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

Τεχνητή Νοημοσύνη και Δημοσιογραφία

Μαρία Ματσιώλα , Γεώργιος Λάππας

doi: 10.12681/cclabs.8082

Copyright © 2025, Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας

Άδεια χρήσης Creative Commons Αναφορά 4.0.

Βιβλιογραφική αναφορά:

Ματσιώλα Μ., & Λάππας Γ. (2025). Τεχνητή Νοημοσύνη και Δημοσιογραφία: απόψεις των επαγγελματιών των ελληνικών Μέσων . *Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας*, *3*(1), 287–299. https://doi.org/10.12681/cclabs.8082

Τεχνητή Νοημοσύνη και Δημοσιογραφία: απόψεις των επαγγελματιών των ελληνικών Μέσων

Ματσιώλα Μαρία
Επίκουρη καθηγήτρια, Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων,
Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας

mmatsiola@uowm.gr
Λάππας Γεώργιος
Καθηγητής, Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων,
Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας
glappas@uowm.gr

Περίληψη

Το τελευταίο διάστημα όλο και περισσότερες συζητήσεις αναπτύσσονται γύρω από τον όρο της Τεχνητής Νοημοσύνης (ΤΝ) και τις εξελίξεις που αφορούν τις εφαρμογές του σε μία πληθώρα πεδίων, συμπεριλαμβανομένης της δημοσιογραφίας. Η παρούσα εργασία, μέσα από πρωτογενή έρευνα με χρήση ερωτηματολογίων ανάμεσα σε 148 Έλληνες και Ελληνίδες επαγγελματίες δημοσιογράφους, ερευνά τον ρόλο της Τεχνητής Νοημοσύνης στη σύγχρονη δημοσιογραφία. Οι συμμετέχοντες/ουσες στην έρευνα θεωρούν ότι η χρήση της ΤΝ μπορεί να βοηθήσει ώστε η εργασία τους να γίνει περισσότερο αποτελεσματική, να μειώσει τα ανθρώπινα λάθη και να βοηθήσει στη διαχείριση μη-δομημένων δεδομένων. Εκτιμούν ότι ενώ μπορεί να τους βοηθήσει να κάνουν καλύτερα τη δουλειά τους, δε θα τους αποδώσει καλύτερες οικονομικές απολαβές και θα οδηγήσει σε απώλειες θέσεων εργασίας. Τέλος, θεωρούν ότι θα πρέπει να διοργανώνονται σεμινάρια για τις νέες τεχνολογίες από τα πανεπιστημιακά τμήματα, τις εταιρίες δημιουργίας εξειδικευμένων λογισμικών, το Μέσο που εργάζονται και τις Ενώσεις Συντακτών.

Λέξεις-κλειδιά: Τεχνητή νοημοσύνη, δημοσιογραφία, τεχνολογικές εφαρμογές

1. Εισαγωγή

Η άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος συνδεόταν πάντα πολύ στενά με την ενσωμάτωση των νέων τεχνολογικών εξελίξεων (Spyridou et al. 2013; Lewis, Guzman, & Schmidt, 2019). Οι εφαρμογές της τεχνητής νοημοσύνης δεν αποτελούν εξαίρεση και σταδιακά βρίσκουν τον ρόλο τους στο πεδίο της δημοσιογραφίας. Παγκοσμίως διεξάγονται έρευνες αναζητώντας τα στοιχεία του μετασχηματισμού που αναμένεται να βιώσει η δημοσιογραφία λόγω της επίδρασης της τεχνητής νοημοσύνης σε πολλούς και διαφορετικούς τομείς (Diakopoulos, 2013; Stray, 2021; Túñez-López, Fieiras-Ceide, & Vaz-Álvarez, 2021).

Η παροχή ειδησεογραφίας σε νέες δημιουργικές μορφές, χρησιμοποιώντας εναλλακτικές τεχνικές αφήγησης μπορεί να κάνει τη δουλειά ενός δημοσιογράφου πιο

αποτελεσματική και να προσφέρει ευκαιρίες να προσεγγίσει ευρύτερο ή/και εξειδικευμένο κοινό με πιο κατανοητό τρόπο (Broussard et al. 2019). Όμως, η χρήση τεχνικών τεχνητής νοημοσύνης εισάγει ερωτήματα αναφορικά με τη διαφάνεια των μεθόδων που χρησιμοποιούνται, ειδικότερα αναφορικά με την αλγοριθμική λήψη αποφάσεων κατά τη δημιουργία περιεχομένου σε σχέση με ηθικές αρχές και προκλήσεις (Dörr, & Hollnbuchner, 2017; Noain-Sánchez, 2022).

Τα εργαλεία που βασίζονται στην τεχνητή νοημοσύνη (AI-driven tools) όλο και περισσότερο εμπλέκονται στις δημοσιογραφικές διαδικασίες. Διακρίνοντας το δημοσιογραφικό επάγγελμα σε τρία στάδια που αφορούν α. τη συγκέντρωση των πληροφοριών (newsgathering), β. την παραγωγή των ειδήσεων (news production) και γ. τη διανομή τους (news distribution) συναντούμε τη χρήση των εφαρμογών τεχνητής νοημοσύνης από τη συλλογή στοιχείων για την παραγωγή των ειδησεογραφικών ιστοριών έως την πλήρως αυτοματοποιημένη παραγωγή ειδήσεων (Helberger et al., 2022). Σε αυτό το πλαίσιο αναζητούνται οι αλλαγές που εισάγονται και δεν αφορούν αποκλειστικά τους τεχνολογικούς παράγοντες αλλά και τις κοινωνιολογικές μεταβολές. Οι έρευνες για τον ρόλο των εφαρμογών της τεχνητής νοημοσύνης κινούνται σε διαφορετικές κατευθύνσεις αλλά σε μία κοινή προσπάθεια διατήρησης της ισορροπίας ανάμεσα στις παραδοσιακές δημοσιογραφικές δεξιότητες και το ηθικό υπόβαθρο του επαγγέλματος ενώ ταυτόχρονα γίνεται προσπάθεια κατανόησης των τεχνολογικών αλλαγών και της πιθανής χρησιμότητάς τους στο επάγγελμα.

Ειδικότερα, κατά τη συλλογή στοιχείων διακρίνονται εργαλεία που εξορύσσουν (data mining) ή συγκεντρώνουν δεδομένα (data aggregation) μέσα από την πληθώρα των πληροφοριών που αναρτώνται καθημερινά. Η συγκέντρωση δεδομένων έχει γίνει μια από τις πιο εξέχουσες δημοσιογραφικές πρακτικές στο σημερινό ψηφιακό περιβάλλον ειδήσεων (Coddington, 2019) επιτρέποντας την ανακάλυψη προτύπων και συσχετισμών σε τεράστια σύνολα δεδομένων. Η σύγχρονη εποχή χαρακτηρίζεται από πληροφοριακό «χάος» λόγω της δυνατότητας που παρέχει το Web 2.0 σε όλους τους χρήστες να είναι και παραγωγοί πληροφοριών και όχι μόνο καταναλωτές. Τα συστήματα τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο καθώς είναι σε θέση να φιλτράρουν τον «θόρυβο», δηλαδή τις περιττές πληροφορίες, και να επιλέξουν μόνο τις σχετικές ανακαλύπτοντας μοτίβα (Stray, 2021; Moran, & Shaikh, 2022). Μέσα από την «τεχνολογική», στην ουσία αυτόματη, παρακολούθηση πολλαπλών ροών, όπως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλά και στις γενικότερες δημοσιεύσεις στο διαδίκτυο, δίνεται η δυνατότητα της ταχύτατης συλλογής επιλεγμένων θεμάτων αλλά και δημιουργίας συνόψεων από αυτά. Με αυτόν τον τρόπο οι δημοσιογράφοι μπορούν να διαθέσουν περισσότερο χρόνο στην ερμηνεία των συλλεχθέντων στοιχείων αλλά και το κοινό στην εύρεση κατηγοριοποιημένου περιεχομένου. Ένα εργαλείο αυτής της κατηγορίας είναι το Juicer που χρησιμοποιείται από το BBC (https://www.bbc.co.uk/rdnewslabs/projects/juicer/). Όπως αναφέρεται στο διαδικτυακό τόπο του ειδησεογραφικού οργανισμού «το Juicer λαμβάνει περιεχόμενο ειδήσεων, του προσθέτει αυτόματα ετικέτες και, στη συνέχεια, παρέχει μία πλήρως εξοπλισμένη διεπαφή για πρόσβαση σε αυτό το περιεχόμενο και τα δεδομένα» (BBC, n.d).

Προχωρώντας στις διαδικασίες που αφορούν την επεξεργασία των συλλεχθέντων πληροφοριών, όπου η ταχύτητα είναι ένα σημαντικός παράγοντας, εργαλεία όπως, οι

γεννήτριες επικεφαλίδων (Headline generators), οι δημιουργοί συνόψεων (Briefs creators) και οι δημιουργοί γραφικών και infographic (Graphics/Infographic creators) μπορούν να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα αλλά και τον αντίκτυπο της ειδησεογραφίας στο κοινό (Leppänen et al., 2017; Giansiracusa, 2021). Μάλιστα, σε κάποιες περιπτώσεις, μπορεί να βοηθήσουν ακόμη και στην περίπτωση που δεν υπάρχει έμπνευση από τους δημοσιογράφους για τη δημιουργία είτε τίτλων είτε άλλων τμημάτων ενός άρθρου τα οποία θα είναι ευθυγραμμισμένα με την επωνυμία του μέσου και στοχευμένα σε συγκεκριμένα κοινά (Maiden et al., 2018; Gutiérrez-Caneda, Vázquez-Herrero, & López-García, 2023). Η συνεχής παροχή ειδήσεων σε 24ωρη βάση από τα διαδικτυακά μέσα είναι εξαιρετικά απαιτητική και τα υποστηρικτικά εργαλεία που χρησιμοποιούν τεχνητή νοημοσύνη είναι πολύτιμοι σύμμαχοι για τους σύγχρονους δημοσιογράφους.

Τέλος, κατά τη διανομή της ειδησεογραφίας μπορούν να χρησιμοποιηθούν εφαρμογές και εργαλεία για τη στόχευση και δέσμευση του κοινού (Personalization and Audience engagement tools), για τη δημιουργία διαφορετικών τρόπων κατά τη διανομή των ειδήσεων (πχ., μετατροπή γραπτού περιεχομένου σε ήχο, text-to-speech), αυτοματοποίησης της διανομής σε πολλές πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή και χρήσης chatbot agents για τη μεταφορά των ειδήσεων (Distribution tools), για την ανάλυση των συναισθημάτων (Sentiment analysis), κ.α. (Pérez-Seijo, Vicente, 2022). Στο έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον των μέσων ενημέρωσης, η εξατομίκευση περιεχομένου μέσω τεχνητής νοημοσύνης μπορεί να προσφέρει ένα ισχυρό εργαλείο για τη διατήρηση του ενδιαφέροντος του κοινού και της δέσμευσής του. Μέσα από αναλύσεις που αφορούν, ανάμεσα σε άλλα, το ιστορικό περιήγησης, τα μοτίβα ανάγνωσης, τον χρόνο που αφιερώνουν οι χρήστες σε συγκεκριμένες ειδήσεις, οι αλγόριθμοι μπορούν να προτείνουν συγκεκριμένες θεματογραφίες που θα συνδέονται με τα ενδιαφέροντα των χρηστών. Επίσης, εξετάζοντας τη σκοπιμότητα της ενσωμάτωσης των αυτοματισμών chatbot στις καθημερινές δημοσιογραφικές πρακτικές μπορούν να βελτιώσουν συγκεκριμένες πτυχές της ροής εργασίας τους (Kotenidis et al., 2022). Προφανώς το κάθε μέσο χρησιμοποιεί τα εργαλεία αυτά λαμβάνοντας υπόψη τεχνολογικούς, οικονομικούς, επαγγελματικούς και οργανωτικούς παράγοντες (Lawrence, Radcliffe, & Schmidt, 2017).

Σε αυτό το συνεχώς μεταβαλλόμενο τοπίο, όπου νέες τεχνολογίες εισάγονται με απίστευτα γρήγορους ρυθμούς, η ανάγκη για εκπαίδευση των μελλοντικών δημοσιογράφων μέσα από τα προγράμματα σπουδών των πανεπιστημιακών σχολών, αλλά και η ανάγκη για επιμόρφωση όλων όσοι/ες εργάζονται ως δημοσιογράφοι είναι επιτακτική (Sidiropoulos et al., 2019; Georgiadou & Matsiola, 2023). Νέα μαθήματα εισάγονται στις πανεπιστημιακές σχολές καθώς η χρήση των τεχνολογιών θεωρείται πλέον βασική δεξιότητα, ενώ παράλληλα διαδικτυακά μαθήματα, βιβλία και workshops διατίθενται σε ευρεία κλίμακα με στόχο την παροχή πρακτικής εκπαίδευσης (Heravi, 2019).

Η παρούσα εργασία αφορά τα συμπεράσματα που απορρέουν από έρευνα που διενεργήθηκε με αντικείμενο τις απόψεις των Ελλήνων και Ελληνίδων δημοσιογράφων σε ένα ευρύ φάσμα ερωτήσεων αναφορικά με τη χρήση τεχνητής νοημοσύνης κατά την άσκηση του επαγγέλματός τους. Μετά από ενδελεχή βιβλιογραφική έρευνα καταρτίστηκαν τα τρία ερευνητικά ερωτήματα ως εξής:

ΕΕ1: Διαθέτουν οι Έλληνες δημοσιογράφοι επαρκείς γνώσεις και δεξιότητες σε εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης;

ΕΕ2: Ποιες είναι οι απόψεις των δημοσιογράφων για τα οφέλη, τα εμπόδια και τις επαγγελματικές και προσωπικές ευκαιρίες από τη χρήση εφαρμογών ΤΝ;

ΕΕ3: Υπάρχει ανάγκη για εκπαίδευση στις εφαρμογές ΤΝ και από ποιους φορείς;

Ο σκοπός της εργασίας, όπως αναφέρθηκε, είναι η διερεύνηση του σύγχρονου ελληνικού δημοσιογραφικού τοπίου μέσα από διάφορους τομείς, όπως τα χρησιμοποιούμενα τεχνολογικά εργαλεία, οι συνεργασίες με άλλες ειδικότητες, αλλά και η εκπαίδευση/κατάρτιση των δημοσιογράφων. Μέσα από τις απόψεις τους σχετικά με τα οφέλη, τα εμπόδια και τις προσωπικές και επαγγελματικές ευκαιρίες από τη χρήση εφαρμογών τεχνητής νοημοσύνης επιχειρείται η χαρτογράφηση του χώρου.

2. Μεθοδολογία

Η έρευνα διενεργήθηκε με τη χρήση ερωτηματολογίου που βασίστηκε στις έρευνες «The State of Data Journalism 2021 και 2022» (https://datajournalism.com/survey/2021/ και https://datajournalism.com/survey/2022/), οι οποίες διεξήχθησαν παγκοσμίως με κύριο αντικείμενο τη Δημοσιογραφία Δεδομένων, ωστόσο η Ελλάδα δεν συμπεριλήφθηκε στις χώρες που συμμετείχαν. Το ερωτηματολόγιο, λοιπόν, προσαρμόστηκε στην ελληνική δημοσιογραφική πραγματικότητα και στο αντικείμενο της ΤΝ.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τον Σεπτέμβριο έως τον Νοέμβριο του 2023 και το ερωτηματολόγιο αρχικά διανεμήθηκε μέσω των επίσημων Ενώσεων Συντακτών της χώρας αλλά παράλληλα έγινε προσπάθεια να διανεμηθεί και μέσω αρκετών Μέσων Ενημέρωσης. Τέλος, διανεμήθηκε στους/ις συμμετέχοντες/ουσες χρησιμοποιώντας τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης εφαρμόζοντας τη μέθοδο της χιονοστιβάδας, προτρέποντας, δηλαδή, τους/ις συμμετέχοντες/ουσες να το προωθήσουν ελεύθερα σε περισσότερους/ες συναδέλφους. Συλλέχθηκαν 148 απαντήσεις αποκλειστικά από επαγγελματίες δημοσιογράφους. Λόγω του τρόπου διανομής αλλά και του τελικού αριθμού των συλλεχθέντων απαντήσεων, το δείγμα μπορεί να θεωρηθεί ενδεικτικό και όχι αντιπροσωπευτικό.

2.1. Ταυτότητα της έρευνας

Στη συνέχεια, οι απαντήσεις κωδικοποιήθηκαν και εισήχθησαν για στατιστική ανάλυση στο λογισμικό SPSS, από όπου προέκυψε ότι συμμετείχαν 79 άνδρες και 68 γυναίκες, ενώ υπήρχε και μία απάντηση «προτιμώ να μην πω» αναφορικά με το φύλο. Η κατανομή του ηλικιακού φάσματος παρουσιάζεται στον Πίνακα 1 και η κατανομή του επιπέδου εκπαίδευσης στον Πίνακα 2.

Πίνακας 1: Ηλικιακό φάσμα του δείγματος (σε ποσοστά)

Ηλικία	Ποσοστό
18-24	5,4%
25-34	14,9%
35-44	23,6%
45-54	33,1%
55-64	18,9%
65-άνω	4,1%

Πίνακας 2: Επίπεδο εκπαίδευσης του δείγματος (σε ποσοστά)

Επίπεδο εκπαίδευσης	Ποσοστό
Λύκειο	6,1%
Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση (πχ. ΙΕΚ)	14,9%
ΑΕΙ - ΤΕΙ	39,9%
Μεταπτυχιακό	33,8%
Διδακτορικό	6,1%

Επιπλέον, οι συμμετέχοντες/ουσες ρωτήθηκαν αν έχουν παρακολουθήσει εξειδικευμένες σπουδές στο αντικείμενο της δημοσιογραφίας και σε ποια ευρεία κατηγορία εκπαιδευτικού ιδρύματος τις έχουν παρακολουθήσει. Στον Πίνακα 3 παρουσιάζονται τα σχετικά αποτελέσματα.

Πίνακας 3: Εξειδικευμένες σπουδές στη δημοσιογραφία (σε ποσοστά)

Εξειδικευμένες δημοσιογραφικές σπουδές	Ποσοστό
Ναι, σε ελληνική πανεπιστημιακή σχολή	43,2%
Ναι, σε πανεπιστημιακή σχολή του εξωτερικού	8,1%
Ναι, σε ιδιωτική σχολή	26,4%
Όχι, δεν έχω παρακολουθήσει	22,3%

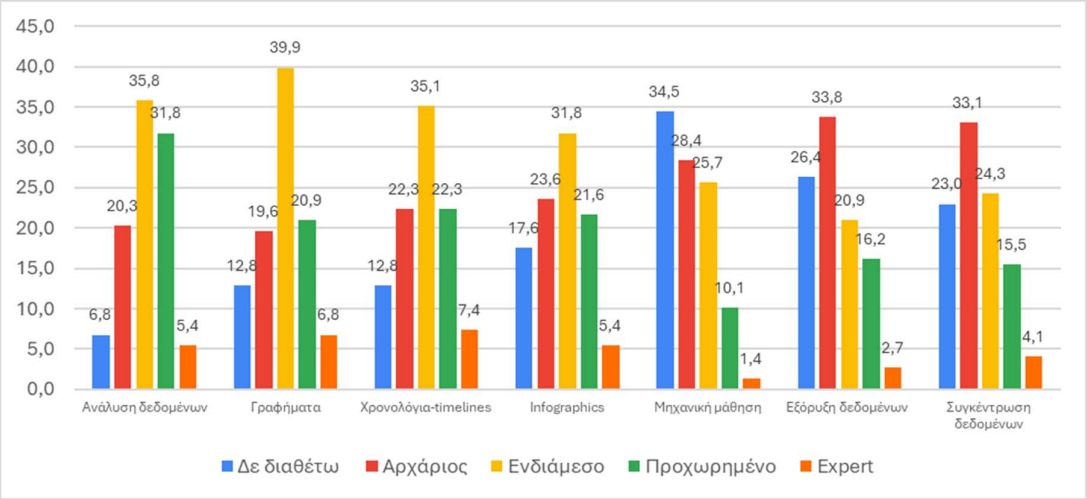
Τέλος, στο πλαίσιο της έρευνας, αναζητήθηκε ο τόπος εργασίας των συμμετεχόντων/ουσων αναφορικά με το μέγεθος του πληθυσμού και η συγκεκριμένη κατανομή παρουσιάζεται στον Πίνακα 4.

Πίνακας 4: Κατανομή συμμετεχόντων/ουσών στους τόπους εργασίας με κριτήριο τον πληθυσμό (σε ποσοστά)

Πληθυσμός τόπου εργασίας	Ποσοστό
Έως 10000 κάτοικοι	1,4%
Από 10000 έως 50000 κάτοικοι	8,1%
Από 50000 έως 500000 κάτοικοι	14,2%
Περισσότεροι από 500000 κάτοικοι	76,4%

3. Αποτελέσματα

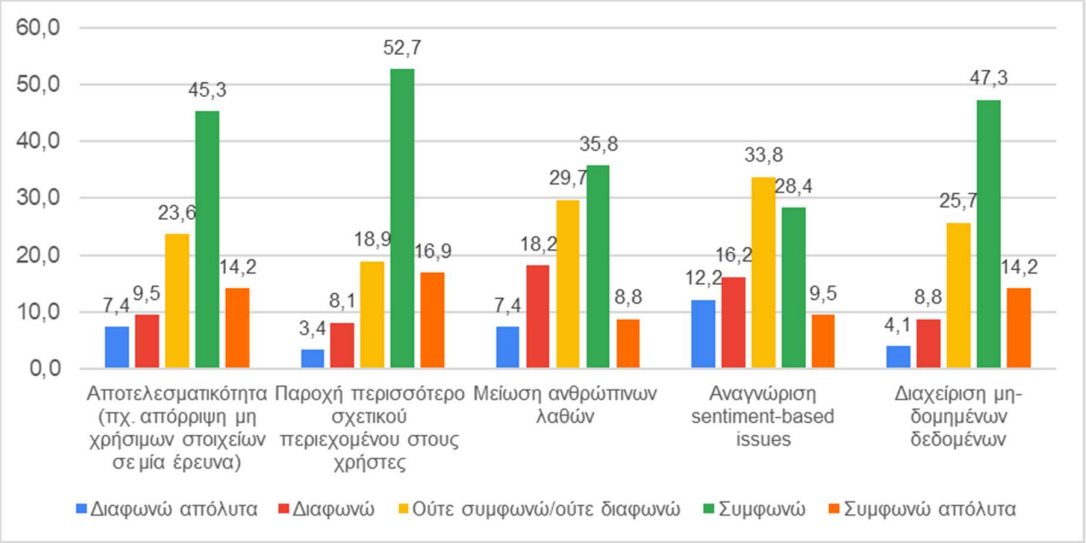
Από τη στατιστική ανάλυση που διενεργήθηκε, προέκυψε ότι οι συμμετέχοντες/ουσες στην έρευνα, δηλώνουν ότι γνωρίζουν σε υψηλό βαθμό τον όρο Τεχνητή Νοημοσύνη καθώς σε σχετική ερώτηση με δυνατότητα απάντησης σε 5βάθμια κλίμακα (1. Καθόλου – 5. Άριστα), το 60,8% απάντησε ότι τον γνωρίζει «ικανοποιητικά» ενώ το 31,1% ότι τον γνωρίζει «άριστα». Στη συνέχεια, προκειμένου να καταγραφεί το επίπεδο δεξιοτήτων τους σε συγκεκριμένες εργασίες στις οποίες εμπλέκονται και εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης κλήθηκαν να δώσουν μία από τις ακόλουθες απαντήσεις: Δε διαθέτω, Αρχάριος, Ενδιάμεσο, Προχωρημένο και Expert. Όπως φαίνεται στην Εικόνα 1, εκτιμούν ότι κατέχουν την ανάλυση δεδομένων και τη δημιουργία γραφημάτων, χρονολογίων και infographic, όμως, δεν ισχύει το ίδιο για εργασίες που εμπλέκουν μηχανική μάθηση και εξόρυξη και συγκέντρωση δεδομένων.



Εικόνα 1: Επίπεδο δεξιοτήτων των συμμετεχόντων/ουσών σε συγκεκριμένες εργασίες (σε ποσοστά)

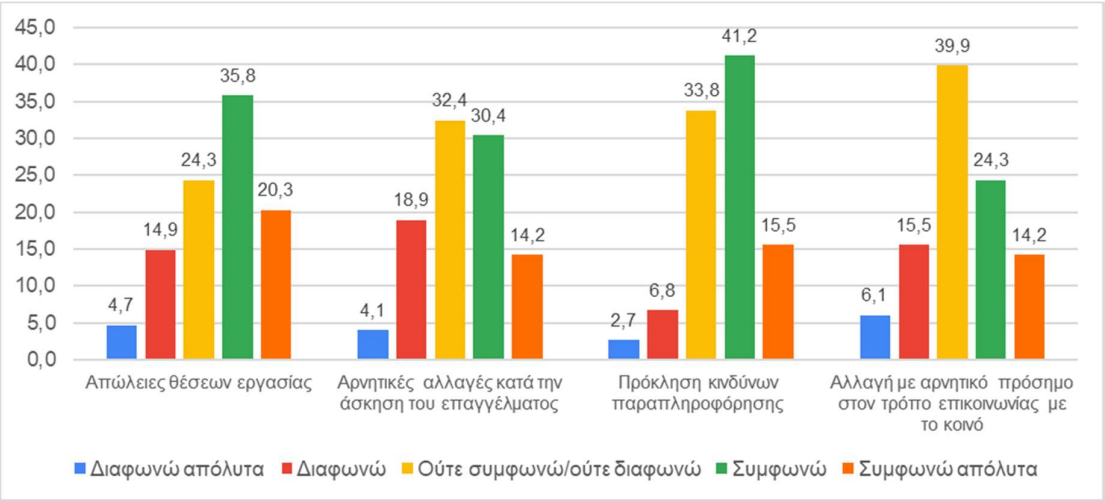
Ακολούθως, αναζητήθηκαν οι απόψεις των Ελλήνων και Ελληνίδων δημοσιογράφων αναφορικά με τα οφέλη, τα εμπόδια και τις επαγγελματικές και προσωπικές ευκαιρίες από τη χρήση εφαρμογών ΤΝ, οι συμμετέχοντες/ουσες κλήθηκαν να απαντήσουν σε μία σειρά

ερωτήσεων χρησιμοποιώντας 5βάθμια κλίμακα (1. Διαφωνώ απόλυτα - 5. Συμφωνώ απόλυτα). Συγκεκριμένα, τα οφέλη για τα οποία έπρεπε να καταθέσουν την προσωπική τους άποψη ήταν τα εξής: α. Αποτελεσματικότητα (πχ. απόρριψη μη χρήσιμων στοιχείων σε μία έρευνα), β. Παροχή περισσότερο σχετικού περιεχομένου στους χρήστες, γ. Μείωση ανθρώπινων λαθών, δ. Αναγνώριση ζητημάτων που βασίζονται στα συναισθήματα (sentiment-based issues) και ε. Διαχείριση μη-δομημένων δεδομένων. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στην Εικόνα 2 και όπως φαίνεται συμφωνούν ότι η χρήση των εφαρμογών ΤΝ θα λειτουργήσει θετικά ως προς τις συγκεκριμένες κατηγορίες.



Εικόνα 2: Απόψεις των συμμετεχόντων/ουσών αναφορικά με τα οφέλη από τη χρήση εφαρμογών ΤΝ (σε ποσοστά)

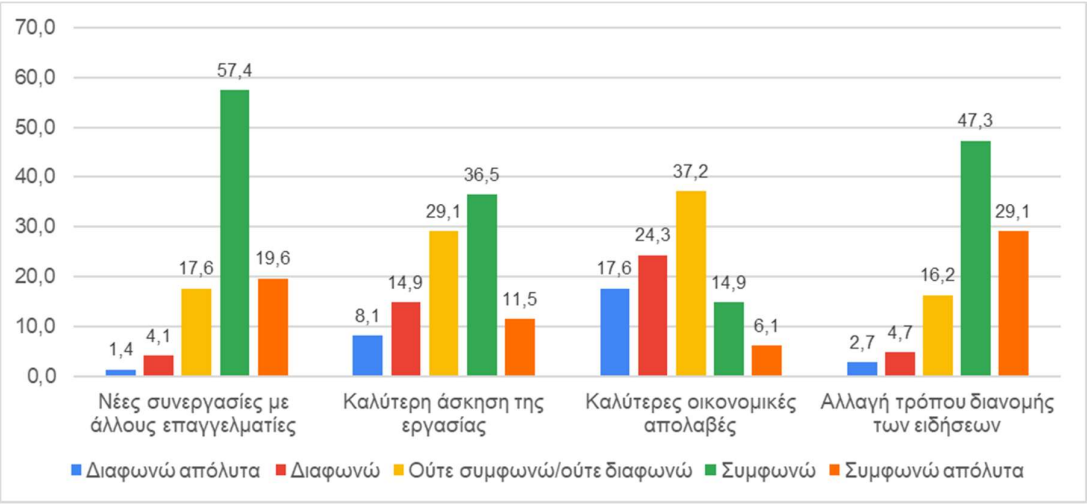
Αναφορικά με τα εμπόδια που μπορεί να φέρει η χρήση των εφαρμογών ΤΝ, οι συμμετέχοντες/ουσες ρωτήθηκαν και πάλι με τη χρήση της ίδιας κλίμακας τα ακόλουθα: α. Απώλειες θέσεων εργασίας, β. Αρνητικές αλλαγές κατά την άσκηση του επαγγέλματος, γ. Πρόκληση κινδύνων παραπληροφόρησης και δ. Αλλαγή με αρνητικό πρόσημο στον τρόπο επικοινωνίας με το κοινό. Τα αποτελέσματα των απαντήσεων παρουσιάζονται στην Εικόνα 3.



Εικόνα 3: Απόψεις των συμμετεχόντων/ουσών αναφορικά με τα εμπόδια από τη χρήση εφαρμογών ΤΝ (σε ποσοστά)

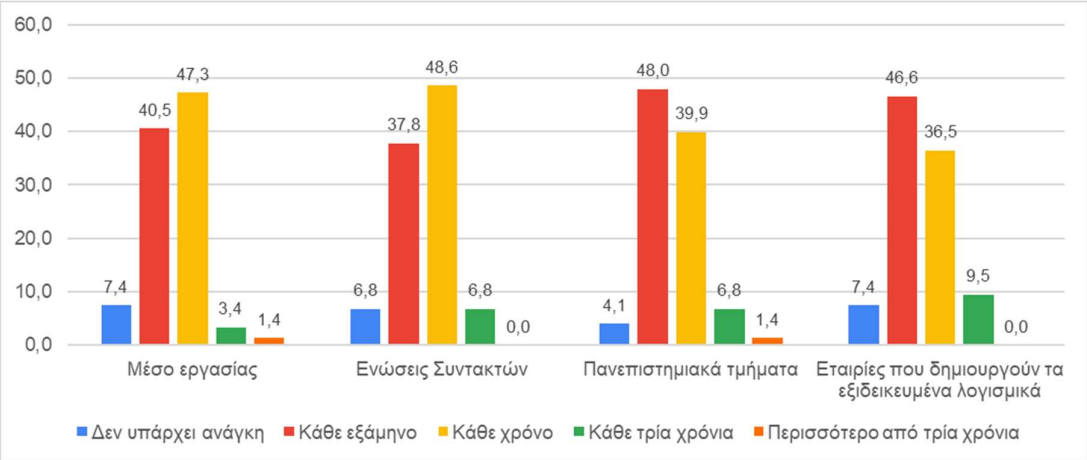
Το μεγαλύτερο εμπόδιο, όπως φαίνεται από τις απαντήσεις, είναι ο κίνδυνος παραπληροφόρησης και ακολουθεί ο κίνδυνος απώλειας θέσεων εργασίας. Παρατηρούμε, βέβαια, υψηλά ποσοστά στην απάντηση «ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ» που μπορεί να ερμηνευτεί ότι ακόμη δεν υπάρχουν κατασταλαγμένες απόψεις.

Οι επαγγελματικές και προσωπικές ευκαιρίες από τη χρήση εφαρμογών ΤΝ, που τέθηκαν ως ερωτήσεις στην έρευνα, αφορούσαν: α. Νέες συνεργασίες με άλλους επαγγελματίες, β. Καλύτερη άσκηση της εργασίας, γ. Καλύτερες οικονομικές απολαβές και δ. Αλλαγή τρόπου διανομής των ειδήσεων. Τα ευρήματα από τις απαντήσεις παρουσιάζονται στην Εικόνα 4 και όπως φαίνεται οι συμμετέχοντες/ουσες εκτιμούν ότι θα δημιουργηθούν νέες συνεργασίες με άλλους κλάδους, θα είναι καλύτερη η άσκηση της εργασίας τους και ότι θα προκύψουν αλλαγές στον τρόπο διανομής των ειδήσεων. Θεωρούν, όμως, ότι δε θα έχουν καλύτερες οικονομικές απολαβές.



Εικόνα 4: Απόψεις των συμμετεχόντων/ουσών αναφορικά με τις επαγγελματικές και προσωπικές ευκαιρίες από τη χρήση εφαρμογών ΤΝ (σε ποσοστά)

Καθώς αναγνωρίζεται ότι οι εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης αποτελούν μία πραγματικότητα που πρέπει να αντιμετωπιστεί, η ερώτηση αναφορικά με την ανάγκη για εκπαίδευση στις εφαρμογές ΤΝ και από ποιους φορείς ήταν αναπόφευκτη. Στην Εικόνα 5 παρουσιάζονται οι απαντήσεις που δόθηκαν σε αυτή την ερώτηση διακρίνοντας ως φορείς: α. Το μέσο εργασίας, β. Τις ενώσεις συντακτών, γ. Τα πανεπιστημιακά τμήματα και δ. Τις εταιρίες που δημιουργούν τα εξειδικευμένα λογισμικά. Όπως φαίνεται στην εικόνα, εκτιμάται, σε πολύ υψηλά ποσοστά, ότι είτε ανά εξάμηνο είτε ανά έτος θα πρέπει να πραγματοποιούνται εκπαιδευτικά σεμινάρια, ειδικότερα από τα πανεπιστημιακά τμήματα και τις εταιρίες που δημιουργούν τα λογισμικά.



Εικόνα 5: Απόψεις των συμμετεχόντων/ουσών αναφορικά με την ανάγκη εκπαίδευσης στη χρήση εφαρμογών ΤΝ ανά φορέα (σε ποσοστά)

4. Συμπεράσματα

Στόχος της εργασίας είναι η καταγραφή των απόψεων των Ελλήνων και Ελληνίδων δημοσιογράφων για τη χρήση των εφαρμογών της τεχνητής νοημοσύνης στο επάγγελμά τους, στα τρία διακριτά στάδια της πορείας της είδησης: α. κατά τη συγκέντρωση των πληροφοριών (newsgathering), β. κατά την παραγωγή των ειδήσεων (news production) και γ. κατά τη διανομή τους (news distribution). Η συγκεκριμένη έρευνα μπορεί να χαρακτηριστεί ως μια ισχυρή καταγραφή του πεδίου χρήσης των εφαρμογών της ΤΝ καθώς αναζητούνται οι θέσεις των ίδιων των επαγγελματιών του χώρου για τις αλλαγές που εισάγονται και δεν αφορούν μόνο τους τεχνολογικούς παράγοντες αλλά και τις λοιπές μεταβολές (προσωπικές, επαγγελματικές και κοινωνικές).

Ερευνώντας το πρώτο ερώτημα (Διαθέτουν οι Έλληνες δημοσιογράφοι επαρκείς γνώσεις και δεξιότητες σε εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης;), από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων/ουσών προέκυψε ότι σε κάποιες εφαρμογές, όπως η ανάλυση δεδομένων και η δημιουργία γραφημάτων και infographic διαθέτουν επαρκείς δεξιότητες, ενώ σε άλλες, όπως η μηχανική μάθηση και η εξόρυξη και συγκέντρωση πληροφοριών βρίσκονται ακόμη σε χαμηλότερα στάδια.

Το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα της εργασίας αφορούσε τις απόψεις των συμμετεχόντων/ουσών για τα οφέλη, τα εμπόδια και τις επαγγελματικές και προσωπικές ευκαιρίες από τη χρήση εφαρμογών ΤΝ. Από τις απαντήσεις τους, αναφορικά με τα οφέλη, προέκυψε ότι θεωρούν ότι η χρήση της ΤΝ κατά την άσκηση του δημοσιογραφικού επαγγέλματος μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την παροχή περισσότερο σχετικού περιεχομένου στους χρήστες και να βοηθήσει στη διαχείριση μη-δομημένων δεδομένων. Επίσης, θεωρούν ότι μπορεί να βοηθήσει ώστε η εργασία τους να γίνει περισσότερο αποτελεσματική και να μειώσει τα ανθρώπινα λάθη. Αναφορικά με τα εμπόδια που μπορεί να προκληθούν, εκτιμούν ότι το μεγαλύτερο εμπόδιο είναι ο κίνδυνος παραπληροφόρησης ενώ φοβούνται ότι υπάρχει κίνδυνος απώλειας θέσεων εργασίας. Ένα σημαντικό εύρημα είναι και τα υψηλά ποσοστά στην απάντηση «ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ», τα οποία λαμβάνονται ως φυσιολογικά καθώς οι εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης στα ελληνικά μέσα δεν έχουν υψηλή διείσδυση και άρα υπάρχει δυσκολία στο να δοθούν απόλυτες απαντήσεις. Σχετικά με τις επαγγελματικές και προσωπικές ευκαιρίες, το υψηλότερο ποσοστό παρουσιάζεται στη δημιουργία νέων συνεργασιών με άλλους κλάδους, όπως οι αναλυτές δεδομένων και οι γραφίστες, ενώ αρκετά σημαντικό είναι το ποσοστό που θεωρεί ότι θα προκύψουν αλλαγές στον τρόπο διανομής των ειδήσεων. Οι συμμετέχοντες/ουσες, όμως, διαφωνούν με την υπόθεση ότι θα έχουν καλύτερες οικονομικές απολαβές.

Τέλος, απαντώντας στο τρίτο ερευνητικό ερώτημα, θεωρούν ότι θα πρέπει να διοργανώνονται σεμινάρια για τις νέες τεχνολογίες με συχνότητα εξαμήνου (από τα πανεπιστημιακά τμήματα και τις εταιρίες δημιουργίας εξειδικευμένων λογισμικών) ή έτους (από το Μέσο που εργάζονται και τις Ενώσεις Συντακτών). Η επιθυμία των συμμετεχόντων/ουσών για συχνή επιμόρφωση δείχνει και την ανάγκη να αποκτήσουν τα εφόδια που θα τους βοηθήσουν να παρέχουν υψηλής ποιότητας, αξιόπιστη δημοσιογραφία στον σύγχρονο ψηφιακό κόσμο. Η εκπαίδευση σχετικά με τη χρήση αυτών των εργαλείων πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα, δεδομένης της έλλειψης γνώσεων που παρατηρείται σε εξειδικευμένους τομείς.

Καθώς οι εφαρμογές της τεχνητής νοημοσύνης ενσωματώνονται ολοένα και περισσότερο στο δημοσιογραφικό επάγγελμα, οι εργαζόμενοι θα πρέπει να αναπτύξουν ένα σύνολο δεξιοτήτων ώστε να κατανοούν τις αλλαγές αλλά και να τις διαχειρίζονται προς όφελός τους. Η παρούσα εργασία καταθέτει μία επισκόπηση του σύγχρονου τοπίου της ελληνικής δημοσιογραφίας αναφορικά με τον ρόλο των εφαρμογών της τεχνητής νοημοσύνης μέσα από τις απόψεις των επαγγελματιών φιλοδοξώντας να συμβάλλει στην αποκρυπτογράφηση των προκλήσεων, τεχνολογικών, κοινωνιολογικών και ηθικών, που σχετίζονται με τη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στον κλάδο. Οι συγγραφείς συμφωνούν με την άποψη των Opdahl et al. (2023) ότι η τεχνητή νοημοσύνη δεν είναι πανάκεια, και ούτε ο μοναδικός τρόπος για την παραγωγή ποιοτικού δημοσιογραφικού περιεχομένου. Απαιτούνται και άλλοι παράγοντες, όπως τα υγιή επιχειρηματικά μοντέλα και οι ισχυρές ηθικές αξίες για τη διασφάλιση της ποιότητας. Καταλήγοντας, εκτιμούμε ότι η συνεργασία μεταξύ δημοσιογράφων και τεχνολόγων μπορεί να λειτουργήσει θετικά για την ανάπτυξη εφαρμογών που θα συνδυάζει τις εργασιακές αξίες και άρα τον κοινωνικό ρόλο της δημοσιογραφίας με τις απαιτήσεις του σύγχρονου τρόπου ενημέρωσης (Gutierrez Lopez et al, 2022).

Όπως όλες οι έρευνες, έτσι και η συγκεκριμένη παρουσιάζει περιορισμούς οι οποίοι απορρέουν κυρίως από μικρό δείγμα των συμμετεχόντων/ουσών και την καταγραφή κατά βάσει ποσοτικών στοιχείων. Επίσης, η αναζήτηση συσχετίσεων των προσωπικών και επαγγελματικών χαρακτηριστικών των δημοσιογράφων (πχ. ηλικία, εκπαίδευση, αντικείμενο εργασίας) με τις αντιλήψεις τους σχετικά με τη χρήση των εφαρμογών τεχνητής νοημοσύνης θα μπορούσε να αποδώσει περισσότερο συγκεκριμένα αποτελέσματα. Ως επέκτασή της θα ήταν καλό να διεξαχθούν συνεντεύξεις με δημοσιογράφους αλλά και με επαγγελματίες άλλων ειδικοτήτων όπως για παράδειγμα ιδιοκτήτες ή/και διευθυντές μέσων ενημέρωσης καθώς εκτιμούμε ότι μέσα από τα ποιοτικά στοιχεία θα συγκεκριμενοποιηθούν πολλά ζητήματα του πεδίου.

Αναφορές

BBC. (n.d.). The Juicer. https://www.bbc.co.uk/rdnewslabs/projects/juicer/ (Accessed August 28, 2024).

Broussard, M., Diakopoulos, N., Guzman, A. L., Abebe, R., Dupagne, M., & Chuan, C. H. (2019). Artificial intelligence and journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 96*(3), 673-695. https://doi.org/10.1177/1077699019859901

Coddington, M. (2019). Aggregation and journalism. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.778

Diakopoulos, N. (2013, December). Algorithmic accountability reporting: On the investigation of black boxes. *Tow Center for Digital Journalism*. https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8ZK5TW2

Dörr, K. N., & Hollnbuchner, K. (2017). Ethical challenges of algorithmic journalism. *Digital Journalism, 5*(4), 404-419. https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1167612

Georgiadou, E., & Matsiola, M. (2023). Understanding and enhancing journalism students' perception of data journalism. *Journalism and Media, 4*(4), 1232-1247. https://doi.org/10.3390/journalmedia4040078

Giansiracusa, N. (2021). Crafted by computer. In *How Algorithms Create and Prevent Fake News* (pp. 21-43). Apress, Berkeley, CA. https://doi.org/10.1007/978-1-4842-7155-1_2

Gutiérrez-Caneda, B., Vázquez-Herrero, J., & López-García, X. (2023). AI application in journalism: ChatGPT and the uses and risks of an emergent technology. *Profesional de la Información, 32*(5). https://doi.org/10.3145/epi.2023.sep.01

Gutierrez Lopez, M., Porlezza, C., Cooper, G., Makri, S., MacFarlane, A., & Missaoui, S. (2022). A question of design: Strategies for embedding AI-driven tools into journalistic work routines. *Digital Journalism, 11*(3), 484-503. https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2043759

Helberger, N., van Drunen, M., Moeller, J., Vrijenhoek, S., & Eskens, S. (2022). Towards a normative perspective on journalistic AI: Embracing the messy reality of normative ideals. *Digital Journalism, 10*(10), 1605-1626. https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2122050

Heravi, B. R. (2019). 3Ws of data journalism education. *Journalism Practice, 13*(3), 349-366. https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1463167

Kotenidis, E., Vryzas, N., Veglis, A., & Dimoulas, C. (2022). Integrating chatbot media automations in professional journalism: An evaluation framework. *Future Internet, 14*(11), 343. https://doi.org/10.3390/fi14110343

Lawrence, R. G., Radcliffe, D., & Schmidt, T. R. (2017). Practicing engagement: Participatory journalism in the Web 2.0 era. *Journalism Practice, 12*(10), 1220-1240. https://doi.org/10.1080/17512786.2017.1391712

Leppänen, L., Munezero, M., Granroth-Wilding, M., & Toivonen, H. (2017, September). Data-driven news generation for automated journalism. In *Proceedings of the 10th International Conference on Natural Language Generation* (pp. 188-197). https://doi.org/10.18653/v1/W17-3518

Lewis, S. C., Guzman, A. L., & Schmidt, T. R. (2019). Automation, journalism, and human–machine communication: Rethinking roles and relationships of humans and machines in news. *Digital Journalism, 7*(4), 409-427. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1577147

Maiden, N., Zachos, K., Brown, A., Brock, G., Nyre, L., Nygård Tonheim, A., Apostolou, D., & Evans, J. (2018, April). Making the news: Digital creativity support for journalists. In *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-11). https://doi.org/10.1145/3173574.3174049

Moran, R. E., & Shaikh, S. J. (2022). Robots in the news and newsrooms: Unpacking meta-journalistic discourse on the use of artificial intelligence in journalism. *Digital Journalism, 10*(10), 1756-1774. https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2085129

Noain-Sánchez, A. (2022). Addressing the impact of artificial intelligence on journalism: The perception of experts, journalists and academics. *Communication & Society, 35*(3), 105-121. https://doi.org/10.15581/003.35.3.105-121

Opdahl, A. L., Tessem, B., Dang-Nguyen, D. T., Motta, E., Setty, V., Throndsen, E., Tverberg, A., & Trattner, C. (2023). Trustworthy journalism through AI. *Data & Knowledge Engineering, 146*, 102182. https://doi.org/10.1016/j.datak.2023.102182

Pérez-Seijo, S., & Vicente, P. N. (2022). After the hype: How hi-tech is reshaping journalism. In Vázquez-Herrero, J., Silva-Rodríguez, A., Negreira-Rey, M. C., Toural-Bran, C., & López-García, X. (Eds.), *Total Journalism. Studies in Big Data* (Vol. 97, pp. 69-83). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-88028-6_4

Sidiropoulos, E., Vryzas, N., Vrysis, L., Avraam, E., & Dimoulas, C. (2019). Growing media skills and know-how in situ: Technology-enhanced practices and collaborative support in mobile news-reporting. *Education Sciences, 9*(3), 173. https://doi.org/10.3390/educsci9030173

Spyridou, L. P., Matsiola, M., Veglis, A., Kalliris, G., & Dimoulas, C. (2013). Journalism in a state of flux: Journalists as agents of technology innovation and emerging news practices. *International Communication Gazette, 75*(1), 76-98. https://doi.org/10.1177/1748048512461763

Stray, J. (2021). Making artificial intelligence work for investigative journalism. *Digital Journalism, 7*(8), 1076-1097. https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1630289

Túñez-López, J. M., Fieiras-Ceide, C., & Vaz-Álvarez, M. (2021). Impact of artificial intelligence on journalism: Transformations in the company, products, contents, and professional profile. *Communication & Society, 34*(1), 177-193. https://doi.org/10.15581/003.34.1.177-193