζουν με τις εικόνες. Φυσικά αυτό δεν συνεπάγεται ότι οι δημοσιογράφοι πρέπει απλώς να περιγράφουν αυτό που ο θεατής μπορεί να δει. Αντιθέτως, η ακουστική περιγραφή πρέπει να παρέχει τις πληροφορίες εκείνες που προσθέτουν το πλαίσιο και το νόημα στην εικόνα.</p>	<p>χαρακτηριστικά των διαδικτυακών μέσων.</p> <p>Ο χρήστης μπορεί να δώσει την άποψή του ή να επιλέξει ποια ιστορία θέλει να διαβάσει. Σχεδόν όλες οι ειδησεογραφικές ιστοσελίδες παρέχουν χώρο για τους αναγνώστες να δημοσιεύουν τις απόψεις ή τα σχόλιά τους, τα οποία μπορούν επίσης να διαβαστούν και να απαντηθούν από άλλους.</p> <p>Ένα άλλο χαρακτηριστικό των διαδικτυακών μέσων, είναι ότι μπορούν να χρησιμοποιήσουν πολυμέσα, όπως ήχο, βίντεο, γραφικά ή άλλες μεθόδους, ώστε να αποδώσουν στους χρήστες τα διάφορα κομμάτια μιας ιστορίας. Η δυνατότητα της διαδραστικότητας και η δυνατότητα χρήσης πολυμέσων, διαμορφώνουν σημαντικά το τοπίο του</p>

Ρεπορτάζ στον έντυπο τύπο	Ρεπορτάζ στο ραδιόφωνο	Ρεπορτάζ στην τηλεόραση	Ρεπορτάζ στα διαδικτυακά μέσα
<p>Η αρθρογραφία ενός εκτυπωμένου μέσου ενημέρωσης υπόκειται σε μεγαλύτερη επεξεργασία από το ραδιοτηλεοπτικό. Οι εφημερίδες επεξεργάζονται τα κείμενα, προκειμένου να διασφαλίσουν σαφήνεια, δικαιοσύνη και ακρίβεια. Οι ειδήσεις στον έντυπο τύπο, χρησιμοποιούν μια δομή αντίστροφου πυραμιδικού, με τα πιο σημαντικά στοιχεία (τα γεγονότα της ιστορίας) να αναφέρονται στην πρώτη παράγραφο. Τα υπόλοιπα στοιχεία παρουσιάζονται στη συνέχεια με φθίνουσα σειρά σημαντικότητας.</p>	<p>περιλαμβάνει αποσπάσματα ήχου και φυσικού ήχου, δηλαδή ήχου που προκύπτει φυσικά στην τοποθεσία. Το σενάριο περιλαμβάνει λιγότερες πληροφορίες από ένα έντυπο άρθρο, επομένως η κατασκευή εικόνας είναι πολύ σημαντική. Σε αντίθεση με τους αναγνώστες εφημερίδων, οι ακροατές ραδιοφώνου είναι συνήθως λιγότερο προσεκτικοί. Τις περισσότερες φορές, οι άνθρωποι ακούν το ραδιόφωνο ενώ κάνουν κάτι άλλο. Οι ακροατές ραδιοφώνου πολλές φορές οδηγούν, δουλεύουν ή ασχολούνται με κάποια άλλη δραστηριότητα πέρα από το να ακούν με προσοχή τα τελευταία νέα. Οι ραδιοφωνικές ειδήσεις είναι πιο σύντομες από τις εφημερίδες και, επομένως, απαιτούν κατανόηση και</p>		<p>διαδικτύου και τον τρόπο μετάδοσης των νέων. Τα διαδικτυακά μέσα έχουν τη δυνατότητα να φτάσουν σε ένα ευρύ κοινό, ενώ παρέχουν τεράστιο χώρο για τη συγγραφή ειδήσεων. Παρόλο που, όπως και οι εφημερίδες, τα διαδικτυακά μέσα παρέχουν ιστορίες προς ανάγνωση, η συγγραφή για εφημερίδες και διαδικτυακά μέσα διαφέρει μεταξύ τους. Οι αναγνώστες διαδικτυακών ειδήσεων δεν διαβάζουν απλώς το περιεχόμενο, αλλά αλληλοεπιδρούν με αυτό. Σε αντίθεση με τα στατικά έντυπα μέσα, τα διαδικτυακά μέσα είναι δυναμικά, επιτρέποντας στο κοινό να επιλέξει ένα βίντεο ή να επισκεφθεί ένα έγγραφο μέσω υπερσυνδέσμου, καθιστώντας το κοινό ενεργό συμμετέχοντα στη διαδικασία κατανάλωσης ειδήσεων.</p>



Ρεπορτάζ στον έντυπο τύπο	Ρεπορτάζ στο ραδιόφωνο	Ρεπορτάζ στην τηλεόραση	Ρεπορτάζ στα διαδικτυακά μέσα
	<p>φιλτράρισμα των γεγονότων κατά τη σύνταξή τους.</p> <p>Όπως και στην περίπτωση των εφημερίδων, στο ραδιόφωνο η εισαγωγή (lead) έχει ως στόχο να γνωρίσει στους ακροατές το επερχόμενο τμήμα της εκπομπής, είτε πρόκειται για ειδήσεις, συνέντευξη κλπ. Επικεντρώνεται στην ουσία, αποφεύγοντας υπερβολικά πολλά γεγονότα και στοιχεία. Το στυλ σύνταξης των ραδιοφωνικών ειδήσεων περιλαμβάνει την επιλογή απλών λέξεων και τη χρήση σύντομων προτάσεων, δεδομένου ότι οι ακροατές δεν έχουν τη δυνατότητα να επιστρέψουν πίσω και να ξανακούσουν το περιεχόμενο.</p>		<p>Η κατανάλωση ειδήσεων σε έναν διαδικτυακό ιστότοπο, διαφέρει σημαντικά από αυτήν σε ένα έντυπο μέσο. Στα έντυπα μέσα, οι αναγνώστες ακολουθούν μια λογική ακολουθία, γνωρίζοντας τι έχουν διαβάσει προηγουμένως και τι πρόκειται να διαβάσουν μετά. Αντιθέτως, οι χρήστες διαδικτυακών ειδήσεων τείνουν να παραβλέπουν λεπτομέρειες για γρηγορότερη κατανόηση του περιεχομένου. Έρευνες δείχνουν ότι οι περισσότεροι χρήστες σαρώνουν τη σελίδα αντί να διαβάζουν κάθε λέξη, ενώ επικεντρώνονται στους τίτλους, τις περιλήψεις και τις λεζάντες. Εάν η γρήγορη σάρωση δεν τους παρουσιάσει αμέσως τις πληροφορίες που χρειάζονται, δεν θα διαθέσουν χρόνο για να τις αναζητήσουν. Προτιμούν σύντομα αποσπάσματα αντί για</p>



Ρεπορτάζ στον έντυπο τύπο	Ρεπορτάζ στο ραδιόφωνο	Ρεπορτάζ στην τηλεόραση	Ρεπορτάζ στα διαδικτυακά μέσα
			<p>μία αναλυτική ανάγνωση, καθώς οι χρήστες του διαδικτύου είναι λιγότερο πιθανό να διαβάσουν μακροσκελή κείμενα.</p> <p>Η πιο βασική δομή μιας είδησης στο διαδίκτυο περιγράφεται συνήθως ως "print plus". Αυτό σημαίνει μια κείμενη αφήγηση, όπως αυτή που βρίσκεται στα έντυπα μέσα, με επιπρόσθετα στοιχεία όπως φωτογραφίες, ήχο και βίντεο, ή υπερσυνδέσμους για περισσότερες πληροφορίες.</p> <p>Χρησιμοποιώντας υπερσυνδέσμους, οι αναγνώστες μπορούν να μεταβούν σε επιπλέον πληροφορίες από ξεχωριστές ιστοσελίδες.</p> <p>Η συγγραφή ειδήσεων στο διαδίκτυο, συνδυάζει στοιχεία και από την έντυπη και από τη ραδιοφωνική συγγραφή. Ο σύντομος και απλός τρόπος που χρησιμοποιείται από τα</p>

Ρεπορτάζ στον έντυπο τύπο	Ρεπορτάζ στο ραδιόφωνο	Ρεπορτάζ στην τηλεόραση	Ρεπορτάζ στα διαδικτυακά μέσα
			<p>ραδιοφωνικά μέσα είναι κατάλληλος για τα διαδικτυακά μέσα. Στη δημοσιογραφία διαδικτυακών ειδήσεων, οι τίτλοι, οι υπότιτλοι και οι σύντομες εισαγωγές παίζουν σημαντικό ρόλο. Πρέπει να είναι ελκυστικοί ώστε οι αναγνώστες να κάνουν κλικ στην ιστορία και να διαβάσουν περισσότερα. Πρέπει επίσης να περιέχουν αρκετές λέξεις κλειδιά, ώστε το άρθρο να μπορεί να εντοπιστεί από μηχανές αναζήτησης.</p>

## 1.2 Η εξέλιξη της τεχνολογίας στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και η χρήση πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης

Κατά τις τελευταίες δεκαετίες, το περιβάλλον των μέσων ενημέρωσης έχει υποστεί σημαντική ψηφιοποίηση, με την ανάπτυξη όλο και πιο προηγμένων και συχνά πιο οικονομικών τεχνολογιών, βελτιωμένη συνδεσιμότητα και αυξημένη προσφορά ψηφιακού περιεχομένου, προϊόντων και υπηρεσιών. Γενικά, παρατηρείται μείωση του ποσοστού ανάγνωσης των έντυπων μέσων ενημέρωσης, ενώ η τηλεοπτική προβολή παραμένει συνολικά σταθερή (αν και το κοινό γερνάει) και ο χρόνος που δαπανάται στα ψηφιακά μέσα αυξάνεται δυναμικά (Kleis, Nielsen, Cornia & Kalogeropoulos, 2016).

Στις πλούσιες δημοκρατίες με υψηλά επίπεδα χρήσης διαδικτύου, περισσότερο από το μισό του συνολικού χρόνου που δαπανάται στα μέσα ενημέρωσης, αφιερώνεται πλέον στα ψηφιακά μέσα, συμπεριλαμβανομένης της χρήσης του Διαδικτύου μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών και της χρήσης κινητών συσκευών, όπως τα tablet και, ιδιαίτερα, τα smartphones (Meeker, 2016). Τα περισσότερο μεσαία εισοδηματικά κράτη με σχετικά ανεπτυγμένη τεχνική υποδομή κινούνται γρήγορα προς την ίδια κατεύθυνση, καθώς ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι αποκτούν πρόσβαση στο Διαδίκτυο (Kleis et al, 2016).

Η μετάβαση στα κινητά μέσα επικοινωνίας, έχει συνοδευτεί από την άνοδο των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, κυρίως του Facebook, αλλά επίσης και των ιστοτόπων κοινοποίησης βίντεο, όπως το YouTube, υπηρεσίες μηνυμάτων όπως το WhatsApp και το Snapchat, ιστοτόπων κοινοποίησης φωτογραφιών όπως το Instagram και το Pinterest, και εργαλεία μικρο-συνδεδεμένων ιστολογίων όπως το Twitter. Αρκετές από αυτές τις υπηρεσίες παρέχονται από ένα μικρό αριθμό μεγάλων τεχνολογικών εταιρειών που κατέχουν κεντρική θέση στο ψηφιακό περιβάλλον των μέσων ενημέρωσης. Για παράδειγμα, η Google κατέχει το YouTube, ενώ το Facebook κατέχει τα WhatsApp και Instagram.

Τα κοινωνικά μέσα επικοινωνίας δεν χρησιμοποιούνται μόνο εκτενώς για τον διαμοιρασμό προσωπικών εμπειριών και τη διατήρηση επαφών με τους φίλους και την οικογένεια. Έχουν επίσης αποκτήσει όλο και πιο σημαντικό ρόλο ως πηγές ειδήσεων, καθώς ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι έρχονται αντιμέτωποι με ειδήσεις μέσα από αυτές τις πλατφόρμες. Αυτές οι πλατφόρμες περιέχουν περιεχόμενο που δημιουργείται από τους ίδιους τους χρήστες, ενώ ασκούν υψηλή επιρροή σε πολλούς τομείς, από συμπεριφορές αγοράς/πώλησης, επιχειρηματικότητα, πολιτικά ζητήματα έως και τον χώρο του επιχειρηματικού κεφαλαίου (Greenwood and Gopal, 2015).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης επιτρέπουν τη δημιουργία σχέσεων μεταξύ χρηστών με διαφορετικά υπόβαθρα, με αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός συμπαγούς κοινωνικού ιστού. Το αποτέλεσμα αυτού, είναι η δημιουργία και διανομή μαζικών ποσοτήτων πληροφοριών. Οι πλατφόρμες κοινωνικών μέσων έχουν ενσωματωθεί τόσο βαθιά στην καθημερινή μας ζωή, που οι άνθρωποι εξαρτώνται από αυτές για διάφορες ανάγκες, όπως είναι η λήψη καθημερινών ειδήσεων, η ενημέρωση για σημαντικά γεγονότα, η επικοινωνία με την οικογένεια και τους φίλους, η πρόσβαση σε κριτικές και προτάσεις για προϊόντα/υπηρεσίες

και μέρη, η ικανοποίηση συναισθηματικών αναγκών, η διαχείριση εργασιακών δραστηριοτήτων, η παρακολούθηση των τελευταίων τάσεων στη μόδα κλπ (Karoor, Tamilmani, Rana, Patil, Dwivedi & Nerur, 2018).

Έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί, καταδεικνύουν ότι η δημοσιογραφία μέσω του διαδικτύου καθίσταται περισσότερο αξιόπιστη, καθώς οι αναγνώστες έχουν τη δυνατότητα να την ερευνήσουν και να την αξιολογήσουν (Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου, 2012). Επιπλέον, το διαδίκτυο θεωρείται ως σημαντικό εργαλείο για την ανάδειξη κοινωνικών θεμάτων από το ευρύ κοινό, ενώ δεν μπορεί να παραβλεφθεί το γεγονός ότι μέσω αυτού έχουν αναδειχθεί γνωστές δημοκρατικές εξεγέρσεις των σύγχρονων κοινωνιών (Lewis & Molyneux, 2018).

Ένα αρνητικό στοιχείο ωστόσο αυτού του υπερβολικού φόρτου πληροφοριών, αποτυπώνεται στο γεγονός ότι οι χρήστες δυσκολεύονται να εντοπίσουν αξιόπιστες πληροφορίες όταν τις χρειάζονται. Οι κίνδυνοι που παρουσιάζονται με την ενημέρωση στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή είναι πάρα πολλοί, με σημαντικότερο ίσως εξ' αυτών τις ψευδείς ειδήσεις και την παραπληροφόρηση. Ενδεικτικό του μεγέθους του προβλήματος είναι ότι οι ίδιοι οι ευρωπαίοι πολίτες δηλώνουν, σε ποσοστό 28%, ότι πιστεύουν ότι έχουν εκτεθεί σε τέτοιου είδους ειδήσεις (EBU/Public Service Media and News).

Γενικότερα, τα προβλήματα που προκύπτουν από την εισχώρηση των ψευδών ειδήσεων στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και τα μέσα ενημέρωσης, είναι πάρα πολλά, με σημαντικότερο ίσως ότι, η παραπληροφόρηση του κοινού μπορεί να οδηγήσει σε προώθηση ακραίων θέσεων, πόλωσης του κοινού και κατ' επέκταση υπονόμευση των δημοκρατικών διαδικασιών, όπως αναφέρεται στην ιστοσελίδα του Συμβουλίου της Ευρώπης (<https://www.coe.int/en/web/campaign-free-to-speak-safe-to-learn/dealing-with-propaganda-misinformation-and-fake-news>)

Επιπλέον, οι μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες, όπως το Facebook, η Google και το Twitter, έχουν αναλάβει κατά πολλούς τον ρόλο της παραδοσιακής δημοσιογραφίας, με τεράστια μάλιστα απήχηση στο κοινό. Έχοντας ωστόσο παρουσιαστεί ως εταιρείες τεχνολογίας, δεν υπόκεινται στους ίδιους ηθικούς κώδικες με τους συμβατικούς οργανισμούς ενημέρωσης (<https://www.amazon.com/Social-Media-Public-Interest-Disinformation/dp/0231184549>).

Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα που επισημαίνεται, είναι ότι οι μεγάλες αυτές διαδικτυακές πλατφόρμες, συνειδητά πια αποκλείουν ειδησεογραφικό περιεχόμενο. Η Meta για παράδειγμα, αφαίρεσε όλες τις ειδήσεις της από το Facebook βραχυπρόθεσμα στην Αυστραλία, ως απειλή για νομοσχέδιο που πέρασε η Αυστραλιανή κυβέρνηση για διευκόλυνση των ειδησεογραφικών οργανισμών, στη διαπραγμάτευση με τις πλατφόρμες για αύξηση του μεριδίου διαφημιστικών εσόδων. Κάτι ανάλογο απειλεί ότι θα κάνει και στις Η.Π.Α, εάν το Κογκρέσο υιοθετήσει κάτι αντίστοιχο. Μάλιστα εκπρόσωπος της Meta, μετά τον αποκλεισμό ειδήσεων στην Αυστραλία δήλωσε: «Για το Facebook το επιχειρηματικό κέρδος από τις ειδήσεις είναι ελάχιστο. Οι ειδήσεις αποτελούν λιγότερο από το 4% του περιεχομένου που βλέπουν οι άνθρωποι στη ροή ειδήσεων τους» (<https://www.liberal.gr/tehnologia/i-meta-apeilei-na-afairesei-tis-eidiseis-ton-ipa-apo-facebook>).

Το πρόβλημα όμως είναι ότι αν οι τεχνολογικοί αυτοί γίγαντες, όπως η Meta και η Google κάνουν πράξη την απειλή τους, πολλοί τοπικοί κυρίως ειδησεογραφικοί οργανισμοί, θα αυξήσουν την απήχηση τους στο κοινό, με αμφιβόλου όμως ποιότητας ειδησεογραφικές πηγές. Επίσης θα αποκλείονται από αξιόπιστες πηγές ειδήσεων οι νεότερες ηλικίες, οι οποίες ενημερώνονται ως επί το πλείστον από το διαδίκτυο. Βέβαια εδώ οφείλουμε να παρατηρήσουμε ότι στην έκθεση της EBU για το 2023 επισημαίνεται ότι η μεγάλη πλειοψηφία του πληθυσμού των χωρών μελών συνεχίζει και ενημερώνεται από τα δελτία ειδήσεων της τηλεόρασης σε ποσοστό 75% περίπου, ενώ οι διαδικτυακές πλατφόρμες καταλαμβάνουν τη δεύτερη θέση, στην ενημέρωση του κοινού με ποσοστό 43% περίπου. Το ποσοστό αυτό όμως συνεχώς θα αυξάνεται καθώς η τάση για κατανάλωση των ειδήσεων θα μετατοπίζεται προς το ψηφιακό περιβάλλον (EBU/public service media, 2023).

## **2. Η Ρύθμιση και Απορρύθμιση των Μέσων**

### **2.1 Οικονομικά μοντέλα Μέσων Ενημέρωσης**

Το παγκόσμιο τοπίο των μέσων ενημέρωσης περιλαμβάνει διάφορα οικονομικά μοντέλα και ρυθμιστικά πλαίσια που έχουν εξελιχθεί με την πάροδο του χρόνου. Η δυναμική επηρεάζεται από τις τεχνολογικές εξελίξεις, τις τάσεις της αγοράς και τις ρυθμιστικές αποφάσεις. Πολλά μέσα ενημέρωσης, ειδικά τα παραδοσιακά, όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και οι εφημερίδες, βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στα έσοδα από διαφημίσεις. Οι διαφημιστές πληρώνουν για χώρο ή χρόνο εκπομπής για να προσεγγίσουν το κοινό του μέσου ενημέρωσης. Η εξάρτηση όμως από τη διαφήμιση, μπορεί να καταστήσει τα μέσα ενημέρωσης ευάλωτα σε οικονομικές πτώσεις και διακυμάνσεις στη διαφημιστική αγορά.

Επίσης, αρκετά μέσα ενημέρωσης, ιδιαίτερα στον ψηφιακό τομέα, προσφέρουν συχνά υπηρεσίες που βασίζονται σε συνδρομές. Οι καταναλωτές πληρώνουν ένα τέλος για πρόσβαση σε περιεχόμενο ή υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Η απόκτηση και η διατήρηση συνδρομητών μπορεί να είναι δύσκολη υπόθεση και υπάρχει αυξανόμενος ανταγωνισμός για την προσέλκυση των καταναλωτών.

Ακόμη υπάρχουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης που χρηματοδοτούνται έμμεσα ή άμεσα από το δημόσιο. Αυτό είναι συνηθισμένο στα δημόσια συστήματα ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης. Το δύσκολο στην περίπτωση αυτή είναι η εξισορρόπηση της ανεξαρτησίας και η αποφυγή πολιτικών παρεμβάσεων. Μάλιστα, δεν είναι λίγες οι φορές που παρατηρούνται διακυμάνσεις ως προς τη χρηματοδότηση, το οποίο ενδέχεται να επηρεάσει τη σταθερότητα των δημόσιων μέσων ενημέρωσης.

Τέλος, υπάρχει και το υβριδικό οικονομικό μοντέλο, κατά το οποίο πολλοί οργανισμοί μέσων ενημέρωσης χρησιμοποιούν συνδυασμό ροών εσόδων. Για παράδειγμα, μια εφημερίδα μπορεί να έχει έναν συνδυασμό συνδρομών, εσόδων από διαφημίσεις και ψηφιακών πωλήσεων. Η διαχείριση αυτή όμως διαφορετικών ροών εσόδων απαιτεί προσαρμοστικότητα και βαθιά κατανόηση των προτιμήσεων του κοινού.

Όλα αυτά τα οικονομικά μοντέλα θα πρέπει να ρυθμίζονται με κυβερνητικούς κανονισμούς, γιατί σε αντίθετη περίπτωση θα οδηγηθούμε σε διαδικασία απορρύθμισης των κανόνων που διέπουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, με σημαντικές επιπτώσεις, αλλά και προκλήσεις.

## 2.2 Ρύθμιση των Μέσων Ενημέρωσης

Η ρύθμιση των μέσων ενημέρωσης αναφέρεται στο σύνολο των κανόνων, νόμων και πολιτικών που διέπουν τη δημιουργία, τη διανομή και την κατανάλωση περιεχομένου από αυτά. Οι πρωταρχικοί στόχοι της ρύθμισης των μέσων, αποτελούν η διασφάλιση της προστασίας του δημόσιου συμφέροντος, η διατήρηση των ηθικών προτύπων, η προώθηση της διαφορετικότητας και η πρόληψη της κατάχρησης εξουσίας από τα μέσα ενημέρωσης (<https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0095.xml> ).

Η ρύθμιση των μέσων ενημέρωσης αναφέρεται στην περιοριστική ή τροποποιητική παρέμβαση στο περιεχόμενο των μέσων, η οποία θεωρείται απαράδεκτη ή επιζήμια από μια συγκεκριμένη αρχή. Ορισμένες χώρες επιβάλλουν περιορισμούς σε ορισμένους τύπους περιεχομένου, όπως ρητό υλικό, ρητορική μίσους ή πολιτικά ευαίσθητα θέματα. Αυτή η παρέμβαση μπορεί να προέρχεται από κυβερνητικούς φορείς, επιχειρήσεις, θρησκευτικές οργανώσεις ή άλλους παράγοντες. Οι βασικοί λόγοι για αυτή τη ρύθμιση περιλαμβάνουν τη διατήρηση της πολιτικής σταθερότητας, την προστασία της εθνικής ασφάλειας, την υποστήριξη των ηθικών αξιών ή την προώθηση των οικονομικών συμφερόντων. Η συγκεκριμένη μορφή ρύθμισης των μέσων, μπορεί να παρουσιαστεί με διάφορους τρόπους, όπως απαγόρευση, αποκλεισμός, φιλτράρισμα, επεξεργασία ή διαγραφή περιεχομένου των μέσων (<https://www.linkedin.com/advice/0/how-do-you-measure-improve-quality-impact-your-media>). Επίσης, πολλές χώρες διαθέτουν συστήματα αξιολόγησης περιεχομένου πολυμέσων για να καθοδηγούν τους καταναλωτές, σχετικά με την καταλληλότητα του περιεχομένου για διαφορετικές ηλικιακές ομάδες.

Για να αποτρέψουν τα μονοπώλια των μέσων ενημέρωσης, ορισμένες χώρες έχουν κανονισμούς και νόμους που περιορίζουν τη συγκέντρωση της ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης στα χέρια ορισμένων οντοτήτων. Αυτοί οι νόμοι στοχεύουν στην προώθηση του θεμιτού ανταγωνισμού και στην πρόληψη αντανταγωνιστικών πρακτικών στη βιομηχανία των μέσων ενημέρωσης. Οι κανονισμοί αυτοί μπορεί ακόμη να απαιτούν από τα μέσα ενημέρωσης να παρουσιάζουν ειδήσεις και πληροφορίες με δίκαιο και ακριβή τρόπο και να διέπουν τον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί μέσων συλλέγουν, χρησιμοποιούν και αποθηκεύουν προσωπικές πληροφορίες για άτομα. Ιδιαίτερα σήμερα



στην ψηφιακή εποχή, οι κανονισμοί αφορούν την προστασία των δεδομένων των χρηστών, ειδικά σε διαδικτυακές πλατφόρμες.

Επιπλέον, η ρύθμιση των μέσων ενημέρωσης μπορεί να επηρεαστεί από διεθνείς συμφωνίες και πρότυπα, ειδικά σε τομείς όπως τα ανθρώπινα δικαιώματα και η ελευθερία της έκφρασης. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η ισορροπία μεταξύ της ελευθερίας της έκφρασης και της ανάγκης για ρύθμιση μπορεί να διαφέρει σημαντικά μεταξύ χωρών και περιοχών. Η δυναμική φύση του τοπίου των μέσων ενημέρωσης, ειδικά με την άνοδο των ψηφιακών πλατφορμών, εξακολουθεί να δημιουργεί προκλήσεις για τις ρυθμιστικές αρχές παγκοσμίως.

Όσον αφορά τα διαδικτυακά μέσα, ενδέχεται να υπάρχουν κανονισμοί για την καταπολέμηση της διάδοσης ρητορικής μίσους και παραπληροφόρησης σε διαδικτυακές πλατφόρμες. Μάλιστα, οι υπεύθυνοι της χάραξης πολιτικών σε όλο τον κόσμο δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στον τομέα αυτό, λόγω της αυξανόμενης επιρροής και του αντικτύπου αυτών των πλατφορμών στην κοινωνία, επιβάλλοντας συγκεκριμένα μέτρα (<https://theguardian.com/new-regulations-for-digital-media-enhancing-accountability-transparency-and-responsibility/>). Κάποια από αυτά μπορεί να είναι:

- Εποπτεία περιεχομένου: Ενδέχεται να απαιτείται από τις πλατφόρμες να εφαρμόσουν μέτρα για τον εντοπισμό και την κατάργηση της ρητορικής μίσους, των ψευδών πληροφοριών και του επιβλαβούς περιεχομένου.
- Έλεγχος γεγονότων: Ορισμένοι κανονισμοί περιλαμβάνουν μηχανισμούς ελέγχου δεδομένων για την αντιμετώπιση της διάδοσης παραπληροφόρησης. Ακόμη μπορεί να απαιτείται από τις πλατφόρμες να βελτιώνουν το απόρρητο των χρηστών, εφαρμόζοντας μέτρα όπως η διαφανής συλλογή δεδομένων και δίνοντας στους χρήστες τον έλεγχο των δεδομένων τους, συμμορφούμενοι παράλληλα με τα πρότυπα του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων (GDPR). Τέλος ορισμένες χώρες διερευνούν τη δυνατότητα και τους τρόπους για να κάνουν τις πλατφόρμες υπεύθυνες για το περιεχόμενο τους και για τις διαφημίσεις που φιλοξενούνται σε αυτές, για να αποφεύγονται φαινόμενα χειραγώγησης και παραπλανητικής διαφήμισης των καταναλωτών.



- Λογοδοσία πλατφόρμας: Ορισμένες χώρες διερευνούν ή εφαρμόζουν κανονισμούς για να θέσουν τις διαδικτυακές πλατφόρμες υπεύθυνες για το περιεχόμενο που μοιράζονται στις πλατφόρμες τους.
- Κυβερνητικός κανονισμός έναντι αυτορρύθμισης: Κυβερνητική εποπτεία: Σε πολλές περιπτώσεις, ρυθμιστικοί φορείς, συχνά ανεξάρτητοι από την κυβέρνηση, είναι υπεύθυνοι για την επίβλεψη της ρύθμισης των μέσων ενημέρωσης.

Για τις δημόσιες ραδιοτηλεοπτικές υπηρεσίες, ορισμένες χώρες έχουν κανονισμούς, προκειμένου να εξασφαλίσουν ένα ευρύ φάσμα περιεχομένου που εξυπηρετεί το δημόσιο συμφέρον. Στις περισσότερες χώρες, οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς συχνά διέπονται από μια σαφή αποστολή και εντολή να εξυπηρετούν το δημόσιο συμφέρον. Τα ρυθμιστικά πλαίσια καθορίζουν τον σκοπό και τους στόχους της δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, δίνοντας έμφαση στην εκπαίδευση, την ενημέρωση και τον πολιτιστικό εμπλουτισμό. Επίσης τονίζουν τη συντακτική ανεξαρτησία των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών φορέων. Αυτή η ανεξαρτησία είναι κρίσιμη για να διασφαλιστεί ότι οι αποφάσεις προγραμματισμού καθοδηγούνται από δημοσιογραφικές αρχές και όχι από πολιτικές ή εμπορικές πιέσεις.

Οι κανονισμοί μπορούν ακόμη να περιγράψουν τον τρόπο που πραγματοποιείται η χρηματοδότηση των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών φορέων. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει άμεση κρατική χρηματοδότηση, ανταποδοτικά τέλη μέσω υπηρεσιών (αυτό συμβαίνει και στη χώρα μας) ή συνδυασμό πηγών. Ο στόχος είναι να διασφαλιστεί η οικονομική ανεξαρτησία και σταθερότητα, αποφεύγοντας την αδικαιολόγητη πολιτική επιρροή. Τέλος τα ρυθμιστικά αυτά πλαίσια για τους δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς, μπορεί να περιλαμβάνουν και πρότυπα για το περιεχόμενο και την ποιότητα του προγραμματισμού. Οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς αναμένεται συνήθως να προσφέρουν ποικίλο φάσμα προγραμμάτων που αντικατοπτρίζει τις πολιτιστικές, εκπαιδευτικές και ενημερωτικές ανάγκες του κοινού και κανονισμούς που μπορεί να περιλαμβάνουν διατάξεις που διασφαλίζουν ότι οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς αντικατοπτρίζουν την πολυμορφία της κοινωνίας.

Τέλος, όσον αφορά το ευρύτερο ρυθμιστικό πλαίσιο όλων των μέσων ενημέρωσης, δύνανται οι οργανισμοί μέσων ενημέρωσης να θεσπίζουν επίσης τους δικούς τους κώδικες συμπεριφοράς και πρότυπα, μέσω μηχανισμών αυτορρύθμισης.

### **2.3 Απορρύθμιση των Μέσων Ενημέρωσης**

Με τον όρο απορρύθμιση των μέσων ενημέρωσης αναφέρεται η διαδικασία μείωσης ή κατάργησης των κυβερνητικών κανονισμών και περιορισμών στη βιομηχανία των μέσων ενημέρωσης. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τροποποιήσεις σε νόμους, κανονισμούς ή πολιτικές που διέπουν τη λειτουργία των μέσων ενημέρωσης. Η απορρύθμιση έχει ως στόχο την προώθηση του ανταγωνισμού, της καινοτομίας και της οικονομικής αποτελεσματικότητας μέσω της κατάργησης των εμποδίων που μπορεί να περιορίζουν την ανάπτυξη και την πρόοδο στον τομέα των μέσων ενημέρωσης (<https://www.investopedia.com/terms/d/deregulate.asp>).

Η απορρύθμιση μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένο ανταγωνισμό καθώς μειώνονται τα εμπόδια εισόδου. Αυτό μπορεί να οδηγήσει από τη μία σε ένα πιο δυναμικό και ποικιλόμορφο τοπίο μέσων, αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις, μπορεί επίσης να οδηγήσει σε ενοποίηση, με μεγαλύτερους ομίλους μέσων μαζικής ενημέρωσης να κυριαρχούν στην αγορά. Επίσης, μπορεί να προωθήσει την καινοτομία επιτρέποντας στις εταιρείες μέσων ενημέρωσης να εξερευνήσουν νέα επιχειρηματικά μοντέλα και τεχνολογίες χωρίς αυστηρούς ρυθμιστικούς περιορισμούς, με αποτέλεσμα ωστόσο να μην αποκλείονται και οι αρνητικές επιπτώσεις, λόγω της συγκέντρωσης ισχύος σε λίγους, που επιφέρει τη μείωση της πολυμορφίας και πολυφωνίας των μέσων. Αυτό μπορεί να συμβεί με τη διασταυρούμενη ιδιοκτησία διαφορετικών τύπων μέσων (π.χ. εφημερίδες, τηλεοπτικοί σταθμοί) από την ίδια εταιρεία και να οδηγηθούμε σε μονοπώλια των μέσων ενημέρωσης, περιορίζοντας την ποικιλομορφία των φωνών και των προοπτικών.

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ο αντίκτυπος της απορρύθμισης μπορεί να ποικίλλει σημαντικά ανάλογα με το ρυθμιστικό περιβάλλον, τους πολιτισμικούς κανόνες και τις ειδικές συνθήκες της αγοράς των μέσων ενημέρωσης σε κάθε χώρα. Η επίτευξη ισορροπίας μεταξύ της προώθησης του ανταγωνισμού, της καινοτομίας και της διασφάλισης του δημόσιου συμφέροντος παραμένει μια σύνθετη πρόκληση για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής παγκοσμίως, ιδιαίτερα τώρα με την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και τη συγχώνευση διαφορετικών μορφών μέσων, τεχνολογιών και πλατφορμών σε ένα ενοποιημένο και διαδραστικό ψηφιακό περιβάλλον, στα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

### **3. Ψηφιακή σύγκλιση και ψηφιακός μετασχηματισμός των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών μέσων**

#### **3.1 Δημόσια ραδιοτηλεοπτικά μέσα και ψηφιακή σύγκλιση**

Η ιστορία της ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης (broadcasting), έχει επηρεαστεί σημαντικά από την έλλειψη φάσματος. Η περιορισμένη διαθεσιμότητα συχνοτήτων εντός του ηλεκτρομαγνητικού φάσματος που είναι κατάλληλες για τη ραδιοφωνική μετάδοση, δικαιολόγησε, σε πολλές χώρες, την παρέμβαση του κράτους στη διαχείριση του φάσματος αυτού (Cabrera Blanquez, Capello, Milla & Vallais, 2022).

Το μεγαλύτερο μέρος των πρώτων Δημόσιων Ραδιοτηλεοπτικών Σταθμών, ειδικά στην Ευρώπη, εμφανίστηκε κατά το τέλος της δεκαετίας του 1920 και στις αρχές της δεκαετίας του 1930, μια περίοδο κατά την οποία οι κυβερνήσεις επιδίωκαν την προώθηση της κοινωνικής συνοχής και την ανάκτηση της εμπιστοσύνης της κοινής γνώμης, μετά τον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο. Αυτή η πολιτική βούληση, σε συνδυασμό με τα υψηλά κόστη παραγωγής και τα απαιτούμενα υψηλά κεφάλαια ανάπτυξης υποδομών, άνοιξε τον δρόμο για τους δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς, σε πολλές χώρες της Ευρώπης, άλλοτε με σκοπό την ενημέρωση και εκπαίδευση του ευρύτερου πληθυσμού και άλλοτε για την ικανοποίηση εσωτερικών σκοπών προπαγάνδας και κινητοποίησης (Cabrera Blanquez et al, 2022).

Κάθε χώρα καθορίζει με διαφορετικό τρόπο τον δημόσιο ρόλο των Δημόσιων Μέσων Ενημέρωσης (ΔΜΕ), αλλά σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση Δημόσιων Ραδιοτηλεοπτικών Εταιρειών (EBU), η συμμαχία 112 δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών εταιρειών σε 56 ευρωπαϊκές χώρες (και 30 επιπλέον συνεργάτες παγκοσμίως), υπάρχουν ορισμένες κοινές αξίες στην ουσία των ΔΜΕ· και συγκεκριμένα, η καθολικότητα, η ανεξαρτησία, η αριστεία, η ποικιλομορφία, η ευθύνη και η καινοτομία. Προκειμένου να επιτευχθούν και να διατηρηθούν αυτές οι αξίες, τα ΔΜΕ χρειάζονται ισχυρή νομοθεσία, επαρκή και βιώσιμη χρηματοδότηση, καθώς και επαγγελματική διακυβέρνηση (EBU, “Empowering Society: A Declaration on the Core Values of Public Service Media”, 2021).

Ενώ η καθολικότητα αναφέρεται στον στόχο να φτάσει όλα τα κοινωνικά τμήματα, η ανεξαρτησία εκφράζεται μέσω της ικανότητας να λαμβάνονται αυτόνομες αποφάσεις (προγραμματισμός, προσωπικό, επιλογές στη συντακτική ομάδα, κ.λπ.) και, συνεπώς, της

ικανότητας να αποκτά εμπιστοσύνη από το κοινό. Σύμφωνα με αυτήν τη δέσμευση, η αριστεία σχετίζεται με τη διατήρηση υψηλών προτύπων ακεραιότητας και επαγγελματισμού, ενώ η ποικιλομορφία περιλαμβάνει το να δίνεται φωνή και να αντανακλάται η πραγματικότητα ενός κοινού που αποτελείται από ποικίλες ομάδες ενδιαφέροντος, συμπεριλαμβανομένων διαφορετικών γενεών, πολιτισμών, θρησκειών, και πλειοψηφιών, καθώς και μειονοτήτων. Όσον αφορά στην ευθύνη, αυτή αφορά σαφείς συντακτικές οδηγίες και διαφάνεια σχετικά με πολιτικές, προϋπολογισμούς και συντακτικές επιλογές. Τέλος, η καινοτομία αφορά στην προώθηση της δημιουργικότητας και σε νέες τεχνολογίες και τρόπους επικοινωνίας με το κοινό (EBU, “Empowering Society: A Declaration on the Core Values of Public Service Media”, 2021).

Σήμερα, οι δημόσιες τηλεοράσεις έχουν προσαρμοστεί στην ψηφιακή εποχή αξιοποιώντας την ψηφιακή σύγκλιση. Η ψηφιακή σύγκλιση καθοδηγείται από την ενοποίηση των παραδοσιακών μέσων (όπως η τηλεόραση και το ραδιόφωνο) με τις ψηφιακές τεχνολογίες (όπως το διαδίκτυο, οι υπηρεσίες ροής και οι κινητές συσκευές). Η σύγκλιση οδηγεί σε απρόσκοπτη ροή περιεχομένου σε διάφορες συσκευές και πλατφόρμες. Οι χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση σε περιεχόμενο πολυμέσων ανά πάσα στιγμή, οπουδήποτε και σε πολλές συσκευές. Η σύγκλιση των εκπομπών με τις ψηφιακές τεχνολογίες, είχε ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη ψηφιακών εκπομπών και υπηρεσιών κατ' απαίτηση του κοινού, για σύγχρονο διαδραστικό περιεχόμενο (<https://magenest.com/en/digital-transformation-in-media/>).

Το περιεχόμενο διανέμεται πλέον μέσω διάφορων ψηφιακών πλατφορμών, προσεγγίζοντας κοινό πέρα από τα παραδοσιακά κανάλια εκπομπής. Η ψηφιακή σύγκλιση έδωσε τη δυνατότητα στους δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς να ενισχύσουν τη διαδραστικότητα, να αλληλεπιδρούν με το κοινό μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και να παρέχουν υπηρεσίες κατ' απαίτηση. Αυτό τους βοηθά να παραμείνουν σχετικοί και επίκαιροι σε ένα μεταβαλλόμενο τοπίο μέσων. Οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί αντιμετωπίζουν επίσης προκλήσεις για την προσαρμογή στην ψηφιακή εποχή, συμπεριλαμβανομένων ζητημάτων χρηματοδότησης, ανταγωνισμού από εμπορικές ψηφιακές πλατφόρμες και ανάγκης εξισορρόπησης των παραδοσιακών αξιών με τις απαιτήσεις του ψηφιακού κοινού.

### **3.2 Δημόσια Ραδιοτηλεοπτικά Μέσα και Ψηφιακός Μετασχηματισμός**

Όμως εκτός από την ψηφιακή σύγκλιση οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί, αντιμετωπίζουν την πρόκληση του ψηφιακού μετασχηματισμού των εταιρειών τους, το οποίο είναι μια σημαντική αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο αυτοί οι οργανισμοί παράγουν, διανέμουν και ασχολούνται με το περιεχόμενο. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός περιλαμβάνει την ενσωμάτωση ψηφιακών τεχνολογιών σε διάφορες πτυχές των λειτουργιών ενός οργανισμού για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας, της εμβέλειας και της προσαρμοστικότητας (<https://www.wipro.com/new-age-media/three-things-public-broadcasters-must-do-to-be-ready-for-a-digital-broadcasting-future/>).

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών συστημάτων έχει αναδιαμορφώσει τον τρόπο με τον οποίο δημιουργείται, διανέμεται και καταναλώνεται το περιεχόμενο. Αυτοί οι οργανισμοί έχουν αγκαλιάσει τις ψηφιακές τεχνολογίες για να ενισχύσουν την αποστολή τους να εξυπηρετούν το κοινό με εκπαιδευτικό, ενημερωτικό και πολιτιστικό περιεχόμενο σε ένα ολοένα και πιο ψηφιοποιημένο τοπίο μέσων μαζικής ενημέρωσης

([https://www.researchgate.net/publication/315743796\\_Crowdfunding\\_A\\_Possible\\_Complementary\\_Funding\\_Model\\_for\\_European\\_Public\\_Service\\_Broadcasting](https://www.researchgate.net/publication/315743796_Crowdfunding_A_Possible_Complementary_Funding_Model_for_European_Public_Service_Broadcasting)).

Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός της μετάβασης από την έννοια της δημόσιας ραδιοτηλεοπτικής υπηρεσίας (ΔΡΥ) στα δημόσια ραδιοτηλεοπτικά μέσα (ΔΡΜ). Παρόλο που οι δύο όροι - δημόσια ραδιοτηλεοπτική υπηρεσία (ΔΡΥ) και δημόσια ραδιοτηλεοπτικά μέσα (ΔΡΜ) - χρησιμοποιούνται συχνά για την απόδοση της ίδιας έννοιας, η αλλαγή της ονομασίας υπογραμμίζει το γεγονός ότι οι Δημόσιες Ραδιοτηλεοπτικές Υπηρεσίες έχουν μετακινηθεί από την απλή τηλεοπτική και ραδιοφωνική εκπομπή σε ένα ευρύτερο φάσμα παραγωγής, όπου τα διαδικτυακά μέσα έχουν επίσης θεμελιώδη ρόλο. Αντί για μια μετάβαση από την παραγωγή τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών προγραμμάτων, τα Δημόσια Ραδιοτηλεοπτικά Μέσα παρέχουν μια ευρύτερη ποικιλία περιεχομένου (όπως δημοσιογραφία στο διαδίκτυο, ιστολόγια, βλογκ, ή οπτικοακουστικό περιεχόμενο αποκλειστικά για το Διαδίκτυο), καθώς και νέες μορφές διανομής (όπως το catch-up TV). Το νέο αυτό περιβάλλον προσφέρει ευκαιρίες για την παραγωγή πολυμέσων και ποικίλων περιεχομένων (Bardoel, J. and Ferrell Lowe, G., “From Public Service Broadcasting to

Public Service Media”, RIPE, , Nordicom, 2007, <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534710/FULLTEXT01.pdf>)

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός έχει φέρει επανάσταση στη δημιουργία και διανομή περιεχομένου για τα δημόσια συστήματα ραδιοτηλεοπτικής μετάδοσης. Οι διαδικασίες παραγωγής έχουν γίνει πιο αποτελεσματικές και οικονομικά αποδοτικές με την υιοθέτηση των ψηφιακών τεχνολογιών. Οι ψηφιακές τεχνολογίες με κάμερες υψηλής ευκρίνειας, σουίτες ψηφιακής επεξεργασίας και προηγμένα εργαλεία γραφικών, έχουν βελτιώσει την ποιότητα του περιεχομένου που παράγεται από τους δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς. Οι ψηφιακές ροές εργασίας εξορθολογίζουν τη διαδικασία παραγωγής, επιτρέποντας ταχύτερους χρόνους ολοκλήρωσης και τη δυνατότητα άμεσης απόκρισης σε έκτακτες ειδήσεις και θέματα, που στο παρελθόν θα ήταν σχεδόν αδύνατο να αναδειχθούν.

Η έλευση των πλατφορμών ψηφιακής μετάδοσης και ροής έχει διευρύνει την εμβέλεια του περιεχομένου δημόσιας μετάδοσης. Το κοινό μπορεί πλέον να έχει πρόσβαση σε προγράμματα μέσω διαφόρων συσκευών, όπως smartphone, tablet και smart TV. Τα δημόσια συστήματα ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών έχουν υιοθετήσει μια πολυκαναλική προσέγγιση, αξιοποιώντας ιστότοπους, εφαρμογές για κινητά και πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης για να αλληλεπιδράσουν με διαφορετικά κοινά. Επιπλέον οι υπηρεσίες κατ' απαίτηση και τα ψηφιακά αρχεία επιτρέπουν στους θεατές να «καταναλώνουν» περιεχόμενο με την άνεσή τους. Οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς μπορούν να επιμελούνται βιβλιοθήκες εκπαιδευτικών προγραμμάτων, ντοκιμαντέρ και εκπομπές πολιτιστικού περιεχομένου, παρέχοντας μια πολύτιμη πηγή για το κοινό (<https://university.careers360.com/articles/how-digital-transformation-transforming-broadcasting-industry>).

Σημαντικό ρόλο επίσης στην αλληλεπίδραση των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών φορέων με το κοινό, διαδραματίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Με αυτό τον τρόπο διευκολύνεται, η συμμετοχή του κοινού σε συζητήσεις γύρω από το περιεχόμενο. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός επιτρέπει στους δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς να συλλέγουν δεδομένα σχετικά με τις προτιμήσεις και τις συμπεριφορές των θεατών, επιτρέποντάς τους να προσαρμόσουν το περιεχόμενο στα ενδιαφέροντα του. Οι εξατομικευμένες προτάσεις και η στοχευμένη προβολή περιεχομένου συμβάλλουν σε μια



πιο ελκυστική εμπειρία θεατή (<https://university.careers360.com/articles/how-digital-transformation-transforming-broadcasting-industry>).

Τέλος οι ψηφιακές πλατφόρμες προσφέρουν νέες ευκαιρίες στα δημόσια ραδιοτηλεοπτικά συστήματα για διαφοροποίηση των ροών εσόδων. Πολλοί οργανισμοί έχουν εξερευνήσει μοντέλα συνδρομής, crowdfunding και συνεργασίες με ψηφιακές πλατφόρμες για να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση για τις δραστηριότητές τους. Η ψηφιακή διαφήμιση σε διαδικτυακές πλατφόρμες και οι συνεργασίες με χορηγούς παρέχουν πρόσθετες πηγές εσόδων. Οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς μπορούν να αξιοποιήσουν τα ψηφιακά αναλυτικά στοιχεία για να αναδείξουν τον αντίκτυπο του περιεχομένου του στο κοινό, καθιστώντας τους πιο ελκυστικούς για πιθανούς χορηγούς. Βέβαια οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς πρέπει να κρατούν την ισορροπία μεταξύ των παραδοσιακών αξιών και των απαιτήσεων ενός ψηφιακού κοινού, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την προσβασιμότητα και τη συμμετοχή όλων.

### **3.3 Προκλήσεις που αντιμετωπίζουν τα Δημόσια Ραδιοτηλεοπτικά Μέσα στη μετάβαση προς τη νέα Ψηφιακή Εποχή**

Το 2017 ο Γενικός Διευθυντής του BBC, του παλαιότερου ειδησεογραφικού οργανισμού στον κόσμο, προειδοποίησε για μεγάλο έλλειμα χρηματοδότησης που θα αντιμετώπιζε ο οργανισμός στα επόμενα χρόνια, εάν δεν δράσουν γρήγορα με κατάλληλα προγράμματα για τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Επιπλέον ανέδειξε την ανάγκη για εξεύρεση νέων τρόπων χρηματοδότησης στο νέο ψηφιακό περιβάλλον, γιατί το τρέχον μοντέλο με κρατικές επιχορηγήσεις και επιλεγμένες εμπορικές δραστηριότητες ενδέχεται σε μερικά χρόνια να μην είναι βιώσιμο (<https://www.wipro.com/new-age-media/three-things-public-broadcasters-must-do-to-be-ready-for-a-digital-broadcasting-future/>).

Τα τελευταία χρόνια η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει προσαρμοστεί για τη μετάβαση στην ψηφιακή εποχή και στις προκλήσεις, αλλά και στις ευκαιρίες που παρουσιάζονται σε διάφορους τομείς, όπως για παράδειγμα το εμπόριο, την έρευνα, την εκπαίδευση και φυσικά και στον τομέα των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Όσον αφορά την ασφάλεια του διαδικτύου, για να καταστήσει ασφαλέστερο τον διαδικτυακό κόσμο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρότεινε το DSA (Digital Services Act) τον Δεκέμβριο του 2020, ως μέρος ενός ολοκληρωμένου νομοθετικού πακέτου για τη ρύθμιση των ψηφιακών υπηρεσιών και πλατφορμών. Το DSA στοχεύει στη θέσπιση ενός ενιαίου

συνόλου κανόνων που θα διέπει τις ψηφιακές υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων των διαδικτυακών πλατφορμών μέσω, μέσω πέντε δράσεων για τη διασφάλιση της ασφάλειας των χρηστών, την αντιμετώπιση του παράνομου περιεχομένου και την αντιμετώπιση των ευθυνών των παρόχων ψηφιακών υπηρεσιών (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/el/policies/safer-online> ).

Οι δράσεις αυτές αφορούν σε προστασία από παράνομο περιεχόμενο και επικίνδυνα εμπορεύματα, με τη θέσπιση υποχρεωτικών συστημάτων επισημάνσεως που θα είναι εύκολο στην κατανόηση τους από τον χρήστη και σε πληροφορίες ως προς τα εμπορεύματα και τους πωλητές, για αποφυγή παραπλανητικών μεθόδων. Επιπλέον θεσπίζονται μέτρα προστασίας για κάθε ιδιωτικό περιεχόμενο, το οποίο με παράνομο ή καταχρηστικό τρόπο κοινοποιείται, χωρίς την απαιτούμενη συναίνεση. Τέλος, μέσω της DSA απλουστεύονται οι όροι χρήσης που αποδεχόμαστε, όταν θέλουμε να εισέλθουμε σε έναν ιστότοπο, σε σύντομους και σαφείς και παραλείπονται τα μακροσκελή και μη κατανοητά κείμενα, που είχαμε συνηθίσει μέχρι τώρα (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/el/policies/safer-online>).

Το DSA τέθηκε σε εφαρμογή στις 16 Νοεμβρίου του 2022 και έδωσε το χρονικό περιθώριο 3 μηνών στις πλατφόρμες για να ανακοινώσουν τον αριθμό των χρηστών τους και 4 μήνες για συμμόρφωση με τις υποχρεώσεις τους. Ο έλεγχος συμμόρφωσης θα γίνεται από τα κράτη μέλη, τα οποία είναι υποχρεωμένα να ορίσουν έναν συντονιστή ψηφιακών μέσων με καταληκτική ημερομηνία έναρξης λειτουργίας την 17<sup>η</sup> Φεβρουαρίου 2024. Ο συντονιστής αυτός θα μπορεί να επιβάλλει κυρώσεις, βάσει της εκάστοτε εθνικής νομοθεσίας, αλλά και η κομισιον θα μπορεί να παρέμβει επιβάλλοντας πρόστιμα, σε πιο σοβαρές περιπτώσεις (<https://marketingweek.gr/dsa/> ).

Την DSA ήρθε να συμπληρώσει από την Ευρωπαϊκή Ένωση τον Νοέμβριο του 2022 η DMA (Digital Market Acts), μία δέσμη κανόνων για τις ψηφιακές αγορές. Μάλιστα ενδεικτική είναι η δήλωση του ευρωβουλευτή Andreas Schwab που ηγήθηκε της ομάδας των ευρωβουλευτών του Ευρωκοινοβουλίου: «Η Πράξη για τις Ψηφιακές Αγορές βάζει ένα τέλος στη διαρκώς αυξανόμενη κυριαρχία των Big Tech εταιρειών (<https://marketingweek.gr/dsa/> ). Στο εξής οι εταιρείες Big Tech πρέπει να δείξουν ότι και εκείνες επιτρέπουν τον θεμιτό ανταγωνισμό στο διαδίκτυο. Οι καταναλωτές θα έχουν την ευκαιρία να απολαμβάνουν καλύτερες υπηρεσίες, περισσότερες ευκαιρίες και δικαιότερες τιμές. Επιπλέον οι νεοσύστατες εταιρείες, θα έχουν περισσότερες ευκαιρίες στο



διαδικτυακό περιβάλλον, χωρίς να απαιτείται η «συμμόρφωση» τους με συγκεκριμένους όρους ([https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en)).

## **4. Ενσωμάτωση των σύγχρονων τεχνολογιών από τα μέλη της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU)**

### **4.1 Ιστορική Αναδρομή και ρητορική της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU)**

Η μεγαλύτερη συμμαχία ανταλλαγής προγραμμάτων και χάραξης κοινών στρατηγικών στον χώρο των μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι η EBU. Η EBU ιδρύθηκε το 1950. Αυτή τη στιγμή η ένωση αποτελείται από 142 μέλη, εκ των οποίων τα 30 μέλη είναι συνεργαζόμενα. Τα μέλη αυτά προέρχονται από 73 διαφορετικές χώρες, οι περισσότερες εκ των οποίων προέρχονται από ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς της Ευρώπης (wiki/ Ευρωπαϊκή Ραδιοτηλεοπτική Ένωση). Τον Μάιο του 2021 ανεστάλη η ιδιότητα του μέλους της Λευκορωσίας και τα Ρωσικά μέλη τέθηκαν σε αναστολή τον Μάιο του 2022, μετά την έναρξη του πολέμου με την Ουκρανία (<https://www.ebu.ch/about/members>).

Για να μπορέσει κάποιος ραδιοτηλεοπτικός φορέας να γίνει μέλος της EBU, θα πρέπει να είναι δημόσιος ραδιοτηλεοπτικός φορέας και να χρηματοδοτείται από το κοινό. Στη χώρα μας, μέλος της EBU είναι η Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση (ΕΡΤ) από το 1950, με την τότε ονομασία της ΕΙΡ (Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας). Αξίζει να σημειωθεί πως η περίπτωση της ΕΡΤ, αποτελεί ένα από τα παλαιότερα μέλη της Ένωσης και απολαμβάνει όλα τα προνόμια των μελών, μεταξύ των οποίων την πρόσβαση και την αναμετάδοση στην Ελληνική επικράτεια μεγάλων αθλητικών γεγονότων, όπως για παράδειγμα είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2028 και του 2032. Η μεγαλύτερη παραγωγή περιεχομένου από την EBU, είναι ο ετήσιος διαγωνισμός τραγουδιού της Eurovision που προβάλλεται ζωντανά σε περίπου πενήντα χώρες, ενώ υπολογίζεται ότι τον παρακολουθούν περίπου εκατόν εξήντα εκατομμύρια θεατές παγκοσμίως και ο οποίος διοργανώνεται στις πρώτες εβδομάδες του Μαΐου κάθε έτους (wiki/ EBU).

Τα τελευταία χρόνια γίνεται πολύ μεγάλη προσπάθεια από την ραδιοτηλεοπτική Ένωση ως προς τη χάραξη κοινών στρατηγικών και εκμάθησης των νέων τεχνολογιών στα μέσα μαζικής ενημέρωσης από τα μέλη της, μέσω εμπειρογνομόνων που τους καθοδηγούν, πάντα όμως λαμβάνοντας υπόψιν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που έχει κάθε μέλος, κυρίως λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του τύπου που δραστηριοποιείται (Wiki/ EBU).

Μάλιστα στην ετήσια έκθεση της EBU που δημοσιοποιήθηκε τον Αύγουστο του 2023, επισημαίνεται η ανάγκη των δημόσιων μέσων ενημέρωσης να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα και να αποδεικνύουν συνεχώς την αξία τους στο σύγχρονο ειδησεογραφικό περιβάλλον, παρότι ήταν παραδοσιακά οι βασικοί πάροχοι ειδήσεων στις χώρες τους. Επισημαίνεται ακόμη, η ανάγκη να προσαρμοστούν τα μέλη της και να ασχοληθούν περισσότερο με τις νεότερες ηλικίες, οι οποίες είναι αδιάφορες για τον τρόπο που παρουσιάζονται οι ειδήσεις από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και ενδιαφέρονται μόνο για παρουσίαση ειδήσεων μέσα από τον ψηφιακό κόσμο (EBU/public service media).

Τα μέλη της EBU καλούνται πλέον να απαντήσουν σε ένα συγκεκριμένο ερώτημα, όπως το έθεσε και ο Pierre Olivier Volet Editor in Chief SRG στον πρόλογο της Έκθεσης της EBU με τίτλο «The future of the TV news bulletin»: «Είναι έτοιμα τα στελέχη των ειδήσεων των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών να παρατήσουν τα δελτία ειδήσεων υπέρ της ψηφιακής μετάδοσης αυτών» (EBU/The future of the TV news bulletin). Η απάντηση και λογικά από την πλειονότητα των μελών της EBU θα ήταν αρνητική, όχι όμως γιατί δεν αντιλαμβάνονται ότι όλο και περισσότεροι πολίτες των κρατών μελών ολοένα και καταφεύγουν στους ψηφιακούς τρόπους ενημέρωσης, αλλά η έρευνα του ευρωβαρόμετρου του 2022 έδειξε ότι ο παραδοσιακός τρόπος ενημέρωσης, όπως τα τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων, παραμένει η κύρια πηγή ενημέρωσης των πολιτών της Ευρώπης, παρότι το 88% των ευρωπαίων πολιτών δηλώνουν ότι έχουν χρησιμοποιήσει τα νέα μέσα, όπως το κινητό τηλέφωνο και τον υπολογιστή τους για να ενημερωθούν. Στην τελευταία θέση από τις προτιμήσεις των ευρωπαίων βρίσκεται η έντυπη ενημέρωση με 22% και με συνεχώς πτωτικές τάσεις, καθώς οι νέοι ενημερώνονται κυρίως μέσα από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης σε ποσοστό 49%, σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες ηλικίες που το ποσοστό αυτό πέφτει στο 24% (<https://www.europarl.europa.eu/news/el/press-room/20220704IPR34401/eurovarometro-oi-polites-empisteuontai-pio-polu-ta-paradosiaka-mesa-enimerosis> ).

Το πολύ ενθαρρυντικό για τους δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς που αποκαλύπτει η ίδια έρευνα του ευρωβαρόμετρου είναι ότι οι πολίτες της Ευρώπης τους εμπιστεύονται πολύ περισσότερο ως προς την αξιοπιστία των ειδήσεων που μεταδίδουν είτε με τον παραδοσιακό τρόπο μετάδοσης, είτε μέσα από τα ιστολόγια τους και μάλιστα σε ποσοστό που αγγίζει το 50% (EBU/The future of the TV news bulletin). Το θέμα είναι πώς μπορούν τα μέλη της EBU να εκμεταλλευτούν τις νέες τεχνολογίες, ως προς την παραγωγή και κυρίως την

προβολή των ειδήσεων και σε συνδυασμό με την ψήφο αξιοπιστίας που τους δίνει το κοινό, να απευθυνθούν σε περισσότερους πολίτες των κρατών τους.

Οι ανάγκες των ανθρώπων για ενημέρωση παραμένουν ίδιες, το θέμα είναι ότι υπάρχει μετατόπιση ως προς τον τρόπο που ενημερώνονται οι πολίτες από τα παραδοσιακά μέσα, όπως οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση σε σύγχρονα ψηφιακά μέσα. Ενδεικτικό παράδειγμα αυτού, είναι όταν εξετάζουμε τις αλλαγές συμπεριφορών στις πρωινές ειδήσεις. Τα άτομα τα οποία αναζητούν την ενημέρωση το πρωί, παίρνουν το smartphone κινητό τους για μία γρήγορη αναζήτηση των ειδήσεων και μετά ίσως κατευθύνονται προς την τηλεόραση ή τα άλλα παραδοσιακά μέσα.

Το τέλος της ημέρας και τα εμβληματικά κεντρικά δελτία ειδήσεων των ραδιοτηλεοπτικών μελών της EBU είναι κάτι το διαφορετικό και προσπαθούν να προσαρμοστούν στη νέα πραγματικότητα. Οι δημοσιογραφικοί αυτοί οργανισμοί όπως αναφέρουν οι περισσότεροι διευθυντές ειδήσεων τους, σε έκθεση της EBU με θέμα «το μέλλον των δελτίων ειδήσεων», μετατοπίζουν τη θεματολογία τους από απλή αναφορά των γεγονότων σε επεξήγηση των ειδήσεων. Οι πολίτες των κρατών της Ευρώπης ενημερώνονται άμεσα μέσα από τα κινητά τους τηλέφωνα και τους υπολογιστές για τις ειδήσεις, χωρίς να περιμένουν τα κεντρικά δελτία ειδήσεων, όπως συνέβαινε στο παρελθόν. Επομένως, αυτό που πρέπει να κάνουν για να τους κεντρίσουν το ενδιαφέρον είναι να επεξηγήσουν την είδηση με περισσότερη λεπτομέρεια και με ζωντανές συνδέσεις από τον τόπο του γεγονότος. Επιπλέον στα κεντρικά δελτία ειδήσεων η παρουσίαση των ειδήσεων ενισχύεται με πρόσθετα οπτικοακουστικά, όπως γραφιστικές απεικονίσεις ακόμα και 3d γραφικά που πλαισιώνουν τις φωτογραφίες και τα video, σε μία προσπάθεια για ενίσχυση του ενδιαφέροντος των τηλεθεατών (EBU/ Digital media consumption trends).

Ενώ όμως τα προηγούμενα χρόνια ήταν ραγδαία η αύξηση των ευρωπαίων που κατανάλωναν ειδήσεις και περιεχόμενο από τα ψηφιακά μέσα, το 2023 είναι η πρώτη χρονιά που φαίνεται μια επιβράδυνση ως προς την τάση αυτή και κυρίως από τους νέους. Επιπλέον όπως φαίνεται και στην έκθεση της EBU, προς τα μέλη της για το έτος 2023 με τίτλο «Digital media consumption trends», για πρώτη φορά μετά από χρόνια, το πρώτο τρίμηνο του 2023 παρουσιάστηκε μείωση στον χρόνο παρακολούθησης περιεχομένου από κινητά τηλέφωνα, κατά 2 μονάδες σε σχέση με τον αντίστοιχο του προηγούμενου έτους (EBU/ Digital media consumption trends) .

Η τάση αυτή αποτυπώνεται εμφανώς πια και στις μεγάλες πλατφόρμες περιεχομένου streaming όπως το NETFLIX, αλλά και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως για παράδειγμα το Facebook. Το Netflix η μεγαλύτερη πλατφόρμα οπτικοακουστικού περιεχομένου παγκοσμίως έχασε το δεύτερο τρίμηνο του 2022, δύο εκατομμύρια συνδρομητές (<https://www.kathimerini.gr/world/561925126/netflix-neo-kyma-apolyseon-peripoy-300-ypalliloi-menoyn-choris-doyleia/>), που μάλιστα επέφερε και χιλιάδες απολύσεις από τον όμιλο, αλλά και το Facebook στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής που περιλαμβάνει και ειδησεογραφικό περιεχόμενο, εκτιμάται ότι έχει χάσει το 45% των χρηστών, σε νέους ηλικίας 18-24 ετών του από το 2019 και μετά (<https://www.kathimerini.gr/life/technology/561660049/giati-egkataleipoy-n-oi-neoi-to-facebook/>).

## **4.2 Ενσωμάτωση σύγχρονων μεθόδων δημοσιογραφίας και τεχνολογιών από τα μέλη της EBU**

Στον τομέα της ενημέρωσης και των ειδήσεων, η EBU έχει ενεργοποιήσει την υπηρεσία Eurovision News. Η υπηρεσία Eurovision News παρέχει υπηρεσίες σύνταξης και μετάδοσης στα μέλη της Ένωσης των Δημόσιων Ραδιοτηλεοπτικών Σταθμών (EBU), συμπεριλαμβανομένων των συνεργαζόμενων μελών, αλλά και σε ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς που έχουν συνάψει συμβάσεις μαζί της. Δημιουργήθηκε από ευρωπαϊκά δημόσια μέσα ενημέρωσης και εξυπηρετεί σήμερα περισσότερες από 50 χώρες.

Το κύριο έργο της υπηρεσίας, είναι να επιτρέπει την κοινή χρήση ζωντανών και επεξεργασμένων ειδήσεων μεταξύ των μελών σε παγκόσμια κάλυψη, μέσω πρόσβασης σε περιεχόμενο, αλλά και ανταλλαγής μεταξύ των μελών podcasts και οπτικοακουστικού υλικού. Επιπρόσθετα στις υπηρεσίες περιλαμβάνονται η επαλήθευση, αλλά και η εκκαθάριση περιεχομένου από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μέσω εργαλείων για την παρακολούθηση ψηφιακών ειδήσεων. Το Eurovision News αποτελεί επίσης μια κοινότητα που περιλαμβάνει δημοσιογράφους και ηγέτες στα μέλη του, προκειμένου να προωθήσει και να μοιραστεί βέλτιστες πρακτικές αντιμετωπίζοντας κοινές προκλήσεις (<https://www.ebu.ch/eurovision-news>).

Στον νέο ψηφιακό κόσμο των μέσων ενημέρωσης έχουν ενταχθεί και οι ψηφιακές πλατφόρμες παρακολούθησης περιεχομένου και ειδησεογραφικών προγραμμάτων. Σημαντικό είναι να σημειώσουμε ότι το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο Οπτικοακουστικών

Μέσων, μέρος του Συμβουλίου της Ευρώπης στο Στρασβούργο, στην ετήσια έκθεση του, τον Μάιο του 2022, σημειώνει ότι «Η Ευρώπη διαθέτει 12.275 Υπηρεσίες Οπτικοακουστικών Μέσων, εκ των οποίων τα τρία τέταρτα αυτών είναι γραμμικές υπηρεσίες (τηλεοπτικά κανάλια linear μετάδοσης) και το υπόλοιπο ένα τέταρτο μη γραμμικές υπηρεσίες (υπηρεσίες παρακολούθησης video on demand και πλατφόρμες προγραμμάτων)» ( <https://www.radiotvlink.com/index.php/el/audio/10291-> ).

Η νέα πραγματικότητα που ζούμε όμως είναι η τεχνητή νοημοσύνη (AI). Η τεχνητή νοημοσύνη έχει ενταχθεί σε πάρα πολλούς τομείς και επιστήμες της ανθρώπινης δραστηριότητας, όπως την ιατρική, την βιομηχανία, την εκπαίδευση και φυσικά τα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Η EBU πρωτοπόρος από το 2016, ξεκίνησε μία πρωτοβουλία για αξιοποίηση δεδομένων με σκοπό την καλύτερη λήψη αποφάσεων των ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών που ήταν μέλη της, αλλά και για να προσφέρει εξατομικευμένες υπηρεσίες στο κοινό που απευθυνόταν. Η πρωτοβουλία αυτή έχει εξελιχθεί σε δεδομένα AI με συγκεκριμένα προϊόντα , όπως το EUROVOX (<https://tech.ebu.ch/eurovox> ).

Το EUROVOX είναι ένα εργαλείο που επιτρέπει την ενσωμάτωση σε συστήματα παραγωγής προγράμματος, αλλά και επιτρέπει στον χρήστη τη μετάφραση και τον υποτιτλισμό προγραμμάτων είτε πρόκειται για έτοιμο αρχείο προγράμματος, είτε πρόκειται για ζωντανή μετάδοση. Η χρησιμότητα του στις ενημερωτικές εκπομπές είναι τεράστια, καθώς επιτρέπει τη live μεταφρασμένη αναμετάδοση γεγονότων, με τον χρήστη να μπορεί να επιλέξει και τη γλώσσα που επιθυμεί (<https://tech.ebu.ch/eurovox> ).

Ο αντίκτυπος της τεχνητής νοημοσύνης αυξάνεται διαρκώς. Το 2022 η EBU με την έκθεση της προσπάθησε να αποσαφηνίσει τον τρόπο που οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί αντιμετωπίζουν την ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά της τεχνητής νοημοσύνης και το βαθμό ανταπόκρισης τους. Τα ευρήματα είναι αρκετά ενθαρρυντικά, αρκεί να αναλογιστούμε ότι οι οργανισμοί αυτοί, έχουν ενημερώσει κατά 76% την επιχειρηματική τους στρατηγική στο Generative AI, από την ημέρα κυκλοφορίας του ChatGPT. Βέβαια, οι στρατηγικές των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών για την τεχνητή νοημοσύνη βρίσκονται ακόμα σε πρώιμο στάδιο. Μόνο το 3% εξ αυτών, έχει εφαρμόσει τεχνικές τεχνητής νοημοσύνης και έχει ορίσει τη στρατηγική του για τα επόμενα έτη. Ένα ακόμα 14% έχει ορίσει στρατηγικές για τα επόμενα έτη, αλλά δεν τις έχει ακόμα εφαρμόσει (EBU/Artificial Intelligence, Public Service Media Leveraging AI).



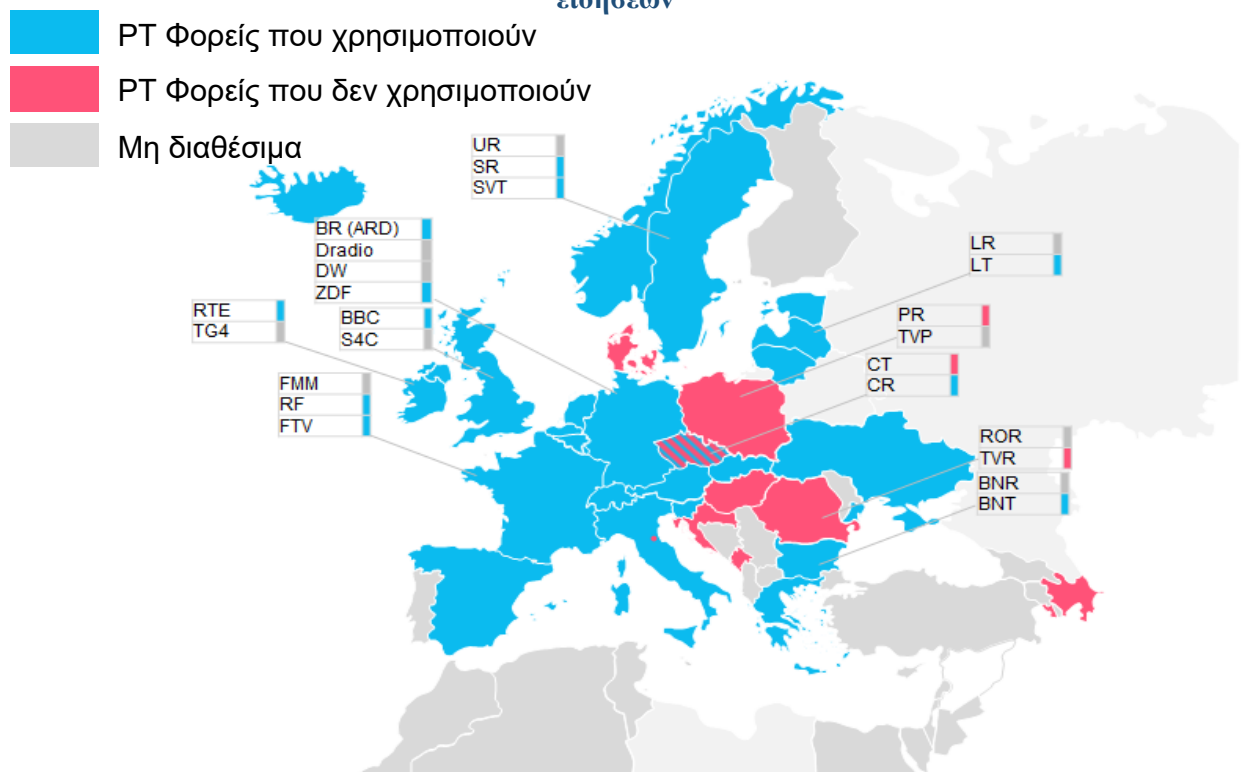
Οι περισσότεροι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί πειραματίζονται με την τεχνητή νοημοσύνη κυρίως ως προς την παραγωγή περιεχομένου και στην αυτοματοποίηση της παραγωγικής διαδικασίας. Με τον τρόπο αυτό επιτρέπουν σε μια μικρή μερίδα των εργαζομένων τους να χρησιμοποιούν Generative AI στην καθημερινότητα τους, χωρίς όμως να έχουν συντάξει επίσημη πολιτική του οργανισμού. Η τεχνητή νοημοσύνη στους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς σήμερα, χρησιμοποιείται περισσότερο από τους δημοσιογράφους για βελτιστοποίηση των εργασιών τους και για ανάλυση δεδομένων των ειδήσεων και μετάδοσης τους στο κοινό με τον πιο σύγχρονο τρόπο (EBU/Artificial Intelligence, Public Service Media Leveraging AI).

Μάλιστα είναι αρκετοί οι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί παγκοσμίως που πειραματίζονται με τις παρουσιάσεις από ανθρωπόμορφα ρομπότς στα δελτία ειδήσεων τους και στους ιστιοτόπους τους. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ένας ενημερωτικός ιστότοπος του Κουβέιτ, που συνδέεται με την αγγλόφωνη εφημερίδα Kuwait news και πειραματικά στις 8 Απριλίου του 2023 έβγαλε ένα σύντομο βίντεο ειδήσεων με εικονική παρουσιάστρια. Όπως ανέφερε μάλιστα ο αναπληρωτής αρχισυντάκτης της ιστοσελίδας Αμπντάλα Μποφάιν : «Στόχος είναι να δοκιμαστούν οι δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης και να προταθεί «νέο και καινοτόμο περιεχόμενο» στους αναγνώστες» (<https://www.dnews.gr/eidhseis/science/425266/i-nea-parousiastria-deltiou-eidiseon-apo-texniti-noimosyni-vinteo> ).

Χρήσιμο θα ήταν στο σημείο αυτό να δούμε πώς οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί αξιοποιούν μέχρι στιγμής την τεχνητή νοημοσύνη (AI) στην καθημερινότητα τους. Η χρήση AI περιορίζεται προς το παρόν στη βελτίωση της ποιότητας του περιεχομένου και κατ'έκταση στη βελτιστοποίηση της εμπειρίας του θεατή. Όμως στο άμεσο μέλλον η προσπάθεια τους θα ενταθεί στη χρησιμοποίηση του (AI) για την αυτοματοποίηση παραγωγής περιεχομένου, που θα τους μειώσει τα λειτουργικά κόστη. Στη βάση αυτή ήδη 11 μέλη της EBU πειραματίζονται προς αυτή τη κατεύθυνση και τα υπόλοιπα διαμορφώνουν τη στρατηγική τους για τη χρησιμοποίηση της στο άμεσο μέλλον. Μάλιστα, το 50% των μελών πιστεύει ότι η τεχνητή νοημοσύνη και η ενσωμάτωση της στην παραγωγή περιεχομένου, θα αποτελέσει την κορυφαία προτεραιότητα τους στη στρατηγική τους για τον οργανισμό, για την επόμενη πενταετία.

Στα μέλη της EBU όπως θα δούμε και στον αναλυτικό χάρτη παρακάτω, υπάρχουν αρκετοί δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί που, έχουν ήδη ξεκινήσει και χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη στις ραδιοτηλεοπτικές παραγωγές. Υπάρχουν όμως και κάποιες χώρες της Κεντρικής και Νότιας Ευρώπης, οι οποίες ως επί το πλείστον τώρα αρχίζουν δειλά δειλά να συζητούν εντός των οργανισμών τους, για την ανάπτυξη τεχνητής νοημοσύνης και τη χάραξη αντίστοιχων ενεργειών προς όφελος του κοινού, χωρίς όμως να την έχουν ακόμα χρησιμοποιήσει.

## 2. Χάρτης χωρών μελών EBU που έχουν εντάξει ΑΙ στην παραγωγή περιεχομένου και ειδήσεων



Έτσι βλέπουμε ότι και σε αυτό τον τομέα όπως και στους προηγούμενους, τα μέλη της EBU ουσιαστικά χωρίζονται σε δύο μεγάλες ομάδες. Οι χώρες (Μεγάλη Βρετανία, Σκανδιναβικές χώρες, Γαλλία, Ιταλία κ.α.) που είναι πολύ πιο ενεργές και ανταποκρίνονται σχεδόν άμεσα στις νέες τεχνολογικές εξελίξεις. Στις χώρες αυτές η απορρόφηση των νέων τεχνολογιών στους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς τους, πραγματοποιείται σχεδόν άμεσα. Οι υπόλοιποι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί της ένωσης, σχεδόν πάντα αφομοιώνουν τις νέες τεχνολογικές εξελίξεις με σημαντική χρονική υστέρηση, λόγω κυρίως



της κουλτούρας που έχει διαμορφωθεί εντός των οργανισμών αυτών, η οποία είναι αρκετά δύσκολο να αλλάξει.

### **4.3 Προκλήσεις που αντιμετωπίζουν τα μέλη της EBU από την ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών**

Αναπόφευκτα με όλα τα ανωτέρω, το κόστος για την παραγωγή των δελτίων ειδήσεων σήμερα από τους δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς, είναι κατά πολύ αυξημένο σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, ειδικά αν ληφθεί υπόψη ότι οι οθόνες της τηλεόρασης σήμερα είναι πιο απαιτητικές ως προς τις τεχνικές προδιαγραφές. Το γεγονός αυτό συνεπάγεται μεγαλύτερο κόστος για προμήθεια τεχνικού εξοπλισμού, αλλά και υπαλλήλους με ειδικές δεξιότητες. Για τον λόγο αυτό, έχει δοθεί από την EBU προς τα μέλη της, η κατεύθυνση της συνεχούς επιμόρφωσης των υπαλλήλων τους, για να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις και στην εισχώρηση των νέων τεχνολογιών.

Όσον αφορά στη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης, το μεγάλο πρόβλημα με τη χρησιμοποίησή της στους οργανισμούς των μέσων μαζικής ενημέρωσης, αποτελεί η έλλειψη δεξιοτήτων του προσωπικού τους. Επιπλέον, οι οργανισμοί αδυνατούν να προσλάβουν εξειδικευμένο προσωπικό και ο λόγος είναι απλός. Μέχρι τώρα, λιγότερο από το 1,7% του συνολικού ανθρώπινου δυναμικού έχει αφιερωθεί στην ενσωμάτωση και ανάπτυξη των μεθόδων τεχνητής νοημοσύνης στους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς. Έτσι η μεγάλη πρόκληση που θα αντιμετωπίσουν είναι να εκπαιδεύσουν το ήδη υπάρχον προσωπικό τους για να μάθει να χειρίζεται τα εργαλεία ΑΙ.

Ένα ακόμη πρόβλημα που προκύπτει με τη χρησιμοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης στα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι η χρησιμοποίηση της με τρόπο υπεύθυνο, έτσι ώστε να μην θίγονται ζητήματά κοινωνικής και ηθικής αξίας. Οι κύριες προκλήσεις που θα αναδυθούν για τους οργανισμούς είναι ως προς τη χρήση κυριότητας του περιεχομένου και τα πνευματικά δικαιώματα, ως προς την ασφάλεια των δεδομένων, αλλά και τα όρια που πρέπει να υπάρξουν για να αποφευχθούν καταστροφικά σενάρια, που θα προκαλέσουν κοινωνικές αναταραχές.

Δυστυχώς η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν έχει ακόμα θεσπίσει επαρκές ρυθμιστικό πλαίσιο για τους κανόνες χρησιμοποίησης της τεχνητής νοημοσύνης, αν και από τον Απρίλιο του 2021 η αρμόδια Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει προτείνει ένα ρυθμιστικό πλαίσιο. Το προσχέδιο αυτό

βρίσκεται σε φάση διαπραγμάτευσης μεταξύ Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Ευρωπαϊκού Συμβουλίου και Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, για να καταρτιστεί ένα ενιαίο κείμενο, το οποίο στη συνέχεια θα νομοθετηθεί από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.

Κάποιες από τις προτάσεις που περιλαμβάνονται στο προσχέδιο του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για τους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς είναι οι ακόλουθες:

- Η ενημέρωση του κοινού κάθε φορά που προβάλλεται περιεχόμενο το οποίο έχει δημιουργηθεί με τη χρήση ΑΙ,
- η δημιουργία ενός μοντέλου για την αποφυγή παρουσίασης παράνομου περιεχομένου, που θα παραπλανεί το κοινό και
- η δημιουργία ξεκάθਾਰου πλαισίου ως προς την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων των δημιουργών οπτικοακουστικού περιεχομένου.

## **5. Η περίπτωση της Ελληνικής Ραδιοφωνίας Τηλεόρασης (ΕΡΤ) στη χώρα μας**

Με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, διαφαίνεται εμφανώς ότι οι δημόσιοι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς της Ευρώπης, αντιμετωπίζουν πολύ μεγάλα προβλήματα, λόγω του τεράστιου ανταγωνισμού που παρατηρείται στα media. Οι Δημόσιοι Ραδιοτηλεοπτικοί Φορείς αντιμετωπίζουν ανταγωνισμό και από μη ευρωπαϊκές εταιρείες ψυχαγωγίας και πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, κυρίως από τις Ηνωμένες Πολιτείες, καθώς και από ευρωπαϊκές εταιρείες τηλεπικοινωνιών και τεχνολογικούς γίγαντες των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής και την Ανατολική Ασία.

Ουσιαστικά η ανάγκη του κοινού να μπορεί να ενημερώνεται και να παρακολουθεί τα προγράμματα που επιθυμεί μέσω οποιασδήποτε συσκευής, αλλά και στον χρόνο που εκείνο επιθυμεί και όχι στον χρόνο που προβάλλονται τα προγράμματα από την τηλεόραση, υποχρεώνει τα μέσα μαζικής ενημέρωσης να αλλάξουν τον τρόπο που παρέχουν περιεχόμενο κάθε είδους στον χρήστη/ τηλεθεατή και να προσαρμόζονται πολύ γρηγορότερα με τις τεχνολογικές εξελίξεις.

Στη χώρα μας η ΕΡΤ, που είναι μέλος της ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης της EBU, τα τελευταία χρόνια έχει κάνει αλματώδη βήματα εξέλιξης, ως προς την παραγωγή και μετάδοση ειδήσεων και προγραμμάτων στη νέα ψηφιακή εποχή. Η ΕΡΤ ηγήθηκε στον σημαντικό τομέα της ψηφιακής μετάβασης, θέτοντας τα θεμέλια για τη σταδιακή απεξάρτηση των οπτικοακουστικών υπηρεσιών της από τη συσκευή της τηλεόρασης.

Με την ψηφιακή πλατφόρμα ERTFLIX, η ΕΡΤ παρέχει πλούσιο τηλεοπτικό (ψυχαγωγικό, πολιτιστικό και ειδησεογραφικό) και ραδιοφωνικό περιεχόμενο στο κοινό με καινοτόμο τρόπο, μέσω διαδικτυακών ροών και κινητών εφαρμογών, χωρίς επιπρόσθετες χρεώσεις. Η αρχή έγινε τον Απρίλιο του 2020. Το ERTFLIX ξεκίνησε αρχικά ως μια μορφή υβριδικής τηλεόρασης, στην οποία είχε πρόσβαση οποιοσδήποτε διέθετε smart tv συνδεδεμένη στο internet, ώστε να μπορεί να παρακολουθήσει τα προγράμματα της γραμμικής τηλεόρασης σε δεύτερο χρόνο. Από τότε μέχρι σήμερα, το ERTFLIX έχει γίνει μία πλατφόρμα ψυχαγωγικών, πολιτιστικών και ενημερωτικών προγραμμάτων για κάθε είδους συσκευή smart tv, smartphones, tablets και υπολογιστών για παρακολούθηση περιεχομένου.

Σημαντικό στο σημείο αυτό είναι να σημειώσουμε ότι ο δημόσιος ραδιοτηλεοπτικός φορέας της χώρας μας, με την κίνηση αυτή ξεπέρασε τον ανταγωνισμό, ενώ οι λοιποί ιδιωτικοί ραδιοτηλεοπτικοί οργανισμοί της χώρας μας, έκαναν τα πρώτα τους βήματα ως προς την αντίστοιχη ενεργοποίηση πλατφορμών παρακολούθησης περιεχομένου, πολύ αργότερα. Με την καινοτομία αυτή η ΕΡΤ, κατάφερε να προσφέρει δωρεάν περιεχόμενο σε περισσότερους πολίτες, το οποίο άλλωστε προβλέπεται και στην αποστολή της, όπως ορίζεται από τον ιδρυτικό της νόμο (Άρθρο 2 του Ν. 4324/2015 που τροποποίησε το Άρθρο 2 του Ν. 4173/2013).

Μάλιστα το ertflix, με πρόσφατες έρευνες που έγιναν, αναδείχτηκε στη μεγαλύτερη ελληνική πλατφόρμα περιεχομένου με σταθερά ανοδική πορεία το τελευταίο διάστημα. Σύμφωνα με τις τελευταίες ανακοινώσεις της ΕΡΤ, τον μήνα Νοέμβριο οι θεάσεις ξεπέρασαν τα δώδεκα εκατομμύρια, σημειώνοντας αύξηση 45,5% σε σχέση με τον αντίστοιχο περσινό μήνα (διάγραμμα 2) και μάλιστα η πλειονότητα αυτών (58,2%), δεν ήταν από τις συσκευές τηλεοράσεων, όπως ίσως θα περιμέναμε αλλά από υπολογιστές smartphones κινητά και tablets (διάγραμμα 3) (<https://press.ert.gr/deltia-typou/stoicheia-gia-tin-protofani-anodo-toy-ertflix-apo-ton-konstantino-zoyla-kai-tin-katerina-kaskanioti-stin-proti-synantisi-tis-neas-dieythynoy>).

### 3. Θεάσεις ERTFLIX ανά μήνα (9ο – 11ο), για τα έτη 2022, 2023

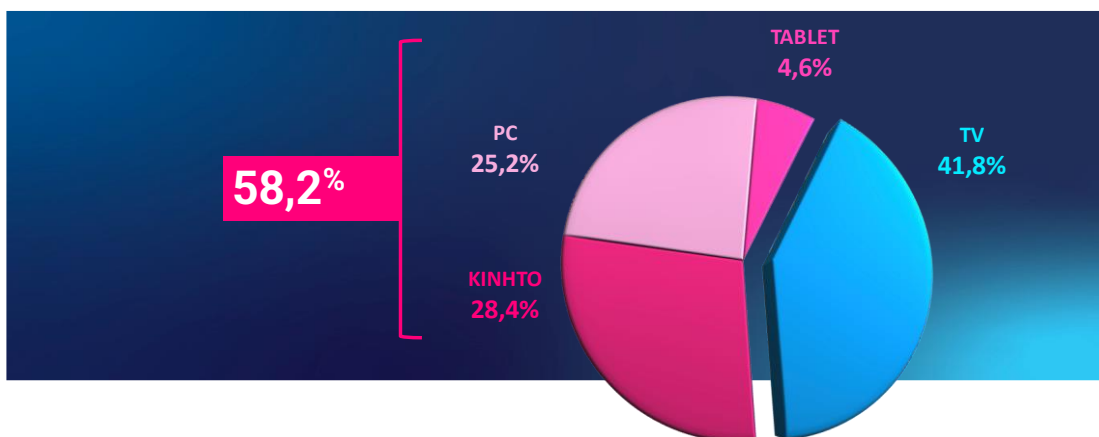


#### 4. Τρόπος θεάσεων προγραμμάτων ERTFLIX κατά τον 11ο/23



ΤΟ 58,2% ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΨΕΩΝ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΑΛΛΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ  
ΚΑΙ ΟΧΙ ΑΠΟ ΤΗΝ TV

ERTFLIX



Άλλωστε ο δημόσιος ραδιοτηλεοπτικός φορέας της χώρας μας, ήδη από το 2020 προέβλεπε στο πενταετές επιχειρησιακό του σχέδιο, 2020-2024, την ανάγκη για επιπλέον επένδυση κεφαλαίων στο μοντέλο on demand και υβριδικής τηλεόρασης, παράλληλα φυσικά με την επένδυση, που θα συνέχιζε η εταιρεία για τη γραμμική εκπομπή των καναλιών της ([https://company.ert.gr/wp-content/uploads/2020/05/EPT\\_ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ\\_ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ\\_ΣΧΕΔΙΟ\\_2020-2024-.pdf](https://company.ert.gr/wp-content/uploads/2020/05/EPT_ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ_ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ_ΣΧΕΔΙΟ_2020-2024-.pdf)).

Αξίζει επίσης να σημειωθεί, ότι πριν από περίπου έναν χρόνο δημιουργήθηκε το ertflix international, μία ψηφιακή πλατφόρμα παρακολούθησης προγραμμάτων, ενημερωτικών εκπομπών και ειδήσεων για τους απόδημους Έλληνες που ζουν στο εξωτερικό. Με την over the top πλατφόρμα αυτή και με μία απλή εγγραφή, παρέχεται η δυνατότητα σε όποιον το επιθυμεί πέρα από τα σύνορα της χώρας, να παρακολουθεί τα κανάλια της ΕΡΤ σε live streaming. Επιπλέον, παρέχεται η δυνατότητα παρακολούθησης των εκπομπών της και των δελτίων ειδήσεων, σε δεύτερο χρόνο. Φυσικά, δεν μπορεί να μην αναφερθεί και το γεγονός, ότι παρέχεται και σχετική υπηρεσία υποtitλισμού στην Αγγλική γλώσσα, για τους Έλληνες 2<sup>ης</sup> και 3<sup>ης</sup> γενιάς που δεν έχουν επάρκεια της Ελληνικής γλώσσας. Τέλος, στη νέα αυτή ψηφιακή πλατφόρμα, προσφέρεται ηχητικό δελτίο ειδήσεων στην Αγγλική γλώσσα δύο φορές την ημέρα, ενώ στο αμέσως προσεχές διάστημα, θα ανεβαίνουν καθημερινά στην πλατφόρμα δύο τηλεοπτικά δελτία ειδήσεων στην Αγγλική

<https://www.ertnews.gr/eidiseis/politismos/to-ertflix-ginetai-international-kai-taksidyei-ston-kosmo/>

Επιπλέον, η ψηφιακή μετάβαση στην ΕΡΤ συνεχίστηκε μέσα από την πλατφόρμα ertecho, η οποία δημιουργήθηκε τον Μάιο του 2022, για τα ραδιοφωνικά της προγράμματα, η οποία είναι διαθέσιμη μέσω εφαρμογής για smartphone κινητά, για ηλεκτρονικούς υπολογιστές και για tablets. Μέσω αυτής της πλατφόρμας, ο χρήστης έχει πρόσβαση σε όλα τα ραδιοφωνικά προγράμματα της ΕΡΤ και σε θεματικούς ψηφιακούς σταθμούς ψυχαγωγικούς και ενημερωτικούς, μέσω player για τη live μετάδοση, όπως για παράδειγμα το kosmos jazz και το maestro. Επιπρόσθετα, υπάρχει πλούσιο περιεχόμενο podcast από ειδικές θεματικές εκπομπές, όπως για παράδειγμα το istorima και πλούσιο αρχείο ραδιοφωνικών εκπομπών και εκπομπές on demand, που δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να τις ακούσει όποτε ο ίδιος επιθυμεί.

Παράλληλα την ίδια περίπου χρονική περίοδο, δημιουργήθηκε το ertnews.gr και λίγο αργότερα το ertsports.gr, οι ιστοσελίδες του ενημερωτικού τομέα της ΕΡΤ, με συνεχή ροή ειδήσεων σε πραγματικό χρόνο. Οι δύο αυτές ιστοσελίδες εκτός από τη ροή ειδήσεων (περισσότερες από 120 ανά ημέρα), πλαισιώνονται και από οπτικοακουστικό υλικό ειδησεογραφικού και αθλητικού περιεχομένου και ενημερώνονται είκοσι τέσσερις ώρες, επτά ημέρες την εβδομάδα, τα αντίστοιχα social στο facebook, στο twitter και στο Instagram, ενώ έχει δημιουργηθεί και πλατφόρμα δημιουργίας γραφικών, τα οποία πλαισιώνουν θέματα και συνεντεύξεις. Παράλληλα παρέχεται η δυνατότητα υποβολής σχολίων από τους επισκέπτες των πλατφορμών αυτών. Επιπρόσθετα, υπάρχουν στις ίδιες ιστοσελίδες ενημερωτικό και αθλητικό streaming κανάλι με αμιγώς ειδησεογραφικό και αθλητικό περιεχόμενο, που προβάλλει αθλητικά γεγονότα και εκδηλώσεις, αλλά και μεγαλύτερα σε χρονική διάρκεια ρεπορτάζ που θα ήταν αδύνατο να ενταχθούν στα δελτία ειδήσεων των τηλεοπτικών της σταθμών.

Ως προς τον τομέα της ένταξης της τεχνητής νοημοσύνης στην παραγωγή οπτικοακουστικού περιεχομένου από τον δημόσιο ραδιοτηλεοπτικό οργανισμό της χώρας, τώρα ξεκίνησαν να πραγματοποιούνται τα πρώτα βήματα. Έχουν αρχίσει δειλά δειλά τα πρώτα test στην παραγωγή ειδικών γραφιστικών και υποτίτλων, τα οποία πλαισιώνουν τα δελτία ειδήσεων, για τη βελτιστοποίηση της θέασης των τηλεθεατών. Το αμέσως επόμενο διάστημα, θα ενταχθούν στο στρατηγικό σχέδιο της εταιρείας που θα εκπονηθεί,

συγκεκριμένες δράσεις στην παραγωγή οπτικοακουστικού περιεχομένου με τη βοήθεια της τεχνητής νοημοσύνης.

Επιπλέον, πριν από λίγους μήνες, η δημόσια τηλεόραση της χώρας μας, εμφάνισε ένα ρομπότ προϊόν της τεχνητής νοημοσύνης ως παρουσιαστή, που διαφήμιζε το νέο studio στο οποίο θα φιλοξενούνταν το debate των πολιτικών αρχηγών, πριν την εκλογική αναμέτρηση της 21<sup>ης</sup> Μαΐου του 2023. Μάλιστα, το βίντεο είχε διάρκεια περίπου 4 λεπτά και το ρομπότ μιλούσε στην ελληνική γλώσσα, αποσπώντας αρκετά καλές κριτικές από την πλειονότητα του κοινού. Βέβαια, στο σημείο αυτό θα πρέπει να αναφέρουμε ότι υπήρχαν και αρκετά σχόλια επικριτών για τα όρια που πρέπει να τεθούν ως προς τη χρησιμοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης, ιδίως ως προς το ευαίσθητο ζήτημα της ενημέρωσης του κοινού ( <https://www.ethnos.gr/technology/article/259001/oprotospshfiakosellhnasparoyysiasthseidhseoneinaizontanosbrisketaisthnertkaitonleneermh>).



## 6. Συμπέρασμα

Συνοψίζοντας, το περιβάλλον των μέσων ενημέρωσης έχει υποστεί σημαντική διαφοροποίηση τις τελευταίες δεκαετίες, με την εμφάνιση προηγμένων τεχνολογιών και την ανάγκη για αυξημένη παροχή ψηφιακού περιεχομένου, προϊόντων και υπηρεσιών. Η δραστηριότητα των παραδοσιακών έντυπων μέσων μειώνεται, ενώ η τηλεοπτική προβολή παραμένει σταθερή.

Η μετάβαση προς τα ψηφιακά μέσα, ιδιαίτερα μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, έχει ενσωματωθεί στην καθημερινή ζωή, επηρεάζοντας τον τρόπο κατανάλωσης πληροφοριών, τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις, ακόμη και τη διαμόρφωση συμπεριφορών σε διάφορους τομείς της κοινωνίας. Μεγάλες τεχνολογικές εταιρείες, όπως η Google και η Meta, διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στον ψηφιακό κόσμο των μέσων ενημέρωσης. Από τη μία μεριά έχουμε την ταχύτατη διάδοση πληροφοριών μέσω των κοινωνικών μέσων, από την άλλη όμως παρουσιάζονται και προκλήσεις, όπως η υπερβολική ποσότητα πληροφοριών, που είναι σχεδόν αδύνατο να επεξεργαστούν. Συνολικά, ο εξελισσόμενος κόσμος των μέσων ενημέρωσης αντικατοπτρίζει βαθιές κοινωνικές αλλαγές, οι οποίες επέρχονται ως επιστέγασμα της ψηφιοποίησης και της τεχνολογικής προόδου.

Η ψηφιακή αυτή σύγκλιση συνδυάζει παραδοσιακά μέσα όπως η τηλεόραση, με ψηφιακές τεχνολογίες όπως το διαδίκτυο, οδηγώντας σε ομαλή ροή περιεχομένου σε διάφορες συσκευές. Οι δημόσιες τηλεοράσεις προσαρμόζονται με επιτυχία πλέον στην ψηφιακή εποχή, με ψηφιακές εκπομπές και διανομή περιεχομένου, ενισχύοντας τη διαδραστικότητα και αλληλεπίδραση με το κοινό. Ο ψηφιακός αυτός μετασχηματισμός επηρεάζει τους δημόσιους τηλεοπτικούς οργανισμούς, αντιμετωπίζοντας προκλήσεις όπως η αναζήτηση νέων μοντέλων χρηματοδότησης, για παράδειγμα το crowdfunding, τη συνδρομή, και την ψηφιακή διαφήμιση, που θα επιφέρουν στον οργανισμό περισσότερα έσοδα, αλλά και να ανταπεξέλθουν στον έντονο ανταγωνισμό που λαμβάνει χώρα, κυρίως μέσα από τις εμπορικές πλατφόρμες. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός επιφέρει επανάσταση στη δημιουργία και διανομή περιεχομένου με βελτιωμένη ποιότητα περιεχομένου και ειδήσεων στο κοινό.

Επιπλέον, η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στις δημόσιες τηλεοράσεις ενισχύει τη συμμετοχή του κοινού και παρέχει δεδομένα για τις προτιμήσεις και τις συμπεριφορές του. Αυτό επιτρέπει εξατομικευμένες προτάσεις για προβολή περιεχομένου, βελτιώνοντας



την εμπειρία του θεατή. Οι εξατομικευμένες αυτές υπηρεσίες που παρέχονται δίνουν τη δυνατότητα στους θεατές να καταναλώνουν περιεχόμενο στον χρόνο και με τον τρόπο που τους εξυπηρετεί.

Σε ένα τέτοιο περιβάλλον απαραίτητοι είναι κάποιοι κανόνες που θα διέπουν τη δημιουργία και διάθεση περιεχομένου. Οι στόχοι της ρύθμισης των κανόνων αυτών, θα πρέπει να περιλαμβάνουν την προστασία του δημοσίου συμφέροντος, τη διατήρηση ηθικών προτύπων και την αποφυγή κατάχρησης εξουσίας, χωρίς όμως να απαγορεύεται η προώθηση του ανταγωνισμού, της καινοτομίας και της οικονομικής αποτελεσματικότητας. Βέβαια ο αυξημένος ανταγωνισμός μπορεί να οδηγήσει, μέσω της απορρύθμισης των μέσων στη συγκέντρωση ισχύος σε λίγους και ισχυρούς, οδηγώντας παράλληλα σε μείωση της ποικιλομορφίας των μέσων.

Η EBU η μεγαλύτερη συμμαχία οργανισμών μέσων μαζικής ενημέρωσης δημόσιας υπηρεσίας, αναγνωρίζει την ανάγκη προσαρμογής στα νέα δεδομένα και την εξέλιξη των τεχνολογιών στον τομέα των μέσων ενημέρωσης. Η δημιουργία κοινών στρατηγικών και η εκμάθηση νέων τεχνολογιών, για τα μέλη της, αποτελούν βασικά στοιχεία για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας των δημόσιων μέσων ενημέρωσης. Με συγκεκριμένα μάλιστα εργαλεία όπως το Eurovision News ενισχύεται η συνεργασία των ειδησεογραφικών τμημάτων των μελών της, ως προς την παραγωγή οπτικοακουστικού υλικού.

Επιπρόσθετα, δίνεται η δυνατότητα για κοινή χρήση ζωντανών και επεξεργασμένων ειδήσεων μεταξύ των μελών, σε παγκόσμια κλίμακα, ενώ παράλληλα ενισχύεται η αποτελεσματικότητα στην κάλυψη ειδησεογραφικών θεμάτων. Τέλος αναλαμβάνει τον σημαντικό ρόλο στην επιβεβαίωση και εκκαθάριση περιεχομένου από μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προσφέροντας εργαλεία για την παρακολούθηση ψηφιακών ειδήσεων. Αυτή η προσπάθεια είναι κρίσιμη για τη διατήρηση της ακρίβειας και της αξιοπιστίας των πληροφοριών που κυκλοφορούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και για την αξιοπιστία των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών οργανισμών.

Άλλωστε, η έρευνα του ευρωβαρόμετρου που αποκαλύπτει ότι οι πολίτες της Ευρώπης εμπιστεύονται περισσότερο τους δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς, αποτελεί θετικό σημάδι για τη βιωσιμότητα των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης. Το υψηλό ποσοστό

εμπιστοσύνης, που αγγίζει το 50%, αποδεικνύει ότι η αξιοπιστία παραμένει ένα καθοριστικό κριτήριο για την επιλογή των πηγών ενημέρωσης, παρόλο που οι μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες έχουν αναλάβει καθοριστικό ρόλο στη διανομή περιεχομένου και τις ειδήσεις. Σημαντικό είναι να διατηρηθεί η ισορροπία μεταξύ παραδοσιακών αξιών και απαιτήσεων του ψηφιακού κοινού.

Οι προσπάθειες για εξέλιξη των δελτίων ειδήσεων των δημόσιων ραδιοτηλεοπτικών μέσων, από απλή αναφορά γεγονότων σε επεξήγηση και παρουσίαση, με προσθήκη οπτικοακουστικών στοιχείων, αντικατοπτρίζουν την ανάγκη να προσελκύσουν την προσοχή του κοινού. Η χρήση τεχνολογικών και δημιουργικών στοιχείων στα κεντρικά δελτία ειδήσεων ενδυναμώνει την εμπειρία των τηλεθεατών και προσφέρει περισσότερη ποικιλία με περισσότερη λεπτομέρεια. Βέβαια, το κόστος της παραγωγής έχει αυξηθεί λόγω της ανάγκης για υψηλής ποιότητας εξοπλισμό και εξειδικευμένο προσωπικό. Η προσαρμογή στις νέες τεχνολογίες απαιτεί επίσης επενδύσεις σε εκπαίδευση και εκμάθηση. Η συνεχής επιμόρφωση του προσωπικού τους για την αποτελεσματική χρήση των νέων τεχνολογιών είναι σημαντική, καθώς καλούνται να ανταπεξέλθουν στις αυξημένες απαιτήσεις παραγωγής περιεχομένου.

Επιπρόσθετα, η προσπάθεια των δημόσιων μέσων να προσεγγίσουν τις νεότερες ηλικίες, αποσκοπεί στο να διατηρηθεί η συνδεσιμότητα με το κοινό κάθε ηλικιακής ομάδας. Η αντίληψη των νέων για τον τρόπο παρουσίασης και πρόσληψης των ειδήσεων έχει εξελιχθεί, και είναι σημαντικό για τα μέσα ενημέρωσης να προσαρμοστούν σε αυτήν την αλλαγή, ειδικά σήμερα που η τεχνητή νοημοσύνη καταλαμβάνει όλο και περισσότερο χώρο στα μέσα μαζικής ενημέρωσης.

Η ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης (AI) στους ραδιοτηλεοπτικούς οργανισμούς αντιπροσωπεύει μια εξέλιξη που επηρεάζει την παραγωγή περιεχομένου και τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων. Η πρωτοβουλία της EBU για την αξιοποίηση δεδομένων αποτελεί έναν καλό τρόπο για τη βελτίωση των υπηρεσιών και την παραγωγή περιεχομένου που ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες του κοινού.

Ο πειραματισμός με την τεχνητή νοημοσύνη στην παραγωγή περιεχομένου είναι ένα βήμα προς την αυτοματοποίηση, βελτιώνοντας την αποδοτικότητα και μειώνοντας τον χρόνο

παραγωγής. Η χρήση της ΑΙ για την ανάλυση δεδομένων και τη μετάδοση είναι ένα βήμα προς τον σύγχρονο τρόπο παρουσίασης των ειδήσεων.

Παρόλα αυτά, υπάρχουν προκλήσεις, όπως η έλλειψη δεξιοτήτων στο προσωπικό και η δυσκολία πρόσληψης εξειδικευμένου προσωπικού. Παράλληλα, η εκπαίδευση του υφιστάμενου προσωπικού για τη χρήση των εργαλείων ΑΙ είναι κρίσιμη για την επιτυχημένη ενσωμάτωση.

Ως προς την ηθική χρήση της τεχνητής νοημοσύνης, οι δημόσιοι οργανισμοί οφείλουν να είναι προσεκτικοί στην εφαρμογή της. Πρέπει να ληφθούν υπόψη ζητήματα πνευματικών δικαιωμάτων, ασφάλειας δεδομένων και κοινωνικής επίδρασης, προκειμένου να αποφευχθούν ανεπιθύμητες συνέπειες και κοινωνικές αναταραχές. Η ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης απαιτεί προσεκτική προετοιμασία, εκπαίδευση του προσωπικού και συνεχή παρακολούθηση για να διασφαλιστεί η υπεύθυνη χρήση της και η αποφυγή πιθανών προβλημάτων.

Η πορεία που ακολουθεί ο δημόσιος ραδιοτηλεοπτικός οργανισμός της χώρας μας (ΕΡΤ) ως προς την ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης και των νέων τεχνολογιών στις ραδιοτηλεοπτικές παραγωγές είναι ενθαρρυντική. Η ψηφιακή μετάβαση που έχει ήδη πραγματοποιηθεί αποτελεί σημαντικό βήμα προς την αναβάθμιση της παροχής υπηρεσιών στο κοινό. Άλλωστε η θετική στάση του κοινού απέναντι στην ΕΡΤ μπορεί και πρέπει να αποτελέσει μία ισχυρή βάση για την περαιτέρω ανάπτυξη και εξέλιξη του οργανισμού. Η δημόσια ραδιοτηλεόραση δύναται να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της κοινωνικής συνείδησης και της δημόσιας συζήτησης, ενώ η στήριξη του κοινού αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την επιτυχή υλοποίηση των στόχων της. Ωστόσο απαραίτητη προϋπόθεση αποτελεί η εξασφάλιση της δημοσιογραφικής της ανεξαρτησίας, προκειμένου να διασφαλιστεί η αντικειμενική και ελεύθερη δημοσιογραφική κάλυψη.

## 7. Προτάσεις

Αποτελεί επιτακτική ανάγκη η ΕΡΤ να εξακολουθήσει να ανταποκρίνεται άμεσα και γρήγορα στις νέες εξελίξεις, προκειμένου να προσφέρει αυξημένης ποιότητας ενημέρωση του κοινού και να απολαμβάνει την εμπιστοσύνη του. Η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών στην παραγωγή περιεχομένου και ειδήσεων με τη χρησιμοποίηση της Τεχνητής Νοημοσύνης, της Επαυξημένης Πραγματικότητας και της Εικονικής Πραγματικότητας, θα πρέπει να εκληφθεί ως ευκαιρία για προσφορά αναβαθμισμένου, σύγχρονου και διαδραστικού περιεχομένου στο κοινό.

Επιπλέον, πρέπει να αξιοποιηθούν οι νέες τεχνολογίες, προκειμένου να ενισχυθεί η προσβασιμότητα για όλους τους θεατές, συμπεριλαμβανομένων των ατόμων με αναπηρίες. Ο υποτιτλισμός περισσότερων εκπομπών και τα δελτία ειδήσεων στη νοηματική, όπως επίσης και οι περιγραφές ήχου στα προγράμματα της, μπορούν να συνεισφέρουν στην επίτευξη προσέγκυσης ευρύτερου κοινού και στη συμμόρφωση με τους κανονισμούς περί προσβασιμότητας, για άτομα με προβλήματα ακοής και οράσεως.

Περαιτέρω, η αξιοποίηση των νέων τεχνολογικών δυνατοτήτων, θα πρέπει να κινηθεί προς την κατεύθυνση προσαρμογής του περιεχομένου στις ανάγκες του κοινού, δεδομένου ότι παρέχονται τα εργαλεία μέσω των οποίων αποτιμώνται οι προτιμήσεις και η συμπεριφορά των θεατών. Ωστόσο, θα πρέπει αντίστοιχα να ενισχυθούν οι υπηρεσίες για κυβερνοασφάλεια, αφού η αυξημένη χρήση ψηφιακών υποδομών και online πλατφορμών, ενισχύουν την ανάγκη για ανθεκτικά μέτρα για την προστασία ευαίσθητων δεδομένων και τη διατήρηση της λειτουργικής συνέχειας, αποτρέποντας πιθανές κυβερνοεπιθέσεις.

Για την πληρέστερη αξιοποίηση των νέων τεχνολογικών δεδομένων και την απορρόφηση των σύγχρονων μεθόδων δημοσιογραφίας στην ΕΡΤ, όπως προαναφέρθηκαν, είναι επίσης απαραίτητο να παρασχεθεί η κατάλληλη και υψηλού επιπέδου επιμόρφωση και κατάρτιση του προσωπικού της, ιδιαίτερα σε τεχνικά θέματα, καθώς και να αξιοποιηθούν στο έπακρο οι δυνατότητες που προσφέρονται μέσω των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης.

Επιπλέον, η ΕΡΤ θα πρέπει να αξιοποιήσει την τεχνογνωσία που έχει αποκτηθεί σε άλλες χώρες μέλη της EBU, συνάπτοντας μαζί τους διαφόρων ειδών συνεργασίες ή ακόμα και

διοργανώνοντας ημερίδες ενημέρωσης και ανταλλαγής τεχνογνωσιών, με τη συμμετοχή όλων των χωρών μελών.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να αναφερθεί ότι θα μπορούσαν να συναφθούν και συνεργασίες σε ερευνητικό επίπεδο με τα Πανεπιστήμια της χώρας, ώστε να αξιοποιηθεί η ακαδημαϊκή γνώση στο πεδίο των τεχνολογικών εξελίξεων και των σύγχρονων μεθόδων δημοσιογραφίας, με την ενεργό συμμετοχή των φοιτητών των Σχολών ενδιαφέροντος. Για τον σκοπό αυτό, θα μπορούσε επιπλέον να ενισχυθεί και να αξιοποιηθεί η λειτουργία τμήματος ή και Διεύθυνσης, στον τομέα της Έρευνας και Ανάπτυξης στην ΕΡΤ.

Για ένα βιωσιμότερο οικονομικό μοντέλο χρηματοδότησης της ΕΡΤ, προκειμένου να δύναται να απορροφά τα όποια κόστη και να ανταπεξέρχεται στις τεχνολογικές προκλήσεις, θα πρέπει να εξευρεθούν νέοι τρόποι χρηματοδότησης, πέρα από το ανταποδοτικό τέλος που επιβάλλεται στους πολίτες, μέσω των λογαριασμών ηλεκτρικού ρεύματος. Μία πρόταση θα μπορούσε να αποτελέσει η εξοικονόμηση πόρων, μέσω της ενεργειακής αναβάθμισης όλων των τεχνικών και κτιριακών υποδομών της, το οποίο θα μπορούσε να αποφέρει ένα σημαντικό όφελος εκατομμυρίων ευρώ ανά έτος.

Όσον αφορά επιπλέον, στους τρόπους εξεύρεσης χρηματοδοτικών πόρων, θα μπορούσε το ERTFLIX να μην είναι μόνο μία free video on demand (FVOD) πλατφόρμα, αλλά να δημιουργηθεί παράλληλα και μία transactional video on demand (TVOD) πλατφόρμα, στην οποία ο θεατής θα πρέπει να καταβάλει μία εφάπαξ, συμβολική πληρωμή για ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα που επιθυμεί να παρακολουθήσει.

Στο σημείο αυτό, αξίζει να αναφερθεί, πως ανασταλτικός παράγοντας στην αναπτυξιακή πολιτική της δημόσιας τηλεόρασης της χώρας, όπως και στις άλλες δημόσιες τηλεοράσεις της Ευρώπης, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, αποτελούν οι πολιτικές παρεμβάσεις από τις εκάστοτε κυβερνήσεις. Η λειτουργία της ΕΡΤ εξαρτάται σημαντικά από πολιτικές εξελίξεις, με τυχόν πιέσεις ή παρεμβολές που ενδέχεται να επηρεάζουν τις αποφάσεις της. Να θυμίσουμε στο σημείο αυτό, ότι οι διοικήσεις της ΕΡΤ ΑΕ, διαχρονικά, διορίζονται από τους αρμόδιους Υπουργούς. Αυτές οι επεμβάσεις μπορεί να μη λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες και τις δυνατότητες της Εταιρείας, διακυβεύοντας έτσι τη δημοσιογραφική της ανεξαρτησία.

Ένας τρόπος απαγκίστρωσης των διοικήσεων της ΕΡΤ ΑΕ από την κυβέρνηση και τον εκάστοτε υπουργό, θα μπορούσε να αφορά τον τρόπο διορισμού των διοικήσεων, ώστε οι όποιοι διορισμοί να πραγματοποιούνται και να ελέγχονται από ανεξάρτητες αρχές, όπως για παράδειγμα είναι το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης (ΕΣΡ). Άλλωστε, το ΕΣΡ είναι και το αρμόδιο δικοικητικό όργανο, με αποφασιστικές και γνωμοδοτικές αρμοδιότητες, ως προς τη λειτουργία των μέσων μαζικής ενημέρωσης, ενώ τα μέλη αυτού, διορίζονται από τη διάσκεψη των Προέδρων της Βουλής (<https://www.esr.gr>).

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, η ΕΡΤ ΑΕ θα πρέπει να εκμεταλλευτεί το γεγονός ότι η χώρα βρίσκεται σε περίοδο πολιτικής σταθερότητας, ενώ όλα τα πολιτικά κόμματα διάκινται θετικά προς τη δημόσια ραδιοτηλεόραση και τον ρόλο που καλείται να διαδραματίσει, κάτι που δεν συνέβαινε άλλοτε στο παρελθόν. Επιπλέον, η πλειονότητα του κοινού εκφράζει θετική στάση απέναντι στην Ε.Ρ.Τ. Α.Ε. και αναγνωρίζει ότι η δημόσια ραδιοτηλεόραση της χώρας μας, έχει σημειώσει τη μεγαλύτερη θετική εξέλιξη σε σχέση με όλους τους μεγάλους ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς στην Ελλάδα, τα τελευταία τέσσερα χρόνια. Στο γεγονός αυτό έχει συμβάλλει σημαντικά η ψηφιακή μετάβαση ως προς την παρακολούθηση περιεχομένου, που έχει θετικό αντίκτυπο, ειδικά στις νέες ηλικιακές ομάδες, που παραδοσιακά δεν ήταν πολύ φιλικά προσκείμενες με τη δημόσια ραδιοτηλεόραση. Το θετικό αυτό κύρος και η βελτιωμένη εικόνα των πολιτών για την παρεχόμενη ενημέρωση συνεισφέρουν στην αύξηση της εμπιστοσύνης του κοινού.

## Βιβλιογραφία

Ε.Σ.Ρ. Ανεξάρτητη Αρχή. Ανακτήθηκε 27 Δεκεμβρίου 2023 από (<https://www.esr.gr> )

«Η Ευρώπη ετοιμάζεται να ξαναγράψει τους κανόνες του διαδικτύου», «Μπορεί η DMA να χαλιναγωγήσει την Big Tech;», «Ποια η επίδραση των DSA και DMA στην ψηφιακή διαφήμιση;». Αυτοί οι τίτλοι άρθρων από διεθνή Μέσα δείχνουν ότι η Digital Services Act και Digital Markets Act ήρθαν για να αλλάξουν το ψηφιακό τοπίο. Τελικά, τι φέρνουν οι νέες Πράξεις και τι θα καταφέρουν; Ανακτήθηκε 15 Δεκεμβρίου από (<https://marketingweek.gr/dsa/> )

Ευρωβαρόμετρο: οι πολίτες εμπιστεύονται πιο πολύ τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης. Ανακτήθηκε 1 Δεκεμβρίου 2023 από (<https://www.europarl.europa.eu/news/el/press-room/20220704IPR34401/eurovarometro-oi-polites-empisteuontai-pio-polu-ta-paradosiaka-mesa-enimerosis> ).

Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο Οπτικοακουστικών Μέσων: Δημοσίευση νέας Δωρεάν Έκθεσης σχετικά με Υπηρεσίες Οπτικοακουστικών Μέσων στην Ευρώπη. Ανακτήθηκε 1 Δεκεμβρίου 2023 από ( <https://www.radiotvlink.com/index.php/el/audio/10291-> )

Βικιπαίδεια, ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια. Λήμμα Ευρωπαϊκή Ραδιοτηλεοπτική Ένωση. Ανακτήθηκε 2 Δεκεμβρίου 2023, από το [https://el.wikipedia.org/wiki/Ευρωπαϊκή\\_Ραδιοτηλεοπτική\\_Ένωση](https://el.wikipedia.org/wiki/Ευρωπαϊκή_Ραδιοτηλεοπτική_Ένωση)

Βικιπαίδεια, ελεύθερη εγκυκλοπαίδεια. Μέσα Ενημέρωσης. Ανακτήθηκε 1 Ιανουαρίου 2023 από [https://el.wikipedia.org/wiki/Μεσα\\_ενημέρωσης](https://el.wikipedia.org/wiki/Μεσα_ενημέρωσης)

Η Meta «απειλεί» να αφαιρέσει τις ειδήσεις των ΗΠΑ από το Facebook. Ανακτήθηκε 2 Δεκεμβρίου 2023 από ( <https://www.radiotvlink.com/index.php/el/audio/10291-> ).

Netflix: Νέο κύμα απολύσεων – Περίπου 300 υπάλληλοι μένουν χωρίς δουλειά. Ανακτήθηκε 5 Δεκεμβρίου 2023 από (<https://www.kathimerini.gr/world/561925126/netflix-neo-kyma-apolyseon-peripoy-300-ypalliloi-menoun-choris-doyleia/> )



Γιατί εγκαταλείπουν οι νέοι το Facebook. Ανακτήθηκε 5 Δεκεμβρίου 2023 από (<https://www.kathimerini.gr/life/technology/561660049/giati-egkataleipoyn-oi-neoi-to-facebook/> ).

Η νέα παρουσιάστρια δελτίου ειδήσεων από τεχνητή νοημοσύνη (βίντεο). Ανακτήθηκε 8 Δεκεμβρίου από (<https://www.dnews.gr/eidhseis/science/425266/i-nea-parousiastria-deltiou-eidiseon-apo-texniti-noimosyni-vinteo> )

Ο πρώτος ψηφιακός Έλληνας παρουσιαστής ειδήσεων είναι «ζωντανός» - Βρίσκεται στην ΕΡΤ και τον λένε «Ερμή». Ανακτήθηκε 7 Δεκεμβρίου 2023 από (<https://www.ethnos.gr/technology/article/259001/oprotospshfiakosellhnasparoyasiasthseidhseoneinaizontanosbrisketaisthnertkaitonlenceermh> )

Στοιχεία για την πρωτοφανή άνοδο του ERTFLIX από τον Κωνσταντίνο Ζούλα και την Κατερίνα Κασκανιώτη, στην πρώτη συνάντηση της νέας διευθύνουσας συμβούλου της ΕΡΤ με δημοσιογράφους. Ανακτήθηκε 20 Δεκεμβρίου 2023 από (<https://press.ert.gr/deltiaypou/stoicheia-gia-tin-protofani-anodo-toy-ertflix-apo-ton-konstantino-zoyla-kai-tin-katerina-kaskanioti-stin-proti-synantisi-tis-neas-dieythynousas-symboylou-tis-ert-me-dimosiografous> )

Σκοπός – Αποστολή ΕΡΤ ΑΕ. Ανακτήθηκε 24 Δεκεμβρίου 2023 από (<https://company.ert.gr/etaireia/%cf%83%ce%ba%ce%bf%cf%80%ce%bf%cf%83-%ce%b1%cf%80%ce%bf%cf%83%cf%84%ce%bf%ce%bb%ce%b7/> )

Στρατηγικό και Επιχειρησιακό Σχέδιο 2020-20224. Ανακτήθηκε 26 Δεκεμβρίου 2023 από ([https://company.ert.gr/wp-content/uploads/2020/05/ERT\\_ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ\\_ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ\\_ΣΧΕΔΙΟ\\_2020-2024-.pdf](https://company.ert.gr/wp-content/uploads/2020/05/ERT_ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ_ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ_ΣΧΕΔΙΟ_2020-2024-.pdf) )

Σιαπέρα, Ε. & Δημητρακοπούλου, Δ (2012). *Διαδίκτυο και Δημοσιογραφία Παραδοσιακές και Εναλλακτικές Μορφές*.

Bardoel, J. and Ferrell Lowe, G., “From Public Service Broadcasting to Public Service Media”, RIPE, , Nordicom, 2007. Ανακτήθηκε από <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534710/FULLTEXT01.pdf>

Cabrera Blanquez ,F.J., Capello, M., Milla, J.T. & Vallais, S., 2022, *Governance and independence of public service media*. European Audiovisual Observatory. Ανακτήθηκε



από <https://rm.coe.int/iris-plus-2022en1-governance-and-independence-of-public-service-media/1680a59a76>

Chun, W.H.K., Fisher, A.W. & Keenan, T. 2006, *New Media, Old Media: A History and Theory Reader*, Routledge, New York.

Chung, D.S. (2008). *Interractive futures of online newspapers: Identifying patterns and predicting use of engaged readers*. Journal of Computer-Mediatid communication.

Crowdfunding: A Possible Complementary Funding Model for European Public Service Broadcasting.

Ανακτήθηκε

από

([https://www.researchgate.net/publication/315743796\\_Crowdfunding\\_A\\_Possible\\_Complementary\\_Funding\\_Model\\_for\\_European\\_Public\\_Service\\_Broadcasting](https://www.researchgate.net/publication/315743796_Crowdfunding_A_Possible_Complementary_Funding_Model_for_European_Public_Service_Broadcasting) )

Dealing with propaganda, misinformation and fake news. Ανακτήθηκε 30 Δεκεμβρίου 2023

από (<https://www.coe.int/en/web/campaign-free-to-speak-safe-to-learn/dealing-with-propaganda-misinformation-and-fake-news> ).

Deregulation: Definition, History, Effects, and Purpose. Ανακτήθηκε 30 Δεκεμβρίου 2023

από (<https://www.investopedia.com/terms/d/deregulate.asp> ).

Different types of Media and Reporting. Ανακτήθηκε 5 Ιανουαρίου 2024 από

(<http://osou.ac.in/eresources/Different%20types%20of%20media%20and%20reporting.pdf> )

Digital Transformation in Media: Definition, Examples, and Tips. Ανακτήθηκε από

(<https://magenest.com/en/digital-transformation-in-media/> ).

DSA: για έναν ασφαλέστερο διαδικτυακό κόσμο. Ανακτήθηκε από (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/el/policies/safer-online> )

Eurovision News . Ανακτήθηκε 2 Δεκεμβρίου από (<https://www.ebu.ch/eurovision-news> )

EBU (2023). Digital Media Consumption Trends

EBU (2023). *Public Service Media and News* .Media Intelligence Service

EBU (2023). The future of the TV news bulletin

EBU (2023). Digital media consumption trends .

EBU / EUROVOX. Ανακτήθηκε από (<https://tech.ebu.ch/eurovox> ) .

EBU/ ARTIFICIAL INTELLIGENCE, Public Service Media Leveraging AI

EBU (2021), “Empowering Society: A Declaration on the Core Values of Public Service Media”. Ανακτήθηκε από [https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Empowering-Society\\_EN.pdf](https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Empowering-Society_EN.pdf).)

Greenwood, B.N. & Gopal, A. 2015, *Research note-Tigerblood: Newspapers, blogs, and the founding of information technology firms*. Information Systems Research. Ανακτήθηκε από <https://www.semanticscholar.org/paper/Research-Note-Tigerblood%3A-Newspapers%2C-Blogs%2C-and-of-Greenwood-Gopal/39adf5ec8423af3425eca98f21994f9a171e35b5>

How digital transformation is transforming the broadcasting industry. Ανακτήθηκε από (<https://university.careers360.com/articles/how-digital-transformation-transforming-broadcasting-industry> )

How do you measure and improve the quality and impact of your media products and services? Ανακτήθηκε από (<https://www.linkedin.com/advice/0/how-do-you-measure-improve-quality-impact-your-media> )

Kapoor K.K., Tamilmeni, K., Rana, N.P., Patil, P., Dwivedi, K.K., Nerur, S. 2018. *Advances in Social Media Research: Past, Present and Future*. Crossmark. Ανακτήθηκε από [https://www.researchgate.net/publication/320882912\\_Advances\\_in\\_Social\\_Media\\_Research\\_Past\\_Present\\_and\\_Future](https://www.researchgate.net/publication/320882912_Advances_in_Social_Media_Research_Past_Present_and_Future)

Kleis Nielsen, R., Cornia, A. & Kalogeropoulos, A. 2016. *Challenges and Opportunities for News Media and Journalism in an increasingly digital, mobile, and social media environment*. Council of Europe Report DGI (2016) 18. Ανακτήθηκε από

<https://edoc.coe.int/en/media/7288-pdf-challenges-and-opportunities-for-news-media-and-journalism-in-an-increasingly-digital-mobile-and-social-media-environment.html>

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I. & Kieran, K. (2003). *New Media: A Critical Introduction*. London, Routledge.

Lewis, S. and Molyneux, L. (2018). *A Decade of Research on Social Media and Journalism: Assumptions, Blind Spots, and a Way Forward*. ResearchGate

Media regulation. Ανακτήθηκε από <https://www.oxfordbibliographies.com/display/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0095.xml> )

Meeker, M. 2016. *Internet Trend 2016*. Ανακτήθηκε από <http://www.kpcb.com/internet-trends>

New Regulations for Digital Media Enhancing Accountability, Transparency and Responsibility. Ανακτήθηκε 6 Ιανουαρίου από <https://theguardian.com/new-regulations-for-digital-media-enhancing-accountability-transparency-and-responsibility/> )

Newspapers Vs Radio and Tv News. Ανακτήθηκε 3 Ιανουαρίου 2023 από <https://www.vskills.in/certification/tutorial/newspaper-vs-radio-and-tv-news/> )

Social Media and the Public Interest: Media Regulation in the Disinformation Age Hardcover – August 27, 2019. Ανακτήθηκε από <https://www.amazon.com/Social-Media-Public-Interest-Disinformation/dp/0231184549> )

The digital markets act: ensuring fair and open digital markets. Ανακτήθηκε από [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en)).

The largest community of public service media organizations in the world. Ανακτήθηκε από <https://www.ebu.ch/about/members> ).

Three things public broadcasters must do to be ready for a digital broadcasting future.

Ανακτήθηκε από (<https://www.wipro.com/new-age-media/three-things-public-broadcasters-must-do-to-be-ready-for-a-digital-broadcasting-future/> ).

Quandt, T. (2011), Understanding a New Phenomenon The significance of participatory journalism.

What is the Media and How does it Work? (June 2011). Ανακτήθηκε από [https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a08acae5274a27b2000785/Using\\_Media\\_to\\_communciate\\_research\\_output.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a08acae5274a27b2000785/Using_Media_to_communciate_research_output.pdf)

Υπέθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1986 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.