

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΠΑΡΑΠΟΙΗΜΕΝΕΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ: ΓΚΡΙΖΟΥ ΑΝΤΩΝΙΑ

ΤΜΗΜΑ: ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ: 5262

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΣΤΑΜΑΤΗΣ ΠΟΥΛΑΚΙΔΑΚΟΣ

ΕΤΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ: 2018

«Παραποιημένες ειδήσεις στο χώρο της πολιτικής.»

Περίληψη

Αν και οι ψευδείς ειδήσεις δεν είναι νέο φαινόμενο, πρόσφατα επιδεινώθηκαν με την έλευση της ψηφιακής εποχής, καθιστώντας το ένα από τα πιο έντονα αμφισβητούμενα ζητήματα στην πολιτική επικοινωνία και τον δημοσιογραφικό διάλογο σε όλο τον κόσμο. Μετά την ψηφοφορία για το Brexit και την εκλογή του νέου προέδρου των ΗΠΑ το 2016, οι οποίες θεωρήθηκε ότι επηρεάστηκαν από παραπλανητικές πληροφορίες που κυκλοφόρησαν στο διαδίκτυο κατά τη διάρκεια των προεκλογικών περιόδων, η ανησυχία για το θέμα έχει αυξηθεί σημαντικά. Το παρόν δοκίμιο καταβάλλει προσπάθεια να παράσχει μια διεξοδική ανάλυση του φαινομένου και των ζητημάτων που περιβάλλουν τον δημοσιογραφικό λόγο, βασιζόμενο σε δευτερογενή έρευνα, χρησιμοποιώντας πληροφορίες από τη διεθνή και την ελληνική βιβλιογραφία, μελέτες που δημοσιεύονται σε επιστημονικά περιοδικά και άρθρα του ελληνικού και ξένου Τύπου.

Abstract

Fake news is not a new phenomena, but in recent years, with the advent of the digital age, the issue has intensified and now affects the entire world. one of the most contentious issues in political discourse and journalism. communication. Since the Brexit referendum and the election of a new US president, the results of which were perceived to have been influenced by the Brexit referendum and the election of a new US president, occurred in 2016 and after, reflection on the issue has grown significantly. by online misinformation that circulated during election seasons. Based on secondary research, this study makes an effort to provide a thorough analysis of the phenomena and the issues related to journalistic discourse. It does so by using data from the international and Greek literature, polls of reputable and authoritative journalists, and other sources. studies in scholarly publications and pieces in the Greek and international press.

Πίνακας Περιεχομένων

«Παραπονημένες ειδήσεις στο χώρο της πολιτικής.»	0
Περίληψη	1
Abstract	2
Εισαγωγή.....	4
1ο Κεφάλαιο: Θεωρητικό Υπόβαθρο	5
1.1 Ορισμός παραπονημένων ειδήσεων	5
1.2 Είδη ψευδών ειδήσεων.....	6
1.3 Οι παραπονημένες ειδήσεις στην ψηφιακή εποχή.....	10
2ο Κεφάλαιο: Διερεύνηση του φαινομένου των παραπονημένων ειδήσεων στο χώρο της πολιτικής.....	13
2.1 Αίτια παραπονημένων ειδήσεων	13
2.2 Δημιουργία, μετάδοση και αναπαραγωγή παραπονημένων ειδήσεων	15
3ο Κεφάλαιο: Συνέπειες φαινομένου.....	18
3.1 Κοινωνικές επιπτώσεις	18
3.2 Πολιτικές επιπτώσεις - απειλή για τη δημοκρατία	20
4ο Κεφάλαιο: Αντιμετώπιση φαινομένου.....	21
4.1 Ο ρόλος της δημοσιογραφίας.....	21
4.2 Δημοσιογραφική ηθική και δεοντολογία	23
4.2.1 Ιστορικό πλαίσιο εννοιών στη Δημοσιογραφία	27
4.2.2 Κριτικές θεωρίες	30
4.2.3 Δεοντολογική Συλλογιστική και Εκπαίδευση Δημοσιογράφων.....	33
4.2.4 Αρχές δημοσιογραφικής ηθικής εντός κι εκτός ψηφιακής εποχής.....	37
4.3 Ο ρόλος της Κυβέρνησης και της ΕΕ στην καταπολέμηση των παραπονημένων ειδήσεων	47
4.4 Fact checking	60
Συμπεράσματα	64
Βιβλιογραφία	66

Εισαγωγή

Η φράση " fake news " δεν είναι καινούργια, αλλά απέκτησε δημοτικότητα το 2016, καθώς τα θεσμικά όργανα και το ευρύ κοινό άρχισαν να ανησυχούν περισσότερο για το κατά πόσο τα fake news επηρέασαν τα αποτελέσματα του βρετανικού δημοψηφίσματος για την αποχώρηση από την Ευρωπαϊκή Ένωση και των προεδρικών εκλογών στις ΗΠΑ. Μια συζήτηση σχετικά με τον αντίκτυπο των ψευδών ειδήσεων στην ψηφιακή εποχή και την ανάγκη λήψης μέτρων προστασίας από αυτές πυροδοτήθηκε από τον αντίκτυπο ορισμένων κατασκευασμένων δημοσιευμάτων και τον ρόλο που έπαιξαν στην εκλογή του Ντόναλντ Τραμπ στην προεδρία και στην επιτυχία της εκστρατείας για την έξοδο της Βρετανίας από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο αριθμός των αναζητήσεων για τον όρο αυξήθηκε σημαντικά το δεύτερο εξάμηνο του ίδιου έτους, σύμφωνα με τη μηχανή αναζήτησης της Google (<https://trends.google.com>). Σε συνέντευξή του τον Οκτώβριο του 2017, ο ίδιος ο πρόεδρος των ΗΠΑ Ντόναλντ Τραμπ ισχυρίστηκε ότι εφηύρε τη φράση: "Νομίζω ότι η λέξη "fake" είναι η καλύτερη λέξη που σκέφτηκα ποτέ", δήλωσε ο εφευρέτης. Η φράση " fake news" είναι, ωστόσο, αρκετά παλαιότερη. Σύμφωνα με τον Αμερικανό πρόεδρο, "άλλοι μπορεί να είχαν χρησιμοποιήσει τον όρο στο παρελθόν, αλλά δεν είχε υποπέσει στην αντίληψή του" (Salmon, 2017).

Στην πραγματικότητα, η φράση χρησιμοποιούνταν συχνά πριν από την είσοδο του Ντόναλντ Τραμπ στην πολιτική σκηνή. Στην πραγματικότητα, η αντίπαλός του Χίλαρι Κλίντον είχε επίσης χρησιμοποιήσει τη φράση όταν μίλησε για "τη φαύλη επιδημία ψευδών ειδήσεων και ψευδούς προπαγάνδας που έχει κατακλύσει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά τη διάρκεια του περασμένου έτους" στις 8 Δεκεμβρίου 2016 (Wendling, 2018). Ο εκδότης του BuzzFeed News Craig Silverman ισχυρίζεται

ότι χρησιμοποίησε για πρώτη φορά τη φράση "ψευδείς ειδήσεις" το 2014 για να περιγράψει τα ευρήματα της μελέτης του σχετικά με τους ανεπιβεβαίωτους ισχυρισμούς και τις φήμες που διαδίδονταν τότε στο διαδίκτυο (Beaujon, 2019). Ωστόσο, συμφωνεί ότι ο όρος "fake news" χρησιμοποιήθηκε πιθανότατα και στο παρελθόν.

1ο Κεφάλαιο: Θεωρητικό Υπόβαθρο

1.1 Ορισμός παραπονημένων ειδήσεων

Δεδομένου ότι η ιδέα των ειδήσεων είναι εγγενώς συνδεδεμένη με την ιδέα της αλήθειας, οι όροι "ειδήσεις"(news) και " ψευδείς"(fake) που εμφανίζονται στην ίδια φράση δημιουργούν μια αντίφαση. Ως αποτέλεσμα, οδηγούμαστε να πιστεύουμε ότι η λέξη " ψευδής" τίθεται μπροστά από τη λέξη " ειδήσεις" για να υποδηλώσει μια ιδέα που βρίσκεται σε αντίθεση με αυτήν. "Ψευδείς ειδήσεις" ορίζονται ως "πληροφορίες που είναι ψευδείς, παρόλο που μεταδίδονται ως ειδήσεις, για παράδειγμα από τα μέσα ενημέρωσης" ("Fake News", n.d.-a) από το λεξικό Collins, το οποίο ανακήρυξε τη φράση "λέξη της χρονιάς 2017" (Collins 2017 Word of the Year Shortlist, 2017).

Τον Οκτώβριο του 2019, το λεξικό της Οξφόρδης εισήγαγε τον ορισμό των ψευδών ειδήσεων ως "ειδήσεις που μεταφέρουν ή περιλαμβάνουν ψευδείς, κατασκευασμένες ή παραπλανητικές πληροφορίες ή περιγράφονται ως τέτοιες ή κατηγορούνται για κάτι τέτοιο" (New words list October 2019, 2019). Το λεξικό Cambridge Dictionary ορίζει τον όρο "ψευδείς ειδήσεις" στο σύνολό του, αναφέροντας ότι πρόκειται για "ψευδείς ιστορίες που παρουσιάζονται ως ειδήσεις, διαδίδονται στο διαδίκτυο ή με τη χρήση άλλων μέσων, συνήθως δημιουργούνται για να επηρεάσουν πολιτικές απόψεις ή ως φάρσα" ("Fake News," n.d. b). Αυτός ο ορισμός καλύπτει τόσο την ψευδή φύση των πληροφοριών όσο και τα πιο συχνά κίνητρα για τη διάδοση ψευδών ειδήσεων. Στην πραγματικότητα, οι ψευδείς ειδήσεις δεν εξυπηρετούν όλες τους ίδιους στόχους, όπως θα καλυφθεί λεπτομερέστερα παρακάτω.

Δεν υπάρχει ένας ευρέως αποδεκτός ορισμός του φαινομένου των ψευδών ειδήσεων μεταξύ των επιστημόνων παγκοσμίως. Η σκόπιμη κατασκευή ψευδών

πληροφοριών για κάποιο όφελος, οικονομικό ή άλλο, θα ήταν ένας απλός και συγκριτικά εμπειριστατωμένος ορισμός.

Σύμφωνα με τους Nielsen και συν. (2017), οι άνθρωποι συχνά συγχέουν ή παρεξηγούν τις ψευδείς ειδήσεις με άλλες συμπεριφορές ή έννοιες, όπως η "κίτρινη" ή υποβαθμισμένη δημοσιογραφία, η σάτιρα ή συγκεκριμένοι τύποι διαφήμισης. Η φράση "ψευδείς ειδήσεις" θα πρέπει να καταργηθεί, σύμφωνα με έγγραφο εργασίας ανεξάρτητης ομάδας εμπειρογνομώνων που ανέθεσε η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ). Προτείνεται ο όρος "παραπληροφόρηση", ο οποίος ορίζεται ως παραπλανητικές ή εσφαλμένες πληροφορίες που διαδίδονται σκόπιμα με σκοπό να βλάψουν το δημόσιο συμφέρον ή να κερδίσουν χρήματα (HLEG, 2018).

Ο Gelfert (2018) τονίζει ότι η παραπληροφόρηση, συμπεριλαμβανομένων των ψευδών ειδήσεων, αποτελεί πρόβλημα. Προσθέτει ότι οι ισχυρισμοί αυτοί έχουν σκοπό να είναι λανθασμένοι ή παραπλανητικοί, όταν ορίζει τον όρο ως τη σκόπιμη παρουσίαση ψευδών ή παραπλανητικών πληροφοριών ως ειδήσεων. Ο Barclay προσφέρει έναν από τους πιο περιεκτικούς ορισμούς των ψεύτικων ειδήσεων, ορίζοντας τις ως "κάθε ψευδή πληροφορία που έχει δημιουργηθεί σκόπιμα υπό το πρόσχημα ενός γεγονότος" (Barclay, 2018). Σύμφωνα με τον Silverman (2016), η λέξη αναφέρεται σε πληροφορίες που έχουν κατασκευαστεί και είναι εντελώς απατηλές, προκειμένου να επωφεληθούν οικονομικά. Αυτή η κατηγορία αποτελείται από άρθρα και ειδήσεις με δραματικούς τίτλους αλλά φτωχό περιεχόμενο ή ακρίβεια (συχνά γνωστές ως "click bait"). Ο Himma (2017) υποστηρίζει ότι οι ψευδείς ειδήσεις θα πρέπει να χαρακτηρίζονται ως εσκεμμένα ψεύδη που "μιμούνται" δημοσιογραφικά γεγονότα και διαδίδονται ή αναπαράγονται μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και περιστασιακά μέσω πιο καθιερωμένων δημοσιογραφικών καναλιών.

1.2 Είδη ψευδών ειδήσεων

Οι διάφορες ποικιλίες ψευδών ειδήσεων περιγράφονται σε πολυάριθμες έρευνες και έγγραφα. Ορισμένες από αυτές προσδιορίζουν περισσότερες κατηγορίες, ενώ άλλες προσδιορίζουν λιγότερες. Σύμφωνα με τους Wardle, C., & Derakhshan (2017), υπάρχουν δύο κύριοι τύποι ψευδών ειδήσεων: αυτές που είναι απλώς αναληθείς ("false") και αυτές που είναι επιζήμιες ("harmful"). Υπάρχουν τρεις υποομάδες εντός αυτών των δύο μεγάλων κατηγοριών:

1. οι λανθασμένες ειδήσεις («mis-information»), στις οποίες είναι η μετάδοση ανακριβών ή παραπλανητικών πληροφοριών χωρίς πρόθεση διάπραξης απάτης ή εξαπάτησης

2. οι παραπληροφορητικές ειδήσεις («dis-information»), οι οποίες μεταδίδουν κάτι που οι δημιουργοί του γνωρίζουν ότι είναι ανακριβές και δημοσιεύεται μόνο για να προωθήσουν τα συμφέροντά τους ή να βλάψουν ανθρώπους, οργανισμούς ή ακόμη και έθνη.

3. οι επιβλαβείς ειδήσεις («mal-information»), οι οποίες συνήθως μεταδίδουν υλικό που ανήκει στον ιδιωτικό τομέα αλλά δεν είναι ανακριβές. Αυτή η φράση χρησιμοποιείται συνήθως για να αναφερθεί σε πληροφορίες που έχουν δημοσιευτεί χωρίς την άδεια του συγγραφέα, σε άρθρα που είναι αποτέλεσμα παρενόχλησης ή σε κομμάτια που ενθαρρύνουν τη ρητορική μίσους." Σύμφωνα με το ποσοστό της πρόθεσης εξαπάτησης, επτά κατηγορίες ψευδών ειδήσεων κατηγοριοποιούνται σε έναν άξονα στο έγγραφο Waldrop, M. M. (2017). Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι αυτή η σελίδα εξετάζει επίσης τη σάτιρα/παρωδία ως είδος παραπληροφόρησης, με σκοπό να κοροϊδέψει ή να διασκεδάσει μια είδηση και όχι να εξαπατήσει. Επιπλέον, το άρθρο αυτό δεν συζητά τις κακές ειδήσεις ως μορφή παραπληροφόρησης (γνωστή και ως "κακή πληροφόρηση"). Η τελευταία κατηγορία ψευδών ειδήσεων που προστέθηκε από την εργασία των EC Tandoc Jr, ZW Lim και R Ling (2018) είναι η ακόλουθη:

1) Η χειραγώγηση φωτογραφιών/βίντεο είναι η χρήση πολυμέσων για την ενίσχυση ενός επιχειρήματος, το οποίο δεν χρειάζεται να είναι αναληθές. Εάν η ιστορία είναι αληθινή, τα πολυμέσα που δημοσιεύονται μπορεί να μην αποτελούν μέρος της, αλλά εξακολουθεί να είναι δυνατόν να υποστηριχθεί το αντίθετο. Αυτό μπορεί να γίνει για να προστεθεί ίντριγκα σε μια είδηση ή για να υποστηριχθεί ένα ήδη σημαντικό θέμα. Εάν η είδηση που συνοδεύει τα πολυμέσα είναι ψευδής, είναι πιθανό οι συγκεκριμένες φωτογραφίες και τα βίντεο να είναι επίσης αποτέλεσμα επεξεργασίας, πράγμα που σημαίνει ότι άνθρωποι ή αντικείμενα έχουν προστεθεί ή αφαιρεθεί από την αρχική τους μορφή για να βοηθήσουν να φανεί αξιόπιστη η ψευδής είδηση (Tandoc et al., 2018).

2) Δημόσιες σχέσεις και διαφήμιση: Για να προωθήσουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες τους, οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν περιστασιακά Video News Releases (VNRs), τα οποία είναι διαφημίσεις τύπου ειδήσεων που εμφανίζονται κατά τη διάρκεια ιστοριών χωρίς συνήθως να αναφέρουν την προέλευση ή τον στόχο τους. Θεωρούνται ως ένα είδος ψευδών ειδήσεων, επειδή συχνά αναμειγνύονται με τις πραγματικές ειδήσεις και το ευρύ κοινό δεν γνωρίζει ότι πρόκειται για εμπορικά μηνύματα (Tandoc et al., 2018).

Μια περίπτωση μάρκετινγκ VNR σημειώθηκε το 2006 στο WBFS-33, όταν η εταιρεία συμβούλων Towers Perrin χρηματοδότησε και "φιλοξένησε" ένα βίντεο με θέμα τη δυστυχία στην εργασία. Φυσικά, οι τηλεθεατές δεν ενημερώθηκαν ότι επρόκειτο για VNR. Η Towers Perrin ανέθεσε σε μια εταιρεία παραγωγής να φτιάξει ένα δίλεπτο VNR σχετικά με το πώς οι επιχειρήσεις μπορούν να βελτιώσουν το ποσοστό διατήρησης του προσωπικού τους με στόχο να τοποθετήσει την εταιρεία ως ηγέτη στη διατήρηση του εργατικού δυναμικού. Στο βίντεο, δύο διευθύνοντες σύμβουλοι της Towers Perrin κατέθεσαν τις απόψεις τους και αναφέρθηκαν στοιχεία από μια μελέτη που είχε πραγματοποιήσει ο οργανισμός. Η μορφή αυτής της ταινίας υποδήλωνε ότι επρόκειτο για μια έρευνα καναλιών. Προστέθηκε επίσης το λογότυπο του καναλιού στο βίντεο και άλλαξαν τη φωνή ώστε να ακούγεται σαν αυθεντική έκθεση του καναλιού (WBFS-33's Work Woes, 2016). Φυσικά, υπάρχουν περιπτώσεις όπου ένα ρεπορτάζ μπορεί να ικανοποιεί τις ανάγκες τόσο για πληροφόρηση όσο και για διαφήμιση. Ένα διαδικτυακό άρθρο¹ για τις γυναίκες που κρατούνται από τους New York Times χρησιμεύει ως παράδειγμα. Ο σκοπός αυτού του δημοσιεύματος είναι η προώθηση της πρωτότυπης σειράς του Netflix *Orange is the New Black*. Σε αντίθεση με το προηγούμενο παράδειγμα, το συγκεκριμένο είχε από πάνω του τη σήμανση "Paid Post" (πληρωμένη δημοσίευση) και μια δήλωση αποποίησης ευθύνης που αναφέρει ότι ούτε δημοσιογράφος ούτε συντάκτης συμμετείχαν στη δημιουργία του (Tandoc et al., 2018).

Αυτή η κατηγορία περιλαμβάνει επίσης τίτλους "clickbait", δηλαδή τίτλους που έχουν ως στόχο να προσελκύσουν την προσοχή των αναγνωστών και να τους ενθαρρύνουν να κάνουν κλικ στην επόμενη σελίδα, οδηγώντας τους συχνά σε μια σελίδα μάρκετινγκ και όχι σε έναν ειδησεογραφικό ιστότοπο, όταν κάνουν κλικ για να διαβάσουν περισσότερα. Οι πραγματικές ειδήσεις δεν αντιπροσωπεύονται από αυτούς τους τίτλους. Παράγονται προϊόντα με τίτλους που τραβούν την προσοχή και παρακινούν τους αναγνώστες να πιστέψουν αυτό που διαβάζουν. Σε ορισμένες

περιπτώσεις, αυτοί οι τίτλοι μπορούν να δημιουργήσουν δυσαρέσκεια και οργή σχετικά με αναληθή γεγονότα (Tandoc et al., 2018).

1) Προπαγάνδα: Η προπαγάνδα είναι ο τελευταίος τύπος ψευδών ειδήσεων. "Η προπαγάνδα είναι μια μορφή επικοινωνίας που σχεδιάζεται σκόπιμα από μια ομάδα για να επηρεάσει τις στάσεις και τη συμπεριφορά των άλλων", σύμφωνα με τον Darren G. Lilleker (2006). Χρησιμοποιεί συχνά συμβολισμούς και ρητορικά μέσα και επικεντρώνεται στις παράλογες και συναισθηματικές πλευρές της ανθρώπινης φύσης. Η προπαγάνδα έχει ως στόχο να βοηθήσει τους ανθρώπους, τους οργανισμούς και τις κυβερνήσεις. Ένας άλλος ορισμός που υπεισέρχεται σε ελαφρώς περισσότερες λεπτομέρειες αναφέρει ότι "η προπαγάνδα ορίζεται από την εφαρμογή τεσσάρων αλληλοεξαρτώμενων αρχών: 1) προσπάθεια επηρεασμού του μυαλού και της συμπεριφοράς των ανθρώπων, 2) αποτελεσματική χρήση των μέσων μαζικής ενημέρωσης, 3) γνώση της ψυχολογικής κατάστασης του κοινού-στόχου και 4) και εκμετάλλευση των κοινωνικά καθιερωμένων προτύπων συμπεριφοράς".

Πολλά έθνη χρησιμοποιούν σήμερα στρατηγικές προπαγάνδας με στόχο να επηρεάσουν την κοινή γνώμη, με τη Βόρεια Κορέα να αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα. Ωστόσο, δεν υιοθετούν όλες οι χώρες, οι πολιτισμοί και τα πολιτικά κόμματα αυτές τις μεθόδους. Οι υποστηρικτές οποιασδήποτε ιδέας, άποψης κ.λπ. χρησιμοποιούν την προπαγάνδα είτε για να υπερβάλουν για το πόσο φανταστική είναι η άποψή τους είτε για να υπονομεύσουν την αντίθετη θέση, είτε και για τα δύο (Barclay, 2018).

Το Channel One, ένα κυβερνητικό ρωσικό κανάλι που εκπέμπει διεθνώς εκτός από τη Ρωσία, είναι ένα παράδειγμα προπαγάνδας. Παρόλο που αυτό το κανάλι ανήκει στην κατηγορία των παραδοσιακών ειδησεογραφικών οργανισμών, δεν ακολουθεί τα ίδια πρότυπα δημοσιογραφίας με τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς των δυτικών εθνών. Οι ειδήσεις στο Κανάλι Ένα μπορούν να θεωρηθούν ως όπλο των πολιτικών για να επικοινωνήσουν τις απόψεις τους για συγκεκριμένα θέματα και να επηρεάσουν τις αντιλήψεις και τη συμπεριφορά του ρωσικού και διεθνούς κοινού. Ανακαλύφθηκε ότι αυτό το κανάλι πράγματι διαδίδει ψευδείς πληροφορίες για να αλλάξει την άποψη του κοινού για τις ενέργειες της ρωσικής κυβέρνησης (Tandoc et al., 2018).

Θα πρέπει να καταστεί απολύτως σαφές ότι όλα τα είδη παραπλανητικών ειδήσεων είναι ψευδείς ειδήσεις, οι οποίες, ενώ δεν βασίζονται σε γνήσια γεγονότα, παράγονται για να μοιάζουν με αληθινές ειδήσεις. Αυτό είναι σημαντικό, δεδομένου

ότι η παρούσα μελέτη ασχολείται με την κατηγορία των ψευδών ειδήσεων, οι οποίες σκοπεύουν να παραπλανήσουν και να προκαλέσουν βλάβη ("παραπληροφόρηση"). Οι συντάκτες τέτοιων "ειδήσεων" υποθέτουν ότι οι αναγνώστες θα αποδεχθούν το γεγονός ως αληθινό, αντί να δηλώσουν ότι είναι αναληθές. Οι αναγνώστες πιστεύουν τις ψευδείς πληροφορίες ως γεγονός, επειδή βασίζονται σε προϋπάρχουσες προκαταλήψεις και πολιτικές προκαταλήψεις (Tandoc et al., 2018).

1.3 Οι παραπονημένες ειδήσεις στην ψηφιακή εποχή

Το διαδίκτυο μπήκε στη ζωή μας το 1984, αλλάζοντας δραστικά πολλές πτυχές της ύπαρξής μας, αλλά κυρίως τις συνήθειες επικοινωνίας μας. Ως αποτέλεσμα, οι ειδήσεις και ο τρόπος κάλυψής τους από την παραδοσιακή δημοσιογραφία επηρεάστηκαν επίσης από το διαδίκτυο. Ο Rupert Murdoch, ιδιοκτήτης της μεγαλύτερης εταιρείας μέσων ενημέρωσης στον κόσμο, αναγνώρισε σε ομιλία του στην Αμερικανική Ένωση Εκδοτών Εφημερίδων ότι είχε κάνει λάθος όταν προέβλεψε ότι η ψηφιακή επανάσταση θα προχωρούσε αργά: "Λοιπόν, δεν έγινε... δεν θα γίνει... και είναι μια πραγματικότητα που αναπτύσσεται γρήγορα και την οποία πρέπει να εκμεταλλευτούμε ως μια τεράστια ευκαιρία για να βελτιώσουμε τη δημοσιογραφία μας και να επεκτείνουμε την εμβέλειά μας" (Murdoch, 2005). Η πλειονότητα των εφημερίδων υιοθέτησε το πνεύμα της εποχής και δημιούργησε διαδικτυακές παρουσίες, γεγονός που οδήγησε στη γέννηση των πρώτων ειδησεογραφικών πυλών (Allan, 2006).

Τα πρώτα ανοιχτά κοινωνικά μέσα, τα οποία επέτρεπαν στους χρήστες να επικοινωνούν δημόσια, να μοιράζονται ενδιαφέροντα και να αναρτούν σκέψεις, εικόνες και βίντεο, άλλαξαν σημαντικά τον τρόπο ζωής των χρηστών του διαδικτύου κατά τα πρώτα πέντε χρόνια του εικοστού πρώτου αιώνα. Το My Space ήταν το πρώτο κοινωνικό δίκτυο με ευρεία απήχηση και διατήρησε την κυριαρχία του μέχρι το 2008, όταν το Facebook το ξεπέρασε σε αριθμό χρηστών. Σύμφωνα με ανακοίνωση της Google από το 2010, το Facebook έχει τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στον πλανήτη (Edosomwan, Prakasan, Kouame, Watson & Seymour, 2011). Δύο χρόνια μετά την ίδρυση του Facebook, το 2006, έκανε το ντεμπούτο του το Twitter. Γρήγορα προσέλκυσε μια σημαντική βάση χρηστών, εν μέρει λόγω του γεγονότος ότι παρείχε εναλλακτικές λύσεις στο Facebook και εν μέρει λόγω της δημοτικότητάς του μεταξύ των διασημοτήτων (Jasra, 2010).

Χρησιμοποιούνται επίσης το YouTube, το Instagram, το LinkedIn και άλλοι γνωστοί ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης. Παρά το γεγονός ότι ορισμένα άτομα κατατάσσουν τα ιστολόγια σε διαφορετικό τομέα, εντούτοις θεωρούνται μια μορφή μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Σε δύο σύγχρονους πολέμους -τη σύγκρουση μεταξύ της Ρωσίας και της Ουκρανίας στην Κριμαία το 2014 και τη συνεχιζόμενη σύγκρουση στη Συρία από το 2011- τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραμάτισαν κρίσιμο ρόλο στον πόλεμο πληροφοριών που διεξήχθη παράλληλα με τις πραγματικές εχθροπραξίες (Posetti & Matthews, 2018).

Το "εργοστάσιο τρολ", γνωστό και ως ρωσική Υπηρεσία Έρευνας Διαδικτύου (IRA), ιδρύθηκε τον Απρίλιο του 2014. Πρώην εργαζόμενοι της επιχείρησης ισχυρίζονται σε σχετικό άρθρο της Καθημερινής (Παπαδόπουλος, 2018) ότι τους είχε ανατεθεί να δημιουργούν κατασκευασμένα άρθρα που υποστήριζαν τη ρωσική προπαγάνδα κατά της Ουκρανίας και να τα δημοσιεύουν στους πλασματικούς ειδησεογραφικούς ιστότοπους της επιχείρησης. Επιπλέον, η κοινοποίηση αυτών των ψευδών ειδήσεων στους ψεύτικους λογαριασμούς τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ήταν μέρος των εργασιακών τους καθηκόντων. Κάποια στιγμή, η επιχείρηση διαχειριζόταν τουλάχιστον 3.800 τέτοιους λογαριασμούς μόνο στο Twitter (#TrollTracker: Twitter Troll Farm Archives, 2018).

Το Internet Research Agency αποτέλεσε σημαντική πηγή ψευδών πληροφοριών στις προεδρικές εκλογές του 2016 στις ΗΠΑ, καθώς και στην ψηφοφορία για την έξοδο της Βρετανίας από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Brexit). Σύμφωνα με πληροφορίες που παρείχε η ίδια η πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης, στις 23 Ιουνίου 2016, την ημέρα της ψηφοφορίας, ψεύτικοι λογαριασμοί ρωσικής εταιρείας στο Twitter έγραψαν στο Twitter πάνω από χίλια μηνύματα χρησιμοποιώντας το hashtag #ReasonsToLeaveEU. Πριν και μετά το δημοψήφισμα, tweets από λογαριασμούς που συνδέονταν με το "εργοστάσιο ρωσικών τρολ" περιείχαν τη λέξη "Brexit" 4.400 φορές (Field & Right, 2018). Οι υποστηρικτές του Brexit ήταν πέντε φορές πιο δραστήριοι στο Instagram την ίδια ημέρα σε σχέση με εκείνους που τάχθηκαν υπέρ της παραμονής στην Ένωση, ενώ επιπλέον ήταν δύο φορές πιο δραστήριοι (Posetti & Matthews, 2018). Από την άλλη πλευρά, ανακαλύφθηκε ότι τουλάχιστον 770 λογαριασμοί από το Ιράν δημοσίευσαν μηνύματα υπέρ του ηγέτη των Εργατικών Τζέρεμι Κόρμπιν και μηνύματα που επιτίθονταν στους υποστηρικτές του Brexit Νάιτζελ Φάρατζ και Μπόρις Τζόνσον (Field & Wright, 2018).

Οι ΗΠΑ απήγγειλαν κατηγορίες κατά της εν λόγω εταιρείας και Ρώσων υπηκόων στις αρχές του 2018, ισχυριζόμενες ότι οι υπάλληλοι της εταιρείας προσποιήθηκαν τους Αμερικανούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ανάρτησαν μηνύματα υπέρ της νίκης του Τραμπ στις προεδρικές εκλογές του 2016, ενώ παράλληλα έκαναν απαξιωτικά σχόλια για τη Χίλαρι Κλίντον και άλλους Αμερικανούς πολιτικούς (Παπαδόπουλος, 2018). Ωστόσο, οι ψευδείς πληροφορίες που διαδόθηκαν ευρέως πριν από την εκλογή του Τραμπ δεν προέρχονταν μόνο από τον IRA. Λίγες ημέρες πριν από τις εκλογές, μια έρευνα του BuzzFeed News ανακάλυψε ότι η μικρή πόλη του Veles στην τότε FYROM φιλοξενούσε ένα δίκτυο με περισσότερους από 100 ιστότοπους που δημοσίευαν ψευδή άρθρα υπέρ του Τραμπ. Στην πραγματικότητα, αρκετοί από τους εκδότες και συγγραφείς αυτών των άρθρων ήταν νέοι άνθρωποι (Silverman & Alexander, 2016).

Ένα από τα άρθρα που έγραψαν αυτοί οι νεαροί και έγιναν viral ανέφερε ότι ο Πάπας Φραγκίσκος είχε υποστηρίξει τον Ντόναλντ Τραμπ για πρόεδρο, προκαλώντας οργή. Άλλα άρθρα που γράφτηκαν από το εν λόγω δίκτυο ήταν επικριτικά για τη Χίλαρι Κλίντον, ισχυριζόμενα μάλιστα ότι προμήθευε το ISIS με όπλα. Το σκάνδαλο Pizzagate χρησιμεύει ως ένα καλό παράδειγμα για το πόσο πολύ έβλαψαν τα fake news τον υποψήφιο των Δημοκρατικών. Μια έρευνα σχετικά με τον διακομιστή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της Κλίντον τον Οκτώβριο του 2016 και τις επικείμενες προεδρικές εκλογές οδήγησε μια γυναίκα χρήστη του Facebook να ισχυριστεί σε μια ανάρτηση ότι η Κλίντον ήταν παιδόφιλη. Η ανάρτηση εξαπλώθηκε σαν πυρκαγιά στο Twitter και σε άλλους ιστότοπους αφού αντιγράφηκε γρήγορα εκεί. Για τον απλούστατο λόγο ότι οι Δημοκρατικοί διοργάνωναν εκεί μια προεκλογική εκδήλωση, ο Alex Jones, ιδιοκτήτης του ακροδεξιού ιστότοπου InfoWars, δεν σκέφτηκε καθόλου να ισχυριστεί ότι η Κλίντον κακοποιούσε παιδιά συμμετέχοντας σε "σατανιστικές τελετές" στο υπόγειο μιας συγκεκριμένης πιτσαρίας στην Ουάσινγκτον (Robb, 2017).

Η συζήτηση για τις ψευδείς ειδήσεις στο διαδίκτυο αναζωπυρώθηκε από το πολύ πρόσφατο και συνεχιζόμενο πρόβλημα της πανδημίας Covid-19. Το διαδίκτυο κατακλύζεται από εκατοντάδες ψευδείς ειδήσεις, οι οποίες καλύπτουν τα πάντα, από θεωρίες συνωμοσίας για την προέλευση του ιού μέχρι τις μεθόδους μετάδοσης και τις υποτιθέμενες θεραπείες του. Όταν ένας άνδρας που παρίστανε το πρώην στέλεχος μιας σημαντικής εταιρείας τηλεπικοινωνιών ισχυρίστηκε σε ηχητικό μήνυμα ότι ο Γκέιτς συμμετείχε σε μια συνωμοσία για τη δημιουργία εμβολίων για τον ιό, τα οποία θα περιείχαν τσιπάκια υπολογιστών προκειμένου να παρακολουθούνται οι άνθρωποι,

οι ψευδείς αναφορές για τον ιό ανέφεραν ακόμη και το όνομα του δισεκατομμυριούχου ιδρυτή της Microsoft Μπιλ Γκέιτς. Ο ίδιος άνδρας, ο οποίος, όπως αποδείχθηκε αργότερα, είχε μόλις πρόσφατα εργαστεί εκεί ως πωλητής, υποστήριξε ότι το Covid-19 είναι μια ψεύτικη ασθένεια που δημιουργήθηκε για να αποκρύψει τις αρνητικές συνέπειες του 5G (Waterson, 2020). Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας έχει συμπεριλάβει στις ιστοσελίδες του μια ενότητα κατάρριψης μύθων σχετικά με τον ιό, ως αποτέλεσμα της εξάπλωσης διαφόρων ψευδών αναφορών σχετικά με αυτόν που θέτουν σε κίνδυνο τη δημόσια υγεία (During the coronavirus pandemic, 'fake news' is putting lives at risk: UNESCO, 2020).

2ο Κεφάλαιο: Διερεύνηση του φαινομένου των παραπονημένων ειδήσεων στο χώρο της πολιτικής

2.1 Αίτια παραπονημένων ειδήσεων

Οι δημιουργοί ψευδών ειδήσεων και οι προθέσεις τους αποτελούν μείζον θέμα συζήτησης στη συζήτηση για τις ψευδείς ειδήσεις. Η πλειονότητα των ακαδημαϊκών συμφωνεί ότι οι ψευδείς ειδήσεις παράγονται συχνά για πολιτικούς, ιδεολογικούς ή οικονομικούς λόγους, με σκοπό την παραπλάνηση του κοινού (Tandoc et al., 2018). Οι δύο πρόσθετοι λόγοι που αναφέρουν οι Wardle και Derakshan (2017) είναι οι κοινωνικοί και οι ψυχολογικοί (π.χ. για λόγους κύρους ή ψυχολογικής ανύψωσης). Οι κοινωνικοί λόγοι έχουν να κάνουν με την επιθυμία κάποιου να ενταχθεί σε μια συγκεκριμένη ομάδα ατόμων. Ωστόσο, η πολιτική και οικονομική εμπορευματοποίηση των ειδήσεων φαίνεται να είναι ο βασικός παράγοντας που συμβάλλει στη διάδοσή τους (Πλειός & Μινωτάκης, 2018). Όσο μεγαλύτερη είναι η δραστηριότητα που παρατηρείται μετά την πρώτη αποκάλυψη μιας ψευδούς είδησης, τόσο περισσότερα χρήματα κερδίζουν οι συντάκτες της μέσω της διαδικτυακής διαφήμισης. Σύμφωνα με τους Bakir και Mestay (2017), ορισμένοι χρησιμοποιούν τις ψευδείς ειδήσεις μόνο ως clickbait ή δόλωμα, καθώς αυξάνουν τις αμοιβές για διαδικτυακές διαφημίσεις. Σύμφωνα με την έρευνα του BuzzFeed (Silverman & Alexander, 2016), η πλειοψηφία των εφήβων που δημιούργησαν τους ιστότοπους που δημοσίευσαν τις ψευδείς ειδήσεις που υποστήριζαν τον Ντόναλντ Τραμπ και υποτιμούσαν τη Χίλαρι Κλίντον, δεν ενδιαφερόταν για την αμερικανική πολιτική. Ουσιαστικά ακολούθησαν ο ένας το παράδειγμα του άλλου, επειδή ο πρωταρχικός

τους στόχος ήταν να παράγουν χρήματα, και το έκαναν επειδή οι σκοποί που υποστήριζε ο Τραμπ ήταν πιο κερδοφόροι. Όταν ο μέσος μηνιαίος μισθός στο έθνος του ήταν 371 δολάρια, ένας από αυτούς τους νεαρούς ισχυρίστηκε ότι κατά τη διάρκεια 4 μηνών είχε βγάλει περίπου 16.000 δολάρια μέσω δύο ιστότοπων μέσω των οποίων υποστήριζε τον Τραμπ (Subramanian, 2017).

Η δημοσιογράφος Laura Sydell (2016) είχε μια συνέντευξη με τον ιδιοκτήτη μιας από τις μεγαλύτερες εταιρείες ψευδών ειδήσεων, της "Disinfomedia", η οποία εκείνη την εποχή απασχολούσε 20-25 συντάκτες ψευδών ειδήσεων, για ένα παρόμοιο άρθρο στο ραδιόφωνο του NPR. Υποστήριξε ότι το κίνητρό του για τη δημιουργία και τη διάδοση ψευδών ειδήσεων ήταν το ενδιαφέρον του για την προπαγάνδα και την παραπληροφόρηση ως αποτέλεσμα των σπουδών του στις πολιτικές επιστήμες. Αναγνώρισε, ωστόσο, ότι ήταν αρκετά επιτυχημένος στη βιομηχανία ψευδών ειδήσεων. Όπως είναι κατανοητό, τα άτομα αυτά ενδιαφέρονται περισσότερο για την απόκτηση άμεσων, βραχυπρόθεσμων κερδών παρά για τη δημιουργία μιας μακροπρόθεσμης σχέσης με το κοινό (Allcott, Gentzkow, & Yu, 2019). Τα πολιτικά κίνητρα μπορεί να προέρχονται από επίσημες πηγές, όπως οι υπηρεσίες πληροφοριών, τα πολιτικά κόμματα και τα μέσα ενημέρωσης, καθώς και από ανεπίσημες πηγές, όπως συγκεκριμένα άτομα ή ομάδες ανθρώπων που μοιράζονται μια συγκεκριμένη φιλοσοφία. Σύμφωνα με ακαδημαϊκές και δημοσιογραφικές έρευνες, η ρωσική κυβέρνηση φέρεται να έχει αναπτύξει έναν ισχυρό μηχανισμό προπαγάνδας που εξυπηρετεί τα πολιτικά συμφέροντα του Κρεμλίνου τόσο στο εσωτερικό, με μέσα ενημέρωσης που βασίζονται σε κρατικές επιδοτήσεις (όπως το Russia Today και το Sputnik), όσο και σε επίπεδο διεθνών σχέσεων, με ένα τεράστιο δίκτυο ιστότοπων, ιστολογίων, σελίδων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κυβερνητικών εκπροσώπων και φιλορωσικών φωνών στην Ευρώπη, δημιουργώντας με επιτυχία την εντύπωση ότι η Ρωσία είναι ένα δημοκρατικό έθνος.

Οι Khaldarova και Pantti (2016) διερεύνησαν τις προσπάθειες της Ρωσίας να διαδώσει ψευδείς πληροφορίες μέσω αυτών των κρατικών μέσων ενημέρωσης κατά τη διάρκεια της κρίσης στην Ουκρανία το 2014 και εξέτασαν τον τρόπο με τον οποίο η ρωσική κυβέρνηση κατάφερε να χειραγωγήσει την κοινή γνώμη μέσω της χρήσης ψευδών ειδήσεων. Μετά τις αμερικανικές εκλογές του 2016, η έρευνα του ειδικού εισαγγελέα και πρώην διευθυντή του FBI Ρόμπερτ Μιούλερ, η οποία διαπίστωσε τους δεσμούς του ρωσικού IPA με τη ρωσική κυβέρνηση, εξέτασε επίσης το ενδεχόμενο να εμπλέκεται το προσωπικό της προεκλογικής εκστρατείας του Τραμπ. Η έρευνα

αυτή οδήγησε στη δίωξη των εμπλεκομένων (Johnston & Miller, 2019). Σύμφωνα με δημοσιογραφικές έρευνες, η ρωσική προπαγάνδα προχώρησε στη διάδοση ψευδών πληροφοριών σε διάφορες περιοχές, όπως η Καταλονία (Palmer, 2017) και η Βαλτική (Roopema & Spring, 2018).

Μαζί με τα προαναφερθέντα παραδείγματα, οι ειδήσεις από μεγάλους δημοσιογραφικούς οργανισμούς μπορεί επίσης να επηρεάζονται από πολιτικούς ή ακόμη και οικονομικούς στόχους. Ο Γιώργος Πλειός (Darzanou, 2018) υποστηρίζει ότι η ιδιοκτησία και οι εταίροι της, οι οποίοι αποφασίζουν για την πολιτική του μέσου και μπορούν να υποχρεώνουν τους δημοσιογράφους να αναπαράγουν ή να παραποιούν ειδήσεις ανάλογα με τους πολιτικούς ή οικονομικούς τους στόχους, διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην παραγωγή ειδήσεων. Επιπλέον, έχουν υπάρξει πολλές περιπτώσεις δημοσιογράφων που αναφέρουν ψευδές υλικό για δικό τους όφελος, σε μια προσπάθεια να προοδεύσουν επαγγελματικά και να αποκτήσουν φήμη. Όταν αποκαλύφθηκε ότι ο μικρός, ο οποίος υποτίθεται ότι ζούσε στην Ουάσινγκτον, ήταν δική της επινόηση, μια νεαρή δημοσιογράφος ονόματι Janet Cook αναγκάστηκε να επιστρέψει το βραβείο Πούλιτζερ που είχε λάβει για το ρεπορτάζ της σχετικά με έναν οκτάχρονο ηρωινομανή το 1980 (McNair, 2017). Η φήμη των New York Times υπέστη ζημιά το 2003, όταν αποκαλύφθηκε ότι ο δημοσιογράφος Jayson Blair δημιουργούσε και παραποιούσε ειδήσεις επί τέσσερα χρόνια εν αγνοία των συντακτών. Όταν αναγκάστηκε να παραιτηθεί, ο Μπλερ χαρακτηρίστηκε ως "προβληματικός νεαρός που οδηγήθηκε στην επαγγελματική αυτοκαταστροφή" σε επόμενο άρθρο της εφημερίδας (Barry, Barstow, Glater, Liptak & Steinberg, 2003).

2.2 Δημιουργία, μετάδοση και αναπαραγωγή παραποιημένων ειδήσεων

Είναι σημαντικό να διαχωρίσουμε τη μελέτη της παραγωγής και της μετάδοσης των ψευδών ειδήσεων από τη διαδικασία διάδοσής τους, προκειμένου να κατανοήσουμε καλύτερα το πλαίσιο των προθέσεων που κρύβονται πίσω από αυτές. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η παραγωγή ψευδών ειδήσεων είναι πάντα σκόπιμη, ενώ η διάδοση ψευδών ειδήσεων μπορεί να είναι ή να μην είναι. Μια είδηση που κυκλοφορεί στο διαδίκτυο μπορεί να έχει ξαναγραφτεί πολλές φορές από διάφορους φορείς για διάφορους σκοπούς (Wardle & Derakshian, 2017). Η παραγωγή του μηνύματος και η μετατροπή του σε ειδησεογραφικό προϊόν είναι τα δύο κύρια στάδια

της παραγωγής. Δεδομένου ότι αυτές οι ενέργειες συχνά δεν πραγματοποιούνται από το ίδιο άτομο, υπάρχει συχνά διαφορά στα κίνητρα (Wardle & Derakshan, 2018).

Για παράδειγμα, ο "εγκέφαλος" μιας κυβερνητικής επιχείρησης παραπληροφόρησης ή προπαγάνδας, ο οποίος παρέχει τη συνολική καθοδήγηση, μπορεί να μην έχει το ίδιο κίνητρο με εκείνους που πληρώνονται για να κατασκευάσουν ειδήσεις σχετικά με τα θέματα που είναι σημαντικά για την εκστρατεία. Στην περίπτωση του IRA, κάποιος, πιθανότατα κάποιος σε θέση εξουσίας, επέλεγε το θέμα και παρείχε λεπτομερείς οδηγίες. Τα κείμενα πρέπει να δημιουργούνται ψηφιακά από το προσωπικό. Στη συνέχεια, δημοσίευαν το τελικό σχέδιο στους ιστότοπους του δικτύου και στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, στοχεύοντας ειδικά σε οργανώσεις που υποστήριζαν είτε τον Τραμπ είτε την Κλίντον, με την ελπίδα ότι τα μέλη τους θα το αναπαρήγαγαν περαιτέρω. Στη συνέχεια, η είδηση επαναλήφθηκε από τους υποστηρικτές του Τραμπ ως πραγματική, καθώς και από τους υποστηρικτές της Κλίντον ως αναληθής. Ο γενικός πληθυσμός δεν είναι παθητικός καταναλωτής πληροφοριών όταν πρόκειται για ψευδείς ειδήσεις που διαδίδονται στο διαδίκτυο. Αντίθετα, θα μπορούσε να δημιουργηθεί ένας μόνιμος κύκλος μετάδοσης πληροφοριών με τον δέκτη να αλλάζει ρόλο και να γίνεται ο πομπός (Wardle, 2017).

Συνήθως κάνουν "like" στην ανάρτηση, τη σχολιάζουν ή τη μοιράζονται στο δικό τους προφίλ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να δείξουν την υποστήριξή τους στο θέμα. Αλλά επειδή κάποιοι άνθρωποι φαίνεται να συμφωνούν με την είδηση δεν σημαίνει ότι συμφωνούν ή ότι έχουν την επιθυμία να παραπλανήσουν τους άλλους. Σύμφωνα με μια μελέτη του 2016 από το BuzzFeed News, το 75% των Αμερικανών που έπεσαν πάνω σε μια ψεύτικη είδηση στο διαδίκτυο (και ιδιαίτερα στο Facebook) πίστεψαν ότι ήταν αληθινή (Silverman & SingerVine, 2016). Πολλές φορές, ο τίτλος μιας είδησης αρκεί για να πείσει το κοινό ότι είναι αληθινή. Το Ελληνικό Κέντρο Ασφάλειας Διαδικτύου αναφέρει ότι "6 στους 10 χρήστες του Διαδικτύου αναδημοσιεύουν μια είδηση διαβάζοντας μόνο τον τίτλο και όχι το περιεχόμενο" (Fake News, χ.χ). Σε ένα γενικό πλαίσιο εγγενούς κίνησης για συμμετοχή στη διαδικασία μετάδοσης πληροφοριών, οι άνθρωποι που πείθονται από μια ψεύτικη είδηση την αναπαράγουν για να μοιραστούν τις απόψεις τους με άλλους που μοιράζονται τις αντιλήψεις τους (Marwick, 2018).

Οι Tandoc, Lim και Ling (2018) αναφέρονται στο ευρύ κοινό ως συμπαραγωγό ψευδών ειδήσεων, επειδή η επιτυχία τέτοιων ειδήσεων βασίζεται

τελικά στην προθυμία του κοινού να αποδεχθεί την εξαπάτηση ως γεγονός. Υποστηρίζουν ότι αν το ευρύ κοινό δεν πεισθεί ότι οι ψευδείς ειδήσεις είναι πραγματικές, η διαδικασία εξαπάτησης συνεχίζεται και οι ψευδείς ειδήσεις παραμένουν απλώς μια φαντασίωση της φαντασίας κάποιου. Ωστόσο, ακόμη και σε αυτή την περίπτωση, οι παραπλανητικές πληροφορίες μπορεί να εξαπλωθούν, καθώς ακόμη και όσοι δεν έχουν παραπληρηθεί είναι πιθανό να το κάνουν προκειμένου να εκφράσουν τη διαφωνία τους με αυτές ή να δείξουν ότι είναι λανθασμένες προκειμένου να δείξουν ότι η άλλη πλευρά παραπλανάται (Wardle & Derakshian, 2018). Η σκόπιμη παραπληροφόρηση εφιστά τόσο συχνά την προσοχή στις διαφορές απόψεων εντός συγκεκριμένων ομάδων ανθρώπων, όπως μεταξύ μελών διαφόρων πολιτικών κομμάτων, ατόμων συγκεκριμένης εθνικότητας, φυλής ή θρησκείας ή ατόμων από διάφορα κοινωνικοοικονομικά στρώματα (Wardle & Derakshan, 2017).

Δεδομένου ότι ένας τυπικός χρήστης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν θα επωφεληθεί από την αναπαραγωγή μιας είδησης, δεν μας απασχολούν τα οικονομικά οφέλη όσων αναδημοσιεύουν ψευδείς πληροφορίες- μάλλον, μας απασχολούν διάφορα κοινωνικά οφέλη, όπως η συμπάθεια, ο σεβασμός, η επιρροή ή, για να το θέσουμε απλά, η κοινωνική δύναμη (Hendricks & Hansen, 2016). Επιπλέον, οι άνθρωποι δημοσιεύουν ειδήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όχι τόσο για να διαφωτίσουν τους άλλους όσο για να εκφράσουν τις σκέψεις τους και να αυτοπροσδιοριστούν προκειμένου να αλληλεπιδράσουν με άλλους που μοιράζονται τις απόψεις τους (Marwick, 2018). Εκτός από τους τακτικούς χρήστες του διαδικτύου, τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης έχουν επίσης συμφέρον να διαδίδουν τέτοιου είδους πληροφορίες. Συχνά επαναχρησιμοποιούν δεδομένα από το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χωρίς να τα διασταυρώνουν (McDougall, 2019), όπως συνέβη με πολλά ελληνικά μέσα ενημέρωσης, όταν αναδημοσίευσαν μια εικόνα της Ακρόπολης φωτισμένης στα χρώματα της γαλλικής σημαίας, δήθεν σε ένδειξη υποστήριξης των τρομοκρατικών επιθέσεων στο Παρίσι τον Νοέμβριο του 2015. Διαπιστώθηκε ότι η εικόνα είχε αλλοιωθεί και ότι ο εν λόγω φωτισμός δεν έγινε ποτέ (Φούρλα, 2015).

3ο Κεφάλαιο: Συνέπειες φαινομένου

3.1 Κοινωνικές επιπτώσεις

Η έκθεση του κοινού σε παραπλανητικές ειδήσεις μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη διάχυτων παρανοήσεων ή πεποιθήσεων που βασίζονται σε πληροφορίες που είναι αναληθείς ή έρχονται σε αντίθεση με τα διαθέσιμα γεγονότα και είναι δύσκολο να διορθωθούν, σύμφωνα με έρευνες (Flynn, Nyhan & Reifler, 2017). Μόλις εμπεδωθούν, αυτοί οι μύθοι μπορεί να είναι επιβλαβείς για την κοινωνία, οδηγώντας σε πόλωση και διχασμό που μπορεί ακόμη και να δικαιολογούν βίαιες συμπεριφορές (Lazer et al., 2017), να θέτουν κινδύνους για την υγεία του κοινού (Wang, McKee, Torbica & Stuckler, 2019) και τελικά να υπονομεύουν το δημοκρατικό σύστημα στο σύνολό του. 4 Δεκεμβρίου 2016, ένας δράστης άρχισε να πυροβολεί μέσα στο εστιατόριο Comet Ping Pong στην Ουάσιγκτον. Αυτός ο άνδρας υποτίθεται ότι το έκανε για να προστατεύσει τα παιδιά από το κύκλωμα παιδεραστίας στο οποίο φέρεται να συμμετείχαν η Χίλαρι Κλίντον και άλλοι γνώστες του Δημοκρατικού Κόμματος. Η επίθεση αποτέλεσε την τραγική κατάληξη μιας περιόδου κατά την οποία οι υπεύθυνοι της πιτσαρίας είχαν να αντιμετωπίσουν ένα μαπαράζ διαδικτυακής κακοποίησης, συμπεριλαμβανομένων απειλών θανάτου. Ο ιδιοκτήτης είχε προσπαθήσει μάταια να διαψεύσει τις φήμες, είχε ζητήσει την εμπλοκή της αστυνομίας και του FBI και είχε ζητήσει από ορισμένες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης να αφαιρέσουν αναρτήσεις που συνδέονταν με τις ψευδείς πληροφορίες. Όταν ο γενικός διευθυντής του εστιατορίου παρομοίασε τις προσπάθειες να σταματήσει η διάδοση της φήμης με το να "προσπαθείς να πυροβολήσεις ένα σμήνος μελισσών με ένα όπλο", το θέμα φάνηκε να έχει ξεφύγει από τον έλεγχο. Η σύντομη δήλωση του ιδιοκτήτη στα μέσα ενημέρωσης μετά το περιστατικό είχε ως εξής: "Αυτό που συνέβη σήμερα δείχνει ότι η προώθηση ψευδών θεωριών συνωμοσίας έχει συνέπειες". Πολλά έθνη σε όλο τον κόσμο έχουν βιώσει παρόμοιες δραματικές αντιδράσεις. Αφού διαδόθηκε μέσω της πλατφόρμας Whatsapp ότι απαγωγείς παιδιών, μέλη οργανωμένου δικτύου διακίνησης οργάνων, είχαν υποτίθεται φτάσει στην πόλη, δύο άνδρες στο Μεξικό έχασαν φρικτά τη ζωή τους το καλοκαίρι του 2018, όταν ντόπιοι τους ξυλοκόπησαν και τους έβαλαν φωτιά (Martinez, 2018).

Κατά την ίδια χρονική περίοδο, παρόμοιες προειδοποιήσεις για επικίνδυνους απαγωγείς διαδόθηκαν επίσης στην Ινδία χρησιμοποιώντας το ίδιο δίκτυο, με αποτέλεσμα να προκληθούν λιντσαρίσματα, ξυλοδαρμοί, ακόμη και θάνατοι σε διάφορες περιοχές της χώρας. Ο ξυλοδαρμός του Γιάννη Μπουτάρη, πρώην δημάρχου Θεσσαλονίκης, κατά τη διάρκεια εκδήλωσης μνήμης για τη Γενοκτονία των Ποντίων τον Μάιο του 2018 αποτελεί παράδειγμα αντίδρασης του όχλου εμπνευσμένης από ψευδείς πληροφορίες που συνέβη στην ελληνική πραγματικότητα. Λίγες ημέρες πριν, σε μια προσπάθεια να υποβαθμιστεί η εκδήλωση μνήμης της Γενοκτονίας, μια ψευδής είδηση είχε γίνει viral σε πολλές ιστοσελίδες και πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, λέγοντας ότι ο δήμαρχος είχε δώσει άδεια για τη διεξαγωγή του "2ου Αυτοοργανωμένου Thessaloniki Pride" την ίδια ημέρα. Την ίδια ημέρα, κυκλοφόρησε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης η φήμη ότι ο δήμαρχος είχε παρευρεθεί στην εκδήλωση για τη Γενοκτονία φορώντας αυτοκόλλητο ΛΟΑΤΚΙ. Αυτό προφανώς πυροδότησε μια έκρηξη μίσους προς τον Γιάννη Μπουτάρη, η οποία οδήγησε στη δημόσια επίθεσή του (Δανιηλίδης, 2018).

Φυσικά, το ζήτημα υπερβαίνει κατά πολύ αυτά τα μεμονωμένα, ακραία περιστατικά. Είμαστε αναγκασμένοι να δημιουργούμε παρανοήσεις με επιζήμιες επιπτώσεις σε μια σειρά θεμάτων, όπως η δημόσια υγεία, η μετανάστευση, η κλιματική αλλαγή, η πολυπολιτισμικότητα κ.λπ. σε μια εποχή όπου η επίκληση στο συναίσθημα μπορεί να διαμορφώσει την κοινή γνώμη πιο σημαντικά από τα πραγματικά γεγονότα. Ψευδείς ειδήσεις για παιδιά που υπέστησαν απειλητικές για τη ζωή τους ασθένειες, εμφάνισαν αυτισμό ή απεβίωσαν μετά από εμβολιασμό τροφοδοτούν το αντιεμβολιαστικό συναίσθημα μεταξύ των γονέων και έχουν συμβάλει στην επανεμφάνιση ασθενειών όπως η ιλαρά και η διφθερίτιδα που είχαν εξαλειφθεί με τον εμβολιασμό (Carrieri, Madio & Principe, 2019).

Ένα διεθνές αντιμουσουλμανικό κίνημα αναπτύσσεται σταθερά τα τελευταία χρόνια και μετά από μια τρομοκρατική επίθεση από υποστηρικτές του ISIS που επικυρώνει την άποψη ότι οι μουσουλμάνοι αποτελούν απειλή για τη Δύση, αποκτά νέα δυναμική. Η πιο πρόσφατη έξαρση της ισλαμοφοβίας, ωστόσο, δεν ξεκίνησε με μια επίθεση, αλλά μάλλον κατά τη διάρκεια του τρόμου για την πανδημία Covid-19, όταν το διαδίκτυο κατακλύστηκε από διάφορες ψευδείς αναφορές για μουσουλμάνους που προσπαθούσαν ενεργά να εξαπλώσουν την ασθένεια. Η πιο συχνή βάση για τις ψευδείς ειδήσεις είναι ο φόβος, είτε πραγματικός είτε δημιουργημένος. "Οι ψευδείς ειδήσεις είναι συχνά η τρομοκρατία των λέξεων", υποστηρίζει ο Γιώργος Πλειός

(2019), προσθέτοντας ότι "η κουλτούρα των ψευδών ειδήσεων μπορεί να παράγει τρομοκρατία με τον ίδιο τρόπο που η τρομοκρατία μπορεί να παράγει ψευδείς ειδήσεις".

3.2 Πολιτικές επιπτώσεις - απειλή για τη δημοκρατία

Η ανάγκη για πολιτική επιρροή στην κοινή γνώμη είναι ένα από τα σημαντικότερα κίνητρα που οδηγούν στην παραγωγή ψευδών ειδήσεων, όπως αναφέρεται στο δεύτερο κεφάλαιο. Επειδή οι ψευδείς ειδήσεις έχουν τέτοια επιρροή, πολλοί ακαδημαϊκοί πιστεύουν ότι αποτελούν σοβαρή απειλή για τη δημοκρατία (Lazer et al., 2018). Πολλοί πολίτες εκτέθηκαν σε σημαντικό αριθμό ψευδών ειδήσεων κατά τους μήνες που προηγήθηκαν των προεδρικών εκλογών του 2016 στις ΗΠΑ και πολλοί από αυτούς θεώρησαν τα γεγονότα που απεικονίζονταν ως πραγματικά. Ο Μαρκ Ζούκερμπεργκ, ο δημιουργός του Facebook, απάντησε αρχικά στο θέμα υποστηρίζοντας στον προσωπικό του λογαριασμό ότι μόνο ένα μικρό μέρος του περιεχομένου του Facebook είναι ψευδείς ειδήσεις και ότι είναι "εξαιρετικά απίθανο" να επηρέασε το αποτέλεσμα των εκλογών.

Το ακριβώς αντίθετο αποκάλυψε η μελέτη του Πανεπιστημίου του Οχάιο, η οποία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι είναι πολύ πιθανό οι ψευδείς ειδήσεις να έπαιζαν ρόλο στο αποτέλεσμα των εκλογών, καθώς επηρέασαν σημαντικά την επιλογή μιας συγκεκριμένης ομάδας ψηφοφόρων - αυτών που είχαν υποστηρίξει τον Μπαράκ Ομπάμα το 2012. Μετά την ψηφοφορία για το Brexit, εμφανίστηκαν σχετικές ανησυχίες σχετικά με το κατά πόσον οι ψευδείς ειδήσεις είχαν αντίκτυπο στο δημόσιο αίσθημα. Ο Νάιτζελ Φάρατζ, ο ηγέτης του Κόμματος Ανεξαρτησίας, παραδέχθηκε ότι ο ισχυρισμός ότι το Brexit θα εξοικονομούσε 350 εκατομμύρια λίρες, οι οποίες θα πήγαιναν στην εθνική υπηρεσία υγείας της Βρετανίας, ήταν ψευδής λίγες ώρες μετά το δημοψήφισμα, γεγονός που ενίσχυσε τη γενική αντίληψη ότι οι ψηφοφόροι παραπλανήθηκαν από ψευδείς πληροφορίες. Σε αυτό ήρθε να προστεθεί και η παραδοχή ενός στελέχους της Cambridge Analytica ότι η εταιρεία βοήθησε όσους υποστήριζαν την αποχώρηση από την ΕΕ να διαδώσουν δόλιες αναρτήσεις που προορίζονταν για τους χρήστες του Facebook, συλλέγοντας τα προσωπικά τους δεδομένα (Cadwalladr, 2018).

Πέρα από κάθε πιθανή επιρροή κατά τη διάρκεια των εκλογών, οι ψευδείς ειδήσεις έχουν τη δυνατότητα να επηρεάσουν τις πολιτικές στάσεις γενικότερα, από την αύξηση της απάθειας του κοινού έως την προώθηση εξτρεμιστικών απόψεων (Lazer et al., 2018). Το στέλεχος του Facebook Samidh Chakrabarti αναγνωρίζει ότι "αν υπάρχει μια θεμελιώδης αλήθεια σχετικά με τον αντίκτυπο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη δημοκρατία, αυτή είναι ότι ενισχύουν τις ανθρώπινες προθέσεις, τόσο τις καλές όσο και τις κακές" (Chakrabarti, 2018). Εξηγεί ότι η θετική πλευρά επιτρέπει στους ανθρώπους να εκφράζονται και να αναλαμβάνουν δράση, ενώ η αρνητική πλευρά επιτρέπει στους ανθρώπους να προωθούν την παραπληροφόρηση και να βλάπτουν τη δημοκρατία. Σε συνέντευξή του στον Ανδριανόπουλο το 2019, ο Γιώργος Πλειός αναλύει τις μακροπρόθεσμες επιπτώσεις: ...η εμπιστοσύνη μας στη δημοκρατία καταστρέφεται και επωφελούνται μόνο οι πολιτικές ομάδες που απορρίπτουν το δημοκρατικό παιχνίδι και χρησιμοποιούν τη βία για να υπονομεύσουν τον κοινοβουλευτισμό, όπως η ακροδεξιά της βίας. Ως αποτέλεσμα, το κύρος και οι βασικές αρχές της δημοκρατίας διακυβεύονται.

4ο Κεφάλαιο: Αντιμετώπιση φαινομένου

4.1 Ο ρόλος της δημοσιογραφίας

Το 85% των Ευρωπαίων πιστεύει ότι οι ψευδείς ειδήσεις αποτελούν πρόβλημα για το έθνος τους και το 83% πιστεύει ότι αποτελούν πρόβλημα για τη δημοκρατία γενικότερα, σύμφωνα με έρευνα του Ευρωβαρόμετρου σχετικά με τις ψευδείς ειδήσεις και την παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο. Για τους Έλληνες συμμετέχοντες στην έρευνα, τα αντίστοιχα ποσοστά είναι σημαντικά υψηλότερα (90% και 87%). Σύμφωνα με την πλειονότητα των ερωτηθέντων, υπεύθυνοι για την πρόληψη της διάδοσης των ψευδών ειδήσεων είναι οι δημοσιογράφοι (45%), οι εθνικές αρχές (39%), οι κατάλογοι μέσων ενημέρωσης (36%), οι ίδιοι οι πολίτες (32%), τα κοινωνικά δίκτυα (26%), τα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (21%) και οι μη κυβερνητικές οργανώσεις (15%) Οι δημοσιογράφοι πρέπει να επανεκτιμήσουν το ρόλο τους σε αυτό το περιβάλλον ψευδών πληροφοριών και χαμηλής εμπιστοσύνης του κοινού. Με τα προγράμματα σπουδών της δημοσιογραφίας που έχουν τροποποιηθεί στο νέο περιβάλλον και τα προβλήματα της ψηφιακής εποχής, οι σπουδές δημοσιογραφίας διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε

αυτό, ιδιαίτερα στην εκπαίδευση των νέων δημοσιογράφων υπό το πρίσμα των νέων συνθηκών (McDougall, 2019). Θα πρέπει να επισημανθεί η αξία των ρεπορτάζ που βασίζονται σε στοιχεία και όχι σε αντιγραφές, η ανάγκη ρύθμισης των ειδήσεων στο διαδίκτυο και η ανάγκη αποκάλυψης των ψευδών ειδήσεων που υποστηρίζονται από στοιχεία, αλλά είναι επίσης σημαντικό να διδάσκονται οι φοιτητές πώς να διαχειρίζονται τα γεγονότα και τις πηγές χρησιμοποιώντας διάφορες μεθόδους. Δίνοντας μεγάλη έμφαση στον επαγγελματισμό και τη δεοντολογία, οι δημοσιογράφοι μπορούν να ανακτήσουν τη χαμένη τους τιμή. Η δημοσιογραφία μπορεί να στηρίξει τη δημοκρατία δίνοντας εμπειρισταωμένη πληροφόρηση, αμφισβητώντας την εξουσία, εξετάζοντας το ευρύτερο πλαίσιο σε κάθε περίπτωση, προσεγγίζοντας κάθε θέμα πλουραλιστικά δίνοντας βήμα σε κάθε πλευρά και τελικά καλλιεργώντας την ενσυναίσθηση αναδεικνύοντας τις διαφορές στις ζωές των ανθρώπων. Η δημοκρατία εξαρτάται από τους ενημερωμένους πολίτες και η δημοσιογραφία μπορεί να στηρίξει τη δημοκρατία κάνοντας ακριβώς αυτό.

Επιπλέον, η ανάγκη για πραγματικά ανεξάρτητη δημοσιογραφία που δεν έχει τις ρίζες της στην εμπορευματοποίηση των μέσων ενημέρωσης και μπορεί να εξυπηρετήσει δύο θεμελιώδεις ανάγκες - την ακριβή δημοσιογραφία και την εξάλειψη των ψεύτικων ειδήσεων - είναι σαφέστερη από ποτέ. Οι ιστότοποι ανεξάρτητης δημοσιογραφίας έχουν επικρατήσει περισσότερο τα τελευταία χρόνια, κερδίζοντας χρήματα από τις συνδρομές των αναγνωστών και όχι από τη διαφήμιση. Ορισμένες ιστοσελίδες παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης, όπως η Wall Street Journal, χρειάζονται επίσης συνδρομή. Η μελέτη του Reuters υποστηρίζει ότι παρά τις πρωτοβουλίες αυτές για την αλλαγή του τρόπου με τον οποίο πληρώνονται τα μέσα ενημέρωσης, φαίνεται ότι η εποχή που η χρηματοδότηση θα βασίζεται στους συνδρομητές απέχει ακόμη αρκετά χρόνια, επειδή το ποσοστό των συνδρομών είναι τόσο χαμηλό. Η πλειονότητα των καταναλωτών έχει μόνο μία συνδρομή, ακόμη και σε έθνη όπου ένα μεγαλύτερο ποσοστό των ανθρώπων πληρώνει για να διαβάσει ειδήσεις στο διαδίκτυο (Digital News Report, 2019). Ως εκ τούτου, ο αγώνας κατά των ψευδών ειδήσεων δεν μπορεί να κερδηθεί μόνο με ανεξάρτητες αναφορές. Επιπλέον, θα πρέπει να ασκηθεί πίεση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης με σταθερή φήμη στην αγορά και εμπιστοσύνη του κοινού, ώστε να εντείνουν τις προσπάθειές τους στον έλεγχο των γεγονότων (McNair, 2017).

4.2 Δημοσιογραφική ηθική και δεοντολογία

Προκειμένου να κατευθύνουν τη συμπεριφορά των ανθρώπων μέσα στο κοινωνικό σύστημα προς την πρόοδο και την εξέλιξη, οι σύγχρονες κοινωνίες βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στη νομοθετική εξουσία. Οι κοινωνίες αυτές αποτελούνται από ομάδες ανθρώπων που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και μοιράζονται μια ποικιλία παρόμοιων προτύπων, πολιτιστικών πρακτικών και κοινωνικών ιδεωδών. Τόσο σε ατομικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο, τα άτομα αναπτύσσουν συνεχώς και εξελικτικά νέα εργαλεία και μεθόδους διαβίωσης, αλλά αυτό μεταβάλλει και τον τρόπο με τον οποίο οι πολίτες αλληλεπιδρούν. Η ατμόσφαιρα της μαζικής ανταλλαγής και συγκέντρωσης πληροφοριών ευνοείται από τη νέα τεχνολογία, η οποία μεταβάλλει τον τρόπο με τον οποίο ανταλλάσσονται τα αγαθά και η γνώση. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει σημαντικό αντίκτυπο στους τομείς των επικοινωνιών και των μέσων ενημέρωσης, ανοίγοντας νέες ευκαιρίες και θέτοντας νέες δυσκολίες. Καθώς όμως οι τομείς των επικοινωνιών και των μέσων ενημέρωσης συνεχίζουν να κυριαρχούν τόσο στη δημόσια όσο και στην ιδιωτική σφαίρα, οι σύγχρονες κοινωνίες έρχονται αντιμέτωπες με νέα προβλήματα που σχετίζονται με τη συμπεριφορά αυτών των απίστευτα διαδεδομένων καναλιών. Η σημασία της ηθικής και της ορθής κρίσης σε αυτή την κατάσταση είναι καθοριστική (Eid, 2014).

Για δύο βασικούς λόγους, η δημοσιογραφία θεωρείται μέρος της τέταρτης εξουσίας: Πρώτον, τα μέσα ενημέρωσης πρέπει να ενημερώνουν τους ανθρώπους, ώστε να μπορούν να συμμετέχουν στη λήψη πολιτικών αποφάσεων ως ενημερωμένοι πολίτες, αντί να ακολουθούν αυτόματα τις εντολές μιας ορισμένης ελίτ ή να ενεργούν ως χειραγωγούμενες μάζες.

Δεύτερον, τα μέσα ενημέρωσης λειτουργούν ως το παρατηρητήριο του δημοκρατικού συστήματος, διασφαλίζοντας ότι τα δικαστήρια, το κοινοβούλιο και η διοίκηση ασκούν τις αντίστοιχες αρμοδιότητές τους. Μπορεί να υποστηριχθεί ότι η δημοσιογραφία κατέχει μοναδική θέση στο κοινωνικοπολιτικό και

κοινωνικοοικονομικό σύστημα στο οποίο ζούμε λόγω αυτών των ρόλων που είναι ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματική λειτουργία ενός δημοκρατικού πολιτικού συστήματος.

Οι Πέντε πυλώνες της ηθικής δημοσιογραφίας

Το Ethical Journalism Network απαριθμεί αυτούς τους πέντε πυλώνες της ηθικής δημοσιογραφίας:

- Αλήθεια και ακρίβεια: Η δημοσιογραφία πρέπει να παρουσιάζει σωστές πληροφορίες προκειμένου να εκπληρώσει το ιδανικό ενός ενημερωμένου πληθυσμού.

-Ανεξαρτησία, η οποία δηλώνει ότι το μέσο στο οποίο δραστηριοποιούνται οι δημοσιογράφοι πρέπει να είναι ελεύθερο από πολιτικά και οικονομικά κέντρα εξουσίας, όπως η κυβέρνηση ή οι επιχειρήσεις.

- Δικαιοσύνη και αμεροληψία: Οι δημοσιογράφοι θα πρέπει να μεταδίδουν τις ειδήσεις χωρίς να ευνοούν κάποια πολιτική ή οικονομική δύναμη έναντι κάποιας άλλης και θα πρέπει να παρουσιάζουν όλες τις πλευρές του θέματος, ώστε να μπορούν όλοι να το κατανοήσουν από όλες τις πλευρές.

- Η δημοσιογραφία δεν πρέπει να βλάπτει τους ανθρώπους, σύμφωνα με τον ανθρωπισμό.

- Λογοδοσία, η οποία απαιτεί οι πληροφορίες του δημοσιογράφου να είναι αξιόπιστες και η παροχή αξιόπιστων πηγών κατόπιν αιτήματος, ώστε το σύστημα να έχει τους δικούς του ελέγχους και ισορροπίες (Eid, 2014).

Η εξέταση των προηγούμενων ορισμών του θέματος είναι απαραίτητη προκειμένου να κατανοήσουμε το εύρος της ηθικής. Ωστόσο, ο ορισμός της ηθικής είναι μια δύσκολη διαδικασία, διότι υπάρχουν πολλοί τρόποι να οριστεί και να εξηγηθεί αυτή η έννοια. Παρά το γεγονός ότι υπάρχουν αρκετοί ορισμοί, η ιστορία της λέξης ηθική θεωρείται ότι είναι ένα καλό σημείο για να ξεκινήσουμε. Η λέξη προέρχεται από την ελληνική λέξη "ethics", η οποία μεταφράζεται ως "χαρακτήρας", υποστηρίζει ο Larry Leslie (2000). Ο ορισμός του Leslie από το 2000 είναι πολύ συνοπτικός: "Ηθική είναι οι ηθικές αρχές για τη ζωή και τη λήψη αποφάσεων". Σύμφωνα με τον Leslie (2000), η λατινική λέξη "moralis" (που σημαίνει "έθιμα και τρόποι") είναι η ρίζα της λέξης ηθική.

Αν και ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιείται η λέξη "ηθική" στην καθημερινή ομιλία μπορεί να τις κάνει να φαίνονται εναλλάξιμες, οι περισσότεροι φιλόσοφοι πιστεύουν ότι είναι διαφορετικές. Ενώ η ηθική αναφέρεται στη συλλογή αξιών και κοινωνικών κανόνων που υποστηρίζει μια κοινωνία σχετικά με την

κατάλληλη συμπεριφορά, η ηθική σχετίζεται με τη σκέψη και τις πράξεις ενός ατόμου σε θέματα σωστού και λάθους. Ένα σύνολο ηθικών πεποιθήσεων που αποσκοπούν στο όφελος τόσο του ατόμου όσο και της κοινωνίας αποτελούν το θεμέλιο για την επιτυχή λήψη ηθικών αποφάσεων. Σύμφωνα με τον Hanson (2002), η ηθική συμπεριφορά ορίζεται ως μια προτιμώμενη ή αποδεκτή δραστηριότητα. Ο ακαδημαϊκός κλάδος της φιλοσοφίας, ο οποίος περιλαμβάνει ποικίλες τεχνικές, υποκατηγορίες και προοπτικές, είναι εκεί όπου ανήκει η ηθική. Ο ηθικός ορθολογισμός έχει παραδοσιακά χρησιμεύσει ως το χρυσό πρότυπο για την ηθική: "Οι ηθικοί κανόνες είναι νόμιμοι λόγω της ιδιαιτερότητας του ανθρώπινου είδους και λόγω του ορθολογισμού" (Christians, 2005). Ο Christians (2005) αναφέρει ότι, ενώ οι έννοιες της κοινής ηθικής και της "καλής ζωής" μεταφράζονται με διαφορετικό τρόπο μεταξύ των πολιτισμών, οι συμβάσεις των επιμέρους πολιτισμών είναι ανεξάρτητες από αυτές τις έννοιες. Οι ηθικές αρχές θεμελιώνονται τελικά σε αυτό που θεωρείται ορθή συμπεριφορά, παρά τη δυνατότητα διαφορετικών πολιτισμικών προοπτικών για το τι είναι και τι δεν είναι ηθικό. Κάποιος μπορεί, για παράδειγμα, να βασίζεται σε ηθικά πρότυπα για να επιλέξει τη σωστή πορεία δράσης όταν βρίσκεται αντιμέτωπος με μια επιλογή που θα μπορούσε να βλάψει ένα άλλο άτομο (Eid, 2014).

Ο Donald Wright (1996) υποστηρίζει ότι υπάρχουν ηθικές θεωρίες που ελέγχουν το πεδίο της επικοινωνίας. Κατηγοριοποιεί αυτές τις ιδέες σε δύο ομάδες: την κλασική ηθική θεωρία και τις θεωρίες ηθικής σκέψης. Η ηθική ευθύνη νοηματοδοτείται με δύο διαφορετικούς τρόπους στην κλασική ηθική θεωρία: τελολογικά και δεοντολογικά. Ενώ η δεοντολογική ηθική δίνει έμφαση στη φύση μιας πράξης ή μιας απόφασης, η τελολογική ηθική δίνει μεγαλύτερη έμφαση στα αποτελέσματα μιας πράξης ή μιας απόφασης. Οι κοινές αξίες της ελευθερίας, της δικαιοσύνης και της σοφίας χρησιμεύουν ως θεμέλιο για τις θεωρίες ηθικού συλλογισμού. Πριν από τη λήψη μιας ηθικής απόφασης πρέπει να πληρούνται τέσσερις θεμελιώδεις προϋποθέσεις, σύμφωνα με τον Wright (1996). Πρώτον, οι ηθικές αρχές πρέπει να έχουν συμφωνηθεί από την κοινωνία- δεύτερον, πρέπει να βασίζονται στη λογική και την εμπειρία- τρίτον, η δικαιοσύνη πρέπει να επιδιώκεται μέσω ενός ηθικού συστήματος- και τέταρτον, το ηθικό σύστημα πρέπει να βασίζεται κυρίως στην ατομική ελευθερία επιλογής. Οι προοπτικές για την ηθική της συζήτησης σε σχέση με την ηθική της επικοινωνίας είναι ιδιαίτερα αποδεκτές και κατανοητές, παρά το γεγονός ότι οι μελετητές εξακολουθούν να συζητούν ποια προσέγγιση ταιριάζει καλύτερα στην ηθική συλλογιστική. Σύμφωνα με τον Sandin (2007), η

ηθική του διαλόγου είναι ίσως το σημαντικότερο πλαίσιο για την ηθική της επικοινωνίας, καθώς διεγείρει την ανάπτυξη της αγάπης και της εμπιστοσύνης μέσω της διαπροσωπικής σύνδεσης και μας δίνει την ευκαιρία να μάθουμε περισσότερα για τους άλλους ανθρώπους και τον εαυτό μας. Υπάρχει ένα πλαίσιο για τον ηθικό συλλογισμό. Κατά τη διάρκεια της ιστορίας, έχουν υπάρξει πολλά σημαντικά συστήματα ηθικής συλλογιστικής, όπως η ηθική της συνομιλίας, η ηθική της αρετής, τα καθολικά συστήματα, οι εξισωτικές και ωφελιμιστικές ηθικές θεωρίες, καθώς και οι φεμινιστικές και μεταμοντέρνες προοπτικές.

Δεδομένου ότι "η προσωπική μας ηθική διαμορφώνεται και αποδεικνύεται από τους τρόπους με τους οποίους εμπλεκόμαστε σε διάλογο με τους άλλους", ο Sandin (2007) υποστηρίζει ότι η ηθική του διαλόγου είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να κατανοήσουμε την ηθική από μια πειραματική, καθημερινή προοπτική. Οι άνθρωποι αναγκάζονται να αναζητήσουν μια ειλικρινή, ανοιχτή συζήτηση όταν χρησιμοποιούν αυτή τη στρατηγική, παραιτούμενοι από τις συνήθεις αμυντικές απαντήσεις και επαναλήψεις τους. Έτσι, η άποψη αυτή αναδεικνύει την αξία της συζήτησης, ιδίως όσον αφορά τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να διευκολύνει την αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ δύο ηθικών όντων. Ωστόσο, υπάρχουν σημαντικά εμπόδια που δυσκολεύουν κάποιον να επικοινωνήσει χρησιμοποιώντας αυτή την προσέγγιση. Η ιδέα του "παιχνιδιού" επιτρέπει τη σύγκριση των πλεονεκτημάτων των διαφόρων ηθικών πλαισίων. Ο Sandin (2007) δήλωσε ότι "η έννοια του παιχνιδιού εισάγει τη δυνατότητα ότι το ψέμα και η εξαπάτηση είναι αποδεκτά, αν όχι απαραίτητα, κατά την προώθηση των συμφερόντων κάποιου". Η εξαπάτηση θεωρείται μερικές φορές ως η μόνη βιώσιμη επιλογή. Είναι απλό να διαγράψουμε αυτό το "παιχνίδι" με την πρώτη ματιά ως μια τακτική που χρησιμοποιείται από ανέντιμα άτομα. Αποδεικνύεται όμως ότι η ιδέα αυτή είναι παρούσα σε πολλούς τομείς της καθημερινής μας ζωής. Πολλές πτυχές της ύπαρξής μας συνδέονται στενά με ηθικά συστήματα και πεποιθήσεις. Μπορούν να συμβάλουν σε πολύ ατομικιστικές διαδικασίες σκέψης που έχουν αντίκτυπο μόνο σε εμάς τους ίδιους, αλλά μπορούν επίσης να λάβουν μέρος σε διαδικασίες λήψης αποφάσεων κυβερνητικών και διεθνών οργανισμών που έχουν εκτεταμένες συνέπειες. Παρόλο που η ηθική διαπερνά όλες τις πτυχές της ύπαρξής μας, η γνώση του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι ασκούν ηθικό συλλογισμό εξαρτάται από τον τρόπο με τον οποίο κατανοούμε και μαθαίνουμε για την ανάπτυξη, την εφαρμογή και τη λειτουργία των αρχών και των καθοδηγητικών ιδεολογιών.

4.2.1 Ιστορικό πλαίσιο εννοιών στη Δημοσιογραφία

Η πρακτική που ακολουθείται στο πλαίσιο του δημοσιογραφικού επαγγέλματος αναφέρεται ως "δημοσιογραφική δεοντολογία" και ορίζεται ως η λειτουργία ενός μέσου ενημέρωσης που αναγνωρίζεται τόσο κοινωνικά όσο και ως αξία. Αποτελεί συστατικό στοιχείο της πρακτικής ηθικής και έγινε ευρέως αποδεκτή ιδέα στην Ευρώπη τον 17ο αιώνα. Καλύπτει μια ευρεία ποικιλία θεμάτων που εμπίπτουν στην έννοια της δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Πρόκειται συγκεκριμένα για ανησυχίες σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας του μέσου από οργανωτική άποψη, όπως η πίεση από τους συντάκτες ή οι ημερομηνίες παράδοσης, το δίδυμο δημοσιογράφος-πηγή, με έμφαση στη σχέση μεταξύ δημοσιογράφων και πηγών, η διαχείριση και η ανωνυμία των πηγών, η διασταύρωση των πληροφοριών, η ελευθερία δημοσίευσης οπτικοακουστικού περιεχομένου και, τέλος, οι συμβάσεις που επηρεάζουν τη λειτουργία των νέων μέσων, όπως η αρχή της ουδετερότητας των νέων μέσων (Χρονάκη, 2018).

Σύμφωνα με τον Ward (2008), η δημοσιογραφία αποτελεί υποσύνολο της εφαρμοσμένης ηθικής, η οποία είναι η μελέτη των κανόνων για τομείς όπως η εταιρική διακυβέρνηση, η επαγγελματική πρακτική και η επιστημονική έρευνα. Πρόκειται για την εξέταση της δημοσιογραφίας ως επαγγέλματος και την εφαρμογή των κατευθυντήριων αρχών της σε ποικίλα πλαίσια και προβλήματα. Η δημοσιογραφική δεοντολογία εξετάζει τα ζητήματα που προκύπτουν στο εσωτερικό περιβάλλον ενός δημοσιογράφου (το «μίκρο» περιβάλλον) και τι πρέπει να κάνει ο εν λόγω δημοσιογράφος σε συγκεκριμένες περιστάσεις, καθώς και τα ζητήματα που προκύπτουν στο εξωτερικό περιβάλλον (το «μάκρο» περιβάλλον) και τι πρέπει να κάνουν τα μέσα ενημέρωσης στο σύνολό τους, δεδομένου του ρόλου τους στην κοινωνία. Τα όρια της ελευθερίας του λόγου, η αλήθεια και η προκατάληψη, η αμεροληψία και η ιδιωτικότητα, η χρήση εικόνων, η σύγκρουση συμφερόντων, η εκπροσώπηση των μειονοτήτων και η λειτουργία της δημοσιογραφίας είναι όλα θέματα της δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Εάν ένα ερώτημα που αφορά τη δημοσιογραφία αξιολογεί τη συμπεριφορά υπό το πρίσμα των βασικών δημόσιων στόχων και των κοινωνικών υποχρεώσεων της δημοσιογραφίας, πρόκειται για ένα ηθικό ερώτημα σε αντίθεση με ένα θέμα σοφίας ή σύμβασης. Η δημοσιογραφία έχει παραδοσιακά εξυπηρετήσει μια ποικιλία

λειτουργιών, όπως η ενημέρωση του κοινού, η ερμηνεία των γεγονότων, η λειτουργία ως φύλακας της εξουσίας, η προώθηση μεταρρυθμίσεων ή συγκεκριμένων αιτημάτων, η εκπαίδευση και η ενδυνάμωση του κοινού ως πολιτών και η επιρροή της κοινής γνώμης, ενώ παράλληλα εξυπηρετεί (ή και προπαγανδίζει) ένα πολιτικό κόμμα ή την κυβέρνηση. Από τις αναφορές σε γεγονότα μέσω της ερμηνευτικής ανάλυσης έως την κοινωνική δραστηριότητα, οι στόχοι οργανώνονται κατά μήκος ενός συνεχούς. Υπάρχουν περίπου πέντε στάδια στην ανάπτυξη της δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Σε καθένα από αυτά κυριαρχούν οι θεωρίες του Τύπου σχετικά με τις κατευθυντήριες αρχές και τους στόχους της δημοσιογραφίας. Πρώτον, κατά τη διάρκεια του δέκατου έκτου και δέκατου έβδομου αιώνα στη Δυτική Ευρώπη, δημιουργήθηκε ο ηθικός λόγος για τη δημοσιογραφία. Στα μέσα του δέκατου πέμπτου αιώνα, η πρέσα του Γουτεμβέργιου δημιούργησε τυπογράφους-εκδότες που δημιούργησαν έναν περιοδικό ειδησεογραφικό τύπο υπό κυβερνητική εξουσία. Οι εκδότες διαβεβαίωναν τους αναγνώστες ότι μετέδιδαν την αντικειμενική αλήθεια που βασιζόταν σε "πραγματικά γεγονότα", παρά τις ακατέργαστες μεθόδους συλλογής ειδήσεων και τον πολιτικοποιημένο χαρακτήρα της εποχής τους. Η αυταρχική ιδέα του Τύπου, η οποία έβλεπε τα ειδησεογραφικά μέσα ως υπηρέτες του κράτους, δημιούργησε ένταση μεταξύ αυτού του ειδησεογραφικού μέσου και της πρώτης θεωρίας του Τύπου. Η ανάπτυξη μιας "δημόσιας ηθικής" ως πεποίθηση στον επεκτεινόμενο τύπο (εφημερίδες) της δημόσιας σφαίρας του Διαφωτισμού, ιδίως στην Αγγλία, τη Γαλλία και τις Ηνωμένες Πολιτείες, αποτέλεσε το δεύτερο στάδιο. Η ελευθερία του κοινού λεγόταν ότι προστατεύεται από τους δημοσιογράφους από την κυβέρνηση.

Ήταν υπέρ της μεταρρύθμισης και τελικά της επανάστασης. Με εγγυήσεις ελευθερίας στα μετεπαναστατικά συντάγματα των Ηνωμένων Πολιτειών και της Γαλλίας, ο Τύπος είχε γίνει ένας κοινωνικά αποδεκτός θεσμός μέχρι το γύρισμα του αιώνα, μια δύναμη που έπρεπε να επαινεθεί ή να φοβηθεί. Αυτή η έννοια της τέταρτης εξουσίας, ο Τύπος ως ένας από τους κυρίαρχους θεσμούς της κοινωνίας, θεμελιώθηκε σε αυτή τη δημόσια ηθική (Ward, 2005). Στη φιλελεύθερη φιλοσοφία του 19ου αιώνα για τον Τύπο, η ιδέα της τέταρτης Εξουσίας αναπτύχθηκε ως τρίτο στάδιο (Siebert, 1956). Το θεμέλιο της φιλελεύθερης σκέψης είναι η ιδέα ότι για τη διαφύλαξη των ατομικών ελευθεριών και την προώθηση της φιλελεύθερης μεταρρύθμισης, ένας ελεύθερος και ανεξάρτητος Τύπος είναι απαραίτητος. Κορυφαίοι δημοσιογράφοι υποστήριζαν ότι ο Τύπος, σε αντίθεση με το Κοινοβούλιο, εκπροσωπούσε καλύτερα τον πληθυσμό. Η διοίκηση χρειαζόταν τον Τύπο επειδή

διαμόρφωνε την κοινή γνώμη. Στα τέλη της δεκαετίας του 1800, η φιλελεύθερη άποψη εξελίχθηκε στο φιλελεύθερο-δημοκρατικό ιδεώδες, το οποίο χαρακτήριζε τη δημοσιογραφία ως πρωτίστως (εξ)υπηρετούσα μια αυτοδιοικούμενη κοινωνία, εκπαιδεύοντας τον πληθυσμό, διατηρώντας τον φιλελευθερισμό και υπερασπιζόμενη την ελευθερία από την τυραννία. Η ταυτόχρονη ανάπτυξη και κριτική της φιλελεύθερης-δημοκρατικής άποψης τον 20ό αιώνα αποτέλεσε το τέταρτο στάδιο. Οι ελλείψεις του φιλελεύθερου Τύπου αντιμετωπίστηκαν τόσο μέσω της ανάπτυξης όσο και μέσω της κριτικής. Οι δημοσιογράφοι και οι ηθικολόγοι που υποστήριζαν την εξέλιξη ανέπτυξαν έναν επαγγελματικό κώδικα αντικειμενικής δημοσιογραφίας που υποστηριζόταν από τη θεωρία της κοινωνικής ευθύνης (Campbell, 2001).

Ως απάντηση στις ανησυχίες σχετικά με την επιρροή των μέσων ενημέρωσης, η θεωρία της κοινωνικής ευθύνης (Peterson, 1956) εμφανίστηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες τη δεκαετία του 1940. Η θεωρία "καλούσε" τον ελεύθερο Τύπο να χρησιμοποιήσει την ελευθερία του για να υπηρετήσει το κοινό παρέχοντας ακριβείς ειδήσεις και ένα εύρος απόψεων. Οι "επικριτές", από την άλλη πλευρά, ήταν δημοσιογράφοι που αγνοούσαν τους περιορισμούς της αντικειμενικής επαγγελματικής ενημέρωσης και ασχολούνταν με πιο ερμηνευτικά, μη κομματικά είδη δημοσιογραφίας, όπως η ερευνητική και η ακτιβιστική δημοσιογραφία. Ως αποτέλεσμα, νέοι στόχοι και καθήκοντα προστέθηκαν σταδιακά στην ελευθερία της δημοσίευσης. Για παράδειγμα, ο Αντικειμενικισμός υποστήριξε στις αρχές της δεκαετίας του 1990 ότι οι δημοσιογράφοι είχαν την ευθύνη να μεταφέρουν και τις δύο πλευρές ενός θέματος και ότι θα έπρεπε να είναι "ισορροπημένοι" στα ρεπορτάζ τους. Σύμφωνα με την αρχή της κοινωνικής ευθύνης, τα μέσα ενημέρωσης όφειλαν να δίνουν βήμα σε διαφορετικές απόψεις, ακόμη και αν αυτές οι απόψεις συγκρούονται με αυτές της εφημερίδας. Οι αρχικοί, κομματικοί δημοσιογράφοι που αγωνίστηκαν για έναν ελεύθερο Τύπο τον δέκατο όγδοο αιώνα, φυσικά, δεν είχαν ιδέα για τίποτα από όλα αυτά. Οι απαιτήσεις που τίθενται στους δημοσιογράφους έχουν αυξηθεί από το 1950 και μετά. Στη δεκαετία του 1960, η ακτιβιστική δημοσιογραφία που αντιτάχθηκε στον πόλεμο και προώθησε τα πολιτικά δικαιώματα αποτελούσε απειλή για την αντικειμενική ενημέρωση (που λέει τα γεγονότα). Υποστηρίχθηκε ότι ο στόχος της δημοσιογραφίας ήταν να ενισχύσει τις πολυάριθμες παρατάξεις που διεκδικούσαν την ανάδειξη και ταυτόχρονα να τις εκπροσωπεί δίκαια, προκειμένου να οικοδομηθεί μια πιο δίκαιη κοινωνία. Η δημοσιογραφία που

εκτιμούσε ισότιμα τις γυναίκες και προωθούσε τον πολιτισμένο διάλογο μεταξύ των πολιτών ήταν αυτό που επιδίωκαν οι φεμινίστριες.

Ο βασικός στόχος της δημοσιογραφίας, σύμφωνα με τους πολιτικούς δημοσιογράφους, είναι να αναζωπυρώσει το ενδιαφέρον του κοινού για την πολιτική (Rosen, 1996). Αν και οι φιλελεύθερες αντιλήψεις για την ανάγκη της ποικιλομορφίας και της ενδυνάμωσης των πολιτών αναδείχθηκαν περισσότερο, οι νέες μορφές των μέσων ενημέρωσης μέσω του Διαδικτύου στις αρχές της δεκαετίας του 2000 έθεσαν περαιτέρω προκλήσεις για το αντικειμενικό επαγγελματικό παράδειγμα. Στο πέμπτο στάδιο της δημοσιογραφίας, γνωστό ως "μεικτά μέσα", το κοινό άρχισε να αποκτά πληροφορίες από μια ποικιλία παλαιών και νέων μέσων. Η διαδικτυακή δημοσιογραφία άλλαξε τον ορισμό της δουλειάς του δημοσιογράφου από επαγγελματία φύλακα σε διευκολυντή διαλόγου και κοινωνικής δικτύωσης. Αλλά όχι μόνο ο αριθμός των ερασιτεχνών δημοσιογράφων-πολιτών και των μπλόγκερς διευρύνθηκε- χρησιμοποίησαν επίσης διαδραστικά πολυμέσα, τα οποία αμφισβήτησαν τις έννοιες της ενδελεχούς επαλήθευσης και της προστασίας των πληροφοριών. Ως αποτέλεσμα, οι συζητήσεις σχετικά με τους θεμελιώδεις ορισμούς του τι είναι η δημοσιογραφία και τι είναι οι "δημοσιογράφοι" εξακολουθούν να ταλανίζουν τη δεοντολογία του τομέα (Rosen, 1999).

4.2.2 Κριτικές θεωρίες

Υπάρχει μια συλλογή θεωριών στις διάφορες σπουδές των μέσων ενημέρωσης που προέρχονται από πεδία "εκτός" της δημοσιογραφίας και της δημοσιογραφικής δεοντολογίας, όπως η πολιτική επιστήμη, η κοινωνιολογία και οι πολιτισμικές και επικοινωνιακές σπουδές. Ένα σημαντικό υποσύνολο αυτών των ιδεών, το οποίο θα μπορούσε να αναφέρεται ως "κριτικές θεωρίες", είναι οι μετα-αποικιακές σπουδές (Young, 2003). Επομένως, οι θεωρίες αυτές αξιολογούν το έργο της ηθικής δημοσιογραφίας λαμβάνοντας υπόψη τη σχέση μεταξύ του ηθικού λόγου και της άσκησης εξουσίας, την κυριαρχία των δυτικών οικονομιών και πολιτισμών και τον μεταμοντέρνο σκεπτικισμό σχετικά με την αλήθεια και την αντικειμενικότητα. Σύμφωνα με τις θεωρίες που αναπτύχθηκαν σε άλλα πεδία, τα έργα αυτά ασκούν συλλογικά κριτική στους δημοσιογράφους και τα μέσα ενημέρωσης υπό θετικό πρίσμα ως κοινωνικούς και πολιτικούς δρώντες. Αυτή η κριτική μέθοδος σχετίζεται με την αποκάλυψη πρόσθετων πτυχών της δημοσιογραφικής δεοντολογίας ως

αυτορρυθμιζόμενης και ρυθμιστικής διαδικασίας. Η απομυθοποίηση των δυτικών ιδεών της λογικής, της καθολικότητας, της αντικειμενικής γνώσης και της προόδου αποτελεί τυπικό σημείο εκκίνησης της μεταποικιακής σκέψης.

Σύμφωνα με τον Wasserman (2007: 8), "η αποικιοκρατία μοιράζεται με τον μεταμοντερνισμό μια εμπλοκή με την αποτυχία του εκσυγχρονισμού να ανταποκριθεί στα ίδια του τα ιδανικά και τις προσδοκίες". Οι κριτικές θεωρίες καταπολεμούν τις προσπάθειες επιβολής ενός ηγεμονικού συστήματος δυτικών πεποιθήσεων και ιδεωδών σε άλλους πολιτισμούς, ιδίως των "νεοφιλελεύθερων" πεποιθήσεων. Ορισμένοι συγγραφείς θεωρούν αμφίβολες τις προσπάθειες να συζητηθούν οικουμενικά ιδεώδη, επειδή υπονοούν έναν "υποχρεωτισμό" που αγνοεί τη "διαφορά". Από μια κριτική στάση, μπορεί να ειπωθεί ότι η σύγχρονη επαγγελματική δημοσιογραφική δεοντολογία βασίζεται στις ίδιες προκαταλήψεις και περιορισμούς με τον φιλελευθερισμό. Η ιδέα του φιλελεύθερου Τύπου υποστηρίζεται ότι βασίζεται στην αρρενωπή, ευρωκεντρική, ατομικιστική και οικουμενική σκέψη του Διαφωτισμού (Wasserman, 2007).

Από πολιτική άποψη, ο ηθικός λόγος μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο εξουσίας. Με τον ίδιο τρόπο που η δημοσιογραφία μπορεί να διαδώσει τη δυτική προπαγάνδα (Chomsky, 1997), η προώθηση των ηθικών προτύπων στη δυτική δημοσιογραφία μπορεί επίσης να χρησιμεύσει ως μέσο πολιτιστικής προπαγάνδας. Σύμφωνα με τις κριτικές θεωρίες, οι δυτικές ιδεολογίες μπορούν να αξιοποιηθούν για την υποστήριξη ιμπεριαλιστικών και "αποικιοκρατικών" στόχων. Για παράδειγμα, ο Fourie (2007) αναφέρει ότι "αυτό ξεκινάει από την άποψη ότι η θεσμοθετημένη γνώση και οι θεωρίες σχετικά με ζητήματα όπως η φυλή, η τάξη, το φύλο, η σεξουαλικότητα και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης υπόκεινται στις δυνάμεις της αποικιοκρατίας". Αυτές οι κριτικές απόψεις για τη δημοσιογραφική δεοντολογία προτείνουν, μεταξύ άλλων, ότι οι ακαδημαϊκοί των μέσων ενημέρωσης, τα εγχειρίδια και οι εκπαιδευτικοί θα πρέπει να "αποδυτικοποιήσουν" τη δημοσιογραφική δεοντολογία. Οι συζητήσεις για τη δημοσιογραφική δεοντολογία στη Δύση θα πρέπει να δώσουν μεγαλύτερη έμφαση στις μη δυτικές πρακτικές και θεωρίες των μέσων ενημέρωσης. Ενδεικτικά, ορισμένοι συγγραφείς έχουν αμφισβητήσει κατά πόσον η αφρικανική παράδοση του "ubuntuism" (ανθρωπιά, αλληλεγγύη), η οποία δίνει έμφαση στο σεβασμό της κοινότητας, θα πρέπει να χρησιμεύσει ως θεμέλιο για την αφρικανική δημοσιογραφία.

Οι δημόσιες αρχές του "ubuntuism" θεωρούνται ότι ταιριάζουν περισσότερο με την αφρικανική κοινωνία από ό,τι η ανάγκη για έναν ελεύθερο και ατομικιστικό Τύπο στη Δύση" (Fourie, 2007). Η αποδυτικοποίηση της δημοσιογραφικής δεοντολογίας συνεπάγεται τη συνεκτίμηση των ηθικών συστημάτων της Αφρικής, της Ινδίας και της Ανατολής, καθώς και την εφαρμογή διαπολιτισμικών αναλογιών κατά την ανάλυση των θεμελιωδών αρχών της δεοντολογίας των μέσων ενημέρωσης. Αυτό θέτει το ερώτημα για τον καλύτερο τρόπο συνδυασμού διαφόρων δημοσιογραφικών ηθικών παραδόσεων για τη δημιουργία μιας πιο ολοκληρωμένης διαπολιτισμικής προοπτικής. Η διερεύνηση κοινών προβλημάτων και πολιτισμικών διαφορών είναι ο πρώτος και κύριος στόχος αυτής της διαπολιτισμικής συζήτησης για τη δημοσιογραφική δεοντολογία. Κατά συνέπεια, ένα πλεονέκτημα της υιοθέτησης μιας πιο κριτικής και διαπολιτισμικής προσέγγισης είναι ότι αποφεύγονται τα δύο άκρα ενός οικουμενισμού που είναι αναίσθητος στις τοπικές συνθήκες και ενός τοπικισμού που θεωρεί ότι κάθε δημοσιογραφική κουλτούρα έχει τις δικές της μοναδικές αξίες και ελάχιστα να μάθει από άλλες παραδόσεις. Με τη συγχώνευση του τοπικού και του παγκόσμιου στη δημοσιογραφική δεοντολογία, αναδύεται μια ζωντανή ηθική συζήτηση όταν οι παραδόσεις συγκρούονται, επικαλύπτονται και αποκλίνουν. Επιπλέον, υπάρχουν εποικοδομιστικές προοπτικές, οι οποίες δεν βλέπουν τη δημοσιογραφία και τη λειτουργία της από ιδεολογική σκοπιά (όπως οι μαρξιστικές και νεομαρξιστικές προοπτικές), αλλά μάλλον μέσα από μια συνολική κατανόηση του κόσμου ως ένα συνονθύλευμα κοινωνικών και πολιτισμικών κατασκευών που επιτυγχάνεται μέσω του διαλόγου.

Ως αποτέλεσμα, η πολυπολιτισμικότητα δίνεται έμφαση στη συζήτηση της ευρύτερης ακαδημαϊκής κοινότητας για τη δεοντολογία των μέσων ενημέρωσης γενικά και των διαδικτυακών μέσων ενημέρωσης ειδικότερα. Η πολυπολιτισμικότητα θεωρείται το αποτέλεσμα φιλοσοφικών και κοινωνικοπολιτισμικών απορροφήσεων που βασίζονται στην ηθική και τη δεοντολογία, παρόμοια με τον πλουραλισμό που έχει προωθήσει ιδιαίτερα το διαδίκτυο (Ess, 2013). Μια άλλη διαπίστωση είναι ότι, σύμφωνα με τη δημοσιογραφική δεοντολογία, πρέπει να λαμβάνεται περισσότερο υπόψη μια διαφοροποιημένη εικόνα των άλλων ανθρώπων. Η λανθασμένη παρουσίαση έχει τη δυνατότητα να υποκινήσει συγκρούσεις, να υποτιμήσει άλλους πολιτισμούς και να διατηρήσει καταπιεστικά κοινωνικά ήθη. Τα ζητήματα αυτά υπερβαίνουν τα τυπικά και περιορισμένα ζητήματα με την ακρίβεια των γεγονότων που κυριαρχούσαν επί μακρόν στη δεοντολογία των μέσων ενημέρωσης. Προτρέπουν

τους δημοσιογράφους να αποκτήσουν βαθύτερη κατανόηση των διαφόρων πολιτισμών καθώς και κατανόηση του τρόπου με τον οποίο η γλώσσα μπορεί να απεικονίσει ανακριβώς τον "άλλο". Αυτό σημαίνει ότι ο ορισμός των "ειδήσεων" πρέπει να περιλαμβάνει την εξέταση των θεμάτων κοινωνικής δικαιοσύνης και του ιστορικού τους πλαισίου εκτός από τα τρέχοντα γεγονότα. Σημαίνει ότι πρέπει να μεταφέρονται ιστορίες από την οπτική γωνία περιθωριοποιημένων κοινοτήτων και να συγκεντρώνονται από ένα ευρύτερο φάσμα πηγών. Μια δέσμευση για κοινωνική αλλαγή που είναι περισσότερο σύμφωνη με τις παραδόσεις της ερμηνευτικής και ακτιβιστικής δημοσιογραφίας απαιτείται από τη δημοσιογραφική δεοντολογία, σύμφωνα με τις κριτικές θεωρίες (Alia, 2004). Αυτό αλλάζει το τι σημαίνει "αναζήτηση της αλήθειας και μετάδοσή της", βασική αρχή του δημοσιογραφικού κώδικα δεοντολογίας- η μετάδοση (ρεπορτάζ) θεωρείται πλέον ως τεκμηριωμένη ερμηνεία των γεγονότων σε ένα ευρύτερο πολιτισμικό πλαίσιο και όχι ως "στενογραφία των γεγονότων". Εν κατακλείδι, πρέπει να γίνει κατανοητό ότι κατά την έρευνα της δημοσιογραφικής δεοντολογίας και της ηθικής γενικότερα, είναι απαραίτητο να παρακολουθούνται και να λαμβάνονται υπόψη όλα τα κοινωνικά, πολιτικά και ιστορικά στοιχεία που έχουν διαμορφώσει έναν συγκεκριμένο τρόπο σκέψης. Συχνά λησμονείται ότι ο ορισμός της προσωπικής ηθικής (Δεληγιάννη, 2004) δεν περιλαμβάνει μόνο το τι είναι λάθος ή σωστό, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνεται ο κοινωνικός εαυτός των ατόμων, ώστε να γίνουν ενεργά μέλη που η κοινωνία στην οποία ανήκουν και ενεργούν αποδέχεται. Μπορεί να υπάρχουν προσεγγίσεις που τονίζουν τη σημασία, για παράδειγμα, του καθορισμού ηθικών κανόνων με βάση την προσωπική δημοσιογραφική δεοντολογία (Χρονάκη, 2018).

4.2.3 Δεοντολογική Συλλογιστική και Εκπαίδευση Δημοσιογράφων

Καθώς οι βιομηχανίες των μέσων ενημέρωσης έχουν αποκτήσει μεγάλη επίδραση στη σύγχρονη κοινωνία και το κοινό, είναι πιο κρίσιμο από ποτέ να εκπαιδεύονται οι επαγγελματίες των μέσων ενημέρωσης σχετικά με τη δεοντολογική συμπεριφορά (Day, 2006). Θεωρείται ότι η ηθική είναι μια συνεχής διαδικασία και αποτελεί κρίσιμη πτυχή της ανθρώπινης κατάστασης, παρόλο που η διδασκαλία της ηθικής των μέσων ενημέρωσης μπορεί να μην οδηγεί πάντα σε ηθική συμπεριφορά (Day, 2006).

Η διδασκαλία των επίδοξων επαγγελματιών των μέσων ενημέρωσης αποτελεί ιδιαίτερη ευθύνη, καθώς, παρά τη θεωρητική της θεμελίωση, οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αποκτώνται από αυτήν είναι πολύ εφαρμόσιμες στην καθημερινή τους εργασία στον κλάδο των μέσων ενημέρωσης (Reis, 2000). Η διδασκαλία της δεοντολογίας είναι μια μορφή εκπαίδευσης βασισμένης στα αποτελέσματα (outcomes-based education - OBE), σύμφωνα με τον Reis (2000). Η προσέγγιση OBE δίνει έμφαση στην επίλυση προβλημάτων, την εφαρμοσμένη μάθηση, την ενεργό διερεύνηση και τη χρήση πολλών θεμάτων για την αναζήτηση πληροφοριών και δεξιοτήτων, σύμφωνα με τον Reis (2000). Φιλοδοξεί επίσης για αποτελέσματα που είναι σαφώς μετρήσιμα και ενεργή μάθηση που επικεντρώνεται σε ένα συγκεκριμένο σώμα γνώσεων. Σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση της ηθικής εκπαίδευσης, οι μαθητές κατέχουν συγκεκριμένες θεωρίες και γνώσεις που μεταφράζονται στην ανάπτυξη ενός συγκεκριμένου συνόλου δεξιοτήτων. Δεν ήταν πάντα ο κανόνας να διδάσκεται η ηθική σε ακαδημαϊκά πλαίσια εκτός της φιλοσοφίας (Christians & Lambeth, 1996).

Ο Christians (2008) υποστηρίζει ότι γύρω στο 1980, βιβλιογραφία όπως η έκθεση MacBride (MacBride, 2004), η οποία εξέταζε την επικοινωνία και τα ανθρώπινα δικαιώματα, τις διεθνείς πολιτικές των μέσων ενημέρωσης, την πολιτισμική ποικιλομορφία και την επαγγελματική δημοσιογραφία, βοήθησε στην εδραίωση του πεδίου της ηθικής των μέσων ενημέρωσης στον ακαδημαϊκό χώρο. Αυτό το άρθρο, μαζί με διάφορα άλλα και περιστάσεις, ενθάρρυνε την ταυτόχρονη ανάπτυξη της επαγγελματικής ηθικής και της ηθικής των μέσων ενημέρωσης. Τα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης υιοθέτησαν αυτή την τάση, περιλαμβάνοντας μαθήματα ηθικής στα προγράμματα σπουδών τους στα μέσα ενημέρωσης και την επικοινωνία, καθώς η μελέτη του θέματος απέκτησε ολοένα και μεγαλύτερη σημασία (Lee & Padgett, 2000). Εξαιτίας αυτού, τα μαθήματα ηθικής στα προγράμματα μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας είναι πλέον δεδομένα, παρά το γεγονός ότι προηγουμένως δεν ήταν υποχρεωτικά. Έχει σημειωθεί εντυπωσιακή αύξηση της σημασίας της ηθικής των μέσων ενημέρωσης και του αριθμού των μαθημάτων ηθικής των μέσων ενημέρωσης που προσφέρονται στα σχολεία μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Αυτό θεωρείται σημαντική πρόοδος στα εκπαιδευτικά προγράμματα που χρησιμοποιούνται για την εκπαίδευση των επίδοξων εργαζομένων στα μέσα ενημέρωσης, επειδή η γνώση της δεοντολογίας είναι απαραίτητη (Hanson, 2002). Οι Gale & Bunton (2005) ανακάλυψαν ότι η διδασκαλία της δεοντολογίας είχε ως

αποτέλεσμα την ηθική ηγεσία και την ηθική δεοντολογία στον εργασιακό χώρο με βάση τη μελέτη τους σε πρόσφατους αποφοίτους από δύο διαφορετικά ακαδημαϊκά ιδρύματα. Ανακάλυψαν ότι οι απόφοιτοι που είχαν παρακολουθήσει μαθήματα δεοντολογίας των μέσων ενημέρωσης ήταν πολύ περισσότεροι από εκείνους που δεν εκτιμούσαν τη δεοντολογία στο επάγγελμά τους. Οι απόφοιτοι ήταν επίσης πιο πιθανό να εκτιμούν περισσότερο την ηθική, να είναι σε θέση να αναγνωρίζουν ηθικές έννοιες και να πιστεύουν ότι η προσωπική και επαγγελματική ηθική είναι αδιαμφισβήτητη.

Αν και ορισμένοι θεωρούν την αλήθεια ως μια σχετική αντίληψη που καθιστά δύσκολο να κατανοήσουμε πώς λειτουργεί αυτή η έννοια στην κοινωνία, ο Louis Alvin Day (2006) υποστηρίζει ότι η αλήθεια μπορεί να θεωρηθεί ως η τήρηση κανόνων όπως η ειλικρίνεια, η αφοσίωση στην προώθηση της κατανόησης και το δίκαιο και ισορροπημένο υλικό. Τα κριτήρια αυτά αυξάνουν τον σεβασμό και την εμπιστοσύνη του κοινού. Η έννοια της δημοκρατίας είναι επίσης σημαντική για τον Day, ιδίως υπό το πρίσμα της επιρροής των μέσων ενημέρωσης στη σύγχρονη κοινωνία. Οι δημοσιογράφοι διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε μια δημοκρατία, διότι μπορούν να ενημερώνουν τον κόσμο για γεγονότα και θέματα χωρίς παρεμβάσεις από άλλες πηγές. Έχουν τη δύναμη να διαμορφώνουν ιδέες και να ενημερώνουν το κοινό για κοινωνικά σημαντικά γεγονότα. Με την τόσο τεράστια δύναμη έρχεται η υποχρέωση να τηρούν τις ηθικές αρχές και τα πρότυπα. Στην ουσία, οι δημοσιογράφοι έχουν καθήκον να συμπεριφέρονται ηθικά. Δυστυχώς, το κοινό έχει αντιληφθεί πολλά επαγγελματικά και δημοσιογραφικά παραπτώματα τα τελευταία χρόνια. Ενώ ορισμένες πηγές μέσων ενημέρωσης επιλέγουν να ενεργούν με τρόπο που έρχεται σε αντίθεση τόσο με τη δημοσιογραφική όσο και με την κοινωνική ηθική, άλλες επιδιώκουν να βαδίσουν στη γραμμή της τήρησης των ηθικών κανόνων. Η αντίληψη του κοινού για την πραγματικότητα μπορεί να επηρεαστεί σημαντικά από τους επαγγελματίες των μέσων ενημέρωσης. Σύμφωνα με τον Gary Hanson (2002), οι διευθυντές ειδήσεων και οι συντάκτες κάνουν τακτικά ηθικές επιλογές που επηρεάζουν τον εκδοτικό τόνο της αίθουσας ειδήσεων. Κατά συνέπεια, οι εν λόγω επαγγελματίες πρέπει να λαμβάνουν εκπαίδευση για τη λήψη ηθικών αποφάσεων. Ο ίδιος προειδοποιεί ότι μπορεί να υπάρξει σύγκρουση μεταξύ των δύο αυτών οργανισμών ως αποτέλεσμα της ανισότητας μεταξύ της φύσης του δημοσιογραφικού επαγγέλματος και της εκπαίδευσης. Η βιομηχανία των μέσων ενημέρωσης και οι εκπαιδευτές δημοσιογραφίας βρίσκονται συχνά σε αντιπαράθεση μεταξύ τους, επειδή

οι διευθυντές προσλήψεων και οι προϊστάμενοι ειδήσεων συχνά δείχνουν ελάχιστη εκτίμηση για τις γνώσεις των εκπαιδευτών δημοσιογραφίας. Απαιτούνται προσαρμογές εάν η διδασκόμενη ύλη δεν εφαρμόζεται ή δεν ακολουθείται στην εργασία. Επομένως, παρά τις όποιες αντιδράσεις του κλάδου των μέσων ενημέρωσης, θα ήταν συνετό να επιλυθούν οι όποιες διαφωνίες μεταξύ τους, υπό την προϋπόθεση, βέβαια, ότι δεν υπονομεύεται η σημασία της δεοντολογίας. Αυτό το χάσμα μεταξύ διδασκαλίας και πρακτικής είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό, διότι υπονομεύει την ανάπτυξη της ηθικής συμπεριφοράς μεταξύ των επαγγελματιών των μέσων ενημέρωσης, η οποία είναι απαραίτητη για τη λειτουργία ενός κοινωνικά υπεύθυνου μέσου ενημέρωσης. Τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να θεωρηθούν ως φίλτρο πραγματικότητας με πολλούς τρόπους. Αυτό το φίλτρο είναι ένα βασικό μέσο που μπορεί είτε να διευκολύνει τη διάδοση ιδεών και ειδήσεων με ακριβή, αληθή και συνοπτικό τρόπο είτε με διαστρεβλωμένο και παραμορφωτικό. Με αυτόν τον τρόπο, τα μέσα ενημέρωσης λειτουργούν ως "παράθυρο" ή "καθρέφτης" της πραγματικότητας, δίνοντας στα άτομα πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με γεγονότα και εικόνες (deMooij, 2014).

Καθώς οι επαγγελματίες των μέσων ενημέρωσης αντιμετωπίζουν συχνά σενάρια που απαιτούν τη λήψη αποφάσεων, όπως το πώς να επικοινωνήσουν μια έννοια, ποιες πληροφορίες να δημοσιεύσουν και πώς να δώσουν νόημα στα μηνύματά τους, ο τρόπος με τον οποίο τα μέσα ενημέρωσης μεταδίδουν ιδέες είναι στενά συνδεδεμένος με τη δεοντολογία. Οι εργαζόμενοι στα μέσα ενημέρωσης πρέπει να κατανοούν τη δεοντολογία και τον τρόπο με τον οποίο το κοινό επηρεάζεται από την τήρηση των δεοντολογικών αξιών. Επειδή εξοπλίζει τα άτομα με τις δεξιότητες να λαμβάνουν κρίσιμες αποφάσεις που συνάδουν με σταθερά συστήματα αξιών, η εκπαίδευση στη δεοντολογία είναι ζωτικής σημασίας για την κατάρτιση των εργαζομένων στα μέσα ενημέρωσης. Είναι απλό να κατανοήσουμε την αξία της εκπαίδευσης εξετάζοντας την τεράστια επιρροή που ασκούν τα μέσα ενημέρωσης σε τοπικό, κυβερνητικό και διεθνές επίπεδο. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να προσφέρεται διδασκαλία που ενσωματώνει τον ηθικό συλλογισμό με τη λήψη ηθικών αποφάσεων. Μια "συστηματική προσέγγιση για τη λήψη ηθικών αποφάσεων", ο ηθικός συλλογισμός αποτελεί κρίσιμο συστατικό της ορθής λήψης αποφάσεων (Day, 2006).

Κατά συνέπεια, η ηθική συλλογιστική μπορεί να θεωρηθεί ως ένα είδος διανοητικής δραστηριότητας που μπορεί να περιλαμβάνει την πειθώ των άλλων μέσω

λογικών επιχειρημάτων. Τα δικαιώματα και τα συμφέροντα των άλλων ανθρώπων πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά τη λήψη ηθικών αποφάσεων, τα οποία πρέπει επίσης να εξετάζονται προσεκτικά. Για τους επαγγελματίες των μέσων ενημέρωσης που συχνά πρέπει να λαμβάνουν απίστευτα δύσκολες αποφάσεις, η ηθική συμπεριφορά και η ορθολογική σκέψη είναι δύο κρίσιμα συστατικά στοιχεία της ισορροπημένης και αποτελεσματικής επικοινωνίας (Eid, 2014). Ανεξάρτητα από τις διακρίσεις, η διαδικασία λήψης ηθικών και δεοντολογικών αποφάσεων είναι ζωτικής σημασίας σε όλα τα συστήματα μέσων ενημέρωσης.

4.2.4 Αρχές δημοσιογραφικής ηθικής εντός κι εκτός ψηφιακής εποχής

Οι σημερινοί δημοσιογράφοι αναμένεται να χειριστούν μια σειρά από πραγματικά σημαντικές ανησυχίες κατά την άσκηση των πολυάριθμων αρμοδιοτήτων τους. Οι παρακάτω είναι οι βασικότερες από αυτές:

- ❖ Προσπάθεια να διασφαλιστεί ότι ο αυτοέλεγχος θεωρείται ένδειξη στέρεης δημοσιογραφικής κρίσης και όχι αυτολογοκρισίας.
- ❖ Πώς να αποφευχθεί η χειραγώγηση των δημοσιογράφων από παράλογους και ανήθικους πολιτικούς μέσω της εκπαίδευσής τους.
- ❖ Η διασφάλιση ότι οι δημοσιογράφοι θα καλύπτουν ιδιαίτερα "φορτισμένα" θέματα, όπως η εγκληματικότητα, η μετανάστευση, οι κοινωνικές σχέσεις, οι θρησκευτικές πεποιθήσεις και η τρομοκρατία, σε περιόδους που τα επίπεδα άγχους των πολιτών είναι στα υψηλότερα επίπεδα, παραμένοντας ταυτόχρονα αντικειμενικοί και τηρώντας τις θεμελιώδεις αρχές της ηθικής δημοσιογραφίας.
- ❖ Η πρόσληψη μειονοτήτων στην αίθουσα σύνταξης ειδήσεων είναι ένα από τα ρεαλιστικά βήματα που πρέπει να γίνουν για να βελτιωθεί το επίπεδο των μέσων ενημέρωσης και να απαλλαγούμε από τις προκαταλήψεις στον τομέα.
- ❖ Συζητήσεις για τα σημαντικά θέματα που αναφέρονται παραπάνω με άλλες κοινωνικές ομάδες και με φορείς λήψης αποφάσεων (πολιτικούς, ανώτερα στελέχη κ.λπ.) χωρίς να τίθεται σε κίνδυνο η δημοσιογραφική ανεξαρτησία (Islam, Peters & White, 2007).

Οι ακόλουθοι στόχοι τονίζονται από την "Πρωτοβουλία δημοσιογραφικής ηθικής" του White (2008) ως εξαιρετικά σημαντικοί:

- ✓ να προωθηθεί η ηθική συμπεριφορά στον δημοσιογραφικό κλάδο
- ✓ λήψη μέτρων για τη βελτίωση της δεοντολογίας και της ποιότητας της δημοσιογραφίας
- ✓ να εδραιωθούν οι πρακτικές αυτορρύθμισης με την ενίσχυσή τους
- ✓ η διαμόρφωση συμπράξεων για τη στήριξη της άσκησης δημοσιογραφίας υψηλής ποιότητας
- ✓ να συνδράμει τους δημοσιογράφους που επιδεικνύουν ηθική συμπεριφορά
- ✓ την προώθηση της συζήτησης για πιθανές αλλαγές στον κλάδο των μέσων ενημέρωσης
- ✓ την υπογράμμιση της σημασίας της συμβολής της ανεξάρτητης δημοσιογραφίας
- ✓ αντιμετώπιση των περιορισμών στη δημοσιογραφική ελευθερία και προώθηση της πρόσβασης των πολιτών στην πληροφόρηση
- ✓ ανάληψη δράσης για τη δημιουργία συνεπών κανόνων συμπεριφοράς όσον αφορά την εκπλήρωση των προτύπων επαγγελματισμού στη δημοσιογραφική πρακτική.

Η Πρωτοβουλία για τη Δημοσιογραφική Δεοντολογία ιδρύθηκε για να προωθήσει την πολιτιστική και κοινωνική κατασκευή (αναπαράσταση) του επαγγέλματος της δημοσιογραφίας, με βάση τα ηθικά ιδεώδη και τις πρακτικές που διακρίνουν τη δημοσιογραφία και της προσδίδουν τα χαρακτηριστικά του λειτουργήματος. Κατά συνέπεια, όλοι οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι πρέπει να τηρούν τους δεοντολογικούς νόμους και το κανονιστικό πλαίσιο που θα καθορίζουν τη συμπεριφορά τους και τον τρόπο με τον οποίο ασκούν το επάγγελμά τους με ηθικό τρόπο και σύμφωνα με τους νόμους αυτούς.

Επιπλέον, ο "Κώδικας Δεοντολογίας για τα Ψηφιακά Μέσα Ενημέρωσης" (ΕΝΕΔ, 2016) υποστηρίζει ότι η δημιουργία του ήταν απαραίτητη, διότι χρησιμεύει ως ένας κοινός τόπος συνάντησης για τους εκδότες, τους δημοσιογράφους και τους ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης, ώστε να υπηρετούν τη δημοσιογραφία διατηρώντας τη δεοντολογία, τη βαθιά αγάπη γι' αυτό που κάνουν και το ισχυρό αίσθημα ευθύνης για το έργο που επιτελούν, καθώς και το σεβασμό προς το κοινό. Έτσι, τα παρακάτω αντικατοπτρίζουν τις αρχές της δημοσιογραφικής δεοντολογίας (με έμφαση στις αρχές που συνδέονται ειδικά με την υπόθεση Snowden και τα άλλα σκάνδαλα/περιπτώσεις που εξετάζονται στην παρούσα εργασία):

A. Η υποχρέωση απέναντι στο κοινό

Η νομιμότητα και η ειλικρίνεια των ειδήσεων: Η ακρίβεια και η εγκυρότητα των ειδήσεων είναι οι δύο πυλώνες πάνω στους οποίους λειτουργούν τα μέσα ενημέρωσης. Τα στοιχεία αυτά θεωρούνται θεμελιώδη, χαρακτηρίζονται από αξιοπιστία και συνδέονται στενά με την ανάπτυξη της εμπιστοσύνης του κοινού. Με δύο τρόπους, μια πηγή προσφέρει αξιόπιστες πληροφορίες: Α) μέσω της τεκμηρίωσης, κατά την οποία η πηγή ερωτάται για το πώς αποκτήθηκε η πληροφορία προτού συμπεριληφθεί στο ρεπορτάζ- Β) μέσω της επαλήθευσης και της καταγραφής, κατά την οποία η πηγή κρίνεται με βάση την προηγούμενη αξιοπιστία της και το αν είχε τη δυνατότητα να αποκτήσει την εν λόγω πληροφορία. Είναι πλέον σημαντικά πιο δύσκολο να επαληθευτεί η αλήθεια και η ορθότητα μιας είδησης υπό τις συνθήκες που επέφεραν τα ψηφιακά μέσα ενημέρωσης. Για να γίνει αυτό, ο δημοσιογράφος πρέπει πρώτα να ενημερώσει την πηγή του για την πληροφορία πριν από τη δημοσίευσή της, σε περίπτωση που η εν λόγω πηγή δεν διαθέτει την απαραίτητη θεματική εξειδίκευση. Πρέπει επίσης να αναζητήσει επιβεβαίωση του ρεπορτάζ του από μια διαφορετική, πιο εξειδικευμένη πηγή (όπως μια επιστημονική εργασία) (Καρακώστας, 2012).

Δικαιοσύνη και ισορροπία: Οι ενέργειες του δημοσιογράφου πρέπει να είναι πάντοτε αμερόληπτες και ισορροπημένες. Επιπλέον, ανεξάρτητα από το είδος της δημοσιογραφίας (παραδοσιακή, ραδιοτηλεοπτική ή ψηφιακή), η εντιμότητα και η ακεραιότητα είναι δύο ακλόνητα ιδανικά για τον δημοσιογράφο. Η ακρίβεια, η ανεξαρτησία και η αποφυγή προκαταλήψεων και στερεοτύπων είναι μερικά ακόμη ιδανικά που θα έπρεπε να καθοδηγούν τους δημοσιογράφους στο έργο τους. Ο δημοσιογράφος πρέπει να δίνει στην αντίθετη άποψη τη σοβαρή προσοχή που της αξίζει σε σύγκριση με τη γνώμη που θεωρεί ακριβή και πρέπει επίσης να φροντίζει να λαμβάνει την κατάλληλη δημοσιότητα. Θα πρέπει επίσης να χρησιμοποιεί μέτρο όταν κάνει σχόλια, καθώς η δικαιοσύνη πρέπει να προηγείται της ειλικρίνειας. Η έλλειψη ισορροπίας αυξάνει την πιθανότητα οι ειδήσεις που μεταδίδονται να εκληφθούν ως προπαγάνδα. Ως εκ τούτου, είναι ευθύνη του δημοσιογράφου να δημιουργήσει μια ισορροπία μεταξύ της προσωπικής του γνώμης, ή τουλάχιστον αυτής που αναγνωρίζεται γενικά ως σωστή, και των ειδήσεων που πρέπει να μεταδοθούν κατάλληλα. Γι' αυτό συνιστάται στα μέσα ενημέρωσης να λειτουργούν με απόλυτη αμεροληψία (Καρακώστας, 2012).

Απόρρητο: Από ηθική άποψη, υπάρχει κάποια ασάφεια σχετικά με τη δημοσίευση προσωπικών πληροφοριών που αφορούν την ιδιωτική ζωή ενός ατόμου,

η αντίληψη της οποίας έχει, φυσικά, αλλάζει με τον καιρό. Επιπλέον, η διάκριση μεταξύ δημόσιας και ιδιωτικής επικοινωνίας δεν έχει καταστεί σαφής, επειδή είναι δυνατή η πρόσβαση σε δημόσια κανάλια επικοινωνίας (όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης). Η αντίληψη της ιδιωτικής ζωής επηρεάζει τόσο το ποιες ενέργειες μπορούν να κριθούν ότι παραβιάζουν την ιδιωτική ζωή κάποιου όσο και το πόσο μεγάλη είναι η παραβίαση. Ως εκ τούτου, είναι απαραίτητο να ληφθεί υπόψη ο κίνδυνος να αναστατωθούν ορισμένα μέλη του κοινού κατά τη δημοσίευση αποκαλυπτικών ειδήσεων. Σε αυτή την περίπτωση, οι δημοσιογράφοι πρέπει να συμπεριφέρονται με μετριοπάθεια. Σε σύγκριση με μια δημόσια συζήτηση που θεωρείται ότι δεν διεξάγεται για να παραμείνει μυστική, υπάρχει η αίσθηση ότι μια δημόσια ανάρτηση είναι αυτομάτως ελεύθερη να δημοσιευτεί. Ωστόσο, υπό την έννοια ότι η δημοσίευση εξυπηρετεί μια λειτουργία και, ως εκ τούτου, απαιτεί προσεκτική διαβούλευση, οι όροι "δημόσιο" και "δημοσιεύσιμο" εφαρμόζονται σε δύο διαφορετικές καταστάσεις (Σωτηρόπουλος, 2018).

Παιδιά - κάλυψη, συνεντεύξεις και εικόνες: Όταν τα παιδιά αναφέρονται σε μια είδηση, είτε άμεσα είτε έμμεσα, απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή εκ μέρους του δημοσιογράφου και των μέσων ενημέρωσης προκειμένου να διασφαλιστούν τα παιδιά. Επιπλέον, αυτό επιτρέπεται από τους κώδικες δημοσιογραφικής δεοντολογίας, οι οποίοι προβλέπουν ότι τα μέσα ενημέρωσης πρέπει να αντιμετωπίζουν τα δικαιώματα των ανηλίκων με τον ύψιστο σεβασμό και να αποφεύγουν να εκθέτουν τα παιδιά στο κοινό. Στην πραγματικότητα, η προστασία του παιδιού-θύματος είναι πρωτίστως ένα ηθικό ζήτημα με προεκτάσεις στο νόμο (UNICEF, 2009).

Διαδραστικές πλατφόρμες: Οι δημοσιεύσεις που φαίνεται να μην έχουν αρνητικές ηθικές επιπτώσεις χρησιμοποιούνται στα διαδραστικά μέσα (πολυμέσα). Ωστόσο, επειδή η επικοινωνία που δίνουν είναι γρήγορη και συναρπαστική, ο τρόπος κατασκευής τους απαιτεί προσεκτική προσοχή. Ο καλύτερος τρόπος δράσης είναι η αλληλεπίδρασή τους να καθορίζεται από χαρακτηριστικά που ικανοποιούν τις ανάγκες των ειδήσεων που πρόκειται να μεταδοθούν, διατηρώντας παράλληλα τη θεμελιώδη αξία της αλήθειας, η οποία μπορεί, βέβαια, να γίνει με διάφορους τρόπους. Αυτό απαιτεί να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στα εξής: περιεχόμενο (να δίνονται οι σωστές πληροφορίες με τον σωστό τρόπο ώστε να επιτυγχάνεται η κατανόηση κάθε ιστορίας), πληρότητα (να διασφαλίζεται ότι ακούγονται όλες οι φωνές και οι απόψεις για ένα θέμα), βαθμός κατανόησης (όλες οι πληροφορίες που δίνονται πρέπει να είναι σαφείς, απλές και να βασίζονται σε χρήσιμες πληροφορίες) και αποφυγή

διαστρεβλώσεων (όταν λέγεται κάτι που δεν είναι βέβαιο ή αποτελεί πρόχειρη εκτίμηση, πρέπει να διευκρινίζεται και να μην αφήνεται σε εκκρεμότητα).

Διαδικτυακός σχολιασμός: Στον κόσμο των ψηφιακών μέσων, οι χρήστες συμμετέχουν σε διαδραστική συμπεριφορά που επικεντρώνεται στον σχολιασμό και την κριτική για κάθε θέμα. Οι όροι χρήσης βάσει των οποίων λειτουργεί ο ιστότοπος, οι οποίοι με τη σειρά τους καθορίζονται από τον δημοσιογραφικό οργανισμό στον οποίο ανήκει ο ιστότοπος, περιέχουν λεπτομέρειες σχετικά με τη δυνατότητα σχολιασμού ή μη, τις προϋποθέσεις και τους όρους υπό τους οποίους αυτό συμβαίνει, καθώς και τις περιπτώσεις υπό τις οποίες οι χρήστες αποκλείονται από τη συμμετοχή σε μια δημόσια συζήτηση. Σε γενικές γραμμές, η δυνατότητα του κοινού να σχολιάζει τα μέσα ενημέρωσης συμβάλλει στην αύξηση του ανοίγματος και της λογοδοσίας τους, ενώ παράλληλα αυξάνει τον αριθμό των επισκέψεων του κοινού σε αυτά. Τέλος, είναι ζωτικής σημασίας η δυνατότητα των χρηστών να σχολιάζουν να υπόκειται στα ίδια πρότυπα έκφρασης με αυτά που ισχύουν για τον ενδιαφερόμενο δημοσιογράφο, αρθρογράφο ή εκδότη (Παπαθανασόπουλος, 2011).

Ψευδείς πληροφορίες: Επειδή είναι σημαντικό να αποφεύγονται οι ψευδείς πληροφορίες, ακόμη και η δημιουργία ενός τίτλου για κλικ πρέπει να γίνεται με προσοχή και σύμφωνα με την πραγματικότητα. Αυτό σημαίνει ότι ούτε ένα δημοσίευμα ούτε καν ένα συστατικό στοιχείο ενός δημοσιεύματος (τίτλος, κείμενο, εικόνες, γραφικά, μουσική και βίντεο) δεν μπορεί να είναι προϊόν της φαντασίας του δημοσιογράφου. Κάθε δημοσίευση πρέπει επίσης να είναι υπογεγραμμένη, και αν ο συντάκτης δεν είναι παρών, η δημοσίευση πρέπει να περιέχει επίσης την υπογραφή της σύνταξης του μέσου ενημέρωσης που τη φιλοξενεί στη θέση της υπογραφής του συντάκτη.

B. Διαχείριση πηγών

Εμπιστευτικότητα των πηγών: Είναι κοινή πρακτική των δημοσιογράφων και των επικριτών τους να αναφέρονται σε μια πηγή ως "ανώνυμη πηγή" ή να λένε ότι η πηγή προτιμά να διατηρήσει την "ανωνυμία" της, αν δεν είναι σε θέση να την ταυτοποιήσουν. Ωστόσο, καθώς είναι πολύ λίγες οι περιπτώσεις όπου η είδηση περιέχει πληροφορίες που προέρχονται πράγματι από ανώνυμη πηγή, δηλαδή από πρόσωπο του οποίου η ταυτότητα είναι πράγματι άγνωστη στον δημοσιογράφο και τα μέσα ενημέρωσης, αυτό μπορεί να υποδηλώνει προσπάθεια παραπλάνησης ή ανακρίβεια, η οποία μπορεί να υπονομεύσει την αξιοπιστία των μέσων ενημέρωσης. Όταν ένας δημοσιογράφος αποφασίζει να κρατήσει κρυφό το όνομα μιας πηγής ή να

της παραχωρήσει ανωνυμία, πρέπει πρώτα να συζητηθεί με την πηγή, προκειμένου να κατανοήσει πλήρως τους λόγους για τους οποίους θέλει να διατηρήσει την ανωνυμία της. Είναι δυνατόν να δημιουργηθεί μια σχέση με μια πηγή που να βασίζεται στην εμπιστοσύνη και την αξιοπιστία, ικανοποιώντας την επιθυμία του δημοσιογράφου να αναζητήσει την αρχική πηγή με τη βοήθεια της πηγής. Αυτό θα δώσει στο πρόσωπο της πηγής τη διαβεβαίωση ότι ο δημοσιογράφος δεν θα χρησιμοποιήσει έμμεση μαρτυρία. Η σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ της πηγής και του δημοσιογράφου επιτρέπει στον δεύτερο να κατανοήσει και να μεταδώσει με ακρίβεια τα λόγια του πρώτου, τα οποία πρέπει να επαληθεύονται ως ακριβή πριν δημοσιευθούν (Σωτηρόπουλος, 2018).

Αξιοπιστία και αποτελεσματικότητα: Για να μπορέσουμε να αποδώσουμε πληροφορίες σε μια πηγή κατά τη δημοσιογραφία, πρέπει να εξετάσουμε την αξιοπιστία της πηγής. Δεδομένου ότι ο δημοσιογράφος πρέπει να εμπλέξει το κοινό με το να είναι ειλικρινής και να προσπαθεί να πει την αλήθεια, αυτή η τεχνική είναι ζωτικής σημασίας (Kovach & Rosenstil, 2007).

Ο δημοσιογράφος πρέπει να υιοθετήσει μια κριτική νοοτροπία καθ' όλη τη διάρκεια της παραγωγικής διαδικασίας, από την αρχική έρευνα έως την τελική αναθεώρηση, προκειμένου να αξιολογήσει την αξιοπιστία της πηγής. Προκειμένου να διασφαλιστεί η ακρίβεια των ειδήσεων, ώστε το κοινό να μπορεί να κρίνει την αξιοπιστία των πληροφοριών, συνηθίζεται να αναφέρεται η πηγή και να αποδίδονται οι πληροφορίες. Πιο συγκεκριμένα, η σαφήνεια και το βάθος στον τρόπο αναφοράς της πηγής, συμπεριλαμβανομένου του ονόματος της πηγής, του βαθμού, της χώρας προέλευσης και της σχέσης της με το θέμα, είναι απαραίτητα για τη διασφάλιση της ακρίβειας των ειδήσεων. Σε περίπτωση μη κατονομαζόμενων πηγών, θα πρέπει να αναφέρονται μαζί με όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες γι' αυτές, συμπεριλαμβανομένων τυχόν λεπτομερειών που επισημαίνουν τυχόν μεροληψία εκ μέρους τους ή τη δυνατότητα εφαρμογής τους στο συγκεκριμένο θέμα.

Οι πληροφορίες και τα ονόματα αποκρύπτονται: Δεδομένης της σύνδεσης μεταξύ της δημοσιογραφίας και της διατύπωσης της αλήθειας και της δημοσιογραφικής υποχρέωσης να ενημερώνονται σωστά τα άτομα προκειμένου να ενισχύεται η κριτική τους ικανότητα, ούτε οι πληροφορίες ούτε η πηγή μπορούν να κρατηθούν μυστικές. Ωστόσο, η απόκρυψη ονομάτων και πληροφοριών δεν απαγορεύεται πλήρως, ιδίως σε περιπτώσεις που αφορούν άτομα που είτε έχουν κάποια σχέση με την είδηση είτε εμπλέκονται σε δυσάρεστες καταστάσεις που

χαρακτηρίζονται από την παρουσία βίας. Είναι επίσης αποδεκτό να αποσιωπούνται οι μαρτυρίες των παιδιών όταν χρειάζονται ιδιαίτερη προσοχή, καθώς δεν είναι σε θέση να συμμετάσχουν στη διαδικασία. Επιπλέον, όλα τα θέματα που σχετίζονται με τις δηλώσεις και τις εικόνες των παιδιών διέπονται από τους ισχύοντες νόμους (UNICEF, 2009). Πιο συγκεκριμένα, ο δημοσιογράφος πρέπει να σέβεται το δικαίωμα των άμεσα εμπλεκόμενων να διατηρούν την ανωνυμία τους στις ακόλουθες περιπτώσεις, εφόσον το επιλέξουν: βιασμός/σεξουαλική επίθεση, αυτοκτονία, απαγωγή, κατά συρροή δολοφονίες, ομοφυλοφιλικός ακτιβισμός και στρατιωτικές επιχειρήσεις.

Συνεντεύξεις και τρόπος διεξαγωγής τους/Φωτογραφίες και βίντεο: Ο όρος "συνέντευξη" χρησιμοποιείται για να περιγράψει έναν διάλογο που διεξάγεται στο πλαίσιο μιας τεχνολογικής πλατφόρμας που έχει επιλέξει ο δημοσιογράφος. Είναι γνωστή τόσο η ισχύς της εικόνας όσο και η σημασία της για τις απαιτήσεις κάλυψης ειδήσεων στα έντυπα και ψηφιακά μέσα ενημέρωσης. Μάλιστα, οι αλλαγές στον τρόπο λήψης και επεξεργασίας των εικόνων και των βίντεο, ως αποτέλεσμα της εξέλιξης της ψηφιακής τεχνολογίας και της αύξησης της χρήσης μη επανδρωμένων ιπτάμενων μηχανών (drones), κατέστησαν αναγκαίο να καθοριστεί ένας "οδικός χάρτης" για τους φωτογράφους και τους εικονολήπτες που θα διέπει τον τρόπο με τον οποίο θα χρησιμοποιούνται στο μέλλον οι πληροφορίες που συλλέγονται.

Γ. Προστατεύοντας την ουδετερότητα του Μέσου

Διακρίσεις με βάση το χρώμα, τη φυλή, το φύλο, τη θρησκεία και τον σεξουαλικό προσανατολισμό: Είναι συνήθης πρακτική για τα μέσα ενημέρωσης να απέχουν από την αναφορά οποιωνδήποτε ευαίσθητων θεμάτων που αφορούν ένα άτομο, όπως η θρησκεία, ο σεξουαλικός προσανατολισμός, η σωματική ή ψυχική ασθένεια ή αναπηρία, η φυλή, το φύλο ή το χρώμα, εκτός εάν τα θέματα αυτά σχετίζονται άμεσα με την είδηση. Σε ορισμένες περιπτώσεις, συνιστάται η χρήση νέας ορολογίας στα δημοσιεύματα, προκειμένου να περιγράφονται διακριτικά και να αποφεύγεται η πιθανότητα προσβολής ευαίσθητων ομάδων του πληθυσμού, όπως είναι τα διεμφυλικά, διαφυλικά και ομοφυλόφιλα άτομα, οι μετανάστες, οι πρόσφυγες και τα άτομα που γενικά ανήκουν σε μειονότητα (Μοσχοβάκου & Ντάνη, 2018).

Λογοκρισία: Η δημοσιογραφική δραστηριότητα, η οποία συνεπάγεται την έρευνα, τη συγγραφή και τον σχολιασμό ενός ειδησεογραφικού θέματος, πρέπει να χαρακτηρίζεται από την εκπλήρωση των θεμελιωδών ευθυνών του δημοσιογράφου. Τα καθήκοντα αυτά είναι τα ακόλουθα:

- i. Σεβασμός στην αλήθεια, ανεξάρτητα από τις συνέπειες που μπορεί να έχει για τον δημοσιογράφο.
- ii. Η υπεράσπιση του δικαιώματος έκφρασης γνώμης, σχολιασμού και κριτικής.
- iii. Η αποτροπή της σύγχυσης του επαγγέλματος της δημοσιογραφίας με αυτό της προπαγάνδας και της διαφήμισης
- iv. Η αποφυγή της άμεσης ή έμμεσης επιρροής από τις διαφημίσεις.
- v. Αγνοώντας οποιαδήποτε πίεση και ακολουθώντας απλώς τις οδηγίες των αρχισυντακτών.

Μόνο αν οι περιορισμοί επιβάλλονται από την εθνική νομοθεσία, η οποία πρέπει να είναι σύμφωνη με τις διεθνείς συμφωνίες για τα ανθρώπινα δικαιώματα, η ελευθερία του Τύπου υπόκειται σε περιορισμούς. Επιπλέον, η επιβολή λογοκρισίας από οντότητες με άμεση ή έμμεση επιρροή μέσω του ελέγχου των οικονομικών πόρων τους εγείρει σοβαρά ηθικά ζητήματα (Σωτηρόπουλος, 2018β).

Αποσπάσματα λόγου: Οι καθημερινές περιπτώσεις δημοσιογραφίας στη σύγχρονη ενσάρκωσή της που παραθέτει τα λόγια κάποιου άλλου είναι άφθονες. Τα αποσπάσματα από τα λόγια κάποιου και οι δηλώσεις ή τα αποσπάσματα που λαμβάνονται από μια συνέντευξη είναι δύο τρόποι χρήσης αποσπασμάτων λόγου. Προκειμένου να διατηρήσουν την αμεροληψία, οι δημοσιογράφοι είναι δεοντολογικά υποχρεωμένοι να απέχουν από την έκφραση των προσωπικών τους ιδεών επί του θέματος. Αυτό, ωστόσο, δεν σημαίνει ότι απαγορεύεται να επαναλαμβάνουν τις απόψεις άλλων, διότι κάτι τέτοιο είναι αποδεκτό, ακόμη και με τη μορφή καλά επιλεγμένων αποσπασμάτων λόγου. Υπάρχει κάποια υποκειμενικότητα στην επιλογή και την τελική "εξαγωγή" ενός προφορικού αποσπάσματος.

Στην περίπτωση των ψηφιακών μέσων, η χρήση υπερσυνδέσμων, οι οποίοι παραπέμπουν τον χρήστη σε ολόκληρο το γραπτό έργο ενός ατόμου, αποτελεί ένα είδος επίλυσης προβλημάτων.

Η κατονομασία υπόπτων για εγκλήματα και άλλα ποινικά αδικήματα είναι ένα άλλο θέμα δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Πρόκειται για ένα σύνθετο ζήτημα που περιλαμβάνει το σεβασμό της προσωπικότητας, της αξιοπρέπειας, της αθωότητας και του δικαιώματος στην ιδιωτική ζωή κάθε ατόμου, καθώς και την ακρίβεια και την πληρότητα της δημοσίευσης ως είδηση, έχοντας κατά νου ότι πρόκειται για ένα δημοσιογραφικό προϊόν που έχει ως στόχο να εκφράσει την αλήθεια και να εξυπηρετήσει το δημόσιο συμφέρον. Για την παροχή της απαραίτητης πληροφόρησης

και τη διαφύλαξη τόσο του δημόσιου συμφέροντος όσο και της φήμης ενός προσώπου από μια ενδεχομένως άδικη δυσφήμιση, ο ενδιαφερόμενος δημοσιογράφος πρέπει να λάβει υπόψη του όλα τα κριτήρια που συνθέτουν τον κώδικα δεοντολογίας και να αντιμετωπίσει τον ύποπτο ως αθώο μέχρι αποδείξεως του εναντίου.

Καταστάσεις όπως η ομηρία και οι τρομοκρατικές βομβιστικές επιθέσεις (και άλλες απειλές): σε περίπτωση απειλής ανθρώπινης ζωής, δηλαδή όταν ένα πρόσωπο εκτίθεται σε θανάσιμη απειλή, τότε η αποκάλυψη του περιστατικού στο κοινό αποτελεί μονόδρομο για το δημόσιο συμφέρον, πάντα με σεβασμό στην ανθρώπινη συνιστώσα. Η φύση και η ποιότητα της απειλής, ή αν είναι αληθινή ή ψευδής, η πηγή από την οποία προήλθαν οι πληροφορίες γι' αυτήν, το εύρος των "πιθανών στόχων" και, τέλος, η αναστάτωση που μπορεί να προκαλέσει στο κοινό και στην καθημερινότητά του όσον αφορά τη δημόσια ασφάλεια, είναι οι παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη για να καθοριστεί αν μια τέτοια είδηση θεωρείται ότι μπορεί να δημοσιευθεί. Τέλος, ένα ηθικό ερώτημα που τίθεται σε αυτές τις περιπτώσεις είναι κατά πόσον μια κοινωνία έχει επίγνωση των τρομοκρατικών κινδύνων (Μαντζίκος, 2017).

Δ. Συμμετοχή στη Δημόσια Σφαίρα

Απόκρυψη δημοσιογραφικής ταυτότητας: Είναι ανήθικο για έναν δημοσιογράφο να προχωρά στην απόκτηση πληροφοριών αποκρύπτοντας την ταυτότητά του ως δημοσιογράφος. Υπάρχουν αρκετές εξαιρέσεις σε αυτή την ανήθικη συμπεριφορά, όπως σε περιπτώσεις που κινδυνεύει η ανθρώπινη ζωή ή όταν ερευνάται μια εξαιρετικά σημαντική ιστορία που αφορά το δημόσιο συμφέρον ή έναν κίνδυνο για την ανθρώπινη ζωή. Παρ' όλα αυτά, πρόκειται για απίστευτα ασυνήθιστες περιπτώσεις.

Δημοσιογραφία και πολιτική: Τα δόγματα της παραδοσιακής δημοσιογραφίας στηρίζουν τον ισχυρισμό ότι το δημοσιογραφικό επάγγελμα πρέπει να διατηρείται χωριστά από τις πολιτικές δραστηριότητες. Επιπλέον, η προάσπιση της δημοσιογραφικής ακεραιότητας απαιτεί την αποχή από την εργασία στην πολιτική, τον δημόσιο τομέα εν γένει ή την κατοχή θέσεων σε κρατικούς οργανισμούς, όπως ορίζεται στον ισχύοντα Κώδικα Δεοντολογίας (Μαρίνος, 2015).

Ε. Ευαίσθητο υλικό και ακραίες συνθήκες

Αισχρολογίες, συκοφαντίες και ύβρεις: Δεδομένης της επικράτησης των αισχρολογιών, των προσβολών και της συκοφαντίας στον δημοσιογραφικό λόγο, είναι σημαντικό για έναν ειδησεογραφικό οργανισμό να παρουσιάζεται με τρόπο που

να αντιπροσωπεύει όχι μόνο τις δικές του αξίες αλλά, κυρίως, εκείνες του κοινού του. Επιπλέον, ο ίδιος ο οργανισμός διαμορφώνει αυτά τα ιδανικά με τη δική του στάση. Μόνο αν κρίνεται απαραίτητο από τον εν λόγω οργανισμό για να διασφαλιστεί η ακρίβεια των ειδήσεων, μπορούν να δημοσιεύονται κείμενα που περιέχουν τέτοιους όρους. Τέτοιες δηλώσεις πρέπει πάντα να συνοδεύονται από εισαγωγικά ή υποσημειώσεις με βάση το κείμενο.

Σκληρό περιεχόμενο και αισθησιακό υλικό: Οι δημοσιεύσεις που αποσκοπούν στην αύξηση της επισκεψιμότητας των μέσων ενημέρωσης συχνά παραβιάζουν σαφώς τα δεοντολογικά πρότυπα. Συνήθως, οι παραβιάσεις αφορούν θέματα με πορνογραφικό, σεξουαλικό, εγκληματικό ή βίαιο περιεχόμενο. Σε αυτές τις περιπτώσεις, γίνεται προσπάθεια να εντυπωσιαστεί το κοινό μέσω υπαινιγμών κατά την αφήγηση ή μέσω της χρήσης κακέκτυπου δημοσιογραφικού λόγου, οι οποίες ως τακτικές πρέπει να θεωρούνται απορριπτές από τους δημοσιογράφους. Η δημοσίευση αισθησιακού και γενικά προσβλητικού περιεχομένου μόνο μετά από συζήτηση και κριτική σκέψη επ' αυτού μπορεί να είναι ένας λογικός συμβιβασμός στο πρόβλημα αυτό. Πριν αποφασιστεί αν θα δημοσιευθεί ή όχι η ιστορία, το θέμα θα πρέπει να συζητηθεί στην αίθουσα σύνταξης.

Επιθετικός λόγος και βίαιες ή αυτοκτονικές πράξεις: Αν και τόσο ο επιθετικός λόγος όσο και η βίαιη ή αυτοκτονική συμπεριφορά θεωρούνται εγγενώς προσβλητικά, ενίοτε επιτρέπεται να συμβάλλουν στη συγκέντρωση αξιόπιστων ειδήσεων. Για παράδειγμα, όταν πρόκειται για αυτοκτονίες, ο κανόνας είναι να αναφέρονται μόνο οι περιπτώσεις στις οποίες ένα διάσημο πρόσωπο ή μεγάλος αριθμός μαρτύρων ήταν παρόντες κατά την εκτέλεση της αυτοκτονίας. Ο γενικός κανόνας είναι να αποφεύγεται η αποκάλυψη των λεπτομερειών του τρόπου με τον οποίο πραγματοποιήθηκε μια αυτοκτονία, προκειμένου να αποφευχθεί η παραδειγματική συμπεριφορά σε ορισμένα τμήματα του κοινού (Κομνηνού, 2017).

ΣΤ. Πνευματικά δικαιώματα – Λογοκλοπή – Αλλοιώσεις

Υπογραφή συντάκτη: Όταν μια δημοσίευση υπογράφεται, θεωρείται ότι είναι αυθεντική, διότι η υπογραφή του συγγραφέα τη μετατρέπει σε έργο που προστατεύεται από πνευματικά δικαιώματα και η αναμετάδοση απαιτεί την άδεια του συγγραφέα. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζεται η πιθανότητα λογοκλοπής και διασφαλίζεται η αξιοπιστία του άρθρου. Οποιοδήποτε μέσο που δημιουργεί προστιθέμενη αξία χάρη σε τέτοιες ισχυρές υπογραφές θα έχει υψηλότερο επίπεδο ως αποτέλεσμα αυτού του μηχανισμού.

Λογοκλοπή είναι όταν ένας συγγραφέας χρησιμοποιεί κείμενο από τη δουλειά ενός άλλου δημοσιογράφου: Παρά το πρόσφορο έδαφος που προσφέρει η σφαίρα του Διαδικτύου, κάθε προσπάθεια οικειοποίησης οποιουδήποτε, ιδίως ψηφιακού υλικού (κείμενα, φωτογραφίες, ήχοι και γραφικά), η δημιουργία του οποίου ανήκει σε κάποιον άλλον και όχι στον δημοσιογράφο, είναι απεχθής. Επιπλέον, εγείρει ερωτήματα σχετικά με το διαμέτρημα των δημοσιεύσεων που προορίζονται για κατανάλωση από το ευρύ κοινό και δημιουργεί πληθώρα ζητημάτων με την παραβίαση των πνευματικών δικαιωμάτων, του κώδικα δεοντολογίας και της δημοσιογραφικής συμπεριφοράς. Επιπλέον, ο όρος "λογοκλοπή" αναφέρεται στη χρήση της εργασίας κάποιου άλλου, εν όλω ή εν μέρει, είτε το άτομο αυτό έχει την επιθυμία να το κάνει είτε όχι (Μαρίνος, 2004).

4.3 Ο ρόλος της Κυβέρνησης και της ΕΕ στην καταπολέμηση των παραπονημένων ειδήσεων

Όλοι πρέπει να έχουν πρόσβαση στην υγεία, ανεξάρτητα από φυλή, θρησκεία, κοινωνική θέση ή οικονομικό υπόβαθρο. Αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο της παγκόσμιας ειρήνης και ασφάλειας. Προκειμένου να βελτιωθεί η υγεία όλων, η δημόσια εκπαίδευση σε θέματα υγείας είναι ζωτικής σημασίας (Constitution Of WHO, 1946).

Αυτές είναι οι θεμελιώδεις αρχές του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (WHO), ο οποίος ιδρύθηκε στις 7 Απριλίου 1948 με στόχο την προώθηση της παγκόσμιας υγείας, της ασφάλειας και της ετοιμότητας σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Στα 72 χρόνια της ύπαρξής του, ο ΠΟΥ έχει εκδώσει διεθνείς εκθέσεις και έχει διατυπώσει συστάσεις για την ενίσχυση της υγείας των ανθρώπων σε όλο τον κόσμο σε συνεργασία με κορυφαίους επαγγελματίες της ιατρικής.

Η επέκταση του προγράμματος εμβολιασμού για εκατομμύρια παιδιά, η θέσπιση διεθνών προτύπων για την ποιότητα του αέρα και του νερού, η καθοδήγηση για την πρόληψη και τη θεραπεία ενός ευρέος φάσματος θεμάτων υγείας, από το άσθμα έως τον ιό Ζίκα, και η εξάλειψη μεταδοτικών ασθενειών όπως η πολιομυελίτιδα.

Ο ΠΟΥ επικαιροποίησε τους Διεθνείς Κανονισμούς Υγείας (ΔΚΥ) , που θεσπίστηκαν το 1969, για την παρακολούθηση και εξάλειψη επικίνδυνων μεταδοτικών ασθενειών που μάστιζαν την ανθρωπότητα όπως: χολέρα, πανούκλα,

τύφος, κίτρινος πυρετός, ευλογιά, υποτροπιάζων περιοδικός πυρετός (World Health Organization Milestones, 2020). Δεσμεύουν 196 έθνη και προσφέρουν το γενικότερο νομικό πλαίσιο που περιγράφει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των εθνών σε σχέση με τη διαχείριση εκτάκτων αναγκών. Οι κανονισμοί καθορίζουν επίσης τα πρότυπα για να αποφασιστεί εάν ένα συγκεκριμένο περιστατικό χαρακτηρίζεται ως "έκτακτη ανάγκη δημόσιας υγείας διεθνούς ενδιαφέροντος".

Οι χώρες είναι υπεύθυνες για την εφαρμογή των κανονισμών, ενώ ο ΠΟΥ λειτουργεί ως συντονιστικό όργανο. Σε αυτή την περίπτωση, ο ΠΟΥ δίνει εντολή στα κράτη να ορίσουν ένα Εθνικό Σημείο Αναφοράς που θα λειτουργεί ως σημείο επαφής για τον οργανισμό, θα εντοπίζει τα περιστατικά υγείας μέσω των συστημάτων επιτήρησης, θα τα αξιολογεί και θα τα αναφέρει στον ΠΟΥ μέσω του Εθνικού Σημείου Αναφοράς και θα λαμβάνει τα κατάλληλα μέτρα για την αντιμετώπισή τους. Ο ΠΟΥ, από την πλευρά του, προσφέρει βοήθεια, καθοδήγηση και εκπαίδευση στα έθνη. Προκειμένου να στηρίζει τις προσπάθειες των κρατών μελών να αξιολογήσουν τα τρέχοντα εθνικά συστήματα δημόσιας υγείας, την παρακολούθηση και την ικανότητα αντιμετώπισης, ο ΠΟΥ παρακολουθεί συνεχώς την παγκόσμια δημόσια υγεία και αξιολογεί βασικά περιστατικά που αποτελούν κίνδυνο για τη δημόσια υγεία. Παράλληλα, παρακολουθεί πώς εφαρμόζεται στην πράξη το ΔΚΥ (2005), τροποποιεί τους κανόνες και συμβουλευεται εξωτερικούς εμπειρογνώμονες όταν μια κατάσταση χαρακτηρίζεται ως έκτακτη ανάγκη δημόσιας υγείας διεθνούς ενδιαφέροντος (Public Health Emergency of International Concern).

Το 2015, η Ευρωπαϊκή Ένωση άρχισε να σκέφτεται και να αναλαμβάνει δράση για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης. Στη συνέχεια, υπήρξαν συντονισμένες δράσεις και δραστηριότητες το 2016, το 2017 και το 2018, οι οποίες κατέληξαν στην κοινή ανακοίνωση του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής και της Επιτροπής των Περιφερειών για το σχέδιο δράσης κατά της παραπληροφόρησης, η οποία αποτέλεσε μια ολοκληρωμένη στρατηγική για την καταπολέμηση του φαινομένου.

Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της συνόδου του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της 19ης και 20ης Μαρτίου 2015, "αναγνωρίζοντας την ανάγκη απάντησης στις εκστρατείες παραπληροφόρησης της Ρωσίας, ζήτησε από την Ύπατη Εκπρόσωπο να προετοιμάσει έως τον Ιούνιο σχέδιο δράσης για τη στρατηγική επικοινωνία σε συνεργασία με τα κράτη μέλη και τα θεσμικά όργανα της ΕΕ". Ένα πρώτο βήμα προς

αυτή την κατεύθυνση είναι ο σχηματισμός μιας ομάδας επικοινωνίας (European Council, 2015). Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η ΕΕ αναγνωρίζει μόλις τώρα τον κίνδυνο που εγκυμονεί η παραπληροφόρηση και επικεντρώνεται στη Ρωσία (Σχέδιο δράσης κατά της παραπληροφόρησης, 2018).

Η Ομάδα Εργασίας East Strategic Communication της Ευρωπαϊκής Υπηρεσίας Εξωτερικής Δράσης συστάθηκε σύμφωνα με το σχέδιο δράσης που εγκρίθηκε στις 22 Ιουνίου 2015, για να αντιμετωπίσει το ζήτημα της παραπληροφόρησης και να αυξήσει την ευαισθητοποίηση σχετικά με αυτό. Τρεις άξονες συνθέτουν το έργο της Ομάδας Εργασίας East Strategic Communication (Strategic Communications, 2018):

1. Οι ανατολικές γειτονικές χώρες (Αζερμπαϊτζάν, Αρμενία, Αρμενία, Γεωργία, Μολδαβία, Λευκορωσία, Λευκορωσία και Ουκρανία) χρειάζονται αποτελεσματική προώθηση και διάχυση των πολιτικών της ΕΕ.

2. Βελτίωση του γενικού τοπίου των μέσων ενημέρωσης στα κράτη μέλη της ΕΕ και στις Ανατολικές Γειτονίες, ιδίως με την προώθηση της ελευθερίας των μέσων ενημέρωσης και την ενίσχυση των ανεξάρτητων μέσων ενημέρωσης

3. Ενίσχυση της ικανότητας της ΕΕ να αναγνωρίζει, να ματαιώνει και να αντιδρά στις εκστρατείες παραπληροφόρησης των εξωτερικών φορέων.

Στο πλαίσιο του πρώτου σκέλους, η ομάδα δημιουργεί επικοινωνιακό υλικό και εκστρατείες με στόχο την καλύτερη περιγραφή των πολιτικών της ΕΕ σε αυτά τα έθνη σε συνεργασία με τα θεσμικά όργανα της ΕΕ και τις αντιπροσωπείες της ΕΕ στις χώρες της Ανατολικής Γειτονίας. Τα αγαθά και οι εκστρατείες δημιουργούνται στις περιφερειακές γλώσσες και διανέμονται μέσω των λογαριασμών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης των αντιπροσωπειών της ΕΕ στην περιοχή, καθώς και μέσω άλλων μέσων ενημέρωσης, δημόσιων εκδηλώσεων και τηλεοπτικών εκπομπών.

Όσον αφορά το δεύτερο σκέλος, στηρίζει ευρύτερες πρωτοβουλίες της ΕΕ για τη βελτίωση του τοπίου των μέσων ενημέρωσης στην περιοχή της Ανατολικής Εταιρικής Σχέσης. Ο τρίτος άξονας καλύπτει την αναφορά και ανάλυση προτύπων παραπληροφόρησης, την εξήγηση και αποκάλυψη αφηγήσεων παραπληροφόρησης και την αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με την παραπληροφόρηση που προέρχεται από τη ρωσική κυβέρνηση, ρωσικές πηγές και μέσα ενημέρωσης στην Ανατολική Γειτονία. Η εβδομαδιαία ανασκόπηση παραπληροφόρησης, η οποία

καλύπτει τις πιο πρόσφατες ειδήσεις και αναλύσεις της παραπληροφόρησης υπέρ του Κρεμλίνου, είναι το κύριο προϊόν της ομάδας για τη διάδοση της ευαισθητοποίησης σχετικά με την παραπληροφόρηση. Προσφέρει χρήσιμες πληροφορίες για αναλυτές, δημοσιογράφους και αρχές που ασχολούνται με το θέμα αυτό. Στον ιστότοπο της οργάνωσης, <https://euvdisinfo.eu/>, μια μηχανή αναζήτησης επιτρέπει στους χρήστες να αναζητούν περιπτώσεις παραπληροφόρησης ανά γλώσσα, έθνος, ημερομηνία ή λέξη-κλειδί. Πρόκειται για το μοναδικό τέτοιο ελεύθερα προσβάσιμο εργαλείο που υπάρχει. Ο ιστότοπος EUvsDisinfo ενημερώνεται συχνά για να βοηθήσει τους μελετητές, τα μέσα ενημέρωσης και τους ενδιαφερόμενους πολίτες στις προσπάθειές τους να κατανοήσουν και να αντιμετωπίσουν την παραπληροφόρηση υπέρ του Κρεμλίνου.

Το προαναφερθέν περιλαμβάνει ένα διαδικτυακό αποθετήριο που φιλοξενεί την πιο εκτεταμένη συλλογή ερευνητικών εργασιών αποκλειστικά αφιερωμένων στην παραπληροφόρηση υπέρ του Κρεμλίνου. Το εν λόγω αποθετήριο περιλαμβάνει ακαδημαϊκά χειρόγραφα, δημοσιογραφικά κείμενα, εθνικές μελέτες περιπτώσεων, δεδομένα σχετικά με διαδικτυακά τρόλ και αυτοματοποιημένους λογαριασμούς, καθώς και στρατηγήματα υπέρ του Κρεμλίνου (European External Actions Service, 2019). Από την ίδρυσή της μέχρι το 2019, η ομάδα έχει πραγματοποιήσει ανάλυση περισσότερων από 6.500 περιπτώσεων παραπληροφόρησης, που εκτείνονται σε 15 διαφορετικές γλώσσες και στοχεύουν σε περισσότερες από 20 χώρες.

Η κοινή ανακοίνωση για την αντιμετώπιση των υβριδικών απειλών δημοσιεύθηκε τον Απρίλιο του 2016 από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την Ύπατη Εκπρόσωπο της Ένωσης για θέματα εξωτερικής πολιτικής και πολιτικής ασφαλείας, περιγράφοντας ένα κοινό πλαίσιο για την αντιμετώπιση των υβριδικών απειλών. Το κοινό πλαίσιο προσπαθεί να ενισχύσει τη γνώση, να οχυρώσει την αντοχή, να προλάβει, να διαχειριστεί και να ανακάμψει από κρίσεις. Σύμφωνα με την κοινή ανακοίνωση για την αντιμετώπιση των υβριδικών απειλών το 2016, μια υβριδική απειλή χαρακτηρίζεται από τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τη χειραγώγηση του πολιτικού λόγου ή τη ριζοσπαστικοποίηση ατόμων μέσω εκστρατειών παραπληροφόρησης μεγάλης κλίμακας. Η στρατολόγηση και η ανάπτυξη υποκατάστατων πρακτόρων είναι μεταξύ των μεθόδων που χρησιμοποιούνται για την εκτέλεση υβριδικών απειλών.

Λαμβάνοντας υπόψη ότι "οι υβριδικές απειλές επιδιώκουν να εκμεταλλευτούν τα τρωτά σημεία μιας χώρας και συχνά επιδιώκουν να υπονομεύσουν τις θεμελιώδεις

δημοκρατικές αξίες και ελευθερίες" (Κοινή Ανακοίνωση για την αντιμετώπιση υβριδικών απειλών, 2016), η Ύπατη Εκπρόσωπος και η Επιτροπή πρότειναν μέσω του κοινού πλαισίου τη δημιουργία ειδικών μηχανισμών για την ανταλλαγή πληροφοριών με τα κράτη μέλη, όπως η δημιουργία της Μονάδας Ανάλυσης Υβριδικών Απειλών και η ίδρυση του Κέντρου Αριστείας για την Αντιμετώπιση Υβριδικών Απειλών, το οποίο θα ευαισθητοποιήσει και θα ενισχύσει τις στρατηγικές επικοινωνίες της ΕΕ, καθώς και δράσεις για την ενίσχυση της ανθεκτικότητας σε διάφορους τομείς, όπως "η ασφάλεια στον κυβερνοχώρο, οι υποδομές ζωτικής σημασίας, η προστασία του χρηματοπιστωτικού συστήματος από παράνομη χρήση και οι προσπάθειες για την καταπολέμηση του βίαιου εξτρεμισμού και της ριζοσπαστικοποίησης" (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2017). Όσον αφορά την πρόληψη, την αντιμετώπιση και την ανάκαμψη από υβριδικές απειλές, κρίθηκε σκόπιμο σε περίπτωση εκτεταμένης και σοβαρής υβριδικής επίθεσης να επανεξεταστεί η εφαρμογή της ρήτρας αλληλεγγύης του άρθρου 222 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της ρήτρας αμοιβαίας άμυνας του άρθρου 42 παράγραφος 7 της Συνθήκης για την Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς και να ενισχυθεί η συνεργασία και ο συντονισμός μεταξύ της ΕΕ και του ΝΑΤΟ στις κοινές προσπάθειες για την αντιμετώπιση υβριδικών απειλών.

Μονάδα Ανάλυσης Υβριδικών Απειλών

Μέρος του Κέντρου Ανάλυσης Πληροφοριών της ΕΕ είναι η Μονάδα Ανάλυσης Υβριδικών Απειλών (MAYA) (Κοινή έκθεση σχετικά με την εφαρμογή του κοινού πλαισίου για την αντιμετώπιση των υβριδικών απειλών - απάντηση της ΕΕ, 2017). Ένα χρόνο μετά την κοινή ανακοίνωση για την αντιμετώπιση των υβριδικών απειλών, τον Ιούλιο του 2017, ήταν πλήρως λειτουργική. Στόχος της MAYA είναι η ανάλυση μυστικών και δημόσιων πληροφοριών από διάφορες πηγές, συμπεριλαμβανομένων στρατιωτικών και πολιτικών αναλυτών, των υπηρεσιών πληροφοριών των κρατών μελών κ.λπ. Τα θεσμικά όργανα της ΕΕ και τα κράτη μέλη λαμβάνουν στη συνέχεια τις εκθέσεις και την ανάλυση της Μονάδας για τη λήψη αποφάσεων. Η Ομάδα Αντιμετώπισης Εκτάκτων Αναγκών σε Ηλεκτρονικούς Υπολογιστές των θεσμικών οργάνων της ΕΕ (CERT-EU) υποστηρίζει τις προσπάθειες της MAYA όσον αφορά νέες ή συνεχιζόμενες απειλές στον κυβερνοχώρο (Meese & Hurcombe, 2020).

Επιπλέον, προκειμένου να ενισχύσει τις δεξιότητές της για την αντιμετώπιση υβριδικών απειλών, η MAYA δημιουργεί συνδέσεις και σχέσεις με το Ευρωπαϊκό

Κέντρο Αριστείας για την αντιμετώπιση υβριδικών απειλών. Παράλληλα, συνεχίζει την καθημερινή επικοινωνία και συνεργασία με το Τμήμα Ανάλυσης Υβριδικών Απειλών του ΝΑΤΟ. Δυστυχώς, η δραστηριότητα της Μονάδας σχετικά με τις πληροφορίες, την κυβερνοπληροφόρηση και τις χημικές, βιολογικές, ραδιολογικές και πυρηνικές απειλές είναι περιορισμένη, διότι δεν διαθέτει την απαραίτητη τεχνογνωσία. Παρ' όλα αυτά, εργαζόμενη προς αυτή την κατεύθυνση, έχει δημιουργήσει ένα δίκτυο εθνικών σημείων επαφής με τα οποία συναντάται συχνά.

Κέντρο Αριστείας για την αντιμετώπιση υβριδικών απειλών

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Αριστείας για την Αντιμετώπιση Υβριδικών Απειλών συγκροτήθηκε από τη Φινλανδία τον Απρίλιο του 2017 και βρίσκεται στο Ελσίνκι (Κοινή έκθεση σχετικά με την εφαρμογή του κοινού πλαισίου για την αντιμετώπιση των υβριδικών απειλών - Απάντηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2017, σ. 6-7). Το Κέντρο χρηματοδοτείται από την ΕΕ και το ΝΑΤΟ και απαρτίζεται από 10 μέλη της ΕΕ (Εσθονία, Φινλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Εσθονία, Λετονία, Λιθουανία, Φινλανδία, Γερμανία, Πολωνία, Σουηδία, Ισπανία και Ηνωμένο Βασίλειο). Στόχος του Κέντρου Αριστείας είναι να αυξήσει την προσαρμοστικότητα και την ικανότητα της ΕΕ να ανταποκρίνεται σε υβριδικές απειλές. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της διεξαγωγής έρευνας και ανάλυσης σχετικά με τις υβριδικές στρατηγικές, της τόνωσης του στρατηγικού διαλόγου, της δημιουργίας συμμαχιών με ομάδες συμφερόντων και της υποστήριξης της δημιουργίας νέων ιδεών και τεχνολογιών στις επιχειρήσεις και τον ιδιωτικό τομέα (Veriter, 2021).

Τόσο εντός όσο και εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εφεξής: ΕΕ), υπάρχουν θεσμικές απαντήσεις στα φαινόμενα ψευδών πληροφοριών. Η κατάσταση της Αυστραλίας που αναφέρθηκε παραπάνω αποτελεί μια κλασική εικόνα. Στο παρόν δοκίμιο, όμως, θα επικεντρωθούμε στο ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης της ΕΕ που αποσκοπεί στον έλεγχο του ζητήματος. Στην πραγματικότητα, τα θεσμικά όργανα της ΕΕ συζητούν συχνά και εκφράζουν την ανησυχία τους για το πρόβλημα της ψευδούς πληροφόρησης. Ιδιαίτερα από το 2018, υπάρχει μεγάλη δράση στον τομέα της καταπολέμησης της ψευδούς πληροφόρησης, και η δραστηριότητα αυτή αυξήθηκε ακόμη περισσότερο κατά τη διάρκεια της Covid-19 (Meese & Hurcombe, 2020).

Η θεσμική αντίδραση Ευρωπαϊκής Ένωσης

Οι βασικές αρχές ενός δημοκρατικού πολιτεύματος και ο ανοικτός και δημοκρατικός χαρακτήρας των κοινωνιών αποτελούν το θεμέλιο της αποστολής της ΕΕ, καθώς και την εγκυρότητα της εξουσίας της να ρυθμίζει ένα ευρύ φάσμα

προβλημάτων. Η ελευθερία κάθε ατόμου να εκφράζει τη γνώμη του χωρίς περιορισμούς αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο. Για να μπορούν οι πολίτες να διαμορφώσουν άποψη για ποικίλα πολιτικά θέματα και, κατ' επέκταση, να συμμετέχουν ελεύθερα στο δημόσιο διάλογο εκφράζοντας τις απόψεις τους, πρέπει να έχουν πρόσβαση σε πληθώρα επαληθεύσιμων πληροφοριών. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, θα πρέπει να είναι αυτονόητο ότι η σκόπιμη και ευρεία διάδοση ψευδών πληροφοριών αποτελεί σοβαρή απειλή για την ΕΕ και καθιστά αναγκαία τη λήψη αντιμετώπων. Το άρθρο 11 του Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ κατοχυρώνει την ελευθερία της έκφρασης ως μία από τις βασικές αξίες της ΕΕ. Επιπλέον, δεν υπάρχει επί του παρόντος επίσημο, σχετικό νομικό πλαίσιο (όπως κανονισμός ή οδηγία) σε επίπεδο ΕΕ που να διέπει την παραπληροφόρηση. Σύμφωνα με τα άρθρα 2 έως 6 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ), τα κράτη μέλη είναι σε μεγάλο βαθμό υπεύθυνα για τη ρύθμιση του τρόπου αντιμετώπισης της παραπληροφόρησης. Εκτός από την υιοθέτηση βέλτιστων πρακτικών, ο ρόλος της ΕΕ είναι να υποστηρίζει τα κράτη μέλη λαμβάνοντας μέτρα για την υποστήριξη, τον συντονισμό ή τη συμπλήρωση της δράσης τους (Veriter, 2021).

Στο πλαίσιο αυτό, η ΕΕ κατέβαλε την αρχική της προσπάθεια για την αντιμετώπιση της απειλής που συνιστούν οι εκστρατείες παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο το 2015. Τότε, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο "τόνισε την ανάγκη να απαντηθεί η εκστρατεία παραπληροφόρησης της Ρωσίας και κάλεσε τον Ύπατο Εκπρόσωπο να προετοιμάσει μέχρι τον Ιούνιο (δηλαδή το 2015) ένα σχέδιο δράσης για μια στρατηγική πληροφόρησης σε συνεργασία με τα κράτη μέλη και τα θεσμικά όργανα της ΕΕ". Ένα πρώτο βήμα προς αυτή την κατεύθυνση είναι η συγκρότηση μιας ομάδας επικοινωνίας. Σε απάντηση αυτού του αιτήματος, δημιουργήθηκε ένας ξεχωριστός οργανισμός με την ονομασία "East Strategic Communication" (εξ ου και αναφέρεται ως "East StratCom") για την αντιμετώπιση των ψευδών πληροφοριών που προέρχονται από τους "ανατολικούς γείτονες" της ΕΕ. Δύο ακόμη ομάδες εργασίας της StratCom δημιουργήθηκαν το 2017 για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης που προέρχεται από την περιοχή του Κόλπου, τη Μέση Ανατολή και τη Βόρεια Αφρική. Θα πρέπει να αναγνωριστεί το γεγονός ότι οι εν λόγω ομάδες εργασίας αποτελούν μέρος της Ευρωπαϊκής Υπηρεσίας Εξωτερικής Δράσης (EYED). Το "Κοινό πλαίσιο για την αντιμετώπιση υβριδικών απειλών" εγκρίθηκε στη συνέχεια το 2016 (Veriter, 2021).

Το Κοινό Πλαίσιο αναφέρει, μεταξύ άλλων, ότι "η ΕΥΕΔ, βασιζόμενη στις δραστηριότητες των Ομάδων Δράσης της Ανατολικής και της Αραβικής Στρατηγικής, θα πρέπει να βελτιστοποιήσει τη χρήση διερμηνέων και μεταφραστών με άριστη γνώση των σχετικών γλωσσών εκτός ΕΕ και εμπειρογνομόνων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που μπορούν να παρακολουθούν τις πληροφορίες εκτός ΕΕ και να εξασφαλίζουν στοχευμένη επικοινωνία για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης". Ωστόσο, υπογραμμίζει επίσης πόσο ζωτικής σημασίας είναι για "τα κράτη μέλη να αναπτύξουν στρατηγικούς μηχανισμούς επικοινωνίας για την υποστήριξη του εντοπισμού των πηγών παραπληροφόρησης και της καταπολέμησής τους, προκειμένου να αποκαλυφθούν οι υβριδικές απειλές". Φαίνεται ότι μέχρι το 2017, παρά την ανησυχία της ΕΕ, το ζήτημα της παραπληροφόρησης δεν είχε τεθεί σε ύψιστη προτεραιότητα. Το συμπέρασμα αυτό ενισχύεται από το γεγονός ότι, σύμφωνα με την ειδική έκθεση ελέγχου του Ευρωπαϊκού Ελεγκτικού Συνεδρίου, η ΕΕ δαπάνησε μόνο 11.988.855 ευρώ για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης μεταξύ 2015 και 2017. Πριν από τις ευρωπαϊκές εκλογές του 2019 και τις περισσότερες από 50 προεδρικές, εθνικές ή τοπικές/περιφερειακές εκλογές που θα διεξαχθούν στα κράτη μέλη από τώρα έως το 2020, το σκηνικό υπέστη σημαντική αναταραχή το 2018. Δεδομένου ότι οι υβριδικές απειλές στοχεύουν στρατηγικά σε περιόδους εκλογών, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συνέστησε στο τέλος του 2017 μια ομάδα εμπειρογνομόνων υψηλού επιπέδου (High Level Group) για τη δημιουργία μιας έκθεσης με συστάσεις σχετικά με τον τρόπο καταπολέμησης της παραπληροφόρησης. Σύμφωνα με τους Posetti και Matthews (2018), η Ομάδα παρέδωσε την έκθεσή της τον Μάρτιο του 2018.

Η ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, "Αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο: μια ευρωπαϊκή προσέγγιση", ήρθε μετά από αυτό τον Απρίλιο του 2018. Σύμφωνα με την Επιτροπή, τέσσερις κατευθυντήριες αρχές και στόχοι θα πρέπει να κατευθύνουν τα μέτρα που λαμβάνονται για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης:

1) αύξηση της διαφάνειας σχετικά με τη δημιουργία, την παραγωγή, τη διανομή και τη στόχευση των πληροφοριών, ώστε το ευρύ κοινό να μπορεί να αξιολογεί το διαδικτυακό περιεχόμενο,

2) ενθάρρυνση της ποικιλίας των γνώσεων, ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να προβαίνουν σε συνετές κρίσεις βάσει κριτικής σκέψης,

3) ενίσχυση της ιχνηλασιμότητας και της επαλήθευσης των πληροφοριών για να αυξηθεί η αξιοπιστία των πληροφοριών, και

4) λύσεις χωρίς αποκλεισμούς με ευρεία συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών, αυξημένη έκθεση στα μέσα ενημέρωσης και εκπαίδευση (Posetti & Matthews, 2018).

Μέχρι τον Δεκέμβριο του 2018, η Επιτροπή υποσχέθηκε να υποβάλει έκθεση σχετικά με την πρόοδό της. Πράγματι, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε τον Δεκέμβριο του 2018 το «Σχέδιο Δράσης της Ε.Ε. κατά της παραπληροφόρησης» (στο εξής: Σχέδιο Δράσης της Ε.Ε.). Περιγράφει δέκα συγκεκριμένα βήματα για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης. Οι προσπάθειες αυτές, οι οποίες αφορούν κάθε πτυχή της κοινωνίας, κατηγοριοποιούνται σε τέσσερις "πυλώνες". Ο πρώτος του είδους του, ο "Κώδικας δεοντολογίας κατά της παραπληροφόρησης", αξίζει ιδιαίτερης προσοχής. Το σχέδιο δράσης της ΕΕ απαιτεί στενή και συνεχή παρακολούθηση του τελευταίου, η οποία συμφωνήθηκε ήδη τον Σεπτέμβριο του 2018. Το παρόν έγγραφο μη δεσμευτικού δικαίου περιγράφει μια σειρά πολιτικών για την αντιμετώπιση της ψευδούς πληροφόρησης. Οι κύριες διαδικτυακές πλατφόρμες Facebook, Google, Twitter και Mozilla έχουν υπογράψει τον κώδικα, μαζί με επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της διαφήμισης. Η Microsoft (Μάιος 2019) και η πλατφόρμα TikTok (Ιούνιος 2020) είναι πρόσφατοι υπογράφωντες (Posetti & Matthews, 2018).

Πρέπει να τονιστεί ότι είχαν εκφραστεί επιφυλάξεις πριν από την παρουσίαση του κώδικα. Συγκεκριμένα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είχε αναθέσει σε ειδική επιτροπή κατά τη διαδικασία σύνταξης του σχεδίου να γνωμοδοτήσει σχετικά με τις απαιτήσεις του Κώδικα Δεοντολογίας. Η επιτροπή αυτή αποτελούνταν από εκπροσώπους των μέσων ενημέρωσης, ανεξάρτητους ελεγκτές γεγονότων, ακαδημαϊκούς κ.λπ. Στις 24 Σεπτεμβρίου 2018, η εν λόγω Επιτροπή εξέδωσε την απόφασή της, η οποία ανέφερε ότι ο Κώδικας, ως γλώσσα ήπιου δικαίου, δεν περιείχε ρητές ή πρακτικές υποχρεώσεις και, ως εκ τούτου, δεν είχε καμία προοπτική να βοηθήσει στην προσπάθεια καταπολέμησης της παραπληροφόρησης. Αφού συνέβησαν τα προαναφερθέντα γεγονότα μέχρι το τέλος του 2019, ήταν σαφές ότι τα ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα έδιναν προτεραιότητα στην καταπολέμηση της παραπληροφόρησης, ενός προβλήματος που θέτει κυρίως σε κίνδυνο τις δημοκρατικές εκλογικές διαδικασίες. Αυτό είναι εμφανές, πρώτα απ' όλα, στο γεγονός ότι συστάθηκε μια

ομάδα (East StratCom) ειδικά για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης που προέρχεται από τους "ανατολικούς γείτονες", καθώς και στις συχνές αναφορές υβριδικών απειλών και επιχειρήσεων παραπληροφόρησης που προέρχονται κυρίως από τη Ρωσία. Υπάρχουν "ισχυρές ενδείξεις για την εμπλοκή της Ρωσικής Ομοσπονδίας" (δηλ. σε εκστρατείες παραπληροφόρησης), σύμφωνα με το σχέδιο δράσης της ΕΕ. Ωστόσο, καθώς υιοθετούν γρήγορα τις τεχνικές της Ρωσικής Ομοσπονδίας, άλλα κράτη του τρίτου κόσμου εφαρμόζουν επίσης σχέδια παραπληροφόρησης. Οι εκστρατείες παραπληροφόρησης της Ρωσικής Ομοσπονδίας αναφέρονται ανοιχτά από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ως "η μεγαλύτερη απειλή για την ΕΕ". Είναι δύσκολο να διαχωριστούν τα εσωτερικά από τα εξωτερικά στοιχεία που συμβάλλουν στη διάδοση της παραπληροφόρησης εντός της ΕΕ. Το ζήτημα της πανδημίας του κορονοϊού έχει, ωστόσο, επιστήσει την προσοχή στον ρόλο που διαδραματίζουν οι εσωτερικές μεταβλητές στη διάδοση της παραπληροφόρησης. Σύμφωνα με δημοσκοπήσεις, οι εσωτερικές πηγές και όχι οι εξωτερικές ήταν υπεύθυνες για την πλειονότητα των ψευδών πληροφοριών σχετικά με το Covid19 στα κράτη μέλη της ΕΕ (Veriter, 2021).

Ως αποτέλεσμα, οι πρωτοβουλίες της ΕΕ άρχισαν να επικεντρώνονται τόσο στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο αλληλεπιδρούν τα εσωτερικά και τα εξωτερικά στοιχεία όσο και στην καταπολέμηση των ξένων προσπαθειών παραπληροφόρησης που αποσκοπούν στο σαμποτάζ των πολιτικών διαδικασιών. Το έτος 2020 υπήρξε κρίσιμο για τις προσπάθειες της Ευρώπης να ρυθμίσει την οικολογία της ψηφιακής πληροφορίας και παραπληροφόρησης. Ένα μαζικό κύμα ψευδών πληροφοριών ακολούθησε το ξέσπασμα του κορονοϊού. Ο Tedros Adhanom Ghebreyesus, γενικός διευθυντής του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας, δήλωσε ότι "δεν αντιμετωπίζουμε μόνο μια επιδημία, αλλά παλεύουμε επίσης ενάντια σε μια πανδημία παραπληροφόρησης" σε μια συνάντηση εμπειρογνομόνων στο Μόναχο τον Φεβρουάριο του 2020. Η παραπληροφόρηση εξαπλώνεται πιο γρήγορα από τον ιό. Η ΕΕ έπρεπε να δράσει γρήγορα για να αντιμετωπίσει αυτή την πανδημία παραπληροφόρησης, διότι θα μπορούσε να οδηγήσει τους ανθρώπους να μην υπακούσουν στις επίσημες συμβουλές υγείας και να εμπλακούν σε επικίνδυνες συμπεριφορές. Για παράδειγμα, διαδόθηκαν επιβλαβείς μύθοι όπως "το πλύσιμο των χεριών δεν είναι ωφέλιμο" και "ο κορονοϊός είναι επικίνδυνος μόνο για τους ηλικιωμένους" (Pullido et al., 2020).

Με έγκαιρη, διαφανή και τεκμηριωμένη επικοινωνία σχετικά με τις προσπάθειές τους, τα μέλη του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου δεσμεύτηκαν να καταπολεμήσουν την παραπληροφόρηση στις 26 Μαρτίου 2020. Παράλληλα, προέτρεψαν την Ύπατη Εκπρόσωπο και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να αναλάβουν ενεργό ρόλο στον πόλεμο κατά της ψευδούς πληροφόρησης. Το αποτέλεσμα ήταν η δημοσίευση, στις 10 Ιουνίου 2020, μιας κοινής ανακοίνωσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ύπατης Εκπροσώπου με τίτλο "Καταπολέμηση της παραπληροφόρησης για το COVID-19 - Αγώνας για την ορθή παρουσίαση των γεγονότων". Ως αποτέλεσμα αυτής, "η ΕΕ ανέλαβε δράση για την αντιμετώπιση της απειλής της παραπληροφόρησης, της ψευδούς πληροφόρησης και των δραστηριοτήτων ξένης επιρροής κατά τη διάρκεια της κρίσης COVID19". Προκειμένου να ανοίξει ο δρόμος για μια πιο μακροπρόθεσμη στρατηγική στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού σχεδίου δράσης για τη δημοκρατία που θα ανακοινωθεί στα τέλη του 2020, η Επιτροπή και η Ύπατη Εκπρόσωπος συμφώνησαν να δρομολογήσουν γρήγορα τις πρωτοβουλίες που προτείνονται στην προαναφερθείσα ανακοίνωση. 2020 (Pullido et al.).

Πράγματι, στις 3 Δεκεμβρίου 2020, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε μια ανακοίνωση με τίτλο "Σχετικά με το Ευρωπαϊκό Σχέδιο Δράσης για τη Δημοκρατία", η οποία βασίζεται στις ήδη υπάρχουσες δραστηριότητες του Σχεδίου Δράσης της ΕΕ. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υπέβαλε πρόταση κανονισμού για την ψηφιακή ενιαία αγορά (Digital Services Act, συχνά γνωστή ως Digital Services Act - DSA) και την τροποποίηση της οδηγίας 2000/31/EK μόλις δύο εβδομάδες μετά τη δημοσίευση του Ευρωπαϊκού Σχεδίου Δράσης για τη Δημοκρατία στις 15 Δεκεμβρίου 2020. Ο προτεινόμενος κανονισμός δημιουργείται με τρόπο που θα βοηθήσει στην καταπολέμηση της ψευδούς πληροφόρησης. Στο πλαίσιο των πιο πρόσφατων πρωτοβουλιών, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε έναν οδηγό για την ενίσχυση του Κώδικα Δεοντολογίας για την παραπληροφόρηση, καθιστώντας τον αποτελεσματικότερο όπλο στην καταπολέμηση της παραπληροφόρησης. Η αντιπρόεδρος για θέματα διαφάνειας, Vera Yurova, δήλωσε ότι " (...) χρειάζεται ένας νέος ισχυρότερος κώδικας, καθώς οι διαδικτυακές πλατφόρμες και άλλοι φορείς πρέπει να αντιμετωπίσουν τους συστημικούς κινδύνους των υπηρεσιών τους και της αλγοριθμικής ενίσχυσης, να μην παρακολουθούν πλέον μόνο τις δικές τους δραστηριότητες, να μην επιτρέπουν πλέον τη δημιουργία εσόδων από την παραπληροφόρηση και, ταυτόχρονα, να σέβονται πλήρως την ελευθερία του λόγου".

Επιπλέον, ο Τιερί Μπρετόν, επίτροπος για την εσωτερική αγορά, δήλωσε ότι "πρέπει να σταματήσουμε την επιδημία εσφαλμένων πληροφοριών που εξαπλώνεται και θέτει σε κίνδυνο τη ζωή των ανθρώπων. Είναι αδύνατον οι ψευδείς πληροφορίες να συνεχίσουν να φέρνουν χρήματα. Οι διαδικτυακές πλατφόρμες, ολόκληρη η διαφημιστική οικονομία και τα δίκτυα ελέγχου των γεγονότων πρέπει να δώσουν μεγαλύτερες υποσχέσεις. Ο νόμος για τις ψηφιακές υπηρεσίες θα δώσει στους μαχητές της παραπληροφόρησης πιο ισχυρά μέσα για να χρησιμοποιήσουν στο οπλοστάσιό τους. Ο επικαιροποιημένος Κώδικας Δεοντολογίας για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης δεν έχει ακόμη οριστικοποιηθεί, αλλά αναμένεται (Pullido et al., 2020).

Το Σχέδιο Δράσης της Ε.Ε. για την Παραπληροφόρηση

Σε απάντηση στην έκκληση του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου να αναληφθεί δράση για την "προστασία των δημοκρατικών συστημάτων της Ένωσης και την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης, μεταξύ άλλων στο πλαίσιο των επικείμενων (σ.σ.: αναφέρεται στις ευρωεκλογές του 2019 που δεν έχουν ακόμη διεξαχθεί) ευρωεκλογών, με πλήρη σεβασμό των θεμελιωδών δικαιωμάτων", δημιουργήθηκε το σχέδιο δράσης της ΕΕ για την παραπληροφόρηση. Οι προσπάθειες της ειδικής ομάδας East StratCom και οι ενέργειες που έχουν αναληφθεί μέχρι σήμερα από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης αξιοποιήθηκαν στο σχέδιο δράσης. Το σχέδιο δράσης περιγράφει συγκεκριμένα βήματα που θα πραγματοποιήσουν τα θεσμικά όργανα της ΕΕ σε συνεργασία με τα κράτη μέλη και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο για πρώτη φορά (Allcott & Gentzkow, 2017).

Ειδικότερα, το Σχέδιο Δράσης της ΕΕ βασίζεται σε τέσσερις πυλώνες, καθένας από τους οποίους περιλαμβάνει ένα συγκεκριμένο σύνολο δράσεων, ώστε να υπάρξει συντονισμένη αντιμετώπιση του φαινομένου της παραπληροφόρησης. πιο συγκεκριμένα:

Πρώτος πυλώνας: Η αύξηση της ικανότητας των θεσμικών οργάνων της ΕΕ να αναγνωρίζουν, να εξετάζουν και να δημοσιοποιούν ψευδείς πληροφορίες αποτελεί τον πρώτο πυλώνα. Για την επίτευξη αυτού του στόχου προβλέπονται οι ακόλουθες δράσεις: α) αύξηση των ανθρώπινων και οικονομικών πόρων που διαθέτουν οι αντιπροσωπείες της ΕΕ και οι ειδικές ομάδες στρατηγικής επικοινωνίας (ομάδες StratCom) με σκοπό τον εντοπισμό, την ανάλυση και τη δημοσιοποίηση δραστηριοτήτων παραπληροφόρησης- και β) επανεξέταση των εντολών των ομάδων StratCom για τα Δυτικά Βαλκάνια και τον νότιο γείτονα της ΕΕ. Αυτή η επιχείρηση

(β) φαίνεται να επωφελήθηκε από το γεγονός ότι οι δύο ομάδες εργασίας StratCom, η StratCom για τα Δυτικά Βαλκάνια και η StratCom για τον Νότο, επικεντρώθηκαν πρώτα στην ενίσχυση των προσπαθειών επικοινωνίας στις αντίστοιχες περιοχές τους. Με άλλα λόγια, ο πρωταρχικός στόχος καμίας από τις δύο ομάδες δεν ήταν η καταπολέμηση της ψευδούς πληροφόρησης. Από την άλλη πλευρά, ο ρητός στόχος της ομάδας εργασίας East StratCom ήταν να σταματήσει και να καταπολεμήσει την παραπληροφόρηση που προερχόταν από έναν συγκεκριμένο, εξωτερικό παράγοντα (Allcott & Gentzkow, 2017).

Δεύτερος πυλώνας: Η ενίσχυση των ενοποιημένων και συντονισμένων αντιδράσεων στην παραπληροφόρηση είναι ο δεύτερος πυλώνας. Μέχρι τον Μάρτιο του 2019, υποτίθεται ότι θα έπρεπε να έχει τεθεί σε εφαρμογή ένα σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης μεταξύ των κρατών μελών και των αρχών της ΕΕ. Πράγματι, το σύστημα αυτό δημιουργήθηκε τον Μάρτιο του 2019 με πρωταρχικό στόχο την προώθηση της συνεργασίας μεταξύ των ευρωπαϊκών θεσμικών οργάνων, των κρατών μελών της ΕΕ και των διεθνών εταίρων. Στους στόχους του συστήματος περιλαμβάνεται η βελτίωση της συνεργασίας με τις διαδικτυακές πλατφόρμες για τη διακοπή και τον εντοπισμό των προσπαθειών παραπληροφόρησης. Οι πρώτες ώρες μετά τη διάδοση της παραπληροφόρησης είναι κρίσιμες για τον προσδιορισμό του ζητήματος. Η τεχνολογική βάση του συστήματος έγκαιρης προειδοποίησης επιτρέπει στα κράτη μέλη να λαμβάνουν ειδοποιήσεις σε πραγματικό χρόνο σχετικά με περιπτώσεις παραπληροφόρησης. Κάθε κράτος μέλος της ΕΕ πρέπει να επιλέξει ένα σημείο επαφής, κατά προτίμηση μία από τις υπηρεσίες που ασχολούνται με τη στρατηγική επικοινωνία, ειδικά για χάρη της λειτουργίας του Συστήματος Έγκαιρης Προειδοποίησης και την αναμετάδοσή τους, ενώ παράλληλα θα συντονίζεται με τις αρμόδιες εθνικές αρχές και τους ευρωπαϊκούς οργανισμούς (όπως η ΕΥΕΔ). Το Σύστημα δημιουργείται με τρόπο που επιτρέπει την ανταλλαγή δεδομένων εκτός από την κοινή αξιολόγηση του ζητήματος με σκοπό τη συντονισμένη αντίδραση των κρατών μελών. Κατά τα λοιπά, οι προσπάθειες για την ενίσχυση των εκστρατειών επικοινωνίας ενόψει των ευρωπαϊκών εκλογών του 2019, καθώς και οι πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της στρατηγικής επικοινωνίας στη γύρω περιοχή της ΕΕ εντάχθηκαν στην αρμοδιότητα του δεύτερου πυλώνα (Allcott & Gentzkow, 2017).

Τρίτος πυλώνας: επιστράτευση του ιδιωτικού τομέα για την καταπολέμηση της ψευδούς πληροφόρησης. Είναι προφανές ότι αυτός ο στόχος του σχεδίου δράσης

της ΕΕ συνεπάγεται στενή, συνεχή εποπτεία της εφαρμογής του κώδικα δεοντολογίας της ΕΕ (βλ. ανωτέρω υπό α) για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης, καθώς και συνηγορία για την άμεση και αποτελεσματική συμμόρφωση (Cerdas, 2022).

Η αύξηση της ευαισθητοποίησης και η ενίσχυση της κοινωνικής ανθεκτικότητας περιλαμβάνουν τον πυλώνα 4. Το σχέδιο δράσης της ΕΕ αναφέρει ότι η αύξηση της γνώσης του κοινού είναι απαραίτητη για την ενίσχυση της αντίστασης της κοινωνίας στην απειλή της παραπληροφόρησης. Οι δράσεις που προτείνονται για την επίτευξη του στόχου που περιγράφεται στον τέταρτο πυλώνα καθιστούν αναγκαία τη συνεργασία μεταξύ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των κρατών μελών της ΕΕ και συνίστανται σε: α) οργάνωση στοχευμένων εκστρατειών και προγραμμάτων κατάρτισης για τα μέσα ενημέρωσης και τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης στην ΕΕ και τις γειτονικές της χώρες για την ευαισθητοποίηση σχετικά με τις επιζήμιες επιπτώσεις της παραπληροφόρησης και τη στήριξη του έργου των ανεξάρτητων μέσων ενημέρωσης και της ποιοτικής δημοσιογραφίας, β) υποστήριξη για την ανάπτυξη ανεξάρτητων μέσων ενημέρωσης και γ) δημιουργία ανεξάρτητου οργανισμού παρακολούθησης των μέσων ενημέρωσης στην ΕΕ.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή καταλήγει στο συμπέρασμα ότι, ενόψει των ευρωεκλογών του 2019, η ολοκληρωμένη στρατηγική της ΕΕ ενίσχυσε την ετοιμότητα για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης, όπως αποδεικνύεται από το υψηλότερο ποσοστό συμμετοχής στις ευρωεκλογές των προηγούμενων ετών. Ωστόσο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είναι απολύτως σαφές ότι δεν υπάρχει περιθώριο εφησυχασμού, διότι η απειλή της παραπληροφόρησης εξελίσσεται διαρκώς, γεγονός που καθιστά αναγκαία τη συνεχή έρευνα και την επικαιροποίηση των μέτρων για την αντιμετώπισή της. Κατά συνέπεια, η αντιμετώπισή της θα χρειαστεί χρόνο και συνεχή εργασία. Η Επιτροπή υπογραμμίζει επίσης τη σημασία του ιδιωτικού τομέα, ιδίως των διαδικτυακών πλατφορμών, για την αντιμετώπιση αυτού του ζητήματος. Η δέσμευση της Επιτροπής και της Ύπατης Εκπροσώπου να συνεχίσουν τις συντονισμένες προσπάθειές τους για την υπεράσπιση της "ευρωπαϊκής δημοκρατίας" από την παραπληροφόρηση και τη χειραγώγηση σηματοδοτεί το τέλος του εγγράφου (Harrison, 2021).

4.4 Fact checking

Η ανάπτυξη και η εξέλιξη του Διαδικτύου είχαν βαθιά επίδραση στο περιβάλλον πληροφόρησης της κοινωνίας, ανατρέποντας την καθιερωμένη τάξη παραγωγής και διάδοσης ειδήσεων. Τα σημερινά μέσα ενημέρωσης δίνουν τη δυνατότητα σε οποιονδήποτε διαθέτει ηλεκτρολόγιο και πρόσβαση στο Διαδίκτυο να δημιουργεί και να δημοσιεύει το δικό του περιεχόμενο. Με τον εκδημοκρατισμό του περιεχομένου και του λόγου ήρθε μια πλημμύρα παραπληροφόρησης (Amazeen, 2020).

Ο τρόπος, η ταχύτητα και η απλότητα με την οποία μια ψευδής είδηση μπορεί να διαδοθεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αυξάνει την ανάγκη αναζήτησης αξιόπιστων πηγών και χρήσης εργαλείων για την επαλήθευση των ειδήσεων. Ως εκ τούτου, στη βιβλιογραφία, η επαλήθευση της ειλικρίνειας των δημοσιευμένων και διαδιδόμενων ειδήσεων και πληροφοριών θεωρείται συχνά ως θεμελιώδης πτυχή του δημοσιογραφικού επαγγέλματος ως ξεχωριστή μορφή εξουσίας, που το διακρίνει από άλλες μορφές δημόσιας επικοινωνίας. Ειδικότερα, η επικύρωση της ειλικρίνειας των ειδήσεων αναφέρεται ως "έλεγχος των γεγονότων", αλλά πρόκειται για δύο διαφορετικές διαδικασίες (Silverman, 2014). Στη νέα χιλιετία, αυτό που συχνά αναφέρεται ως ένας νέος δημοκρατικός θεσμός, ο ανεξάρτητος πολιτικός έλεγχος των γεγονότων, έχει αναδυθεί και εξαπλωθεί ταχύτατα σε όλο τον κόσμο.

Σύμφωνα με τη σχετική έρευνα των Graves και Cherubini (2016), οι πρώτοι οργανισμοί που αφιερώθηκαν στη δημόσια αξιολόγηση της ειλικρίνειας των πολιτικών ισχυρισμών εμφανίστηκαν στις Ηνωμένες Πολιτείες στις αρχές της δεκαετίας του 2000, ανοίγοντας το δρόμο για αυτό που θα γινόταν βασικό στοιχείο της πολιτικής πληροφόρησης σε όλα σχεδόν τα μεγάλα ειδησεογραφικά πρακτορεία. Την τελευταία δεκαετία, ανεξάρτητοι οργανισμοί ελέγχου των γεγονότων έχουν ξεπηδήσει σε περισσότερες από 50 χώρες σε όλες τις ηπείρους. Η πλειονότητα αυτών των ομάδων ιδρύθηκε μετά το 2010 (Graves & Cherubini, 2016), σύμφωνα με την πιο αξιόπιστη παγκόσμια απογραφή.

Σε αντίθεση με τον παραδοσιακό κώδικα δημοσιογραφικής δεοντολογίας, ο οποίος αποσκοπεί στην εξάλειψη των λαθών πριν από τη δημοσίευση μιας πληροφορίας, ο έλεγχος των γεγονότων αναφέρεται στη διαδικασία αξιολόγησης της αλήθειας των δημόσιων (κυρίως πολιτικών) ισχυρισμών (Graves, 2018). Ορισμένοι ερευνητές θεωρούν τον έλεγχο των γεγονότων ως ένα "είδος δημοσιογραφίας" που προωθεί την αξιολόγηση των πολιτικών ισχυρισμών χρησιμοποιώντας μια μεθοδική, τεκμηριωμένη προσέγγιση (Mena, 2019). Ομοίως, ο κώδικας αρχών του Διεθνούς

Δικτύου Ελέγχου Γεγονότων ορίζει τον έλεγχο γεγονότων ως "αμερόληπτη αναφορά στην ακρίβεια των δηλώσεων δημόσιων προσώπων, σημαντικών θεσμών και άλλων ευρέως διαδεδομένων φορέων που επηρεάζουν άμεσα την κοινωνία" (Mena 2019).

Στη βιβλιογραφία, ο έλεγχος των γεγονότων θεωρείται ως μια ξεχωριστή και συμπληρωματική διαδικασία της δημοσιογραφικής διαδικασίας ή της διαδικασίας αναφοράς. Οι ελεγκτές γεγονότων διερευνούν ένα θέμα ή ακόμη και μια μεμονωμένη δήλωση, προσπαθώντας να εξηγήσουν πώς, για παράδειγμα, ένας πολιτικός υπερασπίζεται τους ισχυρισμούς του και κατά πόσον οι ισχυρισμοί αυτοί υποστηρίζονται ορθολογικά (Mena, 2019). Οι Graves και Cherubini (2016) υποστηρίζουν ότι ο σκοπός των εργαλείων ελέγχου των γεγονότων είναι η προώθηση της αλήθειας στον δημόσιο διάλογο. Από την άλλη πλευρά, ως μια μορφή δημοσιογραφικής λογοδοσίας, ο αποκλειστικός έλεγχος γεγονότων θεωρείται ότι δεσμεύεται να αποκαλύπτει λάθη ή ψευδή γεγονότα ανεξάρτητα από την πηγή τους (Amazeen, 2015). Σύμφωνα με τους ακαδημαϊκούς, ο στόχος των ελεγκτών δεδομένων είναι να συλλέγουν δημόσιους ισχυρισμούς σχετικά με γεγονότα προκειμένου να ανακαλύψουν στοιχεία που επιβεβαιώνουν ή αντικρούουν αυτούς τους ισχυρισμούς και στη συνέχεια να αναφέρουν τα αποτελέσματα των αξιολογήσεών τους (Mena, 2019).

Ως εκ τούτου, σύμφωνα με τον Mena (2019), ο έλεγχος δεδομένων επικεντρώνεται όχι μόνο στην αξιολόγηση πολιτικών ισχυρισμών αλλά και στην ανατροπή ψευδών ειδήσεων που βασίζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στόχος των ελεγκτών γεγονότων είναι να διακρίνουν μεταξύ γεγονότων και προσωπικών απόψεων, καθώς και μεταξύ γεγονότων και ψευδών ειδήσεων. Υπάρχουν πολυάριθμοι οργανισμοί που δηλώνουν ότι επαληθεύουν την ειλικρίνεια των πολιτικών ισχυρισμών στον τομέα του ελέγχου των γεγονότων. Εκτός από τους επίσημους οργανισμούς ελέγχου γεγονότων, όπως το FactCheck.org και το PolitiFact.com, πολλά παραδοσιακά ειδησεογραφικά πρακτορεία (όπως ο "Fact Checker" της Washington Post), κομματικοί κριτικοί των μέσων ενημέρωσης, ακόμη και ολόκληρες πολιτικές εκστρατείες προσφέρουν αυτό το είδος δημοσιογραφίας (Amazeen, 2015). Το Reporter's Lab στο Πανεπιστήμιο Duke έχει καταγράψει 48 ενεργές επιχειρήσεις ελέγχου των γεγονότων σε έξι ηπείρους (Adair, 2014). Οι επιχειρήσεις αυτές βρίσκονται σε μεγάλα έθνη όπως η Αυστραλία και η Ινδία, καθώς και σε μικρότερα έθνη όπως η Αλβανία, η Γεωργία και η Μολδαβία (Adair, 2014).

Οι Uscinski και Butler (2013) παρέχουν την πλησιέστερη προσέγγιση στην έννοια του ελέγχου των γεγονότων, η οποία περιλαμβάνει τη σύγκριση δηλώσεων σχετικά με την πολιτική, τη διοίκηση, την οικονομία, την κοινωνία, την ιστορία κ.λπ. με γεγονότα για να προσδιοριστεί η εγκυρότητα της δήλωσης (Uscinski και Butler 2013 στο: Amazeen, 2015). Είναι επίσης σημαντικό να εξεταστεί ένας εναλλακτικός ορισμός του ελέγχου των γεγονότων που προσφέρεται από το Αμερικανικό Ινστιτούτο Τύπου. Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό, οι οργανισμοί ελέγχου γεγονότων και δεδομένων επιδιώκουν να αυξήσουν τη γνώση μέσω της αξιολόγησης των υποτιθέμενων γεγονότων σε δημοσιευμένες δηλώσεις που γίνονται κυρίως από πολιτικούς ή οποιονδήποτε του οποίου οι πράξεις έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη ζωή του κοινού (Amazeen, 2015).

Οι δημοσιογράφοι και οι καταναλωτές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενδιαφέρονται για τις υπηρεσίες ελέγχου γεγονότων που αναλύουν και αξιολογούν δημόσιους ισχυρισμούς και περιεχόμενο, όπως το FactCheck.org, το Snopes και το StopFake. Ορισμένες από αυτές τις υπηρεσίες (π.χ. FactCheck.org) επιδιώκουν να επικυρώσουν ισχυρισμούς ή δηλώσεις που έχουν σχέση με την πολιτική. Άλλες (όπως η Snopes) ειδικεύονται σε αστικούς θρύλους και διαδικτυακές φήμες. Άλλες εφαρμογές ασχολούνται με εξαιρετικά εξειδικευμένο περιεχόμενο, όπως η StopFake, η οποία προσπαθεί να διαψεύσει τις ψευδείς ειδήσεις σχετικά με τη σύγκρουση στην Ουκρανία (Brandtzaeg, Flstad, & Chararro-Domnguez, 2018).

Τα τελευταία χρόνια, ο διαδικτυακός έλεγχος των γεγονότων έχει αποκτήσει ολοένα και μεγαλύτερη σημασία (Brandtzaeg, Flstad, & ChararroDomnguez, 2018). Ο κοινωνικά κατασκευασμένος τρόμος και ο διάλογος γύρω από τις ψευδείς ειδήσεις κατά τη διάρκεια των προεδρικών εκλογών στις ΗΠΑ το 2016 (Silverman et al., 2016) και των διαφόρων ευρωπαϊκών εκλογών (Nardelli & Silverman, 2016) έχουν αυξήσει το ενδιαφέρον για τον έλεγχο των γεγονότων. Η Google ανακοίνωσε πρόσφατα την εφαρμογή "fact-checking tag" για το Google News (Brandtzaeg, Flstad, & Chararro-Domnguez, 2018), η οποία προορίζεται για άρθρα από επίσημες υπηρεσίες ελέγχου των γεγονότων, όπως το FactCheck.org. Το Facebook έχει επίσης συνεργαστεί με υπηρεσίες ελέγχου γεγονότων για τον εντοπισμό ψευδών ειδήσεων (Brandtzaeg, Flstad, & Chararro-Domnguez, 2018).

Αυτές οι πρόσφατες εξελίξεις καταδεικνύουν την αυξανόμενη ζήτηση για αυτές τις υπηρεσίες. Πολλοί οργανισμοί ελέγχου των γεγονότων είναι μέλη του Διεθνούς Δικτύου Ελέγχου Γεγονότων (IFCN) του Roynter, δεσμευόμενοι να τηρούν

τον κώδικα αρχών του δικτύου, όπως η αμεροληψία, η διαφάνεια στις πηγές, τη χρηματοδότηση και τη μεθοδολογία, καθώς και η διαφάνεια στις διορθώσεις (Brandtzaeg, Flstad, & Chararro-Domnguez, 2018). Ωστόσο, δεν είναι όλοι οι παρατηρητές γεγονότων αμερόληπτοι. Ο Rogerson (2013) έκανε διάκριση μεταξύ των ελεγκτών γεγονότων που είναι αντικειμενικοί και απολίτικοι και εκείνων που έχουν σαφή πολιτική προκατάληψη. Παραδείγματα των τελευταίων είναι το Factcheck Armenia και το FactChecking Turkey, τα οποία υποτίθεται ότι αμφισβητούν ή διορθώνουν άρθρα δυτικών μέσων ενημέρωσης που επικρίνουν την πραγματικότητα στα εν λόγω έθνη. Σύμφωνα με τον Κώδικα Αρχών του IFCN, οι μη κομματικοί οργανισμοί ελέγχου γεγονότων είναι πιο αξιόπιστοι. Ωστόσο, όπως συζητήθηκε από τον Rogerson (2013), αυτό που θεωρείται γεγονός ή αλήθεια είναι συχνά συνέπεια μιας συγκεκριμένης ερμηνείας. Ως εκ τούτου, είναι δύσκολο για τους ελεγκτές γεγονότων να επιτύχουν τον στόχο της ουδετερότητας ή της αντικειμενικότητας.

Συμπεράσματα

Η αυξανόμενη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης κατά την τρέχουσα περίοδο έχει μεταμορφώσει τον τρόπο διάδοσης των πληροφοριών, όπως φαίνεται από την ανάλυση της παραπληροφόρησης. Βέβαια, παρά το γεγονός ότι προσφέρουν αξιοσημείωτες δυνατότητες και ταχύτερη μεταφορά δεδομένων, η χρήση τους τα τελευταία χρόνια έχει επίσης συνδεθεί με επιζήμιες επιπτώσεις στην πληροφόρηση λόγω της εξάπλωσης των ψευδών ειδήσεων (Karantai et al., 2020).

Συμπερασματικά, η μελέτη μας αποκάλυψε ότι η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε συνδυασμό με τα κατάλληλα τεχνολογικά εργαλεία μπορεί να βοηθήσει στην ταχύτερη και ακριβέστερη διάδοση ψευδών πληροφοριών. Οι προεδρικές εκλογές στις ΗΠΑ το 2016 και το δημοψήφισμα για το Brexit στο Ηνωμένο Βασίλειο, καθώς και τα δύο παραδείγματα που εξετάστηκαν συγκεκριμένα - οι ευρωπαϊκές εκλογές το 2019 και η ρωσική εισβολή στην Ουκρανία το 2022 - το έκαναν αυτό ιδιαίτερα σαφές. Όπως διαπιστώθηκε από την ανάλυση, τα ακροδεξιά κόμματα στις χώρες της ΕΕ, ανεξάρτητες οργανώσεις ή η ίδια η ρωσική κυβέρνηση ήταν όλα υπεύθυνα για τους ψεύτικους λογαριασμούς και τις αναρτήσεις παραπληροφόρησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σε καθεμία από αυτές τις

περιπτώσεις, αν και σε διαφορετικό βαθμό αποτελεσματικότητας. Η παρουσίαση παραδειγμάτων ψευδών πληροφοριών σε κάθε περίπτωση υπονοεί ότι οι αλλαγές στην ΕΕ άνοιξαν το δρόμο για μία με μεγαλύτερη ανθεκτικότητα. Ακόμη και αν υπήρξαν εκατομμύρια ψευδείς αναρτήσεις κατά τη διάρκεια των ευρωπαϊκών εκλογών του 2019 στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ο αντίκτυπός τους δεν ήταν τόσο σημαντικός όσο σε προηγούμενες περιπτώσεις. Το κύριο επιχείρημα του ευρωσκεπτικισμού, ότι η ΕΕ είναι λιγότερο ενωμένη και τελικά βρίσκεται στα πρόθυρα της κατάρρευσης, δεν βρήκε πολύ επιτυχημένη απήχηση στο ευρωπαϊκό κοινό. Αυτό κατέστη δυνατό χάρη στην προηγούμενη δράση της ΕΕ με την ανάπτυξη του σχεδίου δράσης κατά της παραπληροφόρησης (Shattock, 2021).

Οι ψευδείς ειδήσεις υπήρχαν πάντα και εξυπηρετούσαν πρωτίστως πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα, όπως ακριβώς συμβαίνει και σήμερα. Δεν είναι προϊόν της ψηφιακής εποχής. Αυτό που έχει αλλάξει είναι ο τρόπος και ο ρυθμός μετάδοσής τους, με αποτέλεσμα τον καθημερινό κατακλυσμό παραπλανητικών πληροφοριών που αποσκοπούν στην παραπλάνηση του κοινού και ανακυκλώνονται συνεχώς, αφού ο παραλήπτης του μηνύματος λειτουργεί και ως πομπός του στο περιβάλλον του διαδικτύου. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ζωτικής σημασίας για τη μαζική διάδοση ψευδών πληροφοριών. Ακόμη και αν οι ψευδείς ειδήσεις μιμούνται την εμφάνιση νόμιμων ειδήσεων, η γλώσσα και το περιεχόμενό τους είναι διαφορετικά. Ωστόσο, τις περισσότερες φορές η παραπλανητική τους ουσία δεν γίνεται αντιληπτή και καταφέρνουν να πείθουν κυρίως χρησιμοποιώντας προκαταλήψεις που έχουν ήδη διαμορφωθεί (Γιαννόπουλος, 2018).

Οι ψευδείς πληροφορίες οδηγούν στη διάδοση εσφαλμένων αντιλήψεων που επιβαρύνουν το δημοκρατικό σύστημα, τον κοινωνικό ιστό και την υγεία του κοινού. Η καταπολέμησή τους θα πρέπει να αποτελεί ένα από τα κορυφαία μέλημα της σύγχρονης δημοσιογραφίας, διότι συμβάλλουν και στη διάβρωση της αξιοπιστίας του δημοσιογραφικού λόγου. Μια ολοκληρωμένη απάντηση δεν υπάρχει ακόμη, παρά το γεγονός ότι στο παρελθόν έχουν διατυπωθεί διάφορες προσεγγίσεις για την αντιμετώπισή τους και έχουν αρχίσει να καταβάλλονται σχετικές προσπάθειες από κρατικούς και ανεξάρτητους φορείς, καθώς και από εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο Διαδίκτυο. Καθώς έχουν ήδη διατυπωθεί ανησυχίες ότι το φαινόμενο μπορεί να επηρεάσει την ελευθερία του λόγου των δημοσιογράφων, πρέπει να καταβληθούν προσπάθειες για την αντιμετώπισή του. Η πρόσφατη καταστροφή της πανδημίας Covid-19 εξελίχθηκε σε ανάλογη πανδημία παραπληροφόρησης,

αποδεικνύοντας ότι οι ψευδείς ειδήσεις μοιάζουν με Λερναία Ύδρα και χρειάζονται αποτελεσματική και μακροχρόνια θεραπεία. Πρέπει να φανεί αν οι μηχανισμοί ελέγχου των γεγονότων, η εφαρμογή της σύγχρονης τεχνολογίας και η εκπαίδευση των πολιτών στην παιδεία των μέσων ενημέρωσης, υποστηριζόμενοι από ένα διεθνές ρυθμιστικό πλαίσιο, αποτελούν βιώσιμες απαντήσεις (Γιαννόπουλος, 2018).

Βιβλιογραφία

- Adair, B & Stencel, M. (2016). How we identify fact-checkers. *Duke Reporter's Lab*. Ανακτήθηκε από: <http://reporterslab.org/how-we-identify-fact-checkers/>
- Alia, Val. (2004). *Media ethics and social change*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Allan, S. (2006). *Online News*. London: Open University Press.
- Allcott, H., Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election., *Journal of economic perspectives*, vol. 31, 2, σ. 211-36, διαθέσιμο σε <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>
- Allcott, H., Gentzow, M. & Yu C. (2019) Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research and Politics*, 6(2). Doi: 10.1177/2053168019848554
- Amazeen, M. A. (2020). Journalistic interventions: The structural factors affecting the global emergence of fact-checking. *Journalism*, 21 (1), 95-111. DOI: 10.1177/1464884917730217
- Amazeen, M., A. (2015). Revisiting the Epistemology of Fact-Checking, *Critical Review*, 27 (1), 1-22. DOI:10.1080/08913811.2014.993890
- Bakir, V. & McStay, A. (2018). Fake news and the economy of emotions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175. Doi: 10.1080/21670811.2017.1345645
- Barclay, D. A. (2018). *Fake news, propaganda, and plain old lies. How to find trustworthy information in the digital age*. Blue Ridge Summit: Rowman & Littlefield Publ.
- Barry, D., Barstow, D., Glater, J. D., Liptak A. & JSteinberg, J. (2003, May 11). CORRECTING THE RECORD; Times Reporter Who Resigned Leaves Long Trail of Deception, *New York Times*.
- Brandtzaeg, P. B., Følstad, A. & Chaparro- Domínguez, M. A. (2018). How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services, *Journalism Practice*, 12 (9), 1109-1129. DOI: 10.1080/17512786.2017.1
- Cadwalladr, C. (2018, March 18). I made Steve Bannon's psychological warfare tool': meet the data war whistleblower. *The Guardian*.

- Campbell, W. (2001). *Yellow journalism: Puncturing the myths, defining the legacies*. Westport, CT: Praeger.
- Carrieri, V., Madio L. & Principe F. (2019) Vaccine hesitancy and (fake) news: Quasi-experimental evidence from Italy. *Health Economics*, 28 (11), 1377-1382.
- Cerdas Delgado, R. (2022), Pizzagate Case: The dangers of fake news in society, *Delfino*, 19 Μαρτίου, διαθέσιμο σε <https://delfino.cr/2022/03/the-dangers-of-fake-news-in-society-the-pizzagate-case>
- Chomsky, N. (1997). *Media control: The spectacular achievements of propaganda*. New York: Seven Stories Press.
- Christians, C. G. (2005). Ethical theory in communications research. *Journalism Studies*, 6(1), 3- 14
- Christians, C. G., & Lambeth, E. B. (1996). The status of ethics instruction in communication departments. *Communication Education*, 45(3), 236-243.
- De Mooij, M. (2014). Mass media, journalism, society, and culture. In *M. de Mooij (Ed.), Human and mediated communication around the world*, 309–353
- Edosomwan, S., Prakasan, S. K., Kouame, D., Watson & Seymour T. (2011). The history of social media and it' s impact on business. *The journal of applied management and entrepreneurship*, 16(3), 79-91.
- Eid, M. (2014). Ethics, media, and reasoning: Systems and applications. In *Evolving issues surrounding technoethics and society in the digital age*, 188-192
- Ess, C. (2013). Digital media ethics. Polity; Consalvo, M., & Ess, C. (Eds.). (2011). *The handbook of internet studies* (Vol. 14). London: John Wiley & Sons.
- Field, M. & Wright, M. (2018, October 17). Russian trolls sent thousands of pro-Leave messages on day of Brexit referendum, Twitter data reveals. *The Telegraph*.
- Flynn, D. J., Nyhan, B. & Reifler, J. (2017). The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs About Politics. *Political Psychology*, 38(1), 127- 150. Doi: 10.1111/pops.12394
- Fourie, P.J. (2007). Moral philosophy as a threat to freedom of expression: From Christian Nationalism to ubuntuism as a normative framework for media regulation and practice in South Africa. *Communications - European Journal of Communication Research*, 32, 1-29.
- Graves, L. & Cherubini, F. (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe: Digital News Project*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Hanson, G. (2002). Learning journalism ethics: The classroom versus the real world. *Journal of Mass Media Ethics*, 17(3), 235-247
- Harrison, R. (2021), Tackling Disinformation in Times of Crisis: The European Commission's Response to the Covid-19 Infodemic and the feasibility of a consumer-centric

- solution, *Utrecht Law Review*, vol. 17, Issue 3, σ. 18-33, διαθέσιμο σε <https://www.utrechtlawreview.org/articles/10.36633/ulr.675/>
- Hendricks, V. F. & Hansen, P. G., (2016). *Infostorms*. Switzerland: Springer International Publishing
- Ireton, C. (2018). Truth, trust and journalism: why it matters. In C. Ireton & J. Posetti (Eds.), *Journalism, Fake News and Disinformation*. France:UNESCO
- Islam, Sh., Peters, B. and White, Aid. (2007). *Ethical journalism initiative: Quality Media for diversity and pluralism*. Available at: [http://www.ifj.org/fileadmin/images/Website_pics/Ethical Journalism Initiative 2007.pdf](http://www.ifj.org/fileadmin/images/Website_pics/Ethical_Journalism_Initiative_2007.pdf)
- Jasra M., (2010, November 24) The history of social media [Infographic]. *Web analytics world*.
- Johnston A. & Miller, L. (2019, March 25). The Mueller investigation explained. *Frontline*.
- Kapantai, E., Christopoulou, A., Berberidis, Ch., Peristeras, V. (2020), A systematic literature review on disinformation: Toward a unified taxonomical framework, *new media & society*, σ. 1- 26, διαθέσιμο σε <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1461444820959296>
- Khaldarova, I., & Pantti, M. (2016). Fake news: The narrative battle over the Ukrainian conflict. *Journalism Practice*, 10(7), 891-901. Doi: 10.1080/17512786.2016.1163237
- Kovach, B. and Rosenstil, T. (2007). *The elements of journalism*. New York.
- Lazer, D. M. J, Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A. Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J. & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094 - 1096. Doi: 10.1126/science.aao2998
- Lazer, D., Baum, M., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., Hobbs, W. & Mattsson, C. (2017) *Combating Fake News*. Ανακτήθηκε από <https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2017/05/Combating-Fake-News-Agenda-for-Research-1.pdf>
- Lee, B., & Padgett, G. (2000). Evaluating the effectiveness of a mass media ethics course. *Journalism & Mass Communication Educator*, 55(2), 27-39.
- Leslie, L. Z. (2000). Mass communication ethics: Decision making in postmodern culture. *Houghton Mifflin College Division*, 16.
- Lilleker, D. G. (2006). *Key concepts in political communication*. London: Sage Publications.
- MacBride, S. (2004). *Many voices, one world: Towards a new, more just, and more efficient world information and communication order*. Rowman & Littlefield.
- Martinez, M. (2018, November 18). Burned to death because of a rumour on WhatsApp. *BBC News*. Ανακτήθηκε από <https://www.bbc.com/news/world-latin-america46145986>
- Marwick, A. E. (2018). Why do people share fake news? A sociotechnical model of media effects. *Georgetown Law Technology Review*. 2(2), 474-512. Ανακτήθηκε

- από <https://georgetownlawtechreview.org/why-do-people-share-fake-news-a-sociotechnicalmodel-of-media-effects/GLTR-07-2018/>
- McDougall, J. (2019). *Fake News vs Media Studies: Travels in a False Binary*. London: Palgrave Macmillan.
- McNair, B. (2017). *Fake news: Falsehood, fabrication and fantasy in journalism*. New York: Routledge.
- Meese, J., Hurcombe, E. (2020), 'Regulating misinformation: policy brief.', RMIT University, Melbourne, διαθέσιμο σε https://eprints.qut.edu.au/209083/1/Regulating_misinfo_Meese_Hurcombe.pdf
- Mena, P. (2019). Principles and Boundaries of Fact-checking: Journalists' Perceptions. *Journalism Practice*, 13 (6), 657-672. DOI: 10.1080/17512786.2018.1547655
- Murdoch, R. (2005, April 13). *Speech to the American Society of Newspaper Editors*. Ανακτήθηκε από <https://www.theguardian.com/media/2005/apr/14/citynews.newmedia>
- Nardelli, A. & Silverman, C. (2016). "Italy's Most Popular Political Party Is Leading Europe in Fake News and Kremlin Propaganda." *BuzzfeedNews*, https://www.buzzfeed.com/albertonardelli/italys-most-popular-political-party-is-leading-europe-in-fak?utm_term=.dhGdYQG7x#.mm3d1axYp
- Pennycook, G., Cannon, T., & David Rand. (2018, 06). Implausibility and illusory truth: Prior exposure increases perceived accuracy of fake news but has no effect on entirely implausible statements. *Journal of Experimental Psychology General*. doi:10.2139/ssrn.2958246
- Pennycook, G., Jonathon, M., Zhang, Y., Lu, J., & Rand, D. (2020, 06 30). Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention. *Psychological Science*, Vol. 31 (7), σσ. 770–780. doi:<https://doi.org/10.1177/0956797620939054>
- Peterson, Th. (1956). The social responsibility theory of the press. In Fred Siebert, Theodore Peterson, and Wilbur Schramm (Eds.), *Four theories of the press* (pp. 73-103). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Posetti, J. & Matthews, A. (2018). A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. *International Center for Journalists*. Ανακτήθηκε από <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module>
- Posetti, J., & Matthews, A. (2018). A short guide to the history of 'fake news' and disinformation. *International Center for Journalists*. Ανάκτηση από <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfjlearning-module>

- Poulakidakos, S., Veneti, A., & Fangonikolopoulos, C. (2018). Post-truth, propaganda and the transformation of the spiral of silence. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 14(3), 367–382. doi: 10.1386/macp.14.3.367_1
- Pullido et al. (2020). Covid-19 Infodemic: More retweets for science based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*, Vol. 35(4), σσ. 377-392. doi:10.1177/0268580920914755journals.sagepub.com/home/iss
- Reis, R. (2000). Teaching Media Ethics in a multicultural setting. *Journal of Mass Media Ethics*, 15(3), 194-205
- Robb A., (2017, November 16). Anatomy of a fake news scandal. *Rolling Stone*
- Roonemaa H. & Spring I. (2018, August 31). This Is How Russian Propaganda Actually Works In The 21st Century. *Buzzfeed News*.
- Rosen, J. (1996). *Getting the connections straight: Public journalism and the troubles in the press*. New York: Twentieth Century Fund Press.
- Salmon, N. (2017, October 8). Donald Trump takes credit for inventing the word ‘fake’. *Independent*.
- Shattock, E., (2021), Self-regulation 2.0? A critical reflection of the European fight against disinformation, *Misinformation Review*, 31 Μαΐου, διαθέσιμο σε <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/self-regulation-20-a-critical-reflection-of-the-european-fight-against-disinformation/>
- Siebert, Fr. (1956). The libertarian theory of the press. In *Fred Siebert, Theodore Peterson, and Wilbur Schramm (Eds.), Four theories of the press* (pp. 39-71). Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Silverman C., Singer-Vine J., (06/12/2016) Most Americans Who See Fake News Believe It, New Survey Says. *Buzzfeed News*. Ανακτήθηκε από <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/fake-news-survey>
- Silverman, C. & Alexander, L. (2016, November 3). How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News, *BuzzFeed News*. Ανακτήθηκε από <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/how-macedonia-became-a-globalhub-for-pro-trump-misinfo>
- Silverman, C. (2014). *The Verification Handbook. Ultimate Guideline on Digital Age Sourcing for Emergency Coverage*. Maastricht: The European Journalism Centre.
- Subramanian, S. (2017, February 17). Inside the Macedonian fake-news complex. *Wired*.
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.
- Veriter, S., (2021), ‘European Democracy and Counter-Disinformation: Toward a new paradigm?’, *Carnegie Europe*, 14 Δεκεμβρίου, διαθέσιμο

σε <https://carnegieeurope.eu/2021/12/14/europeandemocracy-and-counter-disinformation-toward-new-paradigm-pub-85931>

Wang, Y., McKee, M., Torbica, A. & Stuckler, D. (2019). Systematic Literature Review on the Spread of Health-related Misinformation on Social Media. *Social Science and Medicine*, 240. Doi: 10.1016/j.socscimed.2019.112552.

Ward, S.J.A. (2005). *The invention of journalism ethics: The path to objectivity and beyond*. Montreal, Que.: McGill-Queen's University Press.

Wardle, C. & Derakhshan, H. (2018). Thinking about 'information disorder': Formats of misinformation, disinformation, and mal-information. In C. Ireton & J. Posetti (Eds.), *Fake News and Disinformation*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council of Europe Report*, 27.

Wasserman, Her. (2007). Finding the global in the particular: Media ethics and human dignity in the postcolony. *Paper presented to the International Roundtable on Global Media Ethics*, Stellenbosch, South Africa.

Waterson, J. (2020, April 24). Revealed: 'former Vodafone executive' in 5G conspiracy video is UK pastor. *The Guardian*.

Wendling, M. (2018, January 22) The (almost) complete history of 'fake news'. *BBC News*.

World Health Organization Brochure. (2020). World Health Organization. Ανάκτηση από World Health Organization Website: <https://www.who.int/about/what-we-do/who-brochure>

World Health Organization IHR. (2005). World Health Organization. Ανάκτηση από World Health Organization Website: https://www.who.int/healthtopics/international-health-regulations#tab=tab_1

World Health Organization Milestones. (2020). World Health Organization. Ανάκτηση από World Health Organization Website: <https://www.euro.who.int/en/about-us/organization/who-at-70/milestones-for-health-over70-years>

World Health Organization. (2020). Ανάκτηση από Τοποθεσία Web του World Health Organization: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novelcoronavirus-2019/interactive-timeline#!>

Young, R. (2003). *Post-colonialism*. New York: Oxford University Press.

Ανδριανόπουλος, Β. (2019, 17 Απριλίου). *Ta fake news, η δημοκρατία και ο Κούντερα*. *Documento*.

Γιαννόπουλος, Γ. (2018) *Εισαγωγή στη Νομική Πληροφορική: Μία πρώτη προσέγγιση της σχέσης δικαίου & νέων τεχνολογιών*, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη.

Δανηλίδης, Θ. (2018, 21 Μαΐου). Το fake news που έπαιξε ρόλο στην επίθεση που δέχθηκε ο δήμαρχος Θεσσαλονίκης, Γιάννης Μπουτάρης. Ellinika Hoaxes. Ανακτήθηκε από <https://www.ellinikahoaxes.gr/2018/05/21/fake-news-boutaris/>

Δεληγιάννη, Ε.Ι. (2004). *Ηθική των ΜΜΕ*. Αθήνα: Ι. Σιδέρης

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2016). *Κοινή Ανακοίνωση για την αντιμετώπιση υβριδικών απειλών. Βρυξέλλες: Ευρωπαϊκή Επιτροπή*. Ανάκτηση από <https://eurlex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016JC0018&from=EL>

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2017). *Κοινή Έκθεση σχετικά με την εφαρμογή του Κοινού πλαισίου για την αντιμετώπιση των υβριδικών απειλών - Απόκριση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Βρυξέλλες*. Ανάκτηση από <https://eurlex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017JC0030&from=EL>

Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2018). *Αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο: μια Ευρωπαϊκή Προσέγγιση*. Ανακοίνωση, Βρυξέλλες.

Καράκωστας, Ιωάν. (2012). *Το δίκαιο των ΜΜΕ*. Εκδ. ΝΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ: Αθήνα.

Κομνηνού, Μ. (2017). *Πώς και γιατί παραβιάζεται η δεοντολογία στα ΜΜΕ στην Ελλάδα*, 2009-15 [Online] Ανάκτηση από: https://www.huffingtonpost.gr/maria-komninos/-200915_b_9514354.html

Μαντζίκος, Γ. (2017). *Η σχέση δημοσιογραφίας και τρομοκρατίας στον σύγχρονο κόσμο* [Online]. Ανάκτηση από: <https://jaj.gr/media-literacy/i-schesi-dimosiografias-ketromokratias-ston-sigchro-no-kosmo/>

Μαρίνος, Μ.Θ. (2004). *Πνευματική Ιδιοκτησία*, Αθήνα-Κομοτηνή: Αντ. Ν. Σάκκουλας.

Μαρίνος, Γ. (2015). *Δημοσιογραφία και ηθική* [Online]. Ανάκτηση από: <https://www.proeuropa.eu/europe/el/g-marinos-dimosiografia-ke-ithiki/>

Μοσχοβάκου, Ν. και Ντάνη, Σ. (2018). *Διακρίσεις λόγω ταυτότητας φύλου και σεξουαλικού προσανατολισμού: δεδομένα, θεσμικό πλαίσιο και ποιοτική διερεύνηση*. ΚΕΘΙ, Αθήνα.

Νταρζάνου Α. (2018, 15 Μαρτίου) Γιώργος Πλειός: «Οι παραποιημένες ειδήσεις έχουν στόχο την ηγεμονία στον δημόσιο λόγο», *Η Αυγή*.

Παπαθανασόπουλος, Σ. (2011). *Τα μέσα επικοινωνίας στον 21ο αιώνα*. Αθήνα, εκδ. Καστανιώτης.

Πλειός, Γ. & Μινωτάκης, Α. (2018, 7 Ιανουαρίου). Fake News - Ψευδεπίγραφες ειδήσεις. Εξάιρεση ή κανόνας; *Η Αυγή*. Ανακτήθηκε από <http://www.avgi.gr/article/10811/8629358/fake-news-pseudepigraφes-eideseis-exairese-e-kanonas-#>

Πλειός, Γ. (2019, Ιανουάριος-Μάρτιος). Ποιος νοιάζεται για τις ψευδείς ειδήσεις; *Γέρα*. Ανακτήθηκε από <https://sites.google.com/site/giorgospleios/home/demosieuseis/poios-noiazetai-gia-tis-pseudeis-eideseis>

Σωτηρόπουλος, Β. (2018). *Ιδιωτικότητα* [online]. Ανάκτηση από: <https://dimosiografia.com/prosopika-dedomena-dimosiografia/>

Σωτηρόπουλος, Β. (2018β). *Η σύγχρονη προστασία προσωπικών δεδομένων και η νέα αποστολή της δημοσιογραφίας* [Online]. Ανάκτηση από: https://dimosiografia.com/gdpr_media/

Φούρλα, Δ, Μ., (2015, 15 Νοεμβρίου). Δεν φωτίστηκε με τα χρώματα της Γαλλίας η Ακρόπολη -“Μαϊμού” η είδηση. *Η Δημοκρατική*.

Χρονάκη, Δ. (2018). *ΣΔΣ52: Δημοσιογραφική Δεοντολογία και Ηθική* [e-Book]. Σχολή Κοινωνικών Επιστημών, ΠΜΣ Σύγχρονες Δημοσιογραφικές Σπουδές, Πάτρα: ΕΑΠ.