ePublishing
ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ
NATIONAL DOCUMENTATION CENTRE

Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας

Τόμ. 3, Αρ. 1 (2024)

3ο Ετήσιο Ελληνόφωνο Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας: Δημοσιογραφία, Μέσα και Επικοινωνία: Σύγχρονες προκλήσεις στην εποχή της Τεχνητής Νοημοσύνης

Πώς νέοι και έφηβοι αλληλεπιδρούν με ειδησεογραφικό περιεχόμενο σε μέσα που χρησιμοποιούν τεχνολογίες ΤΝ

Κατερίνα Χρυσανθοπούλου

doi: 10.12681/cclabs.8060

Copyright © 2025, Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας

Άδεια χρήσης Creative Commons Αναφορά 4.0.

Βιβλιογραφική αναφορά:

Χρυσανθοπούλου Κ. (2025). Πώς νέοι και έφηβοι αλληλεπιδρούν με ειδησεογραφικό περιεχόμενο σε μέσα που χρησιμοποιούν τεχνολογίες ΤΝ. *Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας*, *3*(1), 58–68. https://doi.org/10.12681/cclabs.8060

Πώς νέοι και έφηβοι αλληλεπιδρούν με ειδησεογραφικό περιεχόμενο σε μέσα που χρησιμοποιούν τεχνολογίες ΤΝ

Χρυσανθοπούλου Κατερίνα
Διδάκτορας, Τμήμα Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ,
Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης
chrysanta@jour.auth.gr

Περίληψη

Με την εκτεταμένη χρήση τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης στην παραγωγή και διανομή ειδησεογραφικού περιεχομένου σε πλατφόρμες ΜΚΔ, είναι σημαντικό να καταγραφεί η εμπειρία κατανάλωσης ειδήσεων των νεανικών κοινών, που ενημερώνονται κατά κόρον από τέτοια κανάλια. Για να κατανοήσουμε τις ανάγκες τους για ενημέρωση διενεργήθηκε έρευνα με ομάδες εστίασης (φοιτητών, 19-24 ετών, και μαθητών, 14-17 ετών), με ερωτηματολόγιο και συνεντεύξεις, ώστε να καταγράψουμε τις συνήθειες ενημέρωσης, την εμπιστοσύνη στις ικανότητές τους να αναγνωρίζουν και να αλληλεπιδρούν αποτελεσματικά με τεχνολογίες ΤΝ και να εντοπίζουν αξιόπιστη πληροφόρηση. Επίσης, αναδείχθηκαν οι βασικές τους ανησυχίες για την έκπτωση στην ακρίβεια της πληροφορίας και την κριτική ικανότητα των καταναλωτών ειδήσεων με την επικράτηση τεχνολογιών ΤΝ. Η σημασία της έρευνας έγκειται στην εστίαση σε ένα αναδυόμενο κοινό των ΜΜΕ, που χρειάζεται ευαισθητοποίηση και κριτική σκέψη κατά την ψηφιακή πληροφόρηση.
Λέξεις-κλειδιά: Τεχνητή νοημοσύνη, νεανικό κοινό, ειδησεογραφική παιδεία

1.Εισαγωγή

Οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης (ΤΝ) χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο στην παραγωγή, επιμέλεια, διανομή, αλλά και επαλήθευση ειδησεογραφικού περιεχομένου, ιδίως σε πλατφόρμες ΜΚΔ. Βασικοί τομείς που εφαρμόζουν τεχνολογίες ΤΝ είναι: (α) συλλογή (συγκέντρωση πληροφοριών, παραγωγή ιδεών και δομών αφήγησης, εντοπισμός τάσεων, παρακολούθηση θεμάτων, έρευνα, εξαγωγή περιεχομένου από διαδικτυακές δομές)· (β) παραγωγή (δημιουργία πολυμεσικού περιεχομένου, επεξεργασία, δομή και μορφοποίηση για διαφορετικές πλατφόρμες, στόχευση περιεχομένου σε διαφορετικά είδη κοινού)· (γ) διανομή (εξατομίκευση περιεχομένου και μορφής, προσωποποιημένο μάρκετινγκ, προσέλκυση κοινού, κατανόηση συμπεριφοράς χρηστών) (Beckett, 2022). Οι αλγόριθμοι ΤΝ αναλύουν μεγάλους όγκους δεδομένων, αυτοματοποιούν επαναλαμβανόμενες δημοσιογραφικές εργασίες, ερμηνεύουν, οργανώνουν και παρουσιάζουν πληροφορίες με ευανάγνωστους τρόπους, ελέγχουν λέξεις κλειδιά, διαχειρίζονται και παράγουν στατιστικά στοιχεία και γραφήματα, κ.ο.κ.

Επειδή οι νεαρότεροι χρήστες του διαδικτύου ενημερώνονται κατά κόρον από ΜΚΔ και πλατφόρμες οτιδήποτε συμβαίνει στη χώρα τους και στον κόσμο, είναι σημαντικό να καταγραφεί η εμπειρία τους κατά την κατανάλωση ειδήσεων και η εμπιστοσύνη τους στα

ΜΜΕ στο νέο ειδησεογραφικό τοπίο. Μας ενδιαφέρει να εξετάσουμε τις συμπεριφορές και τις στάσεις νέων και εφήβων ως καταναλωτών ειδήσεων, δεδομένων των τρόπων με τους οποίους εκτίθενται στις ειδήσεις (Hendrickx, 2023), της χαμηλής ειδησεογραφικής παιδείας (news literacy) που λαμβάνουν από το περιβάλλον τους (σχολικό, οικογενειακό, πανεπιστημιακό) (McGrew et. al., 2018), της δυσκολίας τους να εντοπίσουν ελεγμένο περιεχόμενο από αξιόπιστες πηγές (Madden et. al, 2017· Swart, 2021) και να λάβουν ενημερωμένες αποφάσεις, καθώς και της νεαρής ηλικίας κατά την οποία καλούνται να ενταχθούν στο σώμα των ψηφοφόρων της χώρας (17 ετών). Ένα πρώτο βήμα ώστε να κατανοήσουμε τις αντιλήψεις και ανάγκες τους για ενημέρωση είναι να καταγράψουμε τις απόψεις και τις στάσεις τους σχετικά με τη χρήση τεχνολογιών ΤΝ στον τομέα των ειδήσεων, καθώς και τους προβληματισμούς, τις ανησυχίες και τις προβλέψεις τους (Hasse, 2019· Greenwald et. al., 2021).

2.Ειδησεογραφία και ΤΝ

Οι προκλήσεις στη βιομηχανία της ειδησεογραφίας με την εξάπλωση των τεχνολογιών ΤΝ είναι πολλές, για παράδειγμα, οι χρήστες καταναλώνουν ποιοτικές ειδήσεις μαζί με εμπορικό ή παραπλανητικό περιεχόμενο· οι δυνατότητες της ΤΝ και το αρρύθμιστο πεδίο διογκώνει τις κατασκευασμένες πληροφορίες· τα κίνητρα για την ακρίβεια των ειδήσεων μειώνονται· κ.α.. Ήδη φαίνεται ότι η παραγωγική ΤΝ (GenAI) ωθεί τους χρήστες να αυξήσουν την κατανάλωση προϊόντων χαμηλότερης αξίας, όπως clickbaits ή ψευδείς ειδήσεις (Sandrini, 2023).

Η ειδησεογραφική παιδεία (ΕΠ) είναι κρίσιμης σημασίας για την δημοκρατική ζωή και την εμπιστοσύνη στους θεσμούς. Κάτω από την ευρύτερη ομπρέλα της παιδείας στα μέσα και την πληροφορία (media & information literacy), η ΕΠ εξετάζει το πώς διαμεσολαβείται ο κόσμος και η κοινωνία από τα ΜΜΕ, πώς κάποια μηνύματα διαδίδονται, ενώ άλλα όχι, και ενδυναμώνει τους πολίτες, ώστε να συμμετέχουν πιο ενεργά και συνετά στην δημοκρατική και πολιτική ζωή (Ashley, 2020).

2.1. Νέοι και έφηβοι καταναλωτές ειδήσεων

Έρευνες με εφήβους έχουν δείξει ότι οι μαθητές κατανοούν ότι η παραγωγική ΤΝ μπορεί να παράγει κείμενα πιστευτά, αλλά όχι απαραίτητα «αληθινά» και ότι μπορεί να συμβάλει στη διάδοση παραπληροφόρησης. Ως χρήστες εφαρμογών ειδήσεων δηλώνουν ικανοποιημένοι με τις εξατομικευμένες ροές, αλλά δεν είναι σίγουροι αν πράγματι θέλουν να διαβάζουν ειδήσεις τις οποίες επιλέγουν οι αλγόριθμοι, γιατί ανησυχούν μήπως χάσουν σημαντικές πληροφορίες και απόψεις, ή το απόρρητό τους. Πάντως, ενώ γενικά δεν αναζητούν μόνοι τους ειδήσεις, πιστεύουν ότι είναι καλά ενημερωμένοι επειδή διαθέτουν εφαρμογές (Du, 2023).

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα οι έφηβοι στην γενιά Gen Z (14–19) στις ΗΠΑ καταναλώνουν περισσότερες ειδήσεις από τους ενήλικες της ίδιας γενιάς (20–25), κυρίως σε κινητές συσκευές και μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς αυτές οι πηγές προσφέρουν άμεσες και διαδραστικές εμπειρίες ενημέρωσης. Επίσης, οι έφηβοι θεωρούν ότι το υλικό που

δημιουργείται από χρήστες (UGC) είναι πιο αυθεντικό από τις παραδοσιακές ειδήσεις (Χρυσανθοπούλου, 2023).

Από την άλλη, η μελέτη της συλλογιστικής με κίνητρα (motivated reasoning) μας δείχνει ότι οι κοινωνικές στάσεις των χρηστών διαδικτυακών εφαρμογών επηρεάζονται από συναισθηματικές αντιδράσεις και πεποιθήσεις (Redlawsk, 2002· Kahneman, 2011). Ειδικά το κίνητρο να ανήκουν σε μια ομάδα, μπορεί να οδηγήσει τους εφήβους να καταναλώνουν τετριμμένες πληροφορίες, σε ένα κενό κοινωνικά σημαντικού περιεχομένου, χωρίς να μαθαίνουν τον τρόπο οργάνωσης της κοινωνίας ή τους τρόπους συμμετοχής στα κοινά (Patterson, 2007). Η συστηματική αλληλεπίδραση με «φίλους» για υιοθέτηση απόψεων μπορεί να δημιουργήσει «θαλάμους ηχούς» (Clark & Van Slyke, 2010).

Αντίθετα, όμως, από διεθνείς έρευνες που αναφέρουν ότι οι νέοι έχουν μειωμένο ενδιαφέρον για τις ειδήσεις (Beckett, 2022), δικές μας έρευνες στην Ελλάδα δεν έχουν επιβεβαιώσει αυτή την υπόθεση, καθώς οι έφηβοι φαίνεται να ενδιαφέρονται για τα τρέχοντα θέματα, κυρίως τα κοινωνικά, και πιστεύουν ότι είναι σημαντικό να ενημερώνουν με αναρτήσεις τους φίλους τους στα ΜΚΔ (Chryssanthopoulou, 2022).

Σε κάθε περίπτωση, οι έφηβοι από το διαδίκτυο μαθαίνουν, ενισχύουν την ταυτότητά τους, αναπτύσσουν συμπεριφορές και πεποιθήσεις, και η συμμετοχή τους σε ψηφιακές κοινότητες είναι ιδιαίτερα σημαντική, αφού εκεί υιοθετούν και εκφράζουν απόψεις για ιδιωτικά ή δημόσια θέματα· κατασκευάζουν προσωπικές, κοινωνικές και πολιτικές ταυτότητες· δίνουν νόημα σε κοινωνικές ή πολιτικές έννοιες· αποφασίζουν για θέματα των κοινοτήτων τους· εκφράζονται και ενισχύουν τη φωνή τους· συμμετέχουν σε δραστηριότητες συνηγορίας και «ακτιβισμού»· μαθαίνουν πώς να συμμετέχουν στο δημόσιο διάλογο. Η έκθεση σε ζητήματα πολιτείας σε νεαρή ηλικία είναι θεμελιώδης για τη δημιουργία μελλοντικών ενεργών πολιτών, ενώ η αίσθηση της κοινωνικοπολιτικής ενδυνάμωσης συνδέεται με την αυτοεκτίμηση και την ευημερία τους (Cho et al., 2020).

Το ερώτημα είναι πόσο έτοιμοι είναι οι αυριανοί ψηφοφόροι να διακρίνουν γνήσιες και χρήσιμες από πλαστές ή ανάξιες λόγου πληροφορίες; Μπορούν να αποκτήσουν «αυθόρμητα» τα κριτήρια που χρειάζονται ή πρέπει να εκπαιδευτούν ώστε να διακρίνουν την αλήθεια από την παραπλάνηση;

3. Έρευνα σε νέους και εφήβους

Για να αναδειχθούν οι στάσεις και συνήθειες νέων και εφήβων όταν καταναλώνουν ειδήσεις σε πλατφόρμες που χρησιμοποιούν τεχνολογίες ΤΝ, κατά το εαρινό ακαδημαϊκό εξάμηνο του 2024 διενεργήθηκε έρευνα με δύο ομάδες εστίασης (φοιτητών 19-24 ετών και εφήβων μαθητών Γυμνασίου 13-15 ετών) με ερωτηματολόγια και ημιδομημένες εις βάθος συνεντεύξεις. Η έρευνα επικεντρώθηκε στις συνήθειες και πρακτικές τους για την πρόσβαση, αναγνώριση και διαχείριση ειδησεογραφικού περιεχομένου που παράγεται ή διακινείται με χρήση τεχνολογιών ΤΝ, καθώς και στην εμπιστοσύνη τους στις ειδήσεις και τις ανησυχίες και προβλέψεις τους για το μέλλον της ενημέρωσης.

Η καταγραφή αυτή είναι το πρώτο απαραίτητο βήμα ώστε να μπορέσουμε να εκπαιδεύσουμε το νεανικό κοινό και να διαμορφώσουμε πιο αποτελεσματικές στρατηγικές ενημέρωσής του, προάγοντας την ευαισθητοποίηση, την κριτική σκέψη και την συνετή κατανάλωση ειδήσεων στην ψηφιακή πληροφόρηση (Cho et. al., 2020· Livingstone, 2018).

3.1. Μέθοδος έρευνας

Οι συμμετέχοντες στην μελέτη ήταν προπτυχιακοί φοιτητές του τμήματος Ψηφιακών Μέσων στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο (N=24) και μαθητές γυμνασίου της Αθήνας (N=9), οι οποίοι παρακολουθούσαν όμιλο παιδείας στα μέσα (media literacy club). Η μελέτη διεξήχθη με ερωτηματολόγια (το ίδιο για τις δύο ομάδες) και ημιδομημένες συνεντεύξεις με 17 φοιτητές, περίπου 30 λεπτών κάθε μία, για να καταγραφούν απόψεις σχετικά με τις ειδήσεις και τις τεχνολογίες ΤΝ, η ετοιμότητά τους να χειριστούν τέτοιο περιεχόμενο και οι εκπαιδευτικές τους ανάγκες.

Πραγματοποιήθηκε θεματική ανάλυση των απαντήσεων (Braun & Clarke 2006) με βασικούς δείκτες

- Αυτοαξιολόγηση της ειδησεογραφικής παιδείας (Vraga & Tully, 2016)
- Σκεπτικισμός (Maksl, Ashley & Craft, 2015)
- Αίσθημα ελέγχου μέσων (Media Locus of Control) δηλαδή, ο βαθμός στον οποίο κάποιος αντιλαμβάνεται ότι ελέγχει τα μέσα τα οποία χειρίζεται και τις πληροφορίες στις οποίες εκτίθεται (Potter, 2004· Maksl et. al., 2015· Ashley, Maksl & Craft, 2017)
- Τρόποι ενημέρωσης και αναζήτησης ειδήσεων
- Παιδεία στα μέσα & την πληροφορία και ειδησεογραφική παιδεία (Vraga & Tully, 2016)
- Κίνητρα για κατανάλωση ειδήσεων
- Εμπιστοσύνη στις ειδήσεις (Ashley et al 2015· Potter, 2004)

3.2. Ευρήματα από τις απαντήσεις των φοιτητών

Τα ευρήματα της έρευνας δείχνουν ως βασική ανησυχία των νέων και εφήβων την αξιοπιστία των ειδήσεων που λαμβάνουν μέσω τεχνολογιών ΤΝ, με την ακρίβεια και την αλήθεια ως βασικά κριτήρια. Επίσης, αναδεικνύεται η σημασία που δίνουν στην κριτική σκέψη, και η ανάγκη ειδικής εκπαίδευσής τους στην ειδησεογραφική παιδεία.

Συγκεκριμένα, όσον αφορά την χρήση ΤΝ, σχεδόν ένας στους 10 φοιτητές (8,5%) δήλωσαν ότι δεν χρησιμοποιούν ποτέ και 25% σπάνια τέτοιες τεχνολογίες, ενώ σχεδόν οι μισοί (46%) απάντησαν μερικές φορές. Από την άλλη, 71% έχουν χρησιμοποιήσει ΤΝ στις σπουδές τους. Οι τεχνολογίες που έχουν χρησιμοποιήσει περισσότερο είναι τα chatbots (75%) και ακολουθούν η μηχανική μάθηση και οι εικονικοί βοηθοί (25%) και η επεξεργασία φυσικής γλώσσας (20%).

67% πιστεύουν ότι η ΤΝ μπορεί να βελτιώσει την μαθησιακή εμπειρία, ενώ μόνο 37% θεωρούν ότι η ΤΝ μπορεί να βελτιώσει τον τρόπο κατανάλωσης ειδήσεων. Όσον αφορά το αν πιστεύουν ότι η ΤΝ θα επηρεάσει στο μέλλον την εκπαίδευση, ένα συντριπτικό 96% θεωρούν ότι η εκπαίδευση θα αλλάξει με αυτές τις τεχνολογίες και ότι η ΤΝ μπορεί στο μέλλον να αντικαταστήσει (α) τους ανθρώπους δημοσιογράφους (63%) και (β) τους ανθρώπους εκπαιδευτικούς (58%) – αν και 38% πιστεύουν ότι το δεύτερο δεν μπορεί να γίνει ποτέ. 32% νιώθουν αρκετά προετοιμασμένοι για να χειριστούν εφαρμογές που

ενσωματώνουν ΤΝ, 12.5% απαντούν σίγουρα ναι, και 10% χρειάζονται καθοδήγηση. Στο σύνολό τους, 83% θέλουν να μάθουν περισσότερα πράγματα για την ΤΝ.

Κατά τη γνώμη τους, τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά στην ειδησεογραφία είναι η ακρίβεια και η αξιοπιστία (95%) και η επαλήθευση (83%) και ακολουθούν η επεξήγηση (58%), η ταχύτητα (42%) και η αλληλεπίδραση με το κοινό (38%). Οι φόβοι τους σχετικά με την χρήση ΤΝ στις ειδήσεις επικεντρώνονται στην αξιοπιστία, την αλήθεια και την ακρίβεια των στοιχείων και των πηγών και την παραπληροφόρηση. Κάποιοι ανέφεραν τον κίνδυνο μείωσης της κριτικής σκέψης και την σύγχυση στην διάκριση μεταξύ ανθρώπινου και μηχανικού προϊόντος. Όσον αφορά την πιθανότητα να συλλέγονται προσωπικά δεδομένα με σκοπό να εκπαιδευτούν συστήματα ΤΝ, κανείς δεν απάντησε ότι αισθάνεται άνετα, 25% απάντησαν όχι και 75% απάντησαν ότι εξαρτάται από την χρήση των δεδομένων και τα μέτρα ασφαλείας.

Οι περισσότεροι θεωρούν ότι τόσο η κατανάλωση (91%) όσο και η παραγωγή ειδήσεων (87,5%) θα επηρεαστούν από την χρήση ΤΝ. Τα θετικά στοιχεία που μπορεί να προσφέρει η ΤΝ θεωρούν ότι είναι το εξατομικευμένο περιεχόμενο (75%), η έμφαση στις προσωπικές προτιμήσεις (42%), η επισήμανση παραπλανητικού περιεχομένου στις πλατφόρμες (38%) και οι εξατομικευμένες εμπειρίες (33%). Ως αρνητικά στοιχεία αναφέρουν τη μείωση της καλλιέργειας κριτικής σκέψης (83%), την παραπληροφόρηση (75%) την λογοκλοπή (50%) και τις ανισότητες μεταξύ των ανθρώπων (25%).

Οι ανησυχίες που σχετίζονται με την χρήση ΤΝ γενικά, είναι η απώλεια θέσεων εργασίας (75%) και αμέσως μετά με 70% έρχονται το απόρρητο και η ασφάλεια δεδομένων, η έλλειψη ανθρώπινου ελέγχου και η αμφίβολη αξιοπιστία και ακρίβεια, ενώ ελάχιστοι (8%) φοβούνται ότι η ΤΝ μπορεί να αυξήσει τις προκαταλήψεις και τις διακρίσεις μεταξύ των ανθρώπων. Οι ανησυχίες τους σχετικά με την χρήση ΤΝ στις ειδήσεις είναι η αποτυχία καλλιέργειας κριτικής σκέψης (79%), η ανεπαρκής προστασία των προσωπικών δεδομένων (71%), η έκθεση σε παραπλανητικό περιεχόμενο και η εκμετάλλευση προσωπικού περιεχομένου από τρίτους (50%), η υπερβολική χρήση ψηφιακών συσκευών (46%), η απουσία κοινωνικής αλληλεπίδρασης (37,5%) και η απώλεια συναισθηματικής εμπλοκής μεταξύ των ανθρώπων (37,5%) ενώ μόνο 12,5% αναφέρουν την αύξηση του διαδικτυακού εκφοβισμού.

Περίπου οι μισοί (54%) δηλώνουν ότι αντιλαμβάνονται εύκολα ΤΝ σε επεξεργασμένες φωτογραφίες, ειδήσεις και παρεμβάσεις chatbots σε σχόλια αναρτήσεων (50%) και λιγότεροι από τους μισούς (46%) στα κατασκευασμένα βίντεο και σε υλικό δημοσιογραφίας πολιτών. Λίγοι (17%) πιστεύουν ότι μπορούν να αντιληφθούν τα deepfakes – μάλιστα αρκετοί δήλωσαν πως δεν ήξεραν τι είναι. Την χρήση ΤΝ στις ειδήσεις την εντοπίζουν με προσεκτική παρατήρηση, με χρήση εργαλείων, με επαλήθευση από επώνυμους εμπειρογνώμονες, από μοτίβα, λεξιλόγιο, ανορθογραφίες και νοηματική και συντακτική ανεπάρκεια.

Οκτώ στους δέκα (79%) θέλουν να εκπαιδευτούν στη χρήση εργαλείων ΤΝ γιατί την θεωρούν σημαντική γνώση και επιθυμούν να υπάρχουν επιμορφωτικά σεμινάρια (96%), κατάλληλο εκπαιδευτικό υλικό (71%), εξειδικευμένα διαδικτυακά μαθήματα (58%) και πανεπιστημιακή εκπαίδευση (58%), ενώ μόνο 21% απάντησαν σχολική εκπαίδευση

3.3. Ευρήματα από τις απαντήσεις των μαθητών

Σχετικά με τη χρήση τεχνολογιών ΤΝ, τα περισσότερα παιδιά απάντησαν πολύ συχνά την χρησιμοποιούν (70%) («πλέον παντού υπάρχει ΤΝ άρα και να θέλεις να την αποφύγεις, δεν γίνεται»), αλλά 80% δεν έχουν χρησιμοποιήσει ΤΝ στις σπουδές τους, κυρίως για ηθικούς λόγους· γενικά το ηθικό κριτήριο (τι είναι «καλό» και «αληθινό») ήταν ανεπτυγμένο.

Οι τεχνολογίες που έχουν χρησιμοποιήσει περισσότερο είναι η μηχανική μετάφραση (50%), τα chatbots (35%) και οι εικονικοί βοηθοί (25%). Χρησιμοποιούν και άλλες εφαρμογές, κυρίως για ψυχαγωγία, για παράδειγμα μετατροπή ομιλίας σε κείμενο, ή μετατροπή κειμένου σε ομιλία που προσιδιάζει σε συγκεκριμένους τραγουδιστές, ή σύνθεση τραγουδιών ή μικρο-επεξεργασία οπτικοακουστικού περιεχομένου. Είπαν ότι στο δημοτικό διασκέδαζαν με τους εικονικούς βοηθούς και τους άρεσε να συνομιλούν μαζί τους και να «τους φέρνουν σε δύσκολη θέση», όμως πλέον δεν το βρίσκουν ενδιαφέρον. Γνώριζαν τι είναι η μηχανική μάθηση αλλά δήλωσαν ότι δεν έχουν συναντήσει ποτέ κάποια σχετική εφαρμογή.

Στην ερώτηση αν η ΤΝ μπορεί να βελτιώσει την μαθησιακή εμπειρία, οι περισσότεροι (58%) δεν το έχουν σκεφτεί, αλλά ένας στους τρεις απάντησαν θετικά. Αντίστοιχα, στο αν η ΤΝ μπορεί να βελτιώσει τον τρόπο κατανάλωσης ειδήσεων, απάντησαν αρνητικά (80%), διότι θεωρούν ότι μπορεί να αυξήσει την παραπληροφόρηση. Οι φόβοι τους σχετικά με την χρήση ΤΝ στις ειδήσεις επικεντρώνονται στην αλήθεια των στοιχείων και των πηγών και την παραπληροφόρηση, ενώ κάποιοι ανέφεραν και τον κίνδυνο «οι μηχανές να αντικαταστήσουν τους ανθρώπους».

Κατά τη γνώμη τους, τα πιο σημαντικά στοιχεία στις ειδήσεις είναι η αλήθεια (100%) και η ακρίβεια (80%). Στην χρήση ΤΝ στις ειδήσεις, 60% αναφέρουν ως αρνητικά την παραπληροφόρηση, τους hackers, και την έλλειψη αλήθειας στην ενημέρωση. Δεν ήξεραν αν και πώς η ΤΝ μπορεί να αυξήσει τις προκαταλήψεις, και έγινε σχετική συζήτηση, εστιάζοντας κυρίως στην αναπαραγωγή στερεοτύπων από μηχανές που μαθαίνουν ή στο profiling στην αναζήτηση εργασίας.

Πιστεύουν ότι η ΤΝ στο μέλλον θα επηρεάσει την παραγωγή και κατανάλωση ειδήσεων (75%) με αρνητικό τρόπο, δηλαδή με παραπληροφόρηση και έλλειψη αλήθειας. Με την συζήτηση που έγινε στην τάξη αντιλήφθηκαν τη σημασία της ταχείας επεξεργασίας τεράστιων όγκων δεδομένων, για παράδειγμα, των αποτελεσμάτων αθλητικών γεγονότων, που μπορεί να γίνει με αυτοματοποιημένο τρόπο, και δήλωσαν ότι η ΤΝ μπορεί να βοηθήσει τους δημοσιογράφους σε τέτοιες περιπτώσεις.

Μπορούν να εντοπίσουν τεχνολογία ΤΝ σε βίντεο, ιστοσελίδες, φωτογραφίες και μουσική (80%) και δεν τους ξεγελούν τα deepfakes (80%). Εντοπίζουν τις παραποιήσεις με προσεκτική παρατήρηση, με επαλήθευση από φίλους ή από τα ορθογραφικά και συντακτικά λάθη στα κείμενα. Οι μεγαλύτερες ανησυχίες τους είναι ότι με την ΤΝ οι άνθρωποι θα σταματήσουν να σκέφτονται και ίσως πολλοί θα χάσουν τη δουλειά τους. Δεν φοβούνται την απουσία κοινωνικής αλληλεπίδρασης, και δηλώνουν ότι κάνουν πολλές φιλίες στα ΜΚΔ.

Όσον αφορά το αν πιστεύουν ότι η ΤΝ θα επηρεάσει στο μέλλον την εκπαίδευση, οι μισοί απαντούν ότι δεν το έχουν σκεφτεί και οι άλλοι μισοί ότι τα ρομπότ δεν μπορούν να αντικαταστήσουν τους ανθρώπους καθηγητές, αλλά μπορούν να αντικαταστήσουν τους δημοσιογράφους (70%). Στην ερώτηση αν νιώθουν καλά προετοιμασμένοι για να χειριστούν

εφαρμογές που ενσωματώνουν ΤΝ γενικά, ένας στους τρεις απαντούν σίγουρα, ένας στους τρεις δεν το έχουν σκεφτεί και οι υπόλοιποι δηλώνουν ότι χρειάζονται καθοδήγηση.

Όλα τα παιδιά θεωρούν ότι χρειάζονται εκπαίδευση για να εμπλουτίσουν τις γνώσεις και δεξιότητές τους στη χρήση εργαλείων ΤΝ και ότι θα πρέπει να υπάρχουν σχετικά μαθήματα στο σχολείο, τόσο για ΤΝ όσο και για την παιδεία στα μέσα και την πληροφορία, «γιατί αυτά πρέπει να τα ξέρουν όλοι».

3.4. Ευρήματα από συνεντεύξεις με φοιτητές

Από τα 24 άτομα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ελήφθησαν συνεντεύξεις από 17. Έγινε φραστική ανάλυση και θεματική σημασιολογική ανάλυση για την αποκάλυψη ενδιαφερόντων, γνωμών, πεποιθήσεων, φόβων και συγκινήσεων (Βάμβουκας, 2002). Το υλικό κατηγοριοποιήθηκε με κριτήριο την εννοιολόγηση υποκείμενων μοτίβων (επανάληψη φράσεων-κλειδιών, δήλωση σημαντικότητας, ένταση δηλώσεων και συνάφεια με τα θέματα της έρευνας).

Ως προς την συχνότητά τους οι ομαδοποιημένες θεματικές κατηγορίες που σημειώθηκαν από το υλικό που έδωσαν οι συμμετέχοντες στις συνεντεύξεις αναφέρονται στον Πίνακα 1:

Πίνακας 1: Συχνότητες και ποσοστά σχολίων ανά θεματική κατηγορία, N = 17

	Συχνότητα	Ποσοστό
Κριτικές δεξιότητες	49	27 %
Διαχείριση πληροφορίας	50	27 %
Λειτουργία ΜΜΕ	40	24 %
Παραπληροφόρηση	6	3 %
Παιδαγωγική συνιστώσα	10	5,5 %
Δημοσιογραφική δεοντολογία	14	13 %
Ειδήσεις και ενημέρωση	68	37 %
Ψηφιακά μέσα	18	10 %

Συγκεντρωτικά, περισσότεροι από ένας στους τέσσερις (27%) αναφέρθηκαν σε κριτική σκέψη ή κριτικές δεξιότητες. Ένας στους τέσσερις (24%) αναφέρθηκαν στην λειτουργία των ΜΜΕ που αλλάζει με την ΤΝ, ενώ 13% σχολίασαν την δημοσιογραφική δεοντολογία κατά την παραγωγή και δημοσίευση ειδήσεων με χρήση ΤΝ. Μόνο 5,5% αναφέρθηκαν στην παιδαγωγική συνιστώσα της δημοσιογραφίας ενώ ελάχιστοι σε παραπληροφόρηση (3%).

Χαρακτηριστικές ενδεικτικές απαντήσεις:

- Το μυαλό αδρανεί, γιατί οι μηχανές μας καθησυχάζουν, σκεφτόμαστε πιο αργά
- Δυσκολευόμαστε να κρίνουμε, γιατί κρίνουν οι μηχανές
- Δεν μπορούμε να γράψουμε ή να μιλήσουμε μόνοι μας, ακόμα και άτομα έξυπνα

- Το ChatGPT δεν δίνει πηγές· θα ήθελα να μου έδινε τα 1000 urls που έχει επεξεργαστεί για να βγάλει την περίληψη που μου παρουσιάζει
- Δεν είναι τόσο επικίνδυνο να χρησιμοποιούν οι φοιτητές το ChatGPT, αλλά είναι επικίνδυνο να χρησιμοποιεί το ChatGPT τις εργασίες των φοιτητών
- Ειδήσεις διαβάζω από ΜΚΔ, Tik Tok και sites και σπανιότερα στην τηλεόραση
- Μου φαίνεται απάνθρωπο και ανήθικο η ΤΝ να αντικαταστήσει τον άνθρωπο
- Πρέπει συνέχεια να τρέχουμε πίσω από τις εξελίξεις, να εκπαιδευόμαστε διαρκώς, να αλλάζουμε δουλειές
- Η ψήφος στα 17 δεν είναι καλή ιδέα, δεν είναι ώριμα τα παιδιά, καλύτερα στα 20
- Οι έφηβοι μπορούν εύκολα να χειραγωγηθούν, δεν έχουν κριτήριο, αποκτούν απόψεις από φίλους τους, διαβάζουν μόνο τον τίτλο, κανείς δεν διαβάζει το περιεχόμενο των άρθρων
- Μια φευγαλέα εντύπωση στα ΜΚΔ, πχ πολιτικός που σχηματίζει μια καρδούλα με τα χέρια, μεταφράζεται σε πολιτική ψήφο με κριτήρια αισθητικά, όχι πολιτικά
- Οι έφηβοι λένε μια άποψη για να ακουστεί η φωνή τους, όχι απαραίτητα επειδή πιστεύουν αυτό που λένε, δεν ενδιαφέρονται να αποκτήσουν πολιτική συνείδηση στα 17, αλλά ισχύ
- Οι έφηβοι δεν έχουν σφαιρική ενημέρωση, δεν ξέρουν τι είναι δεξιά και αριστερά, αλλά οι κυβερνήσεις αποφάσισαν να δώσουν ψήφο στα 17, επειδή υπάρχει μεγάλη αποχή και ήθελαν να μεγαλώσει το εκλογικό σώμα
- Η ψήφος των εφήβων είναι επέκταση της ψήφου των γονιών τους
- Οι έφηβοι δεν έχουν αναπτύξει ακόμα πλήρως τη γλώσσα, δεν καταλαβαίνουν τι λένε στις ειδήσεις ή στις εφημερίδες, η γλώσσα τους χτίζεται μέσα από τα ΜΚΔ
- Τα παιδιά μπορούν να ψηφίζουν εκπροσώπους πολιτικής, όπως το 15μελές στο σχολείο, και αυτοί να λειτουργούν σαν «διασύνδεση», δηλαδή να μεταφέρουν πολιτικές απόψεις και συζητήσεις, να απαντούν σε φόρουμ, να φτιάχνουν podcast και YouTube videos ενημερωτικά, να συντονίζουν συζητήσεις περί πολιτικής για τα παιδιά του Λυκείου – δεν ξέρω όμως ποιοι θα έκαναν αυτή τη δουλειά, γιατί είναι δύσκολη… εγώ δεν θα την έκανα…
- Στο Τικ Τοκ βλέπω βίντεο όπου ρωτάνε ανθρώπους 25 χρονών, τι πολίτευμα έχουμε, και δεν ξέρουν να απαντήσουν
- Οι πολιτικοί πάνε σε influencers για να γίνουν αποδεκτοί, όμως δεν αρκεί να έχεις γραμμένους πολλούς followers για να είσαι συμπαθής στα παιδιά
- Αν κάτι το βλέπω συχνά στο Τικ Τοκ, τότε το ψηφίζω (κριτήριο διαθεσιμότητας)
- Πρέπει να εκπαιδευτούν και οι καθηγητές για να μας εκπαιδεύσουν στην ΤΝ
- Η ΤΝ πρέπει να είναι στις βασικές γνώσεις, να την μαθαίνουν όλοι, από το σχολείο
- Δεν γίνεται να μας αποδίδουν ευθύνες για κακή χρήση κάποιας εφαρμογής αν κάτι δεν το έχουμε διδαχτεί
- Οι εμπειρογνώμονες πρέπει να συνεργάζονται με το υπουργείο παιδείας, και αυτό να επιμορφώνει τους εκπαιδευτικούς ώστε αυτοί με τη σειρά τους να διδάσκουν τους μαθητές

- Η αγωγή του πολίτη στο σχολείο πρέπει να εκσυγχρονιστεί και να συμπεριλάβει και την αγωγή στα ψηφιακά μέσα και τα ΜΚΔ
- Χρειαζόμαστε ειδησεογραφική παιδεία, παιδεία στα μέσα και την πληροφορία

4. Κατακλείδα

Η σημασία της παρούσας έρευνας έγκειται στο ότι εστιάζει σε ένα αναδυόμενο κοινό των ΜΜΕ, το οποίο χρησιμοποιεί κατά κόρον εφαρμογές ειδήσεων και πλατφόρμες που υλοποιούν τεχνολογίες ΤΝ, και καταγράφει τις συνήθειες και τις πρακτικές του στην κατανάλωση ειδήσεων. Επίσης, τονίζει την ανάγκη για ειδησεογραφική παιδεία στην συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα.

Τα ευρήματα της έρευνας δείχνουν ότι οι 9 έφηβοι που συμμετείχαν, οι οποίοι είχαν λάβει ειδική εκπαίδευση στην παιδεία στα μέσα και στις ειδήσεις (media & news literacy), παρουσιάζουν MLOC μεγαλύτερο από τους φοιτητές του δείγματος, δηλαδή, έχουν θεωρούν ότι έχουν μεγαλύτερο έλεγχο επί των μέσων που χρησιμοποιούν και του περιεχομένου που καταναλώνουν και έχουν επίγνωση ότι πλέον τεχνολογία ΤΝ υπάρχει σε όλες τις εφαρμογές, άρα την χρησιμοποιούν όλοι ακόμα κι αν δεν το συνειδητοποιούν. Επίσης, οι έφηβοι ανησυχούν λιγότερο από τους φοιτητές ότι η ΤΝ μπορεί να υπονομεύσει την ανθρώπινη αλληλεπίδραση, και τους αρέσει η εμπειρία χρήστη στις διάφορες εφαρμογές ενημέρωσης· όμως όλες οι ηλικίες ανησυχούν ότι η ΤΝ μπορεί να παρακωλύσει την ανάπτυξη κριτικής σκέψης. Ως αρνητικά στοιχεία της ΤΝ όλοι αναφέρουν την ακρίβεια και την αξιοπιστία της πληροφορίας, που κινδυνεύουν, την ασφάλεια των δεδομένων και τα προβλήματα με την γενικευμένη χρήση γλωσσικών μοντέλων.

Η αυτοαξιολόγηση της ειδησεογραφικής παιδείας, καθώς και ο σκεπτικισμός, ήταν πιο ισχυρές διαστάσεις στους εφήβους, κάτι αναμενόμενο λόγω της φοίτησής τους σε συναφή όμιλο. Τα κίνητρα για την κατανάλωση ειδήσεων ήταν ενημέρωση για κοινωνικά θέματα περισσότερο στους εφήβους, ενώ γενικότερη ενημέρωση για τους φοιτητές. Η εμπιστοσύνη στις ειδήσεις δηλώθηκε χαμηλή, όμως αυτό έγινε σε πλαίσιο συζήτησης για τις επικίνδυνες παρενέργειες της ΤΝ και δεν μπορεί να αξιολογηθεί σε αυτή την μελέτη. Όλες οι ηλικίες συμφωνούν ότι είναι απαραίτητη η συστηματική κατάρτιση περί τεχνητής νοημοσύνης άμεσα στην τυπική εκπαίδευση.

Συμπερασματικά, η περιορισμένη αυτή έρευνα δείχνει ότι υπάρχουν πολλές πτυχές της ΤΝ και της ειδησεογραφικής παιδείας που ενδιαφέρουν τόσο τους εφήβους όσο και τους νέους και όλοι δηλώνουν ότι αυτά είναι θέματα σημαντικά, που πρέπει να τα γνωρίζουν όλοι και να τα διδάσκει το σχολείο, μετά από μεθοδική επιμόρφωση των καθηγητών. Οι απόψεις των μαθητών του σχολείου και των φοιτητών των πανεπιστημιακών σχολών στα θέματα τόσο τεχνητής νοημοσύνης ειδικά αλλά και γενικότερα παιδείας στα μέσα και την πληροφορία και ειδησεογραφικής παιδείας είναι σημαντικό να καταγράφονται, ώστε να γίνονται αντιληπτές οι πραγματικές ανάγκες της «ψηφιακής γενιάς».

Βεβαίως οι παρατηρήσεις της παρούσας εργασίας είναι προκαταρκτικές και ενδεικτικές και οι επί μέρους διαστάσεις που ανοίγονται χρειάζονται περαιτέρω διερεύνηση. Η καταγραφή αυτή είναι το πρώτο απαραίτητο βήμα ώστε να μπορέσουμε να διαμορφώσουμε

αποτελεσματικές στρατηγικές εκπαίδευσης στην ψηφιακή πληροφόρηση και ενημέρωση για το νεανικό κοινό, προάγοντας την ευαισθητοποίηση, την κριτική σκέψη και την συνετή κατανάλωση μέσων και περιεχομένου.

Αναφορές

Ali, S., DiPaola, D., Lee, I., Sindato, V., Kim, G., Blumofe, R., & Breazeal, C. (2021). Children as creators, thinkers and citizens in an AI-driven future. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, *2*, 100040.

Ashley, S. (2020). *News literacy and democracy* (p. 218). Taylor & Francis.

Ashley, S., Maksl, A., & Craft, S. (2017). News Media Literacy and Political Engagement: What's the Connection?. *Journal of Media Literacy Education*, *9*(1), 79-98.

Beckett, C., (2022). New powers, new responsibilities A global survey of journalism and artificial intelligence. LSE Blogs, [online].

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, *3*(2), 77-101.

Buckingham, D. (1999). Young people, politics and news media: Beyond political socialisation. Oxford Review of Education, 25, 171-184

Cho, A., Byrne, J., and Pelter, Z., 2020, Digital civic engagement by young people RAPID ANALYSIS, UNICEF Office of Global Insight and Policy

Chryssanthopoulou, K. (2022). Fake News Deconstructed Teens and Civic Engagement: Can Tomorrow's Voters Spontaneously Become News Literate? In *The Palgrave Handbook of Media Misinformation* (pp. 45-62). Cham: Springer International Publishing.

de-Lima-Santos, M. F., & Ceron, W. (2021). Artificial intelligence in news media: current perceptions and future outlook. *Journalism and media*, *3*(1), 13-26.

DeVerna, M. R., Yan, H. Y., Yang, K. C., & Menczer, F. (2023). Artificial intelligence is ineffective and potentially harmful for fact checking. *arXiv preprint arXiv:2308.10800*.

Du, Y. R. (2023). Personalization, echo chambers, news literacy, and algorithmic literacy: a qualitative study of AI-powered news app users. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *67*(3), 246-273.

Greenwald, E., Leitner, M., & Wang, N. (2021, May). Learning artificial intelligence: Insights into how youth encounter and build understanding of AI concepts. In *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence* (Vol. 35, No. 17, pp. 15526-15533).

Hasse, A., Cortesi, S., Lombana-Bermudez, A., & Gasser, U. (2019). Youth and artificial intelligence: Where we stand. *Berkman Klein Center Research Publication*, (2019-3).

Hendrickx, J. (2023). The rise of social journalism: An explorative case study of a youth-oriented Instagram news account. *Journalism Practice*, *17*(8), 1810-1825.

Jeon, Y., Kim, J., Park, S., Ko, Y., Ryu, S., Kim, S. W., & Han, K. (2024). HearHere: Mitigating Echo Chambers in News Consumption through an AI-based Web System. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, *8*(CSCW1), 1-34.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. macmillan.

Levy, R. E. (2021). Social media, news consumption, and polarization: Evidence from a field experiment. *American economic review*, *111*(3), 831-870.

Livingstone, S. (2018). Truth, Trust and Technology – so what's the problem?, LSE Media Policy Project | Truth, Trust and Technology Commission,

Longoni, C., Fradkin, A., Cian, L., & Pennycook, G. (2022, June). News from generative artificial intelligence is believed less. In *Proceedings of the 2022 ACM Conference on Fairness, Accountability, and Transparency* (pp. 97-106).

Madden M., Lenhart A., Fontaine C., (2017), How youth navigate the news landscape, Knight Foundation

Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring news media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, *6*(3), 29-45.

McGrew, S., Breakstone, J., Ortega, T., Smith, M., & Wineburg, S. (2018). Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning. *Theory & research in social education*, *46*(2), 165-193

Mihailidis, P. (2018). Civic media literacies: Re-Imagining engagement for civic intentionality. Learning, Media and Technology, 43:2, 153-64.

Pennycook, G., Epstein, Z., Mosleh, M., Arechar, A. A., Eckles, D., & Rand, D. G. (2021). Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online. *Nature*, *592*(7855), 590-595.

Potter, W. J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Sage Publications.

Redlawsk, D. P. (2002). Hot cognition or cool consideration? Testing the effects of motivated reasoning on political decision making. *Journal of Politics*, *64*(4), 1021-1044.

Sandrini, L., & Somogyi, R. (2023). Generative AI and deceptive news consumption. *Economics Letters*, *232*, 111317.

Swart, J. (2021). Experiencing algorithms: How young people understand, feel about, and engage with algorithmic news selection on social media. *Social media+ society*, *7*(2)

Βάμβουκας, Μ. (2002). Εισαγωγή στην ψυχοπαιδαγωγική έρευνα και μεθοδολογία. *Αθήνα: Γρηγόρης*.

Vraga, E. K., & Tully, M. (2016). Effectiveness of a non-classroom news media literacy intervention among different undergraduate populations. *Journalism & Mass Communication Educator*, *71*(4), 440-452.