



## *ΔΠΜΣ Δημόσιος Λόγος και Ψηφιακά Μέσα*

# *Πολυτροπικότητα και Παραποιημένες Ειδήσεις*

---

*Όνομ/μο: Νικολακάκου Νεκταρία*

*A.M.:MS1064*

*Επιβλέπων καθηγητής: Πλειός Γιώργος*

*Μάϊος, 2020*

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η ψηφιακή επανάσταση, κυρίως από τη δεκαετία του 1990 και μετά, με τις οικονομικές αλλαγές, τη διάδοση της τεχνολογίας καθώς και τη δημιουργία νέων πολιτισμικών κοινωνιών, έφερε στο προσκήνιο δύο νέα δεδομένα που άλλαξαν εντελώς το επικοινωνιακό μοντέλο. Πρώτον την ανάδειξη της πολυτροπικότητας ως σημαντικό επικοινωνιακό μέσο και δεύτερον την επίδραση της ψηφιακής τεχνολογίας που μας μετέφερε σε ένα εντελώς νέο περιβάλλον αλλάζοντας την επικοινωνιακή διαδικασία. Ένα περιβάλλον όπου η αλήθεια, η αξιοπιστία, η επωνυμία της άποψης ακόμα και η ίδια η ανθρώπινη υπόσταση έχουν αρχίσει να κλονίζονται σοβαρά. Κι αυτό, αφενός μεν, λόγω των νέων δυνατοτήτων των μέσων σε επίπεδο ταχύτητας μεταφοράς της πληροφορίας, αφετέρου δε, λόγω της έκτασης της διάδοσης και διείσδυσης της πληροφορίας αλλά κυρίως λόγω ενός νέου ανησυχητικού φαινομένου που τείνει να πάρει απειλητικές διαστάσεις και δεν είναι άλλο από τις ψευδείς και παραποιημένες ειδήσεις.

Εκκινώντας από αυτόν τον προβληματισμό τόσο για τον πολίτη όσο και για την ίδια τη Δημοκρατία, και αφού αρχικά θα μιλήσουμε για τον ορισμό του όρου των παραποιημένων και ψευδών ειδήσεων, την δημιουργία του, τα πολιτικά οικονομικά και κοινωνικά κίνητρα πίσω από αυτόν καθώς και τη διάδοση και διακίνηση της πληροφορίας μέσω της τεχνολογίας, θα δούμε τα χαρακτηριστικά των παραποιημένων ειδήσεων μέσα στο πολυτροπικό περιβάλλον. Και δυστυχώς όπως θα δείξουμε, όλες οι συνθήκες, από τους νέους κανόνες της ψηφιακής οικονομίας, τις νέες τεχνολογίες στα μέσα δικτύωσης, τα δημοσιογραφικά αδιέξοδα μέχρι τις εγγενείς μεροληψίες και προκαταλήψεις, όλα οδηγούν στην δημιουργία και αναπαραγωγή των παραποιημένων ειδήσεων.

Η δε ερευνητική μας προσπάθεια, παρακολουθώντας την πορεία μιας ΜΚΟ οργάνωσης που δρα στη Συρία, μας έδειξε όχι μόνο πόσο τολμηρό εγχείρημα είναι το να χαρτογραφήσουμε μία πληροφορία σε ένα συνεχώς εξελισσόμενο πολυτροπικό περιβάλλον με τη συνύπαρξη τόσων αφηγηματικών μέσων, σημειωτικών πόρων και ψηφιακών εργαλείων, αλλά και ότι δεν υπάρχει μία αλλά πολλές πραγματικότητες.

Θα πρέπει εμείς να αποκωδικοποιήσουμε τους όρους, να υπερβούμε την αυθαιρεσία, τη σκόπιμη διαμεσολάβηση, να ανακαλύψουμε τις πολλαπλές αναγνώσεις, να ελέγξουμε τις δικές μας μεροληψίες, τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει σήμερα η

δημοσιογραφία για να οδηγηθούμε στην αλήθεια μέσα στο σύγχρονο πολυτροπικό ψηφιακό περιβάλλον.

**Λέξεις κλειδιά:** Επικοινωνία, πολυτροπικότητα, ψηφιακή τεχνολογία, παραποιημένες ειδήσεις, διάδοση και διακίνηση της πληροφορίας, πολλαπλή ανάγνωση, μεροληψία.

## ABSTRACT

The digital revolution, especially since the 1990s, with economic changes, the dissemination of technology and the creation of new cultural societies, has brought to the fore two new elements that have completely changed the communication model. Firstly, the emergence of multimodality as an important communication tool and secondly, the impact of digital technology that has moved us into a completely new environment by changing the communication process. An environment where truth, credibility, the name of opinion and even human existence itself are beginning to be seriously shaken. This, on the one hand, because of the new possibilities of means at the level of speed of transmission of information, and on the other hand, because of the extent of the dissemination and penetration of information, but mainly because of a new worrying phenomenon which tends to take on threatening dimensions and is no more than fake news.

Starting from the reflection on the falsified and false news for both the citizen and the Republic itself, and after initially talking about the definition of the term, its creation, the political economic and social motives behind it as well as the dissemination and movement of information through technology, we will see the characteristics of falsified news in the multimodal environment. And unfortunately, as we will show, everything from the new rules of the digital economy, new technologies in the media, journalistic dead ends to the inherent biases and prejudices, all lead to the creation and reproduction of falsified news..

And our research effort, following the progress of an NGO operating in Syria, has shown us not only how bold it is to map information in an ever-evolving multimodal environment with the coexistence of so many narrative media, noting resources and digital tools, but also that there is not one but many realities. We should decode the terms, overcome arbitrariness, deliberate mediation, discover multiple readings, control our own biases, the challenges that journalism faces today in order to lead to truth in the modern multimodal digital environment..

**Keywords:** Communication, multimodality, digital technology, falsified news, dissemination and movement of information, multiple reading, bias.

## Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	2
ABSTRACT .....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ. ....	13
1.1.Προβληματισμός και Κοινωνία της Επικοινωνίας και Ενημέρωσης. ....	13
1.2.Ανησυχία για τα ψεύτικα νέα. ....	18
1.3.Χαρακτηρισμός- Προέλευση του όρου και ορισμός. ....	19
1.4. Στοιχεία Ψευδών και Ψευδεπίγραφων Ειδήσεων.....	20
1.4. Α.Η μορφή των ειδήσεων.....	21
1.4.Β.Η πρόθεση πίσω από τα ψεύτικα νέα.....	21
1.4.Γ. Ο βαθμός ψεύδους.....	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ .....	25
2.1.Δημιουργία: Πώς παράγονται οι ψευδείς ειδήσεις. ....	25
2.2. Πολιτικά Κίνητρα.....	26
2.2 Α. Πολιτική και πολίτες την εποχή της μεσοποίησης. ....	26
2.2.Β. Ορολογία –Προέλευση .....	26
2.2.Γ. Δημοκρατία και Ψηφιακή Επίθεση.....	27
2.3.Οικονομικά κίνητρα. ....	31
2.3.Α.Οικονομικό κέρδος και Παραπληροφόρηση .....	31
2.3.Β.Επιχειρηματικά μοντέλα και Ιδιωτικές πλατφόρμες.....	32
2.4.Κοινωνικά Κίνητρα. ....	34
2.4.Α.Ψεύτικες Ειδήσεις και Ανθρώπινη Φύση .....	34
2.4.Β. Φιλτραρισμένες Φούσκες - Θάλαμοι Αντήρησης.....	35
2.4.Γ.Κοινωνιολογικοψυχολογική διάσταση της γνωσιακής θεωρίας. ....	37
2.4.Δ.Παραγωγικά αίτια .....	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ.....	39
3.1.Κυκλοφορία και διάδοση των ψευδών ειδήσεων. ....	39
3.2.Τεχνολογία. ....	40
3.3. Εμπιστοσύνη και ήθος στη δημοσιογραφία .....	42
3.3.Α. Ιστορική Διαδρομή. ....	42
3.3.Β.Αντικειμενικότητας και Αμεροληψία .....	44
3.3.Γ. Προκλήσεις στη Ψηφιακή Δημοσιογραφία.....	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ .....	48

4.1. Πολυτροπικότητα στο περιβάλλον των παραπονημένων ειδήσεων.....	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ.....	52
Παραπονημένες ειδήσεις στον πόλεμο της Συρίας.....	52
5.1 Το παιγνίδι της επικοινωνίας που χάθηκε.....	52
5.2 Η μυστική παρέμβαση της Μεγάλης Βρετανίας.....	55
Ιστορική διαδρομή –επίτευξη στόχου μέσω στρατηγικής επικοινωνίας.....	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ.....	58
Περίπτωση “Λευκά Κράνη” στον πόλεμο της Συρίας.....	58
6.1. Οι ήρωες ή πως κατασκευάζεται μια εκδοχή της πραγματικότητας.....	58
Συνδυασμός εμπρόθετης και μη εμπρόθετης επικοινωνίας.....	58
6.2. Η άλλη πλευρά της ιστορίας.....	61
6.3. Μια εναλλακτική ιστορία για τα “Λευκά Κράνη”.....	65
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ.....	67
Επίλογος.....	67
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	72
ΒΙΝΤΕΟ.....	81

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η επικοινωνία υπήρξε πάντα το θεμελιώδες εργαλείο που καθόρισε την πορεία της ανθρώπινης παρουσίας στον πλανήτη από τον άνθρωπο των σπηλαίων μέχρι τον πολίτη της τετάρτης βιομηχανικής επανάστασης. Με την επικοινωνία ο άνθρωπος εξωτερίκευσε τις ανάγκες του, τα συναισθήματά του και κατάφερε να ενταχθεί μέσα σε ένα κοινωνικό πλαίσιο και να δημιουργήσει τον κόσμο του.

Είτε εμπλεκόμαστε σε μία συζήτηση, είτε παράγουμε μία διαφήμιση ή παίζουμε ένα μουσικό κομμάτι πάντα επικοινωνούμε και αναπαριστούμε είτε με συγκεκριμένους είτε με αφηρημένους όρους κάποια πλευρά του κόσμου. Μόνο που σήμερα ο κόσμος που αναπαρίσταται οπτικά στις οθόνες των νέων μέσων είναι ένας διαφορετικά δομημένος κόσμος από αυτόν που αναπαριστούσαν οι πυκνογραμμένες σελίδες των έντυπων μέσων πριν από τριάντα ή σαράντα χρόνια. Οι πηγές που προσφέρει για την κατανόηση και για τη δημιουργία νοήματος διαφέρουν από εκείνες που προσφέρει ο κόσμος που αναπαριστά στη γλώσσα και το ίδιο διαφέρουν οι πολίτες και οι κοινωνικές σχέσεις που δημιουργεί.

Γιατί μία νέα σειρά κοινωνικών σχέσεων διαμορφώνεται από κάθε νέο μέσο επικοινωνίας και επανακαθορίζεται σε κάθε νέο τεχνολογικό περιβάλλον. Στη σύγχρονη τεχνολογική εποχή η ανάγκη του ανθρώπου να μοιράζεται σκέψεις, έννοιες, προβληματισμούς, ιδέες, να εκφράζει τις επιθυμίες του και να αναζητά αγάπη δεν έχει αλλάξει. Απλώς έχει μετασχηματιστεί. Το κατά πόσο έχει μετασχηματιστεί και που μας οδηγεί αυτό σήμερα είναι από τα ερωτήματα που μπορούν να απαντηθούν μόνο αν εξετάσουμε τις διασυνδέσεις ανάμεσα στις μεταβαλλόμενες πολιτικές, οικονομικές και πολιτισμικές συνθήκες που συγκεντρώθηκαν υπό την ταμπέλα της παγκοσμιοποίησης και τις νέες δυνατότητες για αναπαράσταση που προσφέρουν τα νέα μέσα παραγωγής και διάδοσης πληροφορίας.

Η απλή νοσταλγία ή η απλή κοινωνική και πολιτισμική μεταμέλεια δεν ωφελούν εδώ. Όλοι μας έχουμε τις δικές μας αξίες που κουβαλάμε από χθες ή από προχθές. Η πρώτη και βασική πρόκληση είναι να καταλάβουμε όλο αυτό το μετασχηματισμό σε όλες του τις λεπτομέρειες και σε όλο του το νόημα. Αν μπορούσαμε να το καταλάβουμε ίσως μπορούσαμε να ξεκινήσουμε να φτιάχνουμε νέα αξιακά συστήματα στη θέση αυτών που θεωρούμε ότι έχουν χαθεί.

Η ψηφιακή επανάσταση, κυρίως από τη δεκαετία του 1990 και μετά, με τις οικονομικές αλλαγές, τη διάδοση της τεχνολογίας καθώς και τη δημιουργία νέων πολιτισμικών κοινωνιών έφερε στο προσκήνιο δύο νέα δεδομένα που άλλαξαν εντελώς το επικοινωνιακό μοντέλο. Πρώτον την ανάδειξη της πολυτροπικότητας και κυρίως την ανάδειξη της εικόνας ως σημαντικό επικοινωνιακό μέσο που μας εισήγαγε στην έννοια του οπτικού γραμματισμού και δεύτερον την επίδραση της ψηφιακής τεχνολογίας στην επικοινωνιακή διαδικασία με την εισαγωγή της έννοιας του ψηφιακού γραμματισμού.

Η αμφισβήτηση της πρωτοκαθεδρίας της γλώσσας ως το κατεξοχήν σημειωτικού συστήματος για τη δημιουργία νοημάτων σηματοδότησε την αναθεώρηση των εννοιών και του κειμένου και οδήγησε στη διεύρυνση της έννοιας του γραμματισμού ως επικοινωνιακά δομούμενης διαδικασίας η οποία διαμορφώνεται σε σχέση με το κοινωνικό πλαίσιο μέσα στο οποίο συντελείται. Από την άλλη πλευρά η διαπλοκή περισσότερων του ενός σημειωτικών τρόπων για τη μετάδοση και κατανόηση νοημάτων οδήγησε στην εισαγωγή των όρων της πολυτροπικότητας και του πολυτροπικού κειμένου.

Η κατανόηση του πολυτροπικού κειμένου προϋποθέτει μία περισσότερο πολύπλοκη διαδικασία αποκωδικοποίησης, καθώς έχουμε να κάνουμε με ένα πλέγμα σημειωτικών κωδίκων.

Κατά συνέπεια, ο αναγνώστης καλείται ως λειτουργικός χρήστης να αποκωδικοποιήσει τον κάθε σημειωτικό τρόπο (εικόνες, χάρτες, λεκτικές πληροφορίες, σχεδιαγράμματα, φωτογραφίες) για να μπορέσει να οικοδομήσει νόημα συνδέοντας την προηγούμενη εμπειρία του και γνώση σε σχέση με την πρόθεση και το είδος του κειμένου με το οποίο έρχεται σε επαφή. *Παράλληλα, στην προσπάθειά του να ερμηνεύσει το κείμενο, καλείται να λειτουργήσει κριτικά απέναντι στις προθέσεις του δημιουργού του κειμένου, να οργανώσει και να παρουσιάσει με ένα συγκεκριμένο τρόπο τις πληροφορίες που θέλει να μεταδώσει. Οπότε εμπλέκεται και σε μία διαδικασία μετασχηματισμού των πληροφοριών κατά την οποία θα πρέπει να ενεργοποιήσει τόσο τις δεξιότητες αποδόμησης και ανασύνθεσης όσο και τη γνώση που απέκτησε και να τις αξιοποιήσει με διαφορετικό τρόπο σε ένα διαφορετικό περιβάλλον*(Gunther Kress Theo van Leeuwen, 2010)

Και όλα αυτά μέσα σε ένα εντελώς νέο ψηφιακό περιβάλλον που άλλαξε ως συνέπεια τις εξέλιξης της κοινωνίας της πληροφορίας και της πολιτισμικότητας. Στη μετανεωτερική περίοδο που ζούμε νιώθουμε όλοι λίγο μετέωροι μέσα σε ένα



διεισδυτικό και διευρυνόμενο πλέγμα επικοινωνιακών μέσων όπου η μεταβολή της διαδικασίας αναζήτησης, γνώσης και κατανόησης των μηνυμάτων όπως και η διαδικασία παραγωγής κειμενικού λόγου έχει αλλάξει.

Με τη συνύπαρξη τόσων πολλών αφηγηματικών μέσων, γραπτών, ηχητικών, με εικονιστική απεικόνιση μηνυμάτων, με την ανάδειξη πολλών μορφών πληροφορίας και μέσω των σημειωτικών πόρων που έχουν πολλαπλασιαστεί αλλά και μέσω των νέων ψηφιακών εργαλείων, καταλαβαίνουμε πόσο προσεκτικοί πρέπει να είμαστε στην αναζήτηση της αλήθειας και της γνώσης.

*Σήμερα, στην εποχή της πραγματικής εικονικότητας (Castells,1996) και της Τετάρτης βιομηχανικής επανάστασης (Schwab,2016),τα ψηφιακά εργαλεία και οι τεχνολογίες του διαδικτύου είναι ο βασικός τρόπος δημιουργίας των μέσων και των μηνυμάτων που αυτά μεταφέρουν (Bulger & Davison ,2018)*

Στο νέο αυτό περιβάλλον η παλαιότερη συζήτηση για τον τεχνολογικό γραμματισμό και τον εξεικονισμό έχει μετατραπεί προς την ευρύτερη έννοια του εγγραμματισμού στα μέσα.

Και αυτή η συζήτηση για τον εγγραμματισμό στα μέσα λαμβάνει χώρα σε μία περιοχή υψηλής μεσοποίησης όπου αναμφίβολα η ισχυρή δύναμη των μέσων και της τεχνολογίας είναι πανταχού παρούσα. Όλοι οι τομείς της ανθρώπινης δραστηριότητας φαίνεται να επηρεάζονται καθώς το συνεχώς διεισδυτικό και διευρυνόμενο πλέγμα μέσων και δικτύων διαμεσολαβεί στον καθορισμό των νέων σχέσεων και φτάνει σήμερα σε μία ανεξέλεγκτη κορύφωση. *Η μετάδοση και η πρόσληψη μηνυμάτων εξαρτάται από τα μέσα τα οποία σήμερα είναι ψηφιακά, οπτικοακουστικά, αλγοριθμικά, ανώνυμα και ολοένα περισσότερο προσαρμοστικά έξυπνα και αυτόνομα χάρη στις εξελίξεις στον τομέα της τεχνητής νοημοσύνης και της επιστήμης των δεδομένων. (Διαμαντάκη,2019).*

Και δεν υπάρχει αμφιβολία ότι αυτός είναι πια ο νέος τεχνολογικός, πληροφοριακός, επικοινωνιακός, συμβολικός, ακατανόητος μερικές φορές κόσμος μέσα στον οποίο είμαστε υποχρεωμένοι να ζούμε. Αυτό σημαίνει ότι τα μέσα όχι μόνο υποβάλλουν τους όρους και τους κανόνες λειτουργώντας ως απλά εργαλεία αλλά ως ουσιώδεις ρυθμιστικοί παράγοντες της αντίληψής μας για τον κόσμο και της ύπαρξής μας μέσα σε αυτόν.

Έτσι σήμερα στον πυρήνα της ευρύτερης έννοιας του εγγραμματισμού στα μέσα, δε θα μπορούσε παρά να βρίσκεται η έννοια του πολίτη. Το κυρίαρχο ζήτημα πλέον δεν είναι η απόκτηση κάποιων δεξιοτήτων για την χρήση της τεχνολογίας αλλά η

ευρύτερη κατανόηση του ρόλου των μέσων στη σύγχρονη ζωή, ως προϋπόθεση για την καλλιέργεια της συνείδησης ενεργού και χειραφετημένης πολίτη, ικανού να αντιμετωπίζει με ευθύνη και γνώση τα προβλήματα που θέτει το σύγχρονο πληροφοριακό περιβάλλον.

**Τον Φεβρουάριο του 1996**, στο Νταβός της Ελβετίας, ο John Perry Barlow δημοσιοποίησε την περίφημη Διακήρυξη της Ανεξαρτησίας του Κυβερνοχώρου. Παρά το γεγονός ότι το συγκεκριμένο κείμενο είναι προϊόν του μακρινού 1996, της προνηπιακής, ακόμα, ηλικίας του διαδικτύου, ελάχιστα κείμενα έχουν επηρεάσει τα ήθη και την κοσμοθεωρία των χρηστών του διαδικτύου όσο το παραπάνω κείμενο. *Η επαναστατική αντίληψη του κειμένου, η αντι-συστημικότητά του, η προβολή του απολύτως ανεξάρτητου χαρακτήρα του διαδικτύου, το κατέστησαν ένα διαχρονικό μανιφέστο της απεραντοσύνης και της ανεξαρτησίας του διαδικτύου* (Κουκιιάδης, 2019).

**Ενδεικτικώς, το παραπάνω κείμενο** διακήρυττε «...Κυβερνήσεις του Βιομηχανικού Κόσμου, κουρασμένοι γίγαντες της σάρκας και του ατσαλιού, έρχομαι από τον κυβερνοχώρο, το καινούργιο σπίτι του πνεύματος...Δεν έχουμε καμία εκλεγμένη κυβέρνηση, γι' αυτό απευθύνομαι σε σας με μόνη τη δικαιοδοσία, με την οποία μιλά πάντα η ελευθερία. Κηρύσσω λοιπόν ότι ο παγκόσμιος κοινωνικός χώρος που δομούμε είναι από φυσικού του ανεξάρτητος από τις τυρρανίες που επιδιώκετε να μας επιβάλλετε....Αγνοείτε την κουλτούρα, τα ήθη ή τους κώδικές μας που ήδη παρέχουν στην κοινωνία μας περισσότερη τάξη από όση ποτέ θα μπορούσαν να επιβάλλουν οι βίαιοι νόμοι σας...**Δημιουργούμε το δικό μας Κοινωνικό Συμβόλαιο**....Ο κυβερνοχώρος αποτελείται από συμβάσεις, σχέσεις και πνευματική δημιουργία, που σαράνουν σα κύμα τους ιστούς της επικοινωνίας μας. Ο δικός μας κόσμος είναι ένας κόσμος που βρίσκεται παντού και πουθενά, αλλά πάντως δε βρίσκεται εκεί όπου κατοικούν τα σώματά μας...**Οι νομικές σας έννοιες σχετικές με την ιδιοκτησία, την έκφραση, την ταυτότητα, την κινητικότητα και τον περιβάλλοντα κόσμο δεν έχουν εφαρμογή στο δικό μας κόσμο**...Πιστεύουμε ότι το σύστημα διακυβέρνησής μας θα προκύψει από την ηθική, την αμοιβαία αλληλοκατανόηση και την επιδίωξη του κοινού καλού...Δε μπορούμε να διαχωρίσουμε τον άνεμο που πνίγει από τον άνεμο που απογειώνει...Οι όλο και πιο απολιθωμένες βιομηχανίες πληροφορικής σας θα προσπαθούν να επιτείνουν την επιβίωσή τους με το να προτείνουν νόμους στις ΗΠΑ και αλλού, με τους οποίους θα ισχυρίζονται ότι έχουν παγκόσμια δικαιώματα ιδιοκτησίας στην ίδια την ανθρώπινη έκφραση...Αυτά τα αυξανόμενα εχθρικά και αποικιοκρατικά

*μέτρα μας τοποθετούν στην ίδια θέση με παρελθόντες εραστές της ελευθερίας και της αυτονομίας, που έπρεπε να απορρίψουν την κυριαρχία μακρινών, ανίδεων εξουσιών...Θα απλωθούμε σε όλο τον πλανήτη έτσι ώστε κανείς να μην μπορεί να συλλάβει τις σκέψεις μας...» (Barlow, 1996).*

Άραγε πόσο κοντά ή μακριά είμαστε στο σημερινό περιβάλλον από την εποχή του ρομαντικού J.P.Barlow, όταν ο πληροφοριακός κορεσμός, η κυρίαρχη λογική των μέσων εμφανίζουν νέες απειλές για τον ίδιο τον πολίτη και την κοινωνία; *Η αλήθεια είναι ότι το όραμα της ελεύθερης, δημοκρατικής και ισότιμης πρόσβασης όλων σε μία ανοικτή παγκόσμια δημόσια σφαίρα τείνει να μετατραπεί σε δυστοπικό εφιάλη, με τη δημιουργία ολοένα και πιο χαοτικού περιβάλλοντος αυξημένης και επικοινωνιακής αταξίας (Wardle & Derakhshan, 2017).* Ένα περιβάλλον όπου η αλήθεια, η αξιοπιστία, η ακρίβεια, η επωνυμία της άποψης, ακόμα και η ίδια η ανθρώπινη υπόσταση έχουν αρχίσει να κλονίζονται σοβαρά.

Και πραγματικά είναι το θέμα της αξιοπιστίας που αποτελεί το ζητούμενο στην επικοινωνία και ευρύτερα θα είναι το ζητούμενο στη μελέτη μας. Αυτό που βλέπουμε, διαβάζουμε, ακούμε, είναι αληθινό ή ψέμα, είναι φαντασία, είναι πραγματικό, είναι τεκμηριωμένο;

Πάντα τα ζητήματα της αλήθειας και της πραγματικότητας υπόκεινται σε αμφιβολία και αβεβαιότητα. Εμείς όμως, ως μέλη μιας κοινότητας βάσει των πληροφοριών που λαμβάνουμε, πρέπει να παίρνουμε αποφάσεις, να ανταλλάσσουμε πληροφορίες. Αν θα πρέπει λοιπόν να εμπιστευτούμε κάποιες πληροφορίες, αυτό θα το κάνουμε ως ένα βαθμό βάσει των δεικτών αξιοπιστίας που έχουμε αναπτύξει ως κοινωνία.

Η αλήθεια μιας ορισμένης κοινωνικής ομάδας προκύπτει από τις αξίες, τις πεποιθήσεις της. Εφόσον το μήνυμα δημιουργεί έκφραση αυτών των πεποιθήσεων, τότε λειτουργεί με επιτυχή τρόπο. Οι άνθρωποι επικοινωνούν και επιβεβαιώνουν ως αλήθειες τις αξίες και πεποιθήσεις της ομάδας.

Το κατά πόσο λοιπόν οι δημιουργοί μηνυμάτων χρησιμοποιούν, εκμεταλλεύονται ,ή παραποιούν κάποιους εξειδικευμένους δείκτες αξιοπιστίας που παράγουν κοινές αλήθειες, θα προσπαθήσουμε να ανακαλύψουμε.

Και όλα αυτά μέσα σε ένα περιβάλλον όπου το πρόβλημα έχει πολλαπλασιαστεί και διογκωθεί σε δύσκολα διαχειρίσιμο βαθμό. Αφενός λόγω των νέων δυνατοτήτων των μέσων τόσο σε επίπεδο ταχύτητας μεταφοράς της πληροφορίας ,αφετέρου λόγω έκτασης της διάδοσης και της διεύθυνση της αλλά κυρίως λόγω ενός νέου

απειλητικού και ανησυχητικού φαινομένου που τείνει να πάρει τεράστιες διαστάσεις. Και αυτό δεν είναι άλλο από τις ψευδείς ειδήσεις.

Εκκινώντας από το σκεπτικό ότι η σημασία της ενημέρωσης απορρέει τόσο από τα βασικά συνταγματικά θεμελιώδη δικαιώματα όσο και από την ανάγκη σχηματισμού γνώμης για την έκφραση λαϊκής κυριαρχίας, μία ψευδής ή παραπλανητική πληροφορία μπορεί να οδηγήσει σε εσφαλμένες ή μη ενημερωμένες επιλογές που μπορεί να αποβούν καταστροφικές για τον πολίτη, τον συνάνθρωπο, την ίδια την Πολιτεία, και μπορεί να βλάψουν την ποιότητα και την αποτελεσματικότητα της δημοκρατίας.

Αυτό σήμερα θεωρείται μεγάλο και περίπλοκο παγκόσμιο ρίσκο και ένα ζήτημα που οι επιστήμονες από διάφορες αφετηρίες προσπαθούν να διερευνήσουν σε μεγάλο βαθμό.

Αυτό θα προσπαθήσουμε να κάνουμε και εμείς σε αυτή την εργασία. Στη θεωρητική προσέγγιση θα κινηθούμε σε τέσσερις βασικούς άξονες.

Αρχικά θα δούμε τον σημερινό προβληματισμό και την ανησυχία για τις παραποιημένες ειδήσεις καθώς και τον ορισμό και την προέλευση του όρου.

Στη συνέχεια θα προχωρήσουμε στον τρόπο δημιουργίας των παραπλανητικών ειδήσεων καθώς και στα πολιτικά οικονομικά και κοινωνικά κίνητρα πίσω από αυτές. Σε επόμενο στάδιο θα δούμε τη διακίνηση και τη διάδοση της πληροφορίας μέσω της τεχνολογίας εξετάζοντας δύο κρίσιμα χαρακτηριστικά υπεύθυνα για τη διεύθυνση της ψευδούς είδησης. Τέλος θα προσπαθήσουμε να ερευνήσουμε και να εντοπίσουμε τα χαρακτηριστικά των παραποιημένων μηνυμάτων μέσα στο πολυτροπικό περιβάλλον.

Και αφού στοιχειοθετήσουμε το θεωρητικό μας υπόβαθρο θα προχωρήσουμε στα πλαίσια της ποιοτικής ερμηνευτικής ανάλυσης και της θεωρίας της συμβολικής κοινωνικής διάδρασης για τη διερεύνηση της αλήθειας και της γνώσης πίσω από τις ψευδείς ειδήσεις μέσω της σημειωτικής επιστήμης, της θεωρίας απόδοσης αιτιότητας καθώς και των ερμηνευτικών πλαισίων που κατά περίπτωση χρησιμοποιούνται.

Η σημειωτική ερμηνεία είναι ένα πολυτροπικό σύνολο λεκτικών και μη συστημάτων σημασίας, μέσω των οποίων επικοινωνούμε και συγκροτούμε την εικόνα του κόσμου μας και τη δική μας ταυτότητα. Το σύνολο αυτό δεν είναι ουδέτερο αλλά δομείται υποκειμενικά και κοινωνικά εντός των αξιακών μας συστημάτων, στάσεων ζωής, αντιλήψεων.

Η σημειωτική ερμηνεία επικαλείται τη δική μας υποκειμενική τάση, πεποίθηση ή αισθητική στην προσέγγιση του "κάθε σημείου αναφοράς" επαναφέροντας στην επιφάνεια τον συνεχώς αναστοχαστικό ρόλο μας ως ερευνητών και την επιδίωξη της αντικειμενικότητας σε κάθε βήμα της ερευνητικής προσπάθειας κινητοποιώντας έτσι και την κριτική μας στάση ως δρώντα υποκείμενα στο κοινωνικό πολιτικό και πολιτισμικό πεδίο.

*Μία κοινωνική σημειωτική θεωρία της αλήθειας δεν μπορεί να ισχυριστεί ότι εδραιώνει την απόλυτη αλήθεια η αναλήθεια των αναπαραστάσεων. Μπορεί μόνο να δείξει κατά πόσο μία δεδομένη πρόταση (οπτική λεκτική ή άλλου είδους) αναπαρίσταται ως αληθινή ή όχι. (Kress & Van Leeuwen, 2010).*

Έτσι λοιπόν θα προσπαθήσουμε να αποκωδικοποιήσουμε το πρόδηλο από το λανθάνον μήνυμα, να υπερβούμε την αυθαιρεσία ή την προφανή ταυτολογία, την σκόπιμη διαμεσολάβηση, να ανακαλύψουμε τις πολλαπλές αναγνώσεις, τη διαφορετικότητα, να αποδομήσουμε κριτικά το λόγο της αφήγησης για να οδηγηθούμε στο δημιουργικό λόγο της ανάγνωσης.

Το να χαρτογραφήσουμε μία τόσο μεγάλη περιοχή του συνεχώς εξελισσόμενου πολυτροπικού περιβάλλοντος υπό την επίδραση των νέων ψηφιακών μέσων για να ανακαλύψουμε την αλήθεια είναι ένα τολμηρό εγχείρημα. Παράλληλα όμως φαντάζει και τόσο εντυπωσιακό γιατί σε καλεί να δεις και να φωτίσεις πίσω από τους κώδικες. Κανείς δεν μπορεί να ξέρει που θα σε οδηγήσει αυτό το ταξίδι αναζήτησης αλλά ίσως τελικά εκεί κρύβεται όλη η ομορφιά του.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ.**

### **1.1. Προβληματισμός και Κοινωνία της Επικοινωνίας και Ενημέρωσης.**

Και αφού μιλάμε για τη μετανεωτερική περίοδο του πολιτισμού μας ας δούμε κάποια από τα βασικά συστατικά που διαμορφώνουν και αναδιαμορφώνονται μέσα σε αυτό το νέο περιβάλλον της κοινωνίας της ενημέρωσης και των Μ.Μ.Ε. όπου η κυριαρχία του καταναλωτισμού, η απόσυρση του πολίτη από την πολιτική, ο πολιτικός κυνισμός, η εμπορευματοποίηση είναι παντού κυρίαρχα.

Θα προσπαθήσουμε να ρίξουμε φως σε δύο βασικές πλευρές του φαινομένου των ψευδών ειδήσεων.

Στο αν η είδηση περιγράφει πιστά ή όχι το γεγονός και στο πώς βλέπουν διαφορετικές κατηγορίες ανθρώπων τα ίδια γεγονότα. Με το δεύτερο σκέλος θα ασχοληθούμε στο Β' κεφάλαιο.

Και πρώτα από όλα στο νέο τεχνολογικό τοπίο η ίδια η έννοια του γεγονότος βρίσκεται σε δεύτερο πλάνο, γιατί δεν υπάρχουν πια γεγονότα.

Η έννοια του γεγονότος είναι μία έννοια θεμελιώδης για τις σύγχρονες δημοκρατίες. Τα γεγονότα υπήρξαν πάντα ρυθμιστής σε ένα δημοκρατικό καθεστώς. Ο David Lloyd George, πρωθυπουργός της Μεγάλης Βρετανίας στις αρχές του 20ου αιώνα είχε ερωτηθεί κατά τη διάρκεια της διακυβέρνησης του, λίγο πριν από τον πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο, τι είναι αυτό που φοβάται περισσότερο. Η απάντησή του ήταν τα “τα γεγονότα κύριοι, τα γεγονότα”. Και αυτό γιατί ένα γεγονός μπορεί πάντα να ανατρέψει τον πολιτικό σχεδιασμό και να δημιουργήσει μία νέα κατάσταση που μπορεί να έχει καταγιστικές εξελίξεις.

Παραδοσιακά, τα γεγονότα ήταν αυτά που δημιουργούσαν την πληροφορία και την είδηση. Σήμερα, στο νέο ψηφιακό κόσμο, σημασία έχει μόνο η πληροφορία που διαχέεται σε εκατομμύρια χρήστες μέσα σε λίγα λεπτά καθώς και η εντύπωση, το αίσθημα που αυτή δημιουργεί. Δεν ενδιαφέρει αν η πληροφορία είναι αληθής ή όχι, αν βασίζεται σε κάποιο πραγματικό γεγονός ή όχι, αν το γεγονός έχει πραγματικά συμβεί ή όχι. Το πιο σημαντικό είναι η ίδια η πληροφορία. Ψευδής η αληθής είναι αδιάφορο.

Η αξία της «αλήθειας» και του «γεγονότος» είναι πλέον μηδαμινή, σηματοδοτεί τη μετάβαση από την κοινωνία των «γεγονότων» σε μια κοινωνία των «πληροφοριών». Αυτή η μετάβαση είναι ακόμα πιο εμφανής στην ραγδαία εξάπλωση των έξυπνων τεχνολογιών στην καθημερινή ζωή μέσω του διαρκώς διευρυνόμενου νέου διαδικτυακού οικοσυστήματος (Internet of Things). *Μέσα σ' αυτό το, συνεχώς, ανανεούμενο διαδικτυακό οικοσύστημα, ο κάτοχος των περισσότερων πληροφοριών, είτε small data είτε big data, μέσω του online profiling θα είναι και αυτός που θα ελέγχει και τις εναλλαγές του «public sentiment» του μεγάλου κοινού* (Κουκιάδης, 2019).

Θα μπορούσαμε να ισχυριστούμε ότι την εποχή της μετα-αλήθειας και του μετα-γεγονότος, δεν υπάρχουν γεγονότα και αλήθειες αλλά μόνο πληροφορίες. Ένα σκηνικό που δικαιολογεί απόλυτα το πρόθεμα «μετα-....» ως γνήσιο τέκνο του μεταμοντέρνου και μετα-νεωτερικού, όπου ο ορθός λόγος, η ανάγκη της πειθούς μέσω του λόγου, η σύνθετη επιχειρηματολογία, η αναλυτική σκέψη, ή έννοια των ορίων, η

*παραγωγή κανονιστικών πράξεων μέσω της θεσμικής δημοκρατίας, υποχωρούν απέναντι στην κυριαρχία της αίσθησης, του αισθήματος, του θυμικού, της εικόνας, της φαντασιακής αντίληψης της πραγματικότητας, της ελευθερίας άνευ ορίων, και στην αντίληψη ότι όλα επιτρέπονται και τίποτα δεν απαγορεύεται. (Κουκιιάδης Δημήτρης 2019).*

Από την άλλη πλευρά το να κατέχει κάποιος την πληροφορία δεν σημαίνει πως κατέχει και τη γνώση επί του θέματος. Η γνώση είναι μία πολύπλοκη διαδικασία, τα δομικά της συστατικά της είναι συγκροτημένα έτσι ώστε η σχέση μεταξύ τους να αποδίδει την εικόνα της πραγματικότητας.

Η πληροφορία στην ουσία είναι αποδόμηση της ίδιας της γνώσης.

Έτσι ελλείπει γεγονότων το διαδίκτυο βρίθει από προσωπικά σχόλια και απόψεις. Ότι επιπρόσθετο ενσωματώνει ο κάθε σχολιαστής στο εξακριβωμένο απόλυτο γεγονός αποτελεί σχόλιο, δηλαδή έκφραση της προσωπικής του κρίσης με ενδεχόμενο κίνδυνο να αναπαράγει προσωπικά στερεότυπα ή εγγενείς μεροληψίες του. Υπάρχουν επίσης κείμενα και σχόλια και από τους ίδιους τους δημοσιογράφους που προχωρούν σε ερμηνεία του θέματος που διαπραγματεύονται με αντίστοιχες συνακόλουθες συνέπειες εμπλοκής προσωπικών πιστεύω και στερεοτύπων, ένα θέμα που θα το δούμε εκτενέστερα στη συνέχεια της παρουσιάσής μας.

Αυτό θα μπορούσε να συσχετιστεί με τον έντονο *πλαισιακό πλουραλισμό (Πλειός, 2011)* των πληροφοριών που συναντούμε στα νέα τεχνολογικά περιβάλλοντα. Στην ουσία ένα ερμηνευτικό πλαίσιο αποτελεί μία κεντρική οργανωτική ιδέα ή αφηγηματική δομή που νοηματοδοτεί μία εξελισσόμενη ροή γεγονότων. Αυτή η δομή οργανωμένης γνώσης που έχει αποκτηθεί από προηγούμενες εμπειρίες χρησιμοποιείται για την επεξεργασία της νέας πληροφορίας. Και εδώ οι κάτοχοι των συμβόλων οργανώνουν είτε λεκτικά είτε οπτικά συγκεκριμένα μοντέλα γνώσης δίνοντας έμφαση σε κάποια είτε αποκλείοντας αλλά, για να υποστηρίξουν μέσω στερεοτύπων η προκαταλήψεων την άποψη που επιθυμούν.

Ο *εκδημοκρατισμός των μέσων (Πλειός, 2011)* αποτελεί ένα άλλο βασικό χαρακτηριστικό του νέου επικοινωνιακού περιβάλλοντος. Ο καθένας μπορεί να ανεβάσει μία πληροφορία, να παράγει το δικό του στίγμα, να επηρεάζει κύκλους και κοινότητες με τα μηνύματά του. Είναι αυτή η δύναμη της επιρροής που μπορεί να χαρακτηριστεί όχι μόνο πυρηνικό όπλο, αλλά και κομβικό στοιχείο της αντίληψης ότι το διαδίκτυο ή το κάθε επικοινωνιακό μέσο αποτελεί ανεξέλεγκτη ελευθερία

έκφρασης σε σχέση με άλλες συνιστώσες της ανθρώπινης προσωπικότητας, όπως η υπόληψη, η φήμη, ιδιωτική σφαιρά, τα προσωπικά δεδομένα, η συναισθηματική και πνευματική υγεία ενός προσώπου και εν γένει η προστασία της προσωπικότητάς του. Επίσης κάτι άλλο που προκαλεί εντύπωση είναι ο όγκος της θεματολογίας που έχει διευρυνθεί καταπληκτικά. Υπάρχουν άπειρες θεματικές ενότητες για κάθε θέμα. Και αν αυτό συνδυαστεί με την αποδεδειγμένη πλέον κυριαρχία στα μέσα των συγκινήσεων εις βάρος της γνώσης και της συνεχούς αναζήτησης ενός ψυχαγωγικού και ενημεροδιασκεδαστικού περιεχομένου (Kalrokas 2019), δημιουργείται ένα περιβάλλον όπου κατασκευασμένες αλήθειες, ψευδείς ιστορίες, θεωρίες συνωμοσίας, αλλά και η ανοχή στον επιθετικό λόγο, στη ρητορική μίσους και κάθε είδους επικοινωνιακή ανορθοδοξία, όχι μόνο είναι επιτρεπτή αλλά και επιβραβεύεται. Οι κανόνες του παιχνιδιού της επικοινωνίας έχουν αλλάξει και ολόκληρο το οικοδόμημα στηρίζεται πάνω στην ενημεροδιασκέδαση. Το πρόβλημα είναι ότι μέσα από όλη αυτή τη διαδικασία δεν μαθαίνουμε τίποτα νέο.

Το πρόβλημα με τις ειδήσεις σαν κάτι καινούργιο πηγάζει από την ετυμολογία της ίδιας της λέξης νέο. Ξυπνάμε το πρωί και αναρωτιόμαστε τι συμβαίνει σήμερα. Υψηλές θερμοκρασίες, κυκλοφοριακή συμφόρηση, ο Τράμπ τουιτάρει, η τιμή της βενζίνης ανεβαίνει αλλά και το λόγο που οι μουσουλμάνοι είναι εχθροί μας. Κατά κανόνα οι ειδήσεις δεν έχουν παρά τη μορφή τίτλων. Επειδή οτιδήποτε άλλο χάνεται στην αίθουσα του μοντάζ.

Στην ουσία δεν συμβαίνει τίποτα νέο.. Πόλεμος, έρωτας, έγκλημα είναι αναπόσπαστο κομμάτι της ανθρωπότητας. Οι μετανάστες, οι ασυνόδετοι ανήλικοι, οι βιασμοί, η γυναικεία καταπίεση, η δυστυχία. Μα αυτή είναι και η ιστορία της ανθρωπότητας. Τα Μ.Μ.Ε. και οι παρουσιαστές των δελτίων ειδήσεων διατείνονται ότι μας μεταφέρουν αντικειμενική δημοσιογραφική κάλυψη, την αλήθεια. Μας παρουσιάζουν τα αποδεικτικά στοιχεία, φωτογραφίες, μαρτυρίες, βίντεο, πίνακες και γραφήματα και άπειρους αριθμούς στους οποίους εμείς πρέπει να αφεθούμε. Πίσω από κάθε είδηση υπάρχει ένα γεγονός αλλά δεν υπάρχει αρκετός χρόνος για να αναπτυχθεί εκτενώς μέσα στο τετράλεπτο τηλεοπτικό κενό. Ποτέ δεν θα μάθουμε ολόκληρη την αλήθεια της ιστορία και πάντα θα αναρωτιόμαστε ποια είναι η συνέχεια της. Αν και οι περισσότεροι από μας θα προτιμούσαμε να πιστέψουμε τις απλοϊκές αλήθειες γιατί αυτές κυρίως μας κάνουν να αισθανόμαστε καλά με τον εαυτό μας.



Αφήσαμε για το τέλος το θέμα της εικόνας ή μάλλον της μετά-εικόνας,(Πλειός,2011) αφού η εικόνα στο διαδίκτυο είναι ψηφιακή αλλά στη δομή της είναι αναλογική και αποτελεί μια αναπαράσταση του φαινομένου.

Αναμφίβολα μιλάμε για ένα περιβάλλον πλήρους εξεικονισμού του πολιτισμού. Ένα μεγάλο μέρος του γραπτού και προφορικού λόγου έχει αντικατασταθεί από την οπτικοποίηση της πληροφορίας. Η εικονική αναπαράσταση εξουσιάζει την επικοινωνιακή διαδικασία και τα εικονοποιημένα γεγονότα έχουν αποδομηθεί από τα ιδεολογικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά τους.

Στο παρελθόν, η έντυπη επικοινωνία στην οποία κυριαρχούσε ο γραπτός λόγος επέτρεπε την αξιολογική και κριτική επεξεργασία ενός κειμένου. Ο αναγνώστης είχε το χρόνο να αποκρυπτογραφήσει το κείμενο, να το αξιολογήσει, να εφεύρει τις δικές του παραστάσεις. Αντίθετα σήμερα η οπτική επικοινωνία είναι ένα πολύπλοκο και επικίνδυνο παιχνίδι λεκτικών ηχητικών και ακουστικών μηνυμάτων που στηρίζονται στους δικούς τους ανεξάρτητους κώδικες και δεν ευνοούν τη νοητική επεξεργασία. Η αναλογική σχέση ομοιότητας της εικόνας με την πραγματικότητα ενώ εμφανίζεται ρεαλιστική δημιουργεί ένα αυθαίρετο υπερπραγματικό που ωστόσο είναι ελκυστικό και κατανοήσιμο.

Ένα περιβάλλον όπου ο αριθμός των πληροφοριών αυξάνεται ακατάπαυστα πλήττει τη νοητική ενεργοποίηση των δεκτών, με αποτέλεσμα την ενδεχόμενη απώλεια της "σημασίας", άρα και της επικοινωνίας. Στην υποσυνείδητη πρόσληψη κατά κύριο λόγο η εικόνα λόγω των πολλαπλών και διαφορετικά ερμηνεύσιμων συμπαράδηλωσεών της, μεταφέρει μηνύματα και νοήματα που δεν είναι άμεσα ερμηνεύσιμα, ούτε μπορούν να αποκωδικοποιηθούν εύκολα, ενεργοποιούν και ενεργοποιούνται πέρα από την έκταση του συνειδητού πάντα σε σχέση με το κάθε φορά υποκείμενο. Η αντίληψη λειτουργεί συγκριτικά και κάθε σύγκριση εμπεριέχει μία σύγκρουση. Στην αναγνώριση μιας εικόνας ανακαλούμε πράγματα και καταστάσεις που έχουμε βιώσει στο παρελθόν και έτσι είμαστε σε θέση να την νοηματοδοτήσουμε. Δημιουργούμε συνειρμούς με ότι κοινωνικές συμβάσεις μας επιτρέπουν να "θυμηθούμε". Έτσι λοιπόν λόγω των σύμφυτων και άπειρων συμπαράδηλωσεων που ενυπάρχουν σε μία εικόνα, η ερμηνευτική προσέγγιση δεν μπορεί να είναι μία απλή διαδικασία παρά μία συνεχής και ενδεδειγμένη προσπάθεια προσέγγισης της αλήθειας.

Και αν η ακίνητη εικόνα λειτουργεί ως ένα είδος αφηρημένου προτύπου, η κινούμενη εικόνα από την άλλη πλευρά, μπορεί να πραγματώσει όλη τη δυναμική αίσθηση της

δράσης ή του γεγονότος. Αρκεί να είναι αληθινή. Η κάμερα μπορεί να ζουμάρει σε κοντινότερο πλάνο, μπορεί να τραβήξει τη σκηνή από ψηλά, χαμηλά, από γωνία, από απόσταση. Όλα αυτά δημιουργούν συμβολικές σχέσεις ανάμεσα στους δρώντες και τους θεατές. Η σύμβαση που κάνει νατουραλιστικό τον πλασματικό κόσμο του πλάνου ή της οθόνης δημιουργεί νέες συντεταγμένες.

«Μια εικόνα, χίλιες λέξεις», είναι η φράση-κλισέ που κυριαρχεί στις σχετικές ορολογίες περί αντικειμενικότητας και που απαξιώθηκε με τη γνωστή στημένη φωτογραφία του κορμοράνου στην πρώτη εισβολή στο Ιράκ το 1991. Από τότε όμως διανύσαμε χιλιάδες χιλιόμετρα καλοστημένων «αντικειμενικών» φωτογραφιών που θα έχουμε την ευκαιρία να μελετήσουμε παρακάτω.

Γιατί όπως αναφέρει και ο καθηγητής κ. Γεώργιος Πλειός, η εικόνα δεν είναι απλά ένας καλός αγωγός της νεωτερικότητας αλλά αντίθετα ο άξονας γύρω από τον οποίο αναπτύσσεται μία άλλη ιδεολογία, η εικονική ιδεολογία. Δεν μιλάμε για την εικόνα των ιδεολογιών αλλά για την ιδεολογία της εικόνας που ταυτόχρονα επιτελεί κοινωνικές, οικονομικές σχέσεις εξουσίας και κυριαρχίας αυτού που την επιβάλλει. *"Σε αντίθεση με το πνεύμα της νεωτερικότητας που επιζητεί τη διάχυση του ατόμου μέσα στον κόσμο, την υπέρβαση των φραγμών και των ορίων"* (Πλειός, 2001) η εικόνα μέσω των ιδεολογικών της συνεπειών, του ερμηνευτικού ρεαλισμού, του ψευδοβιώματος περιέχει τη δομική δυνατότητα ερμηνείας μιας άλλης οπτικής για τον κόσμο, τις πολιτικές και κοινωνικές σχέσεις, τις ανισότητες, τις συγκρούσεις, που θα μπορούσαμε να τα μελετήσουμε πιο καθαρά κατά την ποιοτική ανάλυση.

## **1.2.Ανησυχία για τα ψεύτικα νέα.**

Τα ψεύτικα νέα(fake news) χαρακτηρίστηκαν ο όρος της χρονιάς για το 2016 από το Oxford dictionary και το 2017 από το Collins Dictionary. Το 2017 η χρήση του όρου είχε αυξηθεί κατά 365% από το 2016 (Collins Dictionary). Ήταν όμως οι αμερικανικές προεδρικές εκλογές του 2016 που έφεραν το φαινόμενο στη διεθνή ατζέντα. Πολλές ιστοσελίδες με ψευδές περιεχόμενο κυκλοφόρησαν αυτή τη περίοδο. (Ritchie 2016). Βέβαια το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων απασχολεί εδώ και πολλές δεκαετίες. Σε μία στήλη που δημοσιεύτηκε για το περιοδικό Atlantic το 1919, ο Walter Lippmann αναφέρει ότι χωρίς αξιόπιστες πληροφορίες θα είναι πολύ

δύσκολο να λειτουργήσουν οι δημοκρατίες. Ψεύδη, παραπληροφόρηση, χειρισμός, θεωρίες συνωμοσίας υπήρχαν πάντα. Είναι ένα παλιό πρόβλημα σε ένα νέο ψηφιακό κόσμο. Και όπως ήδη αναφέραμε, κάθε νέα όμως τεχνολογία επικοινωνίας επιτρέπει νέους τρόπους χειρισμού και ενίσχυσης των ψευδών ειδήσεων σε ανθρώπους και κοινωνίες. Σήμερα η παρακολούθηση των νέων τεχνολογιών ψηφιακής επικοινωνίας απαιτεί νέους τρόπους αντιμετώπισης σε σύγκριση με προηγούμενες εποχές.

Επίσης πολιτικοί και άλλοι ισχυροί παράγοντες φαίνεται να χρησιμοποιούν τον όρο ειδήσεις για να χαρακτηρίσουν την κάλυψη των μέσων που δεν θεωρούν ότι τους ευνοεί. Ο Αμερικανός πρόεδρος Donald Trump έχει επανειλημμένα χαρακτηρίσει έντυπα όπως το CNN ή τους New York Times ως ψευδείς ειδήσεις υπονομεύοντας σκόπιμα την εμπιστοσύνη στη δημοσιογραφία και τα μέσα ενημέρωσης.

### **1.3.Χαρακτηρισμός- Προέλευση του όρου και ορισμός.**

Σύμφωνα με το Merriam-Webster Dictionary του 2018, ο όρος ψεύτικες ειδήσεις φαίνεται να έχει τις ρίζες του στη δεκαετία του 1890. Περισσότερο από έναν αιώνα ο όρος χρησιμοποιήθηκε για να δηλώσει ψεύδη που χαρακτηρίζονταν ως νέα. Το λεξικό αναφέρει ότι εφημερίδες όπως η Cincinnati Commercial Tribune, the Kearney Daily Hub, the Buffalo Commercial όλες χρησιμοποίησαν τον όρο από το 1890 και 1891 σε σχέση με ψεύδη πληροφόρηση. Αλλά το φαινόμενο φαίνεται να εμφανίζεται ακόμα νωρίτερα και ο ιστορικός Jacob Sol εντοπίζει την προέλευση του όρου στην εφεύρεση της τυπογραφίας το 1439. Αναφέρει ότι καθώς η τυπογραφία αναπτύσσεται το ίδιο κάνουν και οι ψευδείς ειδήσεις, που εμφανίζονται ως θεαματικές ιστορίες με θαλάσσια τέρατα και μάγισσες η ισχυρίζονται ότι οι αμαρτωλοί είναι υπεύθυνοι για τις φυσικές καταστροφές. Οι πραγματικές ειδήσεις είναι δύσκολο να διερευνηθούν αυτή τη περίοδο. Εξάλλου δεν έχει ακόμα αναπτυχθεί η έννοια της δημοσιογραφικής ηθικής και της αντικειμενικότητας.

Ιστορικά ψεύτικες ιστορίες έχουν αναπαράχθει για να αυξηθεί η πώληση των εφημερίδων, όπως το ( The Great Moon Hoax) σχετικά με την παρατήρηση από τους αστρονόμους της ζωής στο φεγγάρι, που δημοσιεύτηκε από τη New York Sun το 1835 ή για διασκέδαση, όπως το (The War of the Worlds ), ραδιοφωνική προσαρμογή

από τον Orson Welles του δράματος του H. G. Wells το 1898 ή ακόμα και για να δημιουργήσουν φόβο ή θυμό.

Αυτά τα γεγονότα δείχνουν ότι η ιστορική εξέλιξη των ψευδών ειδήσεων έχει άμεση σχέση με την ανάπτυξη της δημοσιογραφίας ως επάγγελμα αλλά και με τις μεθόδους επαλήθευσης και τους κώδικες δεοντολογίας. Δείχνουν επίσης ότι τα ψεύτικα νέα δεν είναι κάτι καινούργιο, ούτε ως όρος ούτε ως φαινόμενο. Ωστόσο η αύξηση της χρήσης του όρου παγκοσμίως έχει δημιουργήσει επιστημολογικές ζητήσεις για το πώς πρέπει να γίνει κατανοητή η ψηφιακή πληροφόρηση.

Αν και ο όρος έχει βαθιές ιστορικές ρίζες, νεότεροι ορισμοί για τις ψευδείς ειδήσεις έχουν προταθεί για να αντανακλούν καλύτερα τις προκλήσεις των νέων τεχνολογιών. Πρόσφατα, ο όρος χρησιμοποιήθηκε για να περιγράψει ένα ευρύ φάσμα δυσφήμισης, παραπληροφόρησης και κακής πληροφόρησης (Wardle and Hossein, 2017) που κυμαίνονται από ψέματα, θεωρίες συνωμοσίας προπαγάνδα και ψυχαγωγία. Όπως αναφέρουν ο Warwick & Lewis *"οι ψευδείς ειδήσεις είναι ένας αμφισβητούμενος όρος αλλά γενικά αναφέρεται σε μία ευρεία γκάμα δυσφήμισης και παραπληροφόρησης που κυκλοφορεί στα μέσα ενημέρωσης"* (2017, p.44). Ο Πλειός μιλώντας για τα fake news και τα κοινωνικά δίκτυα προχωράει σε ένα διαχωρισμό ανάμεσα στις ψευδείς ειδήσεις (false news) και τις ψευδεπίγραφες (fake news)

Οι ψευδεπίγραφες ειδήσεις είναι σκόπιμα παραποιημένες και αναφέρεται ότι υπάρχουν δύο ειδών σκόπιμες παραποιήσεις. Η πρώτη είναι οι ψευδείς ειδήσεις (false news) που διώκονται από το νόμο και η δεύτερη κατηγορία ειδήσεων αυτές που θα χαρακτηρίζαμε παραποιημένες, στις οποίες έχουν πειραχτεί κάποιες παράμετροι, όπως ο χώρος, ο χρόνος του γεγονότος, οι πρωταγωνιστές ή έχουν γίνει αλλαγές κάποιων ιδιοτήτων.

#### **1.4. Στοιχεία Ψευδών και Ψευδεπίγραφων Ειδήσεων.**

Σε αυτή την ενότητα θα δούμε τρία στοιχεία που απαντώνται συχνά στους ορισμούς των ψευδών και ψευδεπίγραφων ειδήσεων: την μορφή των ειδήσεων (ψευδείς πληροφορίες που χαρακτηρίζονται ειδήσεις), τον βαθμό ψεύδους (εν μέρει ή εντελώς ψευδής πληροφόρηση) και την πρόθεση πίσω από αυτό (παραπλάνηση αναγνωστών και χρηστών για πολιτικούς ή οικονομικούς σκοπούς).

#### 1.4. Α.Η μορφή των ειδήσεων.

Αυτός ο τύπος ειδήσεων έχει περισσότερο να κάνει με την ποιότητα της πληροφορίας ή καλύτερα με την έλλειψη αυτής. Η μορφή αυτή των ειδήσεων σύμφωνα με τους τρέχοντες ορισμούς είναι η εξής: *ψευδείς ειδήσεις είναι ψεύτικες ιστορίες που φαίνονται να είναι ειδήσεις, διαδίδονται στο διαδίκτυο ή μέσω άλλων μέσων, συνήθως δημιουργούνται για να επηρεάσουν πολιτικές απόψεις ή ως αστείο* (Cambridge Dictionary 2018). Ομοίως οι Alcott και Gentzkow έχουν ορίσει τις ψεύτικες ειδήσεις ως *"άρθρα ειδήσεων σκόπιμα και επαληθεύσιμα ψεύδη που μπορούν να παραπλανήσουν τους αναγνώστες."* (2017, p13). Οι Tandok, Lim & Ling που έχουν εξετάσει την υπάρχουσα ερευνητική βιβλιογραφία έχουν εντοπίσει έξι τύπους ειδήσεων και δύο από αυτούς είναι η σάτιρα και η παρωδία, ιδιαίτερα με τη μορφή των ειδήσεων. Οι άλλοι τέσσερις τύποι είναι η κατασκευή ειδήσεων, ο χειρισμός φωτογραφιών, η διαφήμιση και οι δημόσιες σχέσεις και η προπαγάνδα. Η σάτιρα χρησιμοποιεί συνήθως χιούμορ ή υπερβολή για να παρουσιάσει στο κοινό τις ειδήσεις. Είναι διαφορετική από μία τυπική εκπομπή ειδήσεων και προβάλλεται πρώτα από όλα για πληροφορίες για αυτό και οι οικοδεσπότες καλούν τους εαυτούς τους διασκεδαστές και όχι δημοσιογράφους.

Παρόμοια με τη σάτιρα των ειδήσεων, η παρωδία ειδήσεων μιμείται ειδησεογραφικές ιστορίες με χιουμοριστικό τρόπο αλλά η κύρια διαφορά είναι ότι οι ειδήσεις είναι εντελώς φανταστικές όπως στην αμερικανική ιστοσελίδα ειδήσεων "The Onion". Δεν θα ήταν λάθος να λέγαμε ότι η σάτιρα και η παρωδία ειδήσεων μπορούν να θεωρηθούν και θεματοφύλακες του πολιτικού κατεστημένου. Η παρωδία και η σάτιρα είναι επίσης παρόμοιες με την έννοια ότι τόσο ο συγγραφέας όσο και ο αναγνώστης μοιράζονται το ίδιο αστείο.

#### 1.4.B.Η πρόθεση πίσω από τα ψεύτικα νέα.

Τόσο πολιτικά όσο και οικονομικά φαίνεται να είναι κίνητρα που εμφανίζονται ως πρόθεση πίσω από τια ψεύτικες ειδήσεις. Το Ινστιτούτο Reuters για τη μελέτη της δημοσιογραφίας ορίζει αυτού του τύπου τις ειδήσεις ως ψευδείς πληροφορίες που κυκλοφορούν σκόπιμα με συγκεκριμένη στρατηγική πρόθεση είτε πολιτική είτε εμπορική. Ο Silverman περιγράφει τις ψευδείς ειδήσεις *"ως εντελώς ψευδείς πληροφορίες που δημιουργήθηκαν για οικονομικό κέρδος"* (Silverman, 2016),

όπως εντυπωσιακά άρθρα clickbait που προσπαθούν να δλεάσουν τους αναγνώστες. Αλλά επίσης και η διαφήμιση αναφέρεται στην ερευνητική βιβλιογραφία ως ένας τύπος ψευδών ειδήσεων. Οι διαφημιστές και οι επαγγελματίες Δημοσίων Σχέσεων υιοθετούν τις πρακτικές των δημοσιογράφων για να μπορέσουν να εισάγουν μάρκετινγκ ή αλλά πειστικά μηνύματα στα μέσα ενημέρωσης. (Nelson & Park, 2015). Για παράδειγμα, η εγγενής διαφήμιση μοιάζει με άρθρο ειδήσεων αλλά από πίσω υπάρχει κάποιος χορηγός. Η απόκρυψη της προέλευσης της μπορεί να παραπλανήσει το κοινό γιατί το περιεχόμενό της βασίζεται συχνά σε γεγονότα που επικεντρώνονται στις θετικές πτυχές του προϊόντος ή της εταιρείας που διαφημίζεται εκμεταλλευόμενη τη νομιμότητα της μορφής των ειδήσεων.

Όταν οι ειδήσεις δημιουργούνται από έναν πολιτικό παράγοντα για να επηρεάσουν ή να παραπλανήσουν την αντίληψη του κοινού τότε αυτό περιγράφεται ως προπαγάνδα. Ο προφανής βέβαια σκοπός είναι για να ωφεληθεί ένα πολιτικό κόμμα, μία πολιτική οντότητα, η κυβέρνηση. Σε αυτή την περίπτωση μπορεί να υπάρχει αλληλοεπικάλυψη μεταξύ προπαγάνδας και διαφήμισης.

Όπως και η διαφήμιση έτσι και η προπαγάνδα βασίζεται συχνά σε γεγονότα περιλαμβάνει για να προωθήσει ένα συγκεκριμένο ιστότοπο. Ο στόχος είναι να πείσει αντί να ενημερώσει και διαφέροντας από τη διαφήμιση, η έμφαση δεν είναι στο οικονομικό κέρδος αλλά στη πολιτική επιρροή. Το ρωσικό κανάλι One, έχει διαπιστωθεί ότι έχει δημοσιεύσει πραγματικά αναληθείς ειδήσεις για να επηρεάσει την κρίση του κοινού. (Khaldarova & Pantti 2016).

#### **1.4.Γ. Ο βαθμός ψεύδους.**

Τέλος ο βαθμός ψεύδους εμπεριέχεται στον ορισμό των Benkler, Faris, Roberts and Zuckerman: *"περισσότερο και από ψευδείς ειδήσεις πολλές από τις πιο γνωστές ιστορίες μπορούν να γίνουν κατανοητές ως παραπληροφόρηση και είναι η σκόπιμη κατασκευή της αληθινής ή εν μέρει αληθινής πληροφορίας ενός μηνύματος που στον πυρήνα του είναι παραπλανητικό"*(2017 p.2). Η κατασκευή τέτοιων ειδήσεων δεν έχουν πραγματική βάση αλλά δημοσιεύονται στο ύφος των ειδησεογραφικών άρθρων για τη δημιουργία νομιμότητας. Μιμούνται τις νόμιμες ειδήσεις και έχουν την πρόθεση να εξαπατήσουν είτε για οικονομικούς είτε για πολιτικούς λόγους.

Μόλις ο αναγνώστης αποδεχτεί τη νομιμότητα της πηγής είναι πιο πιθανό να εμπιστευτεί το στοιχείο και να μη ζητήσει επαλήθευση. Αυτή η κατηγορία έχει

ομοιότητα με την παρωδία ειδήσεων εκτός του ότι ο αναγνώστης δεν έχει τη σιωπηρή συμφωνία με το συγγραφέα ότι το στοιχείο "ειδήσεις" είναι ψευδές. Ομοίως για το οπτικό περιεχόμενο ο χειρισμός φωτογραφιών πραγματικών εικόνων ή βίντεο δημιουργεί μία ψευδή αφήγηση. Στο σημείο αυτό θα κάνουμε μία εκτενή αναφορά στον Γεώργιο Πλειό και στην επιστημονική αναφορά του για τις ψευδείς ειδήσεις.

A. Ο βαθμός ψεύδους ή παραποίησης.

Σύμφωνα με τον Πλειό [Τέταρτο Πανελλήνιο Συνέδριο Μέσων Επικοινωνίας] θα μπορούσαμε να εντοπίσουμε τέσσερις βαθμούς παραποίησης σχετικά με τα γεγονότα.

- A. Γεγονότα που δεν συνέβησαν ποτέ.
- B. Γεγονότα που συνέβησαν με διαφορετικό τρόπο.
- C. Γεγονότα που θα μπορούσαν να έχουν συμβεί.
- D. Γεγονότα που ερμηνεύονται κατά αποκλίνοντα από την κοινή λογική τρόπο.

Ας δούμε την κάθε μορφή ξεχωριστά.

A. Γεγονότα που δεν συνέβησαν. Θα μπορούσαν να έχουν παραποιηθεί με:

- a. πλήρη επινόηση με βάση την κοινή αντίληψη.
- b. παρόμοια γεγονότα του παρελθόντος Π.χ. "πλάνα αρχείου".
- c. επικείμενα γεγονότα που ματαιώθηκαν.

**B.** Γεγονότα που συνέβησαν με διαφορετικό τρόπο. Θα μπορούσαν να έχουν παραποιηθεί με:

- a. χρονική αναπαλαίωση (ετεροχρονισμός) γεγονότων.
- b. χωρική αναπαλαίωση (ετεροτοπισμός).
- c. χωροχρονική αναπαλαίωση (Π.χ. "Πλάνα αρχείου" χωρίς σχετική επισήμανση).
- d. αφαίρεση προσώπων ή αντικειμένων από το γεγονός.
- e. προσθήκη προσώπων η αντικειμένων στο γεγονός.
- f. αλλαγή ταυτότητας δρώντος/αντικειμένου στο γεγονός.
- g. αναντίστοιχα τεκμήρια (εικόνες αριθμοί οι έννοιες) υπερβολής ή υποβάθμισης ή προστιθέμενα του γεγονότος ή των συνεπειών του.
- h. τεχνική η ρηματική απομόνωση ή εστίαση σε πρόσωπα ή αντικείμενα του γεγονότος.
- i. επεξεργασία.

- C. Γεγονότα που θα μπορούσαν να έχουν συμβεί. Θα μπορούσαν να έχουν παραποιηθεί με:
- a. επινόηση με βάση την "κοινή αντίληψη"
  - b. παρόμοια με γεγονότα του παρελθόντος αλλά όχι σε ενεστώτα χρόνο (πχ. πλάνα αρχείου)
  - c. επικείμενα γεγονότα που ματαιώθηκαν
- D. Γεγονότα που ερμηνεύονται με αποκλίνοντα τρόπο. Θα μπορούσαν να έχουν παραποιηθεί με:
- a. αλλαγή ερμηνευτικού πλαισίου
  - b. επιβολή ερμηνευτικού πλαισίου αρνητικών προκαταλήψεων.
  - c. φυσικά γεγονότα που ερμηνεύονται μεταφυσικά ή τους αποδίδονται υπερφυσικές ιδιότητες.
  - d. γεγονότα που ερμηνεύονται με μη αποδεκτό επιστημονικό τρόπο η πράγματα που τους αποδίδονται μία επιστημονικά αποδεκτές ιδιότητες
  - e. γεγονότα που ερμηνεύονται θετικά με μη αποδεκτό αξιακό τρόπο η και πράγματα δίδονται μη αποδεκτές από πολιτιστική σκοπιά
  - f. γεγονότα που ερμηνεύονται θετικά με μη αποδεκτό νομικά τρόπο και πράγματα τους αποδίδονται μη αποδεκτές τιμές από νομική πλευρά.

Με βάση όλες τις προηγούμενες υφιστάμενες αναφορές θα προτείναμε να ορίσουμε τις ψευδείς ειδήσεις ως: "πλήρεις οι εν μέρει ψευδείς πληροφορίες που συχνά εμφανίζονται ως ειδήσεις και συνήθως εκφράζονται ως κείμενο με οπτικό η γραφικό περιεχόμενο και με σκοπό να παραπλανήσουν ή να προκαλέσουν σύγχυση στους χρήστες.

Η πρόθεση του να εξαπατήσει κάποιος χρησιμοποιείται συχνά στην ερευνητική βιβλιογραφία για την διάκριση μεταξύ διαφορετικών τύπων παραπληροφόρησης. Σε μία τυπολογία θα συνοψίσουμε μια έρευνα για ψεύτικες ειδήσεις από το 2003 έως το 2017 των (Tandoc, Ling και Hedman, 2018) ανάλογα με την πρόθεση του γράφοντα να εξαπατήσει.



## ΤΥΠΟΛΟΓΙΑ ΤΩΝ ΨΕΥΔΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ.

### Πρόθεση του γράφοντα να εξαπατήσει

Επίπεδο ψεύδους	Υψηλή	Χαμηλή
Υψηλό	Στοχευμένη Διαφήμιση Προπαγάνδα	Σάτιρα
	Χειραγώγηση	
Χαμηλό	Κατασκευή	Παρωδία

Πηγή: Tandoc, Ling και Hedman, 2018

Επίσης θα πρέπει να διαχωρίσουμε τα δημοσιογραφικά λάθη από τις ψευδείς ειδήσεις. Οι δημοσιογράφοι κάνουν λάθη και οι ειδήσεις μπορεί να είναι προκατειλημμένες, υπερβολικές, ανακριβείς. Όμως δεν θεωρούνται ψεύτικες ειδήσεις, είναι λάθη που δημιουργήθηκαν χωρίς πρόθεση να παραπλανήσουν ή να βλάψουν. Εξάλλου η δημοσιογραφία ρυθμίζεται από κώδικες δεοντολογίας που απαιτούν από τους δημοσιογράφους να τηρούν. Ένα θέμα για το οποίο θα μιλήσουμε εκτεταμένα παρακάτω.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

### 2.1. Δημιουργία: Πώς παράγονται οι ψευδείς ειδήσεις.

Η δημιουργία παραπληροφόρησης και ψεύτικων ειδήσεων, καθώς και το κίνητρο τους, αποτελεί μία συνεχώς διογκούμενη ανησυχία που εκφράζεται εκτενώς σε συνεχείς αναφορές δημοσιογραφικών μέσων και ακαδημαϊκών άρθρων σχετικά με το φαινόμενο. Έχει θεωρηθεί ότι η κατανόηση και ο προσδιορισμός του κινήτρου ή της πρόθεσης πίσω από την παραγωγή ψεύτικων ειδήσεων είναι ζωτικής σημασίας για την καταπολέμησή τους. Βασικά έχουν εντοπιστεί τρία κύρια κίνητρα: **πολιτικά**, **οικονομικά**, (Vardle and Hossein, 2017,σελ.26, Warwick&Lewis, 2017 σελ.27) και **κοινωνικά**.

## 2.2. Πολιτικά Κίνητρα

### 2.2 Α. Πολιτική και πολίτες την εποχή της μεσοποίησης.

Ο συνεχής μετασηματισμός του επικοινωνιακού περιβάλλοντος επανακαθορίζει τις σχέσεις εξουσίας σε σημείο που δεν μπορούμε πλέον να σκεφτούμε κανέναν κοινωνικό θεσμό ως μη διαμεσολαβημένο από τα μέσα και τις σύγχρονες τεχνολογίες της επικοινωνίας και της πληροφορίας.

Οι παράγοντες εξουσίας και άσκησης της διακυβέρνησης όσο και οι πολιτικοί σε ένα μεγάλο βαθμό εξαρτώνται από τα μέσα και από την πρόσβαση τους αυτά. Η πολιτική ως διαδικασία έχει και αυτή απόλυτη ανάγκη τα μέσα για να εδραιώσει την οδό επικοινωνίας με τους πολίτες. Παράλληλα τα ίδια τα μέσα λειτουργούν ως διαμεσολαβητές πρακτικών όλων των πολιτών( από την αναζήτηση πληροφορίας, την πολιτική πληροφόρηση και την πολιτική κρίση, έως την πολιτική επιρροή και πολιτική δράση. *Στο σημερινό μηντιακό οικοσύστημα οι τεχνολογίες επιτρέπουν σε κάθε χρήστη να παράγει και να διανέμει πληροφορία και περιεχόμενο, να συμφωνεί ή να διαφωνεί, να επιτίθεται σε μία άποψη ή έναν εκφραστή της και κατ'επέκταση να διαμορφώνει αυτό που ονομάζουμε κοινή γνώμη, ένα σημαντικό τμήμα το οποίο στο παρελθόν καλυπτόταν από τους επαγγελματίες των μέσων. (Διαμαντάκη Κατερίνα,2019).* Σε ένα τέτοιο πλαίσιο το ζήτημα της ροής των πληροφοριών που φτάνουν στους πολίτες και οι πληροφορίες που επιλέγουν αυτοί στο πλαίσιο της πολιτικής πληροφόρησης τους, έχει ιδιαίτερη σημασία γιατί μία ψευδής ή παραπλανητική πληροφορία μπορεί να βλάψει την ίδια την ποιότητα ή την αποτελεσματικότητα της δημοκρατίας.

### 2.2.B. Ορολογία –Προέλευση

Η πολιτική παραπληροφόρηση ονομάζεται συχνά προπαγάνδα και παρουσιάζεται ως είδηση με σκοπό να επηρεάσει την αντίληψη ορισμένων ατόμων ή της κοινωνίας πάνω σε συγκεκριμένα θέματα. Η λατινική προέλευση της λέξης προπαγάνδα είναι να διαδίδει ή να διασπείρει και η ιστορική της έννοια ήταν αρκετά ουδέτερη (Jowett & O'Donnel, 2012). Αλλά ο όρος έχασε την ουδέτερη σημασία του όταν το 1622 η Ρωμαιοκαθολική Εκκλησία χρησιμοποίησε τον όρο για να αντιταχθεί στον προτεσταντισμό και να διαδώσει την καθολική πίστη. Προπαγάνδα ορίζεται ως "η

σκόπιμη, συστηματική προσπάθεια να διαμορφωθούν αντιλήψεις και να κατευθυνθεί η συμπεριφορά για να επιτευχθεί μία απόκριση που προωθεί την επιθυμητή πρόθεση" (Jowett & O'Donnell, 2012). Είναι δηλαδή μία σκόπιμη απόπειρα αλλαγής η διατήρησης μιας ισορροπίας ισχύος που θα είναι επωφελής για αυτόν που την κάνει. Ο προσδιορισμός ενός μηνύματος ως προπαγάνδα είναι κάτι αρνητικό και ανέντιμο. "Συνεπώς τα συνώνυμα με τη λέξη προπαγάνδα είναι ψέματα, παραμόρφωση, εξαπάτηση, χειραγώγηση, έλεγχος του μυαλού, ψυχολογικός πόλεμος και πλύσιμο εγκεφάλου". (Jowett & O'Donnell, 2012).

### 2.2.Γ. Δημοκρατία και Ψηφιακή Επίθεση.

Όπως ήδη αναφέραμε η μορφή και η ποιότητα της δημοκρατίας εξαρτάται από τις τεχνολογίες επικοινωνίας των κοινωνιών. (Cameron 2013, Habermas 1991). Καθώς τις τρεις τελευταίες δεκαετίες η τεχνολογία αναπτύσσεται με αλματώδεις ρυθμούς, το ίδιο έχει κάνει και η συζήτηση με τον αντίκτυπο της στη Δημοκρατία. Δεν είναι κάτι που το ακούμε για πρώτη φορά. Η Δημοκρατία μας δέχεται ψηφιακή επίθεση. Οι τίτλοι των εφημερίδων και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι γεμάτα με ιστορίες από έγγραφα που έχουν παραβιαστεί, εκστρατείες παραπληροφόρησης που βασίζονται σε bots, εμπλοκή ξένων παραγόντων, από κράτη μέχρι εξτρεμιστικά κοινωνικά κινήματα. Όλοι αυτοί χρησιμοποιούν τις ψηφιακές τεχνολογίες για να επηρεάσουν τα εκλογικά αποτελέσματα και για να αποδυναμώσουν τα δημοκρατικά συστήματα. Η προσοχή πάνω σε αυτό το ζήτημα έχει αυξηθεί δραματικά λόγω της παρέμβασης στις εκλογές του 2016 στις ΗΠΑ. Αναφερόμενος στη ρωσική παρέμβαση στον κυβερνοχώρο σε αυτές τις εκλογές, ο πρώην Διευθύνων Σύμβουλος της κεντρικής υπηρεσίας πληροφοριών Michael Moore δήλωσε: "είναι μία επίθεση στην ίδια μας τη δημοκρατία. Πρόκειται για μία επίθεση για το τι είμαστε ως λαός. Αυτό για μένα είναι ισοδύναμο της 9/11" (Morell & Kelly 2016).

Ωστόσο η παρέμβαση με τεχνολογίες ψηφιακής επικοινωνίας δεν άρχισε η τελείωσε το 2016. Υπάρχουν ενδείξεις επιθέσεων στον κυβερνοχώρο που βασίζονται σε υπολογιστές στην Αργεντινή, στη Βραζιλία, τη Γαλλία, τη Γερμανία, στις Φιλιππίνες, το Ηνωμένο Βασίλειο και πολλές άλλες χώρες (Bradshaw & Howard 2017).

Ερευνητές σε όλο τον κόσμο, πολιτικοί επιστήμονες αλλά και απλοί πολίτες έχουν εκφράσει σοβαρές ανησυχίες για τη νομιμότητα αυτών και άλλων λογαριασμών ψηφιακής παρέμβασης. Πιο πρόσφατα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει

θεμελειώδεις χώροι για πολιτική οργάνωση και δραστηριότητα, και οι πολίτες σε αρκετές χώρες λαμβάνουν μεγάλο μέρος των πληροφοριών τους για δημόσια θέματα από ιστότοπους κοινωνικών μέσων. (Messing and Westwood 2014, Silverman 2016).

Τα πολιτικά κόμματα και άλλοι πολιτικοί παράγοντες χρησιμοποιούν ολοένα και περισσότερα δεδομένα με μικροστόχευση για να κάνουν τις καμπάνιες τους πιο εξατομικευμένες. Και τα κράτη και μη κρατικοί φορείς - από τρομοκρατικές ομάδες, ακτιβιστές έως εξτρεμιστικά κοινωνικά κινήματα- χρησιμοποιούν παρεμβολές στη δημοκρατική διαδικασία με τρόπους που υποβαθμίζουν τη δημόσια συζήτηση και υπονομεύουν τους κανόνες συμμετοχής σεβασμού και εμπιστοσύνης.

Τα κράτη χρησιμοποιούν τακτικά ψηφιακές τεχνολογίες για να προωθήσουν τους γεωπολιτικούς τους στόχους (Buchanan 2017) και έχουν αναπτύξει τόσο επιθέσεις στον κυβερνοχώρο όσο και στα αντίστοιχα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Bradshaw & Howard 2017). *Οι κυβερνοεγκληματικές οργανώσεις πωλούν λογισμικό η εργασία που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για παρέμβαση στην εκλογική διαδικασία (Gu, Kropotof & Yarochkin, 2017).* Οι μη κρατικοί φορείς μπορούν να κινητοποιήσουν πολλές ψηφιακές τεχνικές είτε ως επίσημα δίκτυα όπως το ISIS, (Lee 2016) είτε ανεπίσημα, με συντηρητικό προσανατολισμό όπως συνέβη στις γαλλικές προεδρικές εκλογές. (Scott 2017). Πράγματι δεξιά η ακροδεξιά δίκτυα έχουν βρεθεί στο προσκήνιο τόσο για τις καινοτομίες τους στις ψηφιακές τεχνικές όσο και για τα ρατσιστικά, αντιφεμινιστικά, αντισημιτικά, νεοναζί, ισλαμοφοβικά, αυταρχικά και υπερεθνικιστικά στοιχεία τους. (Hannan 2017, Nagle 2017).

Το Καναδικό Συμβούλιο Ασφάλειας Επικοινωνίας προτείνει την ακόλουθη τυπολογία για τους πολιτικούς παράγοντες και τα κίνητρα τους CSE (2017,12).

- τα εθνικά κράτη που παρακινούνται από οικονομικά ιδεολογικά ή και γεωπολιτικά συμφέροντα.
- οι ακτιβιστές που κινητοποιούνται από ιδεολογικά θέματα.
- οι εγκληματίες στον κυβερνοχώρο που κινητοποιούνται από οικονομικό κέρδος.
- οι τρομοκρατικές ομάδες από βίαιες εξτρεμιστικές ιδεολογίες.
- οι πολιτικοί παράγοντες για να κερδίσουν στο εσωτερικό.
- άτομα που αναζητούν φήμη η προσωπική ικανοποίηση.

Δεν υπάρχουν βέβαια μόνο αυτές οι κατηγορίες. Για παράδειγμα εταιρείες τεχνολογίας παρακολούθησης και εταιρείες μικροστόχευσης όπως η Cambridge Analytica επωφελούνται από τις υπηρεσίες τους και προωθούν μία ιδεολογία. Επιπλέον και εταιρείες κοινωνικών μέσων προωθούν τα δικά τους εταιρικά και ιδεολογικά συμφέροντα (Fuchs2017,Gillespie 2010) και μπορούν να παρεμβαίνουν στην εκλογική διαδικασία διαμορφώνοντας τις συμπεριφορές ατόμων στη δημόσια συζήτηση και να δημιουργούν προβλήματα στις επιχειρήσεις πληροφοριών.

Ωστόσο οι κυβερνητικοί φορείς διακρίνονται από τους μη κυβερνητικούς από την ικανότητα τους να συνδυάζουν εξελιγμένη δυνατότητα που είτε κατέχουν οι ίδιοι είτε έχει αγοραστεί, εκτεταμένη ευφυΐα ως προς τους στόχους, μακροχρόνιες και πολυδιάστατες εκστρατείες συντονισμένης δράσης σε πολλαπλά μέτωπα (όπως προπαγάνδα από bots, προπαγάνδα κρατικών εκπομπών, και δίκτυα τρολ που μπορούν να λειτουργήσουν σε πολλαπλές γλώσσες (Aro 2016 Bradshaw & Howard 2017). Επιπλέον τα κράτη μπορούν να συντονίσουν τις ψηφιακές τους δυνατότητες με μεγάλη κλίμακα μη ψηφιακών επεμβάσεων, όπως με διπλωματία, με επίθεση σε ακτιβιστές ή με στρατιωτικές ενέργειες. Σαν αποτέλεσμα η πολιτική εμπλοκή χρησιμοποιώντας ψηφιακά μέσα μπορεί να έχει εκτεταμένα και σοβαρά αποτελέσματα όταν συντονίζεται από κράτη.

Οι περισσότερες έρευνες σχετικά με τις κρατικές παρεμβάσεις στις εκλογές που χρησιμοποιούν ψηφιακές τεχνολογίες έχουν επικεντρωθεί στη Ρωσία. Το ρωσικό κράτος προωθεί παραπληροφόρηση και υποστηρίζει επιθέσεις πειρατείας σε οργανισμούς και άτομα χρησιμοποιώντας τόσο κυβερνητικούς υπαλλήλους αλλά και εγκληματικές οργανώσεις (Aro 2016,Citizen Lab. 2017 Zhdanova & Orlova 2017).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρεί τις ρωσικές προσπάθειες παραπληροφόρησης τόσο επιθετικές που δημιούργησε έναν ιστότοπο εναντίον της παραπληροφόρησης υπέρ του Κρεμλίνου. Επίσης έχει εκφράσει σαφείς ανησυχίες σχετικά με την αύξηση της παραπληροφόρησης και της προπαγάνδας από τη Ρωσία με σκοπό την αποδυνάμωση και διάσπαση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ομοίως ο ουκρανικός ιστότοπος Stop Fake κυκλοφόρησε το 2014, για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης που προέρχεται από τα ρωσικά μέσα (Khaldarova & Pantti 2016 p.239).

Αυτές οι ενέργειες χρησιμοποιούνται για να δημιουργήσουν δυσπιστία και σύγχυση σχετικά με το ποιες πηγές είναι αυθεντικές και ποιες όχι, κάνουν τους πολίτες να

μπερδεύονται για το τι και ποιον πρέπει να πιστέψουν και μακροπρόθεσμα μειώνουν την εμπιστοσύνη στα θεσμικά όργανα και τα μέσα ενημέρωσης.

Επίσης στην Ασία παρόλο που δεν είναι επιβεβαιωμένο, είναι σαφές ότι υπάρχουν πολλές ψηφιακές στρατηγικές για παρέμβαση στα εκλογικά αποτελέσματα. Οι ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο, το Ισραήλ και άλλα κράτη έχουν επίσης στρατιωτικές επιχειρήσεις, υπηρεσίες πληροφοριών και διπλωματίας που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για εσωτερική ή εξωτερική παρεμβολή. Επίσης στις γαλλικές και γερμανικές εκλογές του 2017, πραγματοποιήθηκαν συντονισμένες δράσεις μεταξύ ξένων και εγχώριων παραγόντων κυρίως από την πολιτική ακροδεξιά για προώθηση παραπληροφόρησης. (DFR Lab 2017, Hjelmgaard 2017).

Στο Ηνωμένο Βασίλειο κυβερνητικοί φορείς είναι γνωστό ότι δημιουργούν και ανεβάζουν βίντεο στο YouTube που περιέχουν πειστικά μηνύματα με διαδικτυακά ψευδώνυμα και αυτό το περιεχόμενο δημιουργεί κάτι περισσότερο από ένα σχόλιο σε ένα blog η μία ροή κοινωνικών μέσων και περιλαμβάνει δημιουργία περιεχομένου που βοηθά στην προώθηση της πολιτικής ατζέντας της Κυβέρνησης (Benedictus 2016, Brazilian & Howard 2017). Κατά τη διάρκεια των τριών ετών που μελετήθηκαν 2014 έως 2016, τα κομματικά μέσα ενημέρωσης φάνηκαν ιδιαίτερα προσεκτικά στην ψευδή κάλυψη ειδήσεων σε θέματα όπως διάφορες συνόρων, Διεθνών Σχέσεων και Θρησκείας. (Vargo, Guo, & Amazeen 2017).

Οι νέες τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή πολιτικής παραπληροφόρησης έχουν καταστήσει πολύ δύσκολο τον εντοπισμό τους τόσο από τους πολίτες όσο και από τους δημοσιογράφους. Η έκθεση Freedom of the Net διαπίστωσε ότι ο αριθμός των κυβερνήσεων που προσπαθούν να ελέγξουν τις διαδικτυακές συζητήσεις με αυτόν τον τρόπο αυξάνεται κάθε χρόνο από τότε που άρχισε να παρακολουθεί το φαινόμενο από το 2009. Αλλά τα τελευταία χρόνια η πρακτική αυτή έχει γίνει πολύ πιο διαδεδομένη με τα τεχνικά εξελιγμένα Metabots ως παραγωγούς προπαγάνδας και ψεύτικων ειδήσεων που εκμεταλλεύονται αλγόριθμους κοινωνικών μέσων για να εξασφαλίσουν υψηλή προβολή. (Kelly, 2017 σελ.4).

Η πολιτική προπαγάνδα μπορεί επίσης να θεωρηθεί στρατηγική αφήγηση παρόμοια με αυτή που χρησιμοποιείται από το Facebook για να περιγράψει τη δράση ορισμένων παραγόντων για να στεβλώσουν το πολιτικό συναίσθημα η πιο συχνά για να επιτύχουν ένα στρατηγικό η γεωπολιτικό αποτέλεσμα. (Weedon, Nuland, & Stamos 2017). Αυτές οι επιχειρήσεις μπορεί να χρησιμοποιήσουν ένα συνδυασμό μεθόδων,

όπως ψευδείς ειδήσεις, παραπληροφόρηση, η δίκτυα πλαστών λογαριασμών για την χειραγώγηση της κοινής γνώμης. Η Ρωσία και η Κίνα χαρακτηριστεί ως ιδιαίτερα δραστήριοι εκεί παράγοντες που παράγουν και διαδίδουν πολιτική πληροφόρηση. (Soldatof & Borogan,2015 )

## 2.3.Οικονομικά κίνητρα.

### 2.3.Α.Οικονομικό κέρδος και Παραπληροφόρηση

Κατά τους Tandoc Jr. Lim & Ling 2018, τα ψεύτικα νέα που παράγονται για οικονομικό κέρδος δίνουν μία νέα διάσταση στην παραπληροφόρηση αλλά παρουσιάζει ιστορικές ομοιότητες με αυτό που στο παρελθόν αποκαλούσαμε κίτρινη δημοσιογραφία. Η κίτρινη δημοσιογραφία συχνά έχει σχέση με παραπληροφόρηση και ο όρος χρησιμοποιήθηκε για να περιγράψει τον πόλεμο κυκλοφορίας ανάμεσα στην εφημερίδα New York World του William Randolph και την New York του Joseph Pulitzer. Και οι δύο εφημερίδες κατηγορήθηκαν ότι παρουσίαζαν στο κοινό νοσηρές δολοφονίες, ανηθικότητες, υστερία για τον πόλεμο και όλα αυτά για να αυξήσουν την κυκλοφορία τους.

Ένα από τα πρόσφατα παραδείγματα ειδήσεων που παράγονται για οικονομικό όφελος αναφέρεται σε μία ομάδα εφήβων από μία πόλη της Βόρειας Μακεδονίας οι οποίοι έφτιαχναν φανταστικές ιστορίες για τους Αμερικανούς υποψηφίους για την προεδρία του 2016 με σκοπό να κερδίσουν χρήματα. Αυτό που τους ενδιέφερε δεν ήταν η πολιτική επιρροή αλλά τα περισσότερα διαφημιστικά έσοδα από δημοσιεύσεις περιεχομένου υπέρ του Τράμπ έναντι της Κλίντον (Warwick & Lewis 2017). Αυτή η παρατήρηση επιβεβαιώθηκε σε μία μελέτη για την ίδια προεκλογική εκστρατεία η οποία έδειξε ότι οι ψευδείς ιστορίες ξεπέρασαν τις πραγματικές ειδήσεις στο Facebook. Πράγματι τρεις από τις πιο κοινές ψευδείς ιστορίες για τις εκλογές ήταν υπέρ του Ντόναλντ Τραμπ έναντι της Χίλαρι Κλίντον.(Silverman,2016). Οι δημιουργοί τέτοιων ψευδών ειδήσεων που αναζητούν μία οικονομική ευκαιρία μπορεί να έχουν διαφορετικό υπόβαθρο που κυμαίνεται από εφήβους μέχρι νεοσύστατες επιχειρήσεις.

Παράλληλα, πραγματικά ανακριβές παραπλανητικό περιεχόμενο παράγεται από άτομα που αναζητούν ένα οικονομικό όφελος και αυτό ενθαρρύνεται από τους αλγόριθμους σε πλατφόρμες κοινωνικών μέσων. *Μία ανάρτηση με πολλές επισημάνσεις likes, shares, comments, είναι πολύ πιο πιθανό να αρέσει περισσότερο, να*

*κοινοποιείται και να σχολιάζεται, καθώς η δημοτικότητα στα κοινωνικά μέσα είναι ένας αυτοεκπληρούμενος κύκλος. (Tandoc, Lim & Ling 2018, Thorson 2016).*

Η κινητήρια δύναμη στην επιχείρηση ειδήσεων στον ψηφιακό χώρο είναι πάντα το κέρδος. Μέσω της διαφήμισης η υπεραξία μεταφέρεται από τον διαφημιζόμενο στον εκδότη της είδησης. Γιατί το κοινό ως εμπόρευμα εξακολουθεί να αποτελεί βασική κατηγορία στην πολιτική οικονομία της επικοινωνίας .

### **2.3.B.Επιχειρηματικά μοντέλα και Ιδιωτικές πλατφόρμες**

Τα επιχειρηματικά μοντέλα που διέπουν τις ιδιωτικές πλατφόρμες είναι ένα άλλο επίσης σημαντικό κομμάτι του πάζλ. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι εταιρίες που βασίζονται στη διαφήμιση και το κίνητρο τους είναι να προωθήσουν υλικό και να πουλήσουν διαφημίσεις στον οποιοδήποτε. Το κίνητρο του να προσελκύσεις περιεχόμενο, να παρατείνεις το χρόνο που αφιερώνεται στις πλατφόρμες, να ενθαρρύνεις την αφοσίωση των χρηστών ενσωματώνεται απευθείας στο επιχειρηματικό μοντέλο που θέλει να κρατά τους χρήστες κολλημένους στις οθόνες, να συλλέγει δεδομένα σχετικά με τη συμπεριφορά τους και να πείθει τους διαφημιζόμενους να πληρώνουν δεσεκατομμύρια δολάρια για να φτάσουν το κοινό με στοχευμένες διαφημίσεις.

Στην ψηφιακή σφαίρα η εμπορευματοποίηση και αξιοποίηση πλαστών ειδήσεων μέσω ψηφιακών καναλιών και πλατφόρμων βασίζεται στα ελάχιστα εμπόδια εισόδου που επιτρέπουν σε άτομα και οργανισμούς να δημιουργούν έσοδα από περιεχόμενο ιστού με μία μόνο μικρή επένδυση κεφαλαίου.

Η περίπτωση με την οποία μπορούν να δημιουργηθούν αλγοριθμικά ρομπότ που μιμούνται λογαριασμούς σε ανθρώπινα κοινωνικά μέσα δημιουργεί ένα χαμηλού κόστους και αποτελεσματικό μέσο για τη διάδοση πληροφοριών, είτε είναι αξιόπιστες είτε όχι. Μόλις τα bots ξεκινήσουν μία κυκλοφορία πληροφοριών αυτό στη συνέχεια θα ενισχυθεί άνετα μέσω των δικτύων φίλων. Όταν αυτό συμβεί δεν είναι εύκολο να εντοπιστεί η προέλευσή του λογαριασμού bot. Είναι λοιπόν σαφές ότι οι επιχειρηματικοί γίγαντες καθορίζουν το παιχνίδι επικοινωνίας και το περίγραμμα του μέσα στην ψηφιακή δημόσια σφαίρα.

Η αλγοριθμική ενίσχυση των ψεύτικων ειδήσεων που εμπλουτίζει το Google και το Facebook καθιστούν δυνατή την παρακολούθηση και συλλογή πληροφοριών των



χρηστών πολύ φθηνά από τα bots. Υποβάλλονται στη συνέχεια σε επεξεργασία με άλλες αλγοριθμικές τεχνικές και τεχνικές μηχανικής μάθησης και στη συνέχεια συναρμολογούνται σε πακέτα που πωλούνται σε διανομείς περιεχομένων (Hirst, 2017). Με τη σειρά τους αυτή κατευθύνουν το περιεχόμενο ίσως και στον αρχικό χρήστη. Συχνά ο χρήστης δεν γνωρίζει καν, ότι το περιεχόμενο που βλέπει έχει επιλεγεί ειδικά για αυτόν και σύμφωνα με τις προσωπικές του επιλογές. Ένας άλλος παράγοντας που συνδέει τα ψεύτικα νέα με τη βιομηχανία ειδησεογραφίας είναι η χρήση του click bait όπου εκεί περιλαμβάνεται ένας εντυπωσιακός ισχυρισμός ο οποίος δεν υποστηρίζει πάντα το άρθρο. Αυτές οι πλατφόρμες έχουν σχεδιαστεί έτσι να δημιουργούν ένα ευνοϊκό περιβάλλον για συμπεριφορά click. Αυτό λειτουργεί αποτελεσματικά γιατί οι έρευνες έχουν δείξει ότι οι περισσότεροι άνθρωποι που μοιράζονται ειδήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κάνουν like ή send μόνο αφού διαβάσουν το τίτλο και σπάνια ελέγχουν ολόκληρη την ιστορία. Οι δημοφιλείς ιστότοποι ανταμείβονται με μεγαλύτερο μέρος της διαδικτυακής διαφημιστικής πίτας και αυτό τους ενθαρρύνει να προωθήσουν τους ίδιους τύπους δημοφιλούς περιεχομένου. Έτσι μπορεί να δημιουργήσουν έσοδα από το περιεχόμενό τους και να το κρύψουν ανάμεσα σε εντυπωσιακές ιστορίες.

Αυτό είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό γιατί οι παραδοσιακές μέθοδοι καταπολέμησης παραπληροφόρησης για τους δημοσιογράφους ή οι νόμοι για τα μέσα μαζικής ενημέρωσης δεν ισχύουν. Ο ιδανικός μηχανισμός για την αντιμετώπιση της προβληματικής διανομής περιεχομένου σε πλατφόρμες εξακολουθεί να είναι θέμα συζήτησης εντός της ίδιας της βιομηχανίας η οποία προχωρά σε μεγάλο βαθμό από δοκιμή σε λάθος. Τόσο το Facebook όσο και το Google ήταν από τους πρώτους που ασχολήθηκαν με το επιχειρηματικό μοντέλο, απαγορεύοντας στους ψεύτικους ιστότοπους να χρησιμοποιούν τις διαφημιστικές τους υπηρεσίες. Αυτό είναι ένα θέμα που θα το δούμε εκτενέστερα στο κεφάλαιο της αντιμετώπισης των ψευδών ειδήσεων.

## 2.4. Κοινωνικά Κίνητρα.

### 2.4.A. Ψεύτικες Ειδήσεις και Ανθρώπινη Φύση.

Οι κοινωνικές επίσης ανάγκες όπως η προσέλκυση προσοχής, δημιουργίας ταυτότητας ή η ψυχαγωγία μπορεί να θεωρηθούν κίνητρα για την παραγωγή ψεύτικων ειδήσεων και παραπληροφόρησης. Οι παράγοντες αυτοί μπορεί να δημιουργήσουν και να μοιραστούν παραπληροφόρηση για να κερδίσουν την αποδοχή σε διαδικτυακές κοινότητες ή και για να αποκτήσουν φήμη. (Wardle & Hossein 2017)

Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενθαρρύνονται μέσω επισημάνσεων “μου αρέσει” κοινής χρήσης σχολίων για τη δημιουργία περιεχομένου που συμφωνεί με τους φίλους, τους οπαδούς και τις ομάδες τους. Η χειραγώγηση των μέσων μπορεί να είναι ένας τρόπος για να αποκτήσουν αποδοχή ή για να εκφράσουν την ταυτότητά τους. Οι Warwick και Lewis που εξέτασαν την παραπληροφόρηση στις αμερικανικές δεξιές κοινότητες κατέληξαν στο ότι: *οι κοινότητες αυτές μπορεί να αισθάνονται ότι χειραγωγώντας τα μέσα ενημέρωσης κερδίζουν κάποιο βαθμό ελέγχου πάνω σε έναν παγιωμένο και ισχυρό θεσμό που αντιπαθούν και δεν αποδέχονται.* Οι Wardle και Hossein υποστηρίζουν ότι πρέπει να κατανοήσουμε την επικοινωνία σαν ένα τελετουργικό σύμφωνα με τον James Carey. Ο Carey αναφέρει ότι η επικοινωνία δεν είναι απλώς μία πράξη μετάδοσης πληροφοριών αλλά κυρίως η αναπαράσταση κοινών πεποιθήσεων. Η επικοινωνία φέρνει τους ανθρώπους μαζί σε συντροφικότητα σε μία κοινότητα ή ομάδα. Έτσι η ανάγνωση και γραφή ειδήσεων γίνεται μία τελετουργική πράξη όπου μία συγκεκριμένη άποψη του κόσμου απεικονίζεται και επιβεβαιώνεται.

Πριν από δύο περίπου χρόνια στις 8 Μαρτίου του 2018, μια επιστημονική ομάδα του M.I.T. αποτελούμενη από τους Soroush, Deb Roy και Sinan Aral, δημοσίευσε στο περιοδικό Science την εκτενέστερη ίσως έρευνα που έχει γίνει μέχρι στιγμής για το θέμα των ψευδών ειδήσεων και της παραπληροφόρησης. Εξετάζοντας σε μία περίοδο 12 ετών 126.000 tweets, τα οποία είχαν αναδημοσιευθεί (retweet) περίπου 4,5 εκατομμύρια φορές από 3 εκατομμύρια χρήστες και χρησιμοποιώντας δεδομένα από έξι διαφορετικούς οργανισμούς επαλήθευσης γεγονότων έλεγξαν σε ποσοστό πάνω από 95% εάν τα θέματα αυτά ήταν ακριβή ή ψευδή ως προς το περιεχόμενό τους. Η βασική τους διαπίστωση ήταν αυτή που μάλλον εμπειρικά διαπιστώνουμε όλοι μας

εδώ και καιρό: στο Twitter οι ψευδείς ειδήσεις, ή οι επινοημένες ιστορίες και οι λανθασμένες πληροφορίες διακινούνται σε μεγαλύτερο βαθμό, σε ευρύτερη έκταση και με μεγαλύτερη ταχύτητα από ότι οι αντίστοιχες αληθινές και ακριβείς πληροφορίες.

Δύο επιμέρους ερευνητικά συμπεράσματα έχουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Το πρώτο είναι ότι η πολιτική φαίνεται να αποτελεί προνομιακό πεδίο της παραπληροφόρησης. Η ψευδείς ειδήσεις που αφορούν πολιτικά θέματα έχουν σημαντικά υψηλότερη πιθανότητα να γίνουν αντικείμενο διαμοιρασμού από κάθε άλλο είδος ψευδών ειδήσεων. Το δεύτερο που αποτελεί και το ζητούμενο στην περίπτωση μας είναι ότι, παρά τα όσα πιθανόν πιστεύουμε, δεν είναι τα αυτόματα προγράμματα διαχείρισης περιεχομένου στα κοινωνικά μέσα γνωστά και ως Bots που είναι τα κυρίως υπεύθυνα για τη μεγάλη διασπορά των ψευδών ειδήσεων, αλλά αντίθετα είναι οι ίδιοι οι χρήστες. Οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι τα bots διαχειρίζονταν με τον ίδιο βαθμό έντασης τόσο τις αληθείς όσο και τις ψευδείς ειδήσεις ενώ αντίθετως οι άνθρωποι χρήστες της πλατφόρμας ήταν εκείνοι οι οποίοι εξυπηρετώντας τις δικές τους πληροφοριακές και επικοινωνιακές προτιμήσεις, διέδιδαν τις ψευδείς ειδήσεις με πολλαπλάσια ένταση σε σύγκριση με τα Bots. Το εντυπωσιακό αυτό εύρημα οδήγησε τον Sinan Aral, έναν εκ των τριών ερευνητών, να δηλώσει στο περιοδικό The Atlantic ότι *“το εύρος του προβλήματος των ψευδών ειδήσεων δεν μπορεί να εξηγηθεί μόνο από την παρουσία των bots. Πρέπει και έχει να κάνει με την ίδια την ανθρώπινη φύση”*.

#### **2.4.B. Φιλτραρισμένες Φούσκες - Θάλαμοι Αντήχησης**

Μάλλον προς την ίδια κατεύθυνση θα πρέπει να κινηθούμε σχετικά με συναφή προβλήματα έχουν δημιουργηθεί στα κοινωνικά δίκτυα και αφορούν στις πληροφοριακές πρακτικές των σύγχρονων πολιτών. Μία από τις πιο σοβαρές αρνητικές συνέπειες της υψηλής πληροφοριακής εξατομίκευσης personalization είναι ο αυξημένος κίνδυνος εγκλωβισμού μας σε μία διανοητική απομόνωση, μία κατάσταση όπου οι άνθρωποι μοιάζουν να βρίσκονται μέσα σε μία φιλτραρισμένη φούσκα (Filter Bubble) μέσα στην οποία βρισκόμαστε μόνο εμείς και οι όμοιοί μας. Ο όρος επινοήθηκε από τον ακτιβιστή El Pariser στο ομώνυμο βιβλίο του, το έτος 2011 και η σοβαρότητα του προβλήματος έχει επισημανθεί από την επιστημονική κοινότητα. Ο Bill Gates σε συνέντευξή του στο ειδησεογραφικό site Quartz 2017 δήλωνε ότι: *τεχνολογίες όπως αυτές των κοινωνικών μέσων σε κάνουν να πιστεύεις*

ότι ο κόσμος αποτελείται από ομοϊδεάτες σου και έτσι δεν αναμειγνύεται με αντίθετες απόψεις, δεν μπαίνεις καν στον κόπο να κατανοήσεις τη διαφορετική άποψη.

Αυτό είναι εξαιρετικά σημαντικό και τελικά το πρόβλημα είναι πολύ πιο μεγάλο από ότι θα μπορούσε να φανταστεί κάποιος αρχικά.

Είναι βεβαίως οι κανόνες της ψηφιακής οικονομίας για διαρκή βελτιστοποίηση με σκοπό την ολοένα κι μεγαλύτερη «συμμετοχή» των χρηστών, που σε μεγάλο βαθμό εξηγούν αυτή την υπερ-εξατομίκευση του πληροφοριακού περιεχομένου. Αυτό που συμβαίνει είναι ότι τα αυτοματοποιημένα συστήματα διανομής περιεχομένου καταγράφουν την πλοήγηση, τις προτιμήσεις και τις δράσεις των χρηστών, και παράγουν μια εξατομικευμένη επιστροφή, που βασίζεται στην αρχή ότι είναι πιο πιθανό οι άνθρωποι να πειστούν και άρα να διαμοιραστούν με άλλους εκείνο το περιεχόμενο που ευθυγραμμίζεται με τις ήδη διαμορφωμένες απόψεις τους. *Οι «φιλτραρισμένες φούσκες» είναι το σημείο όπου η ανθρώπινη μεροληψία συναντά τη μεροληψία της αλγοριθμικής τεχνολογίας: ενώ μεγιστοποιείται η περίφημη διαδικτυακή «συμμετοχή» (engagement), ταυτόχρονα απειλείται η κριτική σκέψη και η ποιότητα της πληροφόρησης.* (Διαμαντάκη Κατερίνα, 2019).

Η κατάσταση μπορεί να γίνει ακόμη πιο προβληματική με βάση το σκεπτικό ότι η επιλεκτική μας έκθεση μόνο σε απόψεις που συμφωνούν με τις δικές μας μεγεθύνει και πολλαπλασιάζει στο μυαλό μας την εικόνα ότι «ο κόσμος συμφωνεί με τις απόψεις μας». Εφόσον γίνεται αντιληπτή αυτή η «κοινωνική επικύρωση» των απόψεών μας, είναι πιθανόν να εξελιχθεί σε ακόμη πιο ακραίες κατευθύνσεις υπό την επιδοκιμασία των ομοϊδεατών μας. *Πρόκειται για το φαινόμενο του «θαλάμου αντήχησης» (echo chamber), το οποίο αποτελεί έναν από τους βασικότερους μηχανισμούς της online ριζοσπαστικοποίησης κάθε μορφής και έχει συσχετιστεί με φαινόμενα ιδεολογικής πόλωσης, ρητορικής μίσους και επιθετικής συμπεριφοράς στο διαδίκτυο (Veilleux- Lepage, 2016· Spohr, 2017). Μέσα σε αυτούς τους «θαλάμους αντήχησης», τα κοινά είναι περισσότερο ευάλωτα να δεχθούν και να αναδιανείμουν ψευδή πληροφορία (Nematzadeh et al., 2017).*

#### 2.4.Γ. Κοινωνιολογικοψυχολογική διάσταση της γνωσιακής θεωρίας.

Στην εισαγωγή είχαμε αναφέρει ότι θα προσπαθήσουμε να ρίξουμε φως σε δύο βασικές πλευρές του φαινομένου των ψευδών ειδήσεων.

Στο αν η είδηση περιγράφει πιστά ή όχι το γεγονός και στο πώς βλέπουν διαφορετικές κατηγορίες ανθρώπων τα ίδια γεγονότα.

Για να προχωρήσουμε θα ανατρέξουμε στην κοινωνιολογικοψυχολογική διάσταση της γνωσιακής θεωρίας.

Σύμφωνα με τον καθηγητή κ. Αθανάσιο Σαμαρά ένα ωραίο εργαλείο που θα μπορούσαμε να χρησιμοποιήσουμε είναι η **απόδοση αιτιότητας**. Σαν άτομα έχουμε δύο βασικές ανάγκες: Πρώτον να κατασκευάσουμε μία συνεκτική εικόνα του κόσμου που μας περιβάλλει για να αποκωδικοποιήσουμε τα φαινόμενα και δεύτερον να αποκτήσουμε έλεγχο του κοινωνικού μας περιβάλλοντος.

Το πρώτο πράγμα που κάνουμε από την παιδική ηλικία είναι να ρωτάμε γιατί συμβαίνουν διάφορα πράγματα. Σύμφωνα με τους όρους της κοινωνικής ψυχολογίας το άτομο αποδίδει αιτιότητα για να μπορέσει να κατασκευάσει το φαινόμενο, να καταλάβει τον κόσμο του χρησιμοποιώντας είτε την ορθολογική διαδικασία είτε την ευρετική διαδικασία.

Η ορθολογική διαδικασία θεωρεί ότι ο άνθρωπος αντιλαμβάνεται τον περίγυρό του συστηματικά, παρατηρεί και προσπαθεί να βγάλει ένα συμπέρασμα.

Η ευρετική διαδικασία είναι η αυτοπονημένη σκέψη λόγω του μεγάλου όγκου πληροφοριών που έχει να επεξεργαστεί εγκεφαλικά το άτομο. Καταλήγει έτσι σε απλουστεύσεις με αποτέλεσμα πολλές φορές να πέφτει θύμα στερεοτύπων ή μεροληψίας. Εγγενείς μεροληψίες υπάρχουν μέσα σε όλους μας και γνωρίζουμε ότι και εμείς οι ίδιοι μπορεί να παράγουμε μήνυμα που να είναι στρεβλό η παραγωγό μεροληψίας. Η μορφή αυτή χαρακτηρίζεται σφάλμα επιβεβαίωσης.

Το θεμελιώδες σφάλμα επιβεβαίωσης αναφέρεται στην τάση των ατόμων να υποτιμούν την επίδραση των εξωτερικών παραγόντων και παράλληλα να υπερεκτιμούν και να είναι πιο ευνοϊκοί απέναντι στον εαυτό τους.

Επίσης αξιολογούν θετικά την ομάδα στην οποία ανήκουν και αρνητικά τις ιδιότητες ομάδων που δεν ανήκουν στη δική τους. Έτσι σε κάθε νέο συμβάν, το άτομο λειτουργεί επιβεβαιώνοντας τις εγγενείς μεροληψίες του. Όλες οι πληροφορίες περνούν από ένα φίλτρο επιβεβαίωσης που διατηρεί τις πεποιθήσεις τους. Οι ψευδείς ειδήσεις βασίζονται στο σφάλμα επιβεβαίωσης (Nickerson 1989), την τάση δηλαδή

των ατόμων να αναζητούν τρόπους διατήρησης των πεποιθήσεών τους. Η συμπεριφορά αυτή πραγματώνεται μέσω τριών διαδικασιών που αποτελούν τις συνιστώσες του.

Οι τρεις συνιστώσες του σφάλματος επιβεβαίωσης, δηλαδή η επιλεκτική έκθεση, η επιλεκτική νοηματοδότηση και η επιλεκτική μνήμη επιβεβαιώνουν την τάση του ατόμου να αποστρέφεται το γνωσιακό φόρτο και να επιλέγει γνωσιακές συντομεύσεις στην ερμηνεία των φαινομένων (Kahnem & Tversky 1974).

Για να αποφύγουμε τη σύγκρουση, διαβάζουμε τις σελίδες που μας ενδιαφέρουν, συναναστρεφόμαστε με ανθρώπους που είναι κοντά στις δικές μας πεποιθήσεις, ακούμε τις απόψεις αυτών που θέλουμε. Γενικά ο τρόπος που θα επεξεργαστούμε κάτι προσαρμόζεται στα δικά μας μέτρα. Αν κάτι είναι διαφορετικό, κρατάμε αυτό που μας αρέσει.

#### 2.4.Δ. Παραγωγικά αίτια

Ο μεγάλος κίνδυνος όταν μελετούμε ένα φαινόμενο είναι ότι εστιάζουμε σε αυτό και ξεχνάμε ότι κάθε φαινόμενο έχει κάποια παραγωγικά αίτια. **Θα πρέπει να αναζητήσουμε το πώς θα κάνουμε το φαινόμενο να μην είναι ψευδής είδηση.**

Η έρευνα έχει δείξει ότι η επιλογή και επομένως η ενεργοποίηση του σφάλματος επιβεβαίωσης εδράζονται σε δύο χαρακτηριστικά των ψευδών ειδήσεων (Kahnem & Tversky 1974): της δημιουργίας ισχυρών συναισθημάτων και της έκπληξης καθώς οι ψευδείς ειδήσεις παράγονται ακριβώς για να ενεργοποιήσουν την προσοχή σε ένα μήνυμα. Η έκπληξη ενεργοποιεί την τάση στα άτομα να διασπείρουν πρώτοι την είδηση αυτή, μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Οι ψευδείς ειδήσεις ενεργοποιούν ισχυρά συναισθήματα όπως φόβο, αποστροφή και έκπληξη ενώ οι πραγματικές ιστορίες δημιουργούν αισθήματα εμπιστοσύνης ή χαράς. (Ανάλυση μηνυμάτων στο Twitter που ήδη αναφέραμε). Η ανάλυση ανέδειξε όχι μόνο την ενεργοποίηση βασικών συναισθημάτων αλλά κυρίως την ένταση που αυτά τα συναισθήματα προκαλούν.

Με την εμφάνιση ενός απροσδόκητου γεγονότος, τα άτομα τείνουν να ερμηνεύσουν το ίδιο το γεγονός μέσω της απόδοσης ευθύνης για αυτό (Kahnem & Tversky 1974). Η διαδικασία απόδοσης αιτιότητας συγκροτεί το ίδιο το φαινόμενο καθώς παράλληλα

απάντα στο ερώτημα "ποιος φταίει" για αυτό. Έτσι οι **ψευδείς ειδήσεις μπορούν να αναπαραχθούν ως παραγωγικό αίτιο ή ως πρακτική συνεπαγωγή ενός φαινομένου**. Παραγωγικό αίτιο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ερμηνεύσει την εκλογική νίκη του Donald Trump ενώ ως πρακτική συνεπαγωγή μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αποδομητικός λόγος έναντι της λειτουργίας των μέσων.

Η μελέτη των παραγωγικών αιτιών αποκαλύπτει δύο θέματα: πρώτον σε επίπεδο μη εμπρόθετης επικοινωνίας, τις ομάδες στις οποίες ανήκει κάποιος και δεύτερον, σε επίπεδο εμπρόθετης επικοινωνίας τις στρατηγικές διαχείρισης της ερμηνείας των καταστάσεων. Η διαλεκτική ανάμεσα σε αυτά τα δύο αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι δράσεις της στρατηγικής επικοινωνίας ενισχύουν ή αποδομούν ταυτότητες και έννοιες. Πρέπει να αποτυπώσουμε τη διαφοροποίηση ανάμεσα στη **μη εμπρόθετη διάσταση της απόδοσης αιτιότητας**, που αφορά τον συνδυασμό των εγγενών μεροληψιών και ταυτοτήτων με την **εμπρόθετη διάσταση** η οποία αφορά τη στρατηγική κινητοποίηση των ερμηνευτικών σχημάτων. Με αυτά τα εργαλεία θα κινηθούμε όταν προχωρήσουμε στη ποιοτική ανάλυση.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

### 3.1.Κυκλοφορία και διάδοση των ψευδών ειδήσεων.

Τα κοινωνικά μέσα αποδείχθηκαν αποτελεσματικά κανάλια διάδοσης για τις ψευδείς πληροφορίες. (Warwick & Lewis 2017). Οι μελέτες έδειξαν ότι οι ψευδείς ιστορίες μοιράστηκαν περισσότερο στα κοινωνικά μέσα από ότι στον έντυπο τύπο (Silverman 2016). Η δύναμη των ψευδών ειδήσεων και της παραπληροφόρησης έγκειται στο πόσο καλά μπορεί να διεισδύσει στην κοινωνία. Δύο χαρακτηριστικά είναι κρίσιμα για να αντιληφθούμε την διείσδυση της ψευδούς πληροφορίας. Η τεχνολογία και η εμπιστοσύνη. Στη συνέχεια θα προσπαθήσουμε να δούμε πώς η τεχνολογία και η εμπιστοσύνη ή μάλλον η έλλειψη εμπιστοσύνης επηρεάζουν τον τρόπο διάδοσης της παραπληροφόρησης.

### 3.2. Τεχνολογία.

Οι κοινωνικές και ψηφιακές τεχνολογίες επικοινωνίας στα κοινωνικά δίκτυα, τα ιστολόγια, οι γρήγορα επεξεργάσιμες ιστοσελίδες, (wiki), είναι ισχυρά εργαλεία για τους χρήστες για να δημοσιεύσουν, να διανείμουν και να καταναλώσουν πληροφορίες. Φαίνεται λοιπόν πολύ πιο εύκολο η ψευδής και παραπλανητική πληροφορία να εισχωρήσει εύκολα στη δημόσια σφαίρα και σε πολλές χώρες ταυτόχρονα. Ο εκδημοκρατισμός της παραγωγής διαδικτυακού περιεχομένου έχει μειώσει σημαντικά η παραδοσιακή πληροφόρηση των μέσων ενημέρωσης (Nielsen 2017). Ενώ κάποτε οι συντάκτες και οι εκδότες ήταν εκεί οι φύλακες των πληροφοριών, σήμερα οι τεχνολογικές πλατφόρμες και οι αλγόριθμοι είναι οι νέες πύλες (Lewis, 2018).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ειδικά το Facebook έχουν γίνει ένα σημαντικό σημείο εισόδου για ειδήσεις σε πολλές χώρες. Περισσότεροι από τους μισούς διαδικτυακούς χρήστες ή το 54% δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως πηγή ειδήσεων κάθε εβδομάδα. (Newman Fletcher Καλογερόπουλος Levy Nielsen 2017). Επιπλέον, σε μία μελέτη που εξετάζει την έκθεση σε παραπληροφόρηση κατά την αμερικανική προεκλογική εκστρατεία του 2016, οι ερευνητές διαπίστωσαν ότι το Facebook ήταν ένας βασικός φορέας έκθεσης σε ψεύτικες ειδήσεις (Guess Nyhan & Reifler 2018).

Η τεχνολογική ανάπτυξη έχει εκδημοκρατιστεί την παραγωγή ψευδών ειδήσεων. Όταν δυνητικά όλοι μπορούν να δημοσιεύσουν πληροφορίες και να τις διαδώσουν σε μεγάλες ομάδες στο διαδίκτυο γίνεται πολύ πιο δύσκολη η διάκριση μεταξύ ψευδών και αξιόπιστων πληροφοριών. Μία μελέτη που ανέλυσε 14 εκατομμύρια μηνύματα αυτοματοποιημένων λογαριασμών Twitter (bots) βρήκε πως τα κοινωνικά ρομπότ είχαν ανάλογο ρόλο στη διάδοση και επανάληψη παραπληροφόρησης κατά τις αμερικανικές εκλογές. Τα bots στοχεύουν σε χρήστες με πολλούς οπαδούς και μέσω απαντήσεων και αναφορών ενδέχεται να συγκαλύψουν τις γεωγραφικές τους τοποθεσίες.

Ο ιδρυτής του Facebook Mark Zuckerberg όταν κατηγορήθηκε για τη διάδοση ψεύτικων ειδήσεων κατά τη διάρκεια των αμερικανικών εκλογών είπε χαρακτηριστικά *"είναι πολύ τρελή ιδέα"* να θεωρήσει κάποιος ότι αυτό θα μπορούσε να επηρεάσει τις εκλογές με οποιονδήποτε τρόπο. (Zucker 2016A). Και ενώ αρχικά ο Mark Zuckerberg επέμενε ότι είναι απλώς μια εταιρία τεχνολογίας κατέληξε να παραδεχθεί ότι η πλατφόρμα μπορεί να καταληφθεί από ξένες δυνάμεις μέσω πληροφοριών.

Ομοίως ο αλγόριθμος του YouTube έχει κατηγορηθεί ότι προωθεί θεωρίες συνωμοσίας και εισήγαγε παραπληροφόρηση κατά τη διάρκεια των Αμερικανικών εκλογών (Lewis 2018). Το YouTube θεωρείται ένα από τα μεγαλύτερα και πιο εξελιγμένα βιομηχανικά συστήματα προτάσεων που υπάρχουν, αλλά όταν ο πρώην μηχανικός του YouTube, Guillaume Chaslot



όταν μελέτησε κάποια από τα προτεινόμενα βίντεο διαπίστωσε ότι το YouTube φαίνεται να ενισχύει συστηματικά βίντεο με διχαστική και συνωμοτική ιδεολογία. Το YouTube στοχεύει σε άτομα που διαθέτουν αρκετό χρόνο ώστε να παρακολουθούν βίντεο. Παρόμοιες μελέτες με το Facebook έδειξαν ότι και το YouTube προωθούσε βίντεο που ήταν χρήσιμα για τον Ντόναλντ Τραμπ και λιγότερο χρήσιμα και μάλλον κακοήθη για τη Χίλαρι Κλίντον.

Οι τεχνολογικές διαστάσεις που σχετίζονται με την παραγωγή και τη διάδοση ψεύτικων ειδήσεων έχουν φέρει στο προσκήνιο δύο μεγάλες ανησυχίες. Πρώτον το ότι οι μεγάλες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook ασκούν ασυναγώνιστο έλεγχο στη διαδικασία για το ποιά ψεύτικα νέα θα αξιοποιηθούν. Δεύτερον η αυξανόμενη χρήση πολύπλοκων αλγορίθμων έχει εμβαθύνει το βαθμό και την επιρροή με την οποία δημιουργούνται και διατηρούνται οι θάλαμοι αντήχησης, οι φιλτραρισμένες φούσκες, ο φανατισμός (Bozdag 2013, Mager 2012). Η υπευθυνότητα και η διαφάνεια του τρόπου με τον οποίο διαμορφώνονται τα δεδομένα μέσω της αλγοριθμικής προσαρμογής στις προτιμήσεις και στη προσαρμογή των χρηστών έχει συγκεντρώσει ιδιαίτερη προσοχή. Και αυτό επειδή οι αλγόριθμοι που δημιουργούνται από εταιρείες πολυμέσων παρομοιάζονται με ένα μαύρο κουτί. Αυτή η γραμμή διερεύνησης είναι πολύ κρίσιμη επειδή αυτές μόνο οι εταιρείες ασκούν πλήρη έλεγχο σε αυτή την υποδομή. Όπως επισημαίνει ο Tufekci(2016) μόνο το Facebook μπορεί να αποκαλύψει με ακρίβεια τον βαθμό στον οποίο διαδίδονται τα ψεύτικα νέα, ποιά από αυτά υπάρχουν αυτή τη στιγμή, ποιος τα διαβάζει και τα δημιουργεί και πόση επιρροή μπορεί να έχουν. Η πρόσβαση βέβαια σε αυτά τα δεδομένα είναι εξαιρετικά περιορισμένη. Οι ευρύτερες ανησυχίες του Pascuale για αυτή την κοινωνία του μαύρου κουτιού (κλειστές ιδιοκτησιακές εταιρείες χωρίς καταγραφές δεδομένων) καταγράφονται στο ερώτημα: *"δεν πρέπει να ξέρουμε πότε αυτές οι εταιρείες μέσω εργαζονται για μας, εναντίον μας ή για ορατά συμφέροντα με μη γνωστά κίνητρα;"* (Pascuale 2016).

Τα προβλήματα όμως δεν περιορίζονται μόνο στην έλλειψη διαθέσιμων δεδομένων από τα οποία να αξιολογείται καλύτερα μία αυξανόμενη παραγωγή ψεύτικων ειδήσεων. Οι αλγόριθμοι μπορούν να προωθήσουν την εξάπλωση της παραπληροφόρησης δεδομένου ότι έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να προωθούν γεγονότα που βασίζονται στη δημοτικότητα και όχι στην ακρίβεια (Mejias 2017). Επειδή αυτά τα είδη ειδήσεων προωθούνται σε κοινωνικά δίκτυα που χρησιμοποιούνται από πολλούς χρήστες η προώθηση δημοφιλών ιστοριών (αληθινών ή όχι) προκαλεί αυξημένη πόλωση, μεροληψία, φανατισμό. Ενισχυμένοι από τα αλγοριθμικά συστήματα, η υπέρ εξατομικευμένη διάδοση τέτοιων ειδήσεων μέσω θαλάμων αντήχησης και φιλτραρισμένων φουσκών αποτελεί έναν από τους βασικότερους μηχανισμούς που μπορεί να σχετιστεί με φαινόμενα ιδεολογικής πόλωσης και επιθετικής συμπεριφοράς. Οι χρήστες όχι μόνο εκτίθενται άθελά τους σε ειδήσεις που επιβεβαιώνουν η επεκτείνουν τις προκαταλήψεις τους, αλλά είναι επίσης περισσότερο πιθανό να αλληλεπιδράσουν με

ομοϊδεάτες τους στους οποίους θα μοιραστούν τις κοσμοθεωρίες τους (Herman 2016). Όπως δηλώνει ο Macleod: *"οι άνθρωποι αγκαλιάζουν τα ψεύτικα νέα και αισθάνονται καλά όταν αυτά αντηχούν με τα συστήματα πεποιθήσεων τους"*. Ακόμα περισσότερο αντί να αξιολογήσουν την αξιοπιστία μιας ιστορίας οι άνθρωποι θα επιλέξουν να πιστέψουν κάποιον που εμπιστεύονται για να κρίνουν την αλήθεια μιας ιστορίας και για να συμπληρώσουν τα κενά στις γνώσεις τους. *Οι άνθρωποι συχνά θεωρούν τους αλγόριθμους ως αυτόνομους, αμερόληπτους αλλά στην πραγματικότητα αυτοί συμμετέχουν στην κωδικοποίηση σχετικά με τις αξίες των χρηστών.* (Schlute σελ.248). Οι επιπτώσεις αυτές όπως ήδη πολλές φορές έχουμε αναφέρει είναι ιδιαίτερα σοβαρές. *Γιατί η εξατομίκευση των ροών δεδομένων στο χρήστη μπορεί σκόπιμα να υπονομεύσει τη δημοκρατία περιορίζοντας την έκθεσή του σε αντίθετες απόψεις οι πληροφορίες (Sunstein).* Με την εισροή ψευδών ειδήσεων οι πιθανές αρνητικές επιπτώσεις στη συζήτηση είναι ακόμα μεγαλύτερες.

### 3.3. Εμπιστοσύνη και ήθος στη δημοσιογραφία

Παράλληλα, η ανάπτυξη της ψηφιακής δημοσιογραφίας επίσης συντέινει στην εμφάνιση φαινομένων παραπληροφόρησης και παραπλάνησης, στον βαθμό που επηρέασε τις πληροφοριακές διαδικασίες και τα φίλτρα που χρησιμοποιούνται για να δηλώσουν την ακρίβεια των γεγονότων του δημοσιογραφικού περιεχομένου (McNair, 2017). Ο πληροφοριακός κορεσμός και η πίεση που υφίστανται δημοσιογράφοι και ειδησεογραφικά μέσα οδηγούν σε διαφοροποίηση των κριτηρίων για το τι συνιστά αξιόλογη είδηση, σε ανεπαρκή έρευνα, σε ανεπιτυχή επεξεργασία της πληροφορίας και σε μεγάλο βαθμό στην υιοθέτηση του μοντέλου της «copy-paste δημοσιογραφίας», η οποία στόχο έχει την απόκτηση περιεχομένου μέσω της αναδημοσίευσης, χωρίς να έχει σημασία η πρωτότυπη παραγωγή, η ποιότητα ή η ακρίβεια του περιεχομένου. Το ήθος, η αντικειμενικότητα, η αμεροληψία στον δημοσιογραφικό λόγο υπήρξε πάντα το ζητούμενο στην ιστορική του διαδρομή.

#### 3.3.A. Ιστορική Διαδρομή.

Θα μπορούσε κάποιος να επισημάνει ότι η ιστορία του ήθους στη δημοσιογραφία ακόμη και σήμερα εξακολουθεί να ανακαλύπτεται. Το ήθος, δηλαδή το τι είναι σωστό ή λάθος, ηθικό ή όχι, αποδεκτό ή απαράδεκτο υπήρξε αναπόσπαστο μέρος της κοινωνικής παρουσίας του ανθρώπου στον πλανήτη. Η ανάλυση όμως του όρου σε επαγγελματικά πλαίσια και κυρίως στη δημοσιογραφία τοποθετείται στη πρόσφατη

εποχή. Σε μία προσεκτική έρευνα για τα δημοσιογραφικά πρότυπα που αναπτύχθηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες τον 19ο αιώνα, οι Dicken – Garcia, αναφέρουν ότι η λέξη ήθος άρχισε να εμφανίζεται περιστασιακά στις δημοσιογραφικές συζητήσεις όταν ο τίτλος ενός άρθρου κριτικάρε τον τύπο το 1889. Ο πρώτος κώδικας συμπεριφοράς για τους δημοσιογράφους εμφανίστηκε το 1890 (Dicken Garcia 1989). Ο Clifford Christians που πιθανά περισσότερο από τον καθένα έχει ενθαρρύνει τη διδασκαλία και τη μελέτη της ηθικής από την οπτική γωνία των μέσων πληροφόρησης συμπεριλαμβανομένης και της δημοσιογραφίας, προσδιορίζει τρεις ξεχωριστές περιόδους στην ιστορία των δημοσιογραφικών ηθών. Το 1890, το 1920 και από το 1980 έως σήμερα.

Η μελέτη του ήθους στα μέσα ενημέρωσης διερευνά τις ιστορικές, κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες που συνενώθηκαν κατά τη διάρκεια αυτών των περιόδων για να εντείνουν το ενδιαφέρον και το ήθος στα μέσα.

Στην πρώτη περίοδο κατά τα τέλη του 19ου αιώνα, η απαξίωση της κυριαρχίας των κομμάτων και η αύξηση της σημασίας των μέσων ως μία αυτόνομης διαδικασίας κατασκευής και οργάνωσης της ειδησεογραφίας, βασίστηκε στην άνοδο της αρχής της αντικειμενικότητας και βασιζόταν σε καθαρώς εμπορικά κίνητρα. Η ανάγκη δηλαδή της εφημερίδας να καλύψει ένα πολιτικώς ετερογενές ακροατήριο, χωρίς να αποξενώσει κανένα μέρος του, οδήγησε στην πολιτική ουδετεροποίηση της πληροφορίας. Στην Αμερική αυτή η διαδικασία κατέληξε στην οργάνωση του τύπου σε μία σειρά τοπικών μονοπωλίων με τις περισσότερες περιοχές των ΗΠΑ να εξυπηρετούνται από μία μόνο εφημερίδα ενώ στην Αγγλία η κατέληξε στην εξάλειψη του εργατικού τύπου (Curran & Seaton 1991, Mc Quail 1997). Τα ειδησεογραφικά πρακτορεία τα οποία εξαπλώθηκαν από την εποχή του τηλεγράφου όφειλαν να παρέχουν πληροφορίες με ουδέτερη πολιτική πλαισίωση ώστε να είναι αποδεκτή από όλα τα μέσα που την λάμβαναν. Αυτό αποτέλεσε έναν εξωγενή παράγοντα διάχυσης της αμεροληψίας στις εφημερίδες που σταδιακά επηρέασε και το κανονιστικό τους πλαίσιο. (Mc Nair 1994 Robinson & Sheehan 1983).

Με την καθιέρωση της επιστήμης της δημοσιογραφίας στα πανεπιστήμια των Ηνωμένων Πολιτειών αναβίωσε η έννοια του ήθους στις αρχές του 20ου αιώνα. Η ανάπτυξη των ακαδημαϊκών σπουδών το 1920 όπως αναφέρει ο Christians ήρθε σε μία εποχή που η πειθαρχία της φιλοσοφίας είχε χάσει τη θέση της τα πανεπιστήμια και είχε απομακρυνθεί από τους άλλους κλάδους (Christians 2000,σελ.21). Οι καθηγητές

της δημοσιογραφίας παρόλο που δεν διέθεταν τα κατάλληλα εργαλεία μπήκαν στο χώρο του Πανεπιστημίου και τα πρώτα βιβλία δεοντολογίας της δημοσιογραφίας εμφανίστηκαν γύρω στο 1920. Η δεοντολογία της δημοσιογραφίας ήταν το πρώτο βιβλίο που εκδόθηκε το 1924 και γράφτηκε από τον Nelson Crawford. Στο βιβλίο τονίζονταν η έννοια της κοινωνικής ευθύνης της δημοσιογραφίας. Έτσι αυτή η δημόσια πτυχή της δημοσιογραφίας καθιερώθηκε σχετικά νωρίς.

Στη συνέχεια η αρχή της αντικειμενικότητας ήρθε να κυριαρχήσει στη δημοσιογραφική λογική. Η δεοντολογία της δημοσιογραφίας απαντούσε σε θέματα όπως ακρίβεια, προκατάληψη ιδιωτικότητα. Η αντικειμενικότητα ως επαγγελματική πρακτική παγιώθηκε μέσα από το σύστημα κοινωνικοποίησης του δημοσιογραφικού χώρου και αφού κατέστη κυρίαρχη επαγγελματική ιδεολογία απέκτησε κανονιστική δύναμη. Με λίγα λόγια κατέστη μηχανισμός αξιολόγησης της δημοσιογραφικής παραγωγής ακόμα και σε χώρες που τα στοιχεία του συστήματος πολιτικής επικοινωνίας δεν ευνοούσαν την εφαρμογή της.

Η τρίτη περίοδος έντονου ενδιαφέροντος για το ήθος τη δημοσιογραφία ξεκίνησε γύρω στο 1980 και συνεχίζει μέχρι σήμερα.

Η δημοσιογραφική δεοντολογία ανθεί στην παγκόσμια σκηνή όταν το 1980 εκδίδεται μία αμφιλεγόμενη αναφορά της UNESCO Many voices One world που είναι γνωστή ως Mc Bride report ( International commission of the study of communication problems). Την ίδια χρονιά το Hasting Center με σκοπό να τονίσει τη διδακτική ηθική στην τριτοβάθμια εκπαίδευση δημοσίευσε μία αναφορά για πώς θα διδάσκεται η δεοντολογία στα πανεπιστημιακά ιδρύματα δημοσιογραφίας.

### **3.3.B.Αντικειμενικότητας και Αμεροληψία**

Σύμφωνα με τον καθηγητή κ. Αθανάσιο Σαμαρά στο "Περί αντικειμενικότητας και αμεροληψίας στις ειδήσεις" η αντικειμενικότητα, όπως διαμορφώθηκε λειτουργικά μέσα από την αμερικανική και τη διεθνή εμπειρία περιλαμβάνει τα ακόλουθα στοιχεία:

1. Η είδηση πρέπει να περιέχει όσο το δυνατόν περισσότερο λεπτομερείς και ελέγξιμες πληροφορίες.
2. Η αρχή της αντικειμενικότητας προϋποθέτει ένα σαφή διαχωρισμό ανάμεσα στην παρουσίαση των γεγονότων και τον σχολιασμό τους.

3. Τα νέα πρέπει να δημοσιοποιούνται εγκαίρως και οι τελευταίες κάθε φορά εκδοχές ενός συμβάντος πρέπει επίσης να παρουσιάζονται.
4. Η οπτική του δημοσιογράφου πρέπει να είναι αμερόληπτη και να αποστασιοποιείται από τις συγκρουόμενες πλευρές. *Η αντικειμενική παρουσίαση προϋποθέτει παντελή έλλειψη προσωπικών κοινωνικών και πολιτικών ιδεοληψιών. (Mc Quail, 1992).*

Επειδή πολλά γεγονότα περιέχουν συγκρούσεις και είναι ανοιχτά σε εναλλακτικές ερμηνείες και εκτιμήσεις στη βάση της αντικειμενικότητας ως στοιχείο παρουσίας των ειδήσεων βρίσκεται η έννοια της αμεροληψίας.

Η αμεροληψία απαιτεί ισομέρεια στην επιλογή και τη χρήση των πηγών ώστε να αντανακλούν τις διαφορετικές απόψεις. Επίσης η αμεροληψία απαιτεί ουδετερότητα στην παρουσίαση των ειδήσεων, διάκριση των γεγονότων από τις προσωπικές απόψεις, αποφυγή αξιολογήσεων ή χρήση συναισθηματικής γλώσσας ή εικόνας. Έχοντας μιλήσει για την απόδοση αιτιότητας θα προσπαθήσουμε να αποφύγουμε ένα από τα κλασικά σφάλματα αναφερόμενοι στη μεροληψία. Πολλές φορές θεωρούμε ότι οποιαδήποτε αντίληψη που αποκλίνει από αυτή που εμείς έχουμε διαμορφώσει εκ των προτέρων για τον κόσμο, αποτελεί συνειδητή χειραγώγηση εκ μέρους των Μ.Μ.Ε. Παρόλα αυτά, μέρος όλων αυτών που θεωρούμε μεροληψία μπορεί να οφείλεται είτε σε αντίληψη του ακροατηρίου, είτε σε ασυνήθιστες μεροληψίες που προέρχονται από το μηχανισμό κατασκευής της ειδησεογραφίας. Για λόγους περαιτέρω διασαφήνισης θα παραθέσουμε την κατηγοριοποίηση των μεροληψιών που παρέχει ο Mc Quail στη βάση δύο αντιθετικών δίπολων.

Ανάλογα με το αν υπάρχει πρόθεση ή όχι. Το αν η μεροληψία είναι εμφανής ή κεκαλυμμένη. Καλύτερος τρόπος αντιμετώπισης των προλήψεων δεν είναι η αποφυγή αλλά η συστηματική διερεύνηση και η δημόσια καταγγελία.

Στη συνέχεια θα παραθέσουμε πίνακα μεροληψιών.

### **1. Μεροληψία δια της παράλειψης.**

Αποσιωπούνται γεγονότα και καταστάσεις που είναι εναντίον των απόψεων ή των συμφερόντων των Μ.Μ.Ε.

Ο βαθμός διερεύνησης αυτής της μεροληψίας εξαρτάται από ορισμένα δομικά χαρακτηριστικά του επικοινωνιακού συστήματος. Το πρώτο ατομικό στοιχείο είναι το

είδος της διαφοροποίησης του περιεχομένου που χαρακτηρίζει το ύφος του επικοινωνιακού συστήματος και το δεύτερο είναι ο βαθμός διείσδυσης του επιχειρηματικού κεφαλαίου στην ιδιοκτησία των Μ.Μ.Ε. καθώς και τη δύναμη που έχει για να επιβάλει τη δική του θεματολογία.

Υπάρχουν δύο ειδών διαφοροποίησης περιεχομένου των Μ.Μ.Ε., η οριζόντια και κάθετη.

- a. Οριζόντια διαφοροποίηση υπάρχει όταν κάθε εφημερίδα η τηλεοπτικός σταθμός παρουσιάζει τα γεγονότα από μία δεδομένη οπτική γωνία παράγοντας μία μεροληπτική αναπαράσταση της πραγματικότητας, ενώ το άθροισμα των Μ.Μ.Ε. παρουσιάζει όλες τις βασικές ιδεολογίες και τα ερμηνευτικά πλαίσια που διέπουν μία κοινωνία.
- b. Η κάθετη διαφοροποίηση αναφέρεται στην περίπτωση των Μ.Μ.Ε. που λειτουργούν με βάση την αρχή της αντικειμενικότητας και προσπαθούν να παρουσιάσουν εξίσου όλες τις απόψεις. Έτσι η επικοινωνιακή ροή είναι σε μεγάλο βαθμό ομογενοποιημένη.

## **2. Μεροληψία στην επιλογή των θεμάτων.**

Η δημοκρατία στηρίζεται στις επιλογές που κάνουμε και συχνά οι επιλογές που κάνουμε δημιουργούν συγκρούσεις. Μορφή μεροληψίας συνιστά η επιλογή θεμάτων που έχουν θετική αξιολόγηση και παράλληλα η αποσιώπηση άλλων που έχουν αρνητική αξιολόγηση σε μία από τις δύο πλευρές της δημόσιας σύγκρουσης.

## **3. Μεροληψία στη σειρά τοποθέτησης των θεμάτων.**

Η σειρά τοποθέτησης ενός γεγονότος σε ένα δελτίο ειδήσεων ή σε μία εφημερίδα είναι ενδεικτική τόσο της δημοσιογραφικής αξιολόγησης όσο και της αντίστοιχης επιρροής της στο ακροατήριο.

## **4. Μεροληψία δια της επιλογής ερμηνευτικού πλαισίου.**

Η εστίαση της ειδησεογραφίας σε μία και όχι σε μία άλλη πλευρά μπορεί να καθορίσει τον τρόπο με τον οποίο αυτό θα γίνει αντιληπτό καθώς και την επίδραση που θα έχει.

## **5. Μεροληψία δια της χρήσης ταμπελών.**

Η χρήση θετικών ή αρνητικών ταμπελών παίρνει τη μορφή τόσο της ονομασίας των φαινομένων όσο και της χρήσης επιθετικών χαρακτηρισμών. Και επειδή έτσι αντιλαμβανόμαστε τον κόσμο μέσα από τη γλώσσα, η χρήση συγκεκριμένων όρων ενεργοποιεί προϋπάρχουσες τυχόν μεροληψίες.

#### **6. Μεροληψία δια της πρότασης η καταδίκης συγκεκριμένων πολιτικών.**

Αυτό συμβαίνει όταν ένα άρθρο δεν αναφέρει απλά τα γεγονότα αλλά παράλληλα προτείνει την υιοθέτηση μιας συγκεκριμένης πολιτικής ή μιας συγκεκριμένης θέσης.

#### **7. Μεροληψία στην επιλογή των πηγών.**

Οι επιλογές αυτές καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τα όρια του διαλόγου που αναπτύσσεται σε μία κοινωνία.

### **3.3.Γ. Προκλήσεις στη Ψηφιακή Δημοσιογραφία.**

Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει σήμερα η δημοσιογραφία είναι πραγματικά πολύ μεγάλες. Μέσα σε αυτό, το ταχύτατα μεταβαλλόμενο περιβάλλον που αναπροσαρμόζεται διαρκώς στα νέα δεδομένα, θα πρέπει να σκεφτούμε εκ νέου τι σημαίνει το να είναι σήμερα κάποιος δημοσιογράφος αφού ο ίδιος και ο τρόπος εργασίας του έχει ριζικά μεταβληθεί. Αυτό δεν συνεπάγεται μόνο πολύ μεγαλύτερη εμπλοκή των δημοσιογράφων στα κοινωνικά μέσα, αλλά και απώλεια της αυτονομίας τους στις ψηφιακές αίθουσες σύνταξης όπου η έλλειψη προσωπικού έχει οδηγήσει σε εγκατάλειψη της εξειδίκευσης. Η λογική σήμερα υπαγορεύει συγκεκριμένα θέματα που συγκεντρώνουν την προτίμηση του κοινού και η γνώμη του δημοσιογράφου θεωρείται μικρότερης αξίας.

Σε τέτοιες συνθήκες έχει φανεί ότι και οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι εμφανίζουν πιθανότητα να αποκτήσουν και να διακινήσουν παραπλανητικές πληροφορίες, οι οποίες μάλιστα είναι πιο πιθανό, λόγω του ότι παρουσιάζονται με τη μορφή δημοσιογραφικού περιεχομένου, να γίνουν αντιληπτές ως αληθινές από τους παραλήπτες. (Ireton & Posetti 2018, Himma Kadakas 2017).

Η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες και στα μέσα ενημέρωσης είναι υψίστης σημασίας και αυτό για διάφορους λόγους. Κυρίως γιατί οι άνθρωποι αισθάνονται ανεπαρκείς για το τι πρέπει να πιστέψουν και το τι όχι. Δύο έρευνες, μία στις Ηνωμένες Πολιτείες (Barthel, Mitchell & Holcomb 2016) και άλλη από τη Σουηδία (Ahlin & Benzler

2017) έδειξαν ότι αντίστοιχα το 88% και το 76% των ερωτηθέντων τους δημιουργούσαν σύγχυση σχετικά με τα βασικά γεγονότα. Αν οι άνθρωποι εμφανίζονται ανίκανοι να διαφοροποιηθούν για το αν ένα γεγονός είναι αληθές ή ψευδές τότε αυτό γίνεται ακόμα πιο δύσκολο κατά τη εκλογική περίοδο που θα πρέπει να λάβουν μία σημαντική απόφαση. Αυτή η φθίνουσα εμπιστοσύνη στα μέσα ενημέρωσης θα μπορούσε να θεωρηθεί άλλη μία αιτία αλλά και συνέπεια των ψεύτικων ειδήσεων που κερδίζουν όλο και περισσότερο χώρο. (Allcot & Gentzkow 2017 σελ.215.) Σύμφωνα με το Reuters Digital News Report, η εμπιστοσύνη στις ειδήσεις ποικίλλει έντονα μεταξύ των χωρών. Στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής τα ποσοστά είναι από τα χαμηλότερα ενώ σε χώρες όπως η Σουηδία και η Νορβηγία δείχνει να έχει περισσότερο εμπιστοσύνη στις ειδήσεις.

Όπως ήδη πολλές φορές αναφέραμε ως τώρα οι ψευδείς ειδήσεις που εμφανίζονται ως αληθείς δεν είναι μόνο πρόβλημα για τα ίδια τα άτομα αλλά υπονομεύουν τη νομιμότητα και την αξιοπιστία της δημοσιογραφίας.

Αυτό καθιστά τον όρο οξύμωρο όταν κάποιος περιμένει οι ειδήσεις να παρέχουν ανεξάρτητες αξιόπιστες και ακριβείς πληροφορίες.

Στην εποχή όπου τα δεδομένα, η διαχείριση και η αξιοποίησή τους παίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο, η ερευνητική δημοσιογραφία συναντά μία ιστορική πρόκληση: να αναπροσαρμόσει τον τρόπο άσκησής της.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**

### **4.1. Πολυτροπικότητα στο περιβάλλον των παραποιημένων ειδήσεων.**

Κάνοντας λοιπόν μία πρώτη ανάλυση στο περιβάλλον δημιουργίας των παραποιημένων ειδήσεων καταλαβαίνουμε γιατί προσπαθούμε να ισορροπήσουμε πάνω σε μία λεπτή κόκκινη γραμμή μεταξύ αυτού που είναι και αυτού που μοιάζει να είναι πραγματικότητα.

Γιατί αν συνοπτικά συμπεριλάβουμε όλα όσα αναφέραμε από τον πολιτικό ανταγωνισμό, την προπαγάνδα και τις κάθε είδους πολιτικές παρεμβάσεις, από τη σύγκρουση συμφερόντων, την πλήρη κυριαρχία του εμπορικού μοντέλου επικοινωνίας, από τους νέους κανόνες της ψηφιακής οικονομίας, τις νέες τεχνολογίες



στα μέσα δικτύωσης, τις προκλήσεις και τα δημοσιογραφικά αδιέξοδα μέχρι τις εγγενείς μεροληψίες και την προσφυγή στα στερεότυπα και τις προκαταλήψεις, όλα πραγματικά οδηγούν στην αναπαραγωγή και έξαρση της δημιουργίας των παραποιημένων ειδήσεων.

Και όλα αυτά μέσα σε ένα πλαίσιο παγκόσμιας αλληλεπίδρασης, εντεινόμενων ανταγωνισμών και πολιτιστικής πόλωσης σε μία νέα εποχή κυριαρχίας της ενημέρωσης στην επικοινωνία, όπου και οι παίκτες έχουν αλλάξει και τα μέσα επικοινωνίας φαίνεται να πειθαρχούν σε πολιτικά και οικονομικά κατεστημένα μέσα σε ένα πολυτροπικό περιβάλλον που συνεχώς εμπλουτίζεται και μεταλλάσσεται.

Ένα περιβάλλον που η κατανόηση του προϋποθέτει μία περισσότερο πολύπλοκη διαδικασία πρόσληψης και αποκωδικοποίησης, διαφοροποίησης και κατανόησης της παραποίησης από την αληθινή υπόσταση αυτού που παρουσιάζεται, αφού εδώ έχουμε να κάνουμε με ένα πλέγμα σημειοτικών κωδίκων.

Αυτό σημαίνει ότι ο καθένας από εμάς που προσλαμβάνει το κάθε μήνυμα θα πρέπει να δει χωριστά τα στοιχεία του, τις λεκτικές πληροφορίες, τις εικόνες, τα σχέδια, τις φωτογραφίες, να αποκωδικοποιήσει τον κάθε σημειωτικό τρόπο, στη συνέχεια να τα ανασυνθέσει όλα και να τα κατανοήσει σαν συνεκτική ενότητα. Παράλληλα να λειτουργήσει κριτικά απέναντι στις προθέσεις του δημιουργού.

Σαν ερευνητές θα πρέπει να μελετήσουμε τρία πράγματα. Πρώτο τί μεταφέρει το κάθε μήνυμα, δεύτερο, τη σχέση του με την πραγματικότητα και τρίτο τον τρόπο πρόσληψής του.

Η συζήτηση θα επικεντρωθεί στο αν, κατά πόσο και τον τρόπο που το κάθε πολυτροπικό μέσο αντανakλά η διαστρεβλώνει, αναπαριστά η κατασκευάζει την πραγματικότητα, ποιά εκδοχή της πραγματικότητας πριμοδοτεί, τι επίδραση ασκεί αυτή η προτεινόμενη εκδοχή και πώς προσλαμβάνεται αυτή η αναπαράσταση από διαφορετικές κατηγορίες κοινού.

Κατά γενική παραδοχή, το κάθε μέσο διαμεσολαβεί μεταξύ της προσωπικής εμπειρίας, της αντίληψης που έχουμε για τον κόσμο γύρω μας και της πραγματικότητας. Αυτός ο διαμεσολαβητικός ρόλος γίνεται διαφορετικά αντιληπτός ως προς το είδος και το βαθμό αλλά και προς την ίδια την έννοια της διαμεσολάβησης. Όπως λέει ο Gerbner (1998a σελ.425):

*Η πραγματικότητα δεν είναι παρά μία αφήγηση. Δεν ισχυρίζομαι ότι δεν υπάρχουν γεγονότα αυτόνομα, πέρα από την ανθρώπινη συνείδηση. Κάθε άλλο. Όμως πιστεύω ότι τα γεγονότα των οποίων έχουμε συνείδηση προκύπτουν από τις αφηγήσεις μας για αυτά.* Σύμφωνα με τον Mc Quail (1997, σελίδα 119 120) το κάθε μέσο επικοινωνίας εκλαμβάνει το περιεχόμενο του μηνύματος είτε θετικά, ως αποκαλυπτικό της αλήθειας, είτε αρνητικά, ως συνειδητή και σκόπιμη διαστρέβλωση η απόκρυψη της αντικειμενικής πραγματικότητας. Κατά την ταξινόμηση του Mc Quail στη θετική τους εκδοχή τα μέσα αποτελούν παράθυρο στα γεγονότα και στην εμπειρία και μας καθιστούν ικανούς να γνωρίσουμε τους εαυτούς μας χωρίς απόκλιση η παρέμβαση. Αντίθετα, στην αρνητική τους εκδοχή, τα μέσα, μας αποκόπτουν από την πραγματικότητα, εξασφαλίζοντας μας μία λανθασμένη θέση του κόσμου είτε μέσω της αποφυγής, είτε μέσω της συνειδητής απόκρυψης της πραγματικότητας. Αυτό που συνιστά μετασχηματιστική δύναμη των τρόπων πρόσληψης της κοινωνικής πραγματικότητας είναι η ιδεολογία και ο ιδεολογικός ρόλος του κάθε πολυτροπικού μέσου και συνίσταται στο ότι κατασκευάζει και μεταδίδει κατηγορίες βάση των οποίων οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και βιώνουν τις σχέσεις τους. **Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση οι καθημερινές τεχνικές παραγωγής των πολυτροπικών μέσων δεν μπορεί παρά να είναι μία ιδιαίτερα σημειωτικά οργανωμένη διαδικασία κατασκευής της πραγματικότητας.**

Όπως υπογραμμίζει χαρακτηριστικά ο Hall: *ο κόσμος πρέπει να κατασκευαστεί για να παράγει νόημα.* (1982 ελληνική μετάφραση 1988, σελ 108). Αυτό συνεπάγεται ότι η διαδικασία της σημασιοδότησης, δηλαδή ο τρόπος που δίνουμε νόημα στα γεγονότα δεν είναι ουδέτερος. Αποτελεί ενεργητική διαδικασία και είναι η υλική δύναμη που προσδιορίζει και διαμορφώνει τα ίδια τα γεγονότα, τα σηματοδοτεί και κατά συνέπεια εντάσσεται με άμεσο τρόπο στον χώρο της ιδεολογίας. Το περιεχόμενο του κάθε μέσου παρέχει το πλαίσιο πρόσληψης της πραγματικότητας, το πλαίσιο αξιών πεποιθήσεων και ιδεών για το πώς πρέπει να είναι τα πράγματα και ο κόσμος γύρω μας και ταυτόχρονα δημιουργεί μία συνεκτική εικόνα για αυτή την πραγματικότητα.

Αυτό σημαίνει ότι τα μέσα δεν δημιουργούν απλώς μία συνεκτική εικόνα για την πραγματικότητα αλλά περισσότερο μία οπτική που εκχέεται από τις υπάρχουσες δομές εξουσίας και ταυτόχρονα συντελεί στην αναπαραγωγή τους. Με αυτή την έννοια *η αλήθεια και η πραγματικότητα δεν συνιστούν αντικειμενικά απόλυτα στα*

*όποια μπορεί κάποιος να καταφύγει αλλά προκείμενες που διαμορφώνονται και χρησιμοποιούνται από συγκεκριμένες ανταγωνιζόμενες ομάδες. (1988 σελ. 21)*

Γιατί στην ουσία αυτός που παράγει το μήνυμα συνενώνει επιλογές σε ένα κομμάτι πολύπλοκης οπτικής σκέψης, παράλληλα συγχωνεύει το γνωστικό έργο με τα συναισθήματα σε μία ενεργή διαδικασία επίλυσης προβλημάτων που συνδέονται και με τη ταυτότητα και την υποκειμενικότητα αυτού που προσλαμβάνει τα σημεία. Και αυτά τα σημεία που μπορεί να έχουν επινοηθεί, να αποτελούν προϊόν μυθοπλασίας ακόμη και να έχουν αναμιχθεί με τα πραγματικά γεγονότα.

Όπως υποστηρίζει ο Hall (1981a, σ.237-239), οι παραγωγοί των ειδήσεων, για παράδειγμα, εκφράζονται με τη βοήθεια ενός ευρετηρίου θεμάτων το οποίο εκ πρώτης όψεως φαίνεται εκτεταμένο αλλά τελικά περιορίζεται από το ευρετήριο της κυρίαρχης ιδεολογίας, τις παραδοχές κοινής λογικής και τους καταναγκασμούς του μέσου. Ο δημοσιογράφος, ως σύγχρονος myth maker – bricoleur (ο πρωτόγονος παραμυθός του Lévi-Strauss, 1977, σ. 116) θα πάρει υπολείμματα της κουλτούρας, θα τα συνδυάσει, για να κατασκευάσει τη νέα πραγματικότητα. Θα αναμειξεί ίχνη από παλαιότερες εννοιοδοτήσεις που έχουν καταλήξει στην κοινή λογική, θα το πειράξει, θα προσθέσει, θα αφαιρέσει, θα αλλάξει το ερμηνευτικό πλαίσιο ώσπου να το οριοθετήσει εκεί που θέλει.

Η όλη διαδικασία μετασχηματισμού λειτουργεί στο πλαίσιο των συγκεκριμένων αξιών και πεποιθήσεων αυτού που κάθε φορά θέλει να επιβάλει τη συγκεκριμένη ιδεολογία.

Έτσι μέσα από κάθε πολυτροπικό μέσο ο λόγος κατασκευάζει την πραγματικότητα τόσο με αυτά που λέει όσο και με αυτά που δεν λέει, τόσο με τις θεμαγραφικές η σελιδοποιητικές επιλογές, όσο και μέσω του γλωσσικού ιδιώματος και των κατά περίπτωση επεμβάσεων που κάθε φορά επιλέγει να κάνει και γενικά χρησιμοποιώντας όλες τις τεχνικές σύνδεσης και αποσύνδεσης από την πραγματικότητα.

Έτσι λειτουργεί με τρόπο περιοριστικό όχι μόνο προτείνοντας το πλαίσιο κατανόησης αλλά εμπεριέχοντας τις κατευθυντήριες γραμμές και κατά κάποιο τρόπο επιβάλει τον **ορθό, το νόμιμο τρόπο ερμηνείας.**

Ήδη αναφερθήκαμε στους δημοσιογραφικούς κώδικες και τις θεμαγραφικές επιλογές. Θα πρέπει να πρέπει επίσης να δώσουμε ιδιαίτερη προσοχή στη μορφή που θα χρησιμοποιηθεί σε κάθε πολυτροπικό μέσο, τις αισθητικές, εικονιστικές επιλογές, την εικονογράφηση. Πρέπει να παρατηρήσουμε πως το κάθε στοιχείο συνδέεται η

αποσυνδέεται από τα άλλα μέσω μηχανισμών εικονιστικής πλαισίωσης, κενού χώρου ανάμεσα στα στοιχεία, συνέχεια χρώματος ή σχήματος ή αντίθετα πώς είναι οπτικά συνδεδεμένο μέσω απουσίας μηχανισμών πλαισίωσης, μέσω των ανυσμάτων ή συνεχειών χρώματος.

Τα σκηνικά, οι επιλογές συγκεκριμένων πλάνων και η απόρριψη άλλων, η γωνία λήψης, το μοντάζ, ο φωτισμός.

Ο βαθμός προβολής ενός συγκεκριμένου στοιχείου, λόγω του μεγέθους της θέσης, του χρώματος, της τονικής του αξίας, της σαφήνειας ή ευκρίνειας του μεταξύ άλλων χαρακτηριστικών. Ο τόπος, ο χώρος που θα επιλεγεί και κυρίως η αφηγηματική δομή. Ποιός συναισθηματικός κώδικας θα χρησιμοποιηθεί κατά την αφήγηση. Ο παρουσιαστής, τα χαρακτηριστικά του, το ηχόχρωμα της φωνής. Η εμπλοκή επίσης του σκηνοθέτη αποτελεί καθοριστικής σημασίας παράγοντα, η προσωπική του ματιά και ότι αυτός κουβαλάει, τα πιστεύω του, οι επιλογές του, το περιβάλλον του.

Όλα αυτά φαίνεται να ενσωματώνονται σε μια καλά ενορχηστρωμένη πολύπλοκη διαδικασία που μόνο απλή δεν μπορεί να χαρακτηριστεί αφού οι παράγοντες που εμπλέκονται είναι πολλοί και συνέχεια μεταβαλλόμενοι.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

### Παραποιημένες ειδήσεις στον πόλεμο της Συρίας

#### 5.1 Το παιχνίδι της επικοινωνίας που χάθηκε

Αν λοιπόν σύμφωνα με τον Hall (1982 ελληνική μετάφραση 1988 σελ 108) ο κόσμος πρέπει να κατασκευαστεί για να παράγει νόημα, και εάν οι συνθήκες παραγωγής μηνυμάτων επικοινωνίας δεν είναι παρά μία ιδιαίτερα σημειωτικά οργανωμένη διαδικασία κατασκευής της πραγματικότητας τότε το έργο το έχουμε δει πολλές φορές να παίζεται με παραλλαγές, στον Κόλπο, στην Ουκρανία, στην Λατινική Αμερική. Το σενάριο επαναλαμβάνεται στη Συρία και φαίνεται να κόβει πολλά εισιτήρια. Εκεί που μετά από εννέα χρόνια αιματηρών εμφυλίων πολέμων με πάνω

από μισό εκατομμύριο νεκρούς και τέσσερα εκατομμύρια πρόσφυγες, ο πόλεμος της προπαγάνδας, οι μύθοι και οι αλήθειες, η παραποίηση της πραγματικότητας, οι κατασκευασμένες ιστορίες έχουν σημειώσει από το 2011 έως σήμερα τις σημαντικότερες νίκες στο μέτωπο της παραπληροφόρησης της διεθνούς γνώμης. Εκεί που πραγματικά χάθηκε το παιχνίδι της ενημέρωσης.

Εκεί που ισχυρά συμφέροντα συγκρούονται, σε μία εποχή ανταγωνισμού σε όλα, με διακύβευμα την παγκόσμια κυριαρχία στις αγορές, στις σφαίρες επιρροής, στους πλουτοπαραγωγικούς πόρους, στους δρόμους ενέργειας ανάμεσα στα κράτη.

Εκεί που η αλήθεια δεν επαληθεύεται από την πηγή, η οποία μπορεί να είναι στρατευμένη σε πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα κρατών, πολιτικών, ιδεολογικών και θρησκευτικών ομάδων και οι πληροφορίες που προέρχονται από την κάθε εμπόλεμη πλευρά είναι εντελώς διαφορετικές.

Σε εμπόλεμες συγκρούσεις πάντα παράλληλα με το πραγματικό πόλεμο υπάρχει και ο πόλεμος της ενημέρωσης. Μόνο που στη Συρία ο πόλεμος της ενημέρωσης αποκτά νέα χαρακτηριστικά λόγω της εξάπλωσης και διείσδυσης τόσο των κοινωνικών δικτύων όσο και των άπειρων δυνατοτήτων παραποίησης μέσω της χρήσης πολλαπλών σημειοτικών τρόπων. Έτσι κατά την αφήγηση της ιστορίας του πολέμου η αναπαράσταση της πραγματικότητας έχει χάσει κατά πολύ τη δυναμική της.

Όπως έγραφε ο Noam Chomsky χρειάστηκαν πολλά χρόνια για να ξαναγραφεί η ιστορία του Βιετνάμ και για να καταλάβουν οι άνθρωποι τι πραγματικά συνέβη εκεί. Έπρεπε να επανεξεταστούν οι πολιτικές θέσεις, τα δημοσιεύματα, οι αναλύσεις, οι συνεντεύξεις των βετεράνων, να αξιολογηθεί το αντιπολεμικό κίνημα, να ακουστεί η φωνή των Νοτιοβιετναμέζων. Και αυτό βέβαια πήρε πολύ χρόνο.

Στη Συρία όμως η αναπαράσταση της πραγματικότητας του πολέμου δεν υφίσταται. Η ιστορία ξαναγράφεται την επόμενη μέρα μέσα από ένα νέο δημοσίευμα που ανατρέπει το παλιό, πολλές φορές ακόμα και μέσα στην ίδια μέρα καθώς έρχεται ένα άλλο μέσο ενημέρωσης με την ίδια δύναμη να αμφισβητήσει την πρώτη ιστορία.

Σαν να στερούμαστε μνήμης και λογικής, τα Μ.Μ.Ε. μας βομβαρδίζουν σε έναν ανελέητο πόλεμο προπαγάνδας «για μία επανάσταση που πνίγηκε στο αίμα». Μια συνεχής ροή από βίντεο που αναρτώνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καταγγελίες εκατέρωθεν για χημικές επιθέσεις, ύπαρξη ή όχι χημικών εργοστασίων,

αντικρουόμενες πληροφορίες από εμπειρογνώμονες, τι πραγματικά συνέβη στο Χαλέπι, στη Ντούμα, φωτογραφίες μικρών παιδιών που κατακλύζουν το διαδίκτυο, mail των WikiLeaks που καταγγέλλουν παραποίηση στοιχείων, βίντεο με τρομοκράτες που εμφανίζονται ως θύματα του καθεστώτος. Υπάρχουν τόσες πολλές πραγματικότητες οι οποίες συγκρούονται καθημερινά και δεν ξέρουμε τι πρέπει να πιστέψουμε ανάλογα με το μέσο που έχουμε επιλέξει να ενημερωθούμε.

Πού βρίσκεται πραγματικά η αλήθεια μέσα σε όλα αυτά; Γιατί η αλήθεια υπάρχει, το ανθρωπιστικό πρόβλημα υφίσταται, μόνο που χάνεται κάτω από κατασκευασμένες ειδήσεις. Και παράλληλα δίπλα στο πρόβλημα της υπερβολικής ενημέρωσης υπάρχει και το θέμα του κενού ενημέρωσης από την πλευρά των αντικαθεστωτικών και του ισλαμικού κράτους που ήρθε ως αποτέλεσμα μιας μακράς περιόδου εχθρικής στάσης απέναντι στο διεθνή τύπο - αρκεί να θυμηθεί κάποιος τις on camera εκτελέσεις δημοσιογράφων και τις απαγωγές - και αποτελεί ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά στο πόλεμο της Συρίας.

Το γεγονός αυτό δημιούργησε τις προϋποθέσεις ώστε το Ισλαμικό Κράτος η Al Nursa (παρακλάδι της Αλ-Κάιντα) και οι οργανώσεις της μετριοπαθούς αντιπολίτευσης να ελέγχουν την πληροφορία που βγαίνει από περιοχές που κατέχουν. Δεν είναι τυχαίο ότι στο Ανατολικό Χαλέπι όπου γίνονταν οι τελευταίες μάχες για την ανακατάληψη της πόλης δεν υπήρχαν ξένοι δημοσιογράφοι. Αντίθετα υπήρχαν δεκάδες ανεξάρτητοι ακτιβιστές οι οποίοι δρούσαν εντελώς ελεύθερα και τροφοδοτούσαν με ειδήσεις στη Δύση κυρίως μέσω του Συριακού Παρατηρητηρίου για τα ανθρώπινα δικαιώματα.

Μπορεί κάποιος να πει ότι οι ειδήσεις που μετέδιδαν ήταν ψευδείς; Μπορεί κάποιος να πει ότι οι ειδήσεις που μετέδιδαν ήταν αληθείς;

Το Συριακό Παρατηρητήριο ανθρωπίνων δικαιωμάτων είναι στην ουσία ένα γραφείο στο Κόβεντρι της Βρετανίας που λειτουργεί με ένα άτομο και με τέσσερις συνεργάτες στη Συρία που συλλέγουν πληροφορίες από 200 και πλέον ακτιβιστές. Άλλη οργάνωση που διαχέει πληροφορίες είναι τα Λευκά Κράνη, ανθρωπιστική οργάνωση διάσωσης. Αναφορές επίσης προέρχονται από την Συροαμερικανική Ιατρική κοινότητα ή SAMS. Η οργάνωση αυτή μαζί με τα Λευκά κράνη έχουν αποτελέσει πεδίο σφοδρής αντιπαράθεσης των Μ.Μ.Ε. της Δύσης και εκείνων της Ρωσίας. Την SAMS επικαλούνται συχνά-πυκνά η Washington Post, οι New York Times, το CNN αλλά και πολλοί δυτικοί δημοσιογραφικοί οργανισμοί.

Η λίστα του δικτύου ενημέρωσης περιλαμβάνει ακόμα ανθρώπους που λειτουργούν κάτω από τον έλεγχο αντικαθεστωτικών ακόμα και ακραίων ισλαμικών ομάδων που συνδέονται με την Αλ Κάιντα. Τέλος υπάρχουν εκατοντάδες ακτιβιστές που αναρτούν στο διαδίκτυο πληροφορίες, βίντεο και φωτογραφίες από περιοχές της Συρίας που βρίσκονται ή υποτίθεται ότι βρίσκονται στην καρδιά της Συρίας.

Τα φιλικά δε προς την κυβέρνηση Άσαντ μέσα, μπορούν πιο εύκολα να ελεγχθούν αφού στις περιοχές τους έχει πρόσβαση ο δυτικός τύπος. Από την άλλη πλευρά έχουν το πλεονέκτημα ότι το Russia Today, μέσο με μεγάλη απήχηση στο εξωτερικό, είναι ουσιαστικά και η φωνή της Συριακής Κυβέρνησης. Αν κάνει κάποιος μία αναζήτηση στο Google θα βρει δεκάδες άρθρα του Russia Today να κάνουν λόγο για ψευδείς ειδήσεις από τον δυτικό τύπο αλλά ταυτόχρονα θα βρει και ιστοσελίδες για παραποιημένα άρθρα του Russia Today.

Άλλωστε ο Αισχύλος το έχει πει εδώ και πολλά χρόνια. Το πρώτο θύμα στον πόλεμο είναι η αλήθεια. Στη περίπτωση της Συρίας ανατρέπονται ακόμα και οι παραδοσιακοί νόμοι. Το παραποιημένο υλικό που διακινείται είναι τόσο μεγάλο που χάνεται η επικοινωνία. Βίντεο, φωτογραφίες, ρεπορτάζ, ταινίες ντοκιμαντέρ έρχονται στο φως καθημερινά και ανατρέπουν ότι γνώριζες μέχρι εκείνη τη στιγμή.

Και ενώ οι παραδοσιακές πρακτικές επικοινωνιακής στρατηγικής διατηρούν την επιρροή τους, από την άλλη παρατηρούμε νέους κόμβους επικοινωνίας να αναδύονται και να καινοτομούν χρησιμοποιώντας μεθόδους που είναι συμβατές με τις λογικές των νέων μέσων. Τα νέα μέσα επικοινωνίας και κυρίως τα κοινωνικά δίκτυα γίνονται μέρος της γενικότερης πολεμικής στρατηγικής χρησιμοποιώντας όλες τις επικοινωνιακές τεχνικές διάδοσης της πληροφορίας στις οποίες έχουμε ήδη αναλύσει.

## **5.2 Η μυστική παρέμβαση της Μεγάλης Βρετανίας**

### **Ιστορική διαδρομή –επίτευξη στόχου μέσω στρατηγικής επικοινωνίας**

Ας δούμε όμως λίγο τα πράγματα με τη σειρά. [Τα στοιχεία έχουν ληφθεί από την έκθεση ISC (International State Crime Initiative) Ιούλιος 2018, το κανάλι CNN Greece, το Ελληνικό Ινστιτούτο Στρατηγικών Μελετών. (ΕΛΙΣΜΕ)]

Στα χρόνια πριν από την εξέγερση του 2011, ένα ευρύ φάσμα τεκμηριωμένων αποδεικτικών στοιχείων, αναφέρει ότι η Δύση επεδίωξε ενεργά ευθυγράμμιση με τον Άσαντ στη Συρία. Αυτή αφορούσε όχι σε αποσταθεροποίηση του καθεστώτος αλλά σε μεταρρύθμιση συμπεριφοράς.

Η Δύση είχε δύο βασικά συμφέροντα. Πρώτον την απομάκρυνση της Συρίας από τη γεωπολιτική τροχαία του Ιράν και της Ρωσίας και δεύτερον να χρησιμοποιήσει τη Συρία ως σταθμό μεταφόρτωσης ενέργειας για την προμήθεια περιφερειακού πετρελαίου και φυσικού αερίου στην Ευρώπη. Βασικά το State Department και οι ευρωπαίοι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής επιθυμούσαν να δουν την υλοποίηση ενός αγωγού που θα επέτρεπε στη Συρία να μεταφέρει από το πεδίο του Άκκα στο Ιράκ φυσικό αέριο μέσω της Τουρκίας στις ευρωπαϊκές αγορές με στόχο να απομακρυνθεί η εξάρτηση της Ευρώπης από το ρωσικό πετρέλαιο και φυσικό αέριο.

Αφού ο κόσμος είχε ήδη γνωρίσει τις επαναστάσεις στην Τυνησία, την Αίγυπτο και τη Λιβύη τι πιο εύκολο για τη Δύση να πουλήσει ένα τέταρτο πεδίο επιχειρήσεων.

Τον ρόλο αυτό τον ανέλαβε η Μεγάλη Βρετανία. Ενώ το Ηνωμένο Βασίλειο δεν είναι πλέον στο παιχνίδι, το 2018 ο δημοσιογράφος Ian Cobain δημοσίευσε στο Middle East Eye μία σειρά εγγράφων που δείχνουν πώς ξεκίνησε η πρωτοβουλία στρατηγικής επικοινωνίας το 2012 και επιταχύνθηκε το επόμενο έτος, λίγο μετά την άρνηση του Βρετανικού κοινοβουλίου να εγκρίνει Βρετανική στρατιωτική δράση στη Συρία. Βασιζόμενη σε βρετανική αμερικανική, καναδική χρηματοδότηση εγκρίθηκαν γραφεία στην Κωνσταντινούπολη και στο Αμμάν που προσέλαβαν μέλη της συριακής διασποράς που με τη σειρά τους στρατολόγησαν πολίτες δημοσιογράφους εντός της Συρίας. Παράγοντας τηλεοπτικά πλάνα, ραδιοφωνικά προγράμματα, αφίσες, περιοδικά ακόμη και παιδικά κόμικς, αυτοί οι δημοσιογράφοι που ανήκαν σε εταιρείες επικοινωνιών που εργάζονται βάσει σύμβασης με τη βρετανική κυβέρνηση, προσπάθησαν να υπονομεύσουν τόσο τη κυβέρνηση Άσαντ όσο και την ομάδα του ισλαμικού Κράτους και να ενισχύσουν στοιχεία εντός της συριακής αντιπολίτευσης. Σύμφωνα με τα έγγραφα του Ian Cobain, οι υπεργολάβοι της M16 εκπαίδευσαν επίσης εκπροσώπους της συριακής αντιπολίτευσης, ανέπτυξαν λογαριασμούς σε κοινωνικά δίκτυα και οργάνωσαν γραφεία τύπου που λειτουργούσαν 24 ώρες την ημέρα. Τα γραφεία τύπου αποσκοπούσαν στη σύνδεση των εκπροσώπων της



συριακής αντιπολίτευσης με τους δυτικούς δημοσιογράφους τους και την ενημέρωσή τους πριν από τις συνεντεύξεις. Με αυτό τον τρόπο ο δυτικός τύπος πίστευε με καλή πίστη ότι έπαιρνε τις πληροφορίες του από ανεξάρτητες πηγές και με χαμηλό κόστος.

Η επικοινωνιακή διαδικασία που στήθηκε προσπάθησε να πείσει τη διεθνή κοινή γνώμη να υποστηρίξει τη χρήση στρατιωτικών δυνάμεων στην περιοχή για να στηριχτούν οι αντάρτες που μάχονταν για τη δημοκρατία στον εμφύλιο πόλεμο που είχε σκηνοθετηθεί. Όμως όταν το αρχικό σχέδιο απέτυχε γρήγορα, χρησιμοποιήθηκαν οι τρομοκρατικές ομάδες ως επιχείρημα για να σταλούν στρατεύματα στη Συρία. Οι συγκρούσεις κλιμακώθηκαν, ο εμφύλιος σε λίγο έγινε περιφερειακή σύγκρουση, και στη συνέχεια εξελίσσεται σε μίνι παγκόσμιο πόλεμο με διαμάχη ισχύος μεταξύ των υπερδυνάμεων.

Επειδή όμως το ζητούμενο δεν είναι μία ανάλυση για τον πόλεμο στη Συρία-απλά ο στόχος ήταν να δοθεί το υφιστάμενο σκηνικό- θα εστιάσουμε τη μελέτη μας στην ανθρωπιστική οργάνωση “Λευκά Κράνη” που δρα στην περιοχή και παράλληλα αποτέλεσε σε πολλές περιπτώσεις πηγή ενημέρωσης για τη Δύση.

Όταν μέσα από τις νέες πύλες επικοινωνίας, τις τεχνολογικές πλατφόρμες, την αυξανόμενη χρήση πολύπλοκων αλγορίθμων, όταν δυνητικά όλοι μπορούν να παράγουν πληροφορία και να τη διαδίδουν σε μεγάλες ομάδες στο διαδίκτυο, όταν εμπλέκονται πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα υπερδυνάμεων, φυτεμένοι δημοσιογράφοι, πληρωμένοι πολεμικοί ανταποκριτές, φανατικοί πολεμιστές του διαδικτύου, όταν υπάρχει δυνατότητα μοντάζ, αλλαγής σκηνικών, τροποποιήσεις και παρουσιάσεις ενός συμβάντος που σε πραγματικό χρόνο συμβαίνει κάπου αλλού, όταν εκβιάζεται το συναίσθημα με παραποιημένες σκηνές ακρωτηριασμένων και νεκρών παιδιών τότε ναι, όλα συμβάλλουν για να έχεις την τέλεια συνταγή πλήρους αποπροσανατολισμού ή αυτό που θα χαρακτηρίσαμε παραποιημένες ειδήσεις μέσα σε ένα πολυτροπικό περιβάλλον.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

### Περίπτωση “Λευκά Κράνη” στον πόλεμο της Συρίας

#### 6.1. Οι ήρωες ή πως κατασκευάζεται μια εκδοχή της πραγματικότητας.

##### Συνδυασμός εμπρόθετης και μη εμπρόθετης επικοινωνίας

Όπως ήδη αναφέραμε όταν μελετούμε ένα γεγονός δεν ξεχνούμε ότι αυτό παράγει αίτια, τόσο σε επίπεδο μη εμπρόθετης επικοινωνίας, όσο και σε επίπεδο εμπρόθετης επικοινωνίας. Εδώ θα δούμε την **εμπρόθετη διάσταση** η οποία αφορά τη στρατηγική κινητοποίηση των ερμηνευτικών σχημάτων που χρησιμοποιήθηκαν με βάση το παίγνιο απόδοσης ευθυνών και το στήσιμο κατηγοριών εναντίον των αντιπάλων με λειτουργική πλαisiώση επηρεασμού της κοινής γνώμης. Παράλληλα σε ένα δεύτερο επίπεδο θα δούμε και την μη εμπρόθετη επικοινωνία που σύμφωνα με την κοινωνιολογικοψυχολογική διάσταση της γνωσιακής θεωρίας-στην οποία έχουμε ήδη αναφερθεί- οι παραπονημένες ειδήσεις βασίζονται στο σφάλμα επιβεβαίωσης, δηλαδή στη τάση των ανθρώπων να επιβεβαιώνουν τις πεποιθήσεις τους. Έτσι σε κάθε νέο συμβάν, το άτομο λειτουργεί επιβεβαιώνοντας τις εγγενείς μεροληψίες του βάση του κώδικα των προσωπικών του αξιακών συστημάτων.

Όπως λέει ο Ουμπέρτο Έκο *«Το σύνολο του πολιτισμού θα πρέπει να μελετηθεί σαν επικοινωνιακό φαινόμενο που στηρίζεται σε συστήματα σημασίας. Κάθε σύστημα σημασίας αποτελεί μία αυτόνομη σημειωτική κατασκευή και έχει έναν αφηρημένο τρόπο ύπαρξης ανεξάρτητα από την επικοινωνιακή πράξη που κλήθηκε αρχικά να πραγματώσει και τις επικοινωνιακές πράξεις που στη συνέχεια ενέπνευσε»* (1994, Θεωρία Σημειωτική).

Έτσι λοιπόν το έτος 2017, κατά την 89η τελετή απονομής των βραβείων της Αμερικανικής Ακαδημίας Κινηματογράφου, στην κατηγορία ντοκιμαντέρ μικρού μήκους, το Όσκαρ παίρνει το ντοκιμαντέρ «White Helmets» που αναφέρεται στα Λευκά Κράνη, μια Μ.Κ.Ο. οργάνωση που δρα στη Συρία, παραγωγής Netflix.

Τότε ο κόσμος μαθαίνει περισσότερα για την ανθρωπιστική αυτή οργάνωση όπου τα μέλη της διακινδυνεύοντας σε καθημερινή βάση τη ζωή τους αναζητούν και διασώζουν ανθρώπινες ζωές στον πόλεμο της Συρίας.

Το ντοκιμαντέρ παρακολουθεί τη ζωή τους καθώς εργάζονται για τη διάσωση επιζώντων από τα ερείπια της πόλης και παράλληλα παρουσιάζει το δίλημμα τους να φύγουν από τη χώρα τους ή να μείνουν και να παλέψουν για αυτό.

Το ντοκιμαντέρ μικρού μήκους του Netflix για τη συγκεκριμένη οργάνωση πήρε τεράστια δημοσιότητα. Προωθήθηκε ως η ιστορία των πραγματικών ηρώων και της ελπίδας μέσα στον πόλεμο. Τα Λευκά Κράνη θεωρούν τον εαυτό τους οργάνωση πολιτικής προστασίας και τα μέλη της ενεργούν κυρίως στις περιοχές που βρίσκονται υπό τον έλεγχο των αντικαθεστωτικών, στο Χαλέπι και το Ιντλίμπ. Η οργάνωση όπως ήδη προαναφέραμε αποτελεί και την πρωτογενή πηγή πολλών δημοσιογραφικών σταθμών και οργανώσεων ανθρωπίνων δικαιωμάτων για τα όσα συμβαίνουν στο πεδίο της μάχης, από τον αριθμό των τραυματιών έως το είδος των πυρομαχικών που χρησιμοποιούνται.

Τα Λευκά Κράνη θεωρείται ότι έχουν σώσει δεκάδες χιλιάδες ζωές, και οι εκτιμήσεις διαφέρουν αρκετά ανάλογα με την πηγή. Το ντοκιμαντέρ του Netflix μιλάει για 55.000, το State Department για 40.000, το Αλ Τζαζίρα περίπου για 24.000. Τα ίδια τα Λευκά Κράνη μιλούν για 60.000. Μάλιστα η οργάνωση προτάθηκε και για Νόμπελ λόγω του έργου της. Οι πιο εμβληματικές εικόνες του πολέμου στη Συρία είναι αυτές με τα Λευκά Κράνη να απεγκλωβίζουν κόσμο από κτίρια, βομβαρδισμένα από τον Άσαντ και τους Ρώσους.

Και όταν μιλάμε για εικόνες πρέπει πάντα να θυμόμαστε ότι *«η εικόνα είναι ο άξονας γύρω από τον οποίο αναπτύσσεται μία άλλη ιδεολογία, η εικονική ιδεολογία.»* (Γεώργιος Πλειός 2001)

Στη περίπτωση της ταινίας, ο θεατής παρατηρεί τα γεγονότα από απόσταση και ταυτόχρονα η συμμετοχή του ελέγχεται από τον λόγο της εικόνας. Το πιο σημαντικό γνώρισμα του λόγου της εικόνας και το οποίο επιτελεί θεμελιώδεις ιδεολογικές λειτουργίες είναι αυτό που αποκαλούμε ψευδοβίωμα. Κύριο χαρακτηριστικό του ψευδοβιώματος είναι η εξ αποστάσεως συμβολοποιητική συμμετοχή του τηλεθεατή στα διαδραματιζόμενα στην τηλεοπτική οθόνη κατασκευασμένα γεγονότα. (Πλειός Γιώργος-

2001). Ο θεατής προσαρμόζεται στο κόσμο της εικόνας που επιβάλλει τη δική της οπτική για τις κοινωνικές και πολιτικές σχέσεις, τις συγκρούσεις, τις κοινωνικές ανισότητες.

Είναι το σημείο μηδέν όπου η φαντασιακή ελευθερία του θεατή έχει εκμηδενιστεί, το ίδιο και η ορθολογική του αντίληψη και αξιολόγηση. Η πραγματικότητα μοιάζει ότι προϋπάρχει της αναπαράστασης της. Ο απλός παρατηρητής συνδέεται με τον ήρωα της εικόνας, συγκινείται, δακρύζει, ζει μια προσομοίωση όχι του ίδιου του γεγονότος αλλά της συμβολικής του αξίας.

*Όπως χαρακτηριστικά επισημαίνει ο Iser σε αυτό το πλαίσιο μόνο φαινομενικά, ανολοκλήρωτα σενάρια μένει στο κοινό να ολοκληρώσει. Η σημειωτική ελευθερία του κοινού μοιάζει να περιορίζεται δραστικά κάτω από το βάρος του έργου που καλείται να επιτελέσει σε καθημερινή βάση προκειμένου να κατανοήσει και να αποδομήσει ένα ευρύ σύνολο συμβάσεων που λειτουργούν έτσι ώστε η «πραγματικότητα» να μοιάζει ότι προϋπάρχει της αναπαράστασης της.*

*Ο Iser, χρησιμοποιεί την παρομοίωση του έναστρου ουρανού. Δύο άνθρωποι, που κοιτούν τα άστρα του, μπορούν να κάνουν άπειρους συνδυασμούς, διαγράφοντας υποθετικές γραμμές ανάμεσα τους και σχηματίζοντας ποικίλα και ανόμοια σχήματα.*

*Στα κείμενα των ΜΜΕ, ο ρόλος των διάφορων κατηγοριών κοινού στην παραγωγή του νοήματος θα μπορούσε περισσότερο να παρομοιαστεί με την προσποίηση της «σημειωτικής ελευθερίας» στο παιχνίδι-«γρίφο» με τις αριθμημένες κουκίδες, όπου ο ρόλος του παίκτη περιορίζεται στο να ενώσει τις κουκίδες σύμφωνα με την αριθμητική τους αλληλουχία σε μια συνεχή τεθλασμένη γραμμή προκειμένου να παραχθεί το σκίτσο που έχει ήδη προσχεδιάσει ο σκιτσογράφος. [Αναφέρεται στο Τζιόβας, 1987 σελ.243]*

Μήπως τελικά ο εκάστοτε θεατής παίζει το παιχνίδι γρίφο και απλά ενώνει κουκίδες για να παραχθεί αυτό που έχει ήδη προεπιλεγεί; Και ακόμη, αποδέχεται όλα τα γεγονότα ή επιλέγει να κρατήσει ότι συμφωνεί με το αξιακό του σύστημα;

## 6.2. Η άλλη πλευρά της ιστορίας.

Τελικά αυτή είναι η πραγματικότητα για τη δράση της οργάνωσης όπως παρουσιάστηκε μέσα από το ντοκιμαντέρ ή υπάρχει και μια δεύτερη αλήθεια;

Μήπως το ντοκιμαντέρ είναι κατασκευασμένο, κάποια στοιχεία έχουν επινοηθεί, αποτελούν προϊόν μυθοπλασίας και έχουν αναμιχθεί με τα πραγματικά γεγονότα;

[Τα στοιχεία που θα παραθέσουμε βασίζονται στο Ελληνικό Κέντρο Στρατιωτικών Μελετών].

Ας δούμε τι συμβαίνει με την οργάνωση αυτή. Η Οργάνωση Λευκά Κράνη, μια ΜΚΟ πολιτικής άμυνας, ιδρύθηκε τον Μάρτιο του 2013 στην Κωνσταντινούπολη, από τον πρώην Βρετανό Αξιωματικό James Le Mesurier, αντιπρόσωπο του Συριακού Εθνικού Συμβουλίου (SNC) και της Καταριανής Ερυθράς Ημισελήνου. Ο Mesurier υπηρέτησε σε διάφορες βρετανικές στρατιωτικές αποστολές και ιδιαίτερα στη Βοσνία, το Κοσσυφοπέδιο, το Ιράκ και τον Λίβανο. (American Herald Tribune 6/2/18).

Η οργάνωση Λευκά Κράνη αποτελείται από 3.400 μέλη. Είναι ισλαμική οργάνωση εθελοντών, που δραστηριοποιείται μόνο σε Ισλαμοκρατούμενες περιοχές στη Συρία. Το σύνθημά τους είναι «To Save a Life is to Save All Humanity». Αν και ισχυρίζονται ότι είναι ανεξάρτητοι οικονομικά και στηρίζονται στις δωρεές, εν τούτοις έχει αποδειχθεί ότι χρηματοδοτούνται τουλάχιστον με 100 εκατομμύρια δολάρια (65 από το Ηνωμένο Βασίλειο, 23 από ΗΠΑ, μέσω USAID και από Γαλλία και Ε.Ε.), όπως αποκαλύπτει σε άρθρο της η δημοσιογράφος Kalee Brown (Πηγή ΕΛΙΣΜΕ).

Σε ότι αφορά το ντοκιμαντέρ της Netflix, που κέρδισε το Όσκαρ, ήταν πέρα για πέρα παραποιημένο και κατασκευασμένο ολόκληρο από τα Λευκά Κράνη, η δε Netflix δεν τράβηξε ούτε μια σκηνή στην Συρία, αποκαλύπτει ο Patrick Henningsen, γεωπολιτικός αναλυτής στο 21st Century Wire. (Πηγή ΕΛΙΣΜΕ).

Η Eva Bartlett, Καναδή δημοσιογράφος και ακτιβίστρια, σε ομιλία της στα Ηνωμένα Έθνη, για το θέμα της Συρίας ήταν καταιγιστική και αποκαλυπτική σε ότι αφορά την δράση και τους σκοπούς της οργάνωσης. Ανέφερε πολλά παραδείγματα, όπου τα Λευκά Κράνη παρουσίαζαν ψεύτικες ειδήσεις, ρίψη χημικών, θανάτους και

«διασώσεις» μικρών παιδιών, όπου τα ίδια παιδιά φαίνεται να διασώζονται σε διαφορετικά βίντεο και σε διαφορετικά μέρη. Δηλαδή τα «Λευκά Κράνη» εκτός από «διασώστες» ήταν και «πρωταγωνιστές» σε πολλά βίντεο όπως στις αρχές του 2017 στο Χαλέπι, όπου οι Συριακές δυνάμεις απελευθέρωναν σταδιακά την πόλη.

Έτσι σχεδίαζαν και υλοποιούσαν εικονικές διασώσεις για τον επηρεασμό της Δυτικής κοινής γνώμης, με σκοπό την επίτευξη προσωρινής εκεχειρίας, για ανασύνταξη και ανεφοδιασμό των ομάδων της Al-Nusra σε όπλα, πυρομαχικά και μαχητές, ώστε να αποφευχθεί η κατάληψη του Χαλεπίου. Τα βίντεο αυτά αναπαράγονταν από όλα τα δυτικά ΜΜΕ. Έτσι είδαμε «νεκρά παιδιά» μέσα στα αίματα, που μετά ήταν ζωντανά και χαμογελαστά. Ή ένα κοριτσάκι να διασώζεται σε τρία διαφορετικά βίντεο.

## **When CNN uses the same girl**



**In 3 different Refugee Crisis pictures being saved by 3 different men**



Μια άλλη δημοσιογράφος, η Vanessa Beeley, αποκαλύπτει ότι τα Λευκά Κράνη όχι μόνο δεν είναι ουδέτεροι και άοπλοι, αλλά δρουν μόνο σε περιοχές που ελέγχουν οι οργανώσεις Al-Nusra Front ή ISIS και ότι ευρίσκονται υπό τον απόλυτο έλεγχο της πρώτης. Ακόμη αναφέρει ότι παρέχουν φαρμακευτικό υλικό, τρόφιμα και πολλά άλλα, σε ισλαμιστικές οργανώσεις. Η Vanessa Beele τους κατηγορεί ότι κινηματογραφούν αποκεφαλισμούς και εκτελέσεις Σύρων πολιτών και στρατιωτών και με το δίκτυο που διαθέτουν, το προωθούν για λόγους προπαγάνδας στα διεθνή ΜΜΕ και στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

Μάλιστα έχουν κυκλοφορήσει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης φωτογραφίες και βίντεο, όπου αποκαλύπτεται ότι τα Λευκά Κράνη διαθέτουν και στούντιο κινηματογράφησης, όπου εκεί γυρίζουν διάφορες σκληρές σκηνές «διάσωσης» ή σκηνές εικονικών θανάτων και διαμελισμένων ανθρώπων, με έμφαση στα μικρά παιδιά, γεγονός που αυξάνει τη συναισθηματική φόρτιση.



Για το ποιό είναι τα Λευκά Κράνη μπορεί ο καθένας μας να βρει στο διαδίκτυο άρθρα, φωτογραφίες και βίντεο για την «άλλη» δράση αυτών των «ηρώων».

Σε ότι αφορά τα τελευταία γεγονότα στην Συρία, με την φερόμενη ρίψη χημικών στην πόλη Ντούμα από τον Συριακό Αραβικό Στρατό, τα Λευκά Κράνη πρώτα πληροφόρησαν και έδωσαν και βίντεο με παιδιά σε νοσοκομείο της πόλης με

ενδείξεις προσβολής από χημικά. Ούτε η Ερυθρά Ημισέληνος, ούτε τα κλιμάκια του ΟΗΕ στην περιοχή ανέφεραν τίποτα. Και κανείς δεν μπόρεσε να απαντήσει ή να δώσει κάποια πειστική εξήγηση στο λογικό ερώτημα γιατί να ρίξει χημικά ο Άσαντ εναντίον αμάχων πολιτών του, τη στιγμή μάλιστα που είχε σχεδόν εκκαθαρίσει και απελευθερώσει το 90% της Γούτα από τον ISIS και η απελευθέρωση της Ντούμα ήταν θέμα ωρών ή ημερών; Και μάλιστα είχε προηγηθεί ανακοίνωση της Ρωσίας, περί επικείμενης προβοκάτσιας στην περιοχή για ρίψη χημικών, ώστε να χρεωθεί στον Άσαντ και προειδοποίησε να μην τολμήσουν. Και παρόλα αυτά φέρεται να έγινε επίθεση με χημικά, όπως «αποκάλυψαν» τα Λευκά Κράνη.

Μετά από όλο αυτό τον καταγισμό πληροφοριών που η μία έρχεται να ανατρέψει την προηγούμενη, ο παρατηρητής βρίσκεται μετέωρος ανάμεσα σε πολλές πραγματικότητες. Τι είναι αλήθεια και τι έχει παραποιηθεί; Ποιοί είναι σε τελική ανάλυση τα Λευκά Κράνη; Η τελική ανάγνωση εξαρτάται από τον ίδιο.

Ο Umberto Eco είναι από τους πρώτους στοχαστές που διατύπωσε ότι το κοινό αποκωδικοποιεί ανάλογα με την εμπειρία του, την καταγωγή, το περιβάλλον και τα κοινωνικά συμφραζόμενα, τα μηνύματα που προσλαμβάνει προσδίδοντας κάθε φορά διαφορετικό νόημα.

Και εάν θυμηθούμε ότι κάθε σύμβαση λειτουργεί σε επίπεδο τόσο εμπρόθετης όσο και μη εμπρόθετης επικοινωνίας, τότε στη περίπτωση του δέκτη που προσλαμβάνει το μήνυμα εγείρονται ισχυρά συναισθήματα και ενεργοποιούνται οι κάθε είδους εγγενείς μεροληψίες και ταυτότητες που ήδη έχουμε αναφέρει.

Σύμφωνα με τον ορισμό του Ο' Sullivan όταν ένα κείμενο, μία τηλεοπτική εκπομπή, ένα δελτίο ειδήσεων, ένα δημοσίευμα εφημερίδας, ένα τραγούδι προσλαμβάνεται, ο δέκτης διαντιδρά με αυτό ή διαπραγματεύεται με αυτό που προβάλλει. Ο όρος διαπραγμάτευση υπονοεί ότι το κείμενο δεν έχει νόημα αφ' εαυτού, αλλά μάλλον οριοθετεί μία σειρά δυνητικών νοημάτων.

Ποιο νόημα θα πραγματοποιηθεί σε μία συγκεκριμένη ανάγνωση εξαρτάται από αυτόν που προσλαμβάνει το μήνυμα. Αυτός είναι το σημείο μέσω του οποίου τα κοινωνικά εντοπισμένα συστήματα του νοήματος θα διαπραγματευτούν και θα ταυτιστούν με τις εντοπισμένες προτιμητέες αναγνώσεις. Για αυτό και η ανάγνωση για τον καθένα από εμάς θα είναι διαφορετική.



Για αυτό και συγκεκριμένες ομάδες ατόμων θα «ενδώσουν», θα αποδεχτούν και θα μοιραστούν το μήνυμα ενώ άλλες θα το απορρίψουν ως πλαστό. Για αυτό θα θεωρήσουν τα στοιχεία παραποιημένα και κάποιιο άλλοι θα φροντίσουν να τα αναπαράγουν.

### **6.3.Μια εναλλακτική ιστορία για τα “Λευκά Κράνη”**

Και ενώ για τη περίπτωση Λευκά Κράνη νομίζεις ότι τουλάχιστον έως κάποιο σημείο έχεις καταφέρει να αποκωδικοποιήσεις το πρόδηλο από το λανθάνον, τη σκόπιμη διαμεσολάβηση, τη στρατηγική κινητοποίηση ερμηνευτικών σχημάτων, τις μη εμπρόθετες μεροληψίες και ταυτότητες, μία νέα πληροφορία έρχεται να ανατρέψει όλο το προηγούμενο σκηνικό.

Θα δούμε μια έρευνα πληροφοριών που διενεργήθηκε από ομάδα επιστημόνων υπό τον Nafeez Ahmed και δημοσιεύτηκε τον Ιούλιο του 2018 με την υποστήριξη του Forum for change by International State Crime Initiative - έκθεση ISCI -και αφορά σε μελέτη που διερευνά τις βασικές αφηγήσεις των συγκρούσεων γύρω από τη Συρία βάσει μιας διαδικασίας εφαρμοσμένης νοημοσύνης .

Αυτή η προσέγγιση βασίστηκε στην εξέταση πολλαπλών αντιφατικών στοιχείων χρησιμοποιώντας μία διεπιστημονική μεθοδολογία για τον προσδιορισμό της ασυνέπειας των αφηγήσεων. Ο στόχος της έκθεσης δεν είναι να επικρίνει όλες τις αναφορές των μέσων ενημέρωσης γενικά για τη Συρία, αλλά συγκεκριμένα να δει την εγκυρότητα ή την ακυρότητα γύρω από τα βασικά περιστατικά. Βάσει αποδεικτικών στοιχείων που έχει ταυτοποιηθεί προσπαθεί να ανιχνεύσει τι μπορεί εύλογα να προσδιοριστεί ως πραγματικό η λιγότερο πραγματικό. Ανάμεσα σε πολλές άλλες αντιφατικές αφηγήσεις η έκθεση ασχολείται με την περίπτωση των Λευκών Κρανών.

Τα συγκρουόμενα αφηγήματα για την επίθεση στη Ντούμα μαζί με προηγούμενα περιστατικά χημικών όπλων, περιστρέφονται συνεχώς γύρω από τον ρόλο των Λευκών Κρανών στη Συρία. Κατά την έκθεση ο ρόλος τους έχει παρεξηγηθεί ως αποτέλεσμα ψευδών ισχυρισμών που διατυπώθηκαν από διάφορα ρωσικά κρατικά μέσα όπως το R.T., ειδικά για τα βίντεο που «θεωρητικά» γυρίστηκαν και διαδόθηκαν από τα Λευκά κράνη για τα γεγονότα στην Ντούμα. Σύμφωνα με την

έκθεση, αυτό είναι λάθος. Υπάρχουν στοιχεία ότι τα Λευκά Κράνη δεν ήταν υπεύθυνα για τα βίντεο.

Κατά συνέπεια κάποιος τρίτος «κατασκευάζει» τα βίντεο και τα χρεώνει στα Λευκά Κράνη.

Από την άλλη πλευρά το γεγονός ότι τα Λευκά Κράνη είναι εντελώς ουδέτερη δύναμη στη Συρία έχει αμφισβητηθεί. Έχει αποδειχθεί σύμφωνα με την έρευνα ότι λαμβάνει σημαντική χρηματοδότηση από τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Βρετανική κυβέρνηση και το ότι η οργάνωση υποστηρίζει τη συριακή αντιπολίτευση και αντιτίθεται στον Άσαντ.

Ωστόσο, εναλλακτικές αφηγήσεις που ισχυρίζονται ότι τα Λευκά Κράνη στη καλύτερη περίπτωση δεν είναι παρά μία δομή προπαγάνδας της Δύσης που αντιμετωπίζει τρομοκρατικές ομάδες και στη χειρότερη συμμετέχει ενεργά στη σκηνοθεσία συμβάντων χημικών όπλων, αεροπορικών επιθέσεων και άλλης στρατιωτικής βίας, δεν μπορεί να τεκμηριωθεί.

Σύμφωνα με την έκθεση ανεξάρτητοι παρατηρητές παραδέχονται ότι τα Λευκά Κράνη έχουν σώσει χιλιάδες ζωές από τη συριακή στρατιωτική βία και τις αεροπορικές επιθέσεις. Επίσης υπάρχουν στοιχεία που αποδεικνύουν ότι μέλη της οργάνωσης που είχαν εμπλακεί με ισλαμιστικές τρομοκρατικές ομάδες έχουν απομακρυνθεί.

Τέλος η έκθεση εξετάζει τις αφηγήσεις δύο δημοσιογράφων βάσει των οποίων συντάχθηκαν οι κατηγορίες για τη δράση των Λευκών Κρανών. Η Vanessa Beeley και η Eua Bartlett -οι οποίες πολλές φορές συνεργάζονται- έχουν παραδεχθεί την υποστήριξη τους τόσο στη συριακή όσο και στην ρωσική κυβέρνηση. Μια διαρροή ιδιωτικής συνομιλίας μεταξύ της Beeley και ενός συναδέλφου ακτιβιστή δείχνει ότι είναι πρόθυμη να κρύψει και να αρνηθεί ενεργά εγκλήματα πολέμου στη Συρία συμπεριλαμβανομένων των βασανιστηρίων προκειμένου να υποστηρίξει μια συριακή στρατιωτική νίκη. Μία προσεκτική εξέταση αναφορών τόσο της Beeley όσο και της Bartlett αποκαλύπτουν θεμελιώδεις ασυνέπειες και ψευδείς ισχυρισμούς.

Όπως ήδη έχουμε αναφέρει ο πληροφοριακός κορεσμός και η πίεση που υφίστανται δημοσιογράφοι και ειδησεογραφικά μέσα μερικές φορές οδηγούν σε διαφοροποίηση των κριτηρίων για το τι συνιστά αξιόλογη είδηση ,άλλες πάλι οδηγούν σε ανεπαρκή έρευνα, σε ανεπιτυχή επεξεργασία της πληροφορίας και σε μεγάλο βαθμό στην υιοθέτηση του μοντέλου της «copy-paste δημοσιογραφίας». Το ήθος, η αντικειμενικότητα, η αμεροληψία στον δημοσιογραφικό λόγο βρίσκονται υπό διερεύνηση. Η στρατευμένη δημοσιογραφία παραβιάζει τις αρχές αντικειμενικότητας και αμεροληψίας στις ειδήσεις. Η οπτική του δημοσιογράφου πρέπει να είναι αμερόληπτη και να αποστασιοποιείται από τις συγκρουόμενες πλευρές. *Η αντικειμενική παρουσίαση προϋποθέτει παντελή έλλειψη προσωπικών κοινωνικών και πολιτικών ιδεοληψιών. (Mc Quail, 1992)*

Η αμεροληψία απαιτεί ισομέρεια στην επιλογή και τη χρήση των πηγών ώστε να αντανakλούν τις διαφορετικές απόψεις. Επίσης η αμεροληψία απαιτεί ουδετερότητα στην παρουσίαση των ειδήσεων, διάκριση των γεγονότων από τις προσωπικές απόψεις, αποφυγή αξιολογήσεων η χρήση συναισθηματικής γλώσσας ή εικόνας, κάτι που μάλλον δεν τηρήθηκε ευλαβικά στη περίπτωση των Λευκών Κρανών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ

### Επίλογος

Αυτή η έρευνα ήρθε να επιβεβαιώσει τη σημασία της κριτικής και σκεπτικιστικής ερευνητικής δημοσιογραφίας στη παραποίηση της πληροφορίας σε κάθε είδους συγκρούσεις. Πρέπει σε κάθε περίπτωση η αναζήτηση της αλήθειας να διεξάγεται με ακεραιότητα και με την ανάλογη μέριμνα για τα γεγονότα καθώς και την επίγνωση του κινδύνου ύπαρξης μεροληπτικών και άλλων αναφορών.

Το κενό ενημέρωσης και η έλλειψη διακριτικής ευχέρειας από όλες τις πλευρές για το πώς οικονομικά και άλλα γεωπολιτικά συμφέροντα μπορούν να διαμορφώσουν τις αναφορές για τη σύγκρουση, σήμαινε ότι πολλές από τις βασικές δυναμικές παρεξηγήθηκαν και επικοινωνήθηκαν άσχημα. Δόθηκε έτσι η ευκαιρία να αξιοποιηθούν όλες οι πιθανές μορφές παραποίησης. Για αυτούς που γνωρίζουν τη

σημασία της ανεξάρτητης δημοσιογραφίας το γεγονός που ανησυχεί είναι ότι υπάρχουν αναμφισβήτητες διασυνδέσεις μεταξύ των βασικών εναλλακτικών αφηγητών.

Αυτές οι διασυνδέσεις και οι αφηγηματικές ασυνέπειες υπογραμμίζουν τον κίνδυνο ότι χωρίς ερευνητική ανάλυση η ανεξάρτητη δημοσιογραφία παύει να είναι πραγματικά ανεξάρτητη.

Εκκινώντας από το σκεπτικό ότι η σημασία της ενημέρωσης απορρέει από τα βασικά συνταγματικά θεμελιώδη δικαιώματα σήμερα και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή κάνει βήματα προόδου στην καταπολέμηση της παραπληροφόρησης, ώστε να κατοχυρώσει την προστασία των ευρωπαϊκών αξιών και την ασφάλεια.

Προκειμένου να αντιμετωπιστούν οι εν λόγω ανησυχίες και τάσεις, η Επιτροπή προτείνει σειρά μέτρων για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο. Στα μέτρα αυτά περιλαμβάνονται τα εξής:

[Το κείμενο αποτελεί αναπαραγωγή από το ενημερωτικό δελτίο: **Αντιμετώπιση της διάδοσης της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο.** (<https://ec.europa.eu/digital-single-market/news-redirect/624276> )].

- **Κώδικας ορθής πρακτικής για την παραπληροφόρηση** Έως πρώτο βήμα, οι διαδικτυακές πλατφόρμες θα πρέπει να αναπτύξουν και να ακολουθούν κοινό κώδικα ορθής πρακτικής προκειμένου:
  - να εξασφαλίζουν διαφάνεια σχετικά με το χρηματοδοτούμενο με χορηγία περιεχόμενο, ιδίως την πολιτική διαφήμιση, καθώς και να περιορίζουν τις επιλογές στόχευσης για την πολιτική διαφήμιση και να μειώνουν τα έσοδα των διακινητών παραπληροφόρησης
  - να παρέχουν σαφέστερες πληροφορίες σχετικά με τη λειτουργία των αλγορίθμων και να δίνουν τη δυνατότητα επαλήθευσης από τρίτους
  - να καταστεί ευκολότερη η ανεύρεση και η πρόσβαση των χρηστών σε διάφορες ειδησεογραφικές πηγές που αντιπροσωπεύουν εναλλακτικές απόψεις

- να καθιερωθούν μέτρα για τον εντοπισμό και το κλείσιμο των πλαστών λογαριασμών και την αντιμετώπιση των αυτοματοποιημένων προγραμμάτων (bot)
- να δοθεί η δυνατότητα στους φορείς εξακρίβωσης γεγονότων, στους ερευνητές και στις δημόσιες αρχές να παρακολουθούν συνεχώς την παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο
- **Ανεξάρτητο ευρωπαϊκό δίκτυο φορέων εξακρίβωσης γεγονότων:** το δίκτυο αυτό θα καθιερώσει κοινές μεθόδους εργασίας, θα ανταλλάσσει βέλτιστες πρακτικές και θα εργάζεται με στόχο την ευρύτερη δυνατή κάλυψη διορθώσεων ειδήσεων σε ολόκληρη την ΕΕ οι φορείς θα επιλεγούν από τα μέλη του **Διεθνούς δικτύου εξακρίβωσης γεγονότων** (<https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>) που ακολουθεί αυστηρό διεθνή κώδικα αρχών για την εξακρίβωση των γεγονότων
- **Μια ασφαλής ευρωπαϊκή ηλεκτρονική πλατφόρμα για την παραπληροφόρηση** με σκοπό την παροχή υποστήριξης στο δίκτυο των φορέων εξακρίβωσης γεγονότων και των οικείων πανεπιστημιακών ερευνητών, με διασυνοριακή συλλογή και ανάλυση δεδομένων, καθώς και με πρόσβαση σε δεδομένα από ολόκληρη την ΕΕ
- **Ενίσχυση του γραμματισμού στα μέσα ενημέρωσης:** το υψηλότερο επίπεδο γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας θα βοηθήσει τους ευρωπαίους πολίτες να εντοπίζουν τη διαδικτυακή παραπληροφόρηση και να προσεγγίζουν το διαδικτυακό περιεχόμενο με κριτική ματιά. Για τον σκοπό αυτό, η Επιτροπή θα ενθαρρύνει τους φορείς εξακρίβωσης γεγονότων και τις οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών να παράσχουν εκπαιδευτικό υλικό στα σχολεία και τους εκπαιδευτικούς και να οργανώσουν ευρωπαϊκή εβδομάδα για τον γραμματισμό στα μέσα ενημέρωσης
- **Παροχή στήριξης στα κράτη μέλη για τη διασφάλιση της ανθεκτικότητας των εκλογών** έναντι των ολοένα και πιο σύνθετων απειλών στον κυβερνοχώρο, συμπεριλαμβανομένης της διαδικτυακής παραπληροφόρησης και των επιθέσεων στον κυβερνοχώρο
- **Προώθηση των συστημάτων οικειοθελούς διαδικτυακής ταυτοποίησης,** με σκοπό να βελτιωθεί η ιχνηλασιμότητα και ο εντοπισμός των παρόχων πληροφοριών και να προαχθεί η αύξηση της εμπιστοσύνης και της

αξιοπιστίας στις αλληλεπιδράσεις στο διαδίκτυο και στις πληροφορίες και τις πηγές τους

- **Υποστήριξη των ποιοτικών και διαφοροποιημένων πληροφοριών:** η Επιτροπή καλεί τα κράτη μέλη να εντείνουν την υποστήριξή τους στην ποιοτική δημοσιογραφία, για να εξασφαλίσουν ένα πολυφωνικό, ποικιλόμορφο και βιώσιμο περιβάλλον στα μέσα ενημέρωσης.
- **Μια συντονισμένη πολιτική με στρατηγικές** πρωτοβουλίες της ΕΕ σχετικά με την παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο με αυτές των κρατών μελών, θα καθορίσει δραστηριότητες προβολής με στόχο την αντιμετώπιση των ψευδών αφηγήσεων σχετικά με την Ευρώπη και την αντιμετώπιση της **Η ομάδα εμπειρογνομόνων υψηλού επιπέδου για τις ψευδείς ειδήσεις** ενημέρωσε την Επιτροπή σχετικά με την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο.

Η ερευνητική μας αυτή προσπάθεια με την παράλληλη συνύπαρξη τόσων πολλών αφηγηματικών μέσων, γραπτών, ηχητικών, με εικονιστική απεικόνιση μηνυμάτων, με την ανάδειξη πολλών μορφών πληροφορίας και μέσω των σημειωτικών πόρων που έχουν πολλαπλασιαστεί αλλά και μέσω των νέων ψηφιακών εργαλείων απέδειξε ότι τίποτε δεν είναι όπως φαίνεται, ότι υπάρχουν πολλές πραγματικότητες και καταλαβαίνουμε πόσο προσεκτικοί πρέπει να είμαστε στην αναζήτηση της αλήθειας και της γνώσης.

Όλα όσα λοιπόν αναφέραμε, από τον εκδημοκρατισμό των μέσων, τη μετάβαση από την κοινωνία των γεγονότων στην κοινωνία της πληροφορίας που διαχέεται σε εκατομμύρια χρήστες σε λίγα λεπτά καθώς και η εντύπωση και το συναίσθημα που δημιουργεί ,την υπερπληροφόρηση, τον όγκο της θεματολογίας, την είδηση που δεν αναπτύσσεται εκτενώς, την αλήθεια που δεν λέγεται, τον πλαισιακό πλουραλισμό που οργανώνει λεκτικά και οπτικά μοντέλα με έμφαση σε κάποια, αποκλείοντας άλλα για να υποστηρίξει μέσω των εγγενών προκαταλήψεων και στερεοτύπων «το θεμιτό και ορθό», την εικονική αναπαράσταση που εξουσιάζει την επικοινωνιακή διαδικασία, μέχρι την αναλογική σχέση ομοιότητας της εικόνας με την πραγματικότητα και τις άπειρες συμπαραδηλώσεις που ενυπάρχουν σε αυτή, αντιλαμβανόμαστε ότι η ερμηνευτική προσέγγιση δεν μπορεί να είναι μία απλή διαδικασία αλλά μια συνεχής προσπάθεια αναζήτησης της αλήθειας.

Η ευρύτερη κατανόηση του ρόλου των μέσων στη σύγχρονη ζωή, είναι προϋπόθεση για την καλλιέργεια της συνείδησης του ενεργού και χειραφετημένη πολίτη, ικανού να αντιμετωπίζει με ευθύνη και γνώση τα προβλήματα που θέτει το σύγχρονο πολυτροπικό πληροφοριακό περιβάλλον.

Και θα τελειώσουμε επισημαίνοντας ότι αν μπορέσουμε να δούμε κατά πόσο μία δεδομένη πρόταση, ψηφιακή, λεκτική, οπτική, αλγοριθμική, αναπαριστάται ως αληθινή ή όχι, αν καταφέρουμε να διαβάσουμε πίσω από τους κώδικες, αν έχουμε τη δυνατότητα να ελέγξουμε τις δικές μας μεροληψίες, αν αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει σήμερα η δημοσιογραφία, ίσως τότε καταφέρουμε να ρίξουμε φως τουλάχιστον σε ένα μέρος- αν όχι στην απόλυτη αλήθεια η αναλήθεια των αναπαραστάσεων- που θα οδηγήσει σε ένα νέο δρόμο και ένα επόμενο βήμα διερεύνησης.

Κάθε φορά κάνουμε ένα μικρό βήμα, μια μικρή αποκωδικοποίηση μέχρι να φτάσουμε στην αλήθεια.

## BIBΛIOΓPAΦIA

- Ahlin, D., & Benzler, B. (2017). Svenska folket om “fejk-nyheter.” Stockholm: Ipsos.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Aro, Jessikka. 2016. “The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools.” *European View* 15(1): 121–32.
- Barthel, M., Mitchell, A., & Holcomb, J. (2016). Many Americans believe fake news is sowing confusion. Washington, DC: Pew Research Center.
- Benedictus, L. (2016). Invasion of the troll armies: from Russian Trump supporters to Turkish state stooges. *The Guardian*.
- Benkler, Y., Faris, R., Roberts, H., & Zuckerman, E. (2017). Study: Breitbart-led rightwing media ecosystem altered broader media agenda.
- Book Review: *A Political Theory of Post-Truth* by Ignas Kalpokas February 26th, 2019 .
- Bozdag, Engin. “Bias in Algorithmic Filtering and Personalization.” *Ethics and Information Technology*, vol. 15, no. 3, 2013, pp. 209–27. Springer. Accessed 22 May 2017
- Bradshaw, Samantha, and Philip N Howard. 2017. *Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. Working Paper. <http://comprop.oii.ox.ac.uk/2017/07/17/troops-trolls-and-trouble-makers-a-global-inventory-of-organized-social-media-manipulation>
- Buchanan, Ben. 2017. *The Cybersecurity Dilemma: Hacking, Trust and Fear Between Nations*. Oxford: Oxford University Press
- Bulger, M. & Davison, P. (2018), “The Promises, Challenges and Futures of Media Literacy”, *Data & Society Research Institute Report*, New York. <https://datasociety.net/output/the-promises-challenges-and-futures-of-media-literacy/>



- Cambridge Dictionary (2018). Meaning of “fake news” in the English dictionary. Retrieved from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>
- Cameron, Maxwell. 2013. *Strong Constitutions: Social-Cognitive Origins of the Separation of Powers*. Oxford: Oxford University Press.
- Carey, J. (1989). *Communications as culture: Essays on media and society*. New York: Routledge.
- Castells, M. (1996), *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture (Vol I)*, Oxford: Blackwell Publishers. Esser, F. & Strömbäck, J. (2014), *Mediatization of Politics*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Christians, Clifford G. (1997) “Chronology”, in: Elliot D. Cohen and Deni Elliott (Eds), *Journalism Ethics: A Reference Handbook*, Santa Barbara, CA: ABC-CLIO, pp. 15–27.
- Christians, Clifford G. (2000) “An Intellectual History of Media Ethics”, in: Bart Pattyn (Ed.), *Media Ethics: Opening Social Dialogue*, Leuven: Peeters, pp. 15–46.
- Christians, Clifford G. (2000) “An Intellectual History of Media Ethics”, in: Bart Pattyn (Ed.), *Media Ethics: Opening Social Dialogue*, Leuven: Peeters, pp. 15–46.
- Collins Dictionary (2017). Word of the year 2017. Collins English Dictionary.
- Crawford, Nelson Antrim (1924) *The Ethics of Journalism*, New York: Alfred A. Knopf (reprinted 1969, New York: Greenwood Press).
- DFRLab. 2017. “Hashtag Campaign: #MacronLeaks.” DFRLab. <https://medium.com/dfrlab/hashtag-campaign-macronleaks-4a3fb870c4e8> (May 17, 2017).
- Dicken-Garcia, Hazel (1989) *Journalistic Standards in Nineteenth-Century America*, Madison, WI: University of Wisconsin Press
- Dicken-Garcia, Hazel (1989) *Journalistic Standards in Nineteenth-Century America*, Madison, WI: University of Wisconsin Press.
- Fuchs, Christian. 2017. *Social Media: A Critical Introduction*. 2nd ed. London: SAGE Publications.

- Gerbner G., 1998α, «Η "κατασκευή" της πραγματικότητας και τα ΜΜΕ», στο Παναγιωτοπούλου Ρ. κ.ά. (επιμ.), σ. 425-432.
- Gillespie, Tarleton. 2010. "The Politics of 'Platforms.'" *New Media & Society* 12(3): 347–64.
- Gu, Lion, Vladimir Kropotov, and Fyodor Yarochkin. 2017. *The Fake News Machine: How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. TrendMicro. [https://documents.trendmicro.com/assets/white\\_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandistsabuse-the-internet.pdf](https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandistsabuse-the-internet.pdf).
- Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. (2018). Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign.
- Gunther Kress Theo van Leeuwen, 2010 Η Ανάγνωση των Εικόνων/Η Γραμματική του Οπτικού Σχεδιασμού.
- Habermas, Jürgen. 1990. *Moral Consciousness and Communicative Action*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Habermas, Jürgen. 1991. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA: MIT Press
- Hall S., 1981, «The determination of news photographs», στο Cohen S., Young J. (eds.), σ.226-243.
- Hall S., 1982, «The Rediscovery of "Ideology": Return of the Repressed in Media Studies», στο Gurevitch et al. (eds), *Culture, Society and the Media*, Methuen, London (ελλ. μετάφ. Στο Κομνηνού Μ. και Χ. Λυριντζής [1988], σ. 89-146).
- Hannan, Jason. 2017. "Trolling Ourselves to Death in the Age of Trump." *The Conversation*. <http://theconversation.com/trolling-ourselves-to-death-in-the-age-of-trump-80524> (August 26, 2017).
- Herrman, John. "Inside Facebook's (Totally Insane, Unintentionally Gigantic, Hyperpartisan) Political-Media Machine." *New York Times*, 24 Aug. 2016. Accessed 24 May 2017
- Hirst Martin 2017, "Towards a political economy of fake news", *The Political Economy of Communication* vol5, No2, p82–94,2017
- Hjelmgaard, Kim. 2017. "There Is Meddling in Germany's Election — Not by Russia, but by U.S. Right Wing." *USA TODAY*.

- <https://www.usatoday.com/story/news/world/2017/09/20/meddling-germany-election-not-russia-but-u-s-right-wing/676142001/> (December 28, 2017).
- James Curran and Jean Seaton: *Power without responsibility: The Press and Broadcasting in Britain* (1991)
  - John Perry Barlow, *A Declaration of the Independence of Cyberspace*, πρόσβαση στο [www.eff.org/cyberspace-independence](http://www.eff.org/cyberspace-independence)
  - *Journal of Economic Perspectives: Social Media and Fake News in the 2016 Election*, vol 31 No (2), 211–236.
  - Jowett, G. C. S., & O'Donnell, V. J. (2012). *Propaganda & persuasion* (5th ed.). London, UK:
  - Kahnem Daniel Amos Tversky(1974) *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases*  
<https://www2.psych.ubc.ca/~schaller/Psyc590Readings/TverskyKahneman1974.pdf>
  - Kelly, S. (2017). *Manipulating social media to undermine democracy*. Washington DC: Freedom House
  - Khaldarova, I., & Pantti, M. (2016). Fake News. *Journalism Practice*, 10(7), 891–901.
  - Khaldarova, I., & Pantti, M. (2016). Fake News. *Journalism Practice*, 10(7), 891–901.
  - Lee, Bryan. 2016. “The Impact of Cyber Capabilities in the Syrian Civil War.” *Small Wars Journal*. <http://smallwarsjournal.com/jrnl/art/the-impact-of-cyber-capabilities-in-the-syrian-civil-war> (August 25, 2017).
  - Lévi-Strauss C, 1977, *Άγρια σκέψη*, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση.
  - Lewis, P. (2018). “Fiction is outperforming reality”: How YouTube’s algorithm distorts truth. *The Guardian*.
  - Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. New York: Harcourt, Brace.
  - Mager, Astrid. “Algorithmic Ideology.” *Information, Communication & Society*, vol. 15, no. 5, 2012, pp. 769–87. Taylor and Francis, <https://doi.org/10.1080/1369118x.2012.676056>. Accessed 22 May 2017.
  - Mc Nair B.: *News and journalism in the U.K.*(1994)
  - McLeod, Kembrew. *Pranksters: Making Mischief in the Modern World*. New York UP, 2014.

- McQuail D., 1997, Εισαγωγή στη θεωρία της μαζικής επικοινωνίας, Αθήνα, Καστανιώτης.
- McQuail D.: McQuail's Mass Communication Theory (1997)
- McQuail, Denis (1992) Media Performance: Mass Communication and the Public Interest, London: Sag
- Mejias, Ulises A. “Fake Becomes Legit: Disinformation, Social Media and Democracy.” The Disorder of Things, 28 Jan. 2017. Accessed 22 May 2017.
- Merriam-Webster Dictionary (2018). The real story of “fake news”
- Messing, Solomon, and Sean J. Westwood. 2014. “Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online.” Communication Research 41(8): 1042–63.
- Meyssan Thierry: Η κατασκευή του μύθου της «συριακής επανάστασης» από το Ηνωμένο Βασίλειο <https://infognomonpolitics.gr/2020/02/i-kataskevi-tou-mythou-tis-syriakis-epanastasis-apo-to-inomeno-vasilio/>
- Michael J. Robinson Margaret A. Sheehan: Over the Wire and on TV: CBS and UPI in Campaign '80 (1983)
- Morell, Michael, and Suzanne Kelly. 2016. “Fmr. CIA Acting Dir. Michael Morell: ‘This Is the Political Equivalent of 9/11.’” The Cipher Brief. <https://www.thecipherbrief.com/fmr-cia-acting-dir-michael-morell-political-equivalent-911-1091> (August 13, 2017).
- Nafeez Ahmed: STATE PROPAGANDA IN SYRIA: FROM WAR CRIMES TO PIPELINES [ISCI Report] <http://statecrime.org/state-propaganda-in-syria/> Published with the support of Forum for Change by International State Crime Initiative, DOWNLOAD HERE: <http://statecrime.org/data/2018/07/Nafeez-Ahmed-State-Propaganda-in-Syria-ISCI-Report-July-2018.pdf>
- Nagle, Angela. 2017. Kill All Normies: Online Culture Wars From 4Chan And Tumblr To Trump And The Alt-Right. Winchester, UK: Zero Books.
- Nelson, M. R., & Park, J. (2015). Publicity as covert marketing? The role of persuasion knowledge and ethical perceptions on beliefs and credibility in a video news release story. Journal of Business Ethics, 130(2), 327–341.
- Nematzadeh et al (2017) Revisiting the Evaluation of Theory of Mind through Question Answering

- Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2017). *The Reuters Institute Digital News Report 2017*. Oxford: Reuters Institute.
- Nielsen, R. K. (2017). News media, search engines and social network sites as varieties of online gatekeepers In C. Peters & M. Broersma (Eds.), *Rethinking Journalism Again: Societal role and public relevance in a digital age*. New York: Routledge.
- Nietzsche, Friedrich, *The Will to Power*, σελ. 267, New York: Vintage Books (1968). Γενικά για τις βασικές αρχές του epistemic relativism, βλ. και Richard Rorty, *Objectivity, Relativism, and Truth*, Cambridge University Press (1991).
- O' Sullivan T. et al., 1983, *Keys Concepts in Communication*, London and N. York, Methuen.
- Pasquale, Frank. *The Black Box Society: The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Harvard UP, 2015.
- Ritchie, H. (2016). Read all about it: The biggest fake news stories of 2016. <https://www.cnn.com/2016/12/30/read-all-about-it-the-biggest-fake-news-stories-of-2016.html>
- Schlute, Stephanie R. "Personalization." *Digital Keywords: A Vocabulary of Information Society and Culture*. Benjamin Peters. Princeton UP, 2016.
- Schwab, K. (2016), *The Fourth Industrial Revolution* (Geneva: World Economic Forum, 2016), New York: Crown Publishing.
- Scott, Mark. 2017. "U.S. Far-Right Activists Promote Hacking Attack Against Macron." *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2017/05/06/world/europe/emmanuel-macron-hackfrench-election-marine-le-pen.html> (May 9, 2017).
- Silverman, C. (2016). This analysis shows how viral fake election news stories outperformed real news on Facebook. BuzzFeed.
- Silverman, Craig. 2016. "This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook." BuzzFeed. <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fakeelection-news-outperformed-real-news-on-facebook/> (August 8, 2017).
- Soldatov, A., & Borogan, I. (2015). *The Red Web*. New York: Public Affairs.
- Soll, J. (2016). The long and brutal history of fake news. Politico.com.

- Soroush Vosoughi,<sup>1</sup> Deb Roy,<sup>1</sup> Sinan Aral<sup>2</sup>: The spread of true and false news online  
<http://ide.mit.edu/sites/default/files/publications/2017%20IDE%20Research%20Brief%20False%20News.pdf>
- Sunstein, Cass R. Republic.com. Princeton UP, 2002.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news.” *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
- Thorson, E. (2016). Belief echoes: The persistent effects of corrected misinformation. *Political Communication*, 33(3), 460–480.
- Tufekci, Zeynep. “Mark Zuckerberg Is in Denial.” *New York Times*, 15 Nov. 2016. Accessed 22 May 2017.
- Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2017). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*.
- Veilleux-Lepage, Y. (2016), “Retweeting the Caliphate: The Role of Soft-Sympathizers in the Islamic State’s Social Media Strategy”, *Turkish Journal of Security Studies*, (18) 53-69.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017), Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem.<https://first-draft.com/firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-misinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Strasbourg: Council of Europe report DGI (2017)09.
- Warwick, A., & Lewis, R. (2017). Media manipulation and disinformation online.  
[https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety\\_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf](https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf)
- Washington Post : Η καλύτερη ανάλυση για τη Συρία: Ένας μίνι παγκόσμιος πόλεμος γίνεται εκεί -Όλοι εναντίον όλων  
<https://www.iefimerida.gr/news/251154/i-kalyteri-analysi-gia-ti-syria-enas-mini-pagkosmios-polemos-ginetai-ekai-oloi-enantion>
- Weedon, J., Nuland, W., & Stamos, A. (2017). Information operations and Facebook. Facebook.

- Zhdanova, Mariia, and Dariya Orlova. 2017. Computational Propaganda in Ukraine: Caught between External Threats and Internal Challenges. Computational Propaganda Research Project, University of Oxford. Working Paper. <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Comprop-Ukraine.pdf>.
- Zuckerberg, M. (2016a). I want to share some thoughts on Facebook and the election. Facebook
- Αναστασόπουλος Αντώνης: Οι πηγές παρα-πληροφόρησης και η προπαγάνδα του δυτικού ιμπεριαλισμού για τη Συρία [www.katioua.gr/politika/diethni/oi-riges-para-pliroforisis-kai-propaganda-tou-dytikou-imperialismou-gia-ti-syria/](http://www.katioua.gr/politika/diethni/oi-riges-para-pliroforisis-kai-propaganda-tou-dytikou-imperialismou-gia-ti-syria/)
- Αναστασόπουλος Αντώνης: Τα «Λευκά Κράνη» στην υπηρεσία της «Μαύρης» προπαγάνδας (vid) Οι πηγές παραπληροφόρησης στη Συρία κι η προπαγάνδα του ιμπεριαλισμού <https://www.rovespiero.gr/white-helmets-ypiresia-propagandas/>
- Αναστασόπουλος Αντώνης: Τι συμβαίνει εδώ και 7 χρόνια στη Συρία; <https://www.reader.gr/specials/ti-symvainei-edo-kai-7-hronia-sti-syria>
- Αριστοτέλη, Περί Ψυχής, Βιβλίο Γ, ΙΙΙ 8,9
- Διαμαντάκη Κ. Η τεχνολογική και πολιτική συνθήκη του σύγχρονου εγγραμματοτισμού <https://dimosiografia.com/syngchronos-engrammatismos/>
- Έκο Ουμπέρτο, Θεωρία Σημειωτικής, (α΄ έκδ. Indiana University Press 1976), εκδόσεις Γνώση, Αθήνα 1994, De Baugrande Robert-Alai
- Κουκιάδης Δημήτρης, Fake news: Μια δικαιoθεωρητική και κοινωνιολογική προσέγγιση <https://ekyklos.gr/sb/374-fake-news-mia-dikαιοtheoritiki-kai-koioniologiki-proseggisi.html>
- Λίλα Μαρία: Μύθοι και αλήθειες για τον πόλεμο στη Συρία <http://insideoutborders.com/2019/10/17/myths-and-truths-about-the-war-in-syria/>
- Μπαλτζώης Ιωάννης: Λευκά Κράνη στη Συρία. Ψέματα και προπαγάνδα. <http://www.anastasiosbasaras.gr/vima/epilegmenaarhra/401-2018-05-07-04-17-540> [https://infognomonpolitics.gr/2018/04/blog-post\\_217-3/](https://infognomonpolitics.gr/2018/04/blog-post_217-3/)
- Παπαδομανωλάκης Παναγιώτης: Αποκάλυψη: Η βρετανική κυβέρνηση στρατολογούσε Σύριους δημοσιογράφους για προπαγάνδα υπέρ της “μετριοπαθούς αντιπολίτευσης”

<https://guernicaeu.wordpress.com/2020/02/20/αποκάλυψη-η-βρετανική-κυβέρνηση-στρα/>

Με πληροφορίες από: <https://www.middleeasteye.net/news/revealed-british-government-covert-propaganda-campaign-syria?fbclid=IwAR1LqMxq3QvikAteCGwjIymAnMdY-Hnwoa8HWi7DTηjbOi5fPLNVQKpBHG8>

- Πλειός Γεώργιος /Ειδήσεις ψευδείς, πλαστές ή ψευδεπίγραφες/Από την ορολογία στην κοινωνιολογία/4 Πανελλήνιο Συνέδριο Μέσων Ενημέρωσης και Επικοινωνίας.
- Πλειός Γεώργιος /Ο λόγος της εικόνας/Ιδεολογία και Πολιτική (2001)
- Πλειός Γεώργιος [4 Πανελλήνιο Συνέδριο Μέσων Επικοινωνίας]
- Πλειός Γεώργιος Η Κοινωνία Της Ενημέρωσης (2011)
- Πλειός Γιώργος: «Οι παραπονημένες ειδήσεις έχουν στόχο την ηγεμονία στον δημόσιο λόγο» <https://www.ilioupoligiaolous.gr/article.php?id=19513>
- Πλειός Γιώργος: Fake News: Τα 4+1 βασικά γνωρίσματα...  
<http://www.newsnowgr.com/article/1247161/Fake-News-ta-41-vasika-ignorismata.html>
- Πλιάκος Κώστας: Συρία. Εκεί που τα μεγάλα Μέσα Ενημέρωσης “έχασαν” την είδηση <https://www.cnn.gr/focus/story/59912/syria-ekei-roy-ta-megala-mesa-enimerosis-exasan-tin-eidisi>
- Σαμαράς Αθ.Ν. (2002) “Περί Αντικειμενικότητας και Αμεροληψίας στις Ειδήσεις”, Παρεμβολές (περιοδική έκδοση Ινστιτούτου Αμυντικών Αναλύσεων) Τεύχος 25 (σελ.1-11)  
[https://www.academia.edu/2402913/\\_Περί\\_Αντικειμενικότητας\\_και\\_Α\\_Μεροληψίας\\_στις\\_Ειδήσεις\\_](https://www.academia.edu/2402913/_Περί_Αντικειμενικότητας_και_Α_Μεροληψίας_στις_Ειδήσεις_)
- Σαμαράς Αθανάσιος(2002) «Περί Αντικειμενικότητας και Αμεροληψίας στις Ειδήσεις» Παρεμβολές (περιοδική έκδοση Ινστιτούτου Αμυντικών Αναλύσεων) Τεύχος 259(σελ. 1-11)
- Συνοδινός Γιάννης: Συρία: Ξεπερνά τα όρια η «ανθρωπιστική» προπαγάνδα...  
<https://simerini.sigmalive.com/article/2016/8/27/suria-kseperna-ta-oria-e-anthropistike-propaganda/>
- Τζιόβας Δ., 1987, Μετά την αισθητική. Θεωρητικές δοκιμές και ερμηνευτικές αναγνώσεις της νεοελληνικής λογοτεχνίας, Αθήνα, Γνώση.



## **BINTEO**

(1) White Helmets | Official Trailer [HD] | Netflix

<https://www.youtube.com/watch?v=3wj4ncIEDxw>

(2) Vanessa Beeley Exposes the White Helmets

<https://www.youtube.com/watch?v=NQL3rX6xWRg>

(3) The white helmets completely exposed by Treka

<https://www.youtube.com/watch?v=wV75b-j2vIQ>

(4) Τάκας Εμμανουήλ: Ο Μάνος (Εμμανουήλ) Τάκας στην ημερίδα "Εκπαίδευση & Νέα Μέσα", Αθήνα, 6.10.2017

[https://www.youtube.com/watch?v=28-HAIa\\_SUA](https://www.youtube.com/watch?v=28-HAIa_SUA)