



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ & ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Η ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΔΗΜΟΣΙΑ
ΣΦΑΙΡΑ**

**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ : ΣΑΜΠΑΝΗ ΑΛΚΙΝΤΑ
ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ 5383
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΣΤΑΜΑΤΗΣ ΠΟΥΛΑΚΙΔΑΚΟΣ
ΕΤΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ 2018**

ΚΑΣΤΟΡΙΑ, ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2024

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ABSTRACT	4
1.Εισαγωγή.....	5
1.1 Ιστορική Ανασκόπηση	6
2. Ορισμός Παραπληροφόρησης.....	9
2.1 Ιστορική χρήση fake news	10
2.2 Είδη ψευδών ειδήσεων	10
2.3 Χαρακτηριστικά παραπληροφόρησης.....	11
2.4 Η γρήγορη διάδοση της παραπληροφόρησης στην ψηφιακή εποχή	12
3. Αιτίες παραπληροφόρησης στην δημόσια σφαίρα.....	14
3.1 Αίτια Παραπληροφόρησης	14
3.2 Στάδια δημιουργίας, μετάδοσης και αναπαραγωγής παραπληροφόρησης	15
3.3 Echo Chambers: Εσφαλμένη ενημέρωση	16
4.Συνέπειες παραπληροφόρησης	18
4.1 Επιπτώσεις στην ενημέρωση και την εμπιστοσύνη του κοινού.....	18
4.2 Επιρροή στην κοινωνία και τη δημόσια σφαίρα	19
5. Αντιμετώπιση παραπληροφόρησης στην δημόσια σφαίρα.....	20
5.1Ο ρόλος των Μέσων Ενημέρωσης και των δημοσιογράφων.....	20
5.2 Η εκπαίδευση των δημοσιογράφων και η δεοντολογία	21
5.3 Πολιτικές Ευρωπαϊκής Ένωσης – Νομική Κατοχύρωση	22
Μέθοδοι Αντιμετώπισης	22
1.Κώδικας πρακτικής σχετικά με την παραπληροφόρηση και την αυτορρύθμιση των διαδικτυακών πλατφορμών:.....	22
2. Νέα Πρόταση Κανονισμού για τις Ψηφιακές Αγορές.....	24
3.Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο ψηφιακών Μέσων (European Digital Media Observatory).....	25
5.4 Fact-checking.....	26
5.5 Λάθος ενημέρωση προς τους πολίτες	28
Συμπεράσματα	30
Βιβλιογραφία	32

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παραπληροφόρηση είναι ένα από τα πιο συζητημένα θέματα στη σημερινή εποχή. Με την ανάπτυξη της τεχνολογίας η διάδοση της παραπληροφόρησης γίνεται ακόμα πιο εύκολη και μπορεί να αλλοιωθεί ακόμα πιο εύκολα, επηρεάζοντας έτσι την δημόσια σφαίρα.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία διερευνά τα αίτια, τους τρόπους εκδήλωσης και τις συνέπειες του φαινομένου των παραποιημένων ειδήσεων. Επιπλέον, εξετάζει προτεινόμενες λύσεις για την καταπολέμηση της διάχυσης των παραποιημένων ειδήσεων στην δημόσια σφαίρα, όπως είναι η εκπαίδευση του κοινού σχετικά αλλά και ο σημαντικός ρόλος που έχουν οι δημοσιογράφοι προς την προστασία του κοινού από τις παραποιημένες ειδήσεις.

Στις μέρες μας περισσότερο από κάθε άλλη εποχή το διαδίκτυο ενισχύει την πρόσβαση σε πληθώρα πηγών, ορισμένες από τις οποίες μπορεί να είναι αμφιβόλου εγκυρότητας, εντάσσοντας το χρήστη σε μια λογική ακούσια (έστω) διάχυσης ανακριβούς (μη έγκυρης) πληροφορίας.

Λέξεις-κλειδιά : παραπληροφόρηση, τεχνολογία, δημόσια σφαίρα, πληροφορία, παραποιημένες ειδήσεις

ABSTRACT

Misinformation is one of the most talked about topics in today's age. With the development of technology, the spread of misinformation becomes even easier and can be altered even more easily, thus affecting the public sphere.

This thesis investigates the causes, the ways of manifestation and the consequences of the fake news phenomenon. In addition, it examines proposed solutions to combat the spread of fake news in the public sphere, such as public education and the important role journalists play in protecting the public from fake news.

Nowadays, more than any other era, the internet enhances access to a multitude of sources, some of which may be of dubious validity, including the user in a logic of unintentionally (even) disseminating inaccurate (invalid) information.

Key-words: misinformation, technology, public sphere, information, fake news.

1.Εισαγωγή

Τα fake news είναι ένα είδος κίτρινης δημοσιογραφίας ή προπαγάνδας που αποτελείται από σκόπιμη παραπληροφόρηση που διαδίδεται μέσω των παραδοσιακών έντυπων και ραδιοτηλεοπτικών μέσων ειδήσεων ή μέσω των διαδικτυακών μέσων κοινωνικής δικτύωσης .Η παραπληροφόρηση διαδίδεται κυρίως μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και έχει ως σκοπό την παραπλάνηση του κοινού , να βλάψει έναν οργανισμό , μια οντότητα ή άτομο.

Οι εντυπωσιακοί, ανέντιμοι ή εντελώς κατασκευασμένοι τίτλοι χρησιμοποιούνται συχνά για την αύξηση του αναγνωστικού κοινού, των κοινοποιήσεων στο Διαδίκτυο και τον εσόδων από κλικ στο διαδίκτυο . Στην τελευταία περίπτωση , μοιάζει με διαδικτυακούς τίτλους << clickbait >> και βασίζεται στα διαφημιστικά έσοδα που παράγονται από διαφημιστικές καμπάνιες ανεξαρτήτως της αλήθειας που δημοσιεύεται . (Tufekci ,2018)

Η γρήγορη μεταφορά ψευδών ειδήσεων στην δημόσια σφαίρα βασίζεται κυρίως στην εξέλιξη της τεχνολογίας . Ο άμεσος τρόπος μετάδοσης πληροφορίας έχει βοηθήσει τους χρήστες να μοιράζονται γρήγορα και άμεσα οποιαδήποτε πληροφορία. Αυτό όμως έχει οδηγήσει στην διατύπωση ανακριβών ειδήσεων που στόχο έχουν την παραπληροφόρηση και διαστρέβλωση της κοινής γνώμης.

Υπάρχουν αρκετές επιπτώσεις της παραπληροφόρησης. Αρχικά, δημιουργούν έντονη ταραχή πάνω σε κοινωνικές συζητήσεις στην δημόσια σφαίρα . Επηρεάζει έντονα την κρίση των χρηστών και υπονομεύεται η εμπιστοσύνη του κοινού προς τα μέσα ενημέρωσης κάνοντας τους να αμφιβάλουν πάνω σε αναξιόπιστες πηγες .

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να διερευνηθούν ποια είναι τα αίτια που προκαλούν τις παραποιημένες ειδήσεις , καθώς και τις συνέπειες που επιφέρουν αυτές στους χρήστες που τις διαβάζουν.

Αφού έχουν αναλυθεί αυτά θα οδηγηθούμε σε πιθανούς τρόπους αντιμετώπισης των παραποιημένων ειδήσεων ώστε να προστατευτεί το κοινό από αυτές και να μπορεί να αναγνωρίζει ποτε μια είδηση είναι ψευδής .

Η σωστή εκπαίδευση του κοινού θα βοηθήσει στην κατανόηση αληθινών ειδήσεων. Επιπλέον, ο ρόλος των μέσων ενημέρωσης είναι αρκετά καθαριστικό καθώς θα πρέπει να αναλάβει την ευθύνη για την ακριβή αναφορά των ειδήσεων στους χρήστες και την αποκάλυψη τυχόν διαστρεβλωμένων ειδήσεων.

1.1 Ιστορική Ανασκόπηση

Ανατρέχοντας σε επιγραφές (π.χ. επιγραφές σε πέτρα και πάπυρο) που έχουν διασωθεί ήδη από την αρχαιότητα, είναι σαφές ότι οι ηγεμόνες της εποχής είχαν πλήρη επίγνωση της γνώσης και της εξουσίας τους να κυβερνούν.

Από την αρχαιότητα, οι ηγεμόνες της εποχής γνώριζαν καλά ότι η γνώση και η πληροφόρηση ήταν ισχυρά εργαλεία για την κατάκτηση και τη διατήρηση της εξουσίας. Οι πληροφορίες που δίνονται στις επιγραφές που έχουν διασωθεί, αναφέρονται μόνο σε εκείνους που ασκούσαν εξουσία, συχνά επαινώντας την ηγεσία και τις επιτυχίες τους.

Οι πληροφορίες ελέγχονταν αποκλειστικά από εκείνους που ασκούσαν την εξουσία, επειδή δεν υπήρχαν μέσα για τη συγκέντρωση και την τεκμηρίωση των γεγονότων.

Η εφεύρεση της τυπογραφίας από τον Γουτεμβέργιο το 1450 διευκόλυνε τη διάδοση των πληροφοριών. Ως αποτέλεσμα, οι εγγράμματοι άνθρωποι απέκτησαν την ικανότητα να διαβάζουν και να γράφουν. Μπορούν να γράφουν, να εκτυπώνουν και να διαδίδουν όλα τα είδη πληροφοριών. Συνεπώς, υπήρχαν ευκαιρίες χειραγώγησης των ανθρώπων που δεν ήξεραν να διαβάζουν και να γράφουν.

Οι άνθρωποι που δεν είχαν τα κατάλληλα μέσα για να διακρίνουν την αλήθεια από το ψέμα είχαν την ευκαιρία να χειραγωγήσουν εκείνους που δεν είχαν τα κατάλληλα μέσα για να διακρίνουν μεταξύ αλήθειας και ψεύδους. Ως εκ τούτου, οι ηγέτες της εποχής προσπαθούσαν πάντα να συνεργάζονται με ταλαντούχους συγγραφείς προκειμένου να ελέγχουν τη διάδοση των πληροφοριών.

Στη Γαλλία, η παραπληροφόρηση διαδόθηκε κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης ιστορικής περιόδου, έγινε γνωστή ως "canard". Ο όρος "canard" χρησιμοποιήθηκε στη Γαλλία τον 17ο αιώνα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η διάδοση της ιστορίας ότι ένα "τέρας" που συνελήφθη στη Χιλή επρόκειτο να μεταφερθεί στη Γαλλία.

Η ιστορία δημοσιεύθηκε σε φυλλάδιο ,το οποίο περιείχε ακόμη και μια εικόνα του υποτιθέμενου τέρατος.

Κατά τη διάρκεια της Γαλλικής Επανάστασης, ο πίνακας τροποποιήθηκε και απεικονίστηκε το πρόσωπο της Μαρίας-Αντουανέτας.

Το πρόσωπο της Μαρίας Αντουανέτας ζωγραφίστηκε πάνω του. Ο σκοπός ήταν, φυσικά, να δυσφημιστεί η βασίλισσα. Η διάδοση της παραπληροφόρησης για πολιτικούς λόγους αναφέρθηκε από τον Τζόναθαν Σούιφτ το 1710. Την ανέφερε στο δοκίμιό του *The Art of Political Lying* (Η τέχνη του πολιτικού ψεύδους) του 1710. Σημείωσε ότι. "Τα ψέματα διαδίδονται γρήγορα, αλλά η αλήθεια διαδίδεται αργά

(Burkhardt, J. M. (2017) .Επομένως, όταν η αλήθεια τελικά αποκαλύπτεται, το ψέμα έχει ήδη φτάσει στο τέλος του και είναι πολύ αργά ".Τέλος, ο Αμερικανός συγγραφέας Edgar Allan Poe συνεισέφερε επίσης σε μια εφημερίδα με την ονομασία *Truth* το 1844. Το άρθρο ανέφερε ότι διέσχισε τον Ατλαντικό Ωκεανό με αερόστατο σε τρεις ημέρες. Ο Πόε έδινε μεγάλη προσοχή στις επιστημονικές λεπτομέρειες. Ως αποτέλεσμα, πολλοί άνθρωποι πίστεψαν την ιστορία του. Αργότερα, κατά τη διάρκεια της έκρηξης των μέσων ενημέρωσης, άρχισαν να διαδίδονται οι ειδήσεις, και συνεπώς οι ψευδείς πληροφορίες.

Με τη σειρά της, η διάδοση της παραπληροφόρησης έγινε πολύ εύκολη και γρήγορη. Ένας ραδιοφωνικός παραγωγός που περιέγραψε το βιβλίο του Orson Welles *Ο πόλεμος των κόσμων* κατά τη διάρκεια μιας ραδιοφωνικής εκπομπής έδωσε στους ακροατές που δεν είχαν ακούσει την αρχή της εκπομπής την εντύπωση ότι όντως εξωγήινοι εισέβαλαν στις ΗΠΑ, αυτό προκάλεσε δημόσια αναστάτωση.

Η εφημερίδα *Chicago Daily Tribune* δημοσίευσε με τον τίτλο "Ο Dewey νίκησε τον Truman" στο εξώφυλλό της. Η εφημερίδα αποσύρθηκε, φυσικά, και την επόμενη ημέρα επανεκδόθηκε με την ορθή είδηση. Επίσης οι "New York Times" δημοσίευσαν ένα άρθρο με τίτλο "Όπλα μαζικής καταστροφής στο Ιράκ". Το άρθρο της δημοσιογράφου Τζούντιθ Μίλερ, το οποίο περιείχε ψευδείς πληροφορίες για την ύπαρξη αυτών των όπλων, προκάλεσε την εισβολή των ΗΠΑ στο Ιράκ (*International Center for Journalists* (2018).Οι παραπάνω εκτιμήσεις δείχνουν ότι η παραπληροφόρηση υπήρχε ανέκαθεν ως κοινωνικό και επικοινωνιακό φαινόμενο. Ωστόσο, η εγκαθίδρυση και η εξάπλωση της "κοινωνίας της πληροφορίας" μέσω της ανάπτυξης των τεχνολογιών της πληροφορίας και της επικοινωνίας άλλαξε δραματικά το "σκηνικό". Η κοινωνία της πληροφορίας δεν αφορά απλώς την περιήγηση στο "διαδίκτυο" και στις ιστοσελίδες, αλλά τη διευκόλυνση της συμμετοχής όλων των

πολιτών σε αυτόν τον "γενναίο νέο κόσμο" με ίσους όρους, ανεξάρτητα από την οικονομική τους δύναμη ή τις γεωγραφικές τους συνθήκες. Ως αποτέλεσμα, ο καθένας έχει την ευκαιρία να γίνει παραγωγός πληροφοριών και να τις διαδώσει σε ένα παγκόσμιο ακροατήριο. Αυτή η δομική ιδιαιτερότητα του διαδικτύου διευκολύνει και ενθαρρύνει σε μεγάλο βαθμό τη διάδοση της παραπληροφόρησης (Γιαννόπουλος, Γ. (2018).

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν επίσης σημαντικό ρόλο σε αυτό, με κύριο χαρακτηριστικό τους τον συνοπτικό και περιεκτικό τρόπο με τον οποίο επικοινωνούν και έτσι διαδίδουν πληροφορίες. Εάν αυτή η συνοπτική μέθοδος διάδοσης πληροφοριών χρησιμοποιείται ορθολογικά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αποτελέσουν αξιόπιστο μέσο παροχής πληροφοριών (Newman, H. (2021). Από την άλλη πλευρά, αυτή η συντομία εγκυμονεί κινδύνους που σχετίζονται με ασαφείς ή διαστρεβλωμένες αναπαραστάσεις πληροφοριών, οι οποίες μπορούν να αξιοποιηθούν από εκείνους που έχουν ως στόχο την παραπληροφόρηση. Είναι επομένως σαφές ότι είναι πιο επείγον από ποτέ να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα της παραπληροφόρησης.

2. Ορισμός Παραπληροφόρησης

Ένα σημαντικό αρχικό βήμα για την κατανόηση σε τι αναφέρεται η παραπληροφόρηση θα ήταν να κατανοήσουμε τον ίδιο τον ορισμό της παραπληροφόρησης. Μπορεί να είναι δύσκολο να εξηγηθεί ακριβώς τι είναι η παραπληροφόρηση, καθώς ακόμη και οι ειδικοί μερικές φορές διαφωνούν σχετικά με τον σαφή ορισμό της. Πολλές φορές, οι άνθρωποι μπερδεύουν την παραπληροφόρηση με ψευδείς ειδήσεις ή άλλους παρόμοιους όρους που αφορούν πληροφορίες που είναι ψευδείς ή κατασκευασμένες.

Ο όρος «παραπληροφόρηση» μπορεί να οριστεί με διάφορους τρόπους λόγω του πλήθους των εννοιών που συνδέονται με αυτόν. Για να κατανοήσουμε την ουσία της παραπληροφόρησης, πρέπει να έχουμε σαφή κατανόηση της έννοιας της πληροφορίας. Οι πληροφορίες μπορούν να θεωρηθούν ως στρώματα που σχηματίζουν μια αντίληψη της πραγματικότητας. Μερικοί πιστεύουν ότι για να θεωρηθεί κάτι ως πληροφορία, πρέπει να είναι αληθινό. Επομένως, η παραπληροφόρηση, η σκόπιμη παραπληροφόρηση και οι ψευδείς ειδήσεις δεν θεωρούνται στην πραγματικότητα πληροφορίες. Άλλοι πιστεύουν επίσης ότι οι ψευδείς πληροφορίες δεν είναι αληθινές γιατί δεν έχουν καμία σχέση με την ευφυΐα, την εκπαίδευση και τη γνώση.

Ο Don Fallis εξηγεί ότι η παραπληροφόρηση είναι μια πληροφορία που μπορεί να είναι ή να μην είναι αληθινή, αλλά θεωρείται σημαντική. Ο Πλειός συμφωνεί, λέγοντας ότι για να κατονομαστεί μια πληροφορία ψευδείς πρέπει να παρουσιάζεται ως μήνυμα. Βασικά, όταν οι πληροφορίες κοινοποιούνται χωρίς έλεγχο από εμπειρογνώμονες, μπορούν να θεωρηθούν έγκυρες ακόμα κι αν δεν είναι. Ωστόσο, διαφορετικές θεωρίες έχουν διαφορετικές απόψεις για το τι είναι παραπληροφόρηση. Μια πιθανή έννοια της παραπληροφόρησης, είναι όταν οι άνθρωποι πιστεύουν κάτι που είναι αναληθές. Μια άλλη άποψη είναι ότι όταν οι άνθρωποι έχουν ισχυρές πεποιθήσεις που βασίζονται σε ανακριβείς πληροφορίες, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τη διαφορά μεταξύ παραπληροφόρησης και παρεξήγησης της αλήθειας. Παρόλο που μπορεί να σχετίζονται με ορισμένες καταστάσεις. (Don Fallis ,2019)

2.1 Ιστορική χρήση fake news

Το ζήτημα της διάδοσης ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί αναμφίβολα ένα κοινωνικοπολιτικό πρόβλημα σήμερα: στις προεδρικές εκλογές του 2016 στις ΗΠΑ και στο δημοψήφισμα "Brexit" στο Ηνωμένο Βασίλειο έγιναν σαφείς οργανωμένες προσπάθειες μαζικής χειραγώγησης των πολιτών. Μάλιστα, στις ΗΠΑ χρησιμοποιήθηκαν ακόμη και προσωπικά δεδομένα από το Facebook κατά την προεκλογική περίοδο (σκάνδαλο Cambridge Analytica). (Νέα,2023)

Στόχος της κλοπής των δεδομένων ήταν η πιο στοχευμένη διάδοση ψευδών ειδήσεων, δηλαδή η μετάδοση συγκεκριμένων τύπων μηνυμάτων με βάση τα ψυχολογικά προφίλ των πολιτών που κατασκευάστηκαν από τα προσωπικά τους δεδομένα, τα οποία θα τους καθιστούσαν πιο επιρρεπείς στις ψευδείς ειδήσεις. Ταυτόχρονα, οι ψευδείς ειδήσεις αξιοποιούνται και διαδίδονται από την επιστημονική κοινότητα, η οποία κινείται στο περιθώριο της ψευδοεπιστήμης και αποσκοπεί στην αυτοπροβολή και την εξυπηρέτηση μιας συγκεκριμένης πολιτικής και οικονομικής ατζέντας. Αυτός ο μηχανισμός έχει οδηγήσει στην άνοδο ακραίων απόψεων, όπως οι αντιεμβολιασμοί και το ότι η γη είναι επίπεδη (flat earthers) (Γκανέτσος ,2022).

2.2 Είδη ψευδών ειδήσεων

Σύμφωνα με τους Wardle, C. & Derakshan(2017) , διαφορετικά είδη ψευδών ειδήσεων παρουσιάζονται σε πολλές μελέτες που έγιναν , χωρίς να γνωρίζουμε επακριβώς πως διαμορφώνονται αυτές οι κατηγορίες .Υπάρχουν δύο κύριοι τύποι ψευδών ειδήσεων , αυτές που είναι εντελώς αναληθείς (false) και αυτές που είναι επιβλαβείς (harmful). Υπάρχουν τρεις υπό ομάδες αυτών των δύο μεγάλων κατηγοριών.

- 1) Οι λανθασμένες ειδήσεις (misinformation) δηλαδή η μετάδοση ανακριβών ή παραπλανητικών πληροφοριών χωρίς πρόθεση εξαπάτησης.
- 2) Παραπληροφόρηση η οποία διαδίδει περιεχόμενο που δημιουργοί του γνωρίζουν ότι είναι ανακριβές και δημοσιεύεται αποκλειστικά για να προωθήσουν τα συμφέροντα τους ή να βλάψουν ανθρώπους ,οργανισμούς ακόμα και χώρες(disinformation).
- 3) Κακόβουλες πληροφορίες (malinformation) που συχνά διαδίδουν ανακριβές περιεχόμενο το οποίο ανήκει στην ιδιωτικό τομέα. Το περιεχόμενο αυτό αναφέρεται συνήθως σε υλικό που προβάλλεται χωρίς την έγκριση του συγγραφέα .

2.3 Χαρακτηριστικά παραπληροφόρησης

Στην έκθεσή τους, οι Wardle και Darakshan αναφέρουν ότι , για την καλύτερη κατανόηση κάθε περίπτωσης παραπληροφόρησης, είναι χρήσιμο να γνωρίζουμε ότι η παραπληροφόρηση βασίζεται σε μια αλυσίδα επικοινωνίας παράγοντας – μήνυμα – δέκτης και ότι η αλυσίδα παραγωγής παραπληροφόρησης έχει τρία στάδια: δημιουργία, παραγωγή και διάχυση. Οι φορείς/παραγωγοί εμπλέκονται και στα τρία στάδια της αλυσίδας παραγωγής παραπληροφόρησης .Πρόκειται για επίσημους κρατικούς φορείς (π.χ. υπηρεσίες πληροφοριών, πολιτικά κόμματα), ιδιωτικούς φορείς (π.χ. ιδιωτικά μέσα ενημέρωσης) και άτυπες ομάδες ατόμων (π.χ. ακτιβιστές, ΜΚΟ). Μπορούν επίσης να χρησιμοποιούν αυτοματοποιημένη τεχνολογία για τη δημιουργία και τη διάδοση μηνυμάτων με εύκολο και φθηνό τρόπο. Τα κίνητρά τους μπορεί να είναι οικονομικά, όπως το κέρδος από την παραπληροφόρηση μέσω της διαφήμισης, κοινωνικά, όπου ο σκοπός της παραπληροφόρησης είναι να συνδεθεί με μια συγκεκριμένη ομάδα ή κοινό, ή πολιτικά, όπως η σπύλωση ενός πολιτικού υποψηφίου κατά τη διάρκεια των εκλογών. Αυτό είναι ενδεικτικό και όχι περιοριστικό, καθώς τα κίνητρα ποικίλλουν από κατάσταση σε κατάσταση. Επιπλέον, οι παράγοντες απευθύνονται σε συγκεκριμένο κοινό. Σε γενικές γραμμές, οι εμπνευστές της παραπληροφόρησης στοχεύουν στην εμπιστοσύνη του κοινού στα

μέσα ενημέρωσης και μειώνουν την αξιοπιστία τους. Ο ρόλος των μηνυμάτων είναι ιδιαίτερα σημαντικός. Ορισμένα μηνύματα είναι σχεδιασμένα για να παραμείνουν ισχυρά μακροπρόθεσμα (π.χ. κατά τη διάρκεια πολέμου), ενώ άλλα είναι σχεδιασμένα για βραχυπρόθεσμο χρονικό διάστημα (π.χ. κατά τη διάρκεια εκλογών) ή για φευγαλέες στιγμές, όπως τα μηνύματα έκτακτης ανάγκης.

Τέλος, κάθε παράγοντας παραπληροφόρησης στοχεύει να επηρεάσει ένα συγκεκριμένο κοινό. Το κοινό αυτό είναι ένα άτομο (π.χ. ένας υποψήφιος, πολιτικός ή γνωστός επιχειρηματίας), οργανισμοί (π.χ. εταιρείες και δημόσιες υπηρεσίες), κοινωνικές ομάδες (π.χ. εθνικότητα και φυλή) ή η κοινωνία στο σύνολό της. (Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017), σ. 22-48

2.4 Η γρήγορη διάδοση της παραπληροφόρησης στην ψηφιακή εποχή

Καθώς ο κόσμος γύρω μας αλλάζει ραγδαία, οδεύοντας αναμφισβήτητα προς την τέταρτη βιομηχανική επανάσταση, αλλάζει και η καθημερινή μας ζωή. Μπορούμε πλέον να χρησιμοποιούμε το διαδίκτυο για τα καθημερινά μας ψώνια, να πληρώνουμε λογαριασμούς, να μεταφέρουμε χρήματα σε άλλους λογαριασμούς και, φυσικά, να ενημερωνόμαστε για τα τελευταία νέα. Αν και οι παραπάνω διαδικασίες μπορεί να φαίνονται αρκετά οικείες, θα πρέπει να έχουμε κατά νου ότι πολλές από αυτές όχι μόνο ήταν άγνωστες στους ανθρώπους πριν από 10-15 χρόνια, αλλά συχνά αντιμετωπίζονταν ως ιδέες βγαλμένες από ταινίες επιστημονικής φαντασίας.

Πράγματι, η εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στη ζωή μας έχει κάνει πολλές πτυχές της καθημερινής ζωής πιο βολικές. Ιδιαίτερα στον τομέα της πληροφόρησης, τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, όπως οι εφημερίδες, δεν αποτελούν πλέον την κύρια προτίμησή μας. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι μέσω του διαδικτύου μπορούμε να έχουμε πρόσβαση σε ειδήσεις, ακόμη και σε ζωντανή μετάδοση, δωρεάν (τις περισσότερες φορές). Παράλληλα, μας δίνεται η δυνατότητα να επιλέξουμε την ώρα της ημέρας που θέλουμε να ενημερωθούμε, με βάση τις ανάγκες και το πρόγραμμά μας. Αυτό αποτελεί συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλα μέσα ενημέρωσης,

όπως η τηλεόραση, η οποία έχει ειδησεογραφικά προγράμματα και δελτία ειδήσεων σε σταθερές ώρες της ημέρας. (Γκανέτσος ,2022).

Ωστόσο, η γρήγορη και εύκολη πρόσβαση στις ειδήσεις οδήγησε σύντομα σε άλλα προβλήματα. Ειδικότερα τα τελευταία χρόνια, η παραπληροφόρηση στις ειδήσεις έγινε όλο και πιο διαδεδομένη. Αξίζει να σημειωθεί ότι η παραπληροφόρηση δεν αποτελεί νέο φαινόμενο στα μέσα ενημέρωσης. Για παράδειγμα, ορισμένες εφημερίδες έχουν υιοθετήσει αυτή την τακτική της προβολής εντυπωσιασθητικών ψευδών ειδήσεων, φυσικά με στόχο τη δημιουργία περισσότερων πωλήσεων. Άλλες φορές, οι ειδήσεις έχουν χρωματιστεί λόγω των δεσμών των μέσων ενημέρωσης με οικονομικά ή πολιτικά συμφέροντα.

Το σημερινό τοπίο στην εποχή του διαδικτύου είναι σχεδόν το ίδιο, αλλά αυτό που έχει αλλάξει είναι τα μέσα ενημέρωσης. Στην πραγματικότητα, το διαδίκτυο είναι ένας θησαυρός παραπληροφόρησης. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι ο καθένας μπορεί εύκολα και γρήγορα να διαδώσει ανακριβείς ή ακόμη και ψεύτικες απόψεις γεμάτες ειδήσεις, είτε ανώνυμα είτε χωρίς το βάρος της ιδιότητας. Ταυτόχρονα, οι τεχνολογικές εξελίξεις στον τομέα της τεχνητής νοημοσύνης καθιστούν τη διάδοση ψευδών ειδήσεων ευκολότερη και πιο επικίνδυνη. Νέοι μηχανισμοί για τη δημιουργία και τη διάδοση ψευδών ειδήσεων δημιουργούνται συνεχώς, καθιστώντας όλο και πιο δύσκολο για τον μέσο χρήστη να εντοπίσει τις ψευδείς ειδήσεις.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τους επιτρέπουν επίσης να αλληλεπιδρούν με τους αναγνώστες τους με νέους τρόπους. Αλλά με όλα αυτά τα πλεονεκτήματα, υπάρχει το πρόβλημα των ψευδών ειδήσεων . Στις μέρες μας πολλοί άνθρωποι όλων των ηλικιών χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να μάθουν διάφορες πληροφορίες . Είναι ένα μέρος του διαδικτύου που βοηθά στην μετάδοση ειδήσεων σε δισεκατομμύρια χρήστες. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν πολλά οφέλη για την μετάδοση ειδήσεων, αλλά μερικές φορές οι άνθρωποι τα χρησιμοποιούν χωρίς σκέψη και μοιράζονται ψεύτικες ειδήσεις. Αυτό συμβαίνει πολύ στην πολιτική, την κοινωνία και την οικονομία. Τα νέα διαδίδονται γρήγορα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε οι χρήστες να γνωρίζουν τι συμβαίνει πολύ γρήγορα και χωρίς κόπο. Γι' αυτό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γίνονται, όλο και πιο δημοφιλείς για την ενημέρωση ειδήσεων. Η τεχνολογία βελτιώνεται πάντα και ηλεκτρικές συσκευές όπως το κινητό , ο υπολογιστής, το τάμπλετ μας βοηθούν με πολλούς τρόπους, ειδικά επιτρέποντας μας να χρησιμοποιούμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οπότε θέλουμε χωρίς να περιμένουμε για να μάθουμε αυτό που θέλουμε. Αλλά μερικές φορές είναι δύσκολο

να γνωρίζουμε εάν οι πληροφορίες που βλέπουμε στο διαδίκτυο είναι αληθινές. Οι ειδικοί επεξεργάζονται τρόπους για να ελέγξουν γρήγορα και με ακρίβεια αν κάτι είναι απλώς είναι φήμη ή αλήθεια.

3. Αιτίες παραπληροφόρησης στην δημόσια σφαίρα

3.1 Αίτια Παραπληροφόρησης

Παραποιημένες ή ψευδείς ειδήσεις υπήρχαν πάντα και θα υπάρχουν. Τα social media είναι σαν μία φλόγα η οποία αναζωπυρώνει το πρόβλημα. Πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να λάβουν τα νέα τους ,έχοντας γίνει μέρος της καθημερινής ρουτίνας όπως ήταν παλιότερα η εφημερίδα στα περίπτερα .

Σε έρευνα των Shrearer και Matsu (2018) για το Pew Research Center, διαπίστωσαν ότι το 68% των ενηλίκων ενημερώνεται για τα νέα του από τα social media κάτι που αποδεικνύει ότι είναι πολύ μεγαλύτερο ποσοστό από αυτό του 49% που καταγράφηκε το 2012 σε παρόμοια έρευνα. Οι ιστότοποι μέσω κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, Twitter, Tik Tok , Instagram και YouTube είναι μέρη όπου οι άνθρωποι μοιράζονται περιεχόμενο και μιλούν μεταξύ τους , αλλά επίσης κατεβάζουν πληροφορίες για το τι συμβαίνει στο κόσμο και παραμένουν συνεχώς ενήμεροι εξαιτίας αυτών των μέσων . Επειδή είναι τόσο εύκολο να μοιράζεται κανείς πράγματα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης , οι άνθρωποι που συνθέτουν ψεύτικες ειδήσεις μπορούν να το χρησιμοποιήσουν με σκοπό να ξεγελάσουν πολλά άτομα προβάλλοντας οποιαδήποτε πληροφορία ως αληθινή .

Είναι δύσκολο να γνωρίζουμε αν κάτι είναι αληθινό ή όχι , και μερικές φορές οι άνθρωποι απλώς μοιράζονται πράγματα χωρίς καν να ελέγχουν αν είναι αληθινά και αυτό είναι που τα κάνει μερικές φορές αναξιόπιστα . Υπήρχαν τόσες πολλές

πληροφορίες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που πραγματικά είναι δύσκολο να ξεχωρίσουμε τι είναι αλήθεια και τι ψεύτικο ,γι αυτό δεν είναι εύκολο να βασίζεται κανείς μόνο σε αυτά. Η συζήτηση για την παραπληροφόρηση - ψευδείς ειδήσεις είναι σημαντική γιατί επηρεάζει πράγματα που είναι πολύ σωματικά για τον άνθρωπο , όπως η υγεία και ο τρόπος που συνδεόμαστε με τους υπόλοιπους. Πολλοί χρήστες προσπαθούν να βρουν τα πάντα μέσα σε μια οθόνη που αυτο μερικες φορες ειναι και επικινδυνο. Πληροφοριες που εχουν να κανουν με σοβαρα ζητηματα οπως την υγεια ωθει πολλες φορες καποιον να διαβασε για αυτα online , το οποιο ειναι λαθος γιατι υπαρχουν ειδικοι για τετοια θεματα που θα επρεπε να συμβουλευονται Psafe (2018).

Οι Moravec, Minas και Denis (2018) ανακάλυψαν ότι όταν προσπαθούν να καταλάβουν εάν είναι μια είδηση αληθινή ή ψεύτικη συχνά αφήνουν τις δικές τους απόψεις να επηρεάσουν την κρίση τους. Αυτό σημαίνει ότι δυσκολεύονται να πουν την διαφορά μεταξύ πραγματικών ειδήσεων και ψεύτικων. Είναι πιο συχνό το άτομο να αντιδρά θετικά όταν βλέπει ειδήσεις που υποστηρίζουν τις δικές τους πεποιθήσεις και είναι πιο πιθανό να της πιστέψουν . Αλλά όταν βλέπουν ειδήσεις που έρχονται σε αντίθεση με τις πεποιθήσεις τους, δεν τους δίνουν και τόσο σημασία. Όταν μια προειδοποίηση ψευδών ειδήσεων εμφανίζεται σε ειδήσεις που υποστηρίζουν τις πεποιθήσεις τους, κάνει τον εγκέφαλο τους να δουλεύει πιο σκληρά και να το θυμούνται καλύτερα. Ωστόσο, αυτή η προειδοποίηση δεν επηρεάζει πραγματικά εάν πιστεύουν ότι η είδηση είναι αληθινή ή όχι. Από την άλλη πλευρά, όταν ειδήσεις επισημαίνονται ως ψευδείς, δεν αλλάζουν αυτά που πιστεύουν οι άνθρωποι. Μόνο ένας μικρός αριθμός ατόμων καταφέρνει να εντοπίσει τις ψεύτικες ειδήσεις και ελάχιστοι από αυτούς μπορούν να εντοπίσουν συνεχόμενα πολλές ψεύτικες ειδήσεις μαζί (Lee et al., 2017).

3.2 Στάδια δημιουργίας, μετάδοσης και αναπαραγωγής παραπληροφόρησης

Είναι σημαντικό να μελετήσουμε πώς παράγονται και διαδίδονται οι ψεύτικες ειδήσεις ξεχωριστά, ώστε να καταλάβουμε γιατί συμβαίνουν. Οι άνθρωποι φτιάχνουν ψέματα και διαδίδουν ψευδείς πληροφορίες όλο και περισσότερο, κάτι που είναι

μεγάλο πρόβλημα. Είναι σημαντικό να καταλάβουμε γιατί το κάνουν αυτό, ώστε να μπορούμε να το σταματήσουμε (Vardle and Hossein, 2017 σελ26, Warwick & Lewis ,2017 σελ27). Η δημιουργία ψευδών ειδήσεων είναι πάντα σκόπιμη, αλλά η κοινοποίησή τους μπορεί να μην είναι. Μερικές φορές οι ειδήσεις στο διαδίκτυο αλλάζουν από διαφορετικά άτομα ή οργανισμούς για διαφορετικούς λόγους. Αυτό μπορεί να επηρεάσει τον λόγο που δημιουργήθηκαν οι ειδήσεις εξαρχής. Για παράδειγμα, μια κυβέρνηση μπορεί να δημιουργήσει ψευδείς ειδήσεις για προπαγάνδα, αλλά οι άνθρωποι που γράφουν τις ειδήσεις μπορεί να έχουν διαφορετικούς λόγους. (Wardle & Derakshan, 2018). Τα άτομα που βλέπουν ψεύτικες ειδήσεις στο διαδίκτυο μπορούν επίσης να παίξουν ρόλο στη διάδοσή τους, ακόμα κι αν δεν το θέλουν. Μπορεί να το μοιραστούν επειδή το πιστεύουν, όχι επειδή θέλουν να ξεγελάσουν τους άλλους. Οι άνθρωποι που μοιράζονται ψεύτικες ειδήσεις συχνά το κάνουν για να συνδεθούν με άλλους που σκέφτονται με τον ίδιο τρόπο. (Marwick, 2018).

Οι Tandoc, Lim και Ling (2018) λένε ότι οι ψεύτικες ειδήσεις διαδίδονται επειδή οι άνθρωποι πιστεύουν ότι είναι αληθινές. Ακόμα κι αν κάποιος γνωρίζει ότι είναι ψεύτικο, μπορεί να το μοιραστούν για να έρθουν σε αντιπαράθεση με άλλους. Εξαιτίας αυτού μπορεί να προκληθούν έντονες εντάσεις μεταξύ ατόμων. Σύμφωνα με τον McDougall, οι άνθρωποι μοιράζονται ψεύτικες ειδήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης όχι για να ενημερώσουν τους άλλους, αλλά για να εκφράσουν τις απόψεις τους και να συνδεθούν με άτομα που έχουν παρόμοιες ιδέες .

3.3 Echo Chambers: Εσφαλμένη ενημέρωση

Ένα άλλο κοινωνικό και δημοκρατικό πρόβλημα με τις ψευδείς ειδήσεις είναι ότι δεν διορθώνονται, αφήνοντας τους πολίτες χωρίς την σωστή ενημέρωση. Αυτό συμβαίνει επειδή οι ψευδείς πληροφορίες τροφοδοτούνται σε αυτοενισχυόμενους αλγόριθμους και γνωστικά συστήματα, ή τα γνωστά ως "echo chambers". Ένα echo chamber είναι ένας θάλαμος στον οποίο οι πληροφορίες, οι ιδέες και οι πεποιθήσεις ενισχύονται με την επικοινωνία και την επανάληψη μέσα σε ένα καθορισμένο σύστημα που δεν αντικατοπτρίζει επαρκώς τις ανταγωνιστικές απόψεις (Sunstein 2001). Οι "θάλαμοι ηχούς" που δημιουργούνται από αλγόριθμους εμφανίζονται όταν οι αλγόριθμοι που εφαρμόζονται στο διαδικτυακό περιεχόμενο καθορίζουν επιλεκτικά τις πληροφορίες

που θέλουν να δουν οι χρήστες με βάση τις πληροφορίες που τους αφορούν, τις συνδέσεις τους, το ιστορικό περιήγησης, το ιστορικό αγορών, τις αναρτήσεις και το περιεχόμενο αναζήτησης. Προκύπτει ως αποτέλεσμα, οι χρήστες να αποκόπτονται από την επαφή με ένα ευρύτερο φάσμα πληροφοριών που διαφέρουν από τις δικές τους απόψεις (Pariser 2011). Ένα στενά συνδεδεμένο ψυχολογικό φαινόμενο είναι η "προκατάληψη επιβεβαίωσης", όπου οι άνθρωποι τείνουν να αναζητούν, να ερμηνεύουν, να παρατηρούν, να ανακαλούν και να πιστεύουν πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις υπάρχουσες πεποιθήσεις τους (Wason 1960). Ο El-Sharawy (2017) αντλεί στοιχεία από την έρευνα της εταιρείας του σχετικά με τη συμμετοχή του Facebook στις προεδρικές εκλογές του 2016 στις ΗΠΑ για να δείξει ότι οι δύο αντικρουόμενες "φούσκες φίλτρων" που ανέπτυξε η ομάδα της προεκλογικής εκστρατείας του Τραμπ στο Facebook ήταν η προβολή των ακροδεξιών και των mainstream μέσων ενημέρωσης, την οποία περιγράφει ότι διευκόλυνε. Αυτό υποστηρίζεται από μια ανεξάρτητη ανάλυση των φωτογραφιών του χρονολογίου του Breitbart στο Facebook, οι οποίες συκοφαντούσαν επανειλημμένα τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης ως "ανέντιμα" υπέρ της Κλίντον. Δεν ήταν μόνο το αμερικανικό κοινό που βίωνε τη φούσκα φίλτρου, αλλά και οι δημοσιογράφοι, όπως δήλωσε ο ElSharawy (2017) : "Λίγο πριν από τις προεδρικές εκλογές στις ΗΠΑ, είπαμε ότι οι δεξιοί ιστότοποι βρίσκονταν σε καλό σημείο. Είπαμε στον κόσμο να το προσέχει, αλλά τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης δεν ήταν ενθουσιασμένα με αυτό". Ένας λόγος για την έλλειψη ενδιαφέροντος είναι η φούσκα φίλτρων των mainstream δημοσιογράφων. Για παράδειγμα, οι δημοσιογράφοι προτιμούν το Twitter από το Facebook (Reuters Institute 2016), αλλά λίγο πριν από τις εκλογές του 2016, η EzyInsights διαπίστωσε ότι οι ψευδείς ειδήσεις και οι δεξιοί ιστότοποι είχαν πολύ μικρότερη εμβέλεια στο Twitter από ό,τι στο Facebook, ως εκ τούτου διαπίστωσε ότι είχαν μικρότερη προβολή (El-Sharawy 2017).

4.Συνέπειες παραπληροφόρησης

4.1 Επιπτώσεις στην ενημέρωση και την εμπιστοσύνη του κοινού

Πέρα από ανταλλαγή πληροφοριών ,τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης υπάρχουν σύμφωνα με τον Flew και για την προώθηση ιδεών, την ανταλλαγή ιστοριών και την ανταλλαγή πολιτισμού μέσω της τεχνολογίας και της μαζικής επικοινωνίας. Είναι σημαντικό οι διαθέσιμες πληροφορίες να είναι ακριβείς, ώστε άτομα όπως οι ψηφοφόροι, οι επενδυτές, οι καταναλωτές και τα στελέχη να μπορούν να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις (Wen,2021). Πολλοί άνθρωποι αντιμετωπίζουν ψεύτικες ειδήσεις τακτικά, αλλά δεν αισθάνονται όλοι σίγουροι ότι μπορούν να τις αναγνωρίσουν .Ένα μεγάλο μέρος ατόμων και ειδικότερα μεγαλύτερης ηλικίας βασίζεται στα παραδοσιακά μέσα (ραδιόφωνο, τηλεόραση, εφημερίδα) για να ενημερωθεί και τις θεωρεί πιο έγκυρες σε σχέση με τις πληροφορίες που θα εκλάβει από το διαδίκτυο .

Από τη διαστρέβλωση της αλήθειας έως τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, οι ψευδείς ειδήσεις μπορούν να προκαλέσουν πολιτικές κρίσεις και κοινωνική αναταραχή και να υπονομεύσουν την εμπιστοσύνη του κοινού στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης. Στις μέρες μας, όπου η πρόσβαση στην πληροφορία δεν ήταν ποτέ ευκολότερη, το διαδίκτυο είναι γεμάτο από ιστότοπους και πλατφόρμες που δεν επιμελούνται ή παρακολουθούνται από αξιόπιστα ιδρύματα και εκδότες αυτό έχει ως αποτέλεσμα, ο εντοπισμός της αλήθειας να έχει γίνει πιο περίπλοκος και οι χρήστες πρέπει να είναι πιο προσεκτικοί από ποτέ.

4.2 Επιρροή στην κοινωνία και τη δημόσια σφαίρα

Παρόλο που πολλοί αξιολογοί μελετητές έχουν γράψει για το γιατί οι άνθρωποι πιστεύουν και διαδίδουν ψεύτικες ειδήσεις, πρόσφατα, οι ερευνητές (Flynn et al., 2017; Lewandowsky et al., 2012), άρχισαν να μελετούν γιατί συμβαίνει αυτό από ψυχολογική άποψη. Εξετάζουν πράγματα όπως το πώς το να ανήκεις σε ένα συγκεκριμένο πολιτικό κόμμα ή να έχει έναν συγκεκριμένο τρόπο σκέψης μπορεί να κάνει τους ανθρώπους πιο πιθανό να πιστεύουν ψεύτικες ειδήσεις. Οι παραπλανητικές πληροφορίες στο Διαδίκτυο είχαν μεγάλο αντίκτυπο στην κοινωνία (Volkova & Jang 2018). Μπορεί να επηρεάσει άτομα που ενδιαφέρονται για την πολιτική και θέλουν να μοιραστούν τις ιδέες τους με άλλους (Aggarwal et al., 2012). Σε αντίθεση με τον αποκλεισμό ιστότοπων ή τη σύλληψη ατόμων για ό,τι δημοσιεύουν στο Διαδίκτυο, είναι δύσκολο να σταματήσει τη χειραγώγηση διαδικτυακού περιεχομένου, επειδή περιλαμβάνει πολλά άτομα και bots που διαδίδουν ψευδείς πληροφορίες.

Η χρήση των κοινωνικών μέσων με ορισμένους τρόπους μπορεί να είναι πραγματικά επικίνδυνη για τις κοινωνίες και τις δημοκρατίες. Μπορεί να κάνει την κυβέρνηση να φαίνεται πιο ισχυρή και υπό έλεγχο, ενώ αγνοεί τις ανάγκες και τις απόψεις των ανθρώπων μιας κοινωνίας . Είναι επίσης ανησυχητικό επειδή τα μέσα ενημέρωσης με την επιρροή που έχουν μπορούν να χειριστούν αυτό που βλέπουν οι άνθρωποι στα κοινωνικά μέσα και να περιορίσουν την πρόσβαση σε αξιόπιστες πληροφορίες, γεγονός που μπορεί να κάνει τους ανθρώπους να πιστεύουν σε πράγματα που δεν είναι αληθινά.

5. Αντιμετώπιση παραπληροφόρησης στην δημόσια σφαίρα

5.10 ρόλος των Μέσων Ενημέρωσης και των δημοσιογράφων

Τα Μέσα Ενημέρωσης και οι δημοσιογράφοι οφείλουν να μοιράζονται με το κοινό που τους παρακολουθεί ,πληροφορίες οι οποίες δεν τείνουν να είναι παραποιημένες . Για να διορθώσουμε το πρόβλημα των ψεύτικων ειδήσεων και να αποκαταστήσουμε την εμπιστοσύνη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, πρέπει να ξοδέψουμε χρόνο και πόρους. Ένας τρόπος για να ξεκινήσει είναι να διδαχθεί στους ανθρώπους πώς να διακρίνουν εάν οι ειδήσεις είναι ψεύτικες ή παραπλανητικές. Πρέπει επίσης να διασφαλίσουμε ότι οι πολιτικές διαφημίσεις στο διαδίκτυο είναι εξίσου σαφείς και ειλικρινείς με τις διαφημίσεις σε άλλες πλατφόρμες ενημέρωσης .

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα μέσα ειδήσεων, τα ιστολόγια και άλλες πλατφόρμες χρησιμοποιούν τις πληροφορίες που παρέχονται από τους χρήστες για να αξιολογήσουν πόσο καλά τα καταφέρνουν στην κοινή χρήση καλού περιεχομένου. Εξετάζουν πράγματα όπως η αξιοπιστία για να δουν εάν τα άτομα που δημιουργούν, προωθούν ή μοιράζονται το περιεχόμενο είναι αξιόπιστα. Πρέπει να βεβαιωθούν ότι κάνουν το σωστό εξετάζοντας τον τρόπο με τον οποίο επιλέγουν ποιες ειδήσεις θα εμφανίζουν και σταματώντας τους ψεύτικους λογαριασμούς και τα bots που χρησιμοποιούνται για κακούς σκοπούς (FreedomHouse.org, 2017). Με αυτόν τον τρόπο, οι εταιρείες μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αναλάβουν δράση και να μάθουν πόσο υπεύθυνες είναι για τη διάδοση ψευδών ιστοριών.

Στην καταπολέμηση των ψεύτικων ειδήσεων, η Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί να βοηθήσει ανακαλύπτοντας το κύριο σημείο μιας είδησης, επισημαίνοντας σημαντικές λεπτομέρειες όπως ονόματα και μέρη και βρίσκοντας άλλες εκδοχές της ίδιας ιστορίας από διαφορετικές πηγές. Αυτό βοηθά να ελεγχθεί εάν τα νέα είναι αληθινά

ή όχι και μπορεί ο χρήστης να καταλάβει ποιά πληροφορία είναι αληθινή και ποια όχι

5.2 Η εκπαίδευση των δημοσιογράφων και η δεοντολογία

Πολλοί άνθρωποι στην Ευρώπη πιστεύουν ότι οι ψευδείς ειδήσεις είναι πρόβλημα για τη χώρα τους και για τη δημοκρατία. Στην Ελλάδα, ακόμη περισσότεροι άνθρωποι νιώθουν έτσι. Οι περισσότεροι άνθρωποι πιστεύουν ότι οι δημοσιογράφοι, οι κυβερνητικές αρχές, οι οργανισμοί μέσω ενημέρωσης και οι ίδιοι οι πολίτες θα πρέπει να συνεργαστούν για να σταματήσουν τις ψεύτικες ειδήσεις. Οι δημοσιογραφικές σπουδές μπορούν να βοηθήσουν στην εκπαίδευση νέων δημοσιογράφων για να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις της ψηφιακής εποχής. Είναι σημαντικό για τους δημοσιογράφους να είναι επαγγελματίες και ηθικοί στη δουλειά τους. Η δημοσιογραφία μπορεί να υποστηρίξει τη δημοκρατία παρέχοντας ακριβείς πληροφορίες, αμφισβητώντας αυτούς που βρίσκονται στην εξουσία και δείχνοντας διαφορετικές προοπτικές. Χρειαζόμαστε ανεξάρτητη δημοσιογραφία που να μην επηρεάζεται από χρήματα ή διαφημίσεις. Ορισμένοι ειδησεογραφικοί ιστότοποι αρχίζουν να χρεώνουν τους αναγνώστες για συνδρομές αντί να βασίζονται σε διαφημίσεις. Ωστόσο, πολλοί άνθρωποι δεν είναι πρόθυμοι να πληρώσουν για ειδήσεις στο διαδίκτυο (Digital News Report, 2019). Έτσι, δεν αρκεί να βασιζόμαστε αποκλειστικά στην ανεξάρτητη δημοσιογραφία για την καταπολέμηση των ψεύτικων ειδήσεων. Οι εταιρείες μέσω ενημέρωσης πρέπει επίσης να εργαστούν σκληρότερα για να κερδίσουν την εμπιστοσύνη του κοινού και να βεβαιωθούν ότι τα νέα τους είναι αξιόπιστα (McNair, 2017).

Σύμφωνα με τον Κώδικα Επαγγελματικής Ηθικής και Κοινωνικής Ευθύνης των δημοσιογράφων-μελών της Ε.Σ.Η.Ε.Α. το δικαίωμα να έχουν πρόσβαση σε πληροφορίες και ιδέες, όπως επιβεβαιώνεται στο άρθρο 19 της Οικουμενικής Διακήρυξης των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων περιγράφει την δράση των δημοσιογράφων. Η ευθύνη που έχουν έναντι της κοινής γνώμης είναι μεγαλύτερη από κάθε άλλη ευθύνη, ιδίως έναντι των εργοδοτών τους και των δημόσιων αρχών. Η Οικουμενική Διακήρυξη καθορίζει τους κανόνες που πρέπει να έχουν οι δημοσιογράφοι προκειμένου να έχουν την δυνατότητα να σχολιάζουν διάφορες

ειδήσεις , πληροφορίες και γεγονότα σε μέσα ενημέρωσης όσον αφορά στην δημόσια σφαίρα. Οι δημοσιογράφοι θα πρέπει :

1. να σέβεται το κοινό θέλοντας να ξέρει την αλήθεια
2. να υπερασπίζεται την ελεύθερη γνώμη
3. να είναι ικανός και έτοιμος να καταλάβει τα λάθη του
4. να ενισχύει προς την κοινωνική ανάπτυξη
5. να μην δωροδοκείται
6. να υπηρετήσει την αλήθεια του λαού
7. να είναι επαγγελματικά ακέραιοι

5.3 Πολιτικές Ευρωπαϊκής Ένωσης – Νομική Κατοχύρωση

Μέθοδοι Αντιμετώπισης

Η ΕΕ συνεργάζεται στενά με διαδικτυακές πλατφόρμες για να ενθαρρύνει να προωθούν και να υποβαθμίζουν περιεχόμενο που έχει χαρακτηριστεί ψευδές ή παραπλανητικό. Εργάζεται επίσης για την αφαίρεση παράνομου περιεχομένου και περιεχομένου που μπορεί να προκαλέσει σωματική βλάβη σε χρήστη.

Οι συμβάσεις, οι συνθήκες και οι αμυντικές πολιτικές πρέπει να προσαρμοστούν έχοντας υπόψη τις νέες τεχνολογίες ως πιθανές μελλοντικές πηγές απειλών.

Πρέπει να καθοριστούν και να αναπτυχθούν ισχυροί μηχανισμοί προστασίας για να ενισχυθεί η άμυνα έναντι υβριδικών απειλών . (EuropeanCOM 2018)

1.Κώδικας πρακτικής σχετικά με την παραπληροφόρηση και την αυτορρύθμιση των διαδικτυακών πλατφορμών:

Τον Μάιο του 2018, η Έκθεση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, η Ευρωπαϊκή Κοινωνική και Οικονομική Επιτροπή και η Επιτροπή των Περιφερειών συγκάλεσε σχετικά με την εφαρμογή της ανακοίνωσης «Αντιμετώπιση παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο, μια ευρωπαϊκή Προσέγγιση». Διοργάνωσε ένα φόρουμ για την παραπληροφόρηση. EuropeanCOM(2018) .Η εκδήλωση διοργανώθηκε από την Επιτροπή. Οι στόχοι της ήταν

η στενή παρακολούθηση της συμπεριφοράς των διαδικτυακών πλατφορμών σύμφωνα με τον κώδικα δεοντολογίας για την παραπληροφόρηση. Οι πλατφόρμες, τα μεγάλα κοινωνικά δίκτυα, οι διαφημιζόμενοι, η διαφημιστική βιομηχανία και ο κλάδος της διαφήμισης θα ήταν υπό στενή παρακολούθηση σχετικά με την συμπεριφορά των διαδικτυακών πλατφορμών όσον αφορά τον κώδικα δεοντολογίας αυτορρύθμισης για την αντιμετώπιση της διάδοσης της παραπληροφόρησης. Πρόκειται για μια πρωτοβουλία αυτορρύθμισης των πλατφορμών, των μεγάλων κοινωνικών δικτύων, των διαφημιστών και του διαφημιστικού κλάδου για την αντιμετώπιση της εξάπλωσης της παραπληροφόρησης και των ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο. Ο Κώδικας περιλαμβάνει ένα προοίμιο, μια δήλωση σχετικά με τον σκοπό και 15 δεσμεύσεις (EuropeanCOM(2018)). Αναφέρεται στον σκοπό των δεσμεύσεων, αναλύει το πεδίο εφαρμογής και τον σκοπό των δεσμεύσεων και εξειδικεύει τις δεσμεύσεις.

Οι δεσμεύσεις αναφέρονται στους στόχους της ανακοίνωσης. Οι δεσμεύσεις χωρίζονται στις ακόλουθες πέντε κατηγορίες

Οι πέντε τομείς είναι οι εξής:

1. διαχείριση των διαφημιστικών τοποθετήσεων
2. διαφημιστική πολιτική και διαχείριση βάσει κατηγορίας
3. ακεραιότητα των υπηρεσιών
4. ενίσχυση του ρόλου των καταναλωτών
5. ενίσχυση του ρόλου της ερευνητικής κοινότητας

2. Νέα Πρόταση Κανονισμού για τις Ψηφιακές Αγορές

Στις 15 Δεκεμβρίου 2021, η Επιτροπή πρότεινε τη θέσπιση δέσμης μέτρων που θα περιλαμβάνει νέους εποπτικούς κανόνες για τις ψηφιακές πλατφόρμες. Το νέο πλαίσιο αποτελείται από τον νόμο για τις ψηφιακές υπηρεσίες και τον νόμο για τις ψηφιακές αγορές. Ο νόμος για τις ψηφιακές υπηρεσίες εφαρμόζεται σε όλες τις πλατφόρμες που συνδέουν τους καταναλωτές με αγαθά. Επίσης περιλαμβάνει νέες διαδικασίες για την ταχεία αφαίρεση παράνομου περιεχομένου που αποσκοπεί στο να καταστήσει τη δημοκρατία πιο ανθεκτική. Τα τελευταία χρόνια.

τα δημοκρατικά καθεστάτα αντιμετώπισαν την άνοδο του εξτρεμισμού.

Τα κοινωνικά προβλήματα παγκόσμιας σημασίας περιλαμβάνουν την πόλωση των κοινωνιών και βέβαια, οι θεσμοί σηκώνουν όλο και περισσότερο το βάρος και καλούνται να αντιμετωπίσουν νέες απειλές (Παπανζίκου ,2021).

Η ιδέα ότι η ελευθερία και η έκφραση είναι απαραίτητα δικαιώματα που προσπαθούμε να διαφυλάξουμε μέσω των συνταγμάτων και άλλων νόμων μας, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για εξαπάτηση και χειραγώγηση, γεγονός που μπορεί να υπονομεύσει τη δημοκρατία. Η πανδημία του Covid-19 είναι ένα παράδειγμα που έχει αναδείξει την απειλή αυτή.

Επιπλέον, υπάρχουν μέσα διασφάλισης, αλλά προς το παρόν δεν προσδιορίζονται ή δεν ορίζονται στους όρους χρήσης της εταιρείας και είναι πέραν του ρυθμιστικού πλαισίου. Οι διαδικτυακές πλατφόρμες μπορούν να ασχολούνται με το περιεχόμενο των ραδιοτηλεοπτικών ειδήσεων, αλλά πρέπει επίσης να λειτουργούν ως ελεγκτές πύλης των διαδικτυακών ειδήσεων. Φυσικά, προκύπτει το πρόβλημα ότι δεν υπάγεται στην ίδια δικαιοδοσία με τους ίδιους εθνικούς κανόνες (Παπανζίκου ,2021)

- Επομένως, η Επιτροπή επιδιώκει μέσω προτάσεων να εισαγάγει μια σειρά εναρμονισμένων μέτρων, συμπεριλαμβανομένων κανόνων για την απομάκρυνση των παράνομων αγαθών, όπως υπηρεσιών και περιεχομένου από το διαδίκτυο.
- Διασφαλίσεις για τους χρήστες των οποίων το περιεχόμενο έχει αφαιρεθεί κατά λάθος από την πλατφόρμα.
- Νέες υποχρεώσεις για τις πολύ μεγάλες πλατφόρμες για την πρόληψη της κατάχρησης του συστήματος.

Έχουν εκφραστεί ανησυχίες σχετικά με το αν οι νέοι αυτοί μηχανισμοί θα αποτελέσουν έναν νέο μηχανισμό λογοκρισίας ή αν θα ανακόψουν την ανεξέλεγκτη ταχύτητα διάδοσης του παράνομου υλικού. Οι πλατφόρμες που επηρεάζουν περισσότερο από το 10% του πληθυσμού της ΕΕ (45 εκατομμύρια χρήστες) θεωρούνται συστημικού χαρακτήρα και υπόκεινται σε ένα νέο καθεστώς παρακολούθησης καθώς και σε ειδικές υποχρεώσεις για τη διαχείριση των κινδύνων.

Το νέο πλαίσιο θα περιλαμβάνει μια επιτροπή εθνικών συντονιστών ψηφιακών υπηρεσιών. Θα είναι επίσης δυνατή η επιβολή κυρώσεων κατά των εν λόγω πλατφορμών. Οι κορυφαίες εταιρείες τεχνολογίας θα ελέγχονται ετησίως για το πόσο αποτελεσματικά αποκλείουν περιεχόμενο που θεωρείται παράνομο ή επιβλαβές.

3.Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο ψηφιακών Μέσων (European Digital Media Observatory)

Το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο στοχεύει να γίνει ευρωπαϊκός κόμβος για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο. Είναι ένας ευρωπαϊκός κόμβος για τους ελεγκτές γεγονότων, τους ακαδημαϊκούς και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς.

Ο έλεγχος δεδομένων προτείνεται συχνά ως λύση για τη γεφύρωση της ασυμμετρίας πληροφοριών μεταξύ των καταναλωτών και των παρόχων ειδήσεων. Ο έλεγχος δεδομένων ισχύει μόνο για τον έλεγχο ψευδών ειδήσεων. Δεν αντιμετωπίζει ευρύτερες ανησυχίες σχετικά με την ποιότητα της διαδικτυακής δημοσιογραφίας.

Ο ρόλος του ελεγκτή δεδομένων είναι να επισημαίνει ύποπτο περιεχόμενο και να ελέγχει περιεχόμενο που έχει "επισημανθεί" από τους συντάκτες, σε ορισμένες περιπτώσεις αφαιρώντας το ή διαπιστώνοντας ότι μπορεί να είναι είδος παραπληροφόρησης. Οι Pennycook & Rand (2017) διαπίστωσαν ότι οι προειδοποιήσεις μείωσαν μέτρια την αντιληπτή ακρίβεια των ψευδών

ειδήσεων σε σύγκριση με τη συνθήκη ελέγχου, ενώ υπήρχε επίσης ένα έμμεσο αποτέλεσμα αλήθειας. Οι προειδοποιήσεις οδήγησαν στο να γίνονται αντιληπτά τα μη επισημασμένα άρθρα ως πιο ακριβή σε σχέση με τη συνθήκη ελέγχου. Ο έλεγχος των γεγονότων καθίσταται αναποτελεσματικός όταν επικρατούν η προκατάληψη επιβεβαίωσης και η προκατάληψη επιθυμητότητας.

Άλλα παραδείγματα χρηματοδοτούμενων από την ΕΕ έργων που αντιμετωπίζουν την παραπληροφόρηση είναι το PROVENANCE, το SocialTruth (ένα αποκεντρωμένο οικοσύστημα που παρέχει εύκολη πρόσβαση σε διάφορες υπηρεσίες και υπηρεσίες επαλήθευσης, EUNOMIA (μια λύση ανοικτού κώδικα για την ταυτοποίηση πηγών) και WeVerify (μια συμμετοχική προσέγγιση για την επαλήθευση περιεχομένου).

5.4 Fact-checking

Ο Έλεγχος Των Γεγονότων (fact-checking) είναι μια (διαδικτυακή) δραστηριότητα που επικεντρώνεται στην αξιολόγηση της αξιοπιστίας των πληροφοριών που κυκλοφορούν στη δημόσια σφαίρα (πολιτικές δηλώσεις, ειδήσεις/αναφορές κ.λπ.). Όλες οι διαθέσιμες σχετικές πληροφορίες εξετάζονται εξονυχιστικά (Δεμερτζής, Πουλακιδάκος, Τσέκερης 2022). Οι ελεγκτές γεγονότων προσπαθούν να διερευνήσουν πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές, ώστε οι χρήστες να μπορούν να κρίνουν την αξιοπιστία του διαδικτυακού περιεχομένου. Τα σημερινά μέσα ενημέρωσης επιτρέπουν σε οποιονδήποτε έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο να δημιουργεί και να δημοσιεύει το δικό του περιεχόμενο.

Η διαδικασία ελέγχου των γεγονότων περιλαμβάνει την εύρεση ισχυρισμών που μπορούν να ελεγχθούν, τον έλεγχό τους (προσδιορισμός των καλύτερων πηγών για τον έλεγχο των γεγονότων) και την αξιολόγησή τους (αξιολόγηση

του κατά πόσον τα στοιχεία υποστηρίζουν ή αντικρούουν τους ισχυρισμούς) Μετά την αναταραχή των εκλογών του 2016, το Facebook συνεργάστηκε με διάφορα sites ελέγχου, συνεργάστηκε με το αμερικανικό διεθνές πρακτορείο ειδήσεων Associated Press και τον αμερικανικό ραδιοτηλεοπτικό φορέα ABC για να επισημαίνει τους χρήστες όταν το περιεχόμενο ήταν πιθανό να είναι κατασκευασμένο ή σκόπιμα παραπλανητικό. Οι οργανισμοί αυτοί έχουν πρόσβαση στα δικά τους ταμπλό που δείχνουν περιεχόμενο που έχει θεωρηθεί ψευδής είδηση ή έχει κριθεί αμφισβητήσιμο από τον αλγόριθμο του Facebook. Αποφασίζουν τι θα διαψεύσουν (π.χ. αμφισβητήσιμες ιστορίες που προσελκύουν τη μέγιστη δυνατή προσοχή) και χαρακτηρίζουν την ιστορία ως "αμφισβητούμενη" όταν οι χρήστες του Facebook επιχειρούν να τη μοιραστούν (Mosseri 2016). Ο Eric Carvin (Social Media Editor του Associated Press) ελπίζει ότι, τουλάχιστον, αυτό θα κάνει τους χρήστες να μοιράζονται πιο δύσκολα ιστορίες . Οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί που ασχολούνται με τον έλεγχο των γεγονότων γράφουν επίσης ιστορίες που διαψεύδουν (Bridges et al. 2017). Έχουν επίσης διεξαχθεί πειράματα με αυτοματοποιημένο έλεγχο των γεγονότων. Η αυτοματοποίηση επιταχύνει τη διαδικασία ελέγχου των γεγονότων και διευρύνει τον όγκο και το είδος του κοινού για τις ειδήσεις που ελέγχονται με βάση τα γεγονότα (Adair et al. 2017) καθώς το τυπικό κοινό των θεωριών συνωμοσίας είναι διαφορετικό από εκείνο που καταναλώνει ειδήσεις που ελέγχονται με βάση τα γεγονότα και το κοινό. επέκταση των τύπων είναι σημαντική (Bounegru et al.) για παράδειγμα, το Full Fact, ένας οργανισμός ελέγχου των γεγονότων με έδρα το Ηνωμένο Βασίλειο, κατασκευάζει στατιστικά στοιχεία για να βρει μοτίβα στους ισχυρισμούς, δημιουργώντας έτσι δεδομένα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την εκπαίδευση της μηχανικής μάθησης (Babakar and Moy 2016). Σε ένα άλλο πείραμα που περιγράφει ο Bill Adare (καθηγητής δημοσιογραφίας και δημόσιας πολιτικής Knight, Πανεπιστήμιο Duke), το widget Share the Fact του Duke (που αναπτύχθηκε σε συνεργασία με την Google και την JigSaw) αναγνωρίζει το πρόσωπο που ελέγχεται από τον έλεγχο γεγονότων, τις δηλώσεις του, τα συμπεράσματά του και το όνομα του ελεγκτή γεγονότων και Δημιουργεί οπτικά ένα widget που μπορεί να συμπεριληφθεί στο άρθρο που ελέγχει τα γεγονότα και να κοινοποιηθεί μαζί με αυτό. Αυτό επιτρέπει στη Google να αναγνωρίζει και να επισημαίνει τα άρθρα που ελέγχονται με βάση τα

γεγονότα. Ταυτόχρονα, μπορεί να δημιουργηθεί μια βάση δεδομένων των ελέγχων γεγονότων, δημιουργώντας μια δομή που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για μηχανές φωνητικής αναζήτησης όπως η Amazon Echo (Adair et al.) Αν και ένα πολλά υποσχόμενο εργαλείο, ο έλεγχος γεγονότων έχει τα προβλήματά του. Σύμφωνα με τον Αλέξιο Μάντζαρη (Διευθυντής, International Fact-Checking Network/Poynter Institute), από τους περίπου 120 οργανισμούς ελέγχου γεγονότων παγκοσμίως, οι περισσότεροι είναι φιλανθρωπικοί και γενικά λειτουργούν με λιγότερα από 100.000 δολάρια ετησίως. Ο αυτόματος έλεγχος των γεγονότων αντιμετωπίζει μια σειρά από εμπόδια. Ο Μάντζαρης επισημαίνει ότι οι ισχυρισμοί μπορεί να είναι πολύ λεπτοί και δύσκολο να αξιολογηθούν από τις μηχανές. Ο Mevan Babakar (Digital Product Manager, Full Facts) σημειώνει ότι η ποιότητα των ανοικτών δεδομένων είναι προβληματική. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα στατιστικά στοιχεία αλλάζουν με την πάροδο του χρόνου και από χώρα σε χώρα λόγω πολιτικών παραγόντων και παραγόντων στατιστικής αναφοράς. Ο αυτοματοποιημένος έλεγχος γεγονότων αντιμετωπίζει επίσης το πρόβλημα των προκατειλημμένων ανθρώπινων προγραμματιστών που εκπαιδεύουν τις μηχανές (Adair et al.)

5.5 Λάθος ενημέρωση προς τους πολίτες

Ενώ είναι σαφές ότι οι ψευδείς ειδήσεις καθιστούν τους πολίτες λιγότερο ενημερωμένους, αξίζει να αναφέρουμε τα εξής, δεδομένου ότι οι καλά ενημερωμένοι πολίτες είναι ζωτικής σημασίας για τη δημοκρατία. Ένα παράδειγμα είναι οι αμερικανικές προεδρικές εκλογές του 2016. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια των τριών τελευταίων μηνών της προεκλογικής εκστρατείας, το άρθρο που προκάλεσε το μεγαλύτερο ενδιαφέρον ήταν "Ο Πάπας Φραγκίσκος συγκλόνησε τον κόσμο και υποστήριξε τον Ντόναλντ Τραμπ για πρόεδρο". Αυτή η 100% κατασκευασμένη ιστορία έλαβε 960.000 κοινοποιήσεις, likes και σχόλια (Price 2016, Silverman 2016). Μια μελέτη κατέληξε στο συμπέρασμα ότι για να αλλάξουν οι ψευδείς ειδήσεις το

εκλογικό αποτέλεσμα, ένα μόνο ψευδές άρθρο θα έπρεπε να είναι τόσο πειστικό όσο 36 τηλεοπτικές διαφημίσεις προεκλογικής εκστρατείας (Allcott and Gentzkow 2017), ήταν τέτοιο το επίπεδο του ενδιαφέροντος του κοινού που δύο ημέρες μετά τις εκλογές, το Facebook σταμάτησε ακόμη και τη διανομή ψευδών ειδήσεων. Σε απάντηση των κατηγοριών ότι οι ψευδείς ειδήσεις του Facebook επηρέασαν τις εκλογές, ο διευθύνων σύμβουλος του Facebook Mark Zuckerberg αναγκάστηκε να αντικρούσει επίσημα τις κατηγορίες δύο ημέρες μετά τις εκλογές . Ωστόσο, όπως θα δούμε αργότερα, η θέση του άλλαξε γρήγορα. Ακόμη και αν τα fake news δεν επηρέασαν τις εκλογές, η ευρεία διάδοση ψευδών πληροφοριών που μεταμφιέζονται σε ειδήσεις δεν ευνοεί την πραγματική βάση στην οποία οι πολίτες διαμορφώνουν τις απόψεις τους ούτε τις συνέπειες για το κράτος.

Κατά συνέπεια, υπονομεύεται η υγεία της δημοκρατίας της χώρας. Ορισμένες ψευδείς ειδήσεις είναι αναγνωρίσιμες ως σάτιρα (Berkowitz and Schwartz 2016), ενώ άλλες που αποτελούν παραλλαγές γνωστών ειδήσεων είναι πιο δύσκολο να αναγνωριστούν ως ψεύτικες. Για όσους πιστεύουν ότι μπορούν να αναγνωρίσουν τις ψευδείς ειδήσεις ανά πάσα στιγμή, θα ήταν ωφέλιμο να παίξουν το παιχνίδι ανθρώπινου υπολογισμού "Factitious" (Game Lab, Jolt). Το παιχνίδι προκαλεί τους παίκτες να αναγνωρίσουν γρήγορα αληθινά ή ψευδή άρθρα ανάμεσα σε ειδήσεις, διαφημίσεις, άρθρα γνώμης και ψεύτικα (Datu et al.)

Συμπεράσματα

Η παραπληροφόρηση αν και υπήρχε ανέκαθεν , τα τελευταία χρόνια η επίδραση της γίνεται όλο και μεγαλύτερη στην κοινωνία .

Είναι πολύ δύσκολο να ελεγχθεί και ακόμα πιο δύσκολο να αντιμετωπιστεί . Η ταχύτητα στην μετάδοση που διέπει τις ψευδείς ειδήσεις στην ψηφιακή εποχή που ζούμε κάνει ακόμα πιο δύσκολη την αντιμετώπιση τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θεωρούνται από τα πρώτα μέσα που θα σπεύσει ο χρήστης για να ζητήσει την πληροφορία που θέλει να μάθει. Προφανώς και είναι δύσκολο να μπορέσει να καταλάβει ο χρήστης ποια πληροφορία είναι ψευδείς και ποια αληθινή. Φυσικά, δεν μπορούμε να πούμε ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η αιτία του φαινομένου των ψευδών ειδήσεων. Αυτό συμβαίνει επειδή υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που συμβάλλουν στη διάδοση των ψευδών ειδήσεων. Ο καθένας μπορεί εύκολα να δημιουργήσει ένα ιστολόγιο ή να δημοσιεύσει τα δικά του άρθρα. Δεν είναι απαραίτητο να προέρχονται από έγκυρη πηγή ή να είναι επαληθευμένα. Πολλοί είναι αυτοί που θεωρούν τις παραδοσιακές πηγές όπως οι εφημερίδες, η τηλεόραση και το ραδιόφωνο, ως αναξιόπιστες πηγές πληροφόρησης. Διακρίνεται μεγάλη δυσκολία να αντλήσουν νέες και αξιόπιστες πληροφορίες από αυτά. Η σωστή κρίση και παιδεία για να καταλάβει κανείς ποια πληροφορία είναι ψευδείς χρειάζεται χρόνο και εμπειρία.

Για να εφαρμοστούν πραγματικά αποτελεσματικές λύσεις, πρέπει να χρησιμοποιηθούν προηγμένες ψηφιακές τεχνολογίες και πρωτόκολλα για την αξιολόγηση του περιεχομένου. Επιπλέον, η ευαισθητοποίηση των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για το θέμα αυτό γίνεται όλο και πιο δύσκολη, καθώς απαιτεί πολύ χρόνο, προσπάθεια και πόρους. Εκτός από την παρακολούθηση και τη διασταύρωση των ειδήσεων που διακινούνται μέσω των μέσων ενημέρωσης και των νέων μέσων, συμπεριλαμβανομένων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, έχουν εφαρμοστεί συλλογικές μέθοδοι και δράσεις για την προώθηση της ενημέρωσης, της διορατικότητας και της ευαισθητοποίησης των ευρωπαϊών πολιτών σχετικά με τη μάστιγα της παραπληροφόρησης και των ψευδών ειδήσεων για την καταπολέμηση του φαινομένου αυτού σε παγκόσμιο και ιδιαίτερα σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Τα τελευταία χρόνια έχει καταβληθεί μια αρκετά συντονισμένη προσπάθεια.

Οι συνέπειες που προκαλούνται μέσω της παραπληροφόρησης έχουν μεγάλο αντίκτυπο στην ενημέρωση του χρήστη και στην εμπιστοσύνη του εξίσου . Πολλοί είναι οι χρήστες που παραπλανούνται από κάποια ψευδής είδηση επομένως υπάρχει μεγάλη επιρροή στην κοινωνία και πολλές φορές μεταφέρονται λάθος μηνύματα.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει να δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στην σωστή μετάδοση της πληροφορίας στην δημόσια σφαίρα έχοντας βέβαια κατάλληλους δημοσιογράφους οι οποίοι θα είναι κατάλληλα εκπαιδευμένοι για να μην μεταφερθούν fake news .

Βιβλιογραφία

- FreedomHouse.org. (2017) “Freedom on the Net, 2017. Manipulating Social Media to undermine Democracy”. <https://freedomhouse.org/report/freedomnet/2017/manipulating-social-media-undermine-democracy>
- Ένωση Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών (1998) Αρχές Δεοντολογίας του Δημοσιογραφικού Επαγγέλματος. Διαθέσιμο από <https://www.esiea.gr/kodikas-deontologias/arxes-deontologiasdimosiografikoy/>
- Bennett, W.L., & Paletz, D. L. (Eds.). (1994). Taken by storm: The media, public opinion, and US foreign policy in the Gulf War. University of Chicago Press.
- Lee, K., Hoti, K., Hughes, J.D., Emmerton, L. (2017) Dr Google is here to stay but health care professionals are still valued: an analysis of health care consumers’ internet navigation support preferences. J Med Internet Res. 19(6):e210. <https://doi.org/10.2196/jmir.7489>
- Lewandowsky, S., Ecker, U.K., Seifert, C.M., et al. (2012) Misinformation and its correction: continued influence and successful debiasing. Psychological Science in the Public Interest. 13(3), 106–131.
- Moravec, P., Minas, R., & Dennis, A. R. (2018). Fake news on social media: People believe what they want to believe when it makes no sense at all. Kelley School of Business research paper, (18-87)
- Pew Research Center. (2017) The Partisan Divide on Political Values Grows Even Wider. Research Report. Washington, D.C.: Pew Research Center
- Shearer E, & Matsu K.E. (2018) News Use Across Social Media Platforms 2018, Pew Research Center. Retrieved from: <https://www.pewresearch.org/journalism/2018/09/10/news-use-acrosssocial-media-platforms-2018/>

- Society of Professional Journalists. (2014) SPJ Code of Ethics. Retrieved from: <https://www.spj.org/ethicscode.asp>
- Lee, B., & Padgett, G. (2000). Evaluating the effectiveness of a mass media ethics course. *Journalism & Mass Communication Educator*, 55(2), 27-39.
- Marwick, A. E. (2018). Why do people share fake news? A sociotechnical model of media effects. *Georgetown Law Technology Review*. 2(2), 474-512. από <https://georgetownlawtechreview.org/why-do-people-share-fake-news-asociotechnicalmodel-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
- 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-newicfjlearning-module>
- *Κώδικας Δεοντολογίας | ΕΣΗΕΑ*. (2021, December 14). ΕΣΗΕΑ | Ένωσις Συντακτών Ημερήσιων Εφημερίδων Αθηνών. <https://www.esiea.gr/kodikas-deontologias/>
- 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
- 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.
- Collins Dictionary (2017). Word of the year 2017. Collins English Dictionary
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017), *Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem*. <https://first-draft.com/firstdraftnews>.

org/wpcontent/uploads/2018/03/The-misinformation-Ecosystem- 20180207-v2.pdf

- Επιθεώρηση Δικαίου Πληροφορικής @ Information Law Journal T. 2 (2021) από <https://ejournals.lib.auth.gr/infolawj/article/viewFile/8456/8127>
- American Press Institute, (2007) The lost meaning of “objectivity”. Retrieved from:
<https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/biasobjectivity/lost-meaning-objectivity/>
- American Press Institute, (n.d.) Journalism as a discipline of verification. Retrieved from:
<https://www.americanpressinstitute.org/journalismessentials/verification-accuracy/journalism-discipline-verification>
- *Fake News vs Media Studies*. (n.d.). Google Books.
https://books.google.gr/books?hl=en&lr=&id=ERjBDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=mcdougall+2019+fake+news&ots=MbBYzvA8bL&sig=sio9vQKgUuf5SIQHq38DhJGe_v4&redir_esc=y#v=onepage&q=mcdougall%202019%20fake%20news&f=false
- *Understanding Global Media*. (n.d.). Google Books.
https://books.google.gr/books?hl=en&lr=&id=zRpHEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=flew+2018&ots=wt3mTAI7cB&sig=0k_iWGww9sYppMx8pJuSbikyOGY&redir_esc=y#v=onepage&q=flew%202018&f=false
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017, August 30). Defining “Fake News.” *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Πλειός. (2015, March 4). *Η κρίση και τα MME*. Publishers Papazisis.
http://books.google.ie/books?id=LRXqBgAAQBAJ&pg=PT2&dq=978-960-02-2965-3&hl=&cd=1&source=gbs_api
- Rashkin, H., Choi, E., Jang, J. Y., Volkova, S., & Choi, Y. (2017, January 1). *Truth of Varying Shades: Analyzing Language in Fake News and Political Fact-Checking*. <https://doi.org/10.18653/v1/d17-1317>
- Tumber, H., & Waisbord, S. (2021, January 1). *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism*. Routledge.

http://books.google.ie/books?id=QI86zgEACAAJ&dq=9781003004431&hl=&cd=1&source=gbs_api

- Tufekci, Z. (2018, January 16). *It's the (Democracy-Poisoning) Golden Age of Free Speech*. WIRED. <https://www.wired.com/story/free-speech-issue-tech-turmoil-new-censorship/?CNDID=50121752https://www.wired.com/story/free-speech-issue-tech-turmoil-new-censorship/?CNDID=50121752>
- ΕΚΘΕΣΗ σχετικά με την πρόταση κανονισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου για εναρμονισμένους κανόνες σχετικά με τη δίκαιη πρόσβαση σε δεδομένα και τη δίκαιη χρήση τους (Πράξη για τα δεδομένα). (2023, February 15). Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο. Retrieved March 30, 2024, from https://europarl.europa.eu/doceo/document/A-9-2023-0031_EL.html
- ΠΡΟΣ ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ σχετικά με την εφαρμογή της ανακοίνωσης «Αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο: μια Ευρωπαϊκή Προσέγγιση» . (n.d.). ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ. Retrieved March 30, 2024, from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0794&from=EN>
- EUR-Lex - 52020DC0790 - EN - EUR-Lex. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=COM:2020:790:FIN>
- Παπαντζίκου.,. *Παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο – Fake news -Διάδοση και Αντιμετώπιση*. <https://ejournals.lib.auth.gr/infolawj/article/viewFile/8456/8127>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2017). The evolution of analytic thought? *Behavioral and Brain Sciences*, 40. <https://doi.org/10.1017/s0140525x16001746>
- El-Sharawy, Steve. 2017. “With Extreme Bias: Consuming Media in the Trump Era.” Paper presented at SXSW Interactive, Austin, Texas, March 10–16.
- El-Sharawy, Steve. 2016. “Donald Trump as President? Thank Facebook.” EzyInsights, November 1. <https://ezyinsights.com/blog/2016/11/01/donald-trump-as-president-thankfacebook/>
- Sunstein, Cass. 2001. *Echo Chambers: Bush Vs. Gore, Impeachment, and Beyond*. Princeton, N.J: Princeton University Press.

- Pariser, Eli. 2011. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
- Wason, P.C. 1960. "On the Failure to Eliminate Hypotheses in a Conceptual Task." *Quarterly Journal of Experimental Psychology* 12(3): 129–140. doi:10.1080/17470216008416717
- Reuters Institute. 2016. "Digital News Report." <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf>
- Mosseri, Adam. 2016. "News Feed FYI: Addressing Hoaxes and Fake News." Facebook, December 15. <https://newsroom.fb.com/news/2016/12/news-feed-fyi-addressinghoaxes-and-fake-news/>
- Bridges, John, Eric Carvin, Lisa Fazio, and Claire Wardle. 2017. "A Post-Truth World? Nope – We Can Fight Fake News." Panel at SXSW
- Adair, Bill, Mevan Babakar, Chengkai Li, and Alexios Mantzarlis. 2017. "How Bots Are Automating Fact-Checking." Panel at SXSW
- Bounegru, Liliana, Jonathan Gray, Tommaso Venturini, and Michele Mauri. 2017. "A Field Guide to Fake News." Public Data Lab. <http://fakenews.publicdatalab.org/download/SAMPLE-field-guide-to-fake-news.pdf>
- Faix, A., & Fyn, A. (2020). Framing Fake News: Misinformation and the ACRL Framework. *Portal: Libraries and the Academy*, 20(3), 495–508. <https://doi.org/10.1353/pla.2020.0027>
- News, Old News & Fake News. (2018, November 19). *Hypertension News*, 54. <https://doi.org/10.30824/1811-11>
- *Full Fact - Full Fact is the UK's independent fact checking organisation.* (n.d.). Full Fact. <https://fullfact.org/>
- Babakar, Mevan, and Will Moy (2016). *The State of Automated Factchecking*. London: Full Fact, Aug. <https://fullfact.org/blog/2016/aug/automatedfactchecking/>.
- Demertzis, N., Poulakidakos, S., Tsekeris Ch. (2022). Public communication disruption and information accuracy. GPSG Working Paper #36, April 2022.
- Νεα. (2023, April 24). *Σκάνδαλο Cambridge Analytica: Εκατομμύρια χρήστες θα λάβουν αποζημίωση από το Facebook*. ΤΑ ΝΕΑ.

<https://www.tanea.gr/2023/04/24/science-technology/skandalo-cambridge-analytica-ekatommyria-xristes-tha-lavoun-apozimiosi-apo-to-facebook/>

- ε Burkhardt, J. M. (2017), ‘History of fake news.’, Library Technology Reports, 53(8), σ. 5-9, διαθέσιμο σε <https://journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/6497> «Falsehood flies, and truth comes limping after it, so that when men come to be undeceived, it is too late; the jest is over, and the tale hath had its effect.»
- Γιαννόπουλος, Γ. (2018) Εισαγωγή στη Νομική Πληροφορική: Μία πρώτη προσέγγιση της σχέσης δικαίου & νέων τεχνολογιών, Αθήνα: Νομική Βιβλιοθήκη, σ. 37-40
- Βλ. Newman, H. (2021) ‘Understanding the differences between disinformation, misinformation, malinformation and information – Presenting the DMMI Matrix’, https://www.researchgate.net/profile/Hadley-Newman/publication/357577783_UNDERSTANDING_THE_DIFFERENCE_S_BETWEEN_DISINFORMATION_MISINFORMATION_MALINFORMATION_AND_INFORMATION_-_PRESENTING_THE_DMMI_MATRIX/links/61d55662b6b5667157c9e7e7/UNDERSTANDING-THE-DIFFERENCES-BETWEEN-DISINFORMATION-MISINFORMATION-MALINFORMATION-AND-INFORMATION-PRESENTING-THE-DMMI-MATRIX.pdf