

Υλικό Ασύγχρονης Διδασκαλίας [12/11/2025]

Τίτλος: Ψηφιακή κατανάλωση ειδήσεων, πλατφόρμες και εμπιστοσύνη: ανάγνωση, ανάλυση και εφαρμογή

Μαθησιακοί στόχοι

Με την ολοκλήρωση, **θα μπορείτε να:**

1. περιγράφετε βασικές τάσεις στην ψηφιακή κατανάλωση ειδήσεων (πλατφόρμες, συσκευές, συμπεριφορές),
2. εξηγείτε την έννοια της «αποφυγής ειδήσεων» και τους παράγοντες εμπιστοσύνης,
3. αναλύετε τον ρόλο των AI/chatbots και των influencers ως πηγών/διαμεσολαβητών ειδήσεων,
4. εφαρμόζετε ευρήματα της έρευνας σε πρακτικές newsroom/περιεχομένου για νεανικά κοινά.

Υλικό (Open Access)

Βασικό κείμενο: Κατεβάστε και μελετήστε το *Reuters Institute Digital News Report 2025* (Oxford, RISJ), το οποίο είναι δωρεάν περιεχόμενο ανοιχτής πρόσβασης. Θα εστιάσετε μόνο στις εξής ενότητες του Report: εμπιστοσύνη, αποφυγή ειδήσεων, πλατφόρμες/συσκευές και χρήση AI chatbots.

Το πλήρες κείμενο μπορείτε να το βρείτε εδώ:

https://www.odg.it/wp-content/uploads/2025/06/REUTERS-Digital_News-Report_2025_compressed.pdf

Χρονικός προγραμματισμός (σύνολο 3 ώρες)

- **90' Μελέτη:** Διαβάστε από το παραπάνω executive summary μόνο τις θεματικές ενότητες (εμπιστοσύνη, αποφυγή ειδήσεων, πλατφόρμες, AI chatbots). Κρατήστε σημειώσεις αν θέλετε με bullets.
- **45' Εφαρμογή:** Χαρτογραφήστε τη ροή ενημέρωσης ενός «τυπικού» χρήστη 18–34 (συσκευές/πλατφόρμες/μορφές).

- **45' Αξιολόγηση:** Απαντήστε στα παρακάτω ερωτήματα για τον δικό σας αναστοχασμό επάνω στο υλικό και την προσωπική σας εξάσκηση (πολλαπλής επιλογής, σωστό/λάθος, ανοικτές).
- Σημείωση: Δεν απαιτείται να υποβάλλετε κάπου τις απαντήσεις σας.

Ερωτήσεις κατανόησης – Πολλαπλής επιλογής (μία σωστή απάντηση)

1. Το δείγμα του Digital News Report 2025 συγκεντρώθηκε:
A. με τηλεφωνικές συνεντεύξεις Μάρτιο–Απρίλιο 2025
B. με online ερωτηματολόγιο Ιανουάριο–Φεβρουάριο 2025
C. με μεικτή μέθοδο σε όλο το 2024
D. με focus groups ανά χώρα
2. Ο αριθμός των αγορών που καλύπτει το 2025 είναι περίπου:
A. 24 B. 36 C. 48 D. 60
3. Ποια συσκευή εδραιώνεται ως βασική πύλη πρόσβασης στα νέα;
A. Desktop B. Tablet C. Smart TV D. Smartphone
4. Ποιο φαινόμενο περιγράφει την απομάκρυνση χρηστών από τις ειδήσεις λόγω κόπωσης/αρνητικότητας/υπερφόρτωσης;
A. News literacy B. News fatigue C. News avoidance D. News grazing
5. Σε ποια ομάδα ηλικίας το TikTok και τα σύντομα βίντεο έχουν μεγαλύτερη επίδραση;
A. 55+ B. 35–54 C. 18–34 D. Καμία
6. Ποια κατηγορία αναφέρεται συχνότερα ως πηγή παραπληροφόρησης;
A. Τοπικές εφημερίδες B. Δημόσια ραδιοτηλεόραση
C. Online influencers/προσωπικότητες D. Πανεπιστημιακές πηγές
7. Ποιος είναι ο ενδεικτικός βαθμός εμπιστοσύνης στις ειδήσεις στην Ελλάδα (2025);
A. ~22% B. ~40% C. ~55% D. ~70%
8. Τι ισχύει για τη χρήση AI chatbots για ειδήσεις το 2025;
A. Κυρίαρχο κανάλι στο 50% των χρηστών
B. Αναδυόμενη χρήση με χαμηλά ποσοστά
C. Μόνο στην Ασία
D. Έχει εκτοπίσει τα social/video
9. Ποια είναι μια βασική μεθοδολογική επισήμανση του report;
A. Αποκλειστικά τυχαία δειγματοληψία με σφάλμα ± 10 μ.μ.
B. Online δείγματα· μικρές διαφορές ($< \pm 2$ μ.μ.) με προσοχή στην ερμηνεία
C. Μόνο offline δείγματα
D. Δεν εφαρμόστηκαν βάρη

10. Ποιο στοιχείο χαρακτηρίζει την «ψηφιακή κόπωση»;
 - A. Περισσότερες ενημερώσεις
 - B. Μείωση χρήσης κοινωνικών δικτύων
 - C. Εσκεμμένη αποφυγή ειδήσεων
 - D. Αύξηση εμπιστοσύνης
11. Ποιο «κανάλι» αυξάνει την εμβέλειά του ως AI-driven aggregator;
 - A. RSS readers
 - B. Εφαρμογές ειδήσεων email
 - C. Προσωποποιημένες εφαρμογές/aggregators
 - D. Δορυφορική τηλεόραση
12. Τι ισχύει για αγορές με χαμηλότερη διείσδυση Internet;
 - A. Τα online δείγματα προσεγγίζουν πλήρως τον γενικό πληθυσμό
 - B. Οι διαφορές online/εθνικού πληθυσμού είναι μικρές
 - C. Οι διαφορές μπορεί να είναι μεγάλες – απαιτείται προσοχή
 - D. Δεν υπάρχουν τέτοιες αγορές
13. Ποια πρακτική χρησιμοποιεί διεθνές μέσο για ενίσχυση εμπιστοσύνης;
 - A. Clickbait τίτλοι
 - B. «Διαφανή πλαίσια ηθικής» με επεξήγηση διαδικασιών
 - C. Εξάλειψη σχολίων
 - D. Κρυφά paywalls
14. Ποιο εύρος διαφορών θεωρείται συχνά μη ουσιώδες/μη στατιστικά σημαντικό στο report;
 - A. $\pm 0,5$ μ.μ.
 - B. ± 1 μ.μ.
 - C. ± 2 μ.μ.
 - D. ± 5 μ.μ.
15. Ποια δήλωση συνοψίζει ορθά την εικόνα της Ελλάδας;
 - A. Υψηλή εμπιστοσύνη, χαμηλή χρήση social
 - B. Χαμηλή εμπιστοσύνη, υψηλή αποφυγή ειδήσεων
 - C. Μέση εμπιστοσύνη, μηδενική χρήση video
 - D. Υψηλή εμπιστοσύνη, υψηλή κατανάλωση έντυπου

Ερωτήσεις Σωστό/Λάθος

1. Η συλλογή δεδομένων του 2025 έγινε με online έρευνα. (Σ/Λ)
2. Διαφορές ± 2 ποσοστιαίων μονάδων είναι πάντα «σημαντικές». (Σ/Λ)
3. Η χρήση AI chatbots για ειδήσεις είναι ήδη κυρίαρχη διεθνώς. (Σ/Λ)
4. Η αποφυγή ειδήσεων συνδέεται και με αίσθημα υπερφόρτωσης. (Σ/Λ)
5. Η Ελλάδα καταγράφει από τα υψηλότερα επίπεδα εμπιστοσύνης στις ειδήσεις. (Σ/Λ)
6. Το smartphone παραμένει κεντρικό μέσο πρόσβασης στην ενημέρωση. (Σ/Λ)

7. Οι influencers αναγνωρίζονται ως ελάσσων κίνδυνος παραπληροφόρησης σε σχέση με παραδοσιακά μέσα. (Σ/Λ)
8. Το report καλύπτει περίπου 48 αγορές. (Σ/Λ)
9. Τα online δείγματα είναι πάντοτε πλήρως αντιπροσωπευτικά του εθνικού πληθυσμού. (Σ/Λ)
10. Η διαφάνεια διαδικασιών (π.χ. ethics boxes) προτείνεται για ενίσχυση εμπιστοσύνης. (Σ/Λ)

Ανοικτές Απαντήσεις (έως 100 λέξεις η καθεμία)

1. Με βάση τα ευρήματα για Ελλάδα (εμπιστοσύνη/αποφυγή), προτείνετε 2–3 παρεμβάσεις για newsroom που στοχεύει 18–34 (μορφή, πλατφόρμες, διαφάνεια, moderation). Τεκμηριώστε σύντομα.
2. Πώς θα ενσωματώνατε υπεύθυνα ένα AI chatbot στη ροή ενημέρωσης ενός μέσου; Προτείνετε safeguards (αποποίηση ευθύνης, αξιολόγηση ακρίβειας, ανθρώπινη επιμέλεια) και KPIs.

Καλή επιτυχία!