

Αγώνας κυριαρχίας εν όψει τεκτονικών αλλαγών



Του Γρηγόρη Αντωνιάδη

Πρόεδρος Δ.Σ. του Συνδέσμου
Διαφημιζομένων Ελλάδος

Η **ΑΓΟΡΑ** της επικοινωνίας, όπου συναντιούνται οι διαφημιζόμενοι, τα ΜΜΕ και οι διαφημιστικές εταιρείες, υπόκειται ιστορικά σε συνεχείς αλλαγές -συχνά ραγδαίες- και προκλήσεις, οι οποίες οδηγούν αλλά και οδηγούνται από έναν ολοένα εξελισσόμενο αποδέκτη των υπηρεσιών τους, τους πολίτες.

Τα παραδοσιακά Μέσα, όπως η ελεύθερη τηλεόραση, το ραδιόφωνο και κυρίως ο Τύπος, υφίστανται εδώ και χρόνια πίεση για δομική μετεξέλιξη από τις ψηφιακές πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, όπως οι Google, Facebook, X, Instagram (που με τη σειρά τους υφίστανται πλέον την έντονη πίεση του TikTok), αλλά και από πλατφόρμες video sharing όπως το YouTube, από ελληνικές και διεθνείς συνδρομητικές πλατφόρμες streaming και άλλα διαδικτυακά Μέσα.

Παράλληλα, σχεδόν όλες οι εταιρείες της αγοράς τεχνολογίας ήδη επιδίδονται σε έναν αγώνα κυριαρχίας, επενδύοντας τεράστια ποσά στη νέα πρόκληση, την -αρρύθμιστη ακόμα- τεχνητή νοημοσύνη, που αναμένεται να επιφέρει τεκτονικές αλλαγές, όχι μόνο στο marketing και την επικοινωνία, αλλά σε ολόκληρο τον πλανήτη, όπως τον ξέραμε μέχρι σήμερα. Όπως πολύ εύστοχα ανέφερε ο Jensen Huang, CEO της Nvidia, η οποία, λόγω της μεγάλης ζήτησης για τα τσιπ τεχνητής νοημοσύνης, ξεπέρασε -έστω και στιγμιαία- την Amazon και έγινε η τέταρτη πιο πολύτιμη εταιρεία στην Αμερική και η πέμπτη παγκοσμίως, «η στιγμή του iPhone της τεχνητής νοημοσύνης έχει ξεκινήσει». Σε αυτό το τόσο δυναμικό περιβάλλον, προστατευτικές πολιτικές που στόχο έχουν να περιχαρακώσουν τη βιωσιμότητα εθνικών ΜΜΕ έχουν περιορισμένη και κυρίως βραχυχρόνια αποδοτικότητα, καθυστερώντας, όχι όμως αποτρέποντας την αλλαγή που έρχεται. Παράλληλα, καθώς το περιβάλλον αυτό είναι τόσο απρόβλεπτο, εκείνο που κυρίως προβληματίζει είναι οι επιπτώσεις που μπορεί να έχει η «επόμενη μέρα» της επικοινωνίας στο κοινό, κυρίως στα παιδιά και τους νέους, στην κοινωνική συνοχή και τις θεμελιώδεις αξίες και αρχές της δυτικής δημοκρατίας.

Εθνικές και υπερεθνικές αρχές, όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση με το νέο νομοθετικό πλαίσιο για την Τεχνητή Νοημοσύνη (AI Act) και τη σύσταση του Γραφείου Τεχνητής Νοημοσύνης (AI Office) μέσα στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, καλούνται να ρυθμίσουν το νέο περιβάλλον, για το οποίο όμως κανείς δεν μπορεί προς το παρόν να έχει πλήρη εικόνα. Σε κάθε περίπτωση, ο ρόλος των αρχών θα είναι καθοριστικός, ώστε τα νέα μοντέλα της επικοινωνίας να λειτουργήσουν ως μοχλός αντικειμενικής ενημέρωσης, προόδου και εξασφάλισης της βιωσιμότητας των κοινωνιών.

Είναι ζωτικής σημασίας να περιορίσουμε την παραπληροφόρηση, το ψέμα, την προπαγάνδα, τον εξτρεμισμό και το μίσος και να απελευθερώσουμε τις θετικές δυνάμεις με τις οποίες η επικοινωνία μπορεί να συμβάλει καθοριστικά στην επιστημονική τεκμηρίωση της γνώσης, στη διάχυση της καινοτομίας, την αύξηση της παραγωγικότητας και την καλλιέργεια μιας δημιουργικής και υπεύθυνης στάσης των πολιτών απέναντι στις προκλήσεις του αύριο.