



**ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΠΜΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΣΠΟΥΔΕΣ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ  
«ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ»**

**ΤΖΑΝΟΠΟΥΛΟΥ ΜΑΡΙΑ (ΑΜ 523979)**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΝΔΡΕΑΣ ΒΕΓΛΗΣ**

**ΠΑΤΡΑ, 2025**



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ  
«ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ»

Τζανοπούλου Μαρία

**Επίβλεψη διπλωματικής εργασίας**

Επιβλέπων καθηγητής:

Ανδρέας Βέγλης

Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

ΠΑΤΡΑ, 2025

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, διαμονή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταμόρφωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών δικαιωμάτων.

*Στην οικογένεια και τους φίλους μου που χωρίς την αγάπη, την κατανόηση και την  
στήριξη τους δεν θα είχα καταφέρει τίποτα!*

*Αλλά και σε εσένα εκεί ψηλά!*

*Τέλος, θερμές ευχαριστίες στον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Βέγλη Ανδρέα για την  
καθοδήγηση και την άμεση ανταπόκριση του σε όλα τα στάδια εξέλιξης αυτής της  
διπλωματικής εργασίας!*

## «Artificial Intelligence and Misinformation»

### ABSTRACT

Artificial intelligence (AI) is a growing field of technology that has applications in various fields and has the potential to change every aspect of our social interactions. Although it finds application in many fields, in this case, the field of journalism gained interest in writing this thesis. Artificial intelligence combined with the concept of misinformation is the starting point for the following research. Misinformation and the spread of fake news is a frequent phenomenon nowadays, mainly due to the strong dominance of social networks and the uncontrolled circulation of information.

Through the clarification of the concepts and the investigation of the individual elements that constitute them, the Greek landscape is studied in relation to artificial intelligence and its use, its relationship with journalism and to what extent the latter is threatened, as well as the opinions of journalists regarding the issue. This is not a one-sided analysis but an in-depth study of both concepts in order to explain their meaning, as well as the relationship between them and the potential impact on the public sphere.

Artificial intelligence is now all around us on a daily basis, it has enhanced the work of journalists significantly. Furthermore, through the development of its techniques it has proposed ways to detect fake news, offering mechanisms to the public to avoid trusting the wrong people and shaky sources. Artificial intelligence has partly sharpened the critical capacity of the public and has developed their way of thinking about cross-referencing information, beyond the convenience that AI applications offer to the public on a daily basis. In any case, however, it is understood that it has not come to threaten our lives, rather the professionals of the journalistic field, than to facilitate various aspects of human life.

**Keywords:** Artificial intelligence, misinformation, fake news, internet, journalism, journalists.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) είναι ένας αναπτυσσόμενος τομέας της τεχνολογίας που βρίσκει εφαρμογή σε διάφορους τομείς και δύναται να αλλάξει κάθε πτυχή των κοινωνικών μας αλληλεπιδράσεων. Μολονότι βρίσκει εφαρμογή σε πολλούς τομείς, εν προκειμένω, ο τομέας της δημοσιογραφίας κέρδισε το ενδιαφέρον για την συγγραφή αυτής της διπλωματικής εργασίας. Η Τεχνητή Νοημοσύνη σε συνδυασμό με την έννοια της παραπληροφόρησης είναι η αφετηρία για την έρευνα που ακολουθεί. Η παραπληροφόρηση και η διασπορά ψευδών ειδήσεων είναι συχνό φαινόμενο στις μέρες μας κυρίως και λόγω της έντονης κυριαρχίας των κοινωνικών δικτύων και της ανεξέλεγκτης κυκλοφορίας της πληροφορίας.

Μέσα από την αποσαφήνιση των εννοιών και την διερεύνηση των επιμέρους στοιχείων που τις συνιστούν, μελετάται το ελληνικό τοπίο αναφορικά με την τεχνητή νοημοσύνη και την χρήση αυτής, η σχέση της με την δημοσιογραφία και κατά πόσο απειλείται η τελευταία αλλά και οι απόψεις των δημοσιογράφων σχετικά με το ζήτημα. Δεν πρόκειται για μια μονόπλευρη ανάλυση αλλά μια σε βάθος μελέτη τόσο των εννοιών ώστε να επεξηγηθεί η σημασία τους, όσο και της μεταξύ τους σχέσης και του πιθανού αντίκτυπου στην δημόσια σφαίρα.

Η Τεχνητή Νοημοσύνη είναι παντού γύρω μας πλέον σε καθημερινή βάση, έχει ενισχύσει θα έλεγε κανείς την δουλειά των δημοσιογράφων σημαντικά. Πέραν τούτου, μέσω της ανάπτυξης των τεχνικών της έχει προτείνει τρόπους εντοπισμού των ψευδών ειδήσεων, προσφέροντας μηχανισμούς στο κοινό για την αποφυγή εμπιστοσύνης σε λάθος ανθρώπους και σαθρές πηγές. Η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει εν μέρει οξύνει την κριτική ικανότητα του κοινού και έχει αναπτύξει τον τρόπο σκέψης τους σχετικά με την διασταύρωση πληροφοριών, πέρα από την ευκολία που προσφέρουν οι εφαρμογές της τεχνητής νοημοσύνης στο κοινό σε καθημερινή βάση. Σε κάθε περίπτωση ωστόσο, γίνεται αντιληπτό πως δεν έχει έρθει για να απειλήσει τις ζωές μας πόσο μάλλον των επαγγελματιών του δημοσιογραφικού χώρου, παρά να διευκολύνει ποικίλες πτυχές της ανθρώπινης ζωής.

**Λέξεις κλειδιά:** Τεχνητή Νοημοσύνη, παραπληροφόρηση, ψευδείς ειδήσεις, διαδίκτυο, δημοσιογραφία, δημοσιογράφοι.

## ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ ΚΑΙ ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ

AI	Artificial Intelligence
TN	Τεχνητή Νοημοσύνη
ΑΠΘ	Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
MME	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ABSTRACT .....	v
ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	vi
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ ΚΑΙ ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ.....	vii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	1
ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΡΩΤΗΜΑΤΑ .....	2
ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ .....	3
2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ .....	5
2.1. ΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ .....	5
2.2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΗΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	6
2.3. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ .....	8
2.4. ΠΟΙΑ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ .....	10
3. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ .....	13
3.1. Η ΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ .....	13
3.2 ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ .....	14
3.3. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΑ ΜΕΣΑ	15
4. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ.....	17
4.1 ΠΩΣ Η ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΠΑΡΑΓΕΙ «FAKE NEWS» .....	17
4.2 ΤΡΟΠΟΙ ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΥ, ΕΠΑΛΛΗΘΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΨΕΥΔΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ .....	19
4.3.ΠΩΣ Η ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΑΝΑΝΕΩΝΕΙ ΚΑΙ ΑΝΑΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΙ ΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΩΡΟ .....	21
4.4. Η ΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ.....	24
4.5. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΣΤΗΝ ΚΕΦΑΛΗ ΤΗΣ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑΣ: ΑΠΕΙΛΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ; .....	25
5. ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ .....	28
5.1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ .....	28
5.2. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ .....	30
5.3. Η ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ: ΣΥΜΒΙΩΤΙΚΗ Η ΑΠΕΙΛΗΤΙΚΗ.....	33
5.4. ΟΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ .....	35
6. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....	37
6.1 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ .....	37
6.2 ΔΕΙΓΜΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	38
6.3 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ.....	38



6.4 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	39
6.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	49
7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ .....	52
7.1 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	52
7.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	53
7.3 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	54
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ .....	56
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	61



## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Τεχνητή Νοημοσύνη περιγράφει την συνθήκη στην οποία μια μηχανή μπορεί να αναπαράγει τις γνωστικές λειτουργίες του ανθρώπου. Για παράδειγμα, την μάθηση αλλά και την δημιουργικότητα. Έτσι, με αυτόν τον τρόπο οι μηχανές γίνονται ικανές να προσφέρουν λύσεις σε προβλήματα και να δρουν με σκοπό την επίτευξη ενός συγκεκριμένου σκοπού και στόχου. Ο υπολογιστής λαμβάνει δεδομένα, τα επεξεργάζεται και ανταποκρίνεται βάσει αυτών. Τα συστήματα τεχνητής νοημοσύνης δύνανται να προσαρμόζουν τη συμπεριφορά τους, σε μια ορισμένη κλίμακα, αναλύοντας τις συνέπειες δράσεων που προηγήθηκαν και προσφέροντας λύσεις σε προβλήματα με αυτονομία<sup>1</sup>.

Κάποιες από τις τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης έχουν εμφανιστεί για περισσότερο από 50 χρόνια. Ωστόσο, η εξέλιξη των ηλεκτρονικών υπολογιστών αλλά και η διάθεση αναρίθμητων δεδομένων και αλγορίθμων επέτρεψαν την ταχεία ανάπτυξη της τεχνητής νοημοσύνης. Η Τεχνητή Νοημοσύνη αναμένεται να προκαλέσει σημαντικές αλλαγές και να παίξει κεντρικό ρόλο στη ψηφιακή μεταμόρφωση της κοινωνίας μας, έχοντας ήδη επηρεάσει σημαντικά την καθημερινότητά μας. Σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο 2017, (ΕΕ28): «το 61% των Ευρωπαίων διάκειται ευνοϊκά στην ΤΝ και στα ρομπότ, ενώ το 88% θεωρεί ότι οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης απαιτούν προσεκτική διαχείριση»<sup>2</sup>.

Μπορεί η Τεχνητή Νοημοσύνη να έχει κερδίσει έδαφος στην ζωή μας και να έχει συνεισφέρει στην διευκόλυνσή της, όμως παράλληλα, ενέχει απειλές τόσο για την ασφάλεια και τη Δημοκρατία όσο και για τον επιχειρηματικό κλάδο και την εργασιακή διαθεσιμότητα αντίστοιχα. Μπροστά σε αυτές τις τεχνολογικές εξελίξεις η δημοσιογραφία επηρεάζεται σημαντικά. Με τον ίδιο τρόπο που οι δημοσιογράφοι αντιδρούν σε αισθητηριακά ερεθίσματα, λαμβάνοντας και επεξεργαζόμενοι τα δεδομένα, έτσι και τα συστήματα Τεχνητής Νοημοσύνης βάσει των δεδομένων που εισάγονται, είναι ικανά να προσαρμόζουν τη συμπεριφορά τους, έχοντας αναλύσει τα αποτελέσματα προηγούμενων ενεργειών και επιλύοντας αυτόνομα τα προβλήματα.

Τα μοντέλα της τεχνητής νοημοσύνης από την άλλη, παράγουν περιεχόμενο που δεν διακρίνεται από χαρακτηριστικά ενός ανθρώπινου έργου. Ξεκινώντας από τα «Deerfakes», δηλαδή τα βίντεο που δημιουργούνται με Τεχνητή Νοημοσύνη στα οποία τοποθετούνται τα άτομα σε καταστάσεις που δεν υπήρξαν ποτέ ή τους κάνουν να λένε πράγματα που δεν έχουν ειπωθεί ποτέ. Έτσι, διευκολύνεται η κατασκευή επιβαρυντικών «αποδείξεων» για τη χειραγώγηση της κοινής γνώμης. Εν συνεχεία, το συνθετικό κείμενο, δηλαδή, τα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να

<sup>1</sup> «Τι είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη και πώς χρησιμοποιείται;», (2020).  
(Διαθέσιμο στο <https://www.europarl.europa.eu/topics/el/article/20200827STO85804/ti-einai-i-techniti-noimosuni-kai-pos-chrisimopoiείται> -τελευταία επίσκεψη 29/12/2024)

<sup>2</sup> «Τεχνητή Νοημοσύνη (ΤΝ) – Artificial Intelligence (AI)». ( διαθέσιμο στο [https://saferinternet4kids.gr/hot-topics/ai\\_tn/](https://saferinternet4kids.gr/hot-topics/ai_tn/) -τελευταία επίσκεψη 29/12/2024).

παράγουν μια συνεχή ροή παραπλανητικών κειμένων, όπως ψεύτικα άρθρα ειδήσεων ή δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να φαίνονται αληθινές και αυθεντικές. Εύκολη παραπληροφόρηση, καθώς οι κακόβουλοι δρώντες δεν χρειάζονται εξελιγμένες τεχνικές δεξιότητες εφόσον τα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να συνδράμουν στις προσπάθειές τους<sup>3</sup>.

## ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΑ ΡΩΤΗΜΑΤΑ

Η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία έχει ως αντικείμενο μελέτης την Τεχνητή Νοημοσύνη και την παραπληροφόρηση, δηλαδή την διάδοση ψευδών ειδήσεων. Σκοπός της εν λόγω έρευνας είναι να αναδειχθεί η έννοια της τεχνητής νοημοσύνης και της παραπληροφόρησης τόσο ως ξεχωριστών αυτόνομων εννοιών όσο και συμπληρωματικά η μία με την άλλη. Κατ' ουσία, σκοπός είναι να εντοπιστεί και να αναδειχθεί η μεταξύ τους σχέση, αν δηλαδή η Τεχνητή Νοημοσύνη και οι πρακτικές της συνεισφέρουν στην διασπορά ψευδών ειδήσεων και στην αύξηση του φαινομένου της παραπληροφόρησης.

Μέσα από την μελέτη και έρευνα που διεξήχθη, αναφέρεται και η επιρροή της τεχνητής νοημοσύνης στο επάγγελμα των δημοσιογράφων και στο κατά πόσο θα είναι μια αρμονική συνύπαρξη ή όχι, καθώς η πρώτη έχει προκαλέσει ριζικές αλλαγές στον ρόλο και στο έργο των δημοσιογράφων και της λειτουργίας των δημοσιογραφικών οργανισμών. Ωστόσο, σε αυτή τη διπλωματική εργασία τονίζεται ότι οι εφαρμογές της τεχνητής νοημοσύνης αποσκοπούν στην διευκόλυνση του πολίτη και του επαγγελματία του χώρου και όχι στην αντικατάσταση του ανθρώπου ή την υποδούλωση στις μηχανές όπως αναφέρουν διάφορες κινδυνολογίες διασπείροντας διάφορες θεωρίες προκαλώντας ηθικό πανικό ή αλλιώς, «moral panic».

Στόχος της εργασίας λοιπόν, είναι η κατανόηση της έννοιας της Τεχνητής Νοημοσύνης και η ύπαρξη συσχέτισης ή μη με την παραπληροφόρηση, επομένως τα ερευνητικά ερωτήματα της εργασίας κινούνται γύρω από την γνώμη των εν δυνάμει μελλοντικών δημοσιογράφων για την Τεχνητή Νοημοσύνη, την κατανόηση της λειτουργίας και των σκοπών που αυτή υπηρετεί αλλά και την φύση της και την σχέση της με την παραπληροφόρηση και τις ψευδείς ειδήσεις. Όπως κάθε εργασία, έτσι και η συγκεκριμένη διπλωματική πέρα από τον σκοπό που υπηρετεί αποσκοπεί παράλληλα και στην απάντηση κάποιων ερωτημάτων.

Τα ερευνητικά ερωτήματα αποτελούν και το κύριο μέρος της έρευνας καθώς και του ερωτηματολογίου που ακολουθεί στο τέλος της εργασίας και απαντά σε αυτά τα

---

<sup>3</sup> Η Κρίση της Παραπληροφόρησης: Πώς η Τεχνητή Νοημοσύνη Ενισχύει την Παραπληροφόρηση την Περίοδο των Εκλογών, (2024). (διαθέσιμο στο <https://homodigitalis.gr/posts/132302/> -τελευταία επίσκεψη 29/12/2024).

ερωτήματα. Πρόκειται για τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία διαρθρώνονται ως εξής, αρχικά ποιος είναι ο βαθμός κατανόησης των φοιτητών δημοσιογραφίας & ΜΜΕ του φαινομένου της Τεχνητής Νοημοσύνης; Εν συνεχεία, ποια είναι η στάση των φοιτητών δημοσιογραφίας & ΜΜΕ σε σχέση με την εφαρμογή εργαλείων Τεχνητής Νοημοσύνης στο δημοσιογραφικό επάγγελμα; Τρίτο ερώτημα αν εκείνοι θεωρούν ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη συνδέεται με το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων;

Βάσει αυτών των κεντρικών ερωτημάτων κινήθηκε η ανάπτυξη των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου που ακολουθεί στο τέλος της εργασίας και σε αυτές κλήθηκαν να απαντήσουν οι φοιτητές δημοσιογραφίας του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, ως οι εν δυνάμει μελλοντικοί δημοσιογράφοι.

## ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Με στόχο την κατανόηση της διπλωματικής εργασίας που στόχο έχει την διερεύνηση της έννοιας της τεχνητής νοημοσύνης και της παραπληροφόρησης αλλά και της μεταξύ του συσχέτισης, διαγράφεται κάτωθι η δομή της εργασίας. Ξεκινώντας από την περίληψη και εν συνεχεία την εισαγωγή του θέματος της εργασίας, προχωράμε στο δεύτερο κεφάλαιο όπου αναπτύσσεται το θεωρητικό πλαίσιο γύρω από την έρευνα. Στο κεφάλαιο αυτό, πραγματοποιήθηκε μια εννοιολογική αποσαφήνιση βασικών εννοιών της εργασίας δηλαδή της παραπληροφόρησης και της τεχνητής νοημοσύνης, έγινε λόγος για τις παραδοσιακές πρακτικές της δημοσιογραφίας όπως την ξέρουμε αλλά και για τον ρόλο που διαδραματίζει το διαδίκτυο σήμερα στην λειτουργία και την ύπαρξη της δημοσιογραφίας.

Το επόμενο και τρίτο κεφάλαιο, αφιερώνεται στην Τεχνητή Νοημοσύνη. Αναφέρεται στην ουσία της, τί σημαίνει και τί είναι σαν φαινόμενο. Μελετάται η σχέση της με το διαδίκτυο αλλά και ο ρόλος που παίζει εκείνη στην παραγωγή ειδήσεων στα ειδησεογραφικά μέσα. Δίνεται προσοχή και βάθος στην μελέτη του φαινομένου αυτού και στον τρόπο που έχει ξεκινήσει να επηρεάζει την σύγχρονη ειδησεογραφία και δημοσιογραφία εν γένει.

Στο επόμενο κεφάλαιο, το τέταρτο κεφάλαιο αναλύει την σχέση της τεχνητής νοημοσύνης με την παραπληροφόρηση, όπου είναι και το βασικό θέμα της εργασίας αυτής. Μελετάται ο τρόπος με τον οποίο η Τεχνητή Νοημοσύνη παράγει ψευδείς ειδήσεις, αλλά παράλληλα αναφέρονται και οι τρόποι εντοπισμού, επαλήθευσης και αντιμετώπισης ψευδών ειδήσεων. Συζητάται ο τρόπος με τον οποίο η Τεχνητή Νοημοσύνη ανανεώνει και αναδιαμορφώνει την δημοσιογραφία και τον δημόσιο χώρο γενικότερα, η τάση του κοινού ως προς αυτή την νέα πρακτική. Βάσει όλων αυτών, απαντάται και το φλέγον ερώτημα που ακούγεται από πολλούς αν τελικά απειλεί την Δημοκρατία η Τεχνητή Νοημοσύνη.

Το πέμπτο κεφάλαιο αφιερώνεται στο μέλλον της δημοσιογραφίας, διερευνάται ο ρόλος που παίζει η εμπιστοσύνη στα μέσα ενημέρωσης σήμερα ενώ επίσης, γίνεται

αναφορά στην Τεχνητή Νοημοσύνη και τις πρακτικές αυτής στην διαδικασία παραγωγής των ειδήσεων. Μέσα από αυτά, εξετάζεται εν συνεχεία η σχέση των δημοσιογράφων με την Τεχνητή Νοημοσύνη και η φύση αυτής, αν δηλαδή συμβιώνουν ή ενέχεται ο κίνδυνος της απειλής, με τις απόψεις των δημοσιογράφων να ολοκληρώνουν το κεφάλαιο.

Το έκτο κεφάλαιο είναι και το ερευνητικό, όπου αποσκοπεί στην απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων που τέθηκαν στην αρχή της εργασίας. Παρουσιάζονται η μεθοδολογία της έρευνας, το δείγμα όπου χρησιμοποιήθηκε για την διεξαγωγή της έρευνας και τα ερευνητικά εργαλεία. Διεξήχθη μια πρότυπη έρευνα όπου και παρατίθενται τα αποτελέσματα και η ανάλυση της έρευνας που πραγματοποιήθηκε μέσω του ερωτηματολογίου που απάντησαν οι φοιτητές του ΑΠΘ.

Τέλος, η εργασία ολοκληρώνεται με το έβδομο κεφάλαιο και τα συμπεράσματα που διεξήχθησαν συνολικά από την εργασία για την Τεχνητή Νοημοσύνη και την σχέση της με την παραπληροφόρηση και την εναρμόνισή της με το δημοσιογραφικό επάγγελμα.

## 2. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

### 2.1. ΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Δεδομένου του γεγονότος πως η δημοσιογραφία είναι μία πρακτική που συνδέεται με την νεωτερικότητα, αποδεχόμαστε και την πολυμορφία της, την δυναμικότητά της και την τάση της να αλλάζει μπροστά σε κρίσεις και λοιπές αλλαγές. (Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου, 2012). Η δημοσιογραφία είναι η διαδικασία της συγκέντρωσης, αξιολόγησης και ακόλουθης παρουσίας ειδήσεων και πληροφοριών ενώ αποτελεί παράλληλα προϊόν αυτών. Η δημοσιογραφία διακρίνεται από άλλες δραστηριότητες και προϊόντα λόγω μερικών αναγνωριστικών χαρακτηριστικών και πρακτικών που την καθιστούν σημαντική και απαραίτητη εντός των σημερινών δημοκρατικών κοινωνιών.

Η δημοσιογραφία ως όρος, αναφέρεται στο επάγγελμα, αλλά και στην μεθοδολογία συλλογής πληροφοριών και την οργάνωση του τρόπου κάλυψής τους. Σχετίζεται με την παραγωγή και προβολή εκθέσεων σχετικά με την αλληλεπίδραση γεγονότων, ιδεών και ανθρώπων που συνιστούν τα «νέα της ημέρας» και ενημερώνεται έτσι το κοινό. Τα δημοσιογραφικά μέσα αποτελούνται από τον Τύπο, την τηλεόραση, το ραδιόφωνο, το Διαδίκτυο και παρελθοντικά τα ειδησεογραφικά πρακτορεία. (Union of International Associations, 2022).

Σύμφωνα με τους Kovach and Rosenstiel<sup>4</sup>, τα βασικά στοιχεία που προσδιορίζουν τις παραδοσιακές πρακτικές της δημοσιογραφίας είναι η υποχρέωση της δημοσιογραφίας να υπηρετεί την αλήθεια και η ολοκληρωτική αφοσίωσή της στους πολίτες. Εν συνεχεία, η ουσία της έγκειται στην δυνατότητα για επαλήθευση και τεκμηρίωση των δεδομένων που παρουσιάζει ενώ οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι πρέπει να παραμένουν ανεξάρτητοι από εκείνους που καλύπτουν ή εκείνους στους οποίους αναφέρονται. Η δημοσιογραφία οφείλει να λειτουργεί ανεξάρτητα ως ελεγκτής της εξουσίας αλλά και εντός των πλαισίων της πρέπει να προσφέρεται χώρος για δημόσια κριτική και συμβιβασμό. Η δημοσιογραφία πρέπει να διατηρεί ψηλά το ενδιαφέρον σε οτιδήποτε θεωρείται υψηλής σημασίας. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να μεριμνούν για τις ειδήσεις που παράγουν, να είναι περιεκτικές και να εργάζονται αμερόληπτα και συνειδητά. Τέλος, οι πολίτες έχουν με την σειρά τους δικαιώματα και ευθύνες όσον αφορά τις ειδήσεις.

Ο Deuze<sup>5</sup> με την σειρά του μίλησε για την παραδοσιακή δημοσιογραφία αναφέροντας πως επικεντρώνεται στην παροχή περιεχομένου και οι λειτουργίες της είναι χρηστικές δίνοντας ουσιαστικά χρήσιμες πληροφορίες στους αναγνώστες. Για

---

<sup>4</sup> Kovach, B., Rosenstiel, T. (2021). The elements of journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect, Completely Updated and Revised. Three Rivers Press.

<sup>5</sup> Βλέπε Deuze όπως αναφέρεται στις Σιαπέρα, Ε. & Δημητρακοπούλου Δ. (2012).

εκείνον η βιωσιμότητα της δημοσιογραφίας- την στιγμή που το διαδίκτυο κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος- εξαρτάται από τον βαθμό προσαρμογής της στις μεταβολές και ανακατατάξεις που έρχονται με το νέο μέσο.

Ο Mcquail αναφερόμενος στα μέσα ενημέρωσης σημειώνει ότι: «*κύρια δραστηριότητα τους είναι η παραγωγή και διανομή περιεχομένου στη δημόσια σφαίρα, έχουν επαγγελματική οργάνωση και γραφειοκρατική, ιεραρχική μορφή και το κοινό - στις καπιταλιστικές τουλάχιστον κοινωνίες - έχει πρόσβαση στο περιεχόμενο με δική του βούληση*». (Mcquail, 1997:41-42). Τα ΜΜΕ στις φιλελεύθερες δημοκρατίες λαμβάνουν την προστασία της ελευθερίας του λόγου. Μιλώντας για τα μέσα ενημέρωσης τα οποία πλέον έχουν αλλάξει λόγω της έλευσης του διαδικτύου, παρατηρείται αντίκτυπος και στην πορεία της δημοσιογραφίας. Συγκεκριμένα, μιλάμε για νέες δημοσιογραφικές πρακτικές οι οποίες προσφέρουν δυνατότητες ενεργητικής πληροφόρησης. Μιλώντας με όρους, πρόκειται για την «διαδραστική» ή «διαδικτυακή δημοσιογραφία», «εναλλακτικής δημοσιογραφία», «συμμετοχική δημοσιογραφία», «δημοσιογραφία των πολιτών» ή « του κοινού» αλλά και ως «μετά- δημοσιογραφία» (Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου, 2012).

## 2.2. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΣΤΗΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ

Η δημοσιογραφία ήδη από την δεκαετία του '90 έχει εισέλθει δυναμικά στον χώρο του διαδικτύου. Έτσι, σταδιακά έχει ξεκινήσει η εξάλειψη των παραδοσιακών μέσων μαζικής ενημέρωσης, όπως είναι οι εφημερίδες, τα περιοδικά και το ραδιόφωνο. Σήμερα το διαδίκτυο αποτελεί την πρώτη επιλογή του κοινού για ενημέρωση καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνιστούν έναν από τους κύριους παράγοντες κυκλοφορίας ειδήσεων στο διαδίκτυο, καθώς ένας μεγάλος αριθμός χρηστών τα χρησιμοποιεί καθημερινά για την ενημέρωσή του (Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου, 2012).

Είναι κοινότοπος, πως η τεχνολογική άνθιση και η έλευση του διαδικτύου έχουν εισέλθει στη ζωή μας επηρεάζοντας μας τόσο σε ατομικό, όσο και σε συλλογικό κοινωνικό, οικονομικό ή επαγγελματικό επίπεδο οδηγώντας στην επονομαζόμενη «σύγκλιση των μέσων». Τα όρια μεταξύ πομπού και δέκτη της είδησης έγιναν λιγότερο ευδιάκριτα ενώ επαναπροσδιορίστηκε το παλαιότερο μοντέλο ενημέρωσης, κάνοντας λόγο πλέον για «παραδοσιακά» και «νέα» μέσα (Chadwick, 2013).

Μέσα στον κυκεώνα των αλλαγών αλλά και της απαξίωσης των παραδοσιακών μέσων από το κοινό, τα νέα μέσα έρχονται να αναδιαμορφώσουν το μιντιακό τοπίο (Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου, 2012). Το διαδίκτυο πλέον παίζει σημαντικό ρόλο στην διαδικασία αναπαραγωγής ειδήσεων καθώς είναι πολλοί εκείνοι που ενημερώνονται online από διαδικτυακές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, οι οποίες έχουν αρχίσει να αντικαθιστούν τον παραδοσιακό τύπο και τις εφημερίδες. Η έλευση και η επακόλουθη κυριαρχία του διαδικτύου σε συνδυασμό με τη σύγκλιση των μέσων, εν μέσω μιας εποχής όπου ο όγκος της πληροφορίας αυξάνει διαρκώς,



προβλέπεται και αναμένεται η «επανίδρυση» της δημοσιογραφίας σε διαφορετική βάση και με βελτιωμένη μορφή.

Το διαδίκτυο έχει καταστήσει περιττό το ρόλο του δημοσιογράφου ως «διαμεσολαβητή» της είδησης στο κοινό. Σήμερα μιλάμε για «διαδικτυακή» δημοσιογραφία, η οποία διέπεται από δικούς της κανόνες και πρότυπα και εξελίσσεται μέσα στο δικό της περιβάλλον, εντός του οποίου γεννιούνται νέες πρακτικές για τους επαγγελματίες δημοσιογράφους (Bowman & Willis, 2003).

Η δημοσιογραφία με την παραδοσιακή της έννοια, αναφέρεται στην πρωτογενή παραγωγή ειδήσεων. Ένας επαγγελματίας δημοσιογράφος είναι υπεύθυνος για την έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση των πολιτών. Σήμερα σε αυτή την διαδικασία συνεισφέρει και η νέα ψηφιακή τεχνολογία μέσω της χρήσης των κοινωνικών δικτύων (social media). Τα social media όπως τα blogs, το facebook, το twitter, καθώς και οι ηλεκτρονικές εφημερίδες βασίζουν την λειτουργία τους στην διαδραστικότητα, διεκδικώντας χώρο στις πρακτικές των πολιτών καθώς βλέπουμε ολοένα και περισσότερους ανθρώπους να επιχειρούν να ασχοληθούν με την δημιουργία ιστότοπων και άλλων μέσων πληροφόρησης και επικοινωνίας με τους υπόλοιπους (Σιαπέρα & Δημητρακοπούλου, 2012).

Οι νέες τεχνολογίες και η εκτεταμένη χρήση του διαδικτύου έχουν μεταβάλει σε μεγάλο βαθμό τον τρόπο που λειτουργούν τα μέσα. Η κυριότερη αλλαγή είναι αυτή της σύγκλισης των μέσων, δηλαδή η ροή περιεχομένου διαμέσου πολλών διαφορετικών μιντιακών πλατφορμών. Ουσιαστικά τα smartphones συνιστούν την τομή της σύγκλισης των μέσων εφόσον μέσω του κινητού μπορούμε να παρακολουθήσουμε την απευθείας μετάδοση ενός τηλεοπτικού ή ραδιοφωνικού προγράμματος ή να διαβάσουμε το πρωτοσέλιδο και ποικίλα άρθρα εφημερίδων (Chadwick, 2013).

Τα κοινωνικά δίκτυα επωφελήθηκαν της τεχνολογίας και ειδικότερα εκείνης των κινητών τηλεφώνων, αποτελώντας πλέον σημαντικό μέρος της καθημερινότητάς μας. Με τις νέες τεχνολογίες, μέσω των κινητών θα παράγεται και θα μεταφορτώνεται βίντεο υψηλής ανάλυσης, αυτή η διαδικασία μέλλει να αλλάξει σημαντικά τη δημοσιογραφία (Σιάνη, 2020). Οι άνθρωποι σήμερα δεν μπορούν να γνωρίζουν τί είναι σημαντικό για την ενημέρωσή τους αφού κατακλύζονται διαρκώς από πληροφορίες, το περιεχόμενο των οποίων δύσκολα μπορεί να διακριθεί σε δημοσιογραφικό και μη δημοσιογραφικό. Το δημοσιογραφικό περιεχόμενο που παρέχει το διαδίκτυο εξακολουθεί να είναι σε μεγάλο βαθμό δωρεάν, με τους πολίτες να στρέφονται σε αυτό, δυσανεσχημένοι από τα παραδοσιακά ΜΜΕ.

Στο πλαίσιο των νέων τεχνολογιών αξίζει να αναφερθεί η έννοια της υβριδικότητας η οποία αποτελεί ένα από τα κυριότερα χαρακτηριστικά των νέων συστημάτων. Πρόκειται για μία έννοια που περιλαμβάνει την συνεργασία των παραδοσιακών αλλά και των νέων μέσων για την παραγωγή και μετάδοση του διαθέσιμου πληροφοριακού υλικού. Το φαινόμενο της υβριδικότητας μπορεί να ιδωθεί ως ο «χώρος» συνάντησης του παλιού με το νέο, δημιουργώντας νέες συνθήκες και πρακτικές (Chadwick, 2013: 24).

Το διαδίκτυο και ιδιαίτερα τα κοινωνικά δίκτυα έφεραν μια πρωτοφανή επανάσταση στον τρόπο ενημέρωσης των ανθρώπων, αλλά και γενικότερα στη βιομηχανία των ΜΜΕ. Προκειμένου να είναι ορθή και αντικειμενική η ενημέρωση των πολιτών απαιτείται πλουραλισμός και πολυφωνία στις πηγές των ειδήσεων. Τα νέα δεδομένα μετέβαλλαν ριζικά το παγκόσμιο οικοσύστημα της ενημέρωσης. Επιπλέον, η κυριαρχία του διαδικτύου, αλλά και των κοινωνικών δικτύων στον τομέα της ενημέρωσης, επέφεραν αλλαγές και στον τρόπο που ασκείται η δημοσιογραφία και παράγονται οι ειδήσεις. Με λίγα λόγια, το ρεπορτάζ συρρικνώθηκε, η ποιότητα των ειδήσεων και του γραπτού λόγου υποβαθμίστηκε, παραχωρώντας χώρο και δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στην ταχύτητα δημοσίευσης, όπως επίσης στο οπτικοακουστικό περιεχόμενο (Sarvary & Corniere, 2018).

Ο Pariser (2011), υπογραμμίζει πως το διαδίκτυο και τα κοινωνικά δίκτυα άνοιξαν σταδιακά τον δρόμο για την προσωποποιημένη ενημέρωση και πληροφόρηση, με τον ίδιο να παρατηρεί πως η βιομηχανία των μέσων έχει κάνει άλματα σε περιορισμένο χρονικό διάστημα. Εντούτοις, με την έλευση και εδραίωση των κοινωνικών δικτύων προέκυψε μια σειρά ζητημάτων ηθικής και δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Ειδικότερα, πρόκειται για θέματα που αναφέρονται στην προστασία των προσωπικών δεδομένων των χρηστών, αλλά και την ανωνυμία τους. Η προστασία των προσωπικών δεδομένων άπτεται της πιθανότητας διαρροής ή ακόμη και εκμετάλλευσης των στοιχείων των χρηστών, αποσκοπώντας στην αποκόμιση κερδών ή άλλων ωφελειών (Townsend & Wallace, 2016).

Η ειδησεογραφία εκτίθεται όπως ποτέ άλλοτε, με τους δημοσιογράφους να αμφισβητούνται πλέον ανοιχτά. Οι βασικές πεποιθήσεις των δημοσιογράφων για την ουσία της δημοσιογραφίας διαφέρουν από όσα ενδεχομένως φαντάζονται οι χρήστες των κοινωνικών δικτύων για αυτήν. Κανείς δεν μπορεί να αμφισβητήσει το γεγονός πως οι συνθήκες έχουν αλλάξει και *«η δημοσιογραφία καλείται να δώσει μια δύσκολη μάχη αν επιθυμεί να υπερασπιστεί τη βασική αρχή της: τη προάσπιση του δημοσίου συμφέροντος και του κοινού καλού»* (Fenton, 2010: 5-15).

Τα κοινωνικά δίκτυα συνιστούν ένα γόνιμο περιβάλλον για τη δημιουργία των «filter-bubbles», τα οποία ενισχύουν την διασπορά ψευδών ειδήσεων. Επιπλέον, οι αλγόριθμοι που χρησιμοποιούνται ενισχύουν την χειραγώγηση της πληροφόρησης, την προσέλκυση της προσοχής των χρηστών και την συνολική στρεβλή επικοινωνιακή λειτουργία των κοινωνικών δικτύων (Burkhardt, 2017). Ένα ακόμη πρόβλημα που δημιουργούν οι ψευδείς ειδήσεις, είναι η κακή πληροφόρηση των πολιτών, οι οποίοι απομακρύνονται από την ευρύτερη ενημέρωση και τον πλουραλισμό στις ειδήσεις.

### 2.3. ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

Η παραπληροφόρηση αποτελεί απειλή για τη δημόσια σφαίρα, τη Δημοκρατία και την κοινωνία με ενίοτε μη αναστρέψιμες συνέπειες. Οι δημοσιογράφοι φαίνεται να μην μπορούν ή να μην θέλουν να παίξουν τον ρόλο «του πυλωρού» και τα μέσα

κοινωνικής δικτύωσης καθιστούν το πρόβλημα ακόμη πιο έντονο. Η ανάγκη για αλήθεια είναι αδιαπραγμάτευτη στις σύγχρονες δημοκρατίες. Η κυριαρχία του διαδικτύου στις ζωές όλων μας αλλά και στον ειδησεογραφικό χώρο ιδιαίτερα, με την επακόλουθη άμεση και εύκολη πρόσβαση στην πληροφορία, έχει δημιουργήσει τον κίνδυνο για την κυκλοφορία ψευδών ειδήσεων και την δημιουργία ενός καθεστώτος παραπληροφόρησης. Σύμφωνα με το άρθρο των EC Tandoc Jr, ZW Lim και R Ling (2018) με τον όρο των «ψευδών ειδήσεων» ή αλλιώς «fake news» αναφερόμαστε σε «*ειδησεογραφικά κείμενα τα οποία περιέχουν σκοπίμως και επαληθευμένα ψευδές περιεχόμενο*». Η σκοπιμότητα αυτή ενδέχεται να είναι είτε οικονομική είτε ιδεολογική. Σύμφωνα με τον Schudson<sup>6</sup> «*οι δημοσιογράφοι «φτιάχνουν τα νέα» αλλά αυτό δε σημαίνει ότι τα παραποιούν*». Από τη στιγμή που τα νέα στηρίζονται σε αληθινά γεγονότα ο ορισμός «ψευδείς ειδήσεις» καθίσταται οξύμωρος εφόσον παραπέμπει σε έννοιες όπως η πλαστογραφία και η μίμηση (Tandoc et al, 2018).

Ακόμη ένας ορισμός είναι ότι αποτελούν ειδησεογραφικά άρθρα που αποδεδειγμένα δεν είναι αληθή παραπλανώντας τους αναγνώστες (Allcott & Gentzkow, 2017). Οι ψευδείς ειδήσεις δημιουργούνται αποσκοπώντας στην παραπλάνηση του κοινού. Τα fake news χαρακτηρίζονται από παραπληροφόρηση, η οποία ενδέχεται να είναι εσκεμμένη ή μη. Η Unesco<sup>7</sup> (2019) περιγράφει την παραπληροφόρηση ως μια ενορχηστρωμένη προσπάθεια χειραγώγησης αλλά και πρόκλησης σύγχυσης του κοινού ενώ σε αρκετές περιπτώσεις συνδυάζεται και πλαισιώνεται με αντίστοιχες επικοινωνιακές τακτικές.

Στο πλαίσιο της παγκοσμιοποίησης, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης υφίστανται θεμελιώδεις αλλαγές αναφορικά με τη δομή, τη μορφή και το περιεχόμενο. Στο σημερινό μιντιακό τοπίο, οι ακαδημαϊκοί και οι επαγγελματίες της δημοσιογραφίας έρχονται όλο και πιο συχνά αντιμέτωποι με το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων, δηλαδή με ψευδείς - ενίοτε συγκλονιστικές - πληροφορίες που διαδίδονται με το πρόσχημα των ειδήσεων (Lamprou et al., 2021).

Στην χώρα μας, η παραπληροφόρηση και οι ψευδείς ειδήσεις κατέχουν πολύ υψηλό ποσοστό, 26% και 18%, αντίστοιχα, γεγονός που μπορεί να υποδηλώνει ότι η εγκληματική σκόπιμη εξαπάτηση του κοινού είναι ο πρωταρχικός στόχος ενός σημαντικού αριθμού μη αληθινών ιστοριών (Lamprou et Al., 2021). Οι ψεύτικες ειδήσεις και η παραπληροφόρηση διεισδύουν σε πολλά διαφορετικά μέσα ενημέρωσης, ακόμη και στα ιστορικά μέσα ενημέρωσης. Οι ιδιότητες και η δύναμη της επωνυμίας, όπως η αξιοπιστία των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης, ενδέχεται να τίθενται υπό αμφισβήτηση. Αυτό συμβαίνει κυρίως λόγω της πίεσης από άποψη

---

<sup>6</sup> Όπως αναφέρεται στους Tandoc et al, 2018, σ.140

<sup>7</sup> Ireton, C. & Posetti, J. 2018. Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training. Unesco Publishing (Ελληνική μτφρ: Δημοσιογραφία, 'Ψευδείς Ειδήσεις' & Παραπληροφόρηση, με εκδοτική επιμέλεια των Π. Σπυρίδου, Π. Βατικιώτη & Δ. Μηλιώνη, 2021. Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου & Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών)

χρόνου που ασκείται στους συντάκτες και τους δημοσιογράφους, οι οποίοι πολλές φορές δεν καταφέρνουν να διασταυρώσουν το υλικό τους.

Μια άλλη μορφή ψευδών ειδήσεων είναι τα λεγόμενα hoaxes ή αλλιώς ειδήσεις εξαπάτησης, όπου έχουν σκοπό την εξαπάτηση των αναγνωστών, για την απόκρυψη της αλήθειας. Ωστόσο, τα hoaxes δημιουργούνται κυρίως σε online ειδησεογραφικά περιβάλλοντα από ενεργούς χρήστες. Αυτά τα χαρακτηριστικά καθιστούν τα hoaxes αναγνωρίσιμα και οικεία από το κοινό αν και πολλές φορές δεν γίνεται αντιληπτό εάν μια είδηση είναι hoax ή όχι (Kumar, et al, 2016).

Για κάποιους ανθρώπους, τα «fake news» έχουν αποκλειστικά τον ρόλο του δολώματος ή αλλιώς «clickbait» (Bakir & Mcstay, 2017), δεδομένου ότι οι διαφημιστικές αμοιβές στο διαδίκτυο αυξάνονται όσο αυξάνονται και τα κλικαρίσματα. Ο παραδοσιακός 24ωρος κύκλος της παραγωγής ειδήσεων ως συνήθεια των εφημερίδων, δεν σχετίζεται πλέον με τη σύγχρονη παραγωγή ειδήσεων (Hermida, 2012: 312-323). Πολλοί ειδησεογραφικοί οργανισμοί μάλιστα, προτιμούν να επικεντρωθούν στην άρτια παρουσία τους στο διαδίκτυο. Οι ειδήσεις δημοσιεύονται απευθείας στον ιστότοπο του οργανισμού και κάποιες από αυτές και στην έντυπη έκδοση εφόσον υπάρχει. Είναι πια αντιληπτό, όπως σημειώνει ο Vergeer (2018), ότι οι δημοσιογράφοι διαθέτουν πολύ λιγότερο χρόνο για να ελέγξουν τις online πληροφορίες. Ένας σημαντικός παράγοντας που πρέπει να συνυπολογιστεί είναι ο διαρκώς αυξανόμενος ανταγωνισμός, ο αυξανόμενος όγκος δουλειάς που έχουν οδηγήσει σε μαζικές απολύσεις ή παραιτήσεις δημοσιογράφων. Δημιουργείται μια συνθήκη, όπου μια μικρότερη δημοσιογραφική ομάδα χρειάζεται να παρέχει ειδήσεις όσο το δυνατό ταχύτερα στο κοινό, βασιζόμενη στην online πληροφόρηση που είναι εν μέρει αναξιόπιστη ή ακόμα και ψευδής.

#### 2.4. ΠΟΙΑ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ

Η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) -κάποτε ένα τσιτάτο που μπορούσε να εμφανιστεί σε μια είδηση τεχνολογίας κάθε τόσο- βρήκε ένα σπίτι στη βιομηχανία ειδήσεων την τελευταία δεκαετία (Rinehart & Kung, 2022). Πρόκειται για έναν τομέα εφαρμογής έρευνας και τεχνολογίας που μπορεί να έχει σημαντικό αντίκτυπο στις δημόσιες πολιτικές και υπηρεσίες ποικιλοτρόπως. Μιλώντας για την Τεχνητή Νοημοσύνη, ένας ακριβής ορισμός μπορεί να αποδειχθεί αόριστος. Πολλοί ορισμοί έχουν δοθεί με την πάροδο του χρόνου και σχετικοί όροι όπως η «μηχανή μάθησης» και «βαθιά μάθηση» έχουν κερδίσει έλξη, συμβάλλοντας σε περαιτέρω σύγχυση (Berryhill et Al., 2019).

Η τεχνητή πτυχή της τεχνητής νοημοσύνης είναι αρκετά απλή καθώς αναφέρεται σε οτιδήποτε μη φυσικό και, εν προκειμένω τεχνητό. Μπορεί επίσης να αναπαρασταθεί μέσω της χρήσης όρων όπως μηχανές, υπολογιστές ή συστήματα. Η νοημοσύνη είναι μια πολύ ευρύτερα αμφισβητούμενη έννοια, εξηγώντας γιατί δεν υπάρχει ακόμη

συναίνεση για τον ορισμό της τεχνητής νοημοσύνης, ακόμη και μεταξύ των ειδικών<sup>8</sup>. Αξίζει να αναφερθεί πως ο John McCarthy, που θεωρείται ο πατέρας της τεχνητής νοημοσύνης, ορίζοντάς την το 1956 ως «*την επιστήμη και τη μηχανική κατασκευής ευφυών μηχανών*»<sup>9</sup>.

Η Τεχνητή Νοημοσύνη αναπτύσσεται γρήγορα: ο ρυθμός αλλαγής επηρεάζει ήδη μεγάλα τμήματα της κοινωνίας συμπεριλαμβανομένων των κοινωνικών αλληλεπιδράσεων, της εργασίας, των εκπαιδευτικών συστημάτων, της οργάνωσης του τύπου και πώς οι άνθρωποι καταναλώνουν τα μέσα, το περιβάλλον και ούτω καθεξής (Berryhill et Al., 2019).

Οι τεχνολογίες AI βρίσκονται πίσω από την παραγωγή ειδήσεων και διαδικασίες παρουσίασης, όπως η αυτοματοποίηση σύντομων ιστοριών κειμένου από ροές δεδομένων και η εξατομίκευση των προβολών ειδήσεων στον ιστό και τα κινητά. Έτσι, αυξάνεται και το έργο των δημοσιογράφων σε όλο τον κόσμο βοηθώντας να ανακαλύπτουν πληροφορίες που είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο ή είναι θαμμένες βαθιά μέσα σε μεγάλες συλλογές εγγράφων (Rinehart & Kung, 2022).

Οι κυβερνήσεις δύνανται επίσης να χρησιμοποιήσουν την Τεχνητή Νοημοσύνη για την σχεδίαση βελτιωμένων πολιτικών και να λάβουν καλύτερες αποφάσεις, βελτιώνοντας την επικοινωνία και την δέσμευση με τους πολίτες αλλά και τη βελτίωση της ταχύτητας και ποιότητας των δημόσιων υπηρεσιών. Ενώ τα πιθανά οφέλη της Τεχνητής Νοημοσύνης είναι σημαντικά, η επίτευξή τους είναι δύσκολη. Η κρατική χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης ακολουθεί εκείνη του ιδιωτικού τομέα, το πεδίο είναι πολύπλοκο και ο σκοπός και το πλαίσιο εντός της κυβέρνησης είναι μοναδικά παρουσιάζοντας μια σειρά προκλήσεων. Πολλές φορές η Τεχνητή Νοημοσύνη χρησιμοποιείται ως τρόπος καινοτομιών (Berryhill et Al, 2019).

Η Τεχνητή Νοημοσύνη επιτελεί μερικές λειτουργίες όπως το γεγονός πως βοηθά στην επεξεργασία δεδομένων την στιγμή που δεν έχει δικό της μυαλό. Η Τεχνητή Νοημοσύνη εξαρτάται από τα δεδομένα που την τροφοδοτούν οι άνθρωποι, παράγοντας αποτελέσματα από πληροφορίες που τρέφονται από ανθρώπους (Rinehart & Kung, 2022). Οι αλγόριθμοι, τα αυτοματοποιημένα λογισμικά και άλλες τεχνολογίες αποτελούν σήμερα αναπόσπαστο μέρος του οικοσυστήματος των νέων μέσων. Ως εκ τούτου, αρκετές εταιρείες όπως το Minecraft, το Facebook, η Google και η Microsoft επενδύουν σήμερα στην Τεχνητή Νοημοσύνη (Waleed & Mohamed H, 2019).

Σε δημοσιογραφικό επίπεδο, όλο και περισσότεροι δημοσιογραφικοί οργανισμοί στρέφονται σε αυτοματοποιημένες μεθόδους και σε τεχνικές τεχνητής νοημοσύνης, αποσκοπώντας σε μια αποτελεσματικότερη διαχείριση και ταχύτερη παραγωγή του περιεχομένου, από τους χρήστες. Συχνά οι διαδικτυακοί τόποι θέτουν ως προϋπόθεση για τη συμμετοχή των χρηστών, την συμπλήρωση ενός πλήρως αυτοματοποιημένου τεστ, ώστε να παρεμποδιστούν τα ρομπότ από τη διάπραξη

---

<sup>8</sup> Miailhe and Hodes, 2017 όπως αναφέρεται στους Berryhill et AL., 2019.

<sup>9</sup> [http://www.sciencedaily.com/terms/artificial\\_intelligence.htm](http://www.sciencedaily.com/terms/artificial_intelligence.htm)

κακόβουλων ενεργειών και να αποτραπούν οι μαζικές καταχωρήσεις που προέρχονται από υπολογιστές (Σαρίδου & Δημούλας, 2024).

Σταδιακά οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης αξιοποιούνται περισσότερο από τα μέσα σχεδόν σε όλα τα στάδια της ειδησεογραφικής παραγωγής. Ξεκινώντας από την έναρξη της δημοσιογραφικής έρευνας έως τη συγκέντρωση, την επεξεργασία και τη διασταύρωση των δεδομένων<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Underwood, 2019 όπως αναφέρεται στους Σαρίδου & Δημούλας, 2024.

### 3. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

#### 3.1. Η ΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ

*«Ο τρόπος με τον οποίο το αναγνωστικό κοινό καταναλώνει και διαμοιράζεται τις ειδήσεις έχει αλλάξει σημαντικά, με τα κοινωνικά δίκτυα να έχουν αναδιαμορφώσει τις παραδοσιακές δημοσιογραφικές πρακτικές. Οι δημοσιογράφοι λαμβάνουν υπόψη τις προτιμήσεις του κοινού και τις επιταγές των αλγορίθμων του διαδικτύου, που αναδεικνύουν ή όχι ένα ρεπορτάζ, ενώ παράλληλα οφείλουν να τηρούν τις δημοσιογραφικές αρχές και αξίες»* αναφέρει ο αναπληρωτής καθηγητής κ. Κωνσταντίνος Μουρλάς<sup>11</sup>.

Σήμερα το παραγόμενο περιεχόμενο των χρηστών σχετίζεται όλο και περισσότερο με την πληροφορία να κυκλοφορεί ανεξέλεγκτα. Για τον λόγο αυτόν και με σκοπό την καλύτερη διαχείριση και αποτελεσματικότερο έλεγχο του παραγόμενου περιεχομένου, δημοσιογραφικοί οργανισμοί στρέφονται σε αυτοματοποιημένες μεθόδους και τεχνικές Τεχνητής Νοημοσύνης (Σαρίδου & Δημούλας, 2024). Συχνά οι διαδικτυακοί τόποι θέτουν ως προϋπόθεση για τη συμμετοχή των χρηστών τη συμπλήρωση ενός αυτοματοποιημένου τεστ, με σκοπό την απομάκρυνση των ρομπότ από τη διάπραξη κακόβουλων ενεργειών και να εμποδιστούν οι μαζικές καταχωρήσεις των υπολογιστών (Sivakorn et al., 2016, όπως αναφέρεται στους Σαρίδου & Δημούλας, 2024).

Επιπροσθέτως, η στοχευμένη αντιμετώπιση τέτοιων φαινομένων καθίσταται εφικτή μέσω υπολογιστικών τεχνικών για αυτόματη ανάλυση και αναπαράσταση της ανθρώπινης γλώσσας (Cambria & White, 2014). Όσον αφορά τον εντοπισμό της ρητορικής μίσους, για παράδειγμα, τα φίλτρα αποκλεισμού λέξεων ή φράσεων δεν αρκούν με την επεξεργασία της φυσικής γλώσσας να αναδεικνύεται πιο αποτελεσματική. Στις περιπτώσεις αυτές, πέρα από το καθαρά λεκτικό μέρος του προς εξέταση μηνύματος, λαμβάνονται υπόψη και περιφερειακοί παράγοντες, όπως το ευρύτερο πλαίσιο λόγου, οι εικόνες και τα βίντεο που συνοδεύουν το κείμενο, η χρονική περίοδος της ανάρτησής του, καθώς και η ταυτότητα του συγγραφέα και του παραλήπτη (Schmidt & Wiegand, 2017, όπως αναφέρεται στους Σαρίδου & Δημούλας, 2024).

Σταδιακά οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης και πιο συγκεκριμένα η μηχανική μάθηση αξιοποιούνται περισσότερο από τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς σε όλα σχεδόν τα στάδια της ειδησεογραφικής παραγωγής. Από την έναρξη της δημοσιογραφικής έρευνας έως τη συγκέντρωση, την επεξεργασία και τη διασταύρωση των δεδομένων (Σαρίδου & Δημούλας, 2024).

---

<sup>11</sup> «Η Τεχνητή Νοημοσύνη συναντά την ελληνική δημοσιογραφία μέσω ΕΚΠΑ» ( διαθέσιμο στο [https://www.businessdaily.gr/tehnologia/97245\\_i-tehniti-noimosyni-synanta-tin-elliniki-dimosiografia-meso-ekpa](https://www.businessdaily.gr/tehnologia/97245_i-tehniti-noimosyni-synanta-tin-elliniki-dimosiografia-meso-ekpa) )

### 3.2 ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

Το τοπίο των μέσων ενημέρωσης έχει υποστεί ραγδαίους και άνευ προηγουμένου μετασχηματισμούς, λόγω της σημαντικής προόδου των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών, οι οποίες οδηγούν στην καινοτομία και συνεχίζουν αμείωτα αφενός μαζί με τον ρόλο της στην ανανέωση και τον εκσυγχρονισμό της δημοσιογραφίας από την άλλη (Waleed & Mohamed, 2019). Η τεχνολογία έχει γίνει μια πραγματική κινητήρια δύναμη για τον τομέα των μέσων ενημέρωσης για την παραγωγή νέου ψηφιακού περιεχομένου με τις απαιτήσεις των χρηστών του διαδικτύου. Ως εκ τούτου, μπορούμε να πούμε ότι οι δραματικές αλλαγές στον χώρο της δημοσιογραφίας έχουν συνδεθεί άμεσα με εργαλεία προηγμένης τεχνολογίας (Waleed & Mohamed, 2019).

Ο κοινός ορισμός του διαδικτύου αναφέρεται ως το διαδίκτυο των πραγμάτων το οποίο είναι ένα δίκτυο φυσικών αντικειμένων. Το διαδίκτυο δεν είναι μόνο ένα δίκτυο υπολογιστών, αλλά ένα εξελιγμένο δίκτυο συσκευών όλων των τύπων και μεγεθών, έξυπνων τηλεφώνων, οικιακών συσκευών, παιχνιδιών, φωτογραφικών μηχανών, ιατρικών οργάνων και βιομηχανικών συστημάτων, όπου ζώα, άνθρωποι, κτίρια συνδέονται μεταξύ τους. Όλα επικοινωνούν και μοιράζονται πληροφορίες βάσει των προβλεπόμενων πρωτοκόλλων για την επίτευξη έξυπνων αναδιοργανώσεων, εντοπισμού θέσης, ιχνηλάτησης, ασφαλούς ελέγχου και ακόμη και προσωπικής πραγματικής online παρακολούθησης χρόνου, online αναβάθμιση, έλεγχος και διαχείριση διαδικασιών (Esraa M., 2020).

Με τους τεράστιους όγκους δεδομένων που συλλέγονται μέσω των συνδεδεμένων συσκευών, η Τεχνητή Νοημοσύνη, οι αλγόριθμοι και οι τεχνικές μπορούν να αναλύσουν και να μάθουν από τα δεδομένα για να δημιουργήσουν δημόσιες υπηρεσίες και αξίες. Η αυξανόμενη υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης, η οποία παρέχει προηγμένες επιλογές ανάλυσης δεδομένων, βελτιώνει σε μεγάλο βαθμό την αξιοποίηση του διαδικτύου πραγμάτων (Esraa M., 2020). Ωστόσο, παρά το γεγονός πως τα συστήματα αποφέρουν πολλά οφέλη, περιέχουν επίσης κάποιους εγγενείς κινδύνους, όπως η παραβίαση της ιδιωτικής ζωής, η κωδικοποίηση και εδραίωση προκαταλήψεων, η μείωση της λογοδοσίας και η αύξηση της ασυμμετρίας πληροφοριών μεταξύ των παραγωγών δεδομένων και των κατόχων δεδομένων (Ghosh A. Et Al, 2018).

Για την Τεχνητή Νοημοσύνη, υπάρχουν δύο κοινά χρησιμοποιούμενες τεχνικές - το νευρωνικό δίκτυο και η ασαφής λογική. Υπάρχουν πολλοί αλγόριθμοι τεχνητής νοημοσύνης που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την επίλυση μιας κατηγορίας προβλημάτων, για παράδειγμα: αναζήτηση κατά πλάτος, αναζήτηση κατά βάθος, αναζήτηση περιορισμένου βάθους, αμφίδρομη αναζήτηση, γενετικός αλγόριθμος (Esraa M., 2020).



### 3.3. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ ΣΤΑ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΚΑ ΜΕΣΑ

Η συγκέντρωση ειδήσεων σχετίζεται με την προμήθεια και τη διερεύνηση πιθανών αξιόπιστων ειδήσεων, πριν ένας δημοσιογράφος ή συντάκτης αποφασίσει να συνεχίσει την ανάπτυξή τους σε μια ολοκληρωμένη ιστορία. Αυτό συνεπάγεται την αρχική ανακάλυψη μιας ιστορίας από πηγές όπως το προσωπικό δίκτυο ενός δημοσιογράφου, δελτία τύπου, διοικητικά έγγραφα και ούτω καθεξής. Δημοσιογράφοι τότε συμμετέχουν σε μια διαδικασία ελέγχου και κατανόησης, καθώς προσπαθούν να εξακριβώσουν εάν το αρχικό προβάδισμα προσφέρεται για ανάπτυξη σε μια είδηση (Nishal & Diakopoulos, 2023).

Οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί έχουν υιοθετήσει την Τεχνητή Νοημοσύνη ως αποτέλεσμα των πρόσφατων τεχνολογικών εξελίξεων, των πιέσεων της αγοράς που προέρχονται εν μέρει από τις οικονομικές προκλήσεις του κλάδου, την ανταγωνιστική δυναμική με έμφαση στην καινοτομία και την διάχυτη αίσθηση αβεβαιότητας, διαφημιστικής εκστρατείας και ελπίδας γύρω από την Τεχνητή Νοημοσύνη. Η Τεχνητή Νοημοσύνη εφαρμόζεται πλέον σε ένα ολοένα μεγαλύτερο φάσμα εργασιών στην παραγωγή και τη διανομή των ειδήσεων. Σε αντίθεση με ορισμένους ισχυρισμούς, πολλές από τις πιο ωφέλιμες εφαρμογές της τεχνητής νοημοσύνης στις ειδήσεις είναι σχετικά κοσμικές (Simon, 2024). Η δυνατότητα της τεχνητής νοημοσύνης να αυξήσει την αποτελεσματικότητα στους ειδησεογραφικούς οργανισμούς αποτελεί κεντρικό κίνητρο για την υιοθέτησή της. Διάφορα παραδείγματα καταδεικνύουν ότι έχουν αυξηθεί η αποτελεσματικότητα και η παραγωγικότητα, συμπεριλαμβανομένων δυναμικών τοιχωμάτων πληρωμής, αυτοματοποιημένης μεταγραφής και εργαλείων ανάλυσης δεδομένων παραγωγής ειδήσεων (Simon, 2024).

Τα αποτελέσματα της τεχνητής νοημοσύνης στις ειδήσεις υπόκεινται σε συναφείς παράγοντες, με επαγγελματικούς κανόνες, αντίσταση από τους εργαζόμενους στις ειδήσεις, κανονισμούς, προτιμήσεις κοινού και οι υπάρχουσες τεχνολογικές υποδομές λειτουργούν ως περιορισμοί (Simon, 2024). Σύμφωνα με τον Felix Simon παρά τις επιφυλάξεις σε ορισμένα τμήματα της βιομηχανίας ειδήσεων, η υιοθέτηση τεχνικών τεχνητής νοημοσύνης θεωρείται σε μεγάλο βαθμό ως μια ρεαλιστική επιλογή που καθοδηγείται από τις οικονομικές προκλήσεις και το ανταγωνιστικό τοπίο για τα ταλέντα τεχνολογίας ενώ η πολυπλοκότητα της τεχνητής νοημοσύνης αυξάνει τον έλεγχο των εταιρειών πλατφόρμας στους ειδησεογραφικούς οργανισμούς, δημιουργώντας επιδράσεις κλειδώματος που κινδυνεύουν να κρατήσουν τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς συνδεδεμένους με τεχνολογικές εταιρείες.

Ωστόσο, η έλλειψη διαφάνειας στα συστήματα τεχνητής νοημοσύνης εγείρει ανησυχίες για προκαταλήψεις ή σφάλματα που εισχωρούν στην δημοσιογραφική απόδοση, ειδικά τη στιγμή που τα μοντέλα παραγωγής τεχνητής νοημοσύνης αποκτούν εξέχουσα θέση. Υπάρχει επίσης ένας κίνδυνος ότι η χρήση της τεχνητής

νοημοσύνης υπονομεύει την αυτονομία των δημοσιογράφων περιορίζοντας τις διακριτικές τους ικανότητες λήψης αποφάσεων (Simon, 2024). Η αυξανόμενη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στις ειδησεογραφικές εργασίες γέρνει την ισορροπία δυνάμεων προς τις εταιρείες τεχνολογίας, εγείροντας ανησυχίες σχετικά με την εξόρυξη «ενοικίου» και πιθανές απειλές για τα επιχειρηματικά μοντέλα της αυτονομίας των εκδοτών, ιδιαίτερα εκείνων που εξαρτώνται από την επισκεψιμότητα που βασίζεται στην αναζήτηση (Simon, 2024).

Οι συνεντεύξεις με δημοσιογράφους δείχνουν μια γενική αισιοδοξία ότι η αυτοματοποιημένη γραφή για καθημερινές, επαναλαμβανόμενες εργασίες μπορεί να τους βοηθήσει για εις βάθος ρεπορτάζ *«που απαιτούν τις δεξιότητες που ενσωματώνουν οι ανθρώπινοι δημοσιογράφοι»* (Nishal & Diakopoulos, 2023). Αυτό δείχνει μια άλλη λανθάνουσα ένταση της αυτοματοποιημένης γραφής και της δημοσιογραφικής διαδικασίας: ότι οι μηχανές δεν μπορούν πάντα να αυξάνουν βαθύτερες δημοσιογραφικές διαισθήσεις, κοσμοθεωρίες και αξίες και θα μπορούσαν να υποστηρίξουν ή να υπονομεύσουν συγκεκριμένες δημοσιογραφικές απόψεις και αξίες, όταν χρησιμοποιείται για πιο σύνθετη γραφή (Nishal & Diakopoulos, 2023).

## 4. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

### 4.1 ΠΩΣ Η ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΠΑΡΑΓΕΙ «FAKE NEWS»

Η Τεχνητή Νοημοσύνη αλλάζει όλες τις πτυχές της επικοινωνίας και της δημοσιογραφίας, καθώς οι αυτόματες διαδικασίες εισάγονται σε όλες τις πτυχές της κλασικής δημοσιογραφίας: έρευνα, παραγωγή περιεχομένου και διανομή. Στο βιβλίο<sup>12</sup> του, ο Lemelshtrich Latar, 2018 αναφέρει πως οι εταιρείες πολυμέσων «απασχολούν» ολοένα και περισσότερο δημοσιογράφους ρομπότ για να ανακαλύψουν κρυφές τάσεις και ιδέες αναλύοντας τεράστιες βάσεις δεδομένων και γράφουν αφηγήσεις χωρίς ανθρώπινη συμμετοχή.

Στην αυτοματοποιημένη δημιουργία κειμένου, η αντίληψη περί ποιότητας των ειδήσεων εκ μέρους των καταναλωτών διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην καθιέρωση της σχέσης μεταξύ ανθρώπων και τεχνητής νοημοσύνης. Ωστόσο, η αξιολόγηση της ποιότητας των ειδήσεων είναι πολύπλοκη. Για παράδειγμα, η αξιοπιστία ως μία από τις πιο σημαντικές διαστάσεις της ποιότητας περιεχομένου στις ειδήσεις εξαρτάται από πολλά πράγματα εκτός από το περιεχόμενο, δύο εκ των οποίων είναι η αξιοπιστία της πηγής επικοινωνίας και το μέσο γενικότερα μέσω του οποίου καταναλώνεται περιεχόμενο (Kolo et Al, 2022).

Η απόδοση παραγωγικής τεχνητής νοημοσύνης συνεχίζει να βελτιώνεται σε εργασίες όπως η αφηρημένη σύνοψη, η μεταγραφή ήχου, η αυτόματη μετάφραση, και ούτω καθεξής. Λόγω αυτών των δυνατοτήτων, υπόσχονται να ενισχύσουν το έργο των δημοσιογράφων πέρα από το να τους υποστηρίξουν για να δημιουργήσουν προσχέδια άρθρων, όπως για την απλοποίηση εγγράφων αξιόλογων αλλά εξαιρετικά τεχνικών, απεικονίζοντας άρθρα οπτικά ή ως εργαλεία δημιουργικότητας (Nishal & Diakopoulos, 2023).

Δεν είναι λίγες οι φορές που γύρω μας κυκλοφορούν εικόνες, βίντεο, ηχογραφήσεις με ανθρώπους, να κυκλοφορούν στο διαδίκτυο αλλά εν τέλει να αποτελούν δημιούργημα τεχνητής νοημοσύνης. Πλέον τα όρια μεταξύ πραγματικότητας και μη αλήθειας θολώνουν, με αποτέλεσμα να μην είναι άμεσα αντιληπτά και «*το πλασματικό να μιμείται το ήδη υπάρχον*» (Μπαμπάθα, 2023). Η σημαντική άνοδος της τεχνολογίας η οποία είναι ικανή να παράγει αναληθές περιεχόμενο τόσο πειστικά, δημιουργεί πολλές ανησυχίες. Όλο και πιο δύσκολο γίνεται καθημερινά πλέον να διακρίνουμε τι είναι αληθινό και τι ψευδές με τους ειδικούς να ανησυχούν ότι μέσω αυτής της νέας τεχνολογίας θα ενισχυθεί η παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο (Μπαμπάθα, 2023).

---

<sup>12</sup> Lemelshtrich Latar N., (2018). Robot Journalism, Can Human Journalism Survive? Interdisciplinary Center Herzliya, Israel. <https://doi.org/10.1142/10913>

Ο Σαμ Άλτμαν<sup>13</sup>, διευθύνων σύμβουλος της τεχνολογικής εταιρείας OpenAI, έχει αναφέρει μεταξύ άλλων ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη «θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για παραπληροφόρηση μεγάλης κλίμακας». Ο επιστήμονας πληροφορικής Roos στο ίδιο μοτίβο σημείωσε ότι επί του παρόντος, η παραπληροφόρηση είναι προϊόν των ανθρώπων που εργάζονται σε «εργοστάσια τρολ», οι οποίοι δημιουργούν και διαδίδουν ψευδείς πληροφορίες παρεμβαίνοντας στις συζητήσεις που λαμβάνουν χώρα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης<sup>14</sup>.

Οι αλγόριθμοι εισάγονται στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων της κυβέρνησης σε τομείς όπως η ποινική δικαιοσύνη, η υγειονομική περίθαλψη, η πρόνοια και η εκπαίδευση (Lemelshtich Latar, 2018). Λογισμικό όπως το Factmata<sup>15</sup> δημιουργεί εξειδικευμένη Τεχνητή Νοημοσύνη με βάση τα συμφραζόμενα για τη μείωση της παραπληροφόρησης και του καταχρηστικού περιεχομένου στο διαδίκτυο (Waleed & Mohamed, 2019). Από την άλλη, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο για τη διάδοση των λεγόμενων fake news, ενδεχομένως απειλώντας τις δημοκρατικές διαδικασίες και τα εθνικά συμφέροντα. Εξελίξεις στον τομέα της τεχνητής νοημοσύνης έχουν κάνει αυτή την τάση ακόμη πιο έντονη (όπως αναφέρει ο Kaplan στους Gül et Al, 2020).

Οι κυβερνήσεις και οι εταιρείες χρησιμοποιούν όλο και περισσότερο την Τεχνητή Νοημοσύνη για την αυτοματοποίηση διαδικασιών λήψης αποφάσεων, όπως αποφάσεις για πιθανές προσλήψεις σε δουλειά, καθορισμός δικαιούχων κοινωνικών παροχών ακόμη και πρόωρες αποφυλακίσεις. Εν αντιθέσει με τους ανθρώπους όμως, η Τεχνητή Νοημοσύνη δεν προσαρμόζει τη συμπεριφορά της βάσει του τρόπου που γίνεται αντιληπτή από τρίτους ή της τήρησης ηθικών προτύπων. Η διαδικασία λήψης αποφάσεων της βασίζεται σε ένα αμετάβλητο μοντέλο, χωρίς να επηρεάζεται από τις κοινωνικές αλληλεπιδράσεις που επηρεάζουν σημαντικά την ανθρώπινη συμπεριφορά (Μπαμπάθα, 2023).

Αντί για ψεύτικες ειδήσεις μόνο μέσω κειμένου, όλοι μπορούν να παράγουν βίντεο όπου μπορεί κανείς να εισάγει τα δικά του λόγια στην ομιλία του άλλου, κάνοντας τον τελευταίο να φαίνεται να λέει πράγματα που δεν θα έλεγε ποτέ στην πραγματικότητα. Διαφαίνεται ήδη η δυνατότητα χειραγώγησης των ψεύτικων ειδήσεων σε μορφή κειμένου. Τώρα φανταστείτε τα λεγόμενα deepfakes, δηλαδή τεχνολογία βασισμένη σε Τεχνητή Νοημοσύνη που χρησιμοποιείται για την

---

<sup>13</sup> Μπαμπάθα Π., (2023). Πώς η Τεχνητή Νοημοσύνη εκτοξεύει τα fake news αλλοιώνοντας όσα βλέπουμε γύρω μας. ( διαθέσιμο στο <https://www.protothema.gr/stories/article/1418439/pos-i-tehniti-noimosuni-ektoxeuei-ta-fake-news-alloionodas-osa-vlepoume-guro-mas/> -τελευταία επίσκεψη 19/05/2024).

<sup>14</sup> Μπαμπάθα Π., (2023). Πώς η Τεχνητή Νοημοσύνη εκτοξεύει τα fake news αλλοιώνοντας όσα βλέπουμε γύρω μας. ( διαθέσιμο στο <https://www.protothema.gr/stories/article/1418439/pos-i-tehniti-noimosuni-ektoxeuei-ta-fake-news-alloionodas-osa-vlepoume-guro-mas/> -τελευταία επίσκεψη 19/05/2024).

<sup>15</sup> Το Factmata στοχεύει να δημιουργήσει ένα «βαθμολόγιο εμπιστοσύνης» για διαδικτυακό περιεχόμενο σε πραγματικό χρόνο, δημιουργώντας μια Τεχνητή Νοημοσύνη ως βοηθητικό εργαλείο για τους καθημερινούς χρήστες του Διαδικτύου για την επαλήθευση περιεχομένου.

παραγωγή ή την αλλαγή περιεχομένου ήχου ή βίντεο ώστε να παρουσιάζει κάτι που στην πραγματικότητα δεν συνέβη (όπως αναφέρει ο Kaplan, στους Gül et al, 2020).

#### 4.2 ΤΡΟΠΟΙ ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΥ, ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΨΕΥΔΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Η κατάσταση των ψευδών ειδήσεων είναι κοινωνικά και δημοκρατικά προβληματική σε τρία μέτωπα: την παραγωγή κακώς ενημερωμένων πολιτών, ότι δεύτερον είναι πιθανό να παραμείνουν λανθασμένα ενημερωμένοι στους «θαλάμους αντήχησης» (echo chambers) και τρίτον να ανταγωνίζονται συναισθηματικά ή να εξοργίζονται δεδομένου του συναισθηματικού και προκλητικού χαρακτήρα πολλών ψευδών ειδήσεων (Bakir & McStay, 2018).

Σύμφωνα με το άρθρο των EC Tandoc Jr, ZW Lim και R Ling (2018) με τον όρο των «ψευδών ειδήσεων» ή αλλιώς «fake news» αναφερόμαστε σε «ειδησεογραφικά κείμενα τα οποία περιέχουν σκόπιμα επαληθευμένος ψευδές περιεχόμενο». Σύμφωνα με τον Schudson «οι δημοσιογράφοι «φτιάχνουν τα νέα» αλλά αυτό δε σημαίνει ότι τα παραποιούν». Από τη στιγμή που τα νέα βασίζονται σε αληθινά γεγονότα ο ορισμός «ψευδείς ειδήσεις» είναι οξύμωρος καθώς παραπέμπει σε έννοιες όπως η πλαστογραφία και η μίμηση (Tandoc et al, 2018).

Εάν σε κλειστές κοινωνίες κυκλοφορούν αδιόρθωτες ψευδείς ειδήσεις, εάν οι άνθρωποι δεν δύνανται να πιστέψουν σε αληθινά γεγονότα βλέποντας τη φήμη των κυρίαρχων ειδήσεων και αν οι ψευδείς ειδήσεις είναι εσκεμμένα συναισθηματικές και εμπρηστικές, κινούμαστε ακόμη πιο μακριά από το αρχετυπικό δημοκρατικό ιδεώδες του Habermas. Εδώ περιγράφεται μια δημόσια σφαίρα που επιδιώκει τη συναίνεση δίνοντας τη δυνατότητα σε όλους να μιλούν ορθολογικά, ακούγοντας τις απόψεις των άλλων και συμφωνώντας για τον καλύτερο τρόπο να προχωράμε προς τα εμπρός (Habermas, 1984 όπως αναφέρεται στους Bakir & McStay, 2018).

Οι πλατφόρμες ελέγχου δεδομένων έχουν αποδειχθεί χρήσιμες για την καταπολέμηση της διαδικτυακής παραπληροφόρησης την τελευταία δεκαετία. Οι διαδικασίες ελέγχου δεδομένων που πραγματοποιούνται από δημοσιογράφους και άλλους ειδικούς έχουν αποτελέσει αποτελεσματική πηγή για το περιεχόμενο παραπληροφόρησης που κυκλοφορεί στην ψηφιακή σφαίρα και αποτελούν απειλή για τη δημοκρατική ευημερία (Cuartielles, Ramon-Vegas, Pont-Sorribes, 2023).

Η διαδικασία ελέγχου δεδομένων εντοπίζει ισχυρισμούς που μπορούν να ελεγχθούν. Τα ελέγχει καθορίζοντας την καλύτερη πηγή για την επαλήθευση του γεγονότος και τα βαθμολογεί αξιολογώντας εάν τα στοιχεία επιβεβαιώνουν ή αντικρούουν τους ισχυρισμούς (Bakir & McStay, 2018). Η αυτοματοποίηση επιταχύνει τη διαδικασία ελέγχου των δεδομένων και αυξάνει τον αριθμό και το είδος του κοινού που θα δεχθεί τις ορθά επαληθευμένες ειδήσεις (Adair et al όπως αναφέρεται στους Bakir & McStay, 2018).

Στην πραγματικότητα, στον τομέα του ελέγχου γεγονότων, η αυτοματοποίηση έχει παρουσιαστεί ως λύση, εν μέρει από υπολογιστική άποψη για τον εξορθολογισμό ορισμένων διαδικασιών των επαγγελματικών ρουτινών των ελεγκτών, όπως η παρακολούθηση και η πρόβλεψη πληροφοριών (προανίχνευση), η αναγνώριση των πληροφοριών που οδηγεί σε επαλήθευση (ανίχνευση), η λήψη των δεδομένων για την επαλήθευση περιεχομένου (αναφορά) και ο έλεγχος ψευδών πληροφοριών και δεδομένων (απομάκρυνση), (Cuartielles, et Al, 2023).

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή<sup>16</sup> προτείνει μια σειρά μέτρων για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης, έναν κώδικα ορθής πρακτικής για την παραπληροφόρηση μέσω ανάπτυξης ενός κοινού κώδικα ορθής πρακτικής για την εξασφάλιση διαφάνειας αναφορικά με το υπό χορηγία περιεχόμενο, ιδίως την πολιτική διαφήμιση, καθώς και τον περιορισμό επιλογών στόχευσης για την πολιτική διαφήμιση. Παροχή σαφέστερων πληροφοριών σχετικά με τη λειτουργία των αλγορίθμων με την δυνατότητα να επαληθευθούν από τρίτους. Τέθηκε επίσης ως μέτρο να καταστεί ευκολότερη η εύρεση και η πρόσβαση των χρηστών σε διάφορες ειδησεογραφικές πηγές που προσφέρουν εναλλακτικές απόψεις. Να ληφθούν μέτρα για τον εντοπισμό και το κλείσιμο των πλαστών λογαριασμών και την αντιμετώπιση των αυτοματοποιημένων προγραμμάτων (bot).

Συνεχίζοντας η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έθεσε ένα ανεξάρτητο ευρωπαϊκό δίκτυο φορέων για την εξακρίβωση γεγονότων, το οποίο θα εργάζεται με στόχο την ευρύτερη δυνατή κάλυψη διορθωμένων ειδήσεων σε ολόκληρη την ΕΕ. Ενίσχυση του γραμματισμού στα μέσα ενημέρωσης ζητά η Επιτροπή για υψηλότερο επίπεδο γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας. Έτσι, οι πολίτες θα μάθουν να εντοπίζουν τη διαδικτυακή παραπληροφόρηση προσεγγίζοντας κριτικά το διαδικτυακό περιεχόμενο. Για τον σκοπό αυτό, θα χορηγείται εκπαιδευτικό υλικό στα σχολεία και τους εκπαιδευτικούς.

Η Επιτροπή ζητά επίσης προώθηση συστημάτων διαδικτυακής ταυτοποίησης, με σκοπό να βελτιωθεί η ιχνηλασιμότητα και ο εντοπισμός των παροχών πληροφοριών ώστε να αυξηθεί η εμπιστοσύνη και η αξιοπιστία στις αλληλεπιδράσεις στο διαδίκτυο αλλά και στις πληροφορίες και τις πηγές αυτών ακολούθως.

Οι παραπάνω τρόποι που προτείνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή<sup>17</sup> αποσκοπούν στον έλεγχο των μέσων μαζικής ενημέρωσης και στην διασταύρωση των πληροφοριών που παρέχονται. Υψηλής σημασίας είναι και ο έλεγχος εκείνου που συντάσσει. Η ταυτότητα ενός αξιόπιστου συντάκτη επαληθεύεται εύκολα. Εάν για παράδειγμα, το όνομα ενός συντάκτη αποτελεί αποκύημα της φαντασίας, τότε το περιεχόμενο του άρθρου μάλλον είναι ψευδές. Ο έλεγχος των αναφορών που χρησιμοποιεί ο

---

<sup>16</sup> Αντιμετώπιση της διαδικτυακής παραπληροφόρησης: η Επιτροπή προτείνει έναν πανευρωπαϊκό κώδικα πρακτικής. (2018). (διαθέσιμο στο [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP\\_18\\_3370](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP_18_3370) -τελευταία επίσκεψη 19/05/2024 )

<sup>17</sup> 5 βήματα για να εντοπίζετε ψευδείς ειδήσεις στο διαδίκτυο. (2017). (διαθέσιμο στο- <https://www.lawspot.gr/nomika-nea/5-vimata-gia-na-entopizete-pseydeis-eidiseis-sto-diadiktyo> - τελευταία επίσκεψη 19/05/2024)



συντάκτης χρήζει προσοχής. Καθώς εάν μία είδηση χρησιμοποιεί ανώνυμες ή και μηδενικές πηγές, τότε ενδέχεται να είναι ψευδής. Σημαντικό βήμα είναι η σοβαρή σκέψη πριν τον διαμοιρασμό μιας πληροφορίας με φίλους διότι μπορεί ο τίτλος να είναι δελεαστικός για να επισκεφτεί κανείς το αντίστοιχο άρθρο αλλά καλό θα ήταν να συγκριθούν οι διάφορες πηγές ειδήσεων πριν καταλήξει κανείς σε συμπεράσματα.

#### 4.3. ΠΩΣ Η ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΑΝΑΝΕΩΝΕΙ ΚΑΙ ΑΝΑΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΙ ΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΩΡΟ

Η σχέση μεταξύ τεχνολογίας και δημιουργίας περιεχομένου στις σύγχρονες αίθουσες σύνταξης συντίθεται στην ακόλουθη βασική ιδέα: *«Αυτή η τάση στη δημοσιογραφία αποδεικνύει τον μεταβαλλόμενο χαρακτήρα του προσωπικού της αίθουσας σύνταξης, όπου οι προγραμματιστές συνεργάζονται πιο σταθερά με τους δημοσιογράφους και όπου οι δημοσιογράφοι γίνονται προγραμματιστές και το αντίστροφο»* (Waleed & Mohamed, 2019:43).

Η δημοσιογραφία είναι ένας συνδυασμός τέχνης και επιστήμης. Η καλλιτεχνική φύση του δημοσιογραφικού έργου εκδηλώνεται στην αναζήτηση νέων δημιουργικών ιδεών, νέων δημιουργικών γωνιών για την κάλυψη μιας ιστορίας, νέων σκέψεων, νέων λύσεων σε προβλήματα και νέων τρόπων εμπλουτισμού της ζωής του κοινού. Το επιστημονικό μέρος της δημοσιογραφικής εργασίας περιλαμβάνει τη χρήση αναλυτικών εργαλείων για την υποστήριξη και επικύρωση πληροφοριών και ιδεών βάσει των δεδομένων όπου καταγράφεται και αποθηκεύεται η ανθρώπινη δραστηριότητα (Lemelshtich Latar, 2018).

Σήμερα, η διαδραστική φύση των νέων πλατφορμών μέσων επιτρέπει μια πιο επιστημονική και εξατομικευμένη μέτρηση της προσοχής των καταναλωτών, δημιουργώντας έναν ανταγωνισμό για την προσοχή των καταναλωτών που είναι πιο έντονος και πολύπλοκος από ποτέ. Η βιομηχανία των μέσων αναπτύσσει συνεχώς νέους τρόπους για τη μέτρηση της προσοχής των καταναλωτών σε πολλαπλές παραμέτρους, συμπεριλαμβανομένων των γνωστικών και συμπεριφορικών προφίλ των καταναλωτών και των συναφών παραγόντων κατανάλωσης (Lemelshtich Latar, 2018).

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη εξαπλώνεται σταδιακά μέσω πολύ-δημιουργικών σφαιρών, συμπεριλαμβανομένης της δημοσιογραφίας – που έχει ήδη επηρεαστεί, ειδικά υπό το φως της επίμονης οικονομικής αναταραχής και της ψηφιακής μεταμόρφωσης. Από αυτή την άποψη, μπορούμε να πούμε ότι η εξέλιξη των τεχνικών τεχνητής νοημοσύνης αναμόρφωσε ριζικά τις αίθουσες ειδήσεων, ειδικά σε όλες τις πτυχές της παραγωγής και της διάδοσης ειδήσεων (Waleed & Mohamed, 2019).

Οι τρέχοντες αλγόριθμοι Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) παρέχουν στους δημοσιογράφους εργαλεία ανάλυσης δεδομένων για να εξερευνήσουν και να εντοπίσουν πληροφορίες από τεράστια βάση δεδομένων και επίσης παρέχουν στους δημοσιογράφους αλγόριθμους για τη σύνταξη βασικών αφηγηματικών κειμένων, αλλά τέτοιοι αλγόριθμοι δεν έχουν την ικανότητα να εμπλουτίσουν μια δημοσιογραφική ιστορία χρησιμοποιώντας το μείγμα καινοτόμων τεχνολογιών και εφαρμογές που απαιτούνται από τις νεότερες γενιές (Lemelshtich Latar, 2018).

Σύμφωνα με τον Τσάρλι Μπέκετ<sup>18</sup> και τους συναδέλφους του στο London School of Economics, η τεχνολογία εν γένει έχει σταδιακά περάσει σε διάφορες πτυχές της παραγωγής ειδήσεων και διανομής τα τελευταία χρόνια, συχνά με τρόπους που το κοινό αλλά και οι δημοσιογράφοι μπορεί να μην αντιληφθούν απαραίτητα. Η δυνατότητα της τεχνητής νοημοσύνης να αυξήσει την αποτελεσματικότητα στη δημοσιογραφική εργασία είναι ένα θέμα μεγάλης συζήτησης.

Η συζήτηση για την αποτελεσματικότητα της τεχνητής νοημοσύνης μπορεί γενικά να χωριστεί σε δύο στρατόπεδα. Από τη μια πλευρά, υπάρχουν ειδικοί και επαγγελματίες που πιστεύουν ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη θα απελευθερώσει σημαντικά τους δημοσιογράφους, επιτρέποντάς τους να επικεντρωθούν σε πιο δημιουργικά και στρατηγικά καθήκοντα, ενώ η τεχνολογία φροντίζει για τη σκληρή δουλειά. Άλλοι είναι πιο δύσπιστοι, υποστηρίζοντας ότι ο αντίκτυπος της τεχνητής νοημοσύνης στην παραγωγικότητα είναι πιθανό να είναι πιο περιορισμένος (Simon, 2024).

Από την πλευρά της παραγωγής, εντοπίζονται εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης (AI) που επιτρέπουν στους δημοσιογράφους να βρίσκουν συνδέσεις σε μεγάλα σύνολα δεδομένων ενώ η τεχνολογία AI θα μπορούσε να εισάγει νέες απαιτήσεις σε ένα ήδη στρεσογόνο επάγγελμα (Simon, 2024). Η Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί επίσης να δημιουργήσει νέες δυνατότητες και να τονώσει τη δημιουργικότητα με την παιδεία στα μέσα επικοινωνίας να είναι ζωτικής σημασίας για να βοηθήσουμε τους ανθρώπους να κατανοήσουν πώς η Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί να αλλάξει το παιχνίδι όσον αφορά την αξιολόγηση της αξιοπιστίας αυτού που συναντούν στο διαδίκτυο. Ωστόσο, οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί πρέπει να παραμείνουν πιο προσεκτικοί από ποτέ όσον αφορά την τήρηση ενός χρυσού κανόνα επαλήθευσης (Arguedas & Simon, 2023).

Ένα από τα άγχη σχετικά με τη Τεχνητή Νοημοσύνη είναι ότι μπορεί να περιπλέξει περαιτέρω τις προσπάθειες για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης, ένα θέμα που έχει τραβήξει την προσοχή με την άνοδο των ψηφιακών πλατφορμών. Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαθέτουν μια περιορισμένη «φύλαξη» συγκριτικά με το παρελθόν εφόσον έχουν προκύψει πιο εξελιγμένα εργαλεία για την αλλαγή, και πλέον, τη δημιουργία εικόνων και βίντεο (Arguedas & Simon, 2023).

---

<sup>18</sup> Simon, F., (2024). Artificial Intelligence in the News. How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University.



Η βιομηχανία των μέσων ενημέρωσης έχει υποστεί επιταχυνόμενες αλλαγές, που οδηγούνται σε μεγάλο βαθμό από τη διάδοση των ψηφιακών πλατφορμών. Αυτός ο μετασχηματισμός αναφέρεται μερικές φορές ως η «Τρίτη Τεχνολογική Επανάσταση», μετά την τυπογραφία και τις βιομηχανικές επαναστάσεις (Lemelshtich Latar, 2018). Η υιοθέτηση των ψηφιακών τεχνολογιών και οι προκύπτουσες συνήθειες των μέσων ενημέρωσης όχι μόνο έχουν μεταμορφώσει τους κανόνες διαπροσωπικής επικοινωνίας, αλλά έχουν επίσης μεταμορφώσει την αφήγηση όπως τη γνωρίζουμε. Πρόκειται για τις νέες προσεγγίσεις στην αφήγηση ιστοριών που υιοθετούνται από επώνυμους, διαφημιστές, πλατφόρμες ειδήσεων και δημοσιογράφους, ως «Νέα Ιστορία Ειδήσεων» (Lemelshtich Latar, 2018).

Η Τεχνητή Νοημοσύνη δεν απειλεί την επαγγελματική δημοσιογραφία, οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης θεωρούνται ως η προστιθέμενη αξία της δημοσιογραφίας στην ψηφιακή εποχή. Οι δημοσιογράφοι δεν μπορούν να αντικατασταθούν πλήρως, υπό την έννοια ότι αυτές οι τεχνολογίες θα ενισχύσουν, μάλλον παρά θα αντικαταστήσουν το δημοσιογραφικό επάγγελμα (Waleed & Mohamed, 2019). Σύμφωνα με τους Waleed & Mohamed, 2019 ξεπεράστηκαν οι προκλήσεις της σύγχρονης δημοσιογραφίας καθώς η Τεχνητή Νοημοσύνη άλλαξε τον τρόπο με τον οποίο οι δημοσιογράφοι αλληλεπιδρούν με τον κόσμο έξω από την αίθουσα σύνταξης. Η Τεχνητή Νοημοσύνη επιτρέπει στους δημοσιογράφους να αναλύουν δεδομένα από πολλαπλές πηγές, εκτός από τη μετατροπή προφορικών λέξεων σε κείμενα, τη μετατροπή κειμένων σε ήχο και βίντεο, καθώς και την ανάλυση των εικόνων και την ταξινόμησή τους.

Συμβάλλει σταθερά στην καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων. Το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων και της παραπληροφόρησης είναι μια από τις σημαντικότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει δημοσιογράφους προς το παρόν. Επίσης, στην επεξεργασία ειδήσεων σύμφωνα με τη συντακτική πολιτική καθώς οι τεχνικές τεχνητής νοημοσύνης έχουν το πλεονέκτημα ότι απαλλάσσουν όσο το δυνατόν περισσότερο τον δημοσιογράφο από τη συνηθισμένη εργασία, και ίσως ένα από αυτά τα έργα είναι να επαναδιατυπώσει την ιστορία ώστε να ταιριάζει συντακτική πολιτική κάθε μέσου. Αλλά και στην εξατομίκευση περιεχομένου, όπου τον τελευταίο καιρό, η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει αναπτυχθεί με θεαματική ταχύτητα σε έναν αυξανόμενο αριθμό εταιρειών πολυμέσων. Ως εκ τούτου, υπήρξε μια σημαντική αλλαγή στον τρόπο που αυτές οι εταιρείες αλληλεπιδρούν με τους χρήστες (Waleed & Mohamed, 2019).

#### 4.4. Η ΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΚΟΙΝΟΥ ΠΡΟΣ ΤΗΝ ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ

Η εμπιστοσύνη είναι απαραίτητη για την ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης σε μια παραδοσιακή ανθρωποκεντρική διαδικασία, ειδικά με κοινωνική και πολιτική σημασία. Η εμπιστοσύνη στα μέσα ενημέρωσης εδραιώνεται μέσω της αντίληψης των καταναλωτών για την επιλεκτικότητα των θεμάτων, την επιλεκτικότητα των γεγονότων, την ακρίβεια των αναφορών και τη δημοσιογραφική αξιολόγηση (Heim, & Chan-Olmsted, 2023).

Σύμφωνα με έρευνα της Focus Bari<sup>19</sup> που πραγματοποιήθηκε στις αρχές Δεκεμβρίου του 2021, έγινε φανερό πως η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει επιφέρει έντονο σκεπτικισμό και αμφιβολία στο 48% των πολιτών, με το 32% να διατίθεται θετικά και το 20% να εκφράζεται με αρνητικότητα. Το ποσοστό της χώρας μας είναι το υψηλότερο μεταξύ των 18 χωρών που έλαβαν μέρος στην έρευνα και μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται οι ΗΠΑ, η Κίνα, οι περισσότερες από τις μεγάλες χώρες της δυτικής Ευρώπης αλλά και χώρες από τη Λατινική Αμερική και την νοτιοανατολική Ασία.

Αναφορικά με τις απόψεις του ελληνικού κοινού, το 63% δηλώνει πως είναι ανάμικτες, με το 23% να έχει μόνο «αρνητικές» και το 14% μόνο «θετικές». Η μεγαλύτερη ανησυχία εκπροσωπείται με ποσοστό 51% και σχετίζεται με το τί θα συμβεί αν η Τεχνητή Νοημοσύνη βρεθεί σε «λάθος χέρια», ενώ το 50% μας επιστεί την προσοχή ώστε να μην τεθεί εκτός ελέγχου η κατάσταση. Την ίδια στιγμή το 48% υποστηρίζει ότι θα συνεισφέρει στην ολοκληρωτική αλλαγή ορισμένων τομέων της κοινωνίας όπως είναι η ιατρική και το εμπόριο, ενώ το 45% πιστεύει πως θα αντικαταστήσει τους ανθρώπους (Μαλλάς, 2022). Σύμφωνα με τη Focus Bari, συνοπτικά φαίνεται πως το ελληνικό κοινό είναι μοιρασμένο, καθώς το 40% δηλώνει πως είναι «εξίσου θετικό και αρνητικό», το 29% δηλώνει «περισσότερο θετικό» και το 20% «περισσότερο αρνητικό».

Ωστόσο, οι Έλληνες δηλώνουν ότι δεν ξέρουν περί τίνος πρόκειται η έννοια της Τεχνητής Νοημοσύνης. Μόλις το 9% είναι επαρκώς ενημερωμένο, το 46% μάλιστα υποστηρίζει ότι διαθέτει ικανοποιητικές γνώσεις και το 45% πως «απλά έχει ακουστά». Ιατρική, τηλεπικοινωνίες, βιομηχανία, τραπεζικές και οικονομικές υπηρεσίες είναι μερικοί κλάδοι που σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του ελληνικού κοινού θα επηρεαστούν σημαντικά από την ΤΝ. Επίσης, οι Έλληνες εκτιμούν πως θα είναι λίγοι οι τομείς που σύμφωνα με το κοινό μπορούν να στηρίξουν την ύπαρξή τους στην αυτοματοποίηση παρά στον ανθρώπινο παράγοντα και την επαγγελματική εξειδίκευση. Ενδεικτικά αναφέρονται ως πιθανοί τομείς, τα έξυπνα σπίτια, οι ηλεκτρονικές αγορές, η βιομηχανία, οι μετακινήσεις και ο σχεδιασμός προϋπολογισμών (Μαλλάς, 2022).

---

<sup>19</sup> Μαλλάς, Δ., (2022). Σκεπτικοί οι Έλληνες απέναντι στην Τεχνητή Νοημοσύνη. (διαθέσιμο στο <https://www.cnn.gr/tech/story/302535/skeptikoi-oi-ellines-apenanti-stin-texniti-noimosyni> -τελευταία επίσκεψη 21/05/2024).

#### 4.5. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΣΤΗΝ ΚΕΦΑΛΗ ΤΗΣ ΕΙΔΗΣΕΟΓΡΑΦΙΑΣ: ΑΠΕΙΛΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ;

*«Ο πραγματικός κίνδυνος δεν είναι αυτό που ήδη φοβόμαστε, αλλά αυτό που δεν μπορούμε να φανταστούμε ακόμη»*, αναφέρουν ακαδημαϊκοί<sup>20</sup> στην Ευρώπη. Η Κέιτι Χάρμπαθ, η οποία βοήθησε στην ανάπτυξη πολιτικής στο Facebook επί δέκα χρόνια και τώρα συνεργάζεται σε θέματα ασφάλειας με εταιρείες τεχνολογίας αναφέρει μεταξύ άλλων ότι βραχυπρόθεσμα, η ρύθμιση και η αστυνόμευση του περιεχομένου που δημιουργείται από την Τεχνητή Νοημοσύνη θα βαρύνουν τις ίδιες τις εταιρείες που αναπτύσσουν τα εργαλεία, *«απλώς δεν ξέρουμε αν οι εταιρείες είναι έτοιμες»* (Protagon team, 2024).

Η Τεχνητή Νοημοσύνη αντιπροσωπεύει μια απειλή για τη Δημοκρατία που πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη. Υπάρχουν τουλάχιστον τρεις τομείς στους οποίους η Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί να αποτελέσει κίνδυνο για τη δημοκρατική ζωή και τους μηχανισμούς: επίβλεψη, χειραγώγηση και απογοήτευση. Πρώτον, τα κράτη διαθέτουν πλέον πολύ προηγμένα μέσα ελέγχου και εποπτείας της καθημερινής συμπεριφοράς των πολιτών τους, τα οποία θα μπορούσαν να καταχραστούν από τις κυβερνήσεις για να περιορίσουν τις ελευθερίες. Δεύτερον, οι πολίτες μπορούν να χειραγωγούνται όλο και περισσότερο στην εκλογική τους συμπεριφορά με ευρεία χρήση τεχνητής νοημοσύνης και κοινωνικών μέσων. Τρίτον, μια τέτοια εποπτεία και χειραγώγηση με γνώμονα την Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί, εν ολίγοις, να οδηγήσει σε απογοήτευση των πολιτών και την απόφασή τους να μην συμμετέχουν πλέον στη Δημοκρατία (Karlan, A., όπως αναφέρεται στους Gül et Al, 2020).

Σύμφωνα με τον Karlan (2020) επειδή δεν γνωρίζουν πλέον ποια είναι η αλήθεια και τί είναι ψέμα, οι άνθρωποι μπορεί να εγκαταλείψουν τη συμμετοχή εντελώς. Όσο περισσότερες εξαπατήσεις συμβαίνουν και όσο πιο δύσκολη γίνεται η επαλήθευση του περιεχομένου, τόσο πιο πιθανό είναι να συνεχίσει να μειώνεται η εμπιστοσύνη των ανθρώπων στους θεσμούς.

Οι αλγόριθμοι τεχνητής νοημοσύνης επέτρεψαν τη δημιουργία κολοσσών του διαδικτύου όπως η Amazon, το Facebook, η Microsoft και η Google, οι οποίοι διαθέτουν απεριόριστα δεδομένα για κάθε πολίτη στην κοινωνία και έχουν τη δυνατότητα να γίνουν πιο ισχυροί από τις κυβερνήσεις. Ο μόνος τρόπος για να προστατευθεί η Δημοκρατία από την τεράστια ισχύ τους είναι μέσω της ρύθμισης και της διαφάνειας. Η ελεύθερη «ανθρώπινη» δημοσιογραφία είναι ζωτικής σημασίας από αυτή την άποψη καθώς οι δημοσιογράφοι πρέπει να προσέχουν και να κάνουν τους αναγνώστες τους να συνειδητοποιήσουν αυτές τις αόρατες διαδικασίες και τους κινδύνους τους (Lemelshtich Latar, 2018).

---

<sup>20</sup> Πόσο απειλεί τη Δημοκρατία η Τεχνητή Νοημοσύνη. (2024). (διαθέσιμο στο <https://www.protagon.gr/themata/poso-apeilei-ti-dimokratia-i-texniti-noimosyni-44342887808> - τελευταία επίσκεψη 21/05/2024)

Κατά την περιήγησή μας στα κοινωνικά δίκτυα αλλά και εν γένει στο διαδίκτυο, η Τεχνητή Νοημοσύνη συλλέγει δεδομένα για την καλύτερη προσωποποιημένη πρόταση σχετικών υπηρεσιών. Μολονότι, θεωρητικά η ταυτότητα των χρηστών προστατεύεται, οι αλγόριθμοι στην πραγματικότητα συλλέγουν πληροφορίες καταλήγοντας να μας γνωρίζουν περισσότερο από όσο εμείς τον εαυτό μας. Παρόμοια συνθήκη και στην πολιτική. Μέσα από την διαδικασία συλλογής προσωπικών δεδομένων, προτείνονται ανάλογα άρθρα και πληροφορίες που ορίζουν τις πολιτικές μας πεποιθήσεις. Η Τεχνητή Νοημοσύνη είναι ουδέτερη, η ανθρώπινη χρήση την χαρακτηρίζει καλή ή κακή. Μπορεί να γίνει χρήση της τόσο από αυταρχικά όσο και από δημοκρατικά καθεστώτα, η διαφορά έγκειται στο ποιος διαχειρίζεται τα δεδομένα. Οι δημοκρατικές χώρες είναι εξοικειωμένες με την διαχείριση του πλουραλισμού και της διαφορετικότητας. Στα αυταρχικά καθεστώτα, τα δεδομένα επεξεργάζονται από λίγους, με την εξέλιξη των νέων τεχνολογιών να μην παρεμποδίζεται και χωρίς να συναντά ηθικούς και νομικούς περιορισμούς.<sup>21</sup>

Σύμφωνα με τον συγγραφέα και καθηγητή στο Πανεπιστήμιο Στάνφορντ Φράνσις Φουκουγιάμα<sup>22</sup>, η πρόκληση της τεχνητής νοημοσύνης απέναντι στην Δημοκρατία σχετίζεται με την εντατικοποίηση φαινομένων που είχαν ήδη παρατηρηθεί. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ικανά να καθοδηγούν και να χειραγωγούν το κοινό μέσω στοχευμένης διαφήμισης. Με τους μηχανισμούς τεχνητής νοημοσύνης η στόχευση αυτή κατέστη περισσότερο άμεσα προσαρμοστική. Όταν οι άνθρωποι αντιληφθούν ότι αποτελούν διαφημιστικό στόχο, το λογισμικό τεχνητής νοημοσύνης αυτόματα προσαρμόζει και τη μέθοδο χειραγώγησης, δυσχεραίνοντας τον εντοπισμό του. *«Το έχω παρατηρήσει στο Twitter, όπου η κάλυψη του πολέμου στην Ουκρανία μετατοπίστηκε αδιόρατα μετά την εξαγορά της πλατφόρμας από τον Έλον Μασκ. Η εφαρμογή δεν εμφανίζει πια τόσο όγκο περιεχομένου υπέρ της Ουκρανίας και έχει γίνει ανεπαίσθητα πιο φιλική προς τη Ρωσία»*, αναφέρει μεταξύ άλλων. Αυτού του είδους χειραγώγηση μπορεί να αποβεί μοιραία εάν έχει μακρά διάρκεια και λειτουργεί αθροιστικά στις συνειδήσεις των πολιτών.

Καθώς οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί αναδιαμορφώνονται από την Τεχνητή Νοημοσύνη, το ίδιο θα κάνει και η δημόσια αρένα που είναι τόσο ζωτικής σημασίας για τη Δημοκρατία και για την οποία οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί διαδραματίζουν ρόλο φύλακα. Ο τρόπος με τον οποίο θα διαμορφωθεί αυτό θα εξαρτηθεί από τις αποφάσεις που θα ληφθούν από δύο ομάδες παραγόντων: μία που ασκεί άμεσο έλεγχο στις συνθήκες του ειδησεογραφικού έργου όπως στελέχη και διευθυντικά στελέχη, δημοσιογράφοι και από μία ομάδα που δεν το κάνει δηλαδή εταιρείες τεχνολογίας, ρυθμιστικοί φορείς και το κοινό (Simon, 2024).

---

<sup>21</sup> Τεχνητή Νοημοσύνη και Δημοκρατία - Φοιτητές γράφουν για την Τεχνητή Νοημοσύνη. (2021). (διαθέσιμο στο <https://www.lawspot.gr/nomika-nea/tehniti-noimosyni-kai-dimokratia-foitites-grafoyn-gia-tin-tehniti-noimosyni> - τελευταία επίσκεψη 21/05/2024).

<sup>22</sup> Άρθρο του Φράνσις Φουκουγιάμα στην «Κ»: Τα «έξυπνα ψέματα» απειλούν τη Δημοκρατία. (2023). (διαθέσιμο στο <https://www.kathimerini.gr/world/562620139/arthro-toy-fransis-foykoygiama-stin-k-ta-exypna-psemata-apeiloun-ti-dimokratia/> -τελευταία επίσκεψη 21/05/2024).

Ανάλογα με τον τρόπο χρήσης της, η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει τη δυνατότητα να ενισχύσει δομικά τη θέση των ειδησεογραφικών οργανισμών ως φύλακες σε ένα περιβάλλον πληροφοριών που παρέχει στους ανθρώπους σχετικά ακριβείς, ποικιλόμορφες, έγκαιρες και ανεξάρτητες πληροφορίες για τις δημόσιες υποθέσεις. Μέσω αυτών των πληροφοριών μπορούν να αναλογισθούν σχετικά με την σημαντικών αποφάσεων για τη ζωή τους (Nielsen, 2017 όπως αναφέρεται στον Simon, 2024).

Τέλος, σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο<sup>23</sup>, μπορεί να καταστεί απειλή για το δημοκρατικό πολίτευμα εφόσον έχει ήδη κατηγορηθεί για τη δημιουργία διαδικτυακών «θαλάμων αντήχησης» (echo chambers) βάσει της διαδικτυακής συμπεριφοράς που είχε προηγηθεί. Ουσιαστικά την κυκλοφορία περιεχομένου που αντιστοιχεί μόνο στις προτιμήσεις του χρήστη αντί της δημιουργίας ενός κοινού χώρου όπου θα κυριαρχεί ο πλουραλισμός και θα προωθείται ο δημόσιος διάλογος. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί περαιτέρω για την παραγωγή τόσο ρεαλιστικών αλλά και παραποιημένων βίντεο, ήχων και εικόνων, των λεγόμενων αλλιώς «deepfakes», που μπορούν να απειλήσουν την οικονομία, να βλάψουν σημαντικά πρόσωπα, να παρεμποδίσουν την διαδικασία λήψης αποφάσεων, δημιουργώντας κλίμα πόλωσης στη δημόσια σφαίρα. Επίσης, δύναται να περιορίσει την ελευθερία του «συνέρχεσθαι» και της ειρηνικής διαμαρτυρίας, καθώς μπορεί να εντοπίζει και να αναλύει προφίλ ατόμων που ταυτίζονται με συγκεκριμένες ιδεολογίες.

---

<sup>23</sup> Τεχνητή Νοημοσύνη: Ευκαιρίες και απειλές. (2020). (διαθέσιμο στο <https://www.europarl.europa.eu/topics/el/article/20200918STO87404/techniti-noimosuni-eukairies-kai-apeiles> -τελευταία επίσκεψη 21/05/2024)

## 5. ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

### 5.1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ

Σήμερα σε μία εποχή που η ψηφιακή τεχνολογία κυριαρχεί, η εμπιστοσύνη και η αξιοπιστία προς τα μέσα ενημέρωσης αποτελούν πιο επίκαιρα θέματα από ποτέ, καθώς γίνεται ολοένα αντιληπτό ότι οι προκλήσεις που υψώνονται στην δημοσιογραφία δεν οφείλονται στις νέες τεχνολογίες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά στην απώλεια αξιοπιστίας προς τα μέσα εν γένει, παραδοσιακά και νέα. Αυτή η πτωτική τάση της αξιοπιστίας οδηγεί και σε αμφισβήτηση της βιωσιμότητά τους (Μάνιου & Παπαδοπούλου, 2019).

Παράλληλα, η Τεχνητή Νοημοσύνη γίνεται ολοένα και πιο σχετική με τις εταιρείες ειδήσεων, με βάση την ευρεία εφαρμογή και παραγωγικότητα της κερδίζει βρίσκοντας εφαρμογή πλέον σε όλους τους τομείς των μέσων. Κυμαίνονται έτσι, από τη συγκέντρωση πληροφοριών, την παραγωγή περιεχομένου και τη διανομή των μέσων μέχρι την ανάλυση των αλληλεπιδράσεων και των συμφερόντων των καταναλωτών (Heim & Chan-Olmsted, 2023). Η εμπιστοσύνη στις ειδήσεις, από τη φύση της, έχει μεγάλη σημασία για τις εταιρείες μέσων ενημέρωσης, καθώς η εμπιστοσύνη αντανakλά τις αποφάσεις των καταναλωτών υπέρ και κατά της κατανάλωσης ορισμένων μέσων (Schranz, 2018).

Η αξιοπιστία των άρθρων που δημιουργήθηκαν από την Τεχνητή Νοημοσύνη φαίνεται να είναι μεγαλύτερη από αυτή των κειμένων που γράφτηκαν από έναν άνθρωπο. Η αναγνωσιμότητα φαίνεται να είναι υψηλότερη για τα ανθρωπογραφικά κείμενα από ό,τι για τα κείμενα που γράφτηκαν με υπολογιστή ενώ οι διαφορές στην αντίληψη της αξιοπιστίας ήταν μικρές (Kolo, 2022).

Η έλλειψη εμπιστοσύνης προς τα μέσα μπορεί να αποδοθεί με τον όρο «επιδράσεις μικροεπιπέδου» καλύπτοντας κοινωνικοδημογραφικούς παράγοντες όπως φύλο, ηλικία, εκπαίδευση και εισόδημα, συγκεκριμένες στάσεις όπως πολιτικές απόψεις, βασικές κοινωνικές αξίες και συμπεριφορά χρήσης των μέσων ενημέρωσης όπως η ένταση χρήσης των μέσων ενημέρωσης, οι προτιμήσεις για διάφορες κατηγορίες μέσων (Schranz, 2018). Τα τελευταία χρόνια η διασπορά των «fake news» ή αλλιώς «ψευδών ειδήσεων», συνιστά έναν ακόμη σημαντικό λόγο απώλειας αξιοπιστίας προς τα μέσα (Μάνιου & Παπαδοπούλου, 2019).

Μάλιστα, οι Wardle and Derakhshan<sup>24</sup> (2017) διαλέγουν τον όρο «misinformation» ή αλλιώς «παραπληροφόρηση» αντί των fake news», για να αναφερθούν στις λανθασμένες πληροφορίες, που κυκλοφορούν δίχως να προκαλούν προβλήματα στο ευρύ κοινό. Η έννοια γίνεται αντιληπτή και ως «κατασκευασμένες ειδήσεις»,

---

<sup>24</sup> Wardle, Cl. and Derakhshan, H. (2017), Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking, Council of Europe Report.

δηλαδή ειδήσεις που κατασκευάζονται με τέτοιο τρόπο, ώστε να αποκτούν απήχηση σε όλο και περισσότερο κοινό, έχοντας βέβαια ως αφετηρία την πραγματικότητα.

Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση<sup>25</sup> για την ενημέρωση στο Διαδίκτυο (Digital News Report) του Ινστιτούτου Reuters για τη Μελέτη της Δημοσιογραφίας του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης όπου συμμετείχαν 2.004 άτομα από την Ελλάδα δηλαδή το 78% του πληθυσμού στη χώρα μας, φάνηκε πως όσον αφορά το μέσο που επιλέγεται για ενημέρωση καταγράφονται μεγάλες διαφορές με βάση την ηλικία. Άτομα κάτω των 35 ετών ενημερώνονται κυρίως μέσω του διαδικτύου με ποσοστό 74%, έναντι 64% των μεγαλύτερων. Η τηλεόραση αποτελεί την βασικότερη πηγή ενημέρωσης για το 30% όσων είναι άνω των 35 και μόλις για το 18% των νεότερων. Μόλις το 13% αναζητά τις ειδήσεις σε ενημερωτικές ιστοσελίδες με τους περισσότερους που τυχάνει να δουν τις ειδήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με ποσοστό 34% ή διαφορετικά αναζητούν θέματα της επικαιρότητας σε μηχανές αναζήτησης. Σχετικά με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που αποσκοπούν στην ενημέρωση, όπως η ανάγνωση, η παρακολούθηση βίντεο, ο σχολιασμός, το ποσοστό κυμαίνεται στο 46%. Το YouTube διατηρεί σταθερά τα ποσοστά του, ενώ παρατηρείται αυξημένη χρήση άλλων μέσων ανταλλαγής μηνυμάτων όπως το Viber και το Facebook Messenger για σχολιασμό και διαμοιρασμό ειδήσεων σε διαδικτυακές συνομιλίες. Παράλληλα, σημειώνεται άνοδος της χρήσης των κοινωνικών δικτύων που βασίζονται κυρίως στην εικόνα και σε προσωπικότητες δηλαδή influencers και λοιπούς επώνυμους, με το Instagram να βρίσκεται στο 18% και το TikTok στο 9%. Το Twitter στην χώρα μας διατηρεί ένα μικρό κοινό τα τελευταία χρόνια, ομοίως και σε άλλες χώρες, το οποίο συνίσταται κυρίως από πολιτικούς, δημοσιογράφους και ένα πολιτικά πολωμένο κοινό.

Η οικονομική ύφεση που έπληξε τη χώρα, στάθηκε η αφορμή για να αναδειχθεί μία βαθύτερα δομική κρίση, αυτή της αξιοπιστίας του κοινού προς τα παραδοσιακά μέσα. Η απαξίωση του κοινού και της δραματικής επιδείνωσης της οικονομικής κατάστασης των δημοσιογραφικών επιχειρήσεων λειτούργησε συνδυαστικά, επιφέροντας ριζικές ανατροπές στο ελληνικό επικοινωνιακό τοπίο, στο οποίο πλέον τα μέσα δυσκολεύονται ολοένα και περισσότερο να επιβιώσουν (Μάνιου & Παπαδοπούλου, 2019).

Η απαξίωση των μέσων, που συνιστούν τον κατεξοχήν θεσμό για τη συγκρότηση της δημόσιας σφαίρας, συνεπάγεται την απαξίωση της ουσίας της δημόσιας σφαίρας, γεγονός το οποίο έχει πλήξει την Δημοκρατία, με τον λειτουργικό της πυρήνα να αποσυντίθεται. Η αυξημένη αναξιοπιστία προς τα μέσα, όμως, δεν είναι μία μη αναστρέψιμη συνθήκη. Η ενίσχυση της αξιοπιστίας, μέσω επένδυσης στην ποιοτική δημοσιογραφία η οποία θα απαντά στις ανάγκες των πολιτών, φαίνεται να είναι η απάντηση. Εξάλλου, η ανάγκη του κοινού για «ποιοτική» δημοσιογραφία αλλά και η προθυμία τους για οικονομική υποστήριξη τέτοιου είδους πρωτοβουλιών, έχει γίνει

---

<sup>25</sup>Kalogeropoulos A., (2023). Digital News Report 2023 (διαθέσιμο στο <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/greece> -τελευταία επίσκεψη 2/6/2024).



πιο προφανής με την πρόσφατη αύξηση των συνδρομητών, που καταγράφουν παραδοσιακοί δημοσιογραφικοί οργανισμοί, όπως οι New York Times, αλλά και η δυναμική ανάδυση των δικτυακών τόπων με σκοπό την επαλήθευση των γεγονότων, το λεγόμενο «fact checking» (Ρήγου, 2014 όπως αναφέρεται στους Μάνιου & Παπαδοπούλου, 2019).

## 5.2. ΤΕΧΝΗΤΗ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΙΔΗΣΕΩΝ

Η σχέση μεταξύ τεχνολογίας και δημιουργίας περιεχομένου στις σύγχρονες αίθουσες σύνταξης αποτυπώνεται στην ακόλουθη βασική ιδέα: «Αυτή η τάση στη δημοσιογραφία αποδεικνύει τον μεταβαλλόμενο χαρακτήρα του προσωπικού της αίθουσας σύνταξης, όπου οι προγραμματιστές εργάζονται στενά με τους δημοσιογράφους και όπου οι δημοσιογράφοι γίνονται προγραμματιστές και το αντίστροφο» Zangana, A., (2017) όπως αναφέρεται στους Waleed & Mohamed, (2019).

Την τελευταία δεκαετία, η Τεχνητή Νοημοσύνη επιτρέπει, και θα επιτρέψει περαιτέρω, πιο ισχυρή μοντελοποίηση και προσομοίωση σε διάφορα επίπεδα, για παράδειγμα, η μηχανική μάθηση μπορεί πιθανώς να λειτουργήσει υπέρ της αντιμετώπισης της κλιματικής αλλαγής επιτρέποντας καλύτερες κλιματικές προβλέψεις, επεξηγώντας τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, και βοηθώντας τους φορείς να προετοιμάσουν πιο λεπτομερείς μετρήσεις (Berryhill et Al, 2019). Ενώ είναι πλέον πιο διαδεδομένη στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και στα ειδησεογραφικά πρακτορεία. Αυτή η αυξανόμενη τάση έχει προκαλέσει έντονη συζήτηση σχετικά με τον αρνητικό αντίκτυπο στη δημοσιογραφία και ιδιαίτερα στα πρότυπα ποιότητας και τις ηθικές αρχές (Noain-Sánchez, 2022). Η Τεχνητή Νοημοσύνη παρέχει εργαλεία για την κωδικοποίηση εργασιών, δημιουργώντας αποτελέσματα παρόμοια με αυτά που παράγονται από τον άνθρωπο (Túñez-López et Al, 2018 όπως αναφέρεται στον Noain-Sánchez, 2022).

Ως εκ τούτου, η υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης παρέχει ένα ευρύ φάσμα πλεονεκτημάτων στα μέσα μαζικής ενημέρωσης και στα πρακτορεία ειδήσεων, ενώ ταυτόχρονα εισάγει αλλαγές σε τουλάχιστον τρία επίπεδα: τον ρόλο των δημοσιογράφων στην παραγωγή κειμένων, την υποκατάστασή τους στην εκτέλεση ορισμένων δραστηριοτήτων και την αλληλεπίδραση με το κοινό (Gomez-Diago, 2022 όπως αναφέρεται στον Noain-Sánchez, 2022).

Ο αυτοματισμός αντικαθιστά τους δημοσιογράφους με αλγόριθμους χωρίς να είναι απειλή αλλά ένας νέος τρόπος κατασκευής της ιστορίας, όπως οι ενημερωτικές προτάσεις οποιασδήποτε πλατφόρμας. Νέες λειτουργίες, αλγόριθμοι και bots ως βοηθοί στην αποτύπωση ιστοριών και βελτιώσεων βρίσκονται στο επίκεντρο. Η χρήση τεχνητής νοημοσύνης στην παραγωγή ειδήσεων εμφανίζει περιπτώσεις με ολική αντικατάσταση της ανθρώπινης παρέμβασης κατά την παραγωγή ειδήσεων. Οι μηχανές έχουν αφήσει πίσω τους το να αποτελούν «στήριγμα» αφού πλέον είναι



υπεύθυνες για την εκτέλεση κάθε εργασίας. Η δημοσιογραφία χωρίς «καθ' υπόσταση ανθρώπους» δημοσιογράφους είναι ήδη δυνατή (Túñez-Lopez et Al, 2019).

Το Διαδίκτυο προκαλεί την αναδιάρθρωση των μέσων ενημέρωσης, την εμφάνιση νέων πλατφορμών και την ενσωμάτωση της υπερκειμενικότητας, της διαδραστικότητας και των πολυμέσων στο δημοσιογραφικό προφίλ. Παράλληλα με τις αλλαγές σε προϊόντα και πλατφόρμες, η τεχνολογική ανάπτυξη εισέρχεται στη δημιουργία περιεχομένου και τη σύνταξη ειδήσεων βάσει αλγόριθμων που δημιουργούνται από υπολογιστές (Túñez-Lopez et Al, 2019).

Δεδομένου ότι η παραγωγή και η διανομή της δημοσιογραφίας είναι ένα περίπλοκο κοινωνικοτεχνικό σύστημα, είναι αναπόφευκτο ότι οποιαδήποτε προσπάθεια να διαταραχθεί το status quo με την εισαγωγή αυτοματισμού και/ή τεχνητής νοημοσύνης θα συναντήσει κάποια μορφή αντίστασης: *«Υπάρχει ένα φυσικό προστατευτικό έναντι της υιοθέτησης αυτής της τεχνολογίας. Κάποια από αυτά είναι ανθρώπινα και οργανωτικά. Κάποια από αυτά είναι τεχνικά. Ορισμένοι ειδησεογραφικοί οργανισμοί δεν διαθέτουν καν σύγχρονη υποδομή πληροφορικής ή διαθέτουν ΣΔΠ [συστήματα διαχείρισης περιεχομένου] που είναι πολύ παλιά. Υπάρχουν τόσα πολλά πράγματα που πρέπει πρώτα να τακτοποιήσουν πριν καν σκεφτούν την Τεχνητή Νοημοσύνη»* (Simon, 2024:20).

Οι τεχνολογικοί μετασχηματισμοί στο χώρο της δημοσιογραφίας είναι άρρηκτα συνυφασμένοι με τον μετασχηματισμό του περιβάλλοντος των μέσων (Waleed & Mohamed, 2019). Η τεχνητή δημοσιογραφία που προκύπτει σήμερα δεν λειτουργεί άμεσα σε μια πραγματικότητα που ορίζεται από γεγονότα, αλλά μια κωδικοποιημένη πραγματικότητα, πάνω στην οποία λειτουργούν οι αλγόριθμοι, η οποία αντλεί ενδιαφέρον από τέσσερις πτυχές, την ικανότητα της τεχνητής νοημοσύνης να αντικαταστήσει το γνωστικό μέρος των δημοσιογραφικών πρακτικών και να το κωδικοποιήσει αλγοριθμικά, τη διαδικασία επεξεργασίας βάσεων δεδομένων, τους κανόνες για την κατασκευή αλγορίθμων και την εμπλοκή των ρομπότ στην πιθανή δημιουργία ψευδών ειδήσεων (Túñez-Lopez et Al, 2019).

Σταδιακά οι τεχνολογίες Τεχνητής Νοημοσύνης και πιο συγκεκριμένα η μηχανική μάθηση, αξιοποιούνται σε μεγάλο βαθμό από τα μέσα σχεδόν σε όλα τα στάδια της ειδησεογραφικής παραγωγής, με αφετηρία την δημοσιογραφική έρευνα και καταλήγοντας στην συγκέντρωση, την επεξεργασία και τη διασταύρωση των δεδομένων (Σαρίδου & Δημούλας, 2024).

Η Τεχνητή Νοημοσύνη δεν δεσμεύεται απαραίτητα από την ανθρώπινη γνώση, προσδοκίες, παραδόσεις, κανόνες, αξίες ή πεποιθήσεις. Για πρώτη φορά η γνώση μπορεί να προέρχεται από εξωτερικά βιολογικά δημιουργούμενες ή προερχόμενες ιδέες. Ο σημερινός κόσμος περιγράφεται με όρους αστάθειας, αβεβαιότητας, πολυπλοκότητας και ασάφειας αλλά η Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί να εισαγάγει νέες και πιο ισχυρές δυνατότητες με σχετικά χαμηλό κόστος και διαθέσιμες όχι μόνο σε κυβερνήσεις και μεγάλες εταιρείες, αλλά και σε μεμονωμένους καταναλωτές (Berryhill et Al, 2019).

Συνολικά, παρατηρείται μια ποσοτική στροφή στη δημοσιογραφία με τις ποσοτικές μορφές να έχουν γίνει πιο διαδεδομένες στη σύγχρονη δημοσιογραφία ενώ η νέα μορφολογία μπορεί να θεωρηθεί ως διαδικασία μετασχηματισμού που αντιμετωπίζει σήμερα η δημοσιογραφία όχι μόνο στο επίπεδο των βασικών σταδίων παραγωγής και κατανάλωσης ειδήσεων, αλλά επηρεάζει επίσης τη δημοσιογραφία στον πυρήνα της (Waleed & Mohamed, 2019).

Η εμπλοκή της τεχνητής νοημοσύνης στην δημοσιογραφική πρακτική έχει επηρεάσει και την δημοσιογραφία δεδομένων δημιουργώντας χρήσιμες πληροφορίες προερχόμενες από δεδομένα, γραφή άρθρων βάσει των πληροφοριών και ενσωμάτωσης οπτικοποιήσεων στα άρθρα που βοηθούν τους αναγνώστες να κατανοήσουν την σημασία της εκάστοτε ιστορίας. Την αλγοριθμική δημοσιογραφία όπου ορίζεται ως η καινοτόμα επεξεργασία που πραγματοποιείται στη διασταύρωση μεταξύ δημοσιογραφίας και τεχνολογίας δεδομένων. Την αυτοματοποιημένη δημοσιογραφία, όπου με αυτόν τον όρο τονίζεται η αυξανόμενη ποσότητα περιεχομένου που παράγεται αυτόματα και μέσω τεχνολογιών που αναπτύσσονται από παρόχους αυτοματοποιημένων λύσεων περιεχομένου. Με άλλα λόγια, αλγοριθμικές διαδικασίες που μετατρέπουν δεδομένα σε αφηγηματικά ειδησεογραφικά κείμενα με σχεδόν μηδενική ανθρώπινη παρέμβαση πέρα από τον αρχικό προγραμματισμό. Την δημοσιογραφία με γνώμονα μετρήσεις, που αναφέρεται στις ποικίλες προσπάθειες να κατανοηθούν τα ψηφιακά ίχνη ενός συνεχώς αυξανόμενου κοινού με τη δυνατότητα να επηρεασθούν οι διαδικασίες λήψης αποφάσεων σε όλα τα στάδια της διαδικασίας παραγωγής ειδήσεων (Waleed & Mohamed, 2019).

### 5.3. Η ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΤΕΧΝΗΤΗΣ ΝΟΗΜΟΣΥΝΗΣ: ΣΥΜΒΙΩΤΙΚΗ Η ΑΠΕΙΛΗΤΙΚΗ

Οι δημοσιογράφοι έχουν μερίδιο στην νέα μορφή δημοσιογραφίας που προκύπτει από την εμπλοκή της τεχνητής νοημοσύνης στην παραδοσιακή δημοσιογραφία, αλλά και κάποιες σχετικές και ισχυρές κοινωνικές ομάδες έχουν επίσης έννομα συμφέροντα στις αυτοματοποιημένες ειδήσεις. Εκδότες, διαχειριστές ειδήσεων, προγραμματιστές, στελέχη μέσων ενημέρωσης, διαφημιστές, το γενικό κοινό ή συγκεκριμένες ομάδες εντός αυτών, παραγωγοί δεδομένων, καθώς και εκείνοι που διαμεσολαβούν μεταξύ παραγωγών και χρηστών δεδομένων (Lemelshtich Latar N., 2018). Η διαφάνεια, η δημιουργικότητα και η συμπερίληψη περικλείουν το μέλλον της δημοσιογραφίας. Οι δημοσιογράφοι είναι ικανοί να χρησιμοποιήσουν την τεχνολογία για την παραγωγή πιο ποιοτικών άρθρων, σε λιγότερο χρόνο. Τα απλά γεγονότα μπορούν να ελεγχθούν αμέσως και οι ιστορίες δεν χρειάζεται πλέον να αποτελούνται από απλό κείμενο, με μία ή δύο εικόνες. Οι δημοσιογράφοι μπορούν να χρησιμοποιήσουν μια ποικιλία μέσων για να κατασκευάσουν μια ζωντανή ιστορία, η οποία με τη σειρά της θα προσελκύσει τους αναγνώστες πιο γρήγορα και πιο εύκολα από μια σελίδα περιορισμένου κειμένου (Lemelshtich Latar, 2018).

Το δημοσιογραφικό τοπίο έχει υποστεί ραγδαίους και πρωτόγνωρους μετασχηματισμούς, λόγω της καινοτομίας της τεχνητής νοημοσύνης. Δεν αποτελεί έκπληξη, λοιπόν, ότι αυτή η εξέλιξη εγείρει ερωτήματα σχετικά πιθανές επιπτώσεις για το μέλλον των δημοσιογράφων, ιδιαίτερα με την αυτοματοποιημένη παραγωγή περιεχομένου (Waleed & Mohamed, 2019). Υπογραμμίζεται επίσης η ανησυχία σχετικά με το κόστος που συνεπάγεται η ανάπτυξη και η ενσωμάτωση εξατομικευμένων συστημάτων τεχνητής νοημοσύνης στις αίθουσες σύνταξης και το θέμα της ηθικής. Ωστόσο, δεν λείπουν και τα θετικά στοιχεία της εμπλοκής της τεχνητής νοημοσύνης στην δημοσιογραφική πρακτική, συμπεριλαμβανομένου του ελεύθερου χρόνου των δημοσιογράφων να συνεχίσουν άλλες ιστορίες και να εμβαθύνουν στις έρευνές τους, καθώς και η πιθανότητα ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη θα μπορούσε να βοηθήσει να ξεπεραστούν οι ανησυχίες τόσο των δημοσιογράφων όσο και του κοινού τους σχετικά με τις ψευδείς ειδήσεις και την αξιοπιστία των πηγών ειδήσεων (Demmar & Nef, 2023).

Όσοι ερευνούν την επίδραση της τεχνητής νοημοσύνης στη σημερινή δημοσιογραφία προσπαθούν να καθησυχάσουν τους δημοσιογράφους ότι οι δουλειές τους δεν απειλούνται, επισημαίνοντας τα πιθανά οφέλη που αναμένεται να προκύψουν από την εισαγωγή περισσότερης τεχνητής νοημοσύνης στα δημοσιογραφικά γραφεία (Demmar & Nef, 2023). Ερευνητές έχουν επισημάνει πως είναι κρίσιμος ο ορισμός των δεξιοτήτων των δημοσιογράφων καθώς ο ανταγωνισμός μεταξύ αλγόριθμου και δημοσιογράφου δεν είναι ιδιαιτέρως ευνοϊκός για τους δεύτερους αλλά ταυτόχρονα δεν έχει νόημα, καθώς τα διαθέσιμα εργαλεία πρέπει να αξιοποιηθούν έτσι ώστε να πετύχουν διεύρυνση των οριζόντων του επαγγέλματος και όχι να θεωρηθούν αφορμή για ανταγωνισμό. Αυτή η συμβίωση στοχεύει στην ορθή αξιοποίηση της αυτοματοποίησης για την αύξηση της παραγωγικότητας και την κάλυψη των

αδυναμιών των παραδοσιακών δημοσιογραφικών πρακτικών (Κοτενίδης & Βέγλης, 2024).

Το μέλλον των δημοσιογράφων σχολίασε ο ιδρυτής της Google News, Κρίσνα Μπάρατ<sup>26</sup>, σημειώνοντας ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη θα προσφέρει σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης στους δημοσιογράφους καθιστώντας πως δεν θα καταλήξουν άνεργοι. «*Νομίζω ότι η ανάπτυξη της τεχνολογίας θα βελτιώσει τη δημοσιογραφία, διευρύνοντας τη θεματολογία και εμβαθύνοντας στο περιεχόμενο*», αναφέρει μεταξύ άλλων αναφέροντας πως οι δεξιότητες των δημοσιογράφων θα εμπλουτιστούν περαιτέρω λόγω της ανάγκης για μεγαλύτερη αλληλεπίδραση με πρότυπα τεχνητής νοημοσύνης.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν ομάδες ερευνητών οι απόψεις των οποίων δίδονται για το μέλλον των επαγγελματιών δημοσιογράφων. Η πρώτη ομάδα πιστεύει ότι η τεχνολογία δεν μπορεί να αντικαταστήσει τους ανθρώπους δημοσιογράφους και δεν θα απειλήσει το επαγγελματικό τους μέλλον, με βάση έναν βασικό δείκτη που σχετίζεται με τη φύση των τρεχουσών εργασιών που εκτελεί ο αλγόριθμος, χωρίς να ξεπερνούν τις συνήθεις εργασίες της συλλογής και παρουσίασης των πληροφοριών (Jan Et Al, 2021).

Η δεύτερη ομάδα ερευνητών επιβεβαίωσε ορισμένες ανησυχίες υποστηρίζοντας ότι τα έξυπνα ρομπότ θα αντικαθιστούσαν αναμφίβολα τους δημοσιογράφους. Η ανάγκη του κοινού είναι πιο σημαντική από τη δουλειά του δημοσιογράφου: αντί να βλέπουμε την τεχνολογία ως απειλή, θα πρέπει να τη βλέπουμε ως μια μορφή ανταγωνισμού. Η ανάγκη του κοινού έχει καλυφθεί από μια μηχανή εξυπνότερη ενός ανθρώπου. Επίσης, η οικονομική διάσταση της τεχνητής νοημοσύνης ως προ την αύξηση της κερδοφορίας και της αποτελεσματικότητας με αντάλλαγμα τη μείωση του κόστους (συμπεριλαμβανομένων των μισθών των ανθρώπων που εργάζονται), καθώς είναι ένα από τα κίνητρα πίσω από την τεχνολογική καινοτομία (Serdouk & Bessam, 2023).

Η τρίτη και τελευταία ομάδα ερευνητών υποστηρίζει ότι η σχέση μεταξύ των έξυπνων ρομπότ και των ανθρώπων δημοσιογράφων περισσότερο ενοποιητική είναι παρά ανταγωνιστική. Ο δημοσιογράφος θα κερδίσει και θα στηριχθεί εάν αυτά τα ρομπότ εκτελούν συνήθως συνηθισμένες εργασίες για αυτόν που συνήθως βρίσκει βαρετές (Serdouk & Bessam, 2023).

Παράλληλα, αξίζει να αναφερθεί πως υπάρχουν πλεονεκτήματα για τους δημοσιογράφους που δημιουργούν σημαντικές ευκαιρίες για αυτούς. Σύμφωνα με τον Lemelshtrich Latar N<sup>27</sup>, οι αλγόριθμοι τεχνητής νοημοσύνης δεν μπορούν να κατανοήσουν ή να εκφράσουν σύνθετα ανθρώπινα συναισθήματα και κοινωνικές αξίες με υπολογιστικούς όρους. Μία από τις πιο σημαντικές λειτουργίες της

---

<sup>26</sup> Παπαναστασίου Μ., (2019). Η Τεχνητή Νοημοσύνη και το μέλλον των ΜΜΕ με τα «μάτια» του Κρίσνα Μπάρατ (διαθέσιμο στο <https://www.kathimerini.gr/society/1028815/i-techniti-noimosyni-kai-to-mellon-ton-mme-me-ta-matia-toy-krisna-mparat/> -τελευταία επίσκεψη 30/5/2024).

<sup>27</sup> Lemelshtrich Latar N., (2018). Robot Journalism, Can Human Journalism Survive? Interdisciplinary Center Herzliya, Israel. <https://doi.org/10.1142/10913>

ανθρώπινης δημοσιογραφίας είναι να προειδοποιεί την κοινωνία για πιθανούς κινδύνους που συνδέονται με περιβαλλοντικές και κοινωνικές αλλαγές για την επιβίωση του κοινωνικού συστήματος. Οι αλγόριθμοι τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να βοηθήσουν την ανθρωπότητα να παρακολουθεί, σε μεγάλη κλίμακα, φαινόμενα που μπορεί να απειλούν την ανθρωπότητα, δεν μπορούν να κατανοούν και να παρακολουθούν απροσδόκητες ανησυχητικές εξελίξεις. Οι αλγόριθμοι τεχνητής νοημοσύνης επηρεάζονται εγγενώς από τις αξίες και τις προκαταλήψεις των σχεδιαστών τους. Εδώ έγκειται ο ρόλος των δημοσιογράφων να κατανοήσουν τις αρχιτεκτονικές αυτών των αλγορίθμων και των αυτόματων διαδικασιών και να εντοπίσουν τις αδυναμίες τους. Ακόμη, δεν δύνανται να γράφουν απόψεις. Μπορούν να παράγουν νέα γνώση κατόπιν επικύρωσης αλλά δεν μπορούν να μετατρέψουν τη γνώση σε προτάσεις πολιτικής ή προτάσεις για αλλαγή.

Η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει αλλάξει τον τρόπο που οι δημοσιογράφοι αλληλεπιδρούν με τον κόσμο έξω από την αίθουσα σύνταξης, καθώς και ευκολότερη διαχείριση των συντακτικών εργασιών, δίνοντας τη δυνατότητα στους δημοσιογράφους για την ανάλυση δεδομένων από πολλαπλές πηγές, εκτός από τη μετατροπή προφορικών λέξεων σε κείμενα, τη μετατροπή κειμένων σε ήχο και βίντεο, καθώς και ανάλυση των εικόνων και την ταξινόμησή τους. Έχει συμβάλλει στην καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων μέσω χρήσης έξυπνου λογισμικού. (Waleed & Mohamed, 2019).

Η τεχνολογική ανάπτυξη των ψηφιακών μέσων, όχι μόνο αποδυναμώνει το εταιρικό συναίσθημα των επαγγελματιών, έχει συμβάλει στην ενίσχυση της ταυτότητάς τους. Οι δημοσιογράφοι αντιλαμβάνονται τους εαυτούς τους ως μια αυτόνομη, αυτορρυθμιζόμενη ομάδα που εκπληρώνει μια λειτουργία δημόσιας υπηρεσίας με αμερόληπτο και ουδέτερο τρόπο. Ανήκει σε οργανισμούς που μοιράζονται κοινούς στόχους και των οποίων η αποστολή είναι η παραγωγή πρωτογενών πληροφοριών και οι οποίοι λαμβάνουν υπόψη την ακρίβεια, την αντίθεση και την πολλαπλότητα των πηγών, καθώς και την διάκριση μεταξύ γεγονότων και απόψεων, ως μερικά από τα διακριτικά χαρακτηριστικά του επαγγέλματός τους (Peña-Fernández et Al, 2023).

#### 5.4. ΟΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ

Οι επαγγελματίες θεωρούν ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη και το αυτοματοποιημένο περιεχόμενο θέτουν σε κίνδυνο την ακεραιότητα του επαγγέλματος, σε αυτό ίσως συνέβαλλε, τουλάχιστον εν μέρει, η απεικόνιση της αντικατάστασης που προέκυψε από την επαναλαμβανόμενη «ανθρωπόμορφη» εικόνα που συχνά απεικονίζει την εμφάνιση «ρομπότ δημοσιογράφων» ή τον περιορισμένο ρόλο που αποδίδεται στους επαγγελματίες της επικοινωνίας σε μια διαδικασία που συλλαμβάνεται από μια τεχνοκεντρική οπτική. Η σημασία της στάσης των επαγγελματιών δεν είναι άσχετη, καθώς ο ψηφιακός μετασχηματισμός έδειξε, μεταξύ άλλων, ότι η προσαρμογή των καινοτομιών στις αίθουσες ειδήσεων, εκτός από τις βιομηχανικές και οικονομικές προκλήσεις, χρειάστηκε επίσης να αντιμετωπίσει την έλλειψη

κατάρτισης των επαγγελματιών ή την αντίστασή τους στην αλλαγή (Peña-Fernández et Al, 2023).

Σε κάθε περίπτωση, οι δημοσιογράφοι εκδηλώνουν ανησυχία για τον αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης στους πολίτες και εκφράζουν σε μεγάλο βαθμό την επιθυμία τους να διατηρήσουν τον έλεγχο σε όλα τα στάδια της παραγωγής ειδήσεων (Wu et Al, 2019 όπως αναφέρεται στον Peña-Fernández et Al, 2023).

Τα συναισθήματα των δημοσιογράφων εκφράζονται από δύο ομάδες αυτών – η διάκριση γίνεται μεταξύ του τρόπου με τον οποίο οι δημοσιογράφοι και οι άνθρωποι από τον τομέα της τεκμηρίωσης αγκαλιάζουν την τεχνολογία (Noain-Sánchez, 2022)- αυτή των αισιόδοξων και εκείνη των απαισιόδοξων. Παρά την αυξανόμενη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στους ειδησεογραφικούς οργανισμούς, οι αισιόδοξοι υποστηρίζουν ότι αυτές οι τεχνολογίες θα ενισχύσουν, αντί να αντικαταστήσουν, τη δουλειά των δημοσιογράφων, υπονοώντας ότι οι αλγόριθμοι τεχνητής νοημοσύνης δεν πρόκειται να αντικαταστήσουν πλήρως τους ανθρώπινους δημοσιογράφους στις αίθουσες σύνταξης στο εγγύς μέλλον (Waleed & Mohamed, 2019).

Σύμφωνα με τους απαισιόδοξους, η σημερινή δημοσιογραφική κοινωνία αντιμετωπίζει μια σειρά από πιθανές προκλήσεις όσον αφορά τους κινδύνους για την απασχόληση. Ως εκ τούτου, υπάρχουν πολλές πρακτικές ανησυχίες που απειλούν το μέλλον των δημοσιογράφων ιδιαίτερα στο πλαίσιο του ολοένα και πιο κυρίαρχου ρόλου των αλγορίθμων στις μεγάλες ειδησεογραφικές εταιρείες και τη συνακόλουθη αντικατάστασή των δημοσιογράφων από μη ανθρώπινους συναδέλφους τους (Kirley, 2016). Η ανάγκη για ανθρώπινη παρουσία στην αίθουσα σύνταξης συρρικνώνεται, όπου οι ρεπόρτερ δεν θα είναι πλέον η μοναδική πηγή ειδήσεων. Σε αυτό το πλαίσιο, αυξάνονται οι ανησυχίες για την εισαγωγή των ρομπότ που σημαίνει την πιθανότητα οι δημοσιογράφοι να χάσουν απλώς τη δουλειά τους οδηγώντας σε μεγάλης κλίμακας ανεργία στο εγγύς μέλλον καθώς και πιέσεις που σχετίζονται με την απόκτηση δημοσιογράφων ψηφιακών δεξιοτήτων και μαθησιακού προγραμματισμού (Waleed & Mohamed, 2019).

## 6. ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

### 6.1 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Για την υποστήριξη της διπλωματικής εργασίας που αναφέρεται στην Τεχνητή Νοημοσύνη και την παραπληροφόρηση, τις προκλήσεις και τις προοπτικές που δημιουργεί η σχέση αυτή στην δημοσιογραφία, επιλέχθηκε η διεξαγωγή ποσοτικής έρευνας. Η ποσοτική μέθοδος αναφέρεται στις αντικειμενικές μετρήσεις, στη στατιστική και αριθμητική ανάλυση των υπό μελέτη ερευνητικών δεδομένων. Τα δεδομένα της συγκεκριμένης έρευνας συλλέχθηκαν μέσω του διαμοιρασμού ερωτηματολογίου σε φοιτητές Δημοσιογραφίας και Μαζικής Ενημέρωσης στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Η ποσοτική μέθοδος επικεντρώνεται στις αντικειμενικές μετρήσεις, στη στατιστική και μαθηματική ανάλυση των ερευνητικών δεδομένων. Τα ερευνητικά δεδομένα προκύπτουν κατόπιν συλλογής μέσω δημοσκοπήσεων, ερωτηματολογίων ή ερευνών. Σκοπός είναι η ερμηνεία των φαινομένων που επιχειρούμε να προσεγγίσουμε και να ερευνήσουμε (Παπαγεωργίου, 1998).

Η ποσοτική μέθοδος διακρίνεται σε τέσσερα είδη, αυτά είναι η πειραματική, δειγματοληπτική, δευτερογενής έρευνα και η ανάλυση περιεχομένου. Χαρακτηρίζονται από μια σταθερή μορφή, δυνατότητα σύνδεσης δύο ή παραπάνω χαρακτηριστικών για μεγάλο αριθμό περιπτώσεων, ανάδειξη τάσεων, έρευνα με δείγμα σημαντική μερίδα του πληθυσμού θέτοντας υπό αυστηρό έλεγχο τις υποθέσεις, ανεύρεση γενικών τάσεων και επαλήθευση θεωρητικών υποθέσεων, έμφαση στη μέτρηση θεωρητικών εννοιών μέσω εργαλείων όπως το τυποποιημένο ερωτηματολόγιο και η επικέντρωση σε συγκεκριμένα ερωτήματα που μεταφράζονται στη σύνδεση συγκεκριμένων μεταβλητών (Παπαγεωργίου, 1998).

Η ποσοτική μέθοδος επιδιώκει τον προσδιορισμό της σχέσης που αναπτύσσεται μεταξύ ανεξάρτητων και εξαρτημένων μεταβλητών εντός μιας πληθυσμιακής ομάδας. Τα ερευνητικά σχέδια μπορεί να είναι πειραματικά ή περιγραφικά, η περιγραφική μελέτη καθορίζει τις υπό ανάπτυξη σχέσεις ανάμεσα σε διαφορετικές μεταβλητές ενώ η πειραματική εστιάζει στον ορισμό της αιτιότητας. Η ποσοτική έρευνα διαπερνά ποικίλα θέματα που αναφέρονται τόσο στην αντικειμενική στάση όσο και στη λογική και τους αριθμούς με την προσοχή να μετατίθεται και σε αμετάβλητα δεδομένα (Creswell, 2016).

Η δημιουργία του ερωτηματολογίου ακολούθησε τον ίδιο τρόπο με τον οποίο δημιουργήθηκε η παρούσα εργασία. Οι ερωτήσεις βασίστηκαν σε μια λογική διαδοχή, ξεκινώντας αρχικά με ερωτήματα γύρω από την έννοια της Τεχνητής Νοημοσύνης, την χρήση της από τους ερωτώμενους στην καθημερινότητά τους, τις γνώσεις τους γύρω από τις ψευδείς ειδήσεις και την πιθανή ύπαρξη σχέσης μεταξύ των εννοιών αυτών, για να καταλήξουμε σε συμπεράσματα. Αν δηλαδή η Τεχνητή

Νοημοσύνη συνεισφέρει στην διασπορά ψευδών ειδήσεων και αν συνιστά απειλή για τους δημοσιογράφους.

## 6.2 ΔΕΙΓΜΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το δείγμα της έρευνάς μας είναι οι φοιτητές και οι φοιτήτριες του τμήματος Δημοσιογραφίας και Μαζικής Ενημέρωσης του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, οι οποίοι κλήθηκαν να απαντήσουν σε 21 ερωτήσεις ως «εν δυνάμει δημοσιογράφοι». Για τη συλλογή δεδομένων, χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο που διατέθηκε μέσω Google Forms. Σε αυτή την έρευνα, διατυπώθηκαν 21 σαφείς ερευνητικές ερωτήσεις με ακρίβεια, με σκοπό οι συμμετέχοντες να δώσουν αντικειμενικές απαντήσεις. Το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από τους φοιτητές σε δύο διαλέξεις, οι οποίες μεσολάβησαν σε διάστημα περίπου μίας εβδομάδας. Τα δεδομένα της έρευνας παρουσιάζονται ως στατιστικά στοιχεία και αριθμούς, είναι οργανωμένα σε πίνακες και γραφήματα καθώς και σε μορφή ενιαίου κειμένου όπου αναλύονται τα ποσοστά που αναγράφονται στα γραφήματα. Η έρευνα συμβάλλει σε μια ευρύτερη γενίκευση των εννοιών της Τεχνητής Νοημοσύνης και της παραπληροφόρησης, της χρήσης της πρώτης από τους φοιτητές και εστιάζοντας δηλαδή στις μεταξύ τους αναπτυσσόμενες σχέσεις.

## 6.3 ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ

Για να μελετήσουμε την εξοικείωση των φοιτητών δημοσιογραφίας με την Τεχνητή Νοημοσύνη και τις παραμέτρους της, επιλέχθηκε η δειγματοληπτική έρευνα. Αυτή επικεντρώνεται στη συλλογή διάφορων χαρακτηριστικών, στάσεων αλλά και παρατηρήσεων μιας συγκεκριμένης ομάδας ατόμων. Το δείγμα της έρευνας είναι 22 φοιτητές, 22 «εν δυνάμει δημοσιογράφοι» οι οποίοι αυτοβούλως απάντησαν στα ερωτηματολόγιο.

Για την υλοποίηση αυτής της έρευνας επιλέχθηκε περιγραφική έρευνα. Στόχος ήταν να καταγραφούν οι απόψεις, οι τάσεις, αλλά και η εμπειρία των φοιτητών δημοσιογραφίας σε ό,τι αφορά την Τεχνητή Νοημοσύνη και την παραπληροφόρηση. Οι ερωτήσεις εκτός από τις γενικές που αφορούν στην ηλικία, στο φύλο και στην εκπαίδευση, είναι εξειδικευμένες γύρω από την σύσταση των επιμέρους εννοιών που μελετάμε σε αυτή την εργασία, ώστε με κάθε τρόπο να φανερωθούν και οι μεταξύ τους σχέσεις όπου υπάρχουν. Οι ερωτήσεις της έρευνας δεν μένουν σε ένα είδος καθώς υπάρχουν τόσο κλειστού όσο και ανοιχτού τύπου, οι φοιτητές κλήθηκαν να απαντήσουν τόσο με «ΝΑΙ» ή «ΟΧΙ» αντίστοιχα όσο και με δυνατότητα μικρής ανάπτυξης της απάντησής τους σε λίγες γραμμές.

Επιπλέον, χρησιμοποιήθηκαν απαντήσεις σε μορφή διαβαθμιστικής επιλογής και πολλαπλών επιλογών, καθιστώντας το ερωτηματολόγιο ενδιαφέρον και



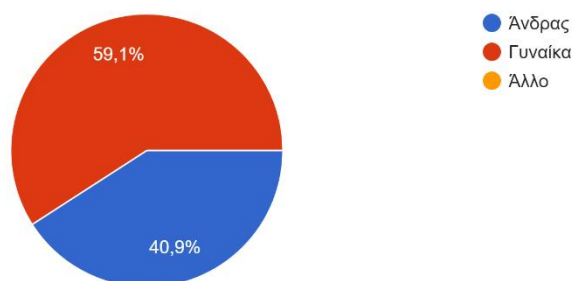
πολυδιάστατο. Το ερωτηματολόγιο κατασκευάστηκε με τέτοιο τρόπο ώστε να βρουν απαντήσεις τα ερευνητικά ερωτήματα που έχουμε θέσει. Το δε δείγμα της έρευνας απαντά με σαφήνεια, ώστε τα αποτελέσματα να αντικατοπτρίζουν τις απόψεις και τις τάσεις των νέων εν δυνάμει δημοσιογράφων. Οι ερωτήσεις ενσωματώθηκαν στο ερωτηματολόγιο με την κατάλληλη σειρά και αλληλουχία, ώστε η συμπλήρωσή τους να φαίνεται λογική να μην προκαλεί σύγχυση στον αναγνώστη και ερωτηθέντα. Το ερωτηματολόγιο ήταν ανώνυμο χωρίς να κοινοποιηθεί το email των συμμετεχόντων προκειμένου να εξασφαλισθεί η ανωνυμία στις απαντήσεις τους και να εκφέρουν τις απόψεις τους με αντικειμενικότητα και ειλικρίνεια. Η διάρκεια συλλογής των απαντήσεων πραγματοποιήθηκε σε διάστημα περίπου 9 ημερών, από δύο διαφορετικές διαλέξεις, για την ακρίβεια από τις 13 Νοεμβρίου έως τις 22 Νοεμβρίου.

#### 6.4 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Έχοντας ως εργαλείο μελέτης το ερωτηματολόγιο που σχεδιάστηκε ειδικά για τους φοιτητές δημοσιογραφίας του ΑΠΘ και εν δυνάμει μελλοντικούς δημοσιογράφους, σκοπός της έρευνας είναι η ανακάλυψη της σχέσης ή μη της Τεχνητής Νοημοσύνης με την παραπληροφόρηση και κατά πόσο αυτή η σχέση απειλεί το δημοσιογραφικό επάγγελμα και την φύση της δουλειάς των δημοσιογράφων εν γένει.

**Φύλο και αριθμός συμμετεχόντων.** Συμμετείχαν 22 φοιτητές. Το 59,1% δηλαδή οι 13 συμμετέχοντες ήταν γυναίκες και το 40,9% δηλαδή οι 9 ήταν άντρες. Στην επιλογή «άλλο» δεν καταγράφηκε κάποια απάντηση.

Ποιο είναι το φύλο σας;  
22 απαντήσεις

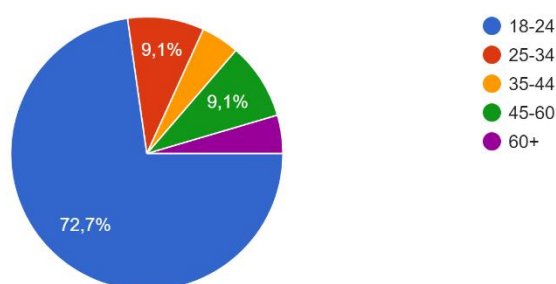


Εικόνα 1. Κατανομή των συμμετεχόντων βάσει φύλου.

**Η ηλικία των συμμετεχόντων.** Στην ερώτηση ποια είναι η ηλικία σας, το 72,7% δηλαδή οι 16 είναι μεταξύ των 18-24, το 9,1% δηλαδή 6 άτομα ανήκουν στην ομάδα των 25-34 παρόμοια και όσοι ανήκουν στην ομάδα 45-60 με ποσοστό 9,1%. Ένα

άτομο με ποσοστό 4,5% ήταν 35-44 ενώ ένα άτομο με ίδιο ποσοστό ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 60+. Το δείγμα μας λοιπόν κινήθηκε μεταξύ όλων των ηλικιακών ομάδων.

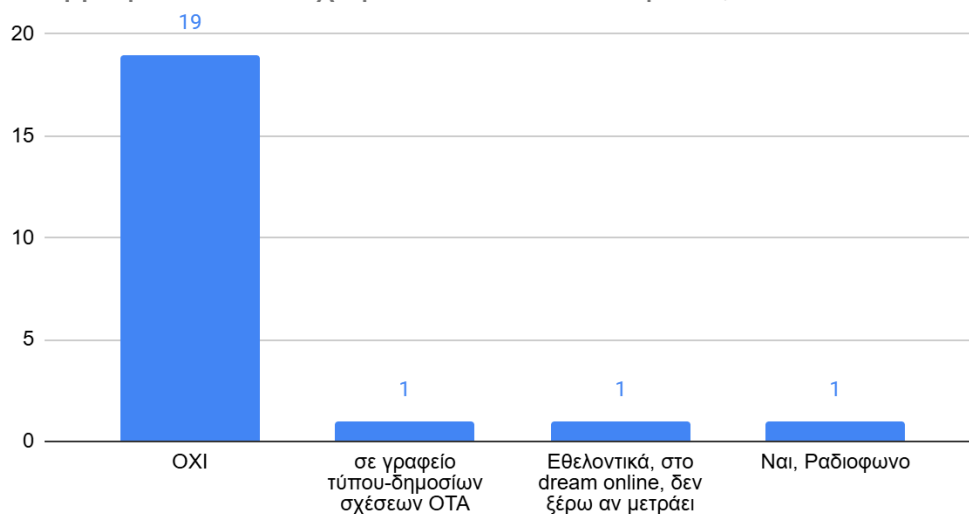
Ποια είναι η ηλικία σας;  
22 απαντήσεις



Εικόνα 2. Κατανομή συμμετεχόντων βάσει ηλικίας.

**Ενασχόληση με την δημοσιογραφία:** Το 4,5% δηλαδή ένα άτομο ασχολείται εθελοντικά σε ένα δημοσιογραφικό site, παρομοίως ένα άτομο ακόμη δουλεύει σε ραδιόφωνο ενώ ένα ακόμη άτομο σε γραφείο δημοσίων σχέσεων με ποσοστό 4,5% καθείς. Οι υπόλοιποι 19 δεν ασχολούνται επαγγελματικά.

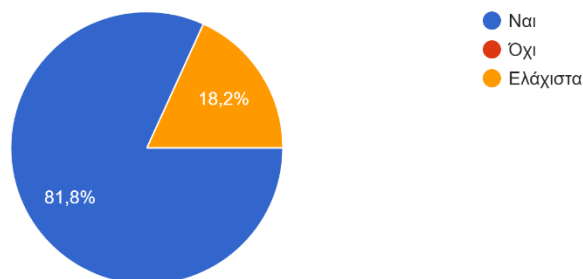
Πέρα των σπουδών σας στη δημοσιογραφία, ασχολείστε και επαγγελματικά στον χώρο και αν ναι σε τί μέσο;



Εικόνα 3. Μέτρηση επαγγελματικής ενασχόλησης με την δημοσιογραφία.

**Γνώσεις περί Τεχνητής Νοημοσύνης:** Το 81,8% δηλαδή 18 άτομα απάντησαν ΝΑΙ και τα υπόλοιπα 4 με ποσοστό 18,2% γνώριζαν ελάχιστα.

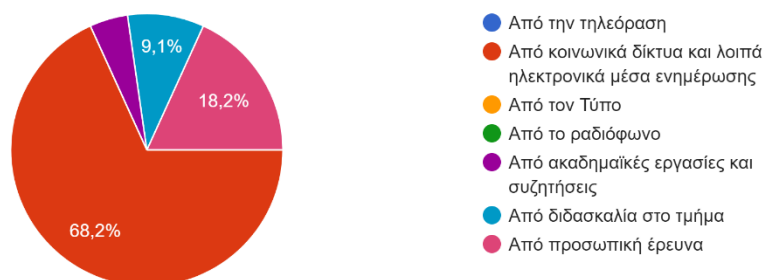
Γνωρίζετε τί είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη;  
22 απαντήσεις



Εικόνα 4. Μέτρηση γνώσης περί Τεχνητής Νοημοσύνης

**Πηγές πληροφόρησης για την Τεχνητή Νοημοσύνη:** Τα 15 άτομα εκ των ερωτηθέντων δηλαδή το 68,2% γνωρίζει από τα κοινωνικά δίκτυα και τα υπόλοιπα ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης. Από προσωπική έρευνα έχουν ενημερωθεί 4 άτομα με ποσοστό 18,2%, με 9,1% δηλαδή 2 άτομα έχουν ενημερωθεί από διδασκαλίες του τμήματος του, ενώ ένα άτομο με 4,5% από ακαδημαϊκές εργασίες και συζητήσεις.

Εάν γνωρίζετε τί είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη, αναφέρετε τον τρόπο που την γνωρίσατε.  
22 απαντήσεις

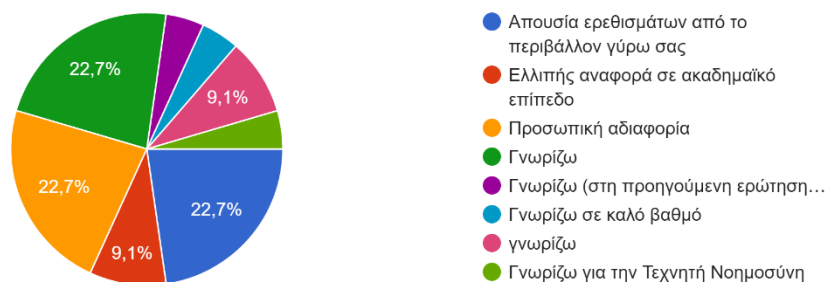


Εικόνα 5. Αναφορά πηγών ενημέρωσης για την ΤΝ.

**Λόγοι άγνοιας για το αντικείμενο:** Με ίδιο ποσοστό 22,7% και 5 άτομα διαμοιράζονται οι απόψεις μεταξύ εκείνων που γνωρίζουν, εκείνων που αδιαφορούν και εκείνων που τους λείπει το ερέθισμα από το περιβάλλον τους. Με ποσοστό 9,1% δηλαδή 2 άτομα, μοιράζονται εκείνοι που γνωρίζουν και εκείνοι που θεωρούν πως λείπει η ακαδημαϊκή αναφορά.

Εάν δεν γνωρίζετε περί τίνος αναφέρεται η Τεχνητή Νοημοσύνη, εξηγήστε τον λόγο.

22 απαντήσεις

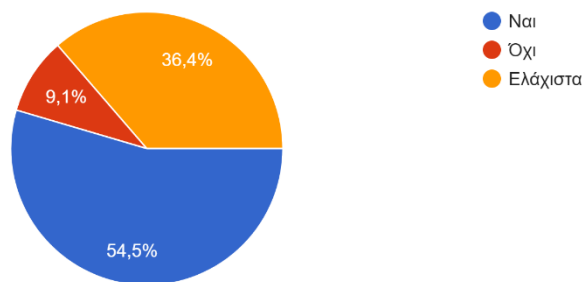


Εικόνα 6. Μέτρηση λόγων άγνοιας γύρω από την ΤΝ.

**Εφαρμογές Τεχνητής Νοημοσύνης στην δημοσιογραφία:** Το 54,5% δηλαδή 12 άτομα απάντησαν πως γνωρίζουν τις εφαρμογές της, το 36,4% ( 8 άτομα) απάντησε πως γνωρίζει ελάχιστα και το 9,1% , δηλαδή 2 άτομα δεν γνωρίζουν.

Γνωρίζετε ποιες είναι οι εφαρμογές της τεχνητής νοημοσύνης στη δημοσιογραφία;

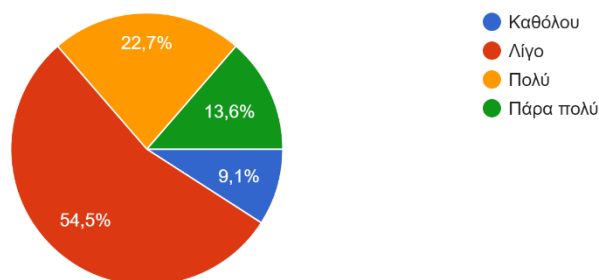
22 απαντήσεις



Εικόνα 7. Μέτρηση γνώσης των πρακτικών της Τεχνητής Νοημοσύνης.

**Ενδιαφέρον και χρήση τους σε ακαδημαϊκές εργασίες:** Το 54,5%, 12 άτομα δηλαδή έχουν ασχοληθεί λίγο, το 22,7% έχει ασχοληθεί πολύ (5 άτομα), 13,6% (3 άτομα) έχουν ενδιαφερθεί και σχοληθεί πάρα πολύ και μόνο το 9,1% (2 άτομα) δεν έχει ασχοληθεί καθόλου.

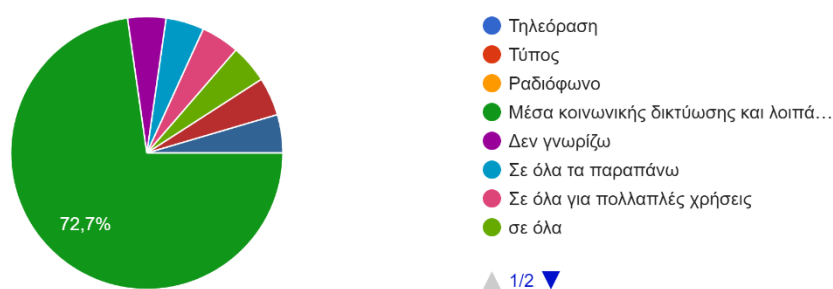
Εάν ναι κατά πόσο σας ενδιαφέρει η εφαρμογή αυτών στην δημοσιογραφία και εάν έχει τύχει να τις χρησιμοποιήσετε στις ακαδημαϊκές σας εργασίες;  
22 απαντήσεις



Εικόνα 8. Μέτρηση ενδιαφέροντος και χρήσης των πρακτικών της ΤΝ.

**Μέσα Ενημέρωσης που εφαρμόζεται η Τεχνητή Νοημοσύνη:** Το 72,7% δηλαδή 16 άτομα απάντησαν πως εφαρμόζεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και λοιπά ηλεκτρονικά μέσα, οι υπόλοιποι απάντησαν σε όλα τα μέσα, με μόνο ένα άτομο να μην γνωρίζει. Να σημειωθεί πως αυτή η ερώτηση πέρα από κάποιες σταθερές απαντήσεις έδωσε χώρο και για προτεινόμενες απαντήσεις εκ μέρους των ερωτηθέντων.

Σε ποια ΜΜΕ μπορούν να εφαρμοστούν οι πρακτικές της Τεχνητής Νοημοσύνης;  
22 απαντήσεις



Εικόνα 9. Καταγραφή των ΜΜΕ που εφαρμόζουν πρακτικές Τεχνητής Νοημοσύνης.

**Προσωπική άποψη για την χρήση των εφαρμογών της ΤΝ:** Το 63,6% την βρίσκει χρήσιμη δηλαδή 14 άτομα, ακολουθούν 7 άτομα με ποσοστό 31,8% όπου δεν την

έχουν χρησιμοποιήσει σε κάποια εργασία τους και τέλος ένα άτομο με 4,5% όπου αδιαφορεί και δεν την βρίσκει χρήσιμη.

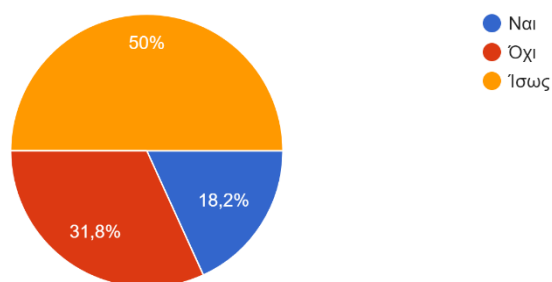
Πώς νιώθετε με την χρήση των εφαρμογών της Τεχνητής Νοημοσύνης;  
22 απαντήσεις



Εικόνα 10. Καταγραφή προσωπικού ενδιαφέροντος.

**Η Τεχνητή Νοημοσύνη απειλεί την δημοσιογραφία:** Το 50% δηλαδή 11 άτομα απάντησαν πως ίσως ναι απειλεί την δημοσιογραφία και τους δημοσιογράφους, το 31,8% απάντησε ΌΧΙ δηλαδή 7 άτομα, ενώ τα υπόλοιπα 4 άτομα με ποσοστό 18,2% απάντησαν ΝΑΙ.

Θεωρείτε ως εν δυνάμει δημοσιογράφοι πως το επάγγελμα και ο δημοσιογράφος «απειλείται» από την Τεχνητή Νοημοσύνη σήμερα;  
22 απαντήσεις



Εικόνα 11. Μέτρηση απόψεων γύρω από την απειλή που μπορεί να συνιστά η ΤΝ στην δημοσιογραφία.

**Απειλεί η Τεχνητή Νοημοσύνη την δημοσιογραφία και τους επαγγελματίες της:** Η ερώτηση μας ήταν ανοιχτού τύπου: «Εάν ναι, εξηγήστε τον λόγο ή τους λόγους που σας οδήγησαν σε αυτή την απάντηση. Εάν όχι, παρομοίως».

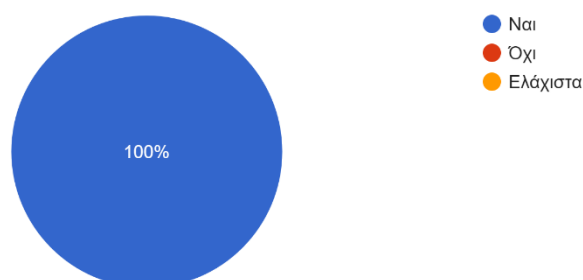
Οι απαντήσεις λοιπόν ποικίλλουν και έχουν ως εξής: Κάποιοι πιστεύουν πως κάποιες μορφές δημοσιογραφίας ίσως να απειλούνται, με τον δημοσιογράφο του αύριο προκειμένου να υπάρχει, να έχει δικό του χαρακτήρα και ματιά στο σχολιασμό της ενημέρωσης, καθώς και να πραγματοποιεί έρευνα πεδίου για τις ανάγκες του

ρεπορτάζ. Άλλοι θεωρούν ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη για να πετύχει τα μέγιστα αποτελέσματα πρέπει να λειτουργεί συμπληρωματικά με την δουλειά του δημοσιογράφου, οπότε το επάγγελμα δεν απειλείται αλλά υποβοηθείται.

Κάποιος μας απάντησε πως το σύνολο του δημοσιογραφικού χώρου μπορεί εύκολα να αντικατασταθεί από την Τεχνητή Νοημοσύνη, καθώς το ανθρώπινο δυναμικό μπορεί να θεωρηθεί περιττό, εξαιτίας της ευκολίας που παρέχει ο αυτοματισμός γραφής άρθρων και παρουσίασης των ειδήσεων, ενώ ταυτόχρονα μπορεί να ενισχυθεί το φαινόμενο της παραπληροφόρησης λόγω της μειωμένης έρευνας που θα παρατηρείται λόγω αυτού. Αρκετοί απάντησαν πως ο δημοσιογράφος είναι απαραίτητος και μπορεί να χρησιμοποιεί ο ίδιος τεχνικές Τεχνητής Νοημοσύνης και να λειτουργούν αρμονικά. Ένα άτομο δεν γνώριζε επί του θέματος. Άλλοι απάντησαν ότι ο κλάδος της δημοσιογραφίας είναι αρκετά ανεπτυγμένος και έτοιμος να λάβει δράση απέναντι στις προκλήσεις της ΤΝ. Οι προκλήσεις που παρουσιάζει η ΤΝ μέχρι τώρα αν και σημαντικές δεν απειλούν το επάγγελμα. Ταυτόχρονα η εκπαίδευση στην χρήση του θα βοηθήσει και για την αξιοποίηση του από τους δημοσιογράφους.

**Γνώση Τεχνητής Νοημοσύνης και παραπληροφόρησης:** Όλοι δηλαδή το 100% μας απάντησαν ΝΑΙ πως γνωρίζουν τις έννοιες αυτές.

Γνωρίζετε τί είναι η παραπληροφόρηση και οι ψευδείς ειδήσεις;  
22 απαντήσεις



Εικόνα 12. Μέτρηση γνώσης των εννοιών της παραπληροφόρησης και των ψευδών ειδήσεων.

**Μέσα κυκλοφορίας ψευδών ειδήσεων:** Το 86,4% απάντησε πως κάποιος συναντά έντονη κυκλοφορία ψευδών ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και λοιπά ηλεκτρονικά μέσα, δηλαδή τα 19 άτομα εκ των 22. Το 9,1% δηλαδή 2 άτομα θεωρούν την τηλεόραση ως το κύριο μέσο ενώ το 4,5% δηλαδή ένα άτομο θεωρεί πως σε όλα τα μέσα μπορεί κανείς να συναντήσει.

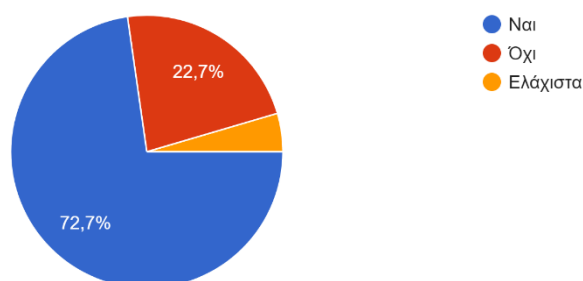
Σε ποιο μέσο πιστεύετε ότι συναντάει κάποιος έντονη την κυκλοφορία ψευδών ειδήσεων σήμερα;  
22 απαντήσεις



Εικόνα 13. Καταγραφή επικρατέστερου μέσου ενημέρωσης παραγωγής ψευδών ειδήσεων.

**Ενίσχυση παραπληροφόρησης λόγω Τεχνητής Νοημοσύνης:** Το 72,7% απάντησε θετικά δηλαδή 16 άτομα είπαν ΝΑΙ, το 22,7% δηλαδή 5 άτομα απάντησαν ΟΧΙ και ένα άτομο με ποσοστό 4,5% απάντησε ελάχιστα.

Θεωρείτε πως η ανεξέλεγκτη κυκλοφορία της πληροφορίας σε συνδυασμό με την έντονη χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης έχουν συμβάλει στην ...ίσχυση του φαινομένου της παραπληροφόρησης;  
22 απαντήσεις

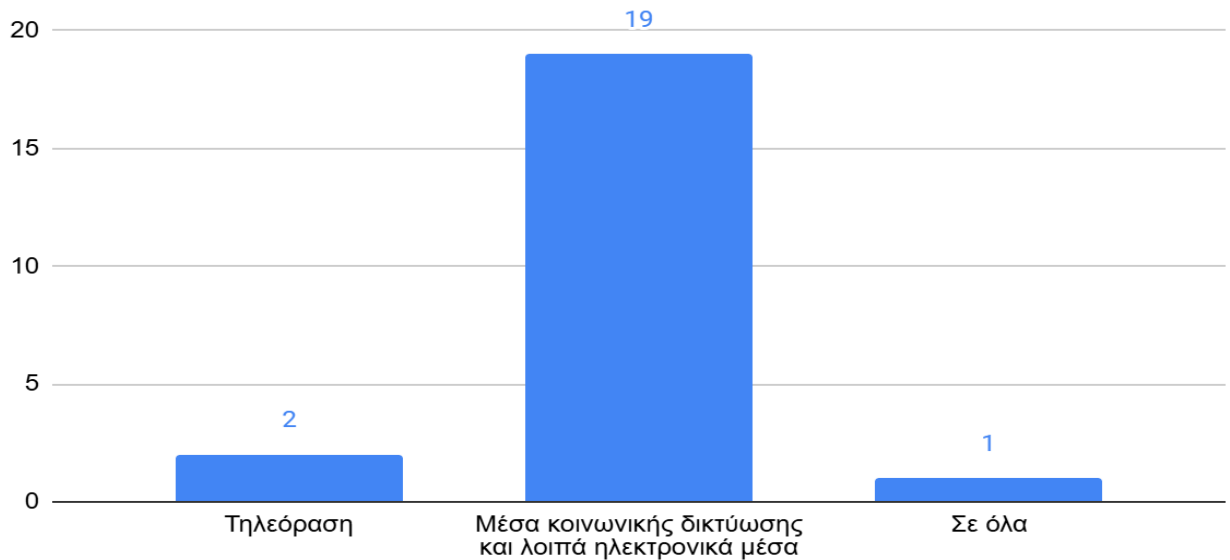


Εικόνα 14. Μέτρηση ενίσχυσης ή μη της παραπληροφόρησης λόγω ΤΝ.

**Το μέσο με την μεγαλύτερη χρήση ΤΝ:** Σε μια ανοικτού τύπου ερώτηση οι ερωτηθέντες μας απάντησαν με τον δικό τους τρόπο. Όλοι συγκλίνουν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις ιστοσελίδες. Δύο άτομα μας απάντησαν πως η τηλεόραση είναι το επικρατέστερο μέσο ενώ ένα άτομο απάντησε πως σε όλα τα μέσα ενημέρωσης υπάρχουν ψευδείς ειδήσεις.



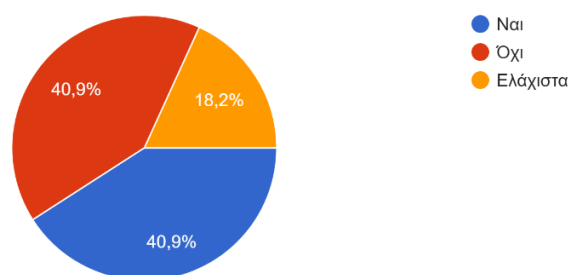
Μέτρηση από Σε ποιο μέσο πιστεύετε ότι συναντάει κάποιος έντονη την κυκλοφορία ψευδών ειδήσεων σήμερα;



Εικόνα 15. Καταγραφή μέσων ενημέρωσης με την μεγαλύτερη κυκλοφορία ψευδών ειδήσεων.

**Χειραγώγηση κοινού από τις πρακτικές παραπληροφόρησης:** Εδώ το κοινό μας διχάστηκε ακριβώς με ποσοστό 40,9% η ομάδα των 9 ατόμων που απάντησαν ΝΑΙ και με το ίδιο ποσοστό οι 9 που απάντησαν ΟΧΙ, μένουν οι 4 που απάντησαν ελάχιστα με ποσοστό 18,2%.

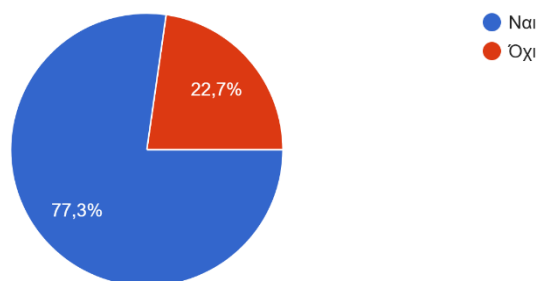
Τα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να επιτρέψουν πρακτικές παραπληροφόρησης που «εκμεταλλεύονται» αδύναμα σημεία ή προκαταλή...τε νιώσει κάποιου τέτοιου είδους χειραγώγησης;  
22 απαντήσεις



Εικόνα 16. Καταγραφή χειραγώγησης του κοινού εξ' αιτίας παραπληροφόρησης.

**Ο διττός ρόλος του ChatGPT:** Στην ερώτηση αν το ChatGPT βοηθά στην εξακρίβωση της αξιοπιστίας των ειδήσεων αλλά παράλληλα συνεισφέρει στην εξάπλωση παραπληροφόρησης, οι 17 μας απάντησαν ΝΑΙ και ανέρχονται στο 77,3% ενώ οι 5 είπαν ΟΧΙ με ποσοστό 22,7%.

Το ChatGPT -το κατ' εξοχήν εργαλείο Τεχνητής Νοημοσύνης- μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για το fact checking, δηλαδή για τον έλεγχο αξιοπιστίας...α την εξάπλωση παραπληροφόρησης. Συμφωνείτε;  
22 απαντήσεις



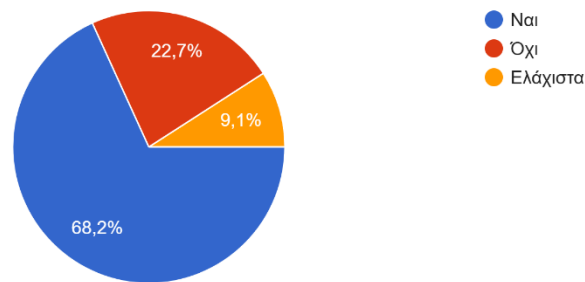
Εικόνα 17. Μέτρηση απόψεων για τον διττό ρόλο του ChatGPT, δηλαδή το fact checking (τον έλεγχο αξιοπιστίας της είδησης) και την διευκόλυνση της διασποράς ψευδών ειδήσεων.

Εκείνοι που απάντησαν όχι μας εξηγούν τον λόγο στην επόμενη ερώτηση: «Εάν όχι παρακαλώ δικαιολογείστε εν συντομία την απάντησή σας».

Μεταξύ άλλων, απαντούν πως με τον ίδιο τρόπο που μπορεί να παραχθεί κάποια ψεύδη εικόνα μπορεί ταυτόχρονα και να αναγνωρίσει αν αυτή είναι αποτέλεσμα τεχνητής νοημοσύνης εν μπορεί να είναι αξιόπιστο και έγκυρο. Δεν πιστεύουν ότι το ChatGPT μπορεί να χρησιμοποιηθεί για έλεγχο αξιοπιστίας. Οι πληροφορίες που δίνει είναι ένα συνονθύλευμα άλλων δεδομένων από το διαδίκτυο που δεν είναι ξεκάθαρο πόσο αληθή είναι ή όχι. Πολλές φορές ακόμα και στα πιο απλά πράγματα, ως μοντέλο γλώσσας κάνει λάθος. Η λειτουργία του επίσης δεν είναι κατά βάση να ελέγχει για την αλήθεια, αλλά λειτουργεί ως μοντέλο γλώσσας.

**Χρήση ChatGPT:** Το 68,2% δηλαδή 15 άτομα το έχουν χρησιμοποιήσει ως εργαλείο το ChatGPT, οι υπόλοιποι 5 με ποσοστό 22,7% ΟΧΙ και το 9,1% (2 άτομα) ελάχιστα.

Έχετε χρησιμοποιήσει αυτό το εργαλείο (ChatGPT);  
22 απαντήσεις



Εικόνα 18. Μέτρηση χρήσης του ChatGPT.

## 6.5 ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

Μέσα από ένα ερωτηματολόγιο 21 ερωτήσεων το οποίο χωρίστηκε σε δύο μέρη βάσει των δύο εννοιών που τέθηκαν προς ανάλυση, της Τεχνητής Νοημοσύνης και των ψευδών ειδήσεων και παραπληροφόρησης, ώστε να μην κουράσει τους αναγνώστες και να πετύχουμε μεγαλύτερη ακρίβεια, απάντησαν 22 φοιτητές. Φοιτητές του τμήματος Δημοσιογραφίας και Μαζικής Ενημέρωσης του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης και εν δυνάμει δημοσιογράφοι.

Μέσα από μια σειρά διαδοχικών ερωτήσεων ξεκινώντας από κάποιες δημογραφικές ερωτήσεις προχωρήσαμε σε ερωτήσεις που αποσκοπούν στην απάντηση των ερευνητικών μας ερωτημάτων. Το κοινό που μας απάντησε λοιπόν, κατά βάσει είναι γυναίκες με ποσοστό 59,1% έναντι 40,9% των αντρών με ηλικία 18-24 το 72,7%, ακολουθώντας η ομάδα 25-34 και 45-60 με ποσοστό 9,1%. Όλοι τους είναι φοιτητές με τους περισσότερους να μην ασχολούνται επαγγελματικά στον χώρο, με κάποιες εξαιρέσεις ποσοστού 4,5% το οποίο ανταποκρίνεται σε ένα άτομο. Ένα άτομο ασχολείται εθελοντικά σε μια διαδικτυακή ιστοσελίδα, κάτι πολύ σύνηθες μεταξύ φοιτητών ως προς την απόκτηση εμπειρίας στα ξεκινήματά τους, ένας ακόμη εργάζεται σε γραφείου τύπου και δημόσιων σχέσεων και ένας ακόμη σε ραδιοφωνικό σταθμό. Γίνεται αντιληπτό πως απευθυνόμαστε σε μη επαγγελματίες δημοσιογράφους με κάποιες μικρές εξαιρέσεις (βλέπε εικόνα 3).

Ωστόσο, η συντριπτική πλειοψηφία γνώριζε τί είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη με ποσοστό 81,8% και το υπόλοιπο 18,2% να γνωρίζει ελάχιστα πράγματα. Αυτό δείχνει ότι οι φοιτητές ακολουθούν και ενημερώνονται για τις τεχνολογικές εξελίξεις. Η δυναμική που έχουν τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ στην ενημέρωση των πολιτών φαίνεται και

στην εικόνα 5, καθώς το 68,2% έχει ενημερωθεί από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα υπόλοιπα ηλεκτρονικά μέσα για την ΤΝ. Το 18,2% έχει καταβάλλει προσωπική έρευνα, γεγονός που δείχνει ενδιαφέρον των φοιτητών για τα νέα δεδομένα και προκλήσεις που εμφανίζονται στον χώρο που θέλουν να ενταχθούν μελλοντικά. Το 9,2% έχει αρκεστεί στην διδασκαλία του πανεπιστημίου.

Μολονότι υπάρχουν εκείνοι που γνωρίζουν είτε καλά είτε όχι περί τίνος πρόκειται η Τεχνητή Νοημοσύνη, υπάρχει και ο αντίλογος εκείνων που δεν γνωρίζουν για τους λόγους που φαίνονται και στην εικόνα 6. Εδώ το 22,7% δεν ενδιαφέρεται να μάθει ενώ το άλλο 22,7% δεν έχει δεχθεί τα σωστά και επαρκή ερεθίσματα από το περιβάλλον του. Το 9,1% δίνει ευθύνες στην ελλιπή ακαδημαϊκή αναφορά επί του θέματος. Η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει κάποιες πρακτικές εφαρμογές τις οποίες γνωρίζει το 54,5% των ερωτηθέντων δηλαδή οι 12 εκ των 22. Οι 8 γνωρίζουν ελάχιστα (36,4%) και οι 2 (9,1%) δεν γνωρίζουν καθόλου. Αξίζει να αναφερθεί πως το 54,5% έχει χρησιμοποιήσει λίγο τις πρακτικές αυτές στις ακαδημαϊκές εργασίες, το 22,7% πολύ, το 13,6% πάρα πολύ και 9,1% καθόλου.

Αναφορικά με την εφαρμογή τους στα μέσα που χρησιμοποιούν καθημερινά -μια ανοικτού τύπου ερώτηση- το 72,7% απάντησε πως την εντοπίζει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και λοιπών μέσων, ένα άτομο δεν γνώριζε ενώ όλοι οι υπόλοιποι μας απάντησαν πως εφαρμόζονται σε όλα τα μέσα (βλέπε εικόνα 9). Όλες οι εφαρμογές της και όσα αυτή συνεπάγεται έχει συνεπάρει και κερδίσει το ενδιαφέρον των περισσότερων φοιτητών με ποσοστό 63,6% να την χρησιμοποιεί στις εργασίες του. Το 31,8% δεν έχει τύχει να την χρησιμοποιήσει κάπου οπότε και δεν έχει άποψη, ενώ το 4,5% δεν την βρίσκει καν χρήσιμη και αδιαφορεί.

Στην επίμαχη ερώτηση αν απειλείται ο σημερινός δημοσιογράφος από την Τεχνητή Νοημοσύνη, το 50% αμφιβάλλει απατώντας ίσως, 31,8% απάντησε ΟΧΙ και 18,2% ΝΑΙ. Όσοι απάντησαν ΝΑΙ κλήθηκαν να μας εξηγήσουν τον λόγο τεκμηριώνοντας την άποψή τους, μεταξύ άλλων απάντησαν πως το σύνολο του δημοσιογραφικού χώρου μπορεί να αντικατασταθεί από την Τεχνητή Νοημοσύνη, καθώς το ανθρώπινο δυναμικό μπορεί να θεωρηθεί περιττό, εξαιτίας της ευκολίας που παρέχει ο αυτοματισμός γραφής άρθρων και παρουσίασης των ειδήσεων, ενώ ταυτόχρονα μπορεί να ενισχυθεί το φαινόμενο της παραπληροφόρησης λόγω της μειωμένης έρευνας που θα παρατηρείται λόγω αυτού. Αρκετοί απάντησαν πως ο δημοσιογράφος είναι απαραίτητος και μπορεί να χρησιμοποιεί ο ίδιος τεχνικές Τεχνητής Νοημοσύνης και να λειτουργούν αρμονικά. Ένα άτομο δεν γνώριζε επί του θέματος. Άλλοι απάντησαν ότι ο κλάδος της δημοσιογραφίας είναι αρκετά ανεπτυγμένος και έτοιμος να λάβει δράση απέναντι στις προκλήσεις της ΤΝ. Οι προκλήσεις που παρουσιάζει η ΤΝ μέχρι τώρα αν και σημαντικές δεν απειλούν το επάγγελμα. Ταυτόχρονα η εκπαίδευση στην χρήση του θα βοηθήσει και για την αξιοποίηση του από τους δημοσιογράφους.

Στο δεύτερο μέρος, αναλύεται η έννοια της παραπληροφόρησης και των ψευδών ειδήσεων, έννοιες που όλοι δηλαδή το 100% γνωρίζουν. Το 86,4% πιστεύει πως συχνά εντοπίζονται ψευδείς ειδήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα υπόλοιπα

ηλεκτρονικά μέσα. Το 9,1% δηλαδή 2 άτομα θεωρούν πως στην τηλεόραση εντοπίζονται πιο εύκολα ενώ ένα άτομο θεωρεί πως εντοπίζονται σε όλα τα μέσα. Η ανεξέλεγκτη κυκλοφορία της πληροφορίας σε συνδυασμό με την έντονη χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης έχουν συμβάλλει στην ενίσχυση του φαινομένου της παραπληροφόρησης, γεγονός που επιβεβαιώνει το 72,7% (16 άτομα), 22,7% δηλαδή 5 άτομα απάντησαν ΟΧΙ, με ένα άτομο να απαντάει ελάχιστα. Διαφαίνεται πως η Τεχνητή Νοημοσύνη είναι συνυφασμένη με την κυκλοφορία ψευδών ειδήσεων για πολλά άτομα.

Καθημερινά κατά την χρήση εφαρμογών και άλλων μέσων ενημέρωσης είναι πολύ πιθανό να συναντήσει κανείς περιεχόμενο που έχει παραχθεί βάσει ΤΝ. Οι περισσότεροι συμφωνούν πως συναντούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως Twitter, Tik Tok, Instagram, σε ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, αλλά και στην τηλεόραση, με εξαίρεση την απάντηση ενός ατόμου ο οποίος απάντησε θετικά σε όλα τα μέσα. Τα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να επιτρέψουν πρακτικές παραπληροφόρησης που «εκμεταλλεύονται» αδύναμα σημεία ή προκαταλήψεις ατόμων. Ως προς αυτή την άποψη, οι απόψεις μοιράστηκαν, εφόσον το 40,9% απάντησε ΝΑΙ και ΟΧΙ αντίστοιχα, ενώ το 18,2% απάντησε πως ελάχιστα έχει νιώσει τέτοιου είδους χειραγώγηση.

Εν συνεχεία, το ChatGPT -το κατ' εξοχήν εργαλείο Τεχνητής Νοημοσύνης- μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για το fact checking, δηλαδή για τον έλεγχο αξιοπιστίας της είδησης αλλά από την άλλη μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για την εξάπλωση παραπληροφόρησης. Μια άποψη που ενστερνίζεται το 77,3% και απορρίπτει το 22,7%. Αυτό το 22,7% δηλαδή 5 άτομα τεκμηρίωσαν την αρνητική τους άποψη, αναφέροντας πως με τον ίδιο τρόπο που μπορεί να παραγάγει κάποια ψεύδη εικόνα μπορεί ταυτόχρονα και να αναγνωρίσει αν αυτή είναι αποτέλεσμα τεχνητής νοημοσύνης, χωρίς να είναι αξιόπιστο και έγκυρο. Δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί για έλεγχο αξιοπιστίας. Οι πληροφορίες που δίνει είναι ένα συνονθύλευμα άλλων δεδομένων από το διαδίκτυο. Η λειτουργία του επίσης δεν περιορίζεται στο να ελέγχει για την αλήθεια, αλλά λειτουργεί ως μοντέλο γλώσσας.

Το ερωτηματολόγιο έληξε με μία ερώτηση που αφορά την χρήση του εργαλείου ChatGPT από τους ίδιους, το 68,2% έχει κάνει χρήση του εργαλείου αυτού, το 22,7% δεν έχει κάνει, συνεπώς οι αρνητικές απόψεις που διατυπώθηκαν και παραπάνω για την συμβολή στην διασπορά ψευδών ειδήσεων, ήρθαν από άτομα που δεν γνωρίζουν πλήρως πως χρησιμοποιείται εφόσον δεν τους έχει φανεί χρήσιμο. Το 9,1% απάντησε πως το έχει χρησιμοποιήσει ελάχιστα.

## 7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ

### 7.1 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η συγκεκριμένη εργασία έθεσε κάποια ερωτήματα ως προς την σύνταξη του ερωτηματολογίου αλλά και ως προς τον προσδιορισμό της φύσης της έρευνας. Το πρώτο ερώτημα αφορά τον βαθμό κατανόησης των φοιτητών Δημοσιογραφίας και Μαζικής Ενημέρωσης για το φαινόμενο της Τεχνητής Νοημοσύνης. Οι απαντήσεις τους στο ερωτηματολόγιο, έδειξαν πως οι περισσότεροι δηλαδή οι 18 εκ των 22 γνώριζαν καλά τί σημαίνει η Τεχνητή Νοημοσύνη ενώ μόνο 4 απάντησαν πως έχουν ελάχιστες γνώσεις περί του θέματος. Πέραν των γενικών γνώσεων για την ΤΝ, ενδιαφέρον παρουσιάζει και η γνώση αλλά και η εξοικείωσή τους με τις πρακτικές εφαρμογές της Τεχνητής Νοημοσύνης. Τα 12 άτομα μας απάντησαν πως γνωρίζουν τις εφαρμογές της, το 36,4%, δηλαδή τα 8 άτομα, γνωρίζουν ελάχιστα και το 9,1%, δηλαδή 2 άτομα δεν γνωρίζει καθόλου σχετικά.

Γύρω από το συγκεκριμένο θέμα, διαρθρώθηκαν ερωτήσεις που βοήθησαν στην διαμόρφωση μιας εμπεριστατωμένης άποψης σχετικά με την στάση των φοιτητών. Οι περισσότεροι, γνωρίζουν για την Τεχνητή Νοημοσύνη από τα κοινωνικά δίκτυα και λοιπά ηλεκτρονικά μέσα, την εντοπίζουν εκεί αλλά και στην τηλεόραση, το ραδιόφωνο και τα μέσα ενημέρωσης εν γένει. Λιγότεροι είναι εκείνοι που αδιαφορούν για προσωπικούς λόγους να ασχοληθούν περαιτέρω με το ζήτημα. Ο βαθμός λοιπόν, κατανόησης των φοιτητών για την ΤΝ είναι μεγάλος στην πλειοψηφία των φοιτητών και όσοι τυχαίνει να μην γνωρίζουν πλήρως οφείλεται σε προσωπική τους αδιαφορία παρά σε ακαδημαϊκή αναφορά ή γενικότερα ερεθίσματα, εφόσον είναι πλέον παντού.

Ποια είναι η στάση των φοιτητών σε σχέση με την εφαρμογή εργαλείων Τεχνητής Νοημοσύνης στο δημοσιογραφικό επάγγελμα, αποτελεί το δεύτερο ερώτημα της εργασίας. Το 54,5% δηλαδή 12 άτομα απάντησαν πως γνωρίζουν τις εφαρμογές της, το 36,4%, δηλαδή 8 άτομα γνωρίζουν ελάχιστα και το 9,1% , δηλαδή 2 άτομα δεν γνωρίζουν καθόλου. Συναντάται ξανά μια ανάλογη με το πρώτο ερώτημα διακύμανση, εφόσον οι περισσότεροι γνωρίζουν τί συμβαίνει.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η προσωπική άποψη των ερωτώμενων για την χρήση των εφαρμογών της ΤΝ, όπου το 63,6% την βρίσκει χρήσιμη δηλαδή 14 άτομα, ακολουθούν 7 άτομα με ποσοστό 31,8% όπου δεν την έχουν χρησιμοποιήσει σε κάποια ακαδημαϊκή τους εργασία και τέλος ένα άτομο με 4,5% όπου αδιαφορεί και δεν την βρίσκει χρήσιμη. Είναι φανερό πως οι πιο πολλοί γνωρίζουν, ενδιαφέρονται και μαθαίνουν και ασχολούνται με εξαίρεση μια μικρή μερίδα ατόμων, οι οποίοι δείχνουν προσωπική αδιαφορία τόσο για την Τεχνητή Νοημοσύνη ως φαινόμενο της εποχής όσο και ως ακαδημαϊκό εργαλείο.

Οστόσο, αξίζει να αναφερθεί πως το 50% δηλαδή 11 εκ των 22 ερωτώμενων φοιτητών απάντησαν πως ίσως ναι απειλεί η ΤΝ την δημοσιογραφία και τους

δημοσιογράφους, 7 άτομα απάντησαν αρνητικά, ενώ τα υπόλοιπα 4 άτομα με ποσοστό απάντησαν θετικά. Αναγνωρίζουν τις εφαρμογές της αλλά αναγνωρίζουν παράλληλα και την ύπαρξη απειλής για τους επαγγελματίες.

Τρίτο και τελευταίο ερώτημα, αφορά το αν η Τεχνητή Νοημοσύνη συνδέεται με το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων. Όλοι οι φοιτητές γνωρίζουν την σημασία των εννοιών της παραπληροφόρησης και μάλιστα το 72,7%, δηλαδή 16 άτομα πιστεύουν πως η ΤΝ ενισχύει την παραπληροφόρηση, το 22,7% δηλαδή 5 άτομα απάντησαν αρνητικά και μόνο ένας απάντησε πως ενισχύει ελάχιστα. Κοινός γνώμονας όλων είναι ο εντοπισμός των ψευδών ειδήσεων στα κοινωνικά δίκτυα και όλα τα μέσα ενημέρωσης συνολικά.

Οι φοιτητές λοιπόν, γνωρίζουν τόσο την έννοια της ΤΝ όσο και τις εφαρμογές αυτής με εξαίρεση εκείνους που αδιαφορούν για προσωπικούς λόγους, εντοπίζουν τις εφαρμογές της και τις χρησιμοποιούν μάλιστα στην ακαδημαϊκή τους πορεία. Οι περισσότεροι θεωρούν πως δεν απειλεί το δημοσιογραφικό επάγγελμα -αλλά είναι κάτι που είναι νωρίς να κριθεί απόλυτα στο 100%- αλλά πιστεύουν πως έχει συμβάλλει στην μεγαλύτερη διασπορά ψευδών ειδήσεων.

## 7.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η Τεχνητή Νοημοσύνη αποτελεί πλέον αναπόσπαστο τμήμα της εργασίας των δημοσιογράφων. Αναφέρεται στην τεχνολογία προσομοίωσης της ανθρώπινης νοημοσύνης, με τις λειτουργίες της να έχουν κωδικοποιηθεί εντός λογισμικού. Σήμερα, ο κώδικας αυτός ενσωματώνεται σε διάφορες διαδικτυακές δραστηριότητές μας. Ωστόσο, κάθε νέα τεχνολογία που εισέρχεται στις αίθουσες σύνταξης ανέκαθεν αποτελούσε αιτία ανατροπών και σημαντικών αλλαγών στη δημοσιογραφία.

Μπροστά σε αυτή την έντονη διάδραση μεταξύ ανθρώπων και μηχανών, είναι κρίσιμο το ζήτημα αντίληψης του κοινού σε σχέση με το αλγοριθμικά παραγόμενο περιεχόμενο της δημοσιογραφίας. Σημειώνεται διεύρυνση του φαινομένου της παραπληροφόρησης δηλαδή πως ένας αλγόριθμος μπορεί να διαδίδει ψέματα στο κοινό, το οποίο δέχεται χωρίς να ελέγχει οτιδήποτε του παρουσιάζουν. Διαρκώς διερωτώνται πολλοί άνθρωποι επαγγελματίες του χώρου και μη, αν απειλείται η Δημοκρατία καθώς και πού θα καταλήξει η σχέση με το δημοσιογραφικό επάγγελμα.

Η Τεχνητή Νοημοσύνη παρέχει μια σειρά εργαλείων στους δημοσιογράφους και υπό αυτό το πρίσμα καλό θα ήταν και να αντιμετωπίζεται. Ο δημοσιογράφος ελέγχει, επεξεργάζεται, διορθώνει τα δεδομένα που προήλθαν από την ΤΝ προτού τα παρουσιάσει στο κοινό. Ο ανθρώπινος παράγοντας δεν μπορεί να αντικατασταθεί ούτε και να τον μιμηθεί καμία μηχανή, αναφορικά με τις λέξεις, την εμπειρία και την φαντασία στην ερμηνεία των ειδήσεων.

Η Τεχνητή Νοημοσύνη δεν απειλεί την Δημοκρατία ούτε και τον δημοσιογράφο, γεγονός που αποτυπώθηκε στις γνώμες των εν δυνάμει δημοσιογράφων που ερωτήθηκαν σχετικά. Περισσότερο σχέση αλληλοσυμπλήρωσης και αλληλεπίδρασης παρά απειλής, θα χαρακτήριζε κανείς την σχέση της ΤΝ με την δημοσιογραφία και τους επαγγελματίες του χώρου. Τα κοινωνικά δίκτυα και εν γένει ο χώρος του διαδικτύου, ενέχει πρακτικές τεχνητής νοημοσύνης, όπου το περιεχόμενο που παρέχουν περιέχει τέτοια στοιχεία και το κοινό καλείται να επαληθεύσει μερικές φορές το περιεχόμενο που λαμβάνει.

Η ανεξέλεγκτη κυκλοφορία της πληροφορίας ωστόσο, και η ύπαρξη του ανθρώπου μέσω ενός κυκλώνα πληροφοριών και ενημέρωσης, δεν μπορεί να ελεγχθεί η ποιότητα της πληροφορίας και η ακρίβειά της. Ψευδείς ειδήσεις εντοπίζονται μερικές φορές σε περιεχόμενο που έχει παραχθεί μέσω Τεχνητή Νοημοσύνης. Αυτός είναι ο ρόλος που πρέπει να υπερασπιστούν οι δημοσιογράφοι απέναντι στις νέες τεχνολογικές ευκαιρίες που προσφέρει η Τεχνητή Νοημοσύνη. Είναι ένα τεχνολογικό εργαλείο, που μπορεί να καταστεί πολύ αποτελεσματικό όταν αξιοποιηθεί από ικανούς δημοσιογράφους.

### 7.3 ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει αναδιαμορφώσει τις ζωές όλων τόσο σε ακαδημαϊκό όσο και επαγγελματικό επίπεδο. Όπως μας απάντησαν και οι φοιτητές του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, σχετικά με την απειλή που μπορεί να συνιστά η ΤΝ για τους δημοσιογράφους, είναι ένα ζήτημα που θα φανερωθεί στο μέλλον. Κάποιοι πιστεύουν πως κάποιες μορφές δημοσιογραφίας ίσως να απειλούνται, με τον δημοσιογράφο του αύριο προκειμένου να υπάρχει, να έχει δικό του χαρακτήρα και ματιά στο σχολιασμό της ενημέρωσης, καθώς και να πραγματοποιεί έρευνα πεδίου για τις ανάγκες του ρεπορτάζ.

Η παρουσία ενός νέου παράγοντα που ανασχηματίζει τη δημοσιογραφία σε σύγκριση με την έως σήμερα μορφή της, συνιστά την ΤΝ έναν game changer. Ωστόσο κάθε νέα τεχνολογία που διεισδύει στις αίθουσες σύνταξης, αποτελεί αιτία ανατροπών και ρηξικέλευθων αλλαγών στη δημοσιογραφία. Η ψηφιοποίηση της κοινωνίας και της δημόσιας ζωής και ακολούθως η ψηφιοποίηση της εργασίας στις αίθουσες σύνταξης παρουσιάζει ραγδαία εξέλιξη. Σε αυτή την έντονη διάδραση ανθρώπων και μηχανών, είναι κρίσιμη η ικανότητα αντίληψης του κοινού σχετικά με το περιεχόμενο της δημοσιογραφίας που παράγεται από αλγόριθμους.

Στο πλαίσιο αυτό, ο δημοσιογράφος του παρόντος αλλά και του μέλλοντος οφείλει να εστιάσει στο ρεπορτάζ, στη μόρφωσή και την κριτική του αντίληψη και στην υψηλής ποιότητας θεματολογία που προσφέρει στο κοινό, ενισχύοντας την εξοικείωσή με το παραγόμενο προϊόν από αλγόριθμους και τις διαφορές του από τ. Η αξία της έκτακτης επικαιρότητας θα συνεχίσει να είναι υψηλή, αλλά για μικρότερο



χρονικό διάστημα, οι συντάκτες θα βιώσουν σημαντικές αλλαγές σε σχέση με τους ρεπόρτερ.

Η δημοσιογραφία, μαθαίνει πια από τα λάθη του παρελθόντος, φαίνεται να είναι περισσότερο προετοιμασμένη να αντιμετωπίσει και να διαχειριστεί τις τεχνολογικές αλλαγές, διατηρώντας την ποιότητα και την αξιοπιστία της. Εδώ έγκειται και η «πρόκληση» για μελλοντική έρευνα, η στάση της δημοσιογραφίας και η συμβίωση των επαγγελματιών σε ένα σύστημα αλγοριθμικό και απότομων αλλαγών! Σε βάθος χρόνου θα φανεί η συνύπαρξη ανθρώπων και μηχανών στο δημοσιογραφικό πάλκο.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

### ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*
- Arguedas, A. R., & Simon, F. M. (2023). Automating Democracy: Generative AI, Journalism, and the Future of Democracy. Balliol Interdisciplinary Institute, University of Oxford.
- Bakir, V. & McStay, A. (2018). *Fake news and the economy of emotions*. Digital Journalism. <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Berryhill J., Heang K.K., Clogher R., McBride K. (2019). *Hello World: Artificial Intelligence and its Use in the Public Sector*. OECD Working Papers on Public Governance no 36. <https://doi.org/10.1787/19934351>
- Bowman, S. & Willis, C. (2003). We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information.
- Burkhardt, J., (2017) Chapter 1. History of Fake News.
- Cambria, E. & White, B. (2014). *Jumping NLP Curves: A review of natural language processing research*. IEEE Computational Intelligence Magazine, 9(2), 48-57. <https://doi.org/10.1109/MCI.2014.2307227>
- Chadwick, A. (2013). The Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford University Press.
- Creswell, J., (2016). *Η έρευνα στην εκπαίδευση. Σχεδιασμός, Διεξαγωγή και Αξιολόγηση Ποσοτικής και Ποιοτικής Έρευνας*. (διαθέσιμο στο: <https://eclass.uowm.gr/modules/document/file.php/NURED263/CRESWELL%20%CE%97%20%CE%AD%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1%20%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD%20%CE%B5%CE%BA%CF%80%CE%B1%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%85%CF%83%CE%B7%202016%20%CE%BA%CE%B5%CF%86%CE%AC%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%BF%201.pdf> )
- Cuartielles R., Ramon-Vegas X., Pont-Sorribes C., (2023). *Retraining fact-checkers: The emergence of ChatGPT in information verification*. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.15>
- Demmar, K., & Nef T. (2023). Generative AI in journalism education: mapping the state of an emerging space of concerns, opportunities, and strategies.
- Esraa M., (2020). The Relation Of Artificial Intelligence With Internet Of Things: A survey.
- Fenton F. (2010). New Media, Journalism and Democracy. News Media Old News Journalism& Democracy in the Digital Age, L.A., USA: Sage.

Ghosh, A., Chakraborty, D., Law, A., (2018). Artificial intelligence in Internet of things. CAAI Transactions on Intelligence Technology.

Gül, A., A., Ertürk, Y., D., Elmer, P. (2020). *Digital Transformation In Media & Society*. DOI: 10.26650/B/SS07.2020.013

Heim, S., and Chan-Olmsted S. (2023). *Consumer Trust in AI–Human News Collaborative Continuum: Preferences and Influencing Factors by News Production Phases*. Doi:10.3390/journalmedia4030061

Hermida, A., (2012). Tweets and Truth: Journalism as a Discipline of Collaborative Verification. Journalism Practice.

Ireton, C. & Posetti, J. 2018. *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. Unesco Publishing (Ελληνική μτφρ: Δημοσιογραφία, 'Ψευδείς Ειδήσεις' & Παραπληροφόρηση, με εκδοτική επιμέλεια των Π. Σπυρίδου, Π. Βατικιώτη & Δ. Μηλιώνη, 2021. Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου & Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών).

Jan A., Khan S. A., Naz S., Khan O., & khan A. (2021). Marshal McLuhan's technological determinism theory in the arena of social media. Pakistan Journal of Social Sciences. [https://doi.org/10.14505/tpref.v11.2\(22\).07](https://doi.org/10.14505/tpref.v11.2(22).07)

Kirley, E. (2016). The robot as cub reporter: law's emerging role in cognitive journalism. European Journal of Law and Technology.

Kolo C., Mütterlein ., J., Schmid S., A., (2022). *Believing Journalists, AI, or Fake News: The Role of Trust in Media*. <http://dx.doi.org/10.24251/HICSS.2022.393>

Kovach, B., Rosenstiel, T. (2021). The elements of journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect, Completely Updated and Revised. Three Rivers Press.

Kumar, S., West, R., & Leskovec, J. (2016). Disinformation on the web: Impact, characteristics, and detection of wikipedia hoaxes. Proceedings from WWW2016: The 25th International Conference on World Wide Web. Montreal.

Lamprou E, Antonopoulos N, Anomeritou I, Apostolou C. (2021). *Characteristics of Fake News and Misinformation in Greece: The Rise of New Crowdsourcing-Based Journalistic Fact-Checking Models*. Journalism and Media. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2030025>

Lemelshtich Latar N., (2018). *Robot Journalism, Can Human Journalism Survive?* Interdisciplinary Center Herzliya, Israel. <https://doi.org/10.1142/10913>

Pariser E., (2011). The Filter Bubble: What the Internet is hiding from You. Penguin Press

Peña-Fernández, S., Meso-Ayerdi, K., Larrondo-Ureta, A., & Dí-az-Noci, J. (2023). *Without journalists, there is no journalism: the social dimension of generative*

*artificial intelligence in the media. Profesional De La información.*  
<https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.27>

Rinehart A., & Kung, E., (2022). Artificial Intelligence in Local News: A survey of US newsrooms' AI readiness. <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.16926.82246>

Sachita Nishal and Nicholas Diakopoulos, (2023). Envisioning the Applications and Implications of Generative AI for News Media.

Sarvary, M. & de Corniere, A. Social media and News: Attention Capture via Content Bundling.

Schranz, M., & Schneider, J., & Eisenegger, M., (2018). Media trust and media use. In *Trust in Media and Journalism*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Serdouk, A., & Bessam, A. C. (2023). *Bots in Newsrooms: What Future for Human Journalists?* Media Watch. <https://doi.org/10.1177/09760911221130816>

Simon, F., (2024). *Artificial Intelligence in the News. How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University.

Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). *Defining “fake news” A typology of scholarly definitions.* Digital journalism. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Townsend, L. & Wallace, C. (2016). *Social Media Research: A Guide to Ethics*.

Túñez-Lopez, M., Toural-Bran, C., Valdiviezo-Abad, C., (2019). *Automation, bots and algorithms in newsmaking. Impact and quality of artificial journalism*. Revista Latina de Comunicación Social. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2018-1391en>

Union of International Associations (2022). *Communication → Journalism*.  
<https://uia.org/s/sub/en/1900000502>

Vergeer, M. (2018). Incorrect, fake and false. Journalist's perceived online source credibility and verification behavior. *Observation Journal*.

Waleed A., & Mohamed H., (2019). Artificial Intelligence and Automated Journalism: Contemporary Challenges and New Opportunities.

Wardle, Cl. and Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe Report. [http://www.sciencedaily.com/terms/artificial\\_intelligence.htm](http://www.sciencedaily.com/terms/artificial_intelligence.htm)

Ελαφρός Γ., (2022). *Χαμηλά η εμπιστοσύνη στα μέσα μαζικής ενημέρωσης*. (διαθέσιμο στο <https://www.kathimerini.gr/society/561910885/chamila-i-empistosyni-sta-mesa-mazikis-enimerosis/> -τελευταία επίσκεψη 26/5/2024).

Κοτενίδης Ε., & Βέγλης Α. (2024). *Αυτοματοποίηση και ο αντίκτυπός της στην εργασιακή ταυτότητα του σύγχρονου δημοσιογράφου*. Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας, 2(1), 60–67. <https://doi.org/10.12681/cclabs.6452>

Μαλλάς, Δ., (2022). *Σκεπτικοί οι Έλληνες απέναντι στην Τεχνητή Νοημοσύνη*. (διαθέσιμο στο <https://www.cnn.gr/tech/story/302535/skeptikoi-oi-ellines-apepanti-stin-texniti-noimosyni> -τελευταία επίσκεψη 21/05/2024).

Μάνιου, Α., Θ., & Παπαδοπούλου Λ., (2019). *Εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά και νέα μέσα: Οι τάσεις της κοινής γνώμης στην Ελλάδα της κρίσης*.

Παπαγεωργίου, Γ. (1998). *Μέθοδοι στην Κοινωνιολογική Έρευνα*. Αθήνα: Gutenberg, Τυπωθήτω.

Παπαναστασίου Μ., (2019). *Η Τεχνητή Νοημοσύνη και το μέλλον των ΜΜΕ με τα «μάτια» του Κρίσνα Μπάρατ* (διαθέσιμο στο <https://www.kathimerini.gr/society/1028815/i-techniti-noimosyni-kai-to-mellon-ton-mme-me-ta-matia-toy-krisna-mparat/> -τελευταία επίσκεψη 30/5/2024).

ΜακΚουέιλ Ντ., (1997). *Εισαγωγή στη Θεωρία της Μαζικής Επικοινωνίας*. Παπαθανασόπουλος Στ., (Επιμ.-μτφ), Αθήνα : Καστανιώτης

Μπαμπάθα Π., (2023). *Πώς η Τεχνητή Νοημοσύνη εκτοξεύει τα fake news αλλοιώνοντας όσα βλέπουμε γύρω μας*. ( διαθέσιμο στο <https://www.protothema.gr/stories/article/1418439/pos-i-tehniti-noimosuni-ektoxeuei-ta-fake-news-alloionodas-osa-vlepoume-guro-mas/> -τελευταία επίσκεψη 19/05/2024).

Σαρίδου Θ., & Δημούλας Χ. (2024). *Τεχνητή Νοημοσύνη και συμμετοχικά μέσα: Τεχνολογίες, δεοντολογία και η ανάγκη γραμματισμού*. Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.12681/cclabs.6441>

Σιάνη, Π., (2020). *«Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Δημοσιογραφία στην Ελλάδα»*. (διαθέσιμο στο: <https://medianalysis.net/2020/06/19/mesa-koinonikis-diktiosis-kaidimosiografia-stin-ellada/> - τελευταία επίσκεψη 12/12/2023)

Σιαπέρα, Ε. & Δημητρακοπούλου Δ. (2012). *Διαδίκτυο και Δημοσιογραφία: Παραδοσιακές και Εναλλακτικές Μορφές. Ζητήματα Επικοινωνίας* 14-15. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτη.

Αντιμετώπιση της διαδικτυακής παραπληροφόρησης: η Επιτροπή προτείνει έναν πανευρωπαϊκό κώδικα πρακτικής. (2018). (διαθέσιμο στο [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP\\_18\\_3370](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP_18_3370) -τελευταία επίσκεψη 19/05/2024 )

Άρθρο του Φράνσις Φουκουγιάμα στην «Κ»: Τα «έξυπνα ψέματα» απειλούν τη Δημοκρατία. (2023). (διαθέσιμο στο <https://www.kathimerini.gr/world/562620139/arthro-toy-fransis-foykovgiama-stin-k-ta-exypna-psemata-apeiloyti-dimokratia/> -τελευταία επίσκεψη 21/05/2024).

Η Κρίση της Παραπληροφόρησης: Πώς η Τεχνητή Νοημοσύνη Ενισχύει την Παραπληροφόρηση την Περίοδο των Εκλογών, (2024). (διαθέσιμο στο <https://homodigitalis.gr/posts/132302/> -τελευταία επίσκεψη 29/12/2024).

«Η Τεχνητή Νοημοσύνη συναντά την ελληνική δημοσιογραφία μέσω ΕΚΠΑ» ( διαθέσιμο στο [https://www.businessdaily.gr/tehnologia/97245\\_i-tehniti-noimosyni-synanta-tin-elliniki-dimosiografia-meso-ekpa](https://www.businessdaily.gr/tehnologia/97245_i-tehniti-noimosyni-synanta-tin-elliniki-dimosiografia-meso-ekpa) )

5 βήματα για να εντοπίζετε ψευδείς ειδήσεις στο διαδίκτυο. (2017). (διαθέσιμο στο- <https://www.lawspot.gr/nomika-nea/5-vimata-gia-na-entopizete-pseydeis-eidiseis-sto-diadiktyo> -τελευταία επίσκεψη 19/05/2024).

Πόσο απειλεί τη Δημοκρατία η Τεχνητή Νοημοσύνη. (2024). (διαθέσιμο στο <https://www.protagon.gr/themata/poso-apeilei-ti-dimokratia-i-texniti-noimosyni-44342887808> - τελευταία επίσκεψη 21/05/2024).

Τεχνητή Νοημοσύνη και Δημοκρατία - Φοιτητές γράφουν για την Τεχνητή Νοημοσύνη. (2021). (διαθέσιμο στο <https://www.lawspot.gr/nomika-nea/tehniti-noimosyni-kai-dimokratia-foitites-grafoyn-gia-tin-tehniti-noimosyni> - τελευταία επίσκεψη 21/05/2024).

Τεχνητή Νοημοσύνη: Ευκαιρίες και απειλές. (2020). (διαθέσιμο στο <https://www.europarl.europa.eu/topics/el/article/20200918STO87404/techniti-noimosuni-eukairies-kai-apeiles> -τελευταία επίσκεψη 21/05/2024).

Τι είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη και πώς χρησιμοποιείται;, (2020). (διαθέσιμο στο <https://www.europarl.europa.eu/topics/el/article/20200827STO85804/ti-einai-i-techniti-noimosuni-kai-pos-chrisimopoeitai> -τελευταία επίσκεψη 29/12/2024)

Τεχνητή Νοημοσύνη (TN) – Artificial Intelligence (AI). (διαθέσιμο στο [https://saferinternet4kids.gr/hot-topics/ai\\_tn/](https://saferinternet4kids.gr/hot-topics/ai_tn/) -τελευταία επίσκεψη 29/12/2024).

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

- 1) Ποιο είναι το φύλο σας;
  - Άνδρας
  - Γυναίκα
  - Άλλο
- 2) Ποια είναι η ηλικία σας;
  - 18-24
  - 25-34
  - 35-44
  - 45-60
  - 60+
- 3) Πέρα των σπουδών σας στη δημοσιογραφία, ασχολείστε και επαγγελματικά στον χώρο και αν ναι σε τί μέσο;
- 4) Γνωρίζετε τί είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη;
  - Ναι
  - Όχι
  - Ελάχιστα
- 5) Εάν γνωρίζετε τί είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη, αναφέρετε τον τρόπο που την γνωρίσατε.
  - Από την τηλεόραση
  - Από κοινωνικά δίκτυα και λοιπά ηλεκτρονικά μέσα ενημέρωσης
  - Από τον Τύπο
  - Από το ραδιόφωνο
  - Από ακαδημαϊκές εργασίες και συζητήσεις
  - Από διδασκαλία στο τμήμα
  - Από προσωπική έρευνα
  - Άλλο

6) Εάν δεν γνωρίζετε περί τίνος αναφέρεται η Τεχνητή Νοημοσύνη, εξηγήστε τον λόγο.

- Απουσία ερεθισμάτων από το περιβάλλον γύρω σας
- Ελλιπής αναφορά σε ακαδημαϊκό επίπεδο
- Προσωπική αδιαφορία
- Άλλο

7) Γνωρίζετε ποιες είναι οι εφαρμογές της τεχνητής νοημοσύνης στη δημοσιογραφία;

- Ναι
- Όχι
- Ελάχιστα

8) Εάν ναι κατά πόσο σας ενδιαφέρει η εφαρμογή αυτών στην δημοσιογραφία και εάν έχει τύχει να τις χρησιμοποιήσετε στις ακαδημαϊκές σας εργασίες;

- Καθόλου
- Λίγο
- Πολύ
- Πάρα πολύ

9) Σε ποια ΜΜΕ μπορούν να εφαρμοστούν οι πρακτικές της Τεχνητής Νοημοσύνης;

- Τηλεόραση
- Τύπος
- Ραδιόφωνο
- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και λοιπά ηλεκτρονικά μέσα
- Άλλο μέσο
- Δεν γνωρίζω

10) Πώς νιώθετε με την χρήση των εφαρμογών της Τεχνητής Νοημοσύνης;

- Αδιαφορώ/ Την θεωρώ μη χρήσιμη και πρακτική
- Μου έχει κεντρίσει το ενδιαφέρον/ Την βρίσκω χρήσιμη
- Δεν έχω χρησιμοποιήσει σε κάποια εργασία μου



11) Θεωρείτε ως εν δυνάμει δημοσιογράφοι πως το επάγγελμα και ο δημοσιογράφος «απειλείται» από την Τεχνητή Νοημοσύνη σήμερα;

- Ναι
- Όχι
- Ίσως

12) Εάν ναι, εξηγήστε τον λόγο ή τους λόγους που σας οδήγησαν σε αυτή την απάντηση. Εάν όχι, παρομοίως.

13) Γνωρίζετε τί είναι η παραπληροφόρηση και οι ψευδείς ειδήσεις;

- Ναι
- Όχι
- Ελάχιστα

14) Σε ποιο μέσο πιστεύεται ότι συναντάει κάποιος έντονη την κυκλοφορία ψευδών ειδήσεων σήμερα;

- Τηλεόραση
- Ραδιόφωνο
- Τύπος
- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και λοιπά ηλεκτρονικά μέσα
- Άλλο

15) Θεωρείτε πως η ανεξέλεγκτη κυκλοφορία της πληροφορίας σε συνδυασμό με την έντονη χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης έχουν συμβάλλει στην ενίσχυση του φαινομένου της παραπληροφόρησης;

- Ναι
- Όχι
- Ελάχιστα

16) Σε ποιο μέσο καθημερινά έχετε συναντήσει μεγαλύτερη χρήση Τεχνητής Νοημοσύνης για παραγωγή ειδήσεων;

17) Τα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να επιτρέψουν πρακτικές παραπληροφόρησης που «εκμεταλλεύονται» αδύναμα σημεία ή προκαταλήψεις ατόμων. Έχετε νιώσει κάποιου τέτοιου είδους χειραγώγηση;

- Ναι
- Όχι
- Ελάχιστα

18) Το ChatGPT -το κατ' εξοχήν εργαλείο Τεχνητής Νοημοσύνης- μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για το fact checking, δηλαδή για τον έλεγχο αξιοπιστίας της

είδησης αλλά από την άλλη μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για την εξάπλωση παραπληροφόρησης. Συμφωνείτε;

- Ναι
- Όχι/ Όχι γιατί....
- Ελάχιστα

19) Εάν όχι παρακαλώ δικαιολογείστε εν συντομία την απάντησή σας.

20) Έχετε χρησιμοποιήσει αυτό το εργαλείο (ChatGPT);