

1. Η ΑΙ ΣΤΗΝ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΟΥ ΙΑΤΡΟΥ Η ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ;

Μέσο: ΤΑ ΝΕΑ

Ημ. Έκδοσης: ...20/06/2026 Ημ. Αποδελτίωσης: ...20/06/2026

Σελίδα: 60



Η ΑΙ στην υπηρεσία του ιατρού ή της αγοράς;



ΓΝΩΜΗ

ΤΟΥ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΥ Μ. ΜΟΥΤΣΟΠΟΥΛΟΥ

Η τεχνητή νοημοσύνη μεταμορφώνει με ταχύτητα την ιατρική πρακτική. Εργαλεία κλινικής υποστήριξης ιατρικών αποφάσεων, τα οποία αξιοποιούν προηγμένους αλγορίθμους τεχνητής νοημοσύνης, προσφέρουν στους ιατρούς άμεση πρόσβαση σε τεκμηριωμένες πληροφορίες σχετικά με διαγνώσεις, θεραπευτικές επιλογές και σύγχρονες κατευθυντήριες οδηγίες. Η ευκολία χρήσης τους και η δυνατότητα παροχής εξατομικευμένων απαντήσεων τα καθιστούν πολυτίμους συμμάχους του ιατρού στην καθημερινή κλινική πράξη.

Ωστόσο, η αυξανόμενη εξάρτηση από αυτά τα εργαλεία αναδεικνύει ένα σημαντικό ηθικό ζήτημα: τη χρηματοδότησή τους μέσω διαφημίσεων. Ορισμένες πλατφόρμες επιλέγουν συνδρομητικά μοντέλα, ενώ άλλες προσφέρουν δωρεάν πρόσβαση, βασιζόμενες στα έσοδα από διαφημίσεις. Η δεύτερη επιλογή διευρύνει την πρόσβαση σε προηγμένες τεχνολογίες, ιδιαίτερα για επαγγελματίες υγείας που εργάζονται σε περιβάλλοντα με περιορισμένους οικονομικούς πόρους. Παράλληλα, όμως, δημιουργεί ανησυχίες σχετικά με την πιθανή επιρροή των εμπορικών μηνυμάτων στις κλινικές αποφάσεις.

Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές μορφές ιατρικής διαφήμισης, οι διαφημίσεις μέσα στα εργαλεία κλινικής υποστήριξης αποφάσεων εμφανίζονται ακριβώς τη στιγμή που ο ιατρός αναζητά καθοδήγηση για τη διάγνωση ή τη θεραπεία ενός συγκεκριμένου ασθενούς. Η στοχευμένη προβολή ενός φαρμακευτικού προϊόντος δίπλα σε απάντηση σχετική με τη θεραπεία μιας πάθησης ενδέχεται να επηρεάσει, συνειδητά ή ασυνειδητά, τη συνταγογράφηση του ιατρού. Ο κίνδυνος καθίσταται ακόμη μεγαλύτερος όταν προωθούνται ακριβότερες θεραπευτικές επιλογές ή παρεμβάσεις που δεν αποτελούν ουστάσεις πρώτης γραμμής σύμφωνα με τις επιστημονικές κατευθυντήριες οδηγίες.

Η διασφάλιση της αξιοπιστίας αυτών των συστημάτων απαιτεί σαφείς δικλίδες προστασίας. Οι αλγόριθμοι που παράγουν τις κλινικές απαντήσεις πρέπει να λειτουργούν ανεξάρτητα από τους μηχανισμούς προβολής διαφημίσεων. Επιπλέον, κάθε διαφημιστικό μήνυμα οφείλει να επισημαίνεται με ευδιάκριτο και κατανοητό τρόπο. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται και στη χρήση δεδομένων αναζήτησης ή άλλων επαγγελματικών πληροφοριών των ιατρών για σκοπούς στοχευμένης διαφήμισης, ώστε να προστατεύονται τόσο η ιδιωτικότητα όσο και η επαγγελματική αυτονομία των ιατρών.

Η καινοτομία στην υγεία δεν μπορεί να στηρίζεται αποκλειστικά στην τεχνολογική υπεροχή. Προϋποθέτει εμπιστοσύνη, διαφάνεια και σεβασμό στην ανεξαρτησία της κλινικής κρίσης. Καθώς τα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης ενσωματώνονται ολοένα και περισσότερο στην παροχή φροντίδας, η υιοθέτηση ισχυρών ηθικών κανόνων για τη διαφήμιση αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση ώστε η τεχνολογία να υπηρετεί πρωτίστως τον ασθενή και όχι το εμπορικό συμφέρον.

• Ο Χαράλαμπος Μ. Μουτσόπουλος είναι επίτιμος καθηγητής - ακαδημαϊκός