ePublishing

ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΕΚΜΗΡΙΩΣΗΣ
EKT NATIONAL DOCUMENTATION CENTRE

Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας

Τόμ. 4, Αρ. 1 (2025)

4ο Ετήσιο Ελληνόφωνο Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας: Η Επικοινωνία στην εποχή της 5ης Βιομηχανικής Επανάστασης

Ανθρώπινο ή Τεχνητό; Εντοπισμός Περιεχομένου Τεχνητής Νοημοσύνης σε Μουσική, Αφήγηση και Βίντεο

Lazaros Vrysis, George Kalmpourtzis, Dimitrios Vrysis, Ifigeneia Tsolaki, Kemi Oyesola, Saint-Clair Lefèvre, Anna Podara, Dimitrios Damopoulos, Aya Sugiura, Wen Boun-Nhang, Fabiola Fick

doi: 10.12681/cclabs.9692

Copyright © 2026, Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας

Άδεια χρήσης Creative Commons Αναφορά 4.0.

Βιβλιογραφική αναφορά:

Vrysis, L., Kalmpourtzis, G., Vrysis, D., Tsolaki, I., Oyesola, K., Lefèvre, S.-C., Podara, A., Damopoulos, D., Sugiura, A., Boun-Nhang, W., & Fick, F. (2026). Ανθρώπινο ή Τεχνητό; Εντοπισμός Περιεχομένου Τεχνητής Νοημοσύνης σε Μουσική, Αφήγηση και Βίντεο. *Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας*, *4*(1), 335–346. https://doi.org/10.12681/cclabs.9692

Ανθρώπινο ή Τεχνητό; Εντοπισμός Περιεχομένου Τεχνητής Νοημοσύνης σε Μουσική, Αφήγηση και Βίντεο

Lazaros Vrysis, George Kalmpourtzis, Dimitrios Vrysis, Ifigeneia Tsolaki, Kemi Oyesola, Saint-Clair Lefèvre, Anna Podara, Dimitrios Damopoulos, Aya Sugiura, Wen Boun-Nhang, Fabiola Fick

Infinitivity Design Labs

ABSTRACT

This work examines the role of Artificial Intelligence (AI) in the automatic generation of narratives, music, and video, and explores how audiences perceive, evaluate, and distinguish content produced by AI versus that created by humans. The study draws on examples from state-of-the-art tools such as ElevenLabs (for synthetic speech), Suno (for music production), and Revid.ai (for video creation). The research employs a survey, inviting participants to evaluate pairs of content and to express their preferences and opinions—without prior knowledge of their origin. The study is ongoing and aims to contribute to the dialogue on the aesthetic, ethical, and technological dimensions of AI in cultural production, particularly within the context of the Fifth Industrial Revolution.

***KEYWORDS*:** Artificial Intelligence, Content Production, Speech, Music, Video

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η 5η Βιομηχανική Επανάσταση (Industry 5.0) προβάλλει ένα νέο μοντέλο δημιουργίας, στο οποίο η συνεργασία ανθρώπου και μηχανής τίθεται στο επίκεντρο, επιδιώκοντας την ενίσχυση της δημιουργικότητας, την εξατομίκευση και τη βιωσιμότητα (Ziatdinov et al., 2024). Η Τεχνητή Νοημοσύνη (ΤΝ) / Artificial Intelligence (AI) αποτελεί βασικό πυλώνα αυτής της εξέλιξης, λειτουργώντας ως εργαλείο αλλά και ως συνδημιουργός στην παραγωγή περιεχομένου. Τα τελευταία χρόνια, η πρόοδος σε εργαλεία αυτόματης παραγωγής

πολυμεσικού υλικού έχει επιτρέψει τη μαζική και γρήγορη δημιουργία αφηγήσεων, μουσικής και οπτικοακουστικών προϊόντων υψηλής αισθητικής (Vrysis et al., 2024).

Η παρούσα εργασία διερευνά πώς το κοινό αντιλαμβάνεται, αξιολογεί και διακρίνει περιεχόμενο που έχει παραχθεί από ΤΝ. Σκοπός της είναι να καταγραφεί η ικανότητα των συμμετεχόντων να εντοπίσουν αν ένα έργο έχει δημιουργηθεί από άνθρωπο ή μηχανή και κατά πόσο αυτό τους αρέσει ή όχι. Η εργασία περιλαμβάνει αναφορά και παραδείγματα από τρία σύγχρονα εργαλεία ΤΝ: το **ElevenLabs** για αυτόματη αφήγηση, το **Suno** για μουσική παραγωγή και το **Revid.ai** για μετατροπή κειμένου σε βίντεο. Τα εργαλεία αυτά ενσωματώθηκαν στο πειραματικό υλικό της μελέτης με στόχο να διερευνηθεί η πρόσληψη του AI-generated περιεχομένου. Το πειραματικό σκέλος περιλαμβάνει έρευνα με ερωτηματολόγιο, το οποίο καλεί συμμετέχοντες να αξιολογήσουν, χωρίς πρότερη γνώση της προέλευσης, ζεύγη περιεχομένου και να εκφράσουν τις προτιμήσεις και τις απόψεις τους.

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Η εξέλιξη της ΤΝ ως δημιουργικού παράγοντα στην παραγωγή περιεχομένου έχει αναδείξει νέες προοπτικές αλλά και προκλήσεις ως προς την αντίληψη της αυθεντικότητας και την αισθητική απόλαυση. Όπως, για παράδειγμα, καταγράφεται σε πειράματα, οι συμμετέχοντες δε διακρίνουν πάντα το AI-παραγόμενο περιεχόμενο από το ανθρωπογενές, ενώ παραμένουν σχεδόν εξίσου ικανοποιημένοι ή ακόμη προτιμούν την ΤΝ — γεγονός που υπογραμμίζει τη δυνατότητα των εργαλείων ΤΝ να παράγουν έργα ικανής ποιότητας (Köbis & Mossink, 2020).

Η σύγχρονη τεχνολογία σύνθεσης φωνής (Text-to-Speech, TTS) έχει σημειώσει σημαντική πρόοδο, θέτοντας το ερώτημα κατά πόσο οι ακροατές μπορούν να διακρίνουν την ομιλία από ΤΝ από την ανθρώπινη — και πώς αυτή η αναγνώριση επηρεάζει την αισθητική απόλαυση και την εμπιστοσύνη στο περιεχόμενο. Μία πρόσφατη μελέτη δείχνει ότι οι συμμετέχοντες δεν μπορούσαν σταθερά να αναγνωρίσουν αν μία ηχογράφηση προέρχεται από AI. Συγκεκριμένα, αναγνώριζαν σωστά μια φωνή ως τεχνητή μόλις στο 60% των περιπτώσεων, ενώ μπέρδευαν τις τεχνητές φωνές με πραγματικές σε ποσοστό περίπου 80% και δυσκολεύτηκαν να εντοπίσουν ότι μια φωνή ήταν παραγόμενη από τεχνητή νοημοσύνη. (Barrington et al., 2025). Αυτό υποδηλώνει ότι η φωνητική ποιότητα των AI-φωνών έχει φτάσει σε επίπεδο όπου η ανθρώπινη αντίληψη χάνει την ακρίβεια στην αναγνώριση της

προέλευσης. Σε παρόμοια κατεύθυνση, η έρευνα του Bakkouche et al. (2025) εξέτασε πόσο «φυσικές» και «παρόμοιες» θεωρούνται οι φωνές ΤΝ σε σύγκριση με ανθρώπινες. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το ElevenLabs βαθμολογήθηκε εξίσου με την ανθρώπινη ομιλία, ενώ άλλα εργαλεία όπως το StyleTTS-2 και το XTTS-v2 αξιολογήθηκαν χαμηλότερα. Σημαντικό ρόλο έπαιξαν οι προσδιοριστικές διακυμάνσεις της προσωδίας, καθώς και χαρακτηριστικά όπως η προφορά και το φύλο του ομιλητή. Πρόσφατη έρευνα από τους Skjegstad και Frühholz (2024) κατέδειξε ότι ο εγκέφαλος αντιδρά διαφορετικά στην ανθρώπινη και την AI-παραγόμενη φωνή· η πρώτη ενεργοποιεί περιοχές που συνδέονται με την εμπάθεια και τη μνήμη, ενώ η δεύτερη σχετίζεται με περιοχές ανίχνευσης σφαλμάτων και αυξημένης προσοχής. Επιπλέον, σε έρευνα με κύριο θέμα την εκπαίδευση ξένων γλωσσών, διαπιστώθηκε ότι AI-φωνή και AI-avatar σε εκπαιδευτικά βίντεο μειώνουν το γνωστικό φορτίο των μαθητών και ενισχύουν την εμπλοκή (engagement), ειδικά όταν και τα δύο στοιχεία είναι AI-παραγόμενα (Zhang et al., 2025). Αυτό καταδεικνύει ότι η πληρέστερη συνύπαρξη τεχνητών στοιχειών μπορεί να προσφέρει θετικές προοπτικές στη μάθηση. Τέλος, σε πειράματα που διερεύνησαν συγκεκριμένους παράγοντες αντίληψης και παραγωγής ομιλίας από συστήματα όπως τα Alexa και Polly, βρέθηκε ότι τα AI εργαλεία δεν εμφανίζουν την προσαρμοστικότητα των ανθρώπων. Παράγοντες όπως η συχνότητα λέξεων ή ο ρυθμός ομιλίας επηρεάζουν σημαντικά την αναγνώριση λέξεων από την Alexa και η προσαρμογή στην ανθρώπινη φωνή δε φαίνεται να βελτιώνεται με το χρόνο — αντίθετα με τον άνθρωπο (Song et al., 2025).

Στο χώρο της μουσικής, σε μια μελέτη, περίπου το 50% των ακροατών δεν μπορούσαν να διακρίνουν αν ένα μουσικό κομμάτι ήταν AI-παραγόμενο — γεγονός που δείχνει την ωριμότητα της τεχνολογίας στην παραγωγή μουσικής (Collins & Manji, 2024). Παράλληλα, πρόσφατη έρευνα (Lecamwasam & Chaudhuri, 2025) αποκαλύπτει ότι, ενώ η ανθρώπινη σύνθεση θεωρείται πιο αποτελεσματική στην πρόκληση συναισθημάτων, οι ακροατές συχνά προτιμούν το AI-παραγόμενο περιεχόμενο — προφανώς λόγω διαφορών στην αντίληψη της «συναισθηματικής αυθεντικότητας» και του συγγραφικού ταλέντου. Άλλες έρευνες δείχνουν επίσης ότι τα ανθρωπομορφικά χαρακτηριστικά των AI-generated δημιουργιών, (όπως η ζωντάνια και η ανθρώπινη προσαρμογή), ενισχύουν σημαντικά την αποδοχή τους (Bagratuni, 2025), ενώ σε μια περίπτωση prog-metal μουσικής, παρότι οι συμμετέχοντες προτιμούσαν

σε γενικές γραμμές την ανθρώπινη δημιουργία, τα AI-κομμάτια σε αρκετές περιπτώσεις αξιολογήθηκαν εξίσου καλά (Sarmento, Loth & Barthet, 2024).

Η αυξημένη διείσδυση του AI στην παραγωγή βίντεο, όπως τα deepfakes, έχει δημιουργήσει ένα κρίσιμο πεδίο έρευνας γύρω από την ικανότητα του κοινού να διακρίνει την προέλευση του περιεχομένου. Έρευνα έδειξε ότι οι άνθρωποι αποτυγχάνουν συχνότερα από τα αυτόματα μοντέλα στον εντοπισμό deepfake βίντεο, ενώ συχνά υπερεκτιμούν τις ικανότητές τους να αναγνωρίσουν το τεχνητό από το αυθεντικό (Hashmi et al., 2024). Αντίστοιχα, σε μεγάλη μελέτη με πάνω από 3.000 συμμετέχοντες από ΗΠΑ, Γερμανία και Κίνα, διαπιστώθηκε ότι τα AI-παραγόμενα μέσα είναι σχεδόν αδιαχώριστα από τα αυθεντικά, με τους συμμετέχοντες να απαντούν συχνά τυχαία και να θεωρούν τα συνθετικά μέσα εξίσου «ανθρώπινα» με τα πραγματικά (Frank et al., 2024). Παρόμοια ευρήματα κατέγραψαν και οι, Edwards, Barkoff και Kelly (2024), οι οποίοι παρατήρησαν ότι οι άνθρωποι αδυνατούν να διακρίνουν αξιόπιστα αυθεντικά και AI-παραγόμενα βίντεο, με τις μεγαλύτερες δυσκολίες να εμφανίζονται σε ερεθίσματα που συνδύαζαν ήχο και εικόνα. Στον εκπαιδευτικό τομέα, μια μελέτη σε 447 συμμετέχοντες συνέκρινε την αποτελεσματικότητα ανθρώπινων και AI-παραγόμενων εκπαιδευτικών βίντεο. Αν και οι συμμετέχοντες δήλωσαν προτίμηση στα ανθρώπινα βίντεο για την ποιότητα εμπειρίας, η απόδοσή τους στις εξετάσεις ήταν ισότιμη και στις δύο περιπτώσεις, γεγονός που δείχνει ότι η ΤΝ μπορεί να προσφέρει λειτουργικά ισοδύναμο μαθησιακό περιεχόμενο (Netland et al., 2025). Κάποιες αναλύσεις καταδεικνύουν ότι οι καταναλωτές συχνά χαρακτηρίζουν τα AI βίντεο ως «ενοχλητικά» ή «βαρετά», ακόμη και όταν είναι υψηλής ποιότητας (Adams, 2024), ενώ έρευνα της Getty Images (2024) ανέδειξε ότι το 98% των καταναλωτών θεωρεί τις αυθεντικές εικόνες και βίντεο απαραίτητες για την οικοδόμηση εμπιστοσύνης προς ένα brand, υπογραμμίζοντας τη σημασία της διαφάνειας ως προς την προέλευση του περιεχομένου.

Τα ευρήματα αυτά θέτουν ερωτήματα σε θέματα σχετικά με την αυθεντικότητα, την πνευματική ιδιοκτησία και την εμπιστοσύνη. Η παραγωγή AI-περιεχομένου δεν πρέπει να θεωρηθεί ως απλός αυτοματισμός, αλλά ως συνεργατική διαδικασία, όπου η ΤΝ λειτουργεί «συνδημιουργικά» και όχι ανταγωνιστικά προς τον άνθρωπο (Anantrasirichai & Bull, 2020). Επιπρόσθετα, το πλαίσιο της 5ης Βιομηχανικής Επανάστασης στοχεύει στην αρμονική συνύπαρξη ανθρώπου και μηχανής με έμφαση στη δημιουργικότητα, εξατομίκευση και βιωσιμότητα (Ziatdinov, Atteraya & Nabiyev, 2024; Shabur, 2025) και αναδεικνύει τη

σημασία του συνδυασμού ανθρώπινης εμπειρίας και AI για νέες μορφές πολιτισμικής παραγωγής.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Η πειραματική διάσταση της μελέτης σχεδιάστηκε με στόχο να αποτυπώσει την αντίληψη του κοινού απέναντι σε περιεχόμενο που έχει παραχθεί με τη χρήση τεχνητής νοημοσύνης σε διαφορετικά δημιουργικά πεδία. Για τον σκοπό αυτό, επιλέχθηκαν τρία σύγχρονα εργαλεία ΤΝ τα οποία καλύπτουν βασικούς άξονες της πολιτισμικής παραγωγής: αφήγηση, μουσική και βίντεο. Τα εργαλεία αυτά δεν επελέγησαν τυχαία, αλλά λόγω της τεχνολογικής τους ωριμότητας, της αναγνώρισής τους σε επαγγελματικά και ερευνητικά περιβάλλοντα, καθώς και της ικανότητάς τους να παράγουν περιεχόμενο που προσεγγίζει σε ποιότητα την ανθρώπινη δημιουργία. Με τον τρόπο αυτό, το πειραματικό υλικό θεωρείται αντιπροσωπευτικό της τρέχουσας κατάστασης στον χώρο της δημιουργικής ΤΝ και κατάλληλο για την αξιολόγηση της αντίδρασης των συμμετεχόντων.

Το **ElevenLabs** αποτελεί ένα από τα πιο προηγμένα συστήματα φωνητικής σύνθεσης, επιτρέποντας την παραγωγή αφηγήσεων με ιδιαίτερα φυσική προφορά, προσωποποιημένη εκφορά και υψηλό βαθμό συναισθηματικής έκφρασης. Υποστηρίζει πολυγλωσσικότητα, φωνητική εκπαίδευση και φωνές που μιμούνται ανθρώπινα χαρακτηριστικά, καθιστώντας το κατάλληλο για χρήση σε αφήγηση ιστοριών, εκπαιδευτικά podcasts και audiobooks (ElevenLabs, 2024).

Το **Suno AI** ειδικεύεται στην αυτόματη παραγωγή τραγουδιών, μετατρέποντας κείμενο ή περιγραφές σε πλήρεις μουσικές συνθέσεις με ρυθμό, μελωδία, φωνή και ενορχήστρωση. Το εργαλείο παρέχει δυνατότητα επιλογής μουσικού ύφους και θεματολογίας, ενώ η παραγωγή γίνεται εξ ολοκλήρου μέσω νευρωνικών δικτύων που έχουν εκπαιδευτεί σε μεγάλους όγκους μουσικών δεδομένων (Suno AI, 2024).

Το **Revid.ai** είναι μια πλατφόρμα δημιουργίας βίντεο με χρήση ΤΝ, η οποία μετατρέπει γραπτά σενάρια ή άρθρα σε σύντομα βίντεο. Υποστηρίζει αυτόματη ενσωμάτωση αφηγήσεων, μουσικής υπόκρουσης, εικόνων και avatars με συγχρονισμένη ομιλία, δίνοντας τη δυνατότητα ταχείας παραγωγής περιεχομένου για κοινωνικά δίκτυα, ενημερωτικά βίντεο και εκπαιδευτικές παρουσιάσεις (Revid.ai, 2024).

Τα AI-παραδείγματα που χρησιμοποιούνται στο ερωτηματολόγιο έχουν παραχθεί με αυτά τα εργαλεία, αντιπροσωπεύοντας χαρακτηριστικές εφαρμογές της ΤΝ σε σύγχρονα περιβάλλοντα δημιουργίας πολυμέσων.

Στο ερευνητικό σκέλος της μελέτης αξιοποιείται ερωτηματολόγιο το οποίο σχεδιάστηκε και διανεμήθηκε διαδικτυακά. Η δομή του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει έξι βασικές ενότητες:

- Γενικές ερωτήσεις για την εξοικείωση των συμμετεχόντων με την ΤΝ και τη χρήση της σε δημιουργικές εφαρμογές.
- Αξιολόγηση αφήγησης: οι συμμετέχοντες ακούν δύο σύντομες αφηγήσεις (μία από άνθρωπο και μία από AI) και καλούνται να τις αξιολογήσουν ως προς την εκφραστικότητα, την ποιότητα και την πιθανή προέλευση.
- Αξιολόγηση μουσικής: ακολουθείται ίδια λογική, με δύο μουσικά αποσπάσματα (ένα AI-generated μέσω Suno και ένα ανθρώπινης παραγωγής).
- Αξιολόγηση βίντεο: παρουσιάζονται δύο σύντομα βίντεο, όπου αξιολογούνται το ύφος, η φυσικότητα, η εντύπωση και η πιθανή ταυτότητα δημιουργού (AI/άνθρωπος).
- Δημογραφικά στοιχεία: φύλο, ηλικία, επίπεδο σπουδών και επαγγελματικό υπόβαθρο.
- Ανοιχτή ερώτηση για τις αντιλήψεις και τις ανησυχίες των συμμετεχόντων σχετικά με τη χρήση ΤΝ στη δημιουργία περιεχομένου.

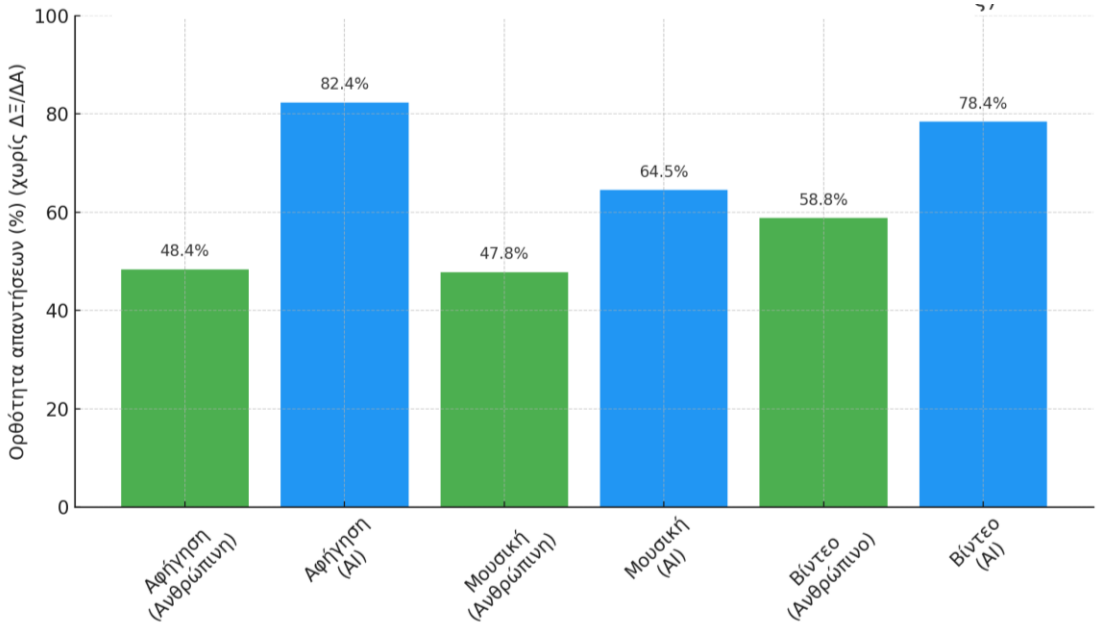
Η μελέτη ακολουθεί ποσοτική, περιγραφική προσέγγιση με διερευνητικό χαρακτήρα. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν τον Απρίλιο 2025 μέσω διαδικτυακού ερωτηματολογίου, το οποίο διανεμήθηκε μέσω προσωπικών επαφών και κοινωνικών δικτύων, χωρίς εφαρμογή κριτηρίων επιλογής (ευκαιριακή δειγματοληψία). Το δείγμα περιλάμβανε 40 συμμετέχοντες με ποικίλα δημογραφικά και μορφωτικά χαρακτηριστικά.

Στη μελέτη συμμετείχαν 40 άτομα, εκ των οποίων το 52,5% ήταν γυναίκες και το 47,5% άνδρες. Η πλειονότητα του δείγματος ήταν ηλικίας 25–34 ετών (47,5%), με υψηλό επίπεδο σπουδών (67,5% κατείχαν μεταπτυχιακό ή διδακτορικό τίτλο). Ως προς την επαγγελματική ιδιότητα, υπήρξε ποικιλομορφία, με σημαντικό ποσοστό φοιτητών (25%) και ακαδημαϊκών/ερευνητών (32,5%).

Οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να αξιολογήσουν, χωρίς γνώση της προέλευσης, ζεύγη περιεχομένου στους άξονες αφήγησης, μουσικής και βίντεο, και να εκτιμήσουν αν το περιεχόμενο είχε παραχθεί από άνθρωπο ή Τεχνητή Νοημοσύνη (ΤΝ).

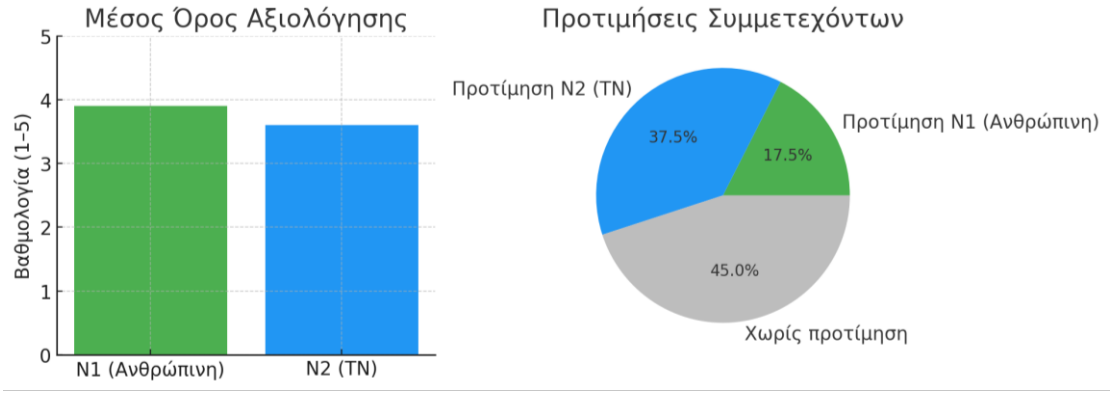
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Ένα βασικό στοιχείο της μελέτης ήταν το κατά πόσο ο θεατής/ακροατής μπορεί να αναγνωρίσει την προέλευση του περιεχομένου, δηλαδή αν είναι ανθρωπογενές ή τεχνητό. Όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 1, και στους τρεις τύπους περιεχομένου η διάκριση αποδεικνύεται δύσκολη και συχνά τείνει προς την τυχαία επιλογή. Το φαινόμενο αυτό παρατηρείται κυρίως στα αποσπάσματα που έχουν δημιουργηθεί από ανθρώπους, ενώ στα παραγόμενα από ΤΝ ο εντοπισμός φαίνεται ελαφρώς πιο ακριβής, με εξαίρεση την περίπτωση της μουσικής.



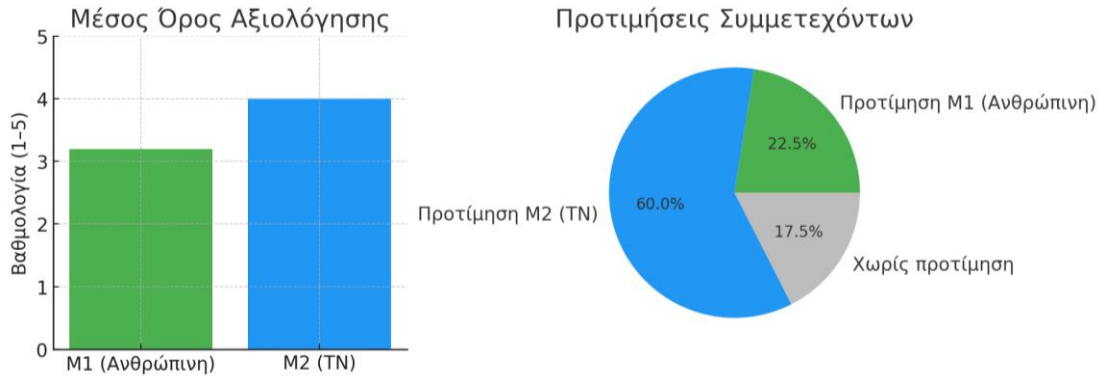
Διάγραμμα 1: Αναγνώριση προέλευσης περιεχομένου

Όσον αφορά την ομιλία, η ανθρωπογενής αφήγηση έλαβε μέση βαθμολογία 3,9/5 και η AI-generated 3,6/5. Περίπου το 50% των ερωτηθέντων εντόπισε σωστά την προέλευση για την ανθρωπογενή αφήγηση, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για την AI ανήλθε στο 80%. Ωστόσο, οι προτιμήσεις ήταν μοιρασμένες: 45% δε δήλωσαν προτίμηση, 37,5% προτίμησαν τη δεύτερη αφήγηση, και 17,5% την πρώτη.



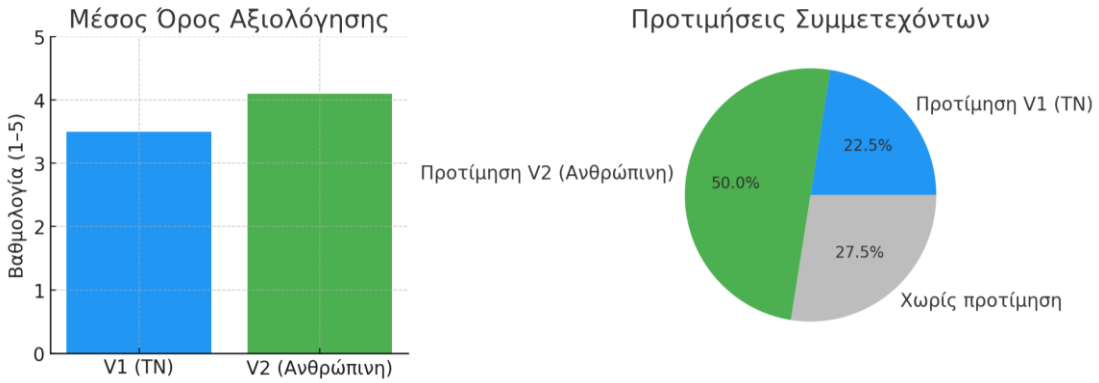
Διάγραμμα 2: Αποτελέσματα αξιολόγησης όσον αφορά την αφήγηση

Στο πεδίο της μουσικής σύνθεσης, η ανθρωπογενής σύνθεση αξιολογήθηκε με μέσο όρο 3,2/5, ενώ η AI με 4,0/5. Το 50% των συμμετεχόντων δεν ήταν βέβαιοι ως προς την προέλευση των αποσπασμάτων. Στις προτιμήσεις, το 60% θεώρησε την AI-σύνθεση ποιοτικά ανώτερη.



Διάγραμμα 3: Αποτελέσματα αξιολόγησης στη σύνθεση μουσικής

Όσον αφορά τα βίντεο, το AI-βίντεο έλαβε μέσο όρο αξιολόγησης 3,5/5 και το ανθρωπογενές 4,1/5. Η πλειονότητα των συμμετεχόντων (50%) προτίμησε το ανθρωπογενές, ενώ το 78% εκτίμησε σωστά την προέλευση του AI-βίντεο.



Διάγραμμα 4: Αποτελέσματα αξιολόγησης στη δημιουργία βίντεο

Συνολικά, τα AI-generated παραδείγματα δεν υπολείπονταν αισθητά σε βαθμολογία έναντι των ανθρωπογενών, ενώ σε αρκετές περιπτώσεις υπερίσχυσαν στις προτιμήσεις του κοινού, ιδίως στη μουσική και το βίντεο. Παρατηρήθηκε επίσης σχετική σύγχυση ως προς την αναγνώριση της προέλευσης, κάτι που υποδηλώνει τη δυσκολία διάκρισης μεταξύ ανθρώπινης και τεχνητής δημιουργίας στο σύγχρονο πολυμεσικό περιβάλλον.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η μελέτη επιβεβαιώνει τη σταδιακή εξοικείωση του κοινού με περιεχόμενο που έχει παραχθεί με τη χρήση Τεχνητής Νοημοσύνης (ΤΝ), καθώς και τη σχετική δυσκολία διάκρισης μεταξύ ανθρώπινης και τεχνητής δημιουργίας. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι τα AI έργα σε αφήγηση, μουσική και βίντεο αξιολογήθηκαν ισάξια ή και ευνοϊκότερα από τα αντίστοιχα ανθρωπογενή. Ιδιαίτερα στη μουσική και στο βίντεο, οι συμμετέχοντες φάνηκαν πρόθυμοι να αποδεχθούν το AI περιεχόμενο ως καλαίσθητο, λειτουργικό και ποιοτικά επαρκές, ανεξάρτητα από την προέλευσή του.

Οι συμμετέχοντες ανίχνευσαν την παρουσία ΤΝ, ιδιαίτερα στην αφήγηση, όμως αυτό δε λειτούργησε αποτρεπτικά στην αξιολόγηση ή την αισθητική απόλαυση. Ωστόσο, η γενικότερη ασάφεια που εκφράστηκε ως προς την αναγνώριση της προέλευσης υποδηλώνει ότι τα εργαλεία ΤΝ έχουν φτάσει σε επίπεδο ωριμότητας που καθιστά δυσδιάκριτα τα όρια μεταξύ ανθρώπινης και μηχανικής δημιουργίας. Το γεγονός αυτό γεννά ερωτήματα όχι μόνο αισθητικά ή τεχνικά, αλλά και δεοντολογικά και επικοινωνιακά, όσον αφορά τη διαφάνεια, την αυθεντικότητα και την ευθύνη στην παραγωγή περιεχομένου.

Η αποδοχή του AI περιεχομένου από το κοινό δεν πρέπει να ερμηνεύεται μονοδιάστατα, αλλά να ενταχθεί σε ένα πλαίσιο ψηφιακής παιδείας και κριτικής πρόσληψης, με στόχο την κατανόηση των τρόπων με τους οποίους η ΤΝ μετασχηματίζει τις πρακτικές δημιουργίας και τις πολιτισμικές αξίες που τις συνοδεύουν.

Η εργασία αναδεικνύει την ανάγκη ενίσχυσης της τεχνολογικής και αλγοριθμικής παιδείας, αλλά και την καθιέρωση πρακτικών διαφάνειας ως προς την προέλευση του περιεχομένου. Παράλληλα, εγείρονται ερωτήματα δεοντολογίας και επικοινωνιακής ευθύνης ως προς τη χρήση ΤΝ σε πολιτισμικά προϊόντα. Η παρούσα μελέτη δείχνει ότι η αξία του περιεχομένου δεν εδράζεται αποκλειστικά στην ταυτότητα του δημιουργού, αλλά συνδιαμορφώνεται από την εμπειρία πρόσληψης και τα συμφραζόμενα χρήσης του.

Συνεπώς, η κρίσιμη ερώτηση δεν είναι μόνο «ποιος το δημιούργησε;», αλλά «πώς και γιατί το αποδεχόμαστε;» – και πώς θέλουμε να ορίσουμε τη θέση της Τεχνητής Νοημοσύνης ως δημιουργικής παρουσίας στα σύγχρονα επικοινωνιακά περιβάλλοντα.

ΠΡΟΕΚΤΑΣΕΙΣ

Μεθοδολογικοί περιορισμοί περιλαμβάνουν το σχετικά μικρό μέγεθος του δείγματος, τη μη αντιπροσωπευτικότητα ως προς τον γενικό πληθυσμό και την απουσία σταθμισμένων εργαλείων αξιολόγησης για την τεχνική ή αισθητική ποιότητα του περιεχομένου. Επιπλέον, ο περιορισμένος αριθμός παραδειγμάτων ανά κατηγορία (δύο ζεύγη ανά ενότητα) περιορίζει τη δυνατότητα ενδοομαδικής διαφοροποίησης και επαγωγικών συμπερασμάτων.

Η μελέτη ανοίγει τον δρόμο για περαιτέρω διερεύνηση της αλληλεπίδρασης κοινού και Τεχνητής Νοημοσύνης σε δημιουργικά πεδία. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να επεκταθούν σε μεγαλύτερα και πιο αντιπροσωπευτικά δείγματα, να ενσωματώσουν διαφορετικά είδη περιεχομένου (όπως εικαστικές τέχνες ή διαδραστικά μέσα) και να εμβαθύνουν στις γνωστικές και συναισθηματικές διεργασίες που επηρεάζουν την αποδοχή ή την απόρριψη AI-generated έργων. Παράλληλα, η κατανόηση της κοινωνικής και πολιτισμικής διάστασης της συνύπαρξης ανθρώπου–μηχανής μπορεί να συμβάλει στη διαμόρφωση πολιτικών για τη δεοντολογική χρήση της ΤΝ, την προστασία των δημιουργών και την ενίσχυση της εμπιστοσύνης του κοινού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Adams, P. (2024, December 17). Consumers call AI-generated video ads annoying, confusing, per NIQ. Marketing Dive. https://www.marketingdive.com/news/consumer-perceptions-generative-ai-in-marketing-openai-sora/735761/

Anantrasirichai, N., & Bull, D. (2022). Artificial intelligence in the creative industries: a review. Artificial intelligence review, 55(1), 589-656.

Bagratuni, M., Müller, P., & Planing, P. (2025). Innovation in tune: An empirical investigation of user acceptance of artificial intelligence-generated music. Computers in Human Behavior Reports, 18, 100660.

Bakkouche, L., McGhee, C., Lau, E., Cooper, S., Luo, X., Rees, M., ... & Schwarz, J. (2025). Finding the Human Voice in AI: Insights on the Perception of AI-Voice Clones from Naturalness and Similarity Ratings. Interspeech 2025.

Barrington, S., Cooper, E. A., & Farid, H. (2025). People are poorly equipped to detect AI-powered voice clones. Scientific Reports, 15(1), 11004.

Cooke, D., Edwards, A., Barkoff, S., & Kelly, K. (2024). As Good As A Coin Toss: Human detection of AI-generated images, videos, audio, and audiovisual stimuli. arXiv preprint arXiv:2403.16760.

ElevenLabs. (2024). AI voice generation platform. https://www.elevenlabs.io

Floridi, L., & Chiriatti, M. (2020). GPT-3: Its nature, scope, limits, and consequences. Minds and machines, 30(4), 681-694.

Frank, J., Herbert, F., Ricker, J., Schönherr, L., Eisenhofer, T., Fischer, A., ... & Holz, T. (2024, May). A representative study on human detection of artificially generated media across countries. In 2024 IEEE Symposium on Security and Privacy (SP) (pp. 55-73). IEEE.

Hashmi, A., Shahzad, S. A., Lin, C. W., Tsao, Y., & Wang, H. M. (2024). Unmasking illusions: Understanding human perception of audiovisual deepfakes. arXiv preprint arXiv:2405.04097.

Collins, K. C., Manji, A. (2024), Humanizing AI-Generated Music: Do Listeners Hear the Difference? (2024). In Audio Engineering Society Convention 156. Audio Engineering Society.

Köbis, N., & Mossink, L. D. (2021). Artificial intelligence versus Maya Angelou: Experimental evidence that people cannot differentiate AI-generated from human-written poetry. Computers in human behavior, 114, 106553.

Lecamwasam, K., & Chaudhuri, T. R. (2025). Exploring listeners' perceptions of AI-generated and human-composed music for functional emotional applications. arXiv preprint arXiv:2506.02856.

Nearly 90% of Consumers Want Transparency on AI Images finds Getty Images Report. (2024, July 2). Getty Images Press Site - Newsroom - Getty Images. https://newsroom.gettyimages.com/en/getty-images/nearly-90-of-consumers-want-transparency-on-ai-images-finds-getty-images-report

Netland, T., von Dzengelevski, O., Tesch, K., & Kwasnitschka, D. (2025). Comparing human-made and AI-generated teaching videos: An experimental study on learning effects. Computers & Education, 224, 105164.

Revid.ai. (2024). AI video generator from scripts. https://www.revid.ai

Sarmento, P., Loth, J., & Barthet, M. (2024). Between the AI and Me: Analysing Listeners' Perspectives on AI-and Human-Composed Progressive Metal Music. arXiv preprint arXiv:2407.21615.

Shabur, M. A., Shahriar, A., & Ara, M. (2025). From automation to collaboration: exploring the impact of industry 5.0 on sustainable manufacturing. Discover Sustainability, 6(1), 1-23.

Skjegstad, C., & Frühholz, S. (2024, June 26). Our brains respond differently to human and AI-generated voices. EurekAlert!

Song, J. Y., Rojas, C., & Pycha, A. (2025). Factors modulating perception and production of speech by AI tools: a test case of Amazon Alexa and Polly. Frontiers in psychology, 16, 1520111.

Suno AI. (2024). Create songs with AI. https://www.suno.ai

Vrysis, L., Vryzas, N., Siamtanidou, E., & Dimoulas, C. (2024). AI-powered automations in media production. 3rd Conference of Communication Labs.

Zhang, Y., Lucas, M., Bem-haja, P., & Pedro, L. (2025). AI versus human-generated voices and avatars: rethinking user engagement and cognitive load. Education and Information Technologies, 1-20.

Ziatdinov, R., Atteraya, M. S., & Nabiyev, R. (2024). The fifth industrial revolution as a transformative step towards society 5.0. Societies, 14(2), 19.