



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

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η Παραπληροφόρηση στην Δημόσια Σφαίρα»

ΑΜΑΛΙΑ ΚΑΤΣΕΛΗ (5227)

ΚΑΛΛΙΟΠΗ ΦΛΕΒΑΡΗ (4989)

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: Δρ Σταμάτης Πουλακιδάκος

ΚΑΣΤΟΡΙΑ, ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2023

Υπεύθυνη Δήλωση Λογοκλοπής

Κωδικός: RqPyaerbAMvQfL-NzxmZmQ

Επιβεβαιώνεται το γνήσιο. Υπουργείο
Ψηφιακής Διακυβέρνησης / Verified by the Ministry
of Digital Governance, Hellenic Republic
20240622180844+03'00'



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Υπεύθυνη Δήλωση (άρθρο 8 Ν.1599/1986)

Η ακρίβεια των στοιχείων που υποβάλλονται με αυτή τη δήλωση μπορεί να ελεγχθεί με βάση το αρχείο άλλων υπηρεσιών (άρθρο 8 παρ. 4 Ν. 1599/1986).

Προς ⁽¹⁾ :	ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ						
Όνομα:	ΚΑΛΛΙΟΠΗ ΣΑΡΑ	Επώνυμο:	ΦΛΕΒΑΡΗ				
Όνομα και Επώνυμο Πατέρα:	ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΦΛΕΒΑΡΗΣ						
Όνομα και Επώνυμο Μητέρας:	ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΜΠΑΡΙΑΝΟΥ						
Ημερομηνία γέννησης:	04/12/1998						
Τόπος Γέννησης:	ΣΑΡΛΕΡΟΥΑ						
Αριθμός Δελτίου Ταυτότητας:	AN 448490	Τηλ:	+306955171920				
Τόπος Κατοικίας:	ΡΟΔΟΣ	Οδός:	ΠΤΟΛΕΜΑΙΩ N	Αριθ:	24	ΤΚ:	85100
ΑΦΜ:	166089211	Δ/ση Ηλεκτρ. Ταχυδρομείου (E-mail):	kalliofiflevarii@gmail.com				

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις⁽²⁾, που προβλέπονται από τις διατάξεις της παρ. 6 του άρθρου 22 του Ν. 1599/1986, δηλώνω ότι:

Το παρόν κείμενο αποτελεί προϊόν προσωπικής μελέτης και εργασίας και πως όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για τη συγγραφή δηλώνονται σαφώς είτε στις παραπομπές είτε στην βιβλιογραφία. Γνωρίζω πως η λογοκλοπή αποτελεί σοβαρότατο παράπτωμα κι είμαι ενήμερη για της αρνητικές συνέπειες που μπορεί να επιφέρει συμπεριλαμβανομένης και της ακύρωσης του πτυχίου που θα μου απονεμηθεί.

22/06/2024

Ο - Η Δηλ.

ΚΑΛΛΙΟΠΗ ΣΑΡΑ ΦΛΕΒΑΡΗ

(1) Αναγράφεται από τον ενδιαφερόμενο πολίτη η αρχή ή η υπηρεσία του δημόσιου τομέα όπου απευθύνεται η αίτηση.

(2) Γνωρίζω ότι: Όποιος εν γνώσει του δηλώνει ψευδή γεγονότα ή αρνείται ή αποκρύπτει τα αληθινά με έγγραφη υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 8 τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον τριών μηνών. Εάν ο υπαίτιος αυτών των πράξεων σκόπευε να προσορίσει στον εαυτόν του ή σε άλλον περιουσιακό όφελος βλάπτοντας τρίτον ή σκόπευε να βλάψει άλλον, τιμωρείται με κάθειρξη μέχρι 10 ετών.

Κωδικός: y5W29G43ybnNVr0v1GSwNw

Επιβεβαιώνεται το γνήσιο Υπουργείο
Ψηφιακής Διακυβέρνησης / Verified by the Ministry
of Digital Governance, Hellenic Republic
20240622232816+03'00'



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

Υπεύθυνη Δήλωση
(άρθρο 8 Ν.1599/1986)



Η ακρίβεια των στοιχείων που υποβάλλονται με αυτή τη δήλωση μπορεί να ελεγχθεί με βάση το αρχείο άλλων υπηρεσιών (άρθρο 8 παρ. 4 Ν. 1599/1986).

Προς ⁽¹⁾ :	ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΤΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ						
Όνομα:	ΑΜΑΛΙΑ	Επώνυμο:	ΚΑΤΣΕΛΗ				
Όνομα και Επώνυμο Πατέρα:	Βασίλειος Κατσέλης						
Όνομα και Επώνυμο Μητέρας:	Anila Uzeiri						
Ημερομηνία γέννησης:	24/04/1999						
Τόπος Γέννησης:	Ιωάννινα						
Αριθμός Δελτίου Ταυτότητας:	ΑΗ 752944		Τηλ:	+306946824353			
Τόπος Κατοικίας:	Άγιος Βλάσσιος	Οδός:	-	Αριθ:	-	ΤΚ:	46100
ΑΦΜ:	166174510	Δ/νση Ηλεκτρ. Ταχυδρομείου (E-mail):	amaliakatseli@gmail.com				

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις⁽²⁾, που προβλέπονται από τις διατάξεις της παρ. 6 του άρθρου 22 του Ν. 1599/1986, δηλώνω ότι:

Το παρόν κείμενο αποτελεί προϊόν προσωπικής μελέτης και εργασίας και πως όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για τη συγγραφή δηλώνονται σαφώς είτε στις παραπομπές είτε στην βιβλιογραφία. Γνωρίζω πως η λογοκλοπή αποτελεί σοβαρότατο παράπτωμα κι είμαι ενήμερη για της αρνητικές συνέπειες που μπορεί να επιφέρει συμπεριλαμβανομένης και της ακύρωσης του πτυχίου που θα μου απονεμηθεί.

22/06/2024

Ο - Η Δηλ.

ΑΜΑΛΙΑ ΚΑΤΣΕΛΗ

(1) Αναγράφεται από τον ενδιαφερόμενο πολίτη η αρχή ή η υπηρεσία του δημόσιου τομέα όπου απευθύνεται η αίτηση.

(2) Γνωρίζω ότι: Όποιος εν γνώσει του δηλώνει ψευδή γεγονότα ή αρνείται ή αποκρύπτει τα αληθινά με έγγραφη υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 8 τιμωρείται με φυλάκιση τουλάχιστον τριών μηνών. Εάν ο υπαίτιος αυτών των πράξεων σκόπευε να προσπορίσει στον εαυτόν του ή σε άλλον περιουσιακό όφελος βλάπτοντας τρίτον ή σκόπευε να βλάψει άλλον, τιμωρείται με κάθειρξη μέχρι 10 ετών.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εξετάζει το φαινόμενο της παραπληροφόρησης στη δημόσια σφαίρα, εστιάζοντας στις επιπτώσεις που έχει στην κοινωνία. Ο σκοπός της έρευνας είναι να αναλύσει τους μηχανισμούς διάδοσης της παραπληροφόρησης, τις πηγές και τα κίνητρα πίσω από αυτή, καθώς και τις συνέπειές της στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης.

Στο πρώτο κεφάλαιο, αναλύεται πώς η παραπληροφόρηση χρησιμοποιείται ως εργαλείο για τη διαστρέβλωση της αλήθειας και την παραπλάνηση του κοινού. Επίσης, εξετάζεται ο ρόλος της προπαγάνδας στην ιστορική και σύγχρονη δημόσια σφαίρα, καθώς και οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται για να επιτευχθούν κοινωνικοί και πολιτικοί στόχοι.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, επικεντρωνόμαστε στην κατανόηση των ψευδών ειδήσεων καθώς και στην επίδραση τους στην κοινωνία και τους πολίτες.

Στο τρίτο κεφάλαιο, διερευνούμε τις αιτίες που οδηγούν τους ανθρώπους να εξαπλώνουν ψευδείς ειδήσεις και ποια είναι τα κίνητρα που τους ενθαρρύνουν να συνεχίσουν.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, εστιάζουμε στους τρόπους αντιμετώπισης των ψευδών ειδήσεων καθώς παρουσιάζουμε τεχνικές και μέσα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την καλύτερη μεταχείριση τους.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο, συνοψίζουμε και παρουσιάζουμε τα συμπεράσματα μας για την παραπληροφόρηση στην δημόσια σφαίρα. Επίσης παρέχονται προτάσεις για μελλοντική έρευνα σε νέους φοιτητές και όχι μόνο!

ABSTRACT

This thesis examines the phenomenon of misinformation in the public sphere, focusing on its impact on society. The purpose of the research is to analyze the mechanisms of misinformation dissemination, the sources and motives behind it, and its consequences on public opinion formation.

In the first chapter, we analyze how misinformation is used as a tool to distort the truth and deceive the public. Additionally, the role of propaganda in the historical and contemporary public sphere is examined, along with the techniques used to achieve social and political goals.

In the second chapter, we focus on understanding fake news and their impact on society and citizens.

In the third chapter, we investigate the causes that lead people to spread fake news and the motivations that encourage them to continue.

In the fourth chapter, we focus on ways to combat fake news by presenting techniques and tools that can be used to address them.

In the fifth and final chapter, we summarize and present our conclusions on misinformation in the public sphere. We also provide suggestions for future research for new students and beyond!

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	1
ABSTRACT	2
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	3
Ευχαριστίες	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
Κεφάλαιο 1: Παραπληροφόρηση και προπαγάνδα	8
1.1 Ορισμός της παραπληροφόρησης.....	8
1.2 Ορισμός προπαγάνδας.....	10
1.3 Ιστορική αναδρομή της προπαγάνδας.....	12
1.4 Πειθώ και προπαγάνδα.....	14
1.5 Παραπλάνηση και προπαγάνδα.....	15
1.6 Μορφές προπαγάνδας στο διαδίκτυο.....	16
1.7 Τα ΜΜΕ ως εργαλείο προπαγάνδας.....	17
1.8 Δημοσιογραφία και προπαγάνδα στα ΜΜΕ.....	18
Κεφάλαιο 2: Οι ψευδείς ειδήσεις (fake news) και τα είδη τους	19
2.1 Ορισμός ψευδών ειδήσεων.....	19
2.2 Η ιστορία των Fake News.....	20
2.3 Χαρακτηριστικά ψευδών ειδήσεων.....	22
2.4 Ταξινόμηση των ψευδών ειδήσεων βάσει του περιεχομένου και κινήτρων τους.....	23
2.5 Ο δεσμός μεταξύ της διάδοσης ψευδών ειδήσεων και των κλασικών μέσων ενημέρωσης και της τηλεοπτικής μετάδοσης.....	24
2.6 Ψευδείς ειδήσεις στο διαδίκτυο.....	25
2.7 Ψευδείς ειδήσεις και κοινωνικά δίκτυα.....	26
2.8 Οι λόγοι δημιουργίας των ψευδών ειδήσεων.....	27
2.9 Προσπάθειες αξιολόγησης αξιοπιστίας.....	28
2.10 Παραδείγματα διάδοσης ψευδών ειδήσεων.....	29
2.11 Fake News και κορονοϊός.....	30
Κεφάλαιο 3: Τα αίτια που ανθίζουν οι ψευδείς ειδήσεις και οι παράγοντες που ενθαρρύνουν την ύπαρξη τους.	31

3.1 Τα σύγχρονα αίτια ύπαρξης ψευδών ειδήσεων	31
3.2 Έλεγχος των ΜΜΕ - Πολιτικά και οικονομικά κίνητρα που συμβάλλουν στην υποβάθμιση της πληροφορίας.	32
3.3 Ψυχολογικοί και κοινωνικοί παράγοντες που ωθούν τις ψευδείς ειδήσεις προς την ανάπτυξη.....	35
3.4 Οικονομικά κίνητρα για την ανάπτυξη των ψευδών ειδήσεων.....	36
3.5 Παραγωγικές αιτίες	38
3.6 Επιπτώσεις ψευδών ειδήσεων στην κοινωνία	40
3.7 Echo Chambers: Λανθασμένη πληροφόρηση.....	40
Κεφάλαιο 4^ο: Τρόποι εντοπισμού – αντιμετώπισης ψευδών ειδήσεων..	41
4.1 Εντοπισμός των παραπονημένων ειδήσεων μέσω της γνώσης.....	41
4.2 Τρόποι αντιμετώπισης ψευδών ειδήσεων	47
4.3 Μέθοδοι που χρησιμοποιούνται τεχνολογικά για τον περιορισμό της διάδοσης ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο.	49
4.4 Ο ρόλος των γονέων στον επηρεασμό των παιδιών από ψευδείς ειδήσεις	51
4.5 Ειδικά μέτρα του Υπουργείου Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων κατά των ψευδών ειδήσεων	51
4.6 Ο ρόλος των ανθρώπων κατά της παραπληροφόρησης	52
4.7 Ρυθμίσεις Κώδικα Δεοντολογίας Ψηφιακών Μέσων	52
4.8 Μπορεί η τεχνολογία να αλλάξει τα δεδομένα;	53
4.9 Ενδυνάμωση χαρακτήρων για την αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων	55
4.10 Ελευθερία λόγου και συνταγματικά αποδεκτοί περιορισμοί	56
4.11 Εφαρμογή της Ευρωπαϊκής στρατηγικής για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο.....	58
4.11 Εφαρμογή διαδικτυακής λογοδοσίας.....	60
Κεφάλαιο 5^ο: Συμπεράσματα και προτάσεις.....	61
5.1 Συνολική αποτίμηση	61
5.2 Προτάσεις για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης	63
5.3 Ο βασικός ρόλος των κοινωνικών δικτύων και η ανάπτυξη της τεχνολογίας	64
5.4 Διεθνείς πρωτοβουλίες.....	65
5.5 Συμπεράσματα	66

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 68

Ευχαριστίες

Μετά την ολοκλήρωση της πτυχιακής μας εργασίας θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε από καρδίας τον καθηγητή κ. Στάματη Πουλακιδάκο για την συνεχή στήριξη που μας παρείχε καθώς και για τις συμβουλές που μας έδωσε.

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε και τους γονείς μας, που στάθηκαν δίπλα μας κατά την διάρκεια των φοιτητικών μας χρόνων.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παραπληροφόρηση αποτελεί ένα σύνθετο και επίκαιρο ζήτημα στην εποχή μας, επηρεάζοντας την αξιοπιστία των πληροφοριών που κυκλοφορούν στα μέσα ενημέρωσης και στις κοινωνικές πλατφόρμες. Η διαστρέβλωση της πραγματικότητας και η επιδίωξη εσκεμμένης αλλαγής απόψεων αποτελούν κεντρικά χαρακτηριστικά της παραπληροφόρησης, η οποία επηρεάζει σοβαρά την κοινωνική συνοχή και την πολιτική σταθερότητα.

Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στην εξέταση των αιτίων και των συνεπειών της παραπληροφόρησης, καθώς και στην ανάλυση των μεθόδων για την αντιμετώπισή της στην σύγχρονη κοινωνία. Προκειμένου να κατανοήσουμε πλήρως το φαινόμενο, η εργασία διακρίνεται σε πέντε κύρια κεφάλαια.

Καθώς η τεχνολογία και η κοινωνική πραγματικότητα εξελίσσονται, είναι αναγκαίο να κατανοήσουμε και να αντιμετωπίσουμε αποτελεσματικά τις προκλήσεις που θέτει η παραπληροφόρηση. Μέσω αυτής της έρευνας, ελπίζουμε να προσφέρουμε συγκεκριμένες συστάσεις και προτάσεις για την αντιμετώπιση του προβλήματος και τη βελτίωση της πληροφόρησης που λαμβάνει ο κοινός για το μέλλον.

Από το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας, η παραπληροφόρηση αποκτά ένα βαθύτερο νόημα καθώς αναδεικνύεται η σύνθετη φύση του φαινομένου στη σύγχρονη κοινωνία. Καθώς εξετάζονται οι ρίζες της και οι επιπτώσεις της στην κοινή γνώμη, αναδεικνύεται η σημασία της πληροφόρησης ως εργαλείο για την κατανόηση και τη διαμόρφωση απόψεων.

Κεφάλαιο 1: Παραπληροφόρηση και προπαγάνδα

1.1 Ορισμός της παραπληροφόρησης

Η ακριβής διατύπωση του τι ακριβώς συνιστά την παραπληροφόρηση είναι κρίσιμη τόσο για τη βαθύτερη κατανόηση της προκλήσεως όσο και για την αποτελεσματική της αντιμετώπιση. Μια ασάφεια και μια ανακολουθία εντοπίζονται συχνά τόσο στα επιστημονικά έγγραφα που εξετάζουν το θέμα όσο και στη νομοθεσία (για παράδειγμα, στον Ποινικό Κώδικα της Ελλάδας) όσον αφορά τη διατύπωση και τη χρήση των όρων που περιγράφουν το φαινόμενο, όπως η χρήση των όρων «παραπληροφόρηση» ή «ψευδείς ειδήσεις» (fake news) ανάλογα με την πηγή. (Καλλιακούδη, 2022, σσ. 11)

Αυτή η ασάφεια προκύπτει κυρίως επειδή η παραπληροφόρηση μπορεί να πάρει πολλαπλές μορφές, κάτι που δυσχεραίνει την ανάπτυξη ενός ενιαίου ορισμού που να καλύπτει όλες τις περιπτώσεις. Παρ' όλα αυτά, δεδομένης της στενής σχέσης της παραπληροφόρησης με την έννοια της πληροφορίας, είναι σημαντικό να εξετάσουμε τις βασικές σκέψεις που αφορούν στον ορισμό της «πληροφορίας». (Καλλιακούδη, 2022, σσ. 11)

Σε ένα έγγραφο που παρουσιάστηκε από το Συμβούλιο της Ευρώπης, οι ερευνητές Claire Wardle και Hossein Derakhshan κατέγραψαν τρία συγκεκριμένα είδη προβλημάτων που σχετίζονται με την παραπληροφόρηση. (Καλλιακούδη, 2022, σσ. 11)

Πιο συγκεκριμένα, αναφέρθηκαν στα εξής:

Disinformation: Αναφέρεται σε πληροφορίες που είναι εσκεμμένα ψευδείς και σκοπεύουν να προκαλέσουν ζημιά σε άτομα, κοινωνικές ομάδες, οργανισμούς ή ακόμη και χώρες. Ένα παράδειγμα που προσφέρουν είναι η περίπτωση ενός πλαστού δημοσιεύματος κατά τη διάρκεια των προεκλογικών εκστρατειών στη Γαλλία το 2017, που ισχυριζόταν ψευδώς ότι ο Emmanuel Macron, ο οποίος εκείνη την εποχή διεκδικούσε την προεδρία και είναι πλέον Πρόεδρος της Γαλλίας, είχε λάβει χρηματοδότηση από τη Σαουδική Αραβία. Το εν λόγω άρθρο φέρεται να είχε δημοσιευθεί από την βελγική εφημερίδα Le Soir, αλλά αποδείχθηκε ότι προήλθε από έναν ιστότοπο με το ίδιο όνομα (lesoir.be), ο οποίος ήταν ένα πολύ πειστικό αντίγραφο του επίσημου. (Καλλιακούδη, 2022, σσ. 14)

Misinformation: Αυτό το είδος πληροφορίας αναφέρεται σε περιστατικά όπου οι πληροφορίες που κυκλοφορούν είναι ανακριβείς, αλλά δεν έχουν διαδοθεί με την πρόθεση να προκαλέσουν ζημιά. Για παράδειγμα, στη Γαλλία, μετά την τρομοκρατική επίθεση στα Champs Elysees στο Παρίσι στις 20 Απριλίου 2017, διάφοροι χρήστες στα κοινωνικά δίκτυα, προσπαθώντας να προσφέρουν βοήθεια, άρχισαν να μοιράζονται φήμες σχετικά με την επίθεση, όπως την ανακριβή πληροφορία για τον θάνατο ενός δεύτερου αστυνομικού. Αυτοί οι χρήστες δεν είχαν την πρόθεση να παραπληροφορήσουν ή να βλάψουν, απλώς δεν γνώριζαν ότι η πληροφορία που διαδίδαν δεν ήταν αληθής. Ένα ανάλογο περιστατικό συνέβη και στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια της καταστροφικής πυρκαγιάς στο Μάτι τον Ιούλιο του 2018, όπου χρήστες κοινωνικών δικτύων, επιθυμώντας να προσφέρουν βοήθεια, δημοσίευαν πληροφορίες για τις ανάγκες των πληγέντων και τα σημεία συγκέντρωσης βοήθειας χωρίς να έχουν επαληθευτεί. Και στις δύο περιπτώσεις, η καλή πρόθεση οδήγησε σε σύγχυση λόγω της μη επιβεβαίωσης των πληροφοριών που κυκλοφορούσαν. (Καλλιακούδη, 2022, σσ. 15)

Malinformation: αναφέρεται σε πληροφορίες που, παρόλο που είναι αληθείς, χρησιμοποιούνται με τρόπο που στοχεύει στο να προκαλέσει ζημιά σε άτομα, οργανισμούς ή ακόμα και σε ολόκληρες χώρες. Ένα συγκεκριμένο περιστατικό που επισημαίνεται είναι η διαρροή email του Emmanuel Macron κατά τη διάρκεια των γαλλικών προεδρικών εκλογών το 2017, λίγο πριν από τον δεύτερο γύρο των εκλογών. Αυτά τα email περιείχαν ιδιωτικές πληροφορίες και θεωρήθηκαν γνήσια. Η χρονική στιγμή της δημοσιοποίησής τους, μόλις λίγα λεπτά πριν την επίσημη προεκλογική περίοδο, δείχνει την πρόθεση να προκληθεί ζημιά στην εκστρατεία του Macron. Στην ελληνική γλώσσα, οι αντίστοιχοι όροι που έχουν προταθεί για την περιγραφή αυτών των φαινομένων δεν έχουν έναν επίσημο όρο. Σύμφωνα με την άποψη του καθηγητή γλωσσολογίας Γεώργιου Μπαμπινιώτη, ο όρος «παραπληροφόρηση» αντιστοιχεί στο misinformation, ο όρος «αποπληροφόρηση» στο disinformation, ενώ ο όρος «κακοπληροφόρηση» στο malinformation. Αυτή η διάκριση αντανακλά την ύπαρξη τριών διακριτών κατηγοριών παραπληροφόρησης, οι οποίες επισημαίνονται και από άλλους μελετητές. Η «σκόπιμη παραπληροφόρηση» αναφέρεται στη διαδικασία διάδοσης λανθασμένων ή ψευδών πληροφοριών με σκοπό την παραπλάνηση ή τη ζημιά, ενώ η «παραπληροφόρηση» αφορά στην ακούσια διασπορά ψευδών πληροφοριών. Η κατανόηση και η διάκριση αυτών των εννοιών συχνά συνδέεται με

την πρόθεση και την αλήθεια πίσω από την πληροφόρηση. (Καλλιακούδη, 2022, σσ. 15)

Η παραπληροφόρηση δεν είναι ένα απλό νέο φαινόμενο. Για παράδειγμα, το 1835, η εφημερίδα The Sun στη Νέα Υόρκη δημοσίευσε 6 που περιέγραφαν την υποτιθέμενη ζωή στη Σελήνη, γεγονός που έμεινε γνωστό ως «Η απάτη της Μεγάλης Σελήνης». Κατά τις προεδρικές εκλογές των ΗΠΑ το 2016 και το δημοψήφισμα του Ηνωμένου Βασιλείου για το Brexit, εμφανίστηκε μια νέα μορφή ψευδών ειδήσεων: παραπλανητικές πολιτικές «ειδήσεις» που κυρίως διακινούνται μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Το 2020, η ανησυχία για τις ψεύτικες ειδήσεις εντάθηκε λόγω της παραπληροφόρησης σχετικά με την πανδημία COVID-19 και τις προεδρικές εκλογές των ΗΠΑ. Παραπλανητικά πολιτικά άρθρα και κίτρινη δημοσιογραφία είναι παραδείγματα περιεχομένου που μπορούν να εντείνουν την πολιτική πόλωση. Το ερώτημα που τίθεται είναι, πώς η ανθρώπινη ψυχολογία και η αλληλεπίδρασή της με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εξηγεί την αποτυχία διάκρισης μεταξύ ακριβούς και ανακριβούς διαδικτυακού περιεχομένου; Η απάντηση σε αυτό το ερώτημα έχει σημαντικές πρακτικές συνέπειες, καθώς η ανάπτυξη αποτελεσματικών στρατηγικών κατά της παραπληροφόρησης βασίζεται στην κατανόηση της ψυχολογίας πίσω από αυτό το φαινόμενο. (Pennycook & Rand, 2021, σσ. 3)

1.2 Ορισμός προπαγάνδας

Η διατύπωση της λέξης "προπαγάνδα" αντιμετωπίζεται ως ένα σημαντικό φαινόμενο, καθώς η έννοια της έχει υποστεί σημαντικές αλλαγές περί του 20ού αιώνα. Σήμερα, αυτός ο όρος φέρει περιφρονητικές έννοιες και αξιοποιείται για να παρουσιάσει σκόπιμα μια παραπλανητική εικόνα της πραγματικότητας (Ρισάρ, 1999). Αυτή η αρνητική συνδεδεμένη με την πραγματικότητα έννοια της προπαγάνδας δεν ίσχυε περί του 1920 στη Σοβιετική Ένωση. Εκείνη την εποχή στη Σοβιετική Ένωση, η προπαγάνδα θεωρείτο μέσο ενημέρωσης των μαζών, αποκαλύπτοντας την πραγματικότητα παρά μετασχηματίζοντάς την (Figes, 2014). Η προπαγάνδα είναι, επομένως, ένα εξαιρετικά προβληματικό θέμα και ό,τι θεωρείται προπαγάνδα για κάποιον, μπορεί να θεωρείται "εκπαίδευση" για κάποιον άλλον, όπως επισημαίνει ο O'Shaughnessy (2004). Ακόμη και η επικοινωνία ως πράξη προπαγάνδας μπορεί να αξιολογηθεί ανάλογα με το ιδεολογικό χάσμα μεταξύ του παρατηρητή και της εν λόγω πράξης, όπως παρατηρεί ο Peter Kenez (2001). Ενώ υπάρχει υποκείμενη υποκρισία σε χώρες της Δύσης όταν πρόκειται για την έννοια της προπαγάνδας, όπως παρατηρεί ο

Ellul (1973), το ίδιο δεν ισχύει και για τη Ρωσία, όπου η προπαγάνδα θεωρούνταν θετική και αναγκαία, τουλάχιστον στις αρχές του 20ού αιώνα (Figes, 2014). Παρόλες τις ιστορικές αλλαγές στο νόημα της προπαγάνδας, οι οποίες έχουν δώσει αρνητικές συνδηλώσεις στον όρο, η ανάγκη για μια ακριβή καθορισμένη έννοια παραμένει καίρια, όπως τονίζουν οι Garth S. Jowett και Victoria O'Donnell (2015). (Λεοντίου, 2013, σσ. 45).

Για να αντιμετωπιστεί η πρόκληση αυτή, πρέπει να καθοριστεί τι ακριβώς εννοούμε με τον όρο "προπαγάνδα". Σύμφωνα με τους Garth S. Jowett (2015), η ανάλυση της προπαγάνδας απαιτεί τη δημιουργία μιας σαφούς οριοθέτησης των χαρακτηριστικών της και συμβάλλει στην αναγνώρισή της. Σε έναν αμερόληπτο ιδεολογικό πλαίσιο, ο όρος "προπαγάνδα" απλώς επικεντρώνεται στην εξάπλωση ή ενίσχυση ορισμένων απόψεων. Η ετυμολογία της λέξης βρίσκεται στο λατινικό "propagare", το οποίο μεταφράζεται ως "να διαδίδω", η αρχική της χρήση δεν έφερε αρνητικές συνδηλώσεις. Το Βατικανό δημιούργησε την Αγία Συνάθροιση για τη διάσπαση της θρησκείας το 1622, χρησιμοποιώντας τον όρο "προπαγάνδα" ως μέρος της Αντιμεταρρύθμισης, με σκοπό την εξάπλωση της καθολικής πίστης (Sacra Congregatio de Propaganda Fide). Παρόλο που η προπαγάνδα αποκτά αρνητικές συνδηλώσεις, ειδικά στον αγγλοσαξονικό κόσμο με ιστορικές ρίζες στην αντιμεταρρύθμιση, πρέπει να αναγνωρίσουμε ότι η κρίση αυτή διαμορφώθηκε με διαφορετικό τρόπο στη Ρωσία. Στις αρχές του 20ού αιώνα, η ρωσική κουλτούρα θεωρούσε την προπαγάνδα ως θετική ιδέα, αναγκαία για την ενημέρωση του κοινού είτε προέρχεται από την κυβερνητική εξουσία είτε από τους δημιουργούς τέχνης (Figes, 2014). Οι ιστορικές καταβολές και η συνύπαρξη διαφορετικών αντιλήψεων για την προπαγάνδα αναδεικνύουν τη σημασία μιας λεπτομερούς και ακριβούς οριοθέτησης του όρου, καθώς και της ανάγκης για ανοικτή συζήτηση και κατανόηση της έννοιας της προπαγάνδας. (Λεοντίου, 2013, σσ. 45).

Η προσέγγιση της προπαγάνδας δεν είναι βατή αλλά αντιθέτως περίπλοκη. Είναι σημαντικό να αντιληφθούμε ότι η προπαγάνδα δεν είναι αποκλειστικά αρνητική, και οι διαφορετικές κοινωνίες μπορεί να την αντιλαμβάνονται με διαφορετικό τρόπο. Στη δυτική κουλτούρα, η προπαγάνδα συνδέεται συχνά με αρνητικά φαινόμενα όπως η ψευδοενημέρωση, η εξαπάτηση και η σκόπιμη παραποίηση πληροφοριών. Αντίθετα, σε άλλες κοινωνίες, ιδίως σε εποχές που η προπαγάνδα θεωρείτο μέσο ενημέρωσης, η αντίληψη αυτή μπορεί να είναι πιο θετική. Για παράδειγμα, στην ΕΣΣΔ κατά τη

διάρκεια του 1920, η προπαγάνδα θεωρείτο μέσο διαφωτισμού των μαζών και αποκάλυψης της πραγματικότητας. Η υποκείμενη ιδεολογία και το πολιτικό πλαίσιο επηρεάζουν τον τρόπο που αντιλαμβανόμαστε την προπαγάνδα. Όπως αναφέρει ο Ellul (1973), η σύγχρονη προπαγάνδα ανέπτυξε τεχνικές και μέσα επηρεασμού από την αρχή του 20ού αιώνα, χρησιμοποιώντας μέσα μαζικής ενημέρωσης, δημοσιότητα, και διαφήμιση. Αντίθετα, παρόλες τις κατηγορίες για προπαγάνδα, τα αυταρχικά καθεστώτα δεν αποτελούσαν τους πρώτους που χρησιμοποίησαν αυτές τις τεχνικές, αλλά τα αντιμετώπισαν ως αποτελεσματικά μέσα επηρεασμού. Συνεπώς, κατανοώντας την ιστορική εξέλιξη και τη συνύπαρξη διαφορετικών απόψεων για την προπαγάνδα, μπορούμε να αναπτύξουμε μια συνεκτική κατανόηση της έννοιας και να αναγνωρίσουμε τη σημασία της αντικειμενικής ανάλυσης και κριτικής σκέψης. (Λεοντίου, 2013, σσ. 45).

1.3 Ιστορική αναδρομή της προπαγάνδας

Στην έκφραση που λαμβάνει στις μέρες μας, ο όρος "προπαγάνδα" συχνά φέρει μια αρνητική χροιά που συνδέεται με την εσκεμμένη διάδοση παραπλανητικών πληροφοριών με στόχο την παραμόρφωση της αλήθειας. Ένας σημαντικός παράγοντας για αυτή την αρνητική εικόνα είναι το Υπουργείο Προπαγάνδας του Ναζιστικού καθεστώτος στη Γερμανία, με τον Josef Goebbels, Υπουργό Προπαγάνδας, να συνδέεται άμεσα με τη χρήση της προπαγάνδας για την προώθηση της ναζιστικής ιδεολογίας. Ο Goebbels επιδίωκε να κερδίσει την εμπιστοσύνη του κοινού με σκοπό να εμφυσήσει αμετάκλητα τις ιδέες του, απορρίπτοντας την ανάγκη για αποδείξεις δίνοντας έμφαση στη συχνή και δυνατή επανάληψη των μηνυμάτων του. Ο Goebbels χρησιμοποίησε τα μέσα ενημέρωσης και τις μαζικές συγκεντρώσεις για να διαδώσει την ναζιστική ιδεολογία, ενώ πολιτιστικές και επιβλητικές δομές εξασφάλιζαν την ιδεολογική συμμόρφωση, καθαρίζοντας τις βιβλιοθήκες από "ανατρεπτικά" έργα και περιορίζοντας την πνευματική ζωή στη Γερμανία. Το ραδιόφωνο αναδείχθηκε σε ένα "άνευ όρων" μέσο για την προπαγάνδα, με τη Ναζιστική Γερμανία να καθιερώνει ένα εκτενές δίκτυο προπαγανδιστικών εκπομπών παγκοσμίως. Ανταποκρινόμενες στη ναζιστική απειλή, οι Συμμαχικές Δυνάμεις υιοθέτησαν παρόμοιες προπαγανδιστικές μεθόδους. Το BBC προσάρμοσε το πρόγραμμά του περιλαμβάνοντας γερμανικές εκπομπές προσανατολισμένες στην καταπολέμηση της ναζιστικής προπαγάνδας, ενώ οι ΗΠΑ δημιούργησαν το Office of War Information (OWI) για την παραγωγή προπαγάνδας που στόχευε τόσο το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό κοινό. Η

προπαγάνδα, ως εργαλείο, μπορεί να εξυπηρετήσει διάφορους σκοπούς, από την ενίσχυση της εθνικής ηθικής μέχρι την προώθηση πολιτικών ή ιδεολογικών στόχων. Η αποτελεσματικότητα της προπαγάνδας εξαρτάται σημαντικά από την ικανότητά της να πείθει και να επηρεάζει το κοινό, χρησιμοποιώντας τόσο την αλήθεια όσο και την παραπληροφόρηση. Η ιστορία της εποχής της προπαγάνδας κατά τη διάρκεια του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου αποτελεί ένα παράδειγμα της ισχύος της επικοινωνίας και της πληροφόρησης ως μέσα πολέμου. (Λεοντίου, 2013, σσ. 47).

Παρ' όλα αυτά, το ζενίθ της σύγχρονης διεθνούς προπαγάνδας εκτυλίχθηκε κατά την περίοδο του Ψυχρού Πολέμου. Οι δύο αντίπαλες υπερδυνάμεις, εξοπλισμένες με τεχνολογικά προηγμένες μεθόδους επικοινωνίας, ενέδωσαν σε μια ιδεολογική μονομαχία, προκαλώντας έναν ιδεολογικό παγκόσμιο πόλεμο. Μετά την ολοκλήρωση του Δεύτερου Παγκοσμίου Πολέμου, οι Ηνωμένες Πολιτείες διατήρησαν και διεύρυναν τους προπαγανδιστικούς μηχανισμούς τους. Η εκλογή του Dwight Eisenhower ως Πρόεδρου των Η.Π.Α. το 1952 σηματοδότησε ένα κρίσιμο σημείο. Αφενός, ο Eisenhower, πρώην αρχηγός των Συμμαχικών Δυνάμεων κατά την περίοδο του πολέμου, γνωρίζοντας από πρώτο χέρι τις φρικαλεότητες του πολέμου, επιδίωξε με κάθε κόστος να αποφύγει οποιαδήποτε στρατιωτική σύγκρουση με τη Σοβιετική Ένωση που θα οδηγούσε σε πυρηνική καταστροφή. Αφετέρου, ήταν ένθερμος αντικομμουνιστής, αποφασισμένος να περιορίσει –ή ακόμη και να εξαλείψει– την σοβιετική επιρροή σε παγκόσμια κλίμακα. Η διοικητική του στρατηγική είχε ως στόχο την εκκίνηση της πρώτης ειρηνικής διεθνούς προπαγανδιστικής και ψυχολογικής πολεμικής εκστρατείας. Ο Eisenhower, με ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην κοινωνική ψυχολογία, ισχυριζόταν ότι τα επικοινωνιακά εργαλεία θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για την ανατροπή των Σοβιετικών χωρίς την ανάγκη στρατιωτικής σύγκρουσης. Ειδικότερα, καθώς οι Ηνωμένες Πολιτείες είχαν εξέλθει ως η κυρίαρχη παγκόσμια δύναμη από τον πόλεμο, επιδίωκαν να διευρύνουν την οικονομική και στρατιωτική τους επιρροή παγκοσμίως. Σε αυτό το πλαίσιο, οι ιδέες για τον «σοβιετικό επεκτατισμό» και την «κομμουνιστική υπονόμευση» χρησιμοποιήθηκαν ως βολικές δικαιολογίες για την ανάπτυξη στρατιωτικών δυνάμεων, πολλές φορές κατά τη διάρκεια της μεταπολεμικής περιόδου, στη Νοτιοανατολική Ασία (Κορέα, Βιετνάμ), στοχεύοντας στην επέκταση της δυτικής επιρροής και στην αντιμετώπιση της σοβιετικής απειλής μέσω ιδεολογικής και προπαγανδιστικής κυριαρχίας στη Μέση

Ανατολή και στη Λατινική Αμερική. Η πολιτική αυτή των Η.Π.Α. προκάλεσε αναμφίβολα μία αντίδραση από την Σοβιετική Ένωση, η οποία ανέπτυξε επίσης μία πληθώρα προπαγανδιστικών τεχνικών και μέσων. Η Σοβιετική προπαγάνδα επικεντρώθηκε στην προβολή του κομμουνισμού ως της μοναδικής ιδεολογίας που μπορούσε να εξασφαλίσει την κοινωνική δικαιοσύνη και την ισότητα, παρουσιάζοντας ταυτόχρονα τον καπιταλισμό ως την αιτία της καταπίεσης και της ανισότητας στον κόσμο. Παράλληλα, η Σοβιετική Ένωση επένδυσε σημαντικά στην ανάπτυξη τεχνολογιών μαζικής επικοινωνίας, όπως ο ραδιοφωνικός σταθμός Radio Moscow, που εκπέμπει σε πολλές γλώσσες και στοχεύει να φτάσει σε ακροατές σε όλο τον κόσμο, προωθώντας το σοβιετικό μήνυμα. Επιπλέον, η Σοβιετική Ένωση χρησιμοποίησε διάφορες μορφές πολιτιστικής διπλωματίας, όπως η διεθνής διάδοση του σοβιετικού κινηματογράφου, η διοργάνωση εκθέσεων και η αποστολή καλλιτεχνικών και αθλητικών ομάδων σε διεθνείς εκδηλώσεις, με σκοπό την προβολή των επιτευγμάτων του σοβιετικού συστήματος. Η χρήση της προπαγάνδας από τις δύο υπερδυνάμεις κατά τη διάρκεια του Ψυχρού Πολέμου υπήρξε το αποτέλεσμα την ενίσχυση των ιδεολογικών διαφορών και την περαιτέρω πόλωση του διεθνούς συστήματος. Η επιτυχία της προπαγάνδας σε αυτό το πλαίσιο δεν μετράται μόνο σε όρους της άμεσης επιρροής της στη δημόσια γνώμη ή στην αλλαγή πολιτικών στάσεων, αλλά και στην ικανότητα των υπερδυνάμεων να διαμορφώνουν την διεθνή ατζέντα, να επηρεάζουν τις περιφερειακές συγκρούσεις και να συγκροτούν συμμαχίες βάσει ιδεολογικών κριτηρίων. Τελικά, με την πτώση της Σοβιετικής Ένωσης περίπου το 1991, ο Ψυχρός Πόλεμος και η εποχή της έντονης ιδεολογικής αντιπαράθεσης έφτασαν στο τέλος τους, ανοίγοντας τον δρόμο για μια νέα διεθνή τάξη, όπου οι παγκόσμιες προκλήσεις απαιτούν περισσότερο συνεργατικές προσεγγίσεις αντί για ιδεολογικές αντιπαράθεσεις. (Λεοντίου, 2013, σσ. 48).

1.4 Πειθώ και προπαγάνδα

Ο κύριος στόχος της προπαγάνδας είναι να κατευθύνει τους ακροατές προς μια συγκεκριμένη πορεία δράσης. Πολλοί ορισμοί της "προπαγάνδας" υπογραμμίζουν ότι ο βασικός της στόχος είναι να επηρεάσει τις πεποιθήσεις των ακροατών ή να τους πείσει να αποδεχθούν μια πληροφορία ως αληθινή ή ψευδή. Αν και αυτοί οι στόχοι αποτελούν μέρος της προπαγάνδας, είναι δευτερεύοντες σε σχέση με τον τελικό στόχο, ο οποίος είναι πάντα (σε πρακτικό επίπεδο) να πείσει τους ακροατές να προχωρήσουν ή όχι σε μια συγκεκριμένη δράση. Σε έναν διάλογο πειθούς, ο στόχος του ομιλητή είναι να

χρησιμοποιήσει τις αμφιβολίες του ακροατή ως προϋποθέσεις για να τον πείσει να συγκεντρωθεί σε μια συγκεκριμένη πρόταση που είχε προηγουμένως αμφιβολίες για την αποδοχή της. Σύμφωνα με την περιγραφή των Jowett και O'Donnell (1986, σ. 24), η πειθώ, όταν είναι επιτυχής, προκαλεί την αντίδραση "Ποτέ δεν το είχα δει έτσι πριν". Αυτή η διαδικασία πείθοντας έναν ακροατή να αποδεχθεί μια συγκεκριμένη πρόταση ως αληθινή συνδέεται με τον τρόπο που χρησιμοποιείται ευρέως η προπαγάνδα. Επομένως, αρκετοί συμπεραίνουν ότι η προπαγάνδα μπορεί να οριστεί ουσιαστικά ως ένας τύπος διαλόγου με κύρια χαρακτηριστικό την πειθώ. (Walton,, 1997, σσ. 394)

Ωστόσο, ο στόχος της προπαγάνδας δεν είναι απλώς να εξασφαλίσει τη συγκατάθεση του ακροατή σε μια πρόταση, πείθοντάς τον ότι είναι αληθινή. Ο πραγματικός στόχος της προπαγάνδας είναι να πείσει τον ακροατή να δράσει, να υιοθετήσει μια συγκεκριμένη πορεία δράσης ή να στηρίξει μια συγκεκριμένη πολιτική. Η απλή επίτευξη συγκατάθεσης σε μια πρόταση δεν είναι αρκετή για να καταστήσει επιτυχημένη την προπαγάνδα. Είτε ένα κοινό πιστεύει πραγματικά σε μια συγκεκριμένη άποψη είτε όχι, είτε την αποδέχεται ως αληθινή, ο στόχος της προπαγάνδας είναι να τους πείσει να την ακολουθήσουν με μια πρακτική ενέργεια. (Walton,, 1997, σσ. 395)

1.5 Παραπλάνηση και προπαγάνδα

Η παραπλάνηση μέσω της παράλειψης περιλαμβάνει την απόκρυψη πληροφοριών με σκοπό την ενίσχυση της πειστικότητας ενός συγκεκριμένου μηνύματος. Αυτή η τακτική θεωρείται παραπλανητική γιατί οι εμπλεκόμενοι γνωρίζουν ότι οι άνθρωποι θα ήταν λιγότερο πιθανό να πειστούν αν γνώριζαν την πλήρη αλήθεια. Η προπαγάνδα μπορεί επίσης να είναι παραπλανητική λόγω παράλειψης πληροφοριών. Για παράδειγμα, ο Miller (1994) ερευνούσε την περίπτωση της ραδιοφωνικής υπηρεσίας του Λονδίνου (LRS), η οποία δημιουργήθηκε από το Βρετανικό Υπουργείο Εξωτερικών για να παρέχει στα μέσα ενημέρωσης πληροφορίες που υποστήριζαν τους στόχους της βρετανικής τότε κυβέρνησης. Η παραπλάνηση έγκειτο στο γεγονός ότι πολλά από τα μέσα που δέχθηκαν αναφορές από τη LRS είτε δεν γνώριζαν την προέλευση των πληροφοριών είτε δεν μπόρεσαν να προσδιορίσουν με ακρίβεια την προέλευση τους. Η συγκεκριμένη παραπλάνηση μέσω παράλειψης πληροφοριών ήταν εσκεμμένη από την πλευρά της βρετανικής κυβέρνησης. Επιπλέον, η εξαπάτηση σχετικά με τις πηγές

έχει γίνει ευκολότερη στα χρόνια του διαδικτύου, όπου οι ψεύτικες διαδικτυακές ταυτότητες συγκαλύπτουν τα κεκτημένα συμφέροντα των πολιτικών συμφερόντων και όχι μόνο. (Bakir, & Herring, & Miller, & Robinson, 2019, σσ. 322)

1.6 Μορφές προπαγάνδας στο διαδίκτυο

Στην εποχή των μέσων μαζικής ενημέρωσης, το μέγεθος, η ισχύς και ο πολλαπλασιασμός της παραπληροφόρησης έχει ενισχυθεί με όλο και πιο περίπλοκες πρακτικές να αναδύονται ως μηχανισμοί ελέγχου μέσα από τις πλατφόρμες και περιορισμούς από έξω. Η αυξημένη υιοθέτηση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει χρησιμεύσει μόνο στην εκθετική αύξηση των μορφών με τις οποίες ασκείται η δύναμη της παραπληροφόρησης και της έντασης αυτής της δύναμης. Η παραπληροφόρηση μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει αποδειχθεί βασικός παράγοντας στις πρόσφατες εκλογές σε ολόκληρη τη Δύση, συμπεριλαμβανομένων των προεδρικών εκλογών στις ΗΠΑ το 2016 (Pierrri et al., 2020). Επίσης το 2019, μια πεντάμηνη εκστρατεία παραπληροφόρησης βασισμένης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σάρωσε ολόκληρη την Ιταλία πριν από τις ευρωπαϊκές κοινοβουλευτικές εκλογές (Pierrri et al., 2020), για να μην πω τίποτα για την πανδημία COVID-19 και την άνοδο του αντικυνηγοί». (Newman, 2021, σσ 50)

Συνολικά, μόνο ένα άρθρο (Silverman, 2011) έχει αναφερθεί στη διάκριση μεταξύ γκρίζας, λευκής και μαύρης προπαγάνδας. Ως εκ τούτου, οι ερευνητές της συγκεκριμένης έρευνας βασίζονται στη δική τους κατηγοριοποίηση. Η μαύρη προπαγάνδα περιλαμβάνει αναληθή στοιχεία (ψευδείς πληροφορίες), αυθεντική πηγή (κρυφή προέλευση), αδικαιολόγητη επιλεκτικότητα (μισές αλήθειες), τα οποία συνδυάζονται όλα ως κριτήρια για ψευδή και ανήθικη επικοινωνία. Κανένα από τα άρθρα δεν εξέτασε ειδικά τη μαύρη προπαγάνδα. Δύο μελέτες επικεντρώθηκαν στη γκρίζα προπαγάνδα, η οποία χαρακτηρίζεται από αναληθείς πληροφορίες: Ο Brown (2009) διερεύνησε την δημιουργία της λευκής προπαγάνδας, η οποία περιλάμβανε κραυγαλέα ψέματα για τον αφροαμερικανικό πληθυσμό, αν και η πηγή της προπαγάνδας ήταν ορατή. Ο Badar (2016) περιέγραψε πώς το λεγόμενο Ισλαμικό Κράτος διέδωσε ψέματα για τους Σιίτες, κατηγορώντας ότι παραποιούν τις ισλαμικές τους πεποιθήσεις για να προκαλέσουν ταραχές στην ισλαμική κοινότητα. (Lock, & Ludolph, 2020, σσ. 114)

Όλα τα υπόλοιπα άρθρα αφορούν τη λευκή προπαγάνδα, η οποία προέρχεται από μια αναγνωρισμένη πηγή και συνήθως χρησιμοποιεί ακριβείς πληροφορίες. Ωστόσο, αυτές οι πληροφορίες μπορεί να είναι επιλεκτικές (άδικες ή να παρουσιάζουν μια μονόπλευρα). Επομένως, στο ψηφιακό περιβάλλον, είναι εμφανές ότι οι προπαγανδιστές δεν προσπαθούν να αποκρύψουν την ταυτότητά τους, και η λευκή προπαγάνδα διαδίδεται από μια ορατή πηγή χρησιμοποιώντας κυρίως αληθινές πληροφορίες, αλλά με πιθανή επιλεκτική ή παραπλανητική παρουσίαση. (Lock, & Ludolph, 2020, σσ. 114)

1.7 Τα MME ως εργαλείο προπαγάνδας

Η προπαγάνδα στα MME δεν περιορίζεται μόνο στις αναπτυγμένες χώρες. Συμπεριλαμβάνει επίσης και ενδοκρατικά κράτη. Σε ορισμένες περιπτώσεις, ο προπαγανδιστής μπορεί να χρησιμοποιήσει ψευδείς πληροφορίες ή να καταφύγει στη χρήση πλαστών εγγράφων και περιστατικών. Για παράδειγμα, ο Χίτλερ εκμεταλλεύτηκε τη φανταστική ιστορία ότι οι Εβραίοι σχεδίαζαν μια διεθνή συνωμοσία για να κυβερνήσουν τον κόσμο, παρουσιάζοντας ως απόδειξη το περίφημο "Πρωτόκολλο των Σοφών της Σιών" (Palmer & Howard, 6). Ένα ακόμη παράδειγμα, ο Μπέντζαμιν Φράνκλιν πλαστογράφησε επιστολές για να κερδίσει στήριξη για την αμερικανική επανάσταση, παρουσιάζοντας τους Βρετανούς ως υποστηρικτές της σφαγής αποίκων από τους Ινδούς (Palmer & Howard, 6). Αυτή η προπαγανδιστική μέθοδος χαρακτηρίζεται ως προσεκτική επιλογή ή δημιουργία εικόνων από τον Afolabi (3) και ως ψυχολογικός πόλεμος από τον John (2), προκειμένου να επιτευχθούν στρατηγικοί στόχοι. Το 2003, οι Ηνωμένες Πολιτείες χρησιμοποίησαν ανάλογες τεχνικές στο κατεχόμενο Ιράκ. (Amila, 2020, σσ. 177)

Υπάρχουν πολλές θεωρητικές προσεγγίσεις που εξετάζουν τα MME ως ένα εργαλείο προπαγάνδας τα οποία χρησιμοποιούνται από τα κράτη για να προωθήσουν τους εθνικούς τους σκοπούς. Κατά αυτήν την προσέγγιση τα κράτη αποτελούν υποσυστήματα εντός αυτού. Αυτό σημαίνει ότι ό,τι επηρεάζει ένα υποσύστημα μπορεί να έχει άμεσες ή έμμεσες επιπτώσεις σε ολόκληρο το σύστημα. Η ορθή λειτουργία του γενικού συστήματος εξαρτάται από την αμοιβαία και συντονισμένη λειτουργία των υποσυστημάτων του. (Amila, 2020, σσ. 178)

1.8 Δημοσιογραφία και προπαγάνδα στα ΜΜΕ

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν μετασηματίσει τη δημοσιογραφία. Η συμμετοχή των χρηστών σε αληθινό χρόνο έχει αυξήσει το περιεχόμενο που δημιουργείται από το κοινό, ενώ ακόμα και οι δημοσιογραφικές πρακτικές όπως η επαλήθευση, μπορούν πλέον να δωθούν σε περισσότερα από 1 άτομα λόγω του όγκου. Παρόλο που η επαλήθευση αποτελεί θεμέλιο της δημοσιογραφίας, οι μέθοδοι επαλήθευσης περιεχομένου και πηγών χρειάζονται συνεχή ανανέωση για να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των ταχέως εξελισσόμενων ψηφιακών τεχνολογιών. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια της Αραβικής Αυτοκρατορίας, η έννοια της «επαλήθευσης» η οποία είναι μια διαδικασία δημόσιας, συνεργατικής επαλήθευσης σε πραγματικό χρόνο άρχισε να αναδεικνύεται. Ωστόσο, αυτή η διαδικασία παραμένει αμφιλεγόμενη λόγω των κινδύνων που σχετίζονται με τη διάδοση παραπληροφόρησης καθώς η επαλήθευση των πληροφοριών γίνεται σε δημόσια φόρουμ (π.χ. μία δημοσιογράφος κοινοποιεί μη επαληθευμένες πληροφορίες για να εμπλέξει άλλους χρήστες στη διαδικασία επαλήθευσης). (Ireton,& Posetti, 2021, σσ, 130)

Σήμερα, οι αυτόπτες μάρτυρες και το περιεχόμενο αποτελούν σημαντικά εργαλεία για τους δημοσιογράφους και τα ειδησεογραφικά, προκειμένου να γράψουν ιστορίες με υψηλή απήχηση. Σε περιστατικά έκτακτων ειδήσεων, η ταχύτητα είναι σημαντική για την επαλήθευση των πληροφοριών από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι δημοσιογράφοι οφείλουν να είναι ικανοί να διαχειριστούν μεγάλες ποσότητες πληροφοριών ώστε να εντοπίσουν αξιόλογες πηγές, πληροφορίες και φωτογραφίες. Η ραγδαία αύξηση του οπτικού περιεχομένου (φωτογραφίες, βίντεο κα) που αναρτάται στις κοινωνικές πλατφόρμες οφείλεται σε τρεις κύριους παράγοντες:

- Την δημιουργία τηλεφώνων με κάμερες σε όλο τον κόσμο.
- Την αυξημένη πρόσβαση σε φθηνά δεδομένα κινητής τηλεφωνίας.
- Την άνοδο των παγκόσμιων μέσων κοινωνικής δικτύωσης. (Ireton,& Posetti, 2021, σσ, 130)

Η θεωρία της πλαισίωσης στα ΜΜΕ μπορεί να βοηθήσει στην κατανόηση του πώς διαμορφώνονται οι απόψεις των χρηστών μέσω της επιλογής και παρουσίασης των ειδήσεων. Σύμφωνα με τη θεωρία, τα ΜΜΕ δεν είναι απλώς παθητικοί διανομείς ειδήσεων, αλλά ενεργοί χρήστες που επιλέγουν ποιες πτυχές μιας ιστορίας να τονίσουν

και πώς αυτές θα παρουσιάσουν. Με αυτόν τον τρόπο, τα MME μπορούν να επηρεάσουν την αντίληψη του κοινού με άμεσο τρόπο για τα γεγονότα και τα θέματα της επικαιρότητας, πλαισιώνοντας τα με συγκεκριμένο τρόπο. (Πουλακιδάκος, 2013, σσ. 6)

Κεφάλαιο 2: Οι ψευδείς ειδήσεις (fake news) και τα είδη τους

2.1 Ορισμός ψευδών ειδήσεων

Δεν υπάρχει μια ενιαία, παγκοσμίως αποδεκτή διατύπωση για την αναγνώριση του φαινομένου της διασποράς λανθασμένων πληροφοριών. Ένας γενικός και συνοπτικός ορισμός θα μπορούσε να αναφέρει την σκόπιμη παραγωγή και διάδοση ανακριβών δεδομένων με στόχο την επίτευξη κάποιας μορφής οφέλους, είτε αυτό είναι οικονομικό είτε κάποιο άλλο. (Δαμουλάκης, 2020, σσ. 14)

Ο Nielsen και οι συνεργάτες του, το 2017 επισημαίνουν ότι υπάρχει μια κλίση από το κοινό να συγχέει ή να ερμηνεύει εσφαλμένα τις λανθασμένες πληροφορίες με άλλες δημοσιογραφικές πρακτικές ή έννοιες, όπως είναι η επιφανειακή δημοσιογραφία ή η δημοσιογραφία χαμηλής ποιότητας, η σάτιρα, ή ειδικές μορφές διαφήμισης. (Δαμουλάκης, 2020, σσ. 14)

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, μέσα από ένα εργασιακό κείμενο μιας ανεξάρτητης ομάδας εμπειρογνομώνων, συνιστά την αποφυγή της χρήσης του όρου «ψευδείς ειδήσεις» λόγω της ανεπάρκειας και της παραπλανητικής φύσης του, προτείνοντας αντ' αυτού τη χρήση του όρου «παραπληροφόρηση», ο οποίος αναφέρεται σε πληροφορίες που είναι εσφαλμένες ή ανακριβείς και έχουν σκοπίμως δημιουργηθεί και διαδοθεί για να προκαλέσουν βλάβη ή για να αποκομίσουν κέρδη. (Δαμουλάκης, 2020, σσ. 14)

Ο Gelfert το 2018 χαρακτηρίζει τις λανθασμένες πληροφορίες ως μορφή παραπληροφόρησης, περιγράφοντας το φαινόμενο ως την εσκεμμένη παρουσίαση αναληθών ή παραπλανητικών πληροφοριών σε μορφή ειδήσεων, με σκοπό τη δόλια χρήση τους. (Δαμουλάκης, 2020, σσ. 14)

Ο Barclay, το 2018, παρέχει έναν από τους πλέον ευρείς ορισμούς, αναφέροντας τις λανθασμένες πληροφορίες ως κάθε εσκεμμένη διάδοση, παραποιημένων δεδομένων, που παρουσιάζονται ως γεγονότα. (Δαμουλάκης, 2020, σσ. 14)

Από την άλλη πλευρά, ο Silverman το 2016, ορίζει τον όρο ως πλήρως αναληθείς πληροφορίες που έχουν δημιουργηθεί για την απόκτηση οικονομικού κέρδους, περιλαμβάνοντας άρθρα και ειδήσεις που βασίζονται σε προκλητικούς τίτλους αλλά υστερούν από ποιότητα ή ακρίβεια, μια πρακτική γνωστή ως clickbait. (Δαμουλάκης, 2020, σσ. 14)

Η ανίχνευση ψευδών ειδήσεων έχει γίνει πρόσφατα αντικείμενο αυξανόμενου ενδιαφέροντος από το ευρύ κοινό και τους ερευνητές, λόγω της αυξημένης κυκλοφορίας παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο, ιδιαίτερα μέσω κοινωνικών δικτύων, ειδησεογραφικών ιστολογίων και διαδικτυακών εφημερίδων. Για παράδειγμα, μια πρόσφατη έκθεση από το Jumpshot Tech Blog αποκάλυψε ότι οι παραπομπές από το Facebook αντιστοιχούσαν στο 50% της συνολικής επισκεψιμότητας σε ιστότοπους ψευδών ειδήσεων και στο 20% της επισκεψιμότητας σε αξιόπιστους ιστότοπους. Καθώς το 62% των ενηλίκων στις ΗΠΑ λαμβάνουν ειδήσεις από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Τζέφρι και Ελίζα, 2016), η δυνατότητα εντοπισμού ψεύτικου περιεχομένου σε διαδικτυακές πηγές είναι κρίσιμη.

Μέχρι στιγμής, οι υπολογιστικές μέθοδοι για την ανίχνευση ψεύτικων ειδήσεων στηρίζονται σε πηγές σατιρικών ειδήσεων όπως το «The Onion» και σε ιστότοπους ελέγχου γεγονότων όπως το «PolitiFact» και το «Snopes». Ωστόσο, η χρήση αυτών των πηγών παρουσιάζει αρκετές προκλήσεις και πιθανά μειονεκτήματα. Για παράδειγμα, η χρήση σατιρικού περιεχομένου μπορεί να προκαλέσει συγχύσεις λόγω του χιούμορ και του παραλογισμού. Αυτό ισχύει ειδικά για σατιρικές ειδήσεις από το «The Onion», που έχει χρησιμοποιηθεί σε μελέτες για το χιούμορ (Mihalcea και Strapparava, 2005) και την ειρωνεία (Wallace, 2015). Από την άλλη πλευρά, οι ιστότοποι ελέγχου γεγονότων συνήθως επικεντρώνονται σε συγκεκριμένους τομείς, όπως η πολιτική, και απαιτούν εξειδίκευση, γεγονός που δυσκολεύει τη δημιουργία συνόλων δεδομένων που μπορούν να γενικευτούν σε πολλούς διαφορετικούς τομείς. (Pérez-Rosas, 2017, σσ. 39)

2.2 Η ιστορία των Fake News

Οι ψευδείς ειδήσεις δεν αποτελούν νέο φαινόμενο. Αν και τα Fake News εμφανίστηκαν συχνά στα πρωτοσέλιδα κατά τη διάρκεια των εκλογών στις ΗΠΑ το 2016, η προέλευσή τους πηγαίνει πίσω στον χρόνο, πριν ακόμα και από την εφεύρεση της τυπογραφίας. Οι φήμες και τα Fake News πιθανώς υπάρχουν από την εποχή που οι

άνθρωποι άρχισαν να ζουν σε κοινότητες. Πριν την εφεύρεση της τυπογραφίας, οι ειδήσεις μεταδίδονταν κυρίως από στόμα σε στόμα και από άτομο σε άτομο. Η δυνατότητα να επηρεάζεις την πληροφόρηση των ανθρώπων αποτελεί πλεονέκτημα που εκτιμάται εδώ και αιώνες. Μορφές γραφής σε υλικά όπως πέτρα, πηλός και πάπυρος εμφανίστηκαν χιλιάδες χρόνια πριν. Οι πληροφορίες που περιλαμβάνονταν σε αυτά τα γραπτά περιορίζονταν συνήθως στους ηγέτες της κοινωνίας (αυτοκράτορες, φαραώ, Ίνκας, θρησκευτικούς και στρατιωτικούς ηγέτες κ.λπ.). Ο έλεγχος των πληροφοριών παρείχε σε ορισμένους ανθρώπους εξουσία έναντι άλλων και πιθανόν συνέβαλε στη διαμόρφωση των περισσότερων ιεραρχικών πολιτισμών που γνωρίζουμε σήμερα. Η γνώση είναι δύναμη. Εκείνοι που έλεγχαν τη γνώση, τις πληροφορίες και τα μέσα διάδοσής τους έγιναν αρχηγοί ομάδων, αποκτώντας προνόμια που οι υπόλοιποι στην ομάδα δεν είχαν. Σε πολλές κοινωνίες, τα απομεινάρια των προνομίων της ηγεσίας παραμένουν, όπως πυραμίδες, κάστρα, πολυτελή οικιακά είδη και άλλα. (Burkhardt, 2017, σσ. 5)

Τον 6^ο αιώνα μ.Χ., ο Προκόπιος της Καισάρειας (500–περίπου 554 μ.Χ.), ο μεγαλύτερος ιστορικός του Βυζαντίου, χρησιμοποίησε ψευδείς ειδήσεις για να δυσφημήσει τον αυτοκράτορα Ιουστινιανό. Παρόλο που ο Προκόπιος υποστήριξε τον Ιουστινιανό κατά τη διάρκεια της ζωής του, μετά τον θάνατο του αυτοκράτορα δημοσίευσε ένα βιβλίο με τίτλο "Μυστική Ιστορία", όπου απαξίωνε τον αυτοκράτορα και τη σύζυγό του. Καθώς ο Ιουστινιανός ήταν ήδη νεκρός, δεν υπήρχε κίνδυνος αντιποίνων, ανακρίσεων ή ερευνών. Επειδή ο νέος αυτοκράτορας δεν ευνοούσε τον Ιουστινιανό, είναι πιθανό ότι ο Προκόπιος είχε κίνητρο να αποστασιοποιηθεί από την σκέπη του Ιουστινιανού, χρησιμοποιώντας ιστορίες (συχνά άγριες και ανεπιβεβαίωτες) για να το πετύχει. . (Burkhardt, 2017, σσ. 5)

Καθώς τα ποσοστά της μάθησης αλφαβήτου αυξήθηκαν, η εκτύπωση και η πώληση πληροφοριών έγιναν τελικά οικονομικά βιώσιμες. Αυτό κατέστησε την ικανότητα να γράφει κανείς πειστικά και αξιόπιστα για ένα θέμα μια πολύ καλή δεξιότητα. Οι ηγέτες πάντα επιδίωκαν να έχουν έξυπνους και ταλαντούχους συγγραφείς ως υπαλλήλους τους και να ελέγχουν τις πληροφορίες που παράγονταν από αυτούς. Οι έντυπες πληροφορίες έγιναν διαθέσιμες σε διάφορες μορφές και από διαφορετικές πηγές. Βιβλία, εφημερίδες, πλατφόρμες και κινούμενα σχέδια δημιουργούνταν συχνά από συγγραφείς που είχαν οικονομικά κυρίως κίνητρα. Μερικοί πληρώνονταν από έναν εκδότη για να παρέχουν αληθής ειδήσεις. Άλλοι όμως φαίνεται πως πληρώνονταν για

να γράφουν πληροφορίες προς όφελος των εργοδοτών τους. . (Burkhardt, 2017, σσ. 6)

2.3 Χαρακτηριστικά ψευδών ειδήσεων

Σύμφωνα με διάφορους ερευνητές του φαινομένου των ψευδών ειδήσεων, όπως Allcott & Gentzkow, Bakir & McStay, Horne & Adali, Lazer et al., McNair, Mustafaraj & Metaxas, και Tandoc, Lim & Ling, τρία κύρια χαρακτηριστικά διακρίνουν τις ψευδείς ειδήσεις από άλλες μορφές ανακρίβειας στα μέσα ενημέρωσης: χαμηλό επίπεδο ακρίβειας, πρόθεση εξαπάτησης, και δημοσιογραφική παρουσίαση. Οι ψευδείς ειδήσεις συνδυάζουν συχνά παντελώς ανακριβείς πληροφορίες με στοιχεία αληθείας και παρουσιάζονται με τρόπο που μιμείται την πραγματική δημοσιογραφία, προσπαθώντας να πείσουν το κοινό για την αλήθεια των ψεμάτων τους. Η ορολογία περί "ψευδών ειδήσεων" έχει τεθεί υπό αμφισβήτηση, με πολλούς ειδικούς να προτιμούν τον όρο "παραπληροφόρηση" για να περιγράψουν πιο ακριβώς την πολυπλοκότητα του ζητήματος. (Ζαφειρόπουλος, & Δέτσιος, 2023, σσ. 20)

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, για παράδειγμα, αποφεύγει τον όρο "fake news", προτιμώντας να περιγράψει την παραπληροφόρηση ως τη διάδοση εσκεμμένα ψευδών ή παραπλανητικών πληροφοριών με σκοπό το κέρδος ή τη ζημία του κοινού συμφέροντος. Η διάκριση μεταξύ misinformation (ανακριβής πληροφόρηση) και disinformation (παραπλανητική πληροφόρηση) είναι σημαντική, καθώς η πρώτη αναφέρεται στη διάδοση ψευδών πληροφοριών χωρίς την πρόθεση εξαπάτησης, ενώ η δεύτερη περιλαμβάνει σκόπιμη προσπάθεια να παραπλανηθεί το κοινό. Επίσης, υπάρχει η πρόταση ότι ο όρος "fake news" θα πρέπει να χρησιμοποιείται μόνο όταν μια δημοσίευση συνδυάζει τα τρία βασικά χαρακτηριστικά: εσκεμμένη παραπλάνηση, χαμηλή ακρίβεια, και δημοσιογραφική μορφοποίηση, εντάσσοντας την έτσι στην ευρύτερη κατηγορία της παραπλανητικής πληροφόρησης. (Ζαφειρόπουλος, & Δέτσιος, 2023, σσ. 20)

Επειδή ο όρος "Fake News" εμφανίστηκε στην πολιτική και κοινωνική σκηνή μετά το 2016, ένα από τα κύρια προβλήματα που προέκυψε, ιδιαίτερα μετά τα πολιτικά γεγονότα του 2016, ήταν η σύγκρουση των διαφορετικών μορφών δημόσιας παραπληροφόρησης. Μελετητές των μέσων ενημέρωσης, λαογράφοι και κοινωνιολόγοι εδώ και καιρό αναλύουν φαινόμενα όπως τα κουτσομπολιά καθώς και

τις φήμες (βλ. Gelfert 2013). Το κουτσομπολιό, για παράδειγμα, διαδίδεται επιλεκτικά, ενώ οι φήμες είναι μη αληθή μηνύματα που διαδίδονται ευρέως για παγκόσμια ενδιαφέροντα (Bergmann 1993, σελ. 70). Οι φήμες μπορούν να μεταμορφωθούν σε αστικούς μύθους, οι οποίοι αποδίδονται ως πραγματικά γεγονότα από τις κύριες πηγές ειδήσεων καθώς πολλές φορές εμπλουτιζόμενοι σιγά-σιγά με περισσότερες λεπτομέρειες. Πώς πρέπει να αντιμετωπιστούν οι αστικοί μύθοι, αν και με βάση αξιόπιστες πηγές, θεωρούνται ως ψευδείς ειδήσεις; Όσων αφορά τις φάρσες; Οι φάρσες, παρά το ότι είναι κατασκευασμένες εσκεμμένα ως ψέματα που παρουσιάζονται ως αληθείς, συχνά στοχεύουν σε εντελώς διαφορετικούς σκοπούς και σε αντίθεση με τις ψευδείς ειδήσεις συνήθως προορίζονται να αποκαλυφθούν, ίσως για να δοκιμάσουν την αξιοπιστία μιας συγκεκριμένης ομάδας ανθρώπων. (Gelfert, 2018, σσ. 94)

2.4 Ταξινόμηση των ψευδών ειδήσεων βάσει του περιεχομένου και κινήτρων τους.

Ο όρος «ψευδείς ειδήσεις» φαίνεται να είναι απλός ενώ πραγματικά κρύβει μια πολυπλοκότητα. Πρώτον, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι οι ψευδείς ειδήσεις μπορεί να προέλθουν είτε από ένα λάθος του δημιουργού (παραπληροφόρηση) είτε να έχουν δημιουργηθεί σκόπιμα για να παραπλανήσουν (διαστρέβλωση), α) παρωδία που φαίνεται σαν είδηση, β) προπαγάνδα, γ) θεωρίες συνωμοσίας, δ) ψευδοεπιστήμη, ε) ιστορίες που προκαλούν την περιέργεια για να παρασύρουν τον αναγνώστη (clickbait), στ) «χορηγούμενο» περιεχόμενο, ζ) ιδεολογίες ή πεποιθήσεις που προωθούνται με μεροληπτικό τρόπο (οπαδισμός). Οι ψευδείς ειδήσεις μπορούν να καλύψουν οποιοδήποτε θέμα μπορεί να φανταστεί ο ανθρώπινος νους. Η παραπάνω καταγραφή παραμένει ενδεικτική. Επιπρόσθετα, οι λόγοι που οδηγούν κάποιον στη δημιουργία και διάδοση ψευδών ειδήσεων είναι ποικίλοι. Η απόκτηση κέρδους είναι ένας βασικός λόγος, με τη διάδοση ψευδών ειδήσεων να αποτελεί για πολλούς μια σημαντική πηγή εισοδήματος. Για παράδειγμα, στην περιοχή Veles, νεαροί δημιουργούν και διαδίδουν ψευδείς ειδήσεις μέσω διαδικτύου για κερδοσκοπικούς σκοπούς. Άλλοι τρόποι κέρδους περιλαμβάνουν το «χορηγούμενο περιεχόμενο», την προσέλκυση κοινού (traffic) και το clickbait. Πέρα από τον οικονομικό κίνητρο, η επιθυμία για πολιτική επιρροή και η διάδοση ιδεολογικών πεποιθήσεων αποτελούν άλλους σημαντικούς λόγους. Επιπλέον, η επιδίωξη προσωπικής δόξας, η εκδίκηση, και η απλή διασκέδαση είναι κίνητρα που έχουν παρατηρηθεί πίσω από την παραγωγή και διανομή ψευδών ειδήσεων. Η

αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων απαιτεί μια πολυδιάστατη προσέγγιση. Οι κυβερνήσεις και οι οργανισμοί πρέπει να εργαστούν από κοινού για τη δημιουργία και εφαρμογή νομοθεσίας που θα περιορίζει τη διάδοση ψευδών ειδήσεων χωρίς να παραβιάζει την ελευθερία του λόγου. Η εκπαίδευση και η ευαισθητοποίηση του κοινού αποτελούν κρίσιμα στοιχεία, καθώς οι καταναλωτές των ειδήσεων πρέπει να βρίσκονται σε κατάσταση ώστε να γνωρίζουν και να ερμηνεύουν κριτικά τις πηγές πληροφορίας. Τέλος, οι τεχνολογικές λύσεις, όπως τα συστήματα ανίχνευσης ψευδών ειδήσεων και οι αλγόριθμοι που προωθούν την αξιόπιστη πληροφόρηση, μπορούν να αποτελέσουν σημαντικά εργαλεία στην προσπάθεια καταπολέμησης της παραπληροφόρησης. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 21-23).

2.5 Ο δεσμός μεταξύ της διάδοσης ψευδών ειδήσεων και των κλασικών μέσων ενημέρωσης και της τηλεοπτικής μετάδοσης

Η ιστορία αποκαλύπτει ότι οι ψευδείς ειδήσεις υπήρχαν στην τηλεόραση καθώς και στα περισσότερο παλαιά μέσα ενημέρωσης όπως είναι οι εφημερίδες. Για δεκάδες χρόνια, τα παλαιότερα μέσα έχουν υποστεί σοβαρές καταγγελίες προπαγάνδας και προλήψεων. Κάποιοι όπως ο Cirino ανέφεραν εδώ και αρκετά χρόνια ότι τα περισσότερα μέσα ενημέρωσης φέρουν μεγάλες ευθύνες και προκαταλήψεις. Θεωρούνταν ότι τα ΜΜΕ, είτε άμεσα είτε έμμεσα, συνέβαλλαν στην υποστήριξη των συστημάτων που τα χρησιμοποιούν, τα οποία συχνά αποτελούνται από ισχυρές οικονομικές δυνάμεις. Πολλοί πιστεύουν ότι οι ιδιοκτήτες των μέσων επηρεάζουν τις ειδήσεις που φτάνουν στους θεατές. (ΒΟΥΛΙΣΤΙΩΤΗ & ΜΠΟΥΖΙΚΑΝΟΥ, 2020, σσ. 30)

Ένα παράδειγμα αυτού είναι το δημοψήφισμα που πραγματοποιήθηκε το 2015 στην Ελλάδα, σχετικά με τη συμφωνία μεταξύ της Τρόικας και της Ελλάδας για την οικονομική ενίσχυση. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης παρέστησαν ψευδώς ότι η νίκη του "ΟΧΙ" θα οδηγούσε στην έξοδο της χώρας από την Ευρωπαϊκή Ένωση και τη χρήση του ευρώ, ενώ προώθησαν έντονα την ψήφο "ΝΑΙ". Αυτό οδήγησε σε παρέμβαση του ΕΣΡ που ενθάρρυνε τα μέσα να παραμείνουν αντικειμενικά και να μεταδίδουν μόνο ακριβείς και αληθινές ειδήσεις. Μετά το δημοψήφισμα, το "ΟΧΙ" επικράτησε με 61,31%, ενώ το "ΝΑΙ" λάβει 38,69%. Ο διευθυντής του ΣΚΑΙ και δημοσιογράφοι από τα κανάλια MEGA και ANT1 τιμωρήθηκαν για αλλοίωση και παραποίηση ειδήσεων. Πολλές έρευνες έχουν δείξει ότι ο κόσμος εμπιστεύεται περισσότερο τα παραδοσιακά

μέσα ενημέρωσης σε σύγκριση με τα διαδικτυακά. . (BOYΛΙΣΤΙΩΤΗ & ΜΠΟΥΖΙΚΑΝΟΥ, 2020, σσ. 30)

2.6 Ψευδείς ειδήσεις στο διαδίκτυο

Με την εμφάνιση και ανάπτυξη τεχνολογικών εργαλείων και παράλληλα του διαδικτύου, παρατηρήθηκε αύξηση στη διάδοση αναληθών ειδήσεων. Ο όρος «fake news» εμφανίζεται αρκετά πρόσφατα στη συλλογική συνείδηση των ανθρώπων. Μελέτες του 2016 κατέγραψαν σημαντική αύξηση στην αναζήτηση του συγκεκριμένου όρου. Τα διαδικτυακά μέσα έχουν καθοριστικό ρόλο στην εξάπλωση των ψευδών ειδήσεων, καθώς πολλοί χρήστες μπορεί να ενεργούν παρανόμως με επιβλαβείς προθέσεις. Η ευκολία και η χαμηλή δαπάνη για τη δημιουργία λογαριασμών στο διαδίκτυο ενισχύει τις περιπτώσεις κατάχρησης αυτής της ελευθερίας.

Οι αυτοματοποιημένοι αλγόριθμοι, ή αλλιώς bots, που δημοσιεύουν ειδήσεις ή συμμετέχουν σε συζητήσεις, μπορούν εύκολα να χρησιμοποιηθούν για επιβλαβείς σκοπούς λόγω της απλότητας και της ανεξοδίαστης χρήσης τους. Πλατφόρμες όπως το Facebook, το Instagram και το YouTube συμβάλλουν στην άμεση διασπορά ειδήσεων, ειδικά κατά τη διάρκεια πολιτικών εκλογών. Πολλοί χρήστες αυτών των πλατφορμών μοιράζονται ειδήσεις και πληροφορίες σε μακροχρόνια βάση, με την ποιότητα των πληροφοριών να κρίνεται υψηλή. Η χρήση των κοινωνικών δικτύων διακρίνεται σε δύο κατηγορίες: 1) την ανταλλαγή μηνυμάτων μεταξύ των χρηστών και 2) την διάδοση πληροφοριών, δίνοντας τη δυνατότητα στους χρήστες να το πράττουν άμεσα με τον επιθυμητό τους τρόπο. (Μπουζικάνου, 2019, σσ. 31)

Οι ψευδείς ειδήσεις ταξιδεύουν μέσω των social media 6 φορές πιο γρήγορα από ότι σε οποιοδήποτε άλλο μέσο (Dizikes, 2018), τείνει να δημιουργήσει ένα πληροφοριακό σύστημα όπου η ανάλυση αξιόπιστων πηγών πληροφορίας είναι απαραίτητο. Αυτή είναι μια σημαντική πρόκληση για τη δημοκρατική δημόσια σφαίρα με το ερώτημα είναι εάν το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων θα περιοριστούν στο επόμενο διάστημα. Ένα μέσο για την έναρξη της βελτίωσης του τρέχοντος περιβάλλοντος πληροφοριών για μείωση της διάδοσης ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο είναι η δημιουργία ισχυρότερων μηχανισμών επαλήθευσης και αξιολόγησης της ακρίβειας των πληροφοριών. (Demertzis & Poulakidakos & Tsekeris, 2022, σσ. 3)

2.7 Ψευδείς ειδήσεις και κοινωνικά δίκτυα

Η ακαδημαϊκή κοινότητα και οι ειδικοί στα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης συμφωνούν επίσης ότι δεν υπάρχει μια γενικά αποδεκτή διατύπωση για τον ορισμό τους. Μάλιστα, αρκετοί αναφέρονται στα βασικά χαρακτηριστικά των κοινωνικών δικτύων αντί να προσπαθήσουν να τα περιγράψουν μέσω ενός περιορισμένου ορισμού. Αυτά τα δίκτυα παρέχουν ιστοσελίδες που διευκολύνουν τους χρήστες σε δραστηριότητες όπως η ανταλλαγή υλικού, η συμμετοχή σε κοινότητες και η δημιουργία περιεχομένου, μεταξύ άλλων. Σύμφωνα με τους Boyd και Ellison (2007), τα κοινωνικά δίκτυα είναι ιστοσελίδες που επιτρέπουν τη δημιουργία δημόσιων ή ημιδημόσιων προφίλων, την κατασκευή ενός δικτύου επαφών και την αναζήτηση στα δίκτυα αυτών των επαφών μέσα στην πλατφόρμα. Πολλά κοινωνικά δίκτυα απαιτούν αμοιβαία έγκριση για την επαφή, ενώ άλλα όχι, με τους χρήστες σε αυτές τις περιπτώσεις να αναφέρονται συχνά ως "Ακόλουθοι". Κύρια χαρακτηριστικά που συναντώνται στα περισσότερα δίκτυα περιλαμβάνουν την ανταλλαγή μηνυμάτων, τη δυνατότητα σχολιασμού σε δημοσιεύσεις και μια οργανωμένη λίστα επαφών με διάφορα επίπεδα πρόσβασης. (Δαμουλάκης, 2020, σσ.. 15)

Τα Social Media έχουν επαναστατήσει στον τρόπο που οι άνθρωποι έχουν πρόσβαση σε ειδήσεις και πληροφορίες, καθώς και τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνουν τις απόψεις τους. Μέσω της ανταλλαγής μηνυμάτων που δεν περιορίζονται από γεωγραφικά εμπόδια και της μείωσης του κόστους παραγωγής και κατανάλωσης πληροφοριών, τα Social Media έχουν επεκτείνει σημαντικά τη συμμετοχή στον πολιτικό διάλογο. Παρόλο που αυτό θα μπορούσε να ενισχύσει τις δημοκρατικές διαδικασίες, υπάρχουν αυξανόμενα σημάδια αρνητικών επιδράσεων που φθείρουν τις πληροφορίες με εκστρατείες παραπληροφόρησης και χειραγώγησης. (Pacheco, 2021, σσ. 455)

Ο Obar και ο Wildman (2015) επισημαίνουν τις διάφορες ιδιαιτερότητες που παρουσιάζουν τα κοινωνικά δίκτυα. Καταρχάς, αυτά αποτελούν εφαρμογές που λειτουργούν μέσω του διαδικτύου, το περιεχόμενό τους διαμορφώνεται ενεργά από τους χρήστες, οι οποίοι ή οι ομάδες τους δημιουργούν ειδικά προφίλ στο πλαίσιο των κοινωνικών δικτύων. Επιπλέον, αυτές οι εφαρμογές διευκολύνουν την αλληλεπίδραση μεταξύ ατόμων ή ομάδων μέσω αυτών των προφίλ. Ένα από τα κύρια γνωρίσματα τους είναι η γρήγορη ανάπτυξη και διάδοση, που συχνά οδηγεί σε προκλήσεις για τις ρυθμιστικές αρχές, καθώς και στην εμφάνιση νέων μορφών κοινωνικοποίησης. Αυτές οι νέες

μορφές έχουν γίνει ένα βασικό στοιχείο στη ζωή εκατομμυρίων ανθρώπων παγκοσμίως. (Δαμουλάκης, 2020, σσ.. 15)

Επίσης, ο Dijk και Poell (2013) παρέχουν μια ανάλυση σχετικά με τα κοινωνικά δίκτυα, θεωρώντας τα ως τμήμα μιας ευρύτερης τεχνολογικής και κοινωνικής φαινομενολογίας που αναπτύχθηκε στην πρώτη δεκαετία του 21ου αιώνα. Αναγνωρίζουν τα κοινωνικά δίκτυα ως εφαρμογές βασισμένες στο διαδίκτυο, οι οποίες επιτρέπουν τη δημιουργία και ανταλλαγή χρήστη-παραγόμενου περιεχομένου. Επισημαίνουν τη σημασία της "κουλτούρας διασύνδεσης", όπου τεχνολογίες όπως οι μηχανές αναζήτησης και οι web browsers βοήθησαν στην επιτάχυνση της πρόσβασης και της διάδοσης της πληροφορίας. Στο πλαίσιο αυτό, social media όπως είναι το Facebook, το Twitter και το LinkedIn έγιναν κυρίαρχα στοιχεία ενός εκτεταμένου οικοσυστήματος διασύνδεσης. Από την άλλη πλευρά, Boyd και Ellison (2017) αναφέρονται στην ιστορική εξέλιξη των κοινωνικών δικτύων, επισημαίνοντας το έτος 1997 ως ένα σταθμό με τη δημιουργία του SixDegrees.com. Αυτός ο ιστότοπος θεωρείται το πρώτο κοινωνικό δίκτυο, προσφέροντας δυνατότητες που έχουν γίνει στοιχεία-κλειδιά των σύγχρονων πλατφορμών, όπως η δημιουργία προφίλ, η αρχειοθέτηση φίλων και η περιήγηση στις λίστες φίλων. Και οι δύο πηγές υπογραμμίζουν την κεντρική θέση των κοινωνικών δικτύων στη σύγχρονη ψηφιακή κουλτούρα και την ιστορία της τεχνολογίας, καθώς και τον ρόλο τους στη διαμόρφωση νέων μορφών κοινωνικής αλληλεπίδρασης και διασύνδεσης. (Δαμουλάκης, 2020, σσ.. 16)

2.8 Οι λόγοι δημιουργίας των ψευδών ειδήσεων

Η παραγωγή αναληθών ειδήσεων μπορεί να αποδοθεί σε ποικίλες αιτίες. Μία εξ αυτών εντοπίζεται στα οικονομικά κίνητρα. Συχνά, το περιεχόμενο των αναληθών ειδήσεων εμφανίζεται πιο πρωτότυπο και προκαλεί μεγαλύτερο ενδιαφέρον απ' ό,τι οι αληθινές, προκαλώντας τους χρήστες να παρακολουθήσουν ή να εξερευνήσουν μια συγκεκριμένη σελίδα, αποφέροντας κέρδη στον παραγωγό της είδησης μέσω διαφημιστικών μεθόδων. Επίσης, ο σκοπός της δημιουργίας τέτοιων ειδήσεων μπορεί να είναι η σκόπιμη δυσφήμιση μιας εταιρείας για να ευνοηθούν οικονομικά συμφέροντα. Το επιδίωξη κέρδους αποτελεί σαφώς έναν από τους κύριους λόγους για την εμφάνιση αναληθών ειδήσεων, προσφέροντας άμεσα οφέλη. Πέραν αυτού, τα πολιτικά οφέλη λειτουργούν ως κίνητρο για την εξάπλωση αναληθών πληροφοριών

ενάντια σε πολιτικούς αντιπάλους, ενίοτε λειτουργώντας ως μορφή προπαγάνδας για την παραπλάνηση ψηφοφόρων και οπαδών αντίθετων ιδεολογιών. Η συγκεκριμένη πρακτική, όπως αναφέρθηκε, είδε εφαρμογή και στις αμερικανικές εκλογές του 2016. Οι φορείς που προωθούν και δημιουργούν αυτές τις αναληθείς ειδήσεις δεν είναι πάντοτε οι ίδιοι, με καθέναν να ενδέχεται να κινείται από διαφορετικά κίνητρα. (Δαμουλάκης, 2020, σσ. 71)

Ένας δημιουργός μπορεί να μην είναι ο άμεσος ωφελούμενος, καθώς ίσως υπηρετεί τα συμφέροντα κάποιου τρίτου που θα τον ανταμείψει στη συνέχεια. Τα κίνητρα μπορεί να μη σχετίζονται άμεσα με το περιεχόμενο της είδησης, αλλά να επιδιώκουν οικονομικά οφέλη από την εξάπλωσή της. Όσον αφορά την προώθηση των ειδήσεων, δύσκολα μπορούμε να κατατάξουμε μονοσήμαντα τους χρήστες που συμμετέχουν. Ενδέχεται να πρόκειται για αυτοματοποιημένους λογαριασμούς (bots) που μιμούνται την ανθρώπινη δραστηριότητα, αλλά και για πραγματικούς χρήστες με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, οι οποίοι τείνουν να ασχολούνται ενεργά με την πολιτική ζωή, να έχουν ισχυρές πεποιθήσεις και να αναζητούν πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις ήδη υπάρχουσες απόψεις τους, μια διαδικασία γνωστή ως επιβεβαίωση προκατάληψης. (Δαμουλάκης, 2020, σσ. 15)

2.9 Προσπάθειες αξιολόγησης αξιοπιστίας

Οι πρώτες έρευνες για την αναγνώριση ψευδών ειδήσεων επικεντρώθηκαν σε άρθρα που δημιουργήθηκαν από μηχανή (Badaskar, Agarwal και Arora 2008) ή σατιρικά (Burfoot και Baldwin 2009). Οι Rubin, Conroy και Chen (2015) εργάστηκαν με μόλις 144 άρθρα και η απόδοση της αναγνώρισης δεν ήταν έως λίγο καλύτερη από την τύχη. Οι Horne και Adali (2017) χρησιμοποίησαν σύνολα δεδομένων με 35 ψευδείς ειδήσεις από ένα άρθρο του BuzzFeed News (Silverman 2016) και άλλα 75 άρθρα που έγραψαν οι ίδιοι, καθώς έκαναν ενδιαφέρουσες παρατηρήσεις για τα στιλιστικά στοιχεία που επηρεάζουν την αξιοπιστία μιας είδησης. Παρόλα αυτά, η πρόβλεψη δεν ήταν αξιόπιστη λόγω του μικρού μεγέθους των δεδομένων. (Przybyla, 2020, σσ 203).

Οι Pérez-Rosas και οι συνεργάτες (2018) προσπάθησαν να υπερκεράσουν την έλλειψη δεδομένων δημιουργώντας τεχνητά ένα σύνολο ψευδών ειδήσεων μέσω crowdsourcing και κατάφεραν να επιτύχουν ακρίβεια ταξινόμησης 0,74 σε ένα ισορροπημένο σύνολο δοκιμών. Ωστόσο, ο ταξινομητής τους είναι εκπαιδευμένος σε λιγότερα από 1000 έγγραφα και χρησιμοποιεί n-grams λέξεων, γεγονός που τον

καθιστά ευάλωτο στην υπερβολική προσαρμογή σε πηγές ή θέματα. Αυτό επιβεβαιώνεται από ασθενέστερα αποτελέσματα σε πολυθεματική αξιολόγηση (περίπου 0,50-0,60). Μια άλλη μέθοδος για τη συλλογή επαρκούς αριθμού εγγράφων με μη αυτόματη επισήμανση αξιοπιστίας με περιορισμένους πόρους είναι η ενεργή μάθηση (Bhattacharjee, Talukder και Balantrapu 2017). Rashkin και συνεργάτες (2017) χρησιμοποίησαν ένα σύνολο δεδομένων που περιλαμβάνει σάτιρα και απάτη ειδήσεις και κατάφεραν να επιτύχουν F-score 0,65. Παρόλα αυτά, ο ταξινομητής είναι απίθανο να είναι ανεξάρτητος από το θέμα, καθώς βασίζεται σε τρι-γραμμάρια λέξεων, κάτι που αποδεικνύεται από την παρουσία λέξεων-κλειδίων που σχετίζονται με τρέχοντα θέματα μεταξύ ισχυρών χαρακτηριστικών (π.χ. "Συρία"). (Przybyla, 2020, σσ 203).

2.10 Παραδείγματα διάδοσης ψευδών ειδήσεων

Ένα παράδειγμα που αποδεικνύει την αντίφαση μεταξύ δημοσίων δηλώσεων και πρακτικών αποτελεί η περίπτωση του New York Times. Το περιοδικό υποστηρίζει δημοσίως την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων, αλλά παράλληλα φαίνεται να συμβάλλει στη διάδοσή τους. Τον Απρίλιο του 2017, προσέλαβε τον Bret Stephens ως αρθρογράφο, μια επιλογή που κατακρίθηκε από το κοινό. Ο Stephens είναι γνωστός για την άρνησή της ανθρωπογενούς κλιματικής αλλαγής και είχε κατηγορήσει το περιοδικό Times ότι προωθεί ψεύτικες ειδήσεις όταν προσπαθούσε να αυξήσει τα μηνιαία κέρδη του. Η αμφιλεγόμενη πρόσληψη του Stephens προκάλεσε ερωτήματα σχετικά με τις αποφάσεις του περιοδικού. Ενώ οι εκδότες υποστήριξαν ότι η πρόσληψη αυτή ήταν λόγω του γεγονότος ότι υπήρχαν "εκατομμύρια άνθρωποι που συμφωνούν μαζί του", κάποιοι από το κοινό τους κατηγόρησαν για οικονομική και όχι ηθική απόφαση. Η ιδέα ότι ο Stephens προσλήφθηκε για να προσφέρει πολυπολιτισμική αντιπροσώπευση θεωρήθηκε από πολλούς ως επιχειρηματική κίνηση για την αύξηση των κερδών. Αυτή η περίπτωση υπογραμμίζει την πρακτική στην εφαρμογή κοινωνικών και πολιτικών αρχών. Αν και οι εκδότες του Times υπερασπίστηκαν την απόφασή τους, αυτό προκάλεσε ερωτήματα σχετικά με την ηθική τους ακεραιότητα και τη δέσμευσή τους στην ενημέρωση και την αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων. (Dentith, 2016, σσ. 71)

2.11 Fake News και κορονοϊός

Η πανδημία διακρίνεται όχι μόνο από την γρήγορη εξάπλωση του ιού και την αδυναμία άμεσης αντιμετώπισής του, καθώς και από την γρήγορη εξάπλωση ψευδών και αβάσιμων ειδήσεων, γνωστών ως fake news. Αυτές οι πληροφορίες διαδίδονται μέσω ιστοσελίδων, κοινωνικών δικτύων και blogs με ευκολία, κοινοποιούνται από οποιοδήποτε μέρος και οποιαδήποτε στιγμή, εγγυώμενες τη διάδοσή τους σε ευρύτερο κοινό απόδεκτων και αυξάνοντας το ποσοστό παραπληροφόρησης. Οι περισσότερες από τις ψευδείς ειδήσεις που αφορούν τον ιό εστίαζαν σε πιθανές αιτίες εμφάνισης του, τρόπους διάδοσης, πιθανές θεραπείες και προληπτικά μέτρα. Έχουν ακουστεί θεωρίες ότι ο ιός είναι προϊόν κινεζικών εργαστηριακών πειραμάτων, ότι διαδόθηκε από αμερικανούς στρατιώτες, ότι μεταδίδεται μέσω κουνουπιών, ότι δεν επιβιώνει σε υψηλές θερμοκρασίες ή ότι μπορεί να αντιμετωπιστεί με απλά αντιβιοτικά.

(TERZIDOU, 2020, σσ. 2)

«Δεν αγωνιζόμαστε απλώς ενάντια στην πανδημία, αγωνιζόμαστε ενάντια στην πανδημία της παραπληροφόρησης (infodemic). Οι ψευδείς ειδήσεις εξαπλώνονται γρηγορότερα και ευκολότερα από τον ιό και είναι εξίσου επικίνδυνες». (Γεωργίου, 2020, σσ. 3)

Σε γενικά πλαίσια, το διαδίκτυο δίνει εύκολη και άμεση πρόσβαση σε ένα μεγάλο όγκο δεδομένων, εκμεταλλευόμενο διάφορα blogs από ιδιώτες που δημοσιεύουν κείμενα με ακραίους τίτλους για να προσελκύσουν το κοινό, τεχνική γνωστή ως clickbait. Όσο περισσότερες ψευδείς ειδήσεις διαβάζουμε, τόσο περισσότερο αυτές προωθούνται από τους αλγορίθμους. Ειδικότερα στην περίοδο της πανδημίας, η κατάσταση πανικού που προκαλεί η εξάπλωση του ιού και η έλλειψη αξιόπιστων πηγών πληροφόρησης οδηγεί τον κόσμο πολλές φορές μπροστά σε παραπλανητικές ειδήσεις. Η ασυμφωνία και ποικιλία απόψεων ειδικών του ιατρικού κλάδου για την εξάπλωση του ιού δημιουργούν δυσπιστία, ανασφάλεια και επιφυλάξεις στις δηλώσεις εκπροσώπων δημόσιων αρχών. (TERZIDOU, 2020, σσ. 2)

Η αποδοχή αστήριχτων τρόπων θεραπείας και η χρήση εναλλακτικών "φαρμάκων" μπορεί να είχαν θανατηφόρα αποτελέσματα. Ένα παράδειγμα είναι η περίπτωση ενός

άνδρα που πέθανε μετά την κατανάλωση ενός υγρού για τον καθαρισμό ενυδρείων, το οποίο περιείχε μεταξύ άλλων χλωροκίνη, μιας ουσίας που χρησιμοποιείται σε πειραματικό στάδιο και διανέμεται με τον συνδυασμό άλλων ουσιών για την προσωρινή αντιμετώπιση του κορονοϊού εξαιτίας της έλλειψης εμβολίου. (TERZIDOU, 2020, σσ. 3)

Επιπλέον, η αποδοχή αυτών των μη αποδεδειγμένων μεθόδων μπορεί να οδηγούσε στη δημιουργία αισθήματος ρατσισμού και ξενοφοβίας. Ήδη από την αρχή της εμφάνισης του ιού, άτομα κινεζικής καταγωγής αντιμετωπίζουν διακρίσεις και περιθωριοποίηση εκτός Κίνας. Αντιδράσεις όπως αυτή του Αμερικανού Προέδρου Τραμπ, ο οποίος αναφέρθηκε στον κορονοϊό ως "ο Κινέζικος ιός", ενθάρρυναν παρόμοιες συμπεριφορές. Επιπλέον, άτομα που είχαν εκτεθεί ή έχουν αναρρώσει από τον ιό βίωναν ρατσιστικές συμπεριφορές και περιθωριοποίηση από το κοινό τους, λόγω του φόβου μετάδοσης της ασθένειας. (TERZIDOU, 2020, σσ. 3)

Κεφάλαιο 3: Τα αίτια που ανθίζουν οι ψευδείς ειδήσεις και οι παράγοντες που ενθαρρύνουν την ύπαρξη τους.

3.1 Τα σύγχρονα αίτια ύπαρξης ψευδών ειδήσεων

Παρά το γεγονός ότι η διάδοση παραπλανητικών ή αναληθών ειδήσεων δεν αποτελεί φαινόμενο της νεότερης εποχής, αυτές καταλαμβάνουν πρωταγωνιστικό ρόλο μεταξύ των σύγχρονων προκλήσεων που απασχολούν τις κοινωνίες. Τα Κοινωνικά Δίκτυα συμβάλλουν καθοριστικά στην επιτάχυνση της εξάπλωσης της παραπληροφόρησης, λειτουργώντας ως ο καταλύτης της. Η αυξανόμενη χρήση τους έχει ενταχθεί στις καθημερινές συνήθειες, με το ποσοστό των ενηλίκων που αντλούν ενημέρωση μέσω αυτών να έχει εκτιναχθεί στο 68%, σύμφωνα με έρευνα των Shrearer και Matsa (2018) για το Pew Research Center, από 49% το 2012. Social Media όπως το Facebook, το Twitter και το Instagram και αρκετά άλλα, εξυπηρετούν πλέον πολλαπλούς σκοπούς, από την ανταλλαγή περιεχομένου μέχρι την παρακολούθηση ειδήσεων. Η ευκολία διάδοσης περιεχομένου μέσω αυτών των πλατφορμών επιτρέπει στους διαδότες παραπλανητικών πληροφοριών να εκμεταλλεύονται τις δυνατότητές τους για τους δικούς τους σκοπούς. (Ζαφειρόπουλος & Δέτσιος, 2023, σσ. 22)

Θεμελιώδεις ανησυχίες όπως η αξιοπιστία του περιεχομένου και η εγκυρότητα των πηγών συχνά παραβλέπονται πριν την αναπαραγωγή και κοινοποίηση των

πληροφοριών. Η δημιουργία ελκυστικών τίτλων και εικόνων χρησιμεύει στο να προσελκύσουν την προσοχή και να παρακινήσουν το κοινό στην κλικάρισμα, αυξάνοντας έτσι την εξάπλωση των αναληθών ειδήσεων. Η υπερφόρτωση πληροφοριών στα Κοινωνικά Δίκτυα καθιστά δύσκολο για τους χρήστες να καταλαβαίνουν τι είναι αληθινό και τι όχι, ειδικά στις μέρες μας που η ταχύτητα και η άμεση ανταπόκριση έχουν τεράστια σημασία. Ο περιορισμένος χρόνος που αφιερώνεται στον έλεγχο της ακρίβειας των πληροφοριών πριν από την κοινοποίηση ή το σχολιασμό ενός δημοσιεύματος συμβάλλει στην ανεξέλεγκτη εξάπλωση της παραπληροφόρησης. (Ζαφειρόπουλος & Δέτσιος, 2023, σσ. 22)

Η περίληψη που παρέχετε αναδεικνύει πολλά σημαντικά σημεία γύρω από την επίδραση των ψευδών ειδήσεων στην κοινωνία και τις ατομικές πεποιθήσεις. Τα ευρήματα των Moravec, Minas και Dennis (2018) αναδεικνύουν τη δύσκολη μάχη κατά της παραπληροφόρησης, επιβεβαιώνοντας ότι η επιβεβαίωση προκαταλήψεων παίζει σημαντικό ρόλο στο πώς οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και αξιολογούν τις πληροφορίες. Η έρευνα τονίζει τη σημασία της κριτικής σκέψης και της εκπαίδευσης στην πληροφοριακή γραμματεία ως μέσα αντιμετώπισης της εξάπλωσης των ψευδών ειδήσεων. Η ανάγκη για αυτές τις δεξιότητες γίνεται ακόμη πιο επιτακτική όταν εξετάζουμε την επίδραση της παραπληροφόρησης σε σημαντικούς τομείς, όπως η δημόσια υγεία. Η αναφορά στο φαινόμενο "Dr. Google" και τις δυσκολίες που αυτό συνεπάγεται για την αντίληψη της υγείας από τους ασθενείς, καθώς και η αύξηση της παραπληροφόρησης σχετικά με θέματα υγείας, αναδεικνύουν τον σοβαρό κίνδυνο που αντιπροσωπεύει η παραπληροφόρηση για την κοινωνική ευημερία. Η καταπολέμηση της παραπληροφόρησης απαιτεί συνεργασία μεταξύ κυβερνήσεων, τεχνολογικών πλατφορμών, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και του κοινού, με σκοπό την ανάπτυξη στρατηγικών που θα διδάσκουν την κριτική σκέψη και την ακρίβεια των πληροφοριών. Η ενίσχυση της πληροφοριακής γραμματείας και η ευαισθητοποίηση σχετικά με τις πρακτικές επαλήθευσης των πληροφοριών είναι κρίσιμα βήματα προς αυτή την κατεύθυνση. (Ζαφειρόπουλος & Δέτσιος, 2023, σσ. 22)

3.2 Έλεγχος των ΜΜΕ - Πολιτικά και οικονομικά κίνητρα που συμβάλλουν στην υποβάθμιση της πληροφορίας.

Η παραγωγή ειδήσεων που είναι είτε εφευρετικές είτε στρεβλωμένες γίνεται συχνά καθημερινά από ένα σημαντικό αριθμό δημοσιογράφων. Αυτή η ομάδα, σε συνεργασία με ειδικούς στον χώρο του ψηφιακού marketing και των κοινωνικών δικτύων, παίζει

κεντρικό ρόλο στην προώθηση πολιτικών απόψεων. Δυστυχώς, ο έλεγχος των μέσων ενημέρωσης δεν είναι νέο φαινόμενο και έχει εφαρμοστεί για δεκαετίες, ακόμα και μέσω των φαινομενικά αξιόπιστων παραδοσιακών μέσων. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η περίοδος της Βαϊμάρης, όπου, όπως αναφέρεται από τους Adena et al. (2015), η κυβερνητική προώθηση φιλικών προς την κυβέρνηση ειδήσεων καθυστέρησε την ανάκαμψη των Ναζί σε περιοχές με πρόσβαση στο ραδιόφωνο. Ωστόσο, αυτό αντιστράφηκε όταν, μετά τον διορισμό του Χίτλερ ως καγκελάριο, το ραδιόφωνο χρησιμοποιήθηκε για την προώθηση των Ναζί κατά τη διάρκεια της τελευταίας ανταγωνιστικής εκλογικής εκστρατείας. Η ραδιοφωνική προπαγάνδα αργότερα βοήθησε τους Ναζί να προσελκύσουν νέα μέλη και ενίσχυσε αντισημιτικές ενέργειες και καταγγελίες κατά Εβραίων από τους πολίτες. Η επιτυχία της αντισημιτικής προπαγάνδας εξαρτήθηκε από τις προκαταλήψεις των ακροατών. Το ραδιόφωνο των Ναζί είχε μεγαλύτερη επιτυχία σε περιοχές με έντονο ιστορικό αντισημιτισμό και λιγότερη επιρροή σε περιοχές με χαμηλότερο ιστορικό αντισημιτισμό. Σε άλλες καταστάσεις, αυταρχικά καθεστώτα έχουν εκμεταλλευτεί ξεκάθαρα την πολιτιστική χειραγώγηση ως μέσο για τον έλεγχο των μαζών. Παρ' όλα αυτά, ακόμη και σε δημοκρατικές κοινωνίες έχει υπάρξει η σκόπιμη επιβολή συγκεκριμένων πολιτιστικών προτύπων, όπως η επιρροή του MTV κατά τις δεκαετίες του '90 και του 2000 στη μουσική παιδεία και την καθοδήγηση συγκεκριμένων κοινωνικών ομάδων όπως οι νέοι, σύμφωνα με την έρευνα των Beech, Hewitt & Jordan. (Ζαφειρόπουλος & Δέτσιος, 2023, σσ. 28).

Σχετικά με το πώς γίνεται η οικονομική επίδραση και η επιβολή πίεσης σε έναν οργανισμό Μέσων Ενημέρωσης, είναι σημαντικό να κατανοηθούν οι εξής διακρίσεις: Τα Μέσα που βρίσκονται υπό τον πλήρη οικονομικό έλεγχο της κυβέρνησης λειτουργούν ως εργαλεία της ίδιας, ενώ τα ιδιωτικά Μέσα ανήκουν σε ιδιώτες ή εταιρείες με στόχο την κερδοφορία. Κατά συνέπεια, οι κυβερνήσεις μπορεί να χρηματοδοτούν δύο διακριτά είδη Μέσων: τα δημόσια και τα μαζικά Μέσα Ενημέρωσης, με τα περισσότερα από αυτά να λαμβάνουν χρηματοδότηση απευθείας ή έμμεσα από την κυβέρνηση, ενώ μερικά εξασφαλίζουν χρηματοδότηση από ιδρύματα και ιδιωτικές επιχειρήσεις. (Ζαφειρόπουλος & Δέτσιος, 2023, σσ. 29)

Παρόλο που τα δημόσια Μέσα διαθέτουν ανεξαρτησία στην παραγωγή και δημοσίευση περιεχομένου, εξυπηρετώντας τα ενδιαφέροντα της κοινωνίας, τα κρατικά Μέσα εξαρτώνται οικονομικά και είναι αυστηρά ελεγχόμενα από την κυβέρνηση,

υπηρετώντας κυβερνητικά συμφέροντα. Η θεωρία του δημόσιου συμφέροντος, η οποία υποστηρίζει ότι οι κυβερνήσεις επιδιώκουν τη μέγιστη ευημερία των πολιτών, παρέχει ένα πλαίσιο για τη σύγκριση των κρατικών και των ιδιωτικών Μέσων Ενημέρωσης στο πλαίσιο της επικοινωνίας. Κατά αυτή τη θεωρία, τα κρατικά Μέσα προτιμώνται γιατί η πληροφορία θεωρείται δημόσιο αγαθό, το οποίο απαιτεί σημαντικές δαπάνες για να παραμείνει διαθέσιμο σε μη αμειβόμενους καταναλωτές. (Ζαφειρόπουλος & Δέτσιος, 2023, σσ. 29)

Επιπροσθέτως, ο κλάδος των Μέσων Ενημέρωσης χαρακτηρίζεται από υψηλό αρχικό κόστος και χαμηλό οριακό κόστος, με τη συλλογή και διανομή πληροφοριών να είναι ιδιαίτερα κοστοβόρες διαδικασίες, ενώ το κόστος αναπαραγωγής τους είναι σχετικά χαμηλό. Αυτή η δυναμική καθιστά την ιδιοκτησία των παγκόσμιων Μέσων Ενημέρωσης προνόμιο είτε των εύπορων ατόμων είτε του κράτους, επιτρέποντας στα κρατικά Μέσα να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση του δημόσιου συμφέροντος μέσω της παροχής πρόσβασης σε πληροφορίες σε όλους τους πολίτες. (Ζαφειρόπουλος & Δέτσιος, 2023, σσ. 29)

Σε αντίθεση, η θεωρία της δημόσιας διαλογής προβλέπει ότι τα κρατικά μέσα που ενημερώνουν τους πολίτες είναι περισσότερο συχνό να παραποιούν τις πληροφορίες, να επηρεάζουν την κοινή γνώμη και να περιορίζουν την πρόσβαση του κοινού σε γεγονότα για να ενισχύσουν το κράτος και την εξουσία της κυρίαρχης τάξης, ενώ τα ιδιωτικά μέσα τείνουν να προσφέρουν διαφορετικές προοπτικές, να επιβεβαιώνουν την ακρίβεια των πληροφοριών μέσω ανεξάρτητης έρευνας και τελικά να καθοδηγούν το κοινό σε ενημερωμένες αποφάσεις. Επιπλέον, ο μηχανισμός ελέγχου του ανοικτού ανταγωνισμού στην ελεύθερη αγορά μεταξύ διαφορετικών ιδιωτικών μέσων μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα αποτελεσματικός στη διασφάλιση της αντικειμενικότητας και της προσεκτικής επαλήθευσης των πληροφοριών. (Ζαφειρόπουλος & Δέτσιος, 2023, σσ. 29)

Παρόλο που η πληροφόρηση έχει τη φύση του δημόσιου αγαθού, τα κρατικά μέσα ενημέρωσης μπορεί να βρίσκονται σε πιο ευνοϊκή θέση από οικονομικής άποψης σε σύγκριση με τα ιδιωτικά μέσα. Ωστόσο, στην πρακτική, τα κρατικά μέσα μπορεί να κωλυσιεργήσουν την ελεύθερη αγορά και τη δημοκρατία εξαιτίας της κυβερνητικής εξουσίας και της έλλειψης ανεξάρτητης συντακτικής ευθύνης, ενώ τα ιδιωτικά μέσα με ανταγωνισμό μπορούν να διατηρήσουν τους ελέγχους και τις ισορροπίες της σύγχρονης

δημοκρατίας, προσφέροντας αληθινές πληροφορίες. Μια έρευνα που ερεύνησε τη δομή ιδιοκτησίας των μέσων ενημέρωσης σε 97 χώρες βρήκε στοιχεία υπέρ της θεωρίας της κρατικής επιλογής, ενώ δεν βρέθηκαν εμπειρικά δεδομένα που να υποστηρίζουν τη θεωρία του δημόσιου κέρδους. Η μελέτη εξακρίβωσε ότι μια αυξημένη παρουσία δημόσιων μέσων ενημέρωσης συνδέεται με χαμηλότερα επίπεδα δημοκρατίας και υψηλότερα επίπεδα διαφθοράς, ενώ οι χώρες με έντονο ανταγωνισμό μεταξύ ιδιωτικών μέσων ενημέρωσης είχαν τα υψηλότερα επίπεδα δημοκρατίας και τα χαμηλότερα επίπεδα διαφθοράς. (Ζαφειρόπουλος & Δέτσιος, 2023, σσ. 29)

3.3 Ψυχολογικοί και κοινωνικοί παράγοντες που ωθούν τις ψευδείς ειδήσεις προς την ανάπτυξη.

Στην εποχή της πληροφορίας, η διάδοση ψευδών ειδήσεων έχει εξελιχθεί σε ένα φαινόμενο που απειλεί να διαβρώσει τις βάσεις της δημοκρατικής διαδικασίας και της κοινωνικής συνοχής. Η κατανόηση των ψυχολογικών και κοινωνικών παραγόντων που ενισχύουν την ευπιστία του κοινού απέναντι στις ψευδείς ειδήσεις είναι κρίσιμη για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος. Οι ψευδείς ειδήσεις, συχνά αναμειγμένες με αληθινά γεγονότα, εκμεταλλεύονται γνωστικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά των ανθρώπων, κάνοντάς τις πιστευτές και εύκολα διαδόσιμες. (Χαλαβαζής, 2022, σσ. 197)

Οι ψυχολογικοί μηχανισμοί που διευκολύνουν την αποδοχή των ψευδών ειδήσεων περιλαμβάνουν την τάση των ανθρώπων να θεωρούν την πληροφορία που λαμβάνουν από αξιόπιστες πηγές ως αληθινή. Αυτή η τάση συνδέεται με τη θεωρία της "συνεργασίας" του Grice (1975), η οποία υποστηρίζει ότι η επικοινωνία βασίζεται στην αμοιβαία συνεργασία των συμμετεχόντων για την ανταλλαγή πληροφοριών. Οι άνθρωποι εξελικτικά έχουν αναπτύξει μηχανισμούς που τους επιτρέπουν να αφομοιώνουν γρήγορα και αποτελεσματικά τις πληροφορίες, κάτι που ενισχύει την ευπιστία τους απέναντι στις ειδήσεις που λαμβάνουν. (Χαλαβαζής, 2022, σσ. 197)

Οι ψευδείς ειδήσεις συχνά περιλαμβάνουν στερεότυπα, δηλαδή απλοϊκές και προκατασκευασμένες ερμηνείες της πραγματικότητας. Τα στερεότυπα είναι αποτελεσματικά γιατί απευθύνονται σε προϋπάρχουσες πεποιθήσεις και προσφέρουν απλές απαντήσεις σε πολύπλοκα ζητήματα. Η "ενάργεια" ενός μηνύματος, δηλαδή η απλότητα και η κατανοητή γλώσσα, αυξάνει την πιθανότητα αποδοχής της πληροφορίας ως αληθινής. Πειραματικές μελέτες έχουν δείξει ότι η χρήση καθαρής και απλής γλώσσας, καθώς και η επαναλαμβανόμενη παρουσίαση ενός ψέματος, οδηγούν

στην ψευδαίσθηση της αλήθειας (illusory truth effect), μια ψευδαίσθηση που μπορεί να διαρκέσει για μεγάλο χρονικό διάστημα (Χαλαβαζής, 2022, σσ. 197)

Το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (ΜΚΔ) παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διάδοση των ψευδών ειδήσεων. Οι πληροφορίες κυκλοφορούν μέσα σε "θαλάμους αντήχησης" (echo chambers), όπου οι χρήστες εκτίθενται σε απόψεις που ενισχύουν τις προϋπάρχουσες πεποιθήσεις τους, και μέσω των οποίων οι ψευδείς ειδήσεις διαδίδονται με ιογενή τρόπο (virality). Η ομογενοποιημένη και κωδικοποιημένη σε τίτλους και hashtags παρουσίαση του περιεχομένου ενισχύει την αποδοχή και την αναπαραγωγή των ψευδών ειδήσεων. (Χαλαβαζής, 2022, σσ. 197)

Οι ψυχολογικοί παράγοντες που ωθούν τους ανθρώπους να διαδίδουν ψευδείς ειδήσεις περιλαμβάνουν την ανάγκη για ενίσχυση των απόψεων, των στερεοτύπων και της ιδεολογικής επιβεβαίωσης. Όπως αναφέρεται από τους Ecker, Lewandowsky, Fenton, και Martin (2014), οι άνθρωποι διαδίδουν ψευδείς ειδήσεις για να υποστηρίξουν τις ιδέες τους και να ενισχύσουν τις κοινωνικές τους ταυτότητες. Επιπλέον, η ανάγκη για κοινωνική αποδοχή και επιβεβαίωση εντός των ομάδων τους (Tajfel & Turner, 2001) οδηγεί επίσης στη διάδοση αυτών των ειδήσεων. (Χαλαβαζής, 2022, σσ. 198)

Οι ψευδείς ειδήσεις συχνά εξυπηρετούν την ενίσχυση των ιδεολογικών προκαταλήψεων και των στερεοτύπων που αφορούν πολιτικούς αντιπάλους ή άλλες κοινωνικές ομάδες. Οι άνθρωποι είναι λιγότερο πιθανό να αλλάξουν άποψη όταν έχουν ήδη αποδεχτεί μια ψευδή είδηση ως αληθινή, ένα φαινόμενο που συνδέεται με τη γνωστική ασυμφωνία και την ψυχολογική αντίσταση στην αλλαγή. (Χαλαβαζής, 2022, σσ. 197)

Η διάδοση των ψευδών ειδήσεων δεν είναι απλώς αποτέλεσμα της ύπαρξης κακόβουλων πληροφοριών, αλλά σχετίζεται βαθιά με τις ψυχολογικές και κοινωνικές δομές που καθοδηγούν την ανθρώπινη συμπεριφορά και την κοινωνική αλληλεπίδραση. Η κατανόηση αυτών των μηχανισμών είναι κρίσιμη για την ανάπτυξη στρατηγικών που θα μειώσουν την επιρροή των ψευδών ειδήσεων και θα ενισχύσουν την ανθεκτικότητα του κοινού απέναντί τους. (Χαλαβαζής, 2022, σσ. 198)

3.4 Οικονομικά κίνητρα για την ανάπτυξη των ψευδών ειδήσεων

Οι ψευδείς ειδήσεις δεν είναι απλώς ένα σύγχρονο φαινόμενο, αλλά παρουσιάζουν ιστορικές ομοιότητες με την κίτρινη δημοσιογραφία του παρελθόντος. Όπως ανέφεραν

οι Tandoc Jr., Lim και Ling το 2018, οι ψευδείς ειδήσεις που δημιουργούνται με σκοπό το οικονομικό κέρδος προσθέτουν μια νέα διάσταση στην παραπληροφόρηση, αν και αυτή η πρακτική έχει τις ρίζες της σε ιστορικές περιόδους που οι εφημερίδες χρησιμοποιούσαν αμφιλεγόμενα μέσα για να αυξήσουν τις πωλήσεις τους. Στο τέλος του 19ου αιώνα, οι εφημερίδες New York World του William Randolph και New York Journal του Joseph Pulitzer κατηγορήθηκαν για τη δημοσίευση ειδήσεων γεμάτων υπερβολές και ανηθικότητες, με σκοπό να αυξήσουν τις πωλήσεις τους. Αυτή η μορφή παραπληροφόρησης, γνωστή ως κίτρινη δημοσιογραφία, χρησιμοποίησε τις νοσηρές δολοφονίες και τον πόλεμο για να προσελκύσει αναγνώστες. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 31)

Σε πρόσφατες εποχές, ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα ψευδών ειδήσεων που δημιουργήθηκαν για οικονομικό όφελος ήταν η περίπτωση μιας ομάδας εφήβων από μια πόλη των Σκοπίων. Αυτοί οι νέοι κατασκεύαζαν φανταστικές ιστορίες σχετικά με τους Αμερικανούς υποψηφίους για την προεδρία του 2016, με στόχο να κερδίσουν χρήματα από τα διαφημιστικά έσοδα. Το κίνητρό τους δεν ήταν η πολιτική επιρροή, αλλά τα αυξημένα διαφημιστικά έσοδα από το περιεχόμενο υπέρ του Τραμπ σε σχέση με αυτό υπέρ της Κλίντον, όπως αναφέρεται από τους Warwick και Lewis το 2017. Αυτή η παρατήρηση επιβεβαιώθηκε σε μελέτες που έδειξαν ότι οι ψευδείς ιστορίες ξεπέρασαν σε δημοφιλία τις αληθινές ειδήσεις στο Facebook κατά τη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας του 2016. Τρεις από τις πιο κοινές ψευδείς ιστορίες υποστήριζαν τον Ντόναλντ Τραμπ έναντι της Χίλαρι Κλίντον, όπως αναφέρει ο Silverman το 2016. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 31)

Οι δημιουργοί ψευδών ειδήσεων, που αποσκοπούν στο οικονομικό κέρδος, προέρχονται από ποικίλα υπόβαθρα, από εφήβους μέχρι νεοσύστατες επιχειρήσεις. Πέρα από τις προσωπικές ή ιδεολογικές επιδιώξεις, τα οικονομικά κίνητρα παίζουν κρίσιμο ρόλο στην παραγωγή και διάδοση αυτών των ειδήσεων. Οι αλγόριθμοι των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ενθαρρύνουν την παραγωγή περιεχομένου που αποφέρει υψηλά επίπεδα αλληλεπίδρασης, όπως likes, shares και comments. Μια ανάρτηση που λαμβάνει πολλές αλληλεπιδράσεις έχει περισσότερες πιθανότητες να διαδοθεί ευρέως, δημιουργώντας έναν φαύλο κύκλο δημοτικότητας, όπως περιγράφουν οι Tandoc, Lim και Ling το 2018 και Thorson το 2016. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 31)

Η κινητήρια δύναμη στις επιχειρήσεις ειδήσεων στον ψηφιακό χώρο παραμένει το κέρδος. Μέσω της διαφήμισης, η υπεραξία μεταφέρεται από τον διαφημιζόμενο στον εκδότη της είδησης. Οι πλατφόρμες κοινωνικών μέσων παίζουν καθοριστικό ρόλο, ενισχύοντας την κυκλοφορία των ψευδών ειδήσεων μέσω των αλγορίθμων που προωθούν περιεχόμενο με υψηλά επίπεδα αλληλεπίδρασης. Το κοινό, ως εμπορευματική κατηγορία, παραμένει κεντρικό στην πολιτική οικονομία της επικοινωνίας, καθιστώντας τα οικονομικά κίνητρα έναν από τους κύριους παράγοντες που ενθαρρύνουν την ύπαρξη και ανάπτυξη των ψευδών ειδήσεων. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 32)

Σε αυτό το πλαίσιο, η επιδίωξη του κέρδους μέσω της δημιουργίας και διάδοσης ψευδών ειδήσεων αναδεικνύεται ως σημαντικός παράγοντας που συμβάλλει στην παραπληροφόρηση. Οι ψευδείς ειδήσεις δεν είναι απλώς αποτέλεσμα πολιτικών ή ιδεολογικών σκοπιμοτήτων, αλλά συχνά παράγονται με σκοπό την οικονομική εκμετάλλευση των αλγορίθμων και των διαφημιστικών δυνατοτήτων των ψηφιακών μέσων. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 32)

3.5 Παραγωγικές αιτίες

Η μελέτη ενός φαινομένου συχνά περιορίζεται στην επιφάνειά του, χωρίς να εμβαθύνει στις βαθύτερες αιτίες που το δημιουργούν. Στην περίπτωση των ψευδών ειδήσεων, είναι σημαντικό να διερευνηθούν οι παραγωγικές αιτίες που τις δημιουργούν και τις διαδίδουν, για να κατανοηθεί πλήρως πώς μπορούμε να αντιμετωπίσουμε αυτό το πρόβλημα. Οι ψευδείς ειδήσεις είναι αποτέλεσμα συγκεκριμένων ψυχολογικών και κοινωνικών μηχανισμών που ενεργοποιούν την προσοχή και την διάδοση του μηνύματος. Σύμφωνα με τους Kahneman και Tversky (1974), δύο βασικά χαρακτηριστικά των ψευδών ειδήσεων είναι η ικανότητά τους να δημιουργούν ισχυρά συναισθήματα και να προκαλούν έκπληξη. Οι ψευδείς ειδήσεις είναι σχεδιασμένες για να τραβούν την προσοχή, προκαλώντας συναισθηματική διέγερση, όπως φόβο, αποστροφή και ενθουσιασμό. Αντίθετα, οι αληθινές ειδήσεις τείνουν να προκαλούν συναισθήματα εμπιστοσύνης και χαράς. Η ανάλυση μηνυμάτων στο Twitter δείχνει ότι οι ψευδείς ειδήσεις συχνά προκαλούν έντονα συναισθήματα, τα οποία είναι βασικός παράγοντας για τη διάδοσή τους. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 38)

Όταν συμβαίνει ένα απροσδόκητο γεγονός, οι άνθρωποι τείνουν να αναζητούν εξηγήσεις και να αποδίδουν ευθύνες. Η διαδικασία της απόδοσης αιτιότητας είναι

ουσιαστική για την κατανόηση των ψευδών ειδήσεων. Η απόδοση ευθύνης δημιουργεί μια αφήγηση που ενισχύει την επιρροή των ψευδών ειδήσεων, καθώς δίνει απαντήσεις στο ερώτημα "ποιος φταίει". Για παράδειγμα, οι ψευδείς ειδήσεις μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να εξηγήσουν την εκλογική νίκη του Donald Trump, είτε ως αποτέλεσμα ενός ευρύτερου φαινομένου είτε ως μέσο αποδόμησης της λειτουργίας των μέσων ενημέρωσης. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 38)

Η μελέτη των παραγωγικών αιτιών αποκαλύπτει δύο βασικά επίπεδα: τη μη εμπρόθετη επικοινωνία, η οποία αφορά τις ομάδες στις οποίες ανήκει κάποιος, και την εμπρόθετη επικοινωνία, η οποία αφορά τις στρατηγικές διαχείρισης της ερμηνείας των καταστάσεων. Η έρευνα αυτή ανάμεσα σε αυτά τα δύο επίπεδα δείχνει πώς οι στρατηγικές επικοινωνίας μπορούν να ενισχύσουν ή να αποδομήσουν ταυτότητες και έννοιες. Η μη εμπρόθετη διάσταση αφορά τις εγγενείς μεροληψίες και ταυτότητες που διαμορφώνουν την αντίληψη των ανθρώπων, ενώ η εμπρόθετη διάσταση αφορά τις στρατηγικές κινήσεις που στοχεύουν στην κινητοποίηση συγκεκριμένων ερμηνευτικών σχημάτων. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 38)

Για να αντιμετωπίσουμε αποτελεσματικά τις ψευδείς ειδήσεις, πρέπει να κατανοήσουμε πώς οι στρατηγικές επικοινωνίας επηρεάζουν την ερμηνεία και την αποδοχή των ειδήσεων. Η στρατηγική κινητοποίησης των ερμηνευτικών λέξεων μπορεί είτε να ενισχύσει είτε να αποδυναμώσει την επίδραση των ψευδών ειδήσεων. Η ποιοτική ανάλυση αυτών των στρατηγικών μπορεί να προσφέρει σημαντικές πληροφορίες για την ανάπτυξη μεθόδων που θα μειώσουν την επιρροή των ψευδών ειδήσεων. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 39)

Η ανάλυση των παραγωγικών αιτιών των ψευδών ειδήσεων αποκαλύπτει τη βαθιά σύνδεση μεταξύ συναισθηματικής φόρτισης, απόδοσης αιτιότητας και στρατηγικής επικοινωνίας. Για να αντιμετωπίσουμε τις ψευδείς ειδήσεις, πρέπει να εστιάσουμε στη διαχείριση των συναισθημάτων που προκαλούν, στην αναγνώριση των μηχανισμών απόδοσης αιτιότητας και στη βελτίωση των στρατηγικών επικοινωνίας που μπορούν να ενισχύσουν την αλήθεια και την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες. Με αυτά τα εργαλεία, μπορούμε να προχωρήσουμε σε μια ποιοτική ανάλυση που θα μας βοηθήσει να κατανοήσουμε καλύτερα και να αντιμετωπίσουμε το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων. (Νικολακάκου, 2020, σσ. 39)

3.6 Επιπτώσεις ψευδών ειδήσεων στην κοινωνία

Οι ψευδείς ειδήσεις έχουν σημαντικές επιδράσεις στην κοινωνία, επηρεάζοντας τη δημοκρατία, την κοινωνική συνοχή, τη δημόσια υγεία καθώς και την ατομική συμπεριφορά. Η διασπορά ψευδών πληροφοριών μπορεί να διαβρώσει την εμπιστοσύνη των πολιτών στους θεσμούς αλλά και αν δημιουργήσει μεγάλο πανικό. Αρχικά, τα fake news υπονομεύουν τη δημοκρατία. Η δημοκρατική λειτουργία βασίζεται στην συνεχή συμμετοχή των πολιτών στη λήψη αποφάσεων. Όταν οι πολίτες μαθαίνουν παραπλανητικές πληροφορίες, η ικανότητά τους να λαμβάνουν ορθολογικές αποφάσεις περιορίζεται αισθητά. Έτσι αυτό μπορεί οδηγήσει σε λανθασμένες εκλογικές επιλογές, υποστήριξη ανεύθυνων πολιτικών κα. Κάτι πολύ σημαντικό είναι πως η διάδοση ψευδών ειδήσεων μπορεί να χειροτερέψει υπάρχουσες κοινωνικές και θρησκευτικές πεποιθήσεις προκαλώντας αντιπαραθέσεις και βία. Οι ειδήσεις που υποστηρίζουν στερεότυπα και προκαταλήψεις ενισχύουν τον διχασμό ανάμεσα σε αρκετές κοινωνικές ομάδες. (Waldman, 2017, σσ. 848)

3.7 Echo Chambers: Λανθασμένη πληροφόρηση

Ένα άλλο σοβαρό κοινωνικό και δημοκρατικό ζήτημα που προκύπτει από τις ψευδείς ειδήσεις είναι ότι συχνά δεν διορθώνονται, αφήνοντας τους πολίτες χωρίς τη σωστή πληροφόρηση. Αυτό συμβαίνει επειδή οι λανθασμένες πληροφορίες διαδίδονται μέσω ενισχυμένων αλγορίθμων και γνωστικών συστημάτων, γνωστών και ως echo chambers. Ένα echo chamber είναι ένα περιβάλλον όπου οι πληροφορίες, οι ιδέες και οι πεποιθήσεις ενισχύονται μέσω της επικοινωνίας και της επανάληψης μέσα σε ένα κλειστό σύστημα που δεν παρουσιάζει επαρκώς αντίθετες απόψεις. Οι ηχώ που δημιουργούνται από τους αλγόριθμους εμφανίζονται όταν οι αλγόριθμοι στο διαδίκτυο επιλέγουν πληροφορίες που θέλουν να δουν οι χρήστες, βασιζόμενοι σε προσωπικά τους δεδομένα, όπως οι συνδέσεις τους, το ιστορικό περιήγησης, οι αγορές, οι αναρτήσεις και το περιεχόμενο αναζήτησης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι χρήστες να απομονώνονται από ένα ευρύτερο φάσμα πληροφοριών που μπορεί να διαφέρει από τις απόψεις τους. Ένα σχετικό ψυχολογικό φαινόμενο είναι η προκατάληψη επιβεβαίωσης, όπου οι άνθρωποι τείνουν να αναζητούν και να πιστεύουν πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις υπάρχουσες πεποιθήσεις τους.

Ο El-Sarawy, χρησιμοποιώντας δεδομένα από τις προεδρικές εκλογές του 2016 στις ΗΠΑ, έδειξε ότι η εκστρατεία του Trump ανέπτυξε δύο αντικρουόμενα φίλτρα πληροφοροφόρησης στο Facebook, που πρόβαλαν τόσο ακροδεξιές όσο και mainstream ειδήσεις, υποβοηθώντας έτσι την καμπάνια του. Αυτό επιβεβαιώνεται και από ανεξάρτητες αναλύσεις, που έδειξαν ότι οι ψευδείς ειδήσεις συκοφαντούσαν επανειλημμένα τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης ως ανέντιμα, υπέρ της Clinton. Δεν ήταν μόνο το αμερικανικό κοινό που ζούσε σε αυτή τη φούσκα πληροφοροφόρησης, αλλά και οι ίδιοι οι δημοσιογράφοι. Ο Raguei παρατήρησε ότι λίγο πριν τις εκλογές του 2016, είχαν ήδη επισημάνει ότι δεξιοί ιστότοποι είχαν ισχυρή παρουσία, κάτι που δεν δόθηκε η απαραίτητη προσοχή από τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης. Μια αιτία για αυτή την αδιαφορία είναι η δική τους φούσκα πληροφοροφόρησης. Οι δημοσιογράφοι προτιμούσαν άλλες πλατφόρμες, ενώ λίγο πριν από τις εκλογές του 2016 διαπιστώθηκε ότι οι ψευδείς ειδήσεις και οι δεξιοί ιστότοποι είχαν πολύ μικρότερη εμβέλεια στο Twitter απ' ό,τι στο Facebook, με αποτέλεσμα να έχουν μικρότερη προβολή. (Reuters Institute, 2016)

Κεφάλαιο 4^ο: Τρόποι εντοπισμού – αντιμετώπισης ψευδών ειδήσεων

4.1 Εντοπισμός των παραπτοημένων ειδήσεων μέσω της γνώσης

Το τέταρτο κεφάλαιο εξετάζει την διαχωρισμό των βασικών εννοιών και μεθόδων που χρησιμοποιούνται στην έρευνα για τον εντοπισμό ψευδών ειδήσεων. Πιο συγκεκριμένα, περιλαμβάνει την εξήγηση των τεχνικών που εφαρμόζονται για τον εντοπισμό ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο. Στη συνέχεια, προβαίνει σε γλωσσική ανάλυση και διαδικτυακή έρευνα σε αυτόν τον τομέα. Τέλος, αναφέρεται στον ορισμό και περιγράφει τον επιστημονικό κλάδο της μηχανικής μάθησης (Machine Learning) και τον ρόλο της στη διαδικασία ανίχνευσης ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο έως σήμερα. (ΘΩΜΟ-ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 18)

Τρόποι ανίχνευσης

Μετά από έρευνες που διεξήχθησαν για το πρόβλημα της εύρεσης ψευδών ειδήσεων στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης, προέκυψαν τρεις διαφορετικές προσεγγίσεις. Αυτές οι προσεγγίσεις έχουν σχεδιαστεί με στόχο τη διευκόλυνση της διαδικασίας ανίχνευσης των ψευδών ειδήσεων.

- Εποπτευόμενες - supervised based approaches
- Μη εποπτευόμενες - Unsupervised based approaches
- Ενισχυτική Μάθηση - Reinforcement Learning

Σε αυτήν την υποενότητα γίνεται η γλωσσική ανάλυση των κειμένων. Πιο συγκεκριμένα, αναλύονται τα συντακτικά και γραμματικά χαρακτηριστικά, καθώς και τα μορφολογικά χαρακτηριστικά των κειμένων που αποτελούν τις ειδήσεις που πρέπει να ανιχνευτούν και να καταταχθούν ως ψευδείς ή αληθείς. Μια από τις κυριότερες διαδικασίες που πρέπει να πραγματοποιηθούν για την ανίχνευση ψευδών ειδήσεων μέσω της Μηχανικής Μάθησης είναι η κατηγοριοποίηση των κειμένων και ο εντοπισμός των χαρακτηριστικών τους για περαιτέρω ανάλυση.

Σύνολο των δεδομένων

Το σύνολο δεδομένων περιλαμβάνει κείμενα από διάφορες ειδήσεις, τα οποία είναι κατηγοριοποιημένα ως ψευδής ή αληθής. Η διαδικασία κατηγοριοποίησης αυτών των δεδομένων είναι χρονοβόρα, κάτι που καθιστά δύσκολη την εύρεση ενός αξιόπιστου συνόλου δεδομένων.

Η ανάγκη για εντοπισμό ψευδών ειδήσεων στα κοινωνικά μέσα έχει προσελκύσει το ενδιαφέρον της επιστημονικής κοινότητας, με αποτέλεσμα να διατεθούν πολλά δείγματα διαδικτυακών ειδήσεων στο διαδίκτυο. Αυτά τα δείγματα, που βασίζονται στο σύνολο δεδομένων Kaggle, έχουν ένα κοινό χαρακτηριστικό: είναι μεγάλα σε μέγεθος. Ωστόσο, ένα μειονέκτημα τους είναι ότι δεν διαχωρίζουν τις πηγές διαδικτυακών ειδήσεων, δηλαδή δεν καθορίζουν ποιες ιστοσελίδες έχουν αναρτήσει πραγματικές ειδήσεις. (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 21)

Επιλογή συγκεκριμένων στοιχείων

Ένας αλγόριθμος ταξινόμησης δεν μπορεί να εργαστεί με τα δεδομένα των ειδήσεων όπως εμφανίζονται στις διάφορες ιστοσελίδες ειδήσεων και στις αναρτήσεις των χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτά τα δεδομένα πρέπει να υποστούν επεξεργασία για να φτάσουν σε μια κατάλληλη μορφή. Μια συνήθης προσέγγιση είναι η αναπαράστασή τους με διανύσματα βαρών, όπου τα βάρη αντιστοιχούν σε διάφορα χαρακτηριστικά. Ωστόσο, η χρήση απλοϊκών λύσεων μπορεί να μην είναι αποδοτική όταν τα χαρακτηριστικά του κειμένου είναι πιο πολύπλοκα, όπως η συντακτική και η

λεξικολογική πληροφορία. Οι ερευνητές που μελέτησαν τις ψευδείς ειδήσεις στο διαδίκτυο, κυρίως στα κοινωνικά μέσα, έχουν συμπεράνει ότι η επιτυχής κατηγοριοποίηση των μη έγκυρων ειδήσεων είναι εφικτή μόνο εάν ληφθούν υπόψη και αξιολογηθούν τόσο τα μορφολογικά όσο και τα συντακτικά χαρακτηριστικά των κειμένων. (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 21)

Για να γίνει αυτό κατανοητό, μπορούμε να παραθέσουμε ένα εμπειριστατωμένο παράδειγμα. Κατά την ανάλυση των ψευδών ειδήσεων που έχουν κυκλοφορήσει στο διαδίκτυο, παρατηρήθηκε ότι οι τίτλοι αυτών των ειδήσεων συνήθως περιέχουν λιγότερες ουσιαστικές πληροφορίες σε σύγκριση με τους τίτλους των έγκυρων ειδήσεων. Επιπλέον, παρατηρήθηκε ότι οι τίτλοι των ψευδών ειδήσεων είναι συνήθως μεγαλύτεροι σε μήκος σε σύγκριση με αυτούς των αληθινών ειδήσεων. (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 22)

Υπάρχουν τέσσερις κύριες κατηγορίες χαρακτηριστικών που μπορούμε να λάβουμε υπόψη για αυτήν την ανάλυση.

- Υφολογική ανάλυση

Στην κατηγορία της Υφολογικής Ανάλυσης συμπεριλαμβάνονται όλα τα χαρακτηριστικά που αφορούν το συντακτικό και γραμματικό του κειμένου, καθώς και το ύφος του. Για παράδειγμα, σε αυτήν την κατηγορία περιλαμβάνεται η καταμέτρηση των λέξεων, των ουσιαστικών, των σημείων στίξης, καθώς και η ανίχνευση των λέξεων που περιέχουν κεφαλαία γράμματα.

- Συναισθηματική ανάλυση

Αυτή η κατηγορία αναφέρεται σε χαρακτηριστικά που αφορούν τόσο συναισθηματικούς όσο και ψυχολογικούς χαρακτηρισμούς του κειμένου. Σε αυτήν την περίπτωση, χρησιμοποιείται ένας αναλυτής κειμένου σε συνδυασμό με ένα σύνολο λεξικών.

- Πολυπλοκότητα κειμένου

Τα χαρακτηριστικά αυτής της κατηγορίας αναφέρονται στην πολυπλοκότητα του κειμένου. Σημειώνεται ότι η πολυπλοκότητα μπορεί να μετρηθεί τόσο σε επίπεδο λέξεων όσο και σε επίπεδο προτάσεων.

- Σχετικότητα

Στην τέταρτη και τελευταία κατηγορία περιλαμβάνονται τα χαρακτηριστικά που εκφράζουν σχετικότητα σύμφωνα με το λεξικό LIWC. Επίσης, περιλαμβάνονται γνωρίσματα που δεν ανήκουν σε κάποια άλλη κατηγορία. (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 22)

Ανάλυση μορφής

Ο βασικός στόχος της μορφολογικής ανάλυσης είναι να προσδιορίζει το μέρος του λόγου για κάθε λέξη εντός μιας πρότασης. Για να επιτευχθεί αυτό, ο αναλυτής πρέπει αρχικά να διαχωρίσει κάθε πρόταση σε επιμέρους τμήματα. Στη συνέχεια, εφαρμόζονται ετικέτες σε κάθε από αυτά τα τμήματα, τα οποία προέκυψαν από τον διαχωρισμό. Οι ετικέτες αυτές αντιστοιχούν σε συγκεκριμένα μέρη του λόγου, όπως ουσιαστικά, ρήματα, επιρρήματα κλπ. Η διαδικασία αυτή, που ονομάζεται ετικετοποίηση, θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική καθώς παρέχει σημαντικές πληροφορίες για τις λέξεις. (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 23)

Ανάλυση συντακτικού

Η συντακτική ανάλυση αναφέρεται στη διαδικασία κατά την οποία αναγνωρίζεται η πρόταση και ερμηνεύεται η σημασία της. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της σωστής κατανόησης της συντακτικής της δομής. Για να επιτευχθεί αυτό, χρησιμοποιείται η ιεραρχική δένδροειδής δομή, γνωστή ως "parse trees". (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 24)

Έρευνα στο διαδίκτυο

Το πρόβλημα στην αναγνώριση των ψευδών ειδήσεων, γνωστών και ως fake news, γίνεται περισσότερο κατανοητή όταν αναλύσει κανείς τα επακόλουθα μιας έρευνας που πραγματοποίησαν οι "YouGov" και "The Economist". Όπως παρατηρείται στην εικόνα που ακολουθεί, οι δύο αυτοί οργανισμοί έφτασαν στο συμπέρασμα ότι μόλις ένα πολύ μικρό ποσοστό των χρηστών του Διαδικτύου είναι σε θέση να αναγνωρίσει με βεβαιότητα μια αληθής είδηση από μια ψευδή. Συγκεκριμένα, μόλις το 22% από το συνολικό αριθμό των 1.485 χρηστών που συμμετείχαν στην εν λόγω έρευνα δήλωσαν ότι είναι

σίγουροι ότι μπορούν να διακρίνουν μια ψευδή είδηση στο Διαδίκτυο. (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 24)

	Share of respondents
Very confident	22%
Somewhat confident	44%
Not very confident	16%
Not at all confident	5%
Not sure	13%

Showing entries 1 to 5 (5 entries in total)

© Statista 2017

Additional Information: United States; YouGov; The Economist; October 7 to 10, 2017; 1,485 respondents; 18 years and older

Sources: YouGov; The Economist

Η δυσκολία των ψευδών ειδήσεων μπορεί να αντιμετωπιστεί αναλύοντας δύο διαφορετικά μέρη του. Αρχικά, το πρώτο μέρος που απαιτεί προσοχή είναι οι μέθοδοι ανίχνευσης των ψευδών ειδήσεων στο Διαδίκτυο. Ενώ το δεύτερο μέρος εστιάζει στην ανάπτυξη ενός κατάλληλα διαμορφωμένου συστήματος για την αντιμετώπισή τους. (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 24)

Μηχανική Μάθηση (Machine Learning)

Όπως έχει αναφερθεί προηγουμένως, η Μηχανική Μάθηση - Machine Learning έχει βιώσει σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, με τον επιστημονικό και εκπαιδευτικό κλάδο να επικεντρώνεται ιδιαίτερα σε αυτόν. Ωστόσο, η έννοια της μηχανικής μάθησης εμφανίστηκε για πρώτη φορά περίπου το 1700, βασισμένη στο θεώρημα του Bayes. Η ιστορία αυτού του κλάδου ξεκινά πολλά χρόνια πριν, αποτελώντας αρχικά έναν επιστημονικό τομέα που εξαρτιόταν από τρεις βασικούς κλάδους: τους υπολογιστές, τα μαθηματικά και τη φιλοσοφία. Αυτός ο κλάδος συνέλεγε την ανθρώπινη γνώση και ευφυΐα, και η ανάπτυξη του σύγχρονου προσδιορίζεται από τη δεκαετία του 1945, μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 24)

Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό της συμπεριφοράς των ανθρώπων στην κοινωνία μας είναι η ικανότητά τους στη μάθηση. Οι επιστήμονες των Τεχνητών Νευρωνικών Δικτύων έχουν εστιαστεί σε αυτό το χαρακτηριστικό, χρησιμοποιώντας το ως βάση για τη μάθηση. Κατασκευάζουν υπολογιστικά συστήματα που μπορούν να εκπαιδευτούν και να επιτυγχάνουν τους στόχους που τίθενται, κυρίως μέσω της Μηχανικής Μάθησης (Machine Learning). Στον ορισμό της Μηχανικής Μάθησης, το φαινόμενο αυτό αναφέρεται σε μια διαδικασία όπου τα συστήματα βελτιώνουν συνεχώς την απόδοσή τους χωρίς να χρειάζεται να προγραμματίζονται εκ νέου συνεχώς. Η Μηχανική Μάθηση αναλαμβάνει τη δημιουργία προγραμμάτων που μπορούν να βελτιώνουν αυτόνομα την απόδοσή τους με βάση τις γνώσεις και την εμπειρία που διαθέτουν. Είναι ένας γρήγορα εξελισσόμενος κλάδος που ασχολείται κυρίως με τη δημιουργία αλγορίθμων βελτιστοποίησης. Το ξεχωριστό του ενδιαφέρον έγκειται στη δυνατότητά του να αλληλεπιδρά με άλλους επιστημονικούς κλάδους, ενώ η χρήση των αλγορίθμων μάθησης συμβάλλει στην αποτελεσματική εξαγωγή γενικευμένων κανόνων μάθησης από ένα πεπερασμένο σύνολο πληροφοριών εκπαίδευσης. (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 25)

Για τους πολίτες και την ευρύτερη κοινωνία, η αναγνώριση ψευδών ειδήσεων είναι πρωταρχικής σημασίας. Στόχος είναι να αποφεύγεται η παραπληροφόρηση, ιδίως των ανθρώπων με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης, αλλά και των εκπαιδευμένων μελών της κοινωνίας. Ειδικά για αυτά τα άτομα, που ενδεχομένως δεν διαθέτουν γνώσεις σε πεδία όπως η ιατρική, είναι δύσκολο να αναγνωρίσουν αμέσως τις ψευδείς ειδήσεις.

Μέχρι σήμερα, έχουν αναπτυχθεί διάφορες τεχνικές μηχανικής μάθησης με στόχο την άμεση αντιμετώπιση του προβλήματος των ψευδών ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτές οι τεχνικές βασίζονται σε διάφορους αλγορίθμους μηχανικής μάθησης, οι οποίοι συμπεριλαμβάνουν τις Μηχανές Διανυσμάτων Υποστήριξης, την Παλινδρόμηση, τα Νευρωνικά Δίκτυα, τη θεωρία Bayes και τα Δέντρα Αποφάσεων. (ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ & ΔΡΙΤΣΑ, 2022, σσ. 25)

Για να κατανοήσουμε καλύτερα τη διαδικασία της Μηχανικής Μάθησης, μπορούμε να αναφερθούμε σε μια εικόνα που παρουσιάζει τρεις διαφορετικές προσεγγίσεις για την ανίχνευση των ψευδών ειδήσεων χρησιμοποιώντας τη Μηχανική Μάθηση. Στη συνέχεια, αναλύονται αυτές οι προσεγγίσεις περαιτέρω.

- Εποπτευόμενες - supervised based approaches

- Μη εποπτευόμενες - Unsupervised based approaches
- Ενισχυτική Μάθηση - Reinforcement Learning

4.2 Τρόποι αντιμετώπισης ψευδών ειδήσεων

Ένα ερώτημα που ανακύπτει είναι εάν μπορεί να ελεγχθεί ή να μειωθεί η διασπορά παραπληροφόρησης και αν υπάρχει κάποια λύση σε αυτό το πρόβλημα. Προτείνονται μέτρα που συνδέονται άμεσα με την επιβολή συγκεκριμένων, αξιόπιστων πηγών. Για να αποφευχθούν οι στερεότυπες αντιλήψεις, μια πιθανή προσέγγιση θα μπορούσε να είναι η ενεργή παρέμβαση του κράτους για τη διαμόρφωση ενός υγιούς εσωτερικού επικοινωνιακού πλαισίου μέσω της εκπαίδευσης του κοινού και των δημοσιογράφων σε αξιόπιστα πρότυπα. Μια άλλη προσέγγιση μπορεί να είναι ο επαναλαμβανόμενος έλεγχος των πηγών πληροφοριών, που θα διαχωρίζει τη δημοσιογραφία από την προπαγάνδα, δίνοντας έμφαση στην αξιόπιστη ενημέρωση. Η αξιολόγηση των πηγών είναι επίσης σημαντική, όπως η διασταύρωση των στοιχείων και η έρευνα της αυθεντίας τους. (Βούλγαρη, 2020, σσ. 38)

Τα μέσα όπως το Facebook και το Twitter έχουν προσπαθήσει να μειώσουν τη διάδοση παραπληροφόρησης, αλλάζοντας τους αλγόριθμους τους και εστιάζοντας στην ποιότητα των πληροφοριών. Επιπλέον, ορισμένα κοινωνικά δίκτυα έχουν εισαγάγει μέτρα όπως η δυνατότητα αναφοράς παραπληροφόρησης από τους χρήστες και η τιμωρία των χρηστών που την προωθούν. Η ενσωμάτωση της Wikipedia μπορεί να βοηθήσει τους δημοσιογράφους στο να αντιμετωπίσουν την παραπληροφόρηση, καθώς η πλατφόρμα χρησιμοποιεί υψηλά πρότυπα επαλήθευσης και δημοσίευσης πληροφοριών. Συνολικά, ο σωστός έλεγχος των πηγών και η ενθάρρυνση της αξιόπιστης ενημέρωσης μπορούν να συμβάλουν στην αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στα κοινωνικά δίκτυα. (Βούλγαρη, 2020, σσ. 38)

Πέραν των παραπάνω μέτρων, είναι σημαντικό να αναληφθεί δράση και στην επικοινωνιακή εκπαίδευση του κοινού, εκπαιδεύοντας τους χρήστες να αξιολογούν κριτικά τις πληροφορίες που λαμβάνουν στα κοινωνικά δίκτυα. Εκπαιδευτικές πρωτοβουλίες και εκστρατείες ενημέρωσης μπορούν να προωθήσουν την κριτική σκέψη και την ικανότητα αναγνώρισης παραπλανητικών πληροφοριών. (Βούλγαρη, 2020, σσ. 38)

Ο ρόλος της επαγγελματικής κοινότητας των δημοσιογράφων είναι ζωτικής σημασίας. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να αναλάβουν την ευθύνη να ελέγχουν την ακρίβεια των πληροφοριών που διαδίδουν, χωρίς να υποκύπτουν στην πίεση του χρόνου ή την

ανάγκη για επικαιρότητα. Η προσήλωσή τους στην επαλήθευση των γεγονότων και η δημιουργία ποιοτικού και αξιόπιστου περιεχομένου μπορεί να αντιμετωπίσει την πρόκληση της παραπληροφόρησης. (Βούλγαρη, 2020, σσ. 38)

Επιπλέον, η ανάπτυξη τεχνολογικών εργαλείων για τον εντοπισμό και την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης είναι ζωτικής σημασίας. Η χρήση αλγορίθμων μηχανικής μάθησης και τεχνητής νοημοσύνης μπορεί να εντοπίσει αυτόματα πληροφορίες που είναι πιθανώς παραπλανητικές και να προειδοποιήσει τους χρήστες για την ανεπιθύμητη διάδοσή τους. Επιπλέον, η ανάπτυξη εργαλείων που επιτρέπουν τον εύκολο έλεγχο της πηγής μιας πληροφορίας μπορεί να βοηθήσει στην αναγνώριση πληροφοριών που προέρχονται από αναξιόπιστες πηγές. (Βούλγαρη, 2020, σσ. 38)

Συνολικά, η αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στα κοινωνικά δίκτυα απαιτεί μια ολοκληρωμένη προσέγγιση που συνδυάζει εκπαιδευτικές πρωτοβουλίες, επαγγελματική ηθική, καινοτόμες τεχνολογικές λύσεις και συνεργασία μεταξύ κοινωνικών πλατφορμών, κυβερνητικών φορέων και της επαγγελματικής κοινότητας των δημοσιογράφων. (Βούλγαρη, 2020, σσ. 38)

Ο έλεγχος γεγονότων αποτελεί μια στρατηγική διαχείρισης ζημιών που, ενώ είναι ουσιαστική, έχει περιορισμένη δυνατότητα κλιμάκωσης. Η απομάκρυνση του ανθρώπινου παράγοντα από τη διαδικασία είναι δύσκολη, ειδικά όταν οι ειδήσεις αφορούν ευαίσθητα θέματα, όπως η πολιτική. Στα κοινωνικά δίκτυα και τις μηχανές αναζήτησης, οι προβλέψεις από μοντέλα εντοπισμού ψευδών ειδήσεων μπορούν να χρησιμοποιηθούν εσωτερικά για να περιοριστεί το κοινό που ενδέχεται να εκτεθεί σε αυτές. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο η αυτόματη σήμανση των ειδήσεων προκαλεί ανησυχίες σχετικά με τη δικαιοσύνη και τη διαφάνεια των αλγορίθμων, κάτι που υποδηλώνει ότι για αρκετό καιρό ακόμη, η τελική απόφαση θα βασίζεται σε ανθρώπινη κρίση.

Από την άλλη πλευρά, η αυτόματη ανίχνευση ψευδών ειδήσεων θα μπορούσε να λειτουργήσει ως εργαλείο υποστήριξης για τους ελεγκτές δεδομένων, βοηθώντας τους να εντοπίσουν περιεχόμενο που είναι πιθανότερο να είναι ψευδές. Τα αποτελέσματά μας δείχνουν ότι ο συνδυασμός των προτεινόμενων χαρακτηριστικών με υπάρχοντες ταξινομητές παρέχει έναν χρήσιμο βαθμό ακρίβειας για την ανίχνευση ψευδών ειδήσεων. Τα καλύτερα μοντέλα μας μπορούν να ανιχνεύσουν σωστά σχεδόν όλες τις ψευδείς ειδήσεις στα δεδομένα μας, αν και ταξινομούν εσφαλμένα περίπου το 40% των αληθινών ειδήσεων, κάτι που είναι ήδη αρκετά χρήσιμο για τους ελέγχους δεδομένων. Σε αυτό το πλαίσιο, η παροχή επεξηγήσεων που δικαιολογούν τα αποτελέσματα του

αλγόριθμοι είναι κρίσιμης σημασίας. Για παράδειγμα, μια συγκεκριμένη είδηση μπορεί να θεωρηθεί ψευδής επειδή δημοσιεύτηκε από νέα εφημερίδα που φιλοξενείται στην ίδια διεύθυνση IP με μια γνωστή πηγή ψευδών ειδήσεων που βρίσκεται σε μαύρη λίστα.

Επιπλέον, αυτή η προσέγγιση απαιτεί συνεχή ροή δεδομένων, όπου περισσότερες ιστορίες επισημαίνονται καθημερινά και ανατροφοδοτούν τα μοντέλα. Αντί να ελέγχονται μόνο οι πιο ύποπτες ιστορίες, μπορεί να εφαρμοστεί μια ενεργή μέθοδος μάθησης, ώστε το μοντέλο να υποδεικνύει ποιες ιστορίες πρέπει να διερευνηθούν για να βελτιωθεί η ακρίβεια των προβλέψεών του. Το πιο σημαντικό, οι ψευδείς ειδήσεις αποτελούν ένα σχετικά νέο πρόβλημα και το κόστος για την επισήμανση μεγάλων συνόλων δεδομένων παραμένει υψηλό. Στο μέλλον, μεγαλύτερα σύνολα δεδομένων με ετικέτες θα μας επιτρέψουν να διερευνήσουμε άλλες τεχνικές, όπως η βαθιά μάθηση, και να βελτιώσουμε την απόδοση των προβλέψεων. (Reis, 2019, σσ. 77)

4.3 Μέθοδοι που χρησιμοποιούνται τεχνολογικά για τον περιορισμό της διάδοσης ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο.

Πράγματι, είναι αδιαμφισβήτητο ότι το διαδίκτυο αποτελεί το κύριο μέσο διάδοσης ψευδών ειδήσεων, προσφέροντας τους μηχανισμούς για την εύκολη διακίνησή τους. Παρ' όλα αυτά, το διαδίκτυο είναι ένα εργαλείο με διπλή όψη, καθώς μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για την αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων. Αυτό σημαίνει ότι μια ψεύτικη είδηση μπορεί να διαδοθεί μέσω του διαδικτύου, αλλά επίσης μπορεί να διορθωθεί ή να ανατραπεί μέσω αυτού. Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιαστούν ιστοσελίδες που έχουν ως αποκλειστικό στόχο τους την καταπολέμηση και την εξάλειψη της εξάπλωσης των ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο. (Λεμοντζή, 2018, σσ. 74)

Καταρχάς, έχουν εμφανιστεί πολλές ιστοσελίδες και blogs με αποκλειστικό στόχο την καταπολέμηση της διάδοσης των ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο. Για παράδειγμα, στην Ελλάδα, υπάρχουν ιστότοποι όπως το «Ellinika Hoaxes», το «Λεξικό του Σκεπτικιστή», το «AntiChain Letter», το «Skeptikon», το «Mouf Busters» και πολλοί άλλοι. Σε πολλές άλλες ευρωπαϊκές χώρες και στην Αμερική, υπάρχουν ακόμη περισσότερες ιστοσελίδες που ασχολούνται με τον έλεγχο της αξιοπιστίας των ειδήσεων στο διαδίκτυο. Ορισμένα παραδείγματα περιλαμβάνουν τους «hoax-slayer», «snopes», «The Hoax Museum», «Waffles at noon», «Hoax or fact», «Meta bunk», «urban legends»,

«Politifact», «The Millenium Project», «The Museum of Hoaxes», «The Skeptic's Dictionary», και «The Skeptics Society», μεταξύ άλλων. Αυτές οι ιστοσελίδες ελέγχουν την εγκυρότητα των ειδήσεων που διακινούνται στο διαδίκτυο και τις χαρακτηρίζουν ως αληθινές, ψευδείς ή αμφίβολες. (Λεμοντζή, 2018, σσ. 74)

Εκτός από τις παραπάνω ιστοσελίδες και ιστολόγια, έχουν αναπτυχθεί πολλές πλατφόρμες και εφαρμογές που καταπολεμούν τις ψευδείς ειδήσεις με διάφορους τρόπους. Μία από αυτές τις πλατφόρμες επικεντρώνεται κυρίως στην ενημέρωση του χρήστη του διαδικτύου σχετικά με τη φύση του κειμένου που συναντάει στον κυβερνοχώρο. Μέσω διαφορετικών διατυπώσεων, ενημερώνει τον χρήστη αν το κείμενο που διαβάζει είναι ειδησεογραφικό άρθρο, σάτιρα, προσωπική άποψη ή ψευδής είδηση, με ποσοστό ακρίβειας που φτάνει το 89%. Παρέχει επίσης πληροφορίες για τον αρθρογράφο, αναλύει την ποιότητα της γλώσσας του κειμένου, παρέχει πληροφορίες για την πολιτική ιδεολογία της ιστοσελίδας και προτείνει ειδησεογραφικά άρθρα με αντίθετη άποψη στο ίδιο θέμα, προσφέροντας έτσι στον χρήστη μία πιο ολοκληρωμένη εικόνα. Ο Έλληνας Βαλεντίνος Τζέκας είναι ο ιδρυτής αυτού του αλγορίθμου. (Λεμοντζή, 2018, σσ. 74)

Το «CrossCheck» αποτελεί ένα ακόμα χρήσιμο εργαλείο κατά της διάδοσης των ψευδών ειδήσεων. Πρόκειται για ένα έργο συλλογικής δημοσιογραφίας που συνεργάζεται με ειδησεογραφικά γραφεία και συντακτικές ομάδες για να παρέχει ενημέρωση σχετικά με το ποιες ειδήσεις είναι αληθείς και ποιες όχι. Αυτή η συνεργασία ανάμεσα σε ανταγωνιστικά μέσα ενημέρωσης ενώνει τις δυνάμεις τους για την αντιμετώπιση του φαινομένου της διάδοσης ψευδών ειδήσεων, που απειλεί τη δημοσιογραφία μεταξύ άλλων. Η ιστοσελίδα W.O.T. (WEB OF TRUST) αποτελεί ένα ακόμα πολύ χρήσιμο εργαλείο. Παρέχει πληροφορίες σχετικά με την ποιότητα της ιστοσελίδας που φιλοξενεί ένα ειδησεογραφικό άρθρο. Ειδικότερα, ενημερώνει τον χρήστη εάν η ιστοσελίδα που επισκέφτηκε και ανέγνωσε ένα άρθρο είναι αξιόπιστη, παρουσιάζοντας ταυτόχρονα τον αντίστοιχο χαρακτηρισμό που έχουν δώσει άλλοι ανεξάρτητοι χρήστες του διαδικτύου. (Λεμοντζή, 2018, σσ. 74)

Αντιδρώντας στην ραγδαία αύξηση των ψευδών ειδήσεων, οι υπηρεσίες ελέγχου πληροφοριών έχουν γίνει πιο πολλές και περισσότερο δραστικές. Έχουν αναπτυχθεί πολλές λύσεις για την αυτοματοποίηση του ελέγχου πληροφοριών. Το Truthy (Ratkiewicz et al. 2011) και το Hoaxy (Shao et al. 2016) είναι δύο τέτοιες λύσεις που

μπορούν να παρέχουν σχετικά γρήγορα αποτελέσματα για τις πληροφορίες που συμπεριλαμβάνονται σε άρθρα. (Moravec & Minas & Dennis, 2018, σσ. 5)

4.4 Ο ρόλος των γονέων στον επηρεασμό των παιδιών από ψευδείς ειδήσεις

Η καλύτερη «άμυνα» για τα νεαρά παιδιά είναι η στενή σχέση με τους γονείς και δασκάλους. Αν τα παιδιά αναφέρουν οποιοδήποτε περίεργο φαινόμενο στο διαδίκτυο σε άτομα της οικογένειας ή του σχολείου τους, οι αρνητικές επιπτώσεις μπορούν να αντιμετωπιστούν σε μεγάλο βαθμό. Οι γονείς πρέπει να είναι ενήμεροι για την τρέχουσα διαδικτυακή πραγματικότητα, καθώς και για τις δυνατότητες και τους κινδύνους που υπάρχουν. Είναι σημαντικό να γνωρίζουν τι κάνουν τα παιδιά τους στο διαδίκτυο και για ποιο σκοπό το χρησιμοποιούν. Έχουν το δικαίωμα να επιβλέπουν και να φιλτράρουν το περιεχόμενο που βλέπουν τα παιδιά τους, για να διασφαλίζουν ότι δεν εκτίθενται σε κακόβουλο υλικό. Είναι καλό να ενημερώνονται για διαθέσιμο λογισμικό ελέγχου περιεχομένου και να εξετάζουν την εφαρμογή του στους υπολογιστές του σπιτιού. Επίσης, είναι σημαντικό να συμμετέχουν ενεργά στην καταπολέμηση της διακίνησης παράνομου περιεχομένου στο διαδίκτυο. Πρέπει να συμφωνούν με τα παιδιά για τον τρόπο και τον χρόνο χρήσης του διαδικτύου, να τοποθετούν τους υπολογιστές σε κοινόχρηστους χώρους του σπιτιού, να διδάσκουν στα παιδιά να μη δίνουν ποτέ προσωπικά στοιχεία και πληροφορίες και αν είναι δυνατόν. (Ηλιάδη, 2009, σσ. 1)

4.5 Ειδικά μέτρα του Υπουργείου Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων κατά των ψευδών ειδήσεων

Το Υπουργείο Παιδείας, Έρευνας και Θρησκευμάτων προσπαθεί να αντιμετωπίσει τη διάδοση των ψευδών ειδήσεων και να αποκαταστήσει την αλήθεια. Μέσω της επίσημης ιστοσελίδας του, <https://www.minedu.gov.gr/> δημοσιεύει ειδήσεις και ρεπορτάζ που χαρακτηρίζει ως ψευδείς και παρέχει επιχειρήματα και αποδείξεις για την αλήθεια. Αυτό γίνεται με σκοπό να διαψεύσει τις ψευδείς ειδήσεις που αφορούν θέματα που εμπίπτουν στην αρμοδιότητά του. Μέσω αυτής της δράσης, το Υπουργείο επιδιώκει να επαναφέρει την αλήθεια σε θέματα που σχετίζονται αποκλειστικά με την παιδεία, την έρευνα και τα θρησκευόμενα. (Λεμοντζή, 2018, σσ. 76)

4.6 Ο ρόλος των ανθρώπων κατά της παραπληροφόρησης

Μια προσιτή και ιδιαίτερα αποτελεσματική προσέγγιση για την αντιμετώπιση της εξάπλωσης των ψευδών ειδήσεων είναι η προαγωγή και η εκμάθηση της κριτικής σκέψης από τον καθένα. Η ανάγκη αυτή είναι έντονη, καθώς αποδεικνύεται από τα ανησυχητικά ευρήματα της έρευνας του 2016 από το Πανεπιστήμιο της Columbia, η οποία αναφέρει πως 6 στους 10 χρήστες Διαδικτύου μοιράζονται μια είδηση ή μια ανάρτηση βασιζόμενοι μόνο στον τίτλο και όχι στο περιεχόμενο του άρθρου. (Λεμοντζή, 2018, σσ. 77)

Επομένως, οι χρήστες του διαδικτύου μπορεί να αποτρέψει τη διάδοση των ψευδών ειδήσεων αξιοποιώντας τις ικανότητές του. Είναι σημαντικό να είναι επιφυλακτικός με τους τίτλους των άρθρων, καθώς οι παραπλανητικοί τίτλοι συχνά είναι γραμμένοι με έντονη γραμματοσειρά και κεφαλαία γράμματα και περιλαμβάνουν συχνά θαυμαστικά. Επίσης, η διεύθυνση URL πρέπει να ελέγχεται προσεκτικά, καθώς μια μικρή αλλαγή μπορεί να δημιουργήσει μια παραπλανητική απομίμηση επίσημης ιστοσελίδας. Ο έλεγχος της πηγής του άρθρου είναι επίσης σημαντικός, καθώς η μορφοποίηση του κειμένου και η πιθανή παρουσία ορθογραφικών λαθών και υπερβολικών λέξεων μπορεί να αποκαλύψουν την αναξιπιστία της είδησης. Επιπλέον, πρέπει να είναι προσεκτικός με τις ημερομηνίες και να ελέγχει εάν η είδηση παρουσιάζεται και από άλλες αξιόπιστες πηγές στο Διαδίκτυο. (Λεμοντζή, 2018, σσ. 77)

4.7 Ρυθμίσεις Κώδικα Δεοντολογίας Ψηφιακών Μέσων

Η Ένωση Εκδοτών Διαδικτύου (EN.E.Δ) παρουσίασε έναν Κώδικα Δεοντολογίας για τα Ψηφιακά Μέσα Ενημέρωσης. Αυτή η ομοσπονδία εκπροσωπεί τις εκδοτικές εταιρείες πρωτογενούς ψηφιακού περιεχομένου και έχει ως στόχο την ενδυνάμωση της παρουσίας τους στο διαδίκτυο. Η δημιουργία αυτού του Κώδικα προήλθε από το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Επικοινωνίας (ECI) στο πλαίσιο του ΠΜΣ "Ποιοτική Δημοσιογραφία και Νέες Τεχνολογίες" (Quality Journalism & New Technologies, Master of Arts). Αυτό το Ινστιτούτο περιλαμβάνει πολλούς Ευρωπαϊκούς Πανεπιστημιακούς και Ερευνητικούς Φορείς. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο Κώδικας απευθύνεται τόσο στους καταναλωτές του ψηφιακού περιεχομένου όσο και σε όλους τους πολίτες που αναλαμβάνουν τον ρόλο του εκδότη (πολίτες δημοσιογράφοι). Ο Κώδικας λειτουργεί ως ένα πλαίσιο που ενσωματώνει σε μεγάλο βαθμό τον Δημοσιογραφικό Κώδικα και τις καλύτερες πρακτικές και εκδοτικούς κανόνες που έχουν υιοθετηθεί από τα μεγαλύτερα Διαδικτυακά Μέσα στον κόσμο. (Λεμοντζή, 2018, σσ. 78)

4.8 Μπορεί η τεχνολογία να αλλάξει τα δεδομένα;

Αρχικά, τα fake news στην εποχή των social media είναι σχετικά εύκολο να εντοπιστούν. Οι πρώτοι δημιουργοί ψευδών ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συχνά ισχυρίζονταν ότι προορίζονταν για ψυχαγωγία. Η γλώσσα, οι γραμματοσειρές και οι σύνδεσμοι ήταν συχνά σημεία που μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τον εντοπισμό των μη ψευδών ειδήσεων. Ωστόσο, χρειάστηκε λίγος χρόνος για να γίνουν τα Fake News πιο ύπουλα, πιο πολλές, στοχεύοντας στη χειραγώγηση κοινής γνώμης. Οι ψευδείς ειδήσεις έχουν πλέον πολλά νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που μπορούν να εμφανιστούν και να διαδοθούν γρήγορα, τόσο μέσω ανθρώπων όσο και μέσω αυτοματοποιημένων bots. Κατά τη διάρκεια του κύκλου των προεδρικών εκλογών του 2016, για παράδειγμα, οι ψευδείς ειδήσεις εμφανίζονταν συχνά. Ο προσδιορισμός του ποιες ειδήσεις πρέπει να πιστέψουμε και ποιες να αγνοήσουμε έγινε περισσότερο θέμα κομματικής προσέγγισης. Ορισμένοι αναγνώστες βρίσκουν αυτές τις ιστορίες διασκεδαστικές. Άλλοι τις βρίσκουν ανησυχητικές. Μερικοί θεωρούν ότι επιβεβαιώνουν τις πεποιθήσεις τους. Πολλοί άνθρωποι μοιράζονται ψευδείς ειδήσεις χωρίς να διαβάζουν ποτέ το περιεχόμενο των άρθρων που διαβάζουν. (Burkhardt, 2017, σσ. 14)

Η κοινοποίηση ψευδών ειδήσεων, είτε επειδή είναι διασκεδαστικές είτε επειδή οι άνθρωποι τις πιστεύουν, απλώς διευρύνει το πρόβλημα. Υποστήριξε ο Πάπας Φραγκίσκος τον υποψήφιο Ντόναλντ Τραμπ; Όχι, αλλά αυτό δεν εμπόδισε την ιστορία να κυκλοφορήσει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να διαδοθεί στο ευρύ κοινό. Διήθνη η Χίλαρι Κλίντον ένα κύκλωμα παιδικής εκμετάλλευσης από μια πιτσαρία στην Ουάσιγκτον; Όχι, αλλά αυτό δεν εμπόδισε τους χρήστες να κοινοποιήσουν το υλικό στα Social Media. (Burkhardt, 2017, σσ. 14)

Μια ύπουλη πτυχή της προπαγάνδας είναι ότι επιδιώκει να αντικαταστήσει κάθε προϋπάρχουσα δομή εμπιστοσύνης. Μια θεωρία συνωμοσίας τοποθετεί τον Πρόεδρο Τραμπ στο επίκεντρο και προτρέπει τους οπαδούς να απορρίψουν οποιεσδήποτε αντιφατικές απόψεις. Για τους σκεπτικιστές απέναντι στο κράτος, οι παρόμοιες θεωρίες προσφέρουν μια εναλλακτική πηγή εξουσίας. Ο εκλογικός κύκλος του 2020 απέδειξε, για άλλη μια φορά, ότι οι ψεύτικες ειδήσεις είναι δύσκολο να καταπολεμηθούν. Οι κύριες πηγές και πλατφόρμες μέσω ενημέρωσης κατέβαλαν έντονες προσπάθειες για την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων: οργανισμοί ειδήσεων όπως ο Associated

Press ασχολήθηκαν με τον έλεγχο γεγονότων, το Twitter χαρακτήρισε ως προπαγάνδα την εκστρατεία του Τραμπ, το Facebook ξεκίνησε να αποκλείει το περιεχόμενο του Τραμπ και το YouTube μπλόκαρε βίντεο που ισχυρίζονταν ψευδώς ότι ο Τραμπ είχε νικήσει τον Μπάιντεν. Αν και ορισμένες από αυτές τις παρεμβάσεις έγιναν σχετικά αργά κατά τη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας. (Verstraete & Bambauer & Bambauer, 2022, σσ.856)

Κατά τις πρώτες μέρες του Διαδικτύου, οι ψευδείς ειδήσεις δεν αποτελούσαν σημαντικό πρόβλημα. Υπήρχαν μερικές ιστοσελίδες που προσπαθούσαν να εξαπατήσουν ή να παραπλανήσουν, αλλά αυτό γινόταν κυρίως για διασκέδαση. Αν και κάποια site προσπαθούσαν να διαδώσουν παραπληροφόρηση, ο αριθμός τους ήταν περιορισμένος. Φαινόταν ότι η εξουσία επενέβαινε συχνά για να κλείσει κακόβουλες ιστοσελίδες. Η δημιουργία ενός site στο Διαδίκτυο στις αρχές του απαιτούσε χρόνο, προσπάθεια και δεξιότητες προγραμματισμού, γεγονός που περιορίζει τον αριθμό των ατόμων που μπορούσαν να δημιουργήσουν ιστοσελίδες που ενσωμάτωναν fake news. Κατά την τελευταία δεκαετία, ως μέρος της ροής πληροφοριών που παρέχει το ίντερνετ, δημιουργήθηκαν πλατφόρμες κοινωνικών μέσων όπως το Facebook και το MySpace, επιτρέποντας στους χρήστες να συνδέονται με άλλους διαδικτυακά, να τους κατευθύνουν σε sites, να μοιράζονται σχόλια, να περιγράφουν γεγονότα, και πολλά άλλα. (Burkhardt, 2017, σσ. 14)

Μετά από αυτό, ήρθε η εφεύρεση ενός άλλου είδους μέσων κοινωνικής δικτύωσης όπως το Twitter. που επιτρέπει στους χρήστες να στέλνουν πολύ σύντομα μηνύματα, συνήθως για νέα γεγονότα, σε άλλους που επιλέγουν να τα λαμβάνουν. Κάποιος μπορεί να επιλέξει να «ακολουθήσει» τις αναρτήσεις του πρώην προέδρου Μπαράκ Ομπάμα στο Twitter για να ενημερώνεται για τις κινήσεις του, την ατζέντα του ή μια εκδήλωση. Αυτός ο τύπος πληροφόρησης μπορεί να είναι πολύ χρήσιμος για την άμεση λήψη πληροφοριών. Έχει αποδειχθεί χρήσιμο και σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια των εξεγέρσεων των Αράβων, οι επικοινωνίες μέσω Twitter παρείχαν πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο καθώς τα γεγονότα εκτυλίσσονταν. Κατά τη διάρκεια του τυφώνα Sandy, οι άνθρωποι μπορούσαν να λάβουν τοπικές και συγκεκριμένες πληροφορίες σχετικά με την καταιγίδα καθώς συνέβαινε. Το Twitter είναι επίσης ένα βολικό μέσο κοινωνικοποίησης, λήψης οδηγιών και ενημέρωσης για τις δραστηριότητες φίλων και οικογένειας. (Burkhardt, 2017, σσ. 14)

Οι ερευνητές έχουν μελετήσει την ικανότητα των ανθρώπων να ανιχνεύουν τις ψευδείς ειδήσεις. Οι Bond και DePaulo ανέλυσαν τα αποτελέσματα περισσότερων από 200 πειραμάτων ανίχνευσης ψεύδους και διαπίστωσαν ότι οι άνθρωποι μπορούν να ανιχνεύσουν ψέματα σε κείμενο μόνο λίγο καλύτερα από ό,τι τυχαία. Αυτό σημαίνει ότι εάν ένα bot παρέχει ψευδείς πληροφορίες σε έναν χρήστη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αυτό το άτομο έχει λίγο περισσότερες από 50 % εκατό πιθανότητες να αναγνωρίσει τις πληροφορίες ως ψευδείς. Επιπλέον, επειδή κάποια bots παρουσιάζονται και γίνονται αποδεκτά από τους ανθρώπους ως «φίλοι», μετατρέπονται σε αξιόπιστες πηγές, καθιστώντας τον εντοπισμό ενός ψέματος ακόμη πιο δύσκολο. Για να βελτιώσουν τις πιθανότητες αναγνώρισης ψευδών πληροφοριών, ειδικοί υπολογιστών εργάζονται σε πολλαπλές μέτωπα για την αυτόματη αναγνώριση αληθών και ψευδών πληροφοριών από υπολογιστή. (Burkhardt, 2017, σσ. 16)

4.9 Ενδυνάμωση χαρακτήρων για την αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων

Έρευνες δείχνουν ότι οι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα μέσα ενημέρωσης κυρίως για προσωπική ικανοποίηση και όχι για την αναζήτηση της αλήθειας. Επίσης, οι χρήστες προτιμούν πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις ήδη υπάρχουσες απόψεις τους και θεωρούν πιο πειστικές τις πληροφορίες που συνάδουν με τις προ υπάρχουσες πεποιθήσεις τους.. Δηλαδή, οι κομματικές και ιδεολογικές πεποιθήσεις τους μπορούν να επηρεάσουν την αποδοχή ενός νέου γεγονότος που είναι μακριά από τα πιστεύω του. Αυτό σημαίνει ότι όσοι είναι πιο πιθανό να παραπλανηθούν από ψευδείς ειδήσεις είναι λιγότερο πιθανό να πιστέψουν τις προσπάθειες αποτροπής της εξαπάτησής τους. Επιπρόσθετα, η ανθρώπινη μνήμη λειτουργεί με τρόπο που μπορεί να καταστήσει τον έλεγχο γεγονότων αντιπαραγωγικό υπό ορισμένες συνθήκες. Έρευνες δείχνουν ότι οι άνθρωποι θυμούνται πιο εύκολα πληροφορίες που προκαλούν έντονα συναισθήματα. Επίσης, είναι πιο πιθανό να αποδεχτούν διάσημες πληροφορίες ως αληθινές. Έτσι, η παροχή οποιασδήποτε πληροφορίας μπορεί να αυξήσει την πιθανότητα να την αποδεχτούν ως αληθινή όταν την ξανασυναντήσουν. Η βιβλιογραφία παρουσιάζει αντικρουόμενα στοιχεία σχετικά με την αποτελεσματικότητα της επανάληψης γεγονότων. Παρόλο που πειραματικές έρευνες επιβεβαιώνουν το βασικό φαινόμενο της εξοικείωσης, πρόσφατα πειράματα έδειξαν ότι οι η συνεχής προβολή συγκεκριμένων

ειδήσεων είναι ικανή να επηρεάσει γρηγορότερα τους χρήστες. (Lazer & Baum & Benkler & Berinsky & Greenhill & Menczer & Zittrain, 2018, σσ. 5)

Τα στοιχεία που δείχνουν ότι η ενδυνάμωση σε ατομικό επίπεδο είτε μέσω ελέγχου δεδομένων είτε μέσω μάθησης κριτικών δεξιοτήτων μπορεί να λύσει το πρόβλημα των ψευδών ειδήσεων εν μέρη και όχι ολικά. Αυτό μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα ευρύτερες συλλογικές αλλαγές στις γνώσεις αλλά και γενικότερα στην κοινωνία. Συνήθως, τα άτομα αξιολογούν την αξιοπιστία των πληροφοριών μόνο όταν αυτές παραβιάζουν τις προκαταλήψεις τους ή έχουν κίνητρα να το κάνουν. Διαφορετικά, τείνουν να αποδέχονται τις πληροφορίες χωρίς κριτική. Η καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων προϋποθέτει μια πολυδιάστατη προσέγγιση, όπου η ενδυνάμωση των χρηστών αποτελεί κύριο σκοπό. Στην ενδυνάμωση χαρακτηρών εντάσσεται και η ανάπτυξη δεξιοτήτων κριτικής σκέψης και καλλιέργεια ενός πνεύματος αμφισβήτησης απέναντι στην πληροφορία. (Lazer & Baum & Benkler & Berinsky & Greenhill & Menczer & Zittrain, 2018, σσ. 5)

4.10 Ελευθερία λόγου και συνταγματικά αποδεκτοί περιορισμοί

Η ελευθερία της έκφρασης, όπως και η ελευθερία του λόγου, αποτελούν θεμελιώδη στοιχεία μιας δημοκρατικής και ευνομούμενης πολιτείας, καθώς και απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του ατόμου. Στην ΕΣΔΑ (άρθρο 10) και στο Σύνταγμα, αυτά τα δικαιώματα είναι κατοχυρωμένα. Η ιστορική απόφαση του ΕΔΔΑ στην υπόθεση Handyside κατά Ηνωμένου Βασιλείου αναγνωρίζει ότι το άρθρο 10 εφαρμόζεται όχι μόνο σε πληροφορίες ή ιδέες που γίνονται ευρέως αποδεκτές ή θεωρούνται ανώδυνες, αλλά και σε εκείνες που ενδέχεται να θίξουν, προσβάλλουν, ενοχλήσουν ή προκαλέσουν ανησυχία στο κράτος ή σε τμήματα της κοινωνίας.

Σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, η ελευθερία της έκφρασης θεωρείται προνομιακό δικαίωμα, αλλά όχι απόλυτο. Τα δικαιώματα των άλλων, καθώς και κρατικοί σκοποί και αξίες που εκφράζονται μέσω του Συντάγματος, μπορούν να αποτελέσουν θεμιτούς περιορισμούς στην ελευθερία της έκφρασης, πάντοτε με την τήρηση της αρχής της αναλογικότητας (άρθρο 25 παρ. 1 Σ.). Η εξέταση κάθε περίπτωσης γίνεται με βάση τις συγκεκριμένες περιστάσεις, και το αποτέλεσμα της στάθμισης δεν είναι προκαθορισμένο αλλά καθορίζεται κατά περίπτωση.

Ένα πρόσφατο παράδειγμα όπου ένα δικαστήριο χρειάστηκε να εξισορροπήσει αντικρουόμενα θεμελιώδη δικαιώματα και συλλογικά έννομα αγαθά είναι αυτό του υποχρεωτικού εμβολιασμού. Με την απόφαση αριθ. 2387/2020, το Συμβούλιο της Επικρατείας έκρινε ότι η τήρηση της αρχής της αναλογικότητας δικαιολογείται από την αποδοχή ότι ο εμβολιασμός, βάσει επιστημονικών δεδομένων, είναι απαραίτητος και κατάλληλος για την προστασία της υγείας τόσο των εμβολιαζομένων όσο και τρίτων (π.χ. βρεφών που δεν έχουν εμβολιαστεί ακόμα, ατόμων που δεν μπορούν να εμβολιαστούν για ιατρικούς λόγους), και ότι δεν είναι δυσανάλογος ως μέτρο για την επίτευξη του συνταγματικά κατοχυρωμένου σκοπού της προστασίας της δημόσιας υγείας. Ως εκ τούτου, η δημόσια υγεία, ως συνταγματικός σκοπός που πρέπει να προστατευθεί μέσω του εμβολιασμού, αναλύεται στην προστασία της υγείας τόσο των εμβολιαζομένων, ακόμη και παρά τη θέλησή τους, όσο και κυρίως των τρίτων, η υγεία των οποίων διακινδυνεύεται από την επαφή με μη εμβολιασμένα άτομα, που είναι εκτεθειμένα στη νόσο και στη μετάδοση μεταδοτικών ασθενειών και ιών.

Παράλληλα, σύμφωνα με το άρθρο 10 παρ. 2 της ΕΣΔΑ, προβλέπονται εξαιρέσεις από την προστασία της ελευθερίας της έκφρασης, οι οποίες πρέπει να ερμηνεύονται στενά. Για την αξιολόγηση αυτής της ερμηνείας ακολουθείται μια τριπλή διαδικασία ελέγχου: ο περιορισμός πρέπει α) να προβλέπεται από νόμο, β) να επιδιώκει νόμιμο σκοπό και γ) να είναι απαραίτητο μέτρο σε μια δημοκρατική κοινωνία για την επίτευξη του επιδιωκόμενου σκοπού.

Όπως παρατηρεί ο καθηγητής Συνταγματικού Δικαίου Ευάγγελος Βενιζέλος, βρισκόμαστε σε μια εποχή όπου το Σύνταγμα αλληλεπιδρά με τις νέες τεχνολογίες, τόσο στο πεδίο των θεμελιωδών δικαιωμάτων όσο και στους νέους τρόπους πολιτικής συμμετοχής. Οι νέες τεχνολογίες θέτουν προκλήσεις για τη δημοκρατία, καθώς η μη ρυθμισμένη χρήση τους μπορεί να παραβιάσει συνταγματικά κατοχυρωμένα δικαιώματα. Εμφανίζονται νέες απειλές και όροι που δεν περιλαμβάνονται ρητά στη νομοθεσία, αλλά απαιτούν ερμηνεία των υπαρχόντων νομικών πλαισίων ή ακόμα και την εισαγωγή νέων διατάξεων. Αυτά τα ζητήματα απαιτούν εξειδικευμένες γνώσεις και τεχνική επάρκεια.

Κατά συνέπεια, από τη μια πλευρά έχουμε τις νέες τεχνολογίες και από την άλλη την προσπάθεια του νομικού συστήματος να εξελιχθεί, θέτοντας νέες εγγυήσεις που πρέπει να ενσωματωθούν με τη χρήση τεχνολογικών μέσων. Η ελευθερία του λόγου

στο διαδίκτυο αποτελεί αναμφίβολα ένα από τα σύγχρονα προβλήματα, καθώς η χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχει φέρει σημαντικές αλλαγές και νέα, έντονα ζητήματα. (Παπαντζίκου & Αναστασίου, 2021, σσ. 3)

4.11 Εφαρμογή της Ευρωπαϊκής στρατηγικής για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο

Στις 26 Απριλίου 2018, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δημοσίευσε ανακοίνωση με τίτλο «Αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο: μια Ευρωπαϊκή Προσέγγιση». Σε αυτήν αναλύονται οι προκλήσεις που απειλούν τις δημοκρατίες εξαιτίας της διαδικτυακής παραπληροφόρησης και προτείνονται πέντε δέσμες δράσεων για δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς για την καταπολέμηση αυτών των προκλήσεων.

Η παρούσα έκθεση συνοδεύει την κοινή ανακοίνωση με τίτλο «Σχέδιο δράσης κατά της παραπληροφόρησης» και αξιολογεί την πρόοδο που έχει επιτευχθεί στην εφαρμογή των προβλεπόμενων δράσεων. Η πρώτη δέσμη δράσεων αφορά στη δημιουργία ενός διαφανούς, αξιόπιστου και υπεύθυνου διαδικτυακού οικοσυστήματος. Σε αυτή περιλαμβάνονται η κατάρτιση αυτορρυθμιστικού κώδικα δεοντολογίας, η δημιουργία ενός ανεξάρτητου ευρωπαϊκού δικτύου ελεγκτών γεγονότων, η προώθηση εθελοντικών συστημάτων ταυτοποίησης και η αξιοποίηση τεχνολογιών όπως η τεχνητή νοημοσύνη και το blockchain.

Η Επιτροπή συγκάλεσε το πολυμερές φόρουμ για την παραπληροφόρηση τον Μάιο του 2018, για να συντάξει τον κώδικα δεοντολογίας, που δημοσιεύθηκε στις 26 Σεπτεμβρίου. Ο κώδικας περιλαμβάνει προοίμιο, δήλωση προθέσεων, και δεσμεύσεις που κατανέμονται σε πέντε τομείς, όπως ο έλεγχος τοποθετήσεων διαφημίσεων και η ενίσχυση της ερευνητικής κοινότητας.

Οι αρχικοί υπογράφωντες του κώδικα, όπως το Facebook και το Google, ανέλαβαν δεσμεύσεις για την ασφαλή διεξαγωγή των ευρωπαϊκών εκλογών του 2019. Η Επιτροπή θεωρεί τον κώδικα κατάλληλο για την επίτευξη των στόχων και θα παρακολουθεί την εφαρμογή του, δημοσιεύοντας αποτελέσματα τον Ιανουάριο του 2019. Αν τα αποτελέσματα δεν είναι ικανοποιητικά, η Επιτροπή μπορεί να προτείνει περαιτέρω ρυθμιστικά μέτρα.

Ως πρώτο βήμα, η Επιτροπή δεσμεύτηκε να υποστηρίξει τη δημιουργία ενός ανεξάρτητου ευρωπαϊκού δικτύου ελεγκτών γεγονότων. Στο δεύτερο βήμα, η Επιτροπή δεσμεύτηκε να ξεκινήσει μια προστατευμένη ευρωπαϊκή διαδικτυακή πλατφόρμα για την παραπληροφόρηση, η οποία θα προσφέρει εργαλεία ανάλυσης και διασυνοριακή συλλογή δεδομένων, καθώς και πρόσβαση σε ανοιχτά δεδομένα σε ολόκληρη την ΕΕ και δεδομένα για τη χρήση διαδικτυακών πλατφορμών, προκειμένου να υποστηριχθεί ο εντοπισμός και η ανάλυση των πηγών παραπληροφόρησης και των κοινών πρακτικών διάδοσης.

Το 2018, η Επιτροπή οργάνωσε σειρά τεχνικών συναντήσεων με εκπροσώπους της κοινότητας των ελεγκτών γεγονότων. Επίσης, επέλεξε σχετικά έργα στο πλαίσιο του προγράμματος «Ορίζοντας 2020» και διοργάνωσε, σε συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, ένα συνέδριο για τον έλεγχο των γεγονότων ενόψει των ευρωπαϊκών εκλογών.

Αυτές οι δράσεις συνέβαλαν σε:

- Χαρτογράφηση και δικτύωση ανεξάρτητων οργανισμών ελέγχου δεδομένων στα κράτη μέλη.
- Προσδιορισμό των απαραίτητων εργαλείων και υπηρεσιών για τη βελτίωση των δραστηριοτήτων ελέγχου γεγονότων.
- Καθορισμό επαγγελματικών προτύπων και δεοντολογίας για ανεξάρτητο έλεγχο γεγονότων.
- Παροχή εργαλείων και υποστήριξης υποδομών σε οργανισμούς ελέγχου γεγονότων.

Το έργο SOMA, που επιλέχθηκε στο πλαίσιο του προγράμματος «Ορίζοντας 2020», στοχεύει στη δημιουργία μιας πολυεπιστημονικής κοινότητας με τη συμμετοχή ελεγκτών γεγονότων και ακαδημαϊκών ερευνητών. Ξεκινώντας την 1η Νοεμβρίου 2018, θα παρέχει μια πιλοτική υποδομή για την υποστήριξη της ανάλυσης παραπληροφόρησης.

Για να προετοιμάσει το επόμενο βήμα, η Επιτροπή πρότεινε τη δημιουργία μιας νέας ψηφιακής υποδομής το 2019, η οποία θα διευκολύνει τη συνεργασία μεταξύ ελεγκτών

γεγονότων και ακαδημαϊκών ερευνητών, εξασφαλίζοντας πλήρη κάλυψη σε όλη την ΕΕ και ενισχύοντας τη διασύνδεση των εθνικών οργανισμών.

Οι προσπάθειες της Επιτροπής οδήγησαν σε αυξημένο ενδιαφέρον για τις δραστηριότητες ελέγχου γεγονότων στην Ευρώπη. Διάφορα έργα προετοιμάζονται ενόψει των ευρωπαϊκών εκλογών, όπως η συμμαχία ευρωπαϊκών ελεγκτών γεγονότων του Διεθνούς Δικτύου Ελέγχου Γεγονότων (IFCN) και το αντίστοιχο έργο της Ευρωπαϊκής Ραδιοτηλεοπτικής Ένωσης (EBU). Η πλατφόρμα SOMA αναμένεται να προωθήσει τη συνεργασία και να βελτιώσει την αποτελεσματικότητα αυτών των πρωτοβουλιών, λειτουργώντας σύμφωνα με αναγνωρισμένα επαγγελματικά πρότυπα και χωρίς δημόσιες παρεμβάσεις. Ωστόσο, οι τρέχουσες προσπάθειες ελέγχου γεγονότων παρουσιάζουν ελλείψεις στην κάλυψη και την ικανότητα διαχείρισης του αυξανόμενου όγκου διαδικτυακού περιεχομένου. Για την αποτελεσματική αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης, απαιτείται η ενίσχυση των ικανοτήτων ανάλυσης και η ανάπτυξη πολυεπιστημονικών ομάδων σε εθνικό επίπεδο, με ενεργή συνεργασία μεταξύ των κρατών μελών. (EuropeanCOM, 2018)

4.11 Εφαρμογή διαδικτυακής λογοδοσίας

Για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης και της λογοδοσίας στο διαδίκτυο, η Επιτροπή ανέλαβε τη δέσμευση να προωθήσει τη χρήση εθελοντικών συστημάτων που επιτρέπουν την ταυτοποίηση των παρόχων πληροφοριών μέσω αξιόπιστων μέσων ηλεκτρονικής ταυτοποίησης και επαλήθευσης της ταυτότητας. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, η Επιτροπή ενεργοποίησε το δίκτυο συνεργασίας που δημιουργήθηκε στο πλαίσιο του κανονισμού για την ηλεκτρονική ταυτοποίηση και τις υπηρεσίες επαλήθευσης της ταυτότητας (eIDAS), και ξεκίνησε συζητήσεις για την προώθηση της διαδικασίας κατά τη 10η συνεδρίαση του δικτύου συνεργασίας στις 11 Ιουλίου 2018. Στις πρωτοβουλίες της Επιτροπής περιλαμβάνεται και το έργο Co-inform του προγράμματος, το οποίο στοχεύει στη δημιουργία ενός εύχρηστου τεχνολογικού εργαλείου με τη χρήση της μεθοδολογίας συνδημιουργίας. Αυτό το εργαλείο αποσκοπεί στη διασφάλιση της συμμετοχής των φορέων χάραξης πολιτικής, των ελεγκτών γεγονότων και των πολιτών στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας της τεχνολογίας για την ανίχνευση παραπληροφόρησης. Το έργο περιλαμβάνει

ακαδημαϊκούς, τεχνολογικές εταιρείες και ελεγκτές γεγονότων από διάφορα κράτη μέλη, και θα εξετάσει τη χρήση εναρμονισμένων μέσων ταυτοποίησης σύμφωνα με τον κανονισμό eIDAS, με στόχο την αναγνώριση των παρόχων πληροφοριών και την πιλοτική εφαρμογή αυτής της προσέγγισης στα εργαλεία των συμμετεχόντων στο έργο.

Το έργο αναμένεται να υποστηρίξει το δίκτυο συνεργασίας στις προσπάθειές του για την προώθηση της εθελοντικής χρήσης των εργαλείων και υπηρεσιών του κανονισμού eIDAS για την ασφαλή ταυτοποίηση και επαλήθευση της ταυτότητας των παρόχων πληροφοριών (ιστότοπων, φυσικών και νομικών προσώπων). Ο διάλογος που διεξήχθη μεταξύ της Επιτροπής και των κρατών μελών κατά τη διάρκεια του 2018 συνέβαλε στην αύξηση της ευαισθητοποίησης σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο τα εργαλεία και οι υπηρεσίες του κανονισμού eIDAS μπορούν να χρησιμοποιηθούν αξιόπιστα για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης, ενισχύοντας τη λογοδοσία και προάγοντας πιο υπεύθυνη συμπεριφορά στο διαδίκτυο. Η Επιτροπή θα συνεχίσει τις προσπάθειές της σε συνεργασία με το δίκτυο συνεργασίας και τους παρόχους πλατφορμών για την προώθηση της ανάπτυξης και της εθελοντικής χρήσης συστημάτων για την ασφαλή ταυτοποίηση των παρόχων πληροφοριών, σύμφωνα με τα υψηλότερα πρότυπα ασφάλειας και προστασίας της ιδιωτικότητας, συμπεριλαμβανομένης της πιθανής χρήσης επαληθευμένων ψευδωνύμων. (EuropeanCOM, 2018)

Κεφάλαιο 5^ο: Συμπεράσματα και προτάσεις

5.1 Συνολική αποτίμηση

Η παραπληροφόρηση είναι ένα κρίσιμο πρόβλημα που επηρεάζει την κοινωνία μας σε πολλά επίπεδα. Για να κατανοήσουμε πλήρως τις επιπτώσεις της, είναι απαραίτητο να

αναλύσουμε τα βασικά ευρήματα και να αξιολογήσουμε τις επιπτώσεις της σε πολιτικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο.

Όπως ορίστηκε στα αρχικά κεφάλαια, αφορά τη διάδοση εσφαλμένων ή παραπλανητικών πληροφοριών με σκοπό την παραπλάνηση του κοινού. Αυτό το φαινόμενο έχει μακρά ιστορία, από την κλασική προπαγάνδα έως τις σύγχρονες μορφές ψευδών ειδήσεων που κυκλοφορούν μέσω του διαδικτύου και των κοινωνικών δικτύων. Η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και η ευρεία πρόσβαση στην πληροφορία έχουν καταστήσει την παραπληροφόρηση πιο πολύπλοκη.

Η παραπληροφόρηση μπορεί να πάρει πολλές μορφές. Οι τεχνικές διάδοσης περιλαμβάνουν τη χρήση αλγορίθμων για την προώθηση συγκεκριμένου περιεχομένου, την αυτόματη παραγωγή ψευδών ειδήσεων μέσω bots και την εκμετάλλευση των κοινωνικών δικτύων για τη διάδοση παραπλανητικών πληροφοριών. Οι ψευδείς ειδήσεις συχνά κατασκευάζονται με τρόπο που προκαλεί έντονα συναισθήματα και ενισχύει την ανασφάλεια του κοινού.

Τα αίτια της παραπληροφόρησης είναι πολυπαραγοντικά. Σύγχρονοι παράγοντες, όπως η ανάπτυξη των κοινωνικών δικτύων και η χρήση αλγορίθμων, διευκολύνουν τη γρήγορη και ευρεία διάδοση ψευδών ειδήσεων. Παράλληλα, παραδοσιακοί παράγοντες, όπως ο έλεγχος των μέσων μαζικής ενημέρωσης από πολιτικά και οικονομικά συμφέροντα, συμβάλλουν στην υποβάθμιση της πληροφορίας και ενισχύουν την παραπληροφόρηση. Επίσης, ψυχολογικοί και κοινωνικοί παράγοντες, όπως η ανάγκη για κοινωνική αποδοχή και η γνωστική προκατάληψη, ενθαρρύνουν την διάδοση ψευδών ειδήσεων.

Η συνολική αποτίμηση της παραπληροφόρησης στη δημόσια σφαίρα αποκαλύπτει τις πολυδιάστατες και σοβαρές επιπτώσεις της. Επηρεάζει την πολιτική σταθερότητα, τη δημοκρατική διαδικασία, την κοινωνική συνοχή και την οικονομική ευημερία. Η κατανόηση των αιτιών και των παραγόντων που ενθαρρύνουν την ύπαρξή της είναι κρίσιμη για την ανάπτυξη στρατηγικών αντιμετώπισης. Συνολικά, η παραπληροφόρηση αποτελεί ένα περίπλοκο φαινόμενο που απαιτεί συντονισμένες προσπάθειες από όλους τους τομείς της κοινωνίας για την αποτελεσματική αντιμετώπισή της.

Συμπερασματικά, η κατανόηση των αιτιών και των παραγόντων που ενθαρρύνουν την ύπαρξή της είναι κρίσιμη για την ανάπτυξη αποτελεσματικών στρατηγικών αντιμετώπισης. Η πολιτική, κοινωνική και οικονομική σφαίρα επηρεάζονται άμεσα από την παραπληροφόρηση, και η αντιμετώπισή της απαιτεί συντονισμένες προσπάθειες.

5.2 Προτάσεις για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης

Η αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης απαιτεί ένα πολυεπίπεδο και συντονισμένο πλαίσιο δράσης, το οποίο περιλαμβάνει νομοθετικές, τεχνολογικές, εκπαιδευτικές και κοινωνικές παρεμβάσεις. Παρακάτω παρουσιάζονται ορισμένες προτάσεις που μπορούν να συμβάλλουν στην καταπολέμηση της παραπληροφόρησης:

Η νομοθετική ρύθμιση αποτελεί ένα βασικό εργαλείο για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης. Η εφαρμογή νόμων που καθορίζουν σαφείς ποινές για τη διάδοση ψευδών ειδήσεων μπορεί να λειτουργήσει αποτρεπτικά. Επιπλέον, η δημιουργία ρυθμιστικών αρχών με εξουσίες ελέγχου και επιβολής κυρώσεων μπορεί να ενισχύσει τη διαφάνεια και την υπευθυνότητα των μέσων ενημέρωσης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Τα νέα τεχνολογικά ευρήματα μπορούν να προσφέρουν σημαντικές λύσεις στην αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης. Η ανάπτυξη και η ενσωμάτωση αλγορίθμων που εντοπίζουν και απομακρύνουν τις ψευδείς ειδήσεις μπορεί να μειώσει την εξάπλωσή τους. Επιπλέον, η χρήση εργαλείων επαλήθευσης γεγονότων (fact-checking) και η συνεργασία με ανεξάρτητους οργανισμούς επαλήθευσης μπορεί να ενισχύσει την αξιοπιστία των πληροφοριών.

Η εκπαίδευση του κοινού στην αναγνώριση και την κριτική ανάλυση των πληροφοριών είναι ζωτικής σημασίας για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης. Η ενσωμάτωση προγραμμάτων εκπαίδευσης στα σχολεία και τα πανεπιστήμια, που επικεντρώνονται στην κατανόηση των ψηφιακών μέσων και την ανάπτυξη κριτικής σκέψης, μπορεί να ενισχύσει την ικανότητα των πολιτών να αναγνωρίζουν και να απορρίπτουν τις ψευδείς ειδήσεις. (Συνέδριο, 2021, σσ. 1224)

Η υποστήριξη και η προαγωγή της δημοσιογραφικής ακεραιότητας είναι καίρια για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης. Η ενίσχυση της διαφάνειας και της λογοδοσίας των δημοσιογράφων και των μέσων ενημέρωσης μπορεί να συμβάλει στην

αύξηση της εμπιστοσύνης του κοινού. Επιπλέον, η προώθηση και η υποστήριξη ανεξάρτητων δημοσιογραφικών ερευνών μπορεί να συμβάλει στην αποκάλυψη και την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης.

Η αποτελεσματική αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης απαιτεί τη συνεργασία μεταξύ κυβερνητικών φορέων, ιδιωτικών εταιρειών, ακαδημαϊκών ιδρυμάτων και οργάνωσης της κοινωνίας των πολιτών. Η ανταλλαγή πληροφοριών, η κοινή ανάπτυξη στρατηγικών και η συνεργασία για την εφαρμογή των λύσεων μπορούν να ενισχύσουν την αποτελεσματικότητα των προσπαθειών κατά της παραπληροφόρησης.

Η ενημέρωση και η ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με τους κινδύνους της παραπληροφόρησης είναι καίριας σημασίας. Οι εκστρατείες ευαισθητοποίησης, οι δημόσιες συζητήσεις και τα προγράμματα ενημέρωσης μπορούν να συμβάλουν στην αύξηση της ευαισθητοποίησης του κοινού και στην προώθηση της υπεύθυνης χρήσης των πληροφοριών.

Η δημιουργία και η προώθηση εργαλείων και μέσων επαλήθευσης γεγονότων μπορούν να βοηθήσουν τους χρήστες να επαληθεύουν την ακρίβεια των πληροφοριών που λαμβάνουν. Αυτά τα εργαλεία μπορούν να ενσωματωθούν σε κοινωνικές πλατφόρμες και μηχανές αναζήτησης, προσφέροντας άμεση πρόσβαση σε αξιόπιστες πηγές.

Με τη συλλογική δράση και τη δέσμευση όλων των εμπλεκόμενων φορέων, μπορούμε να περιορίσουμε τις αρνητικές επιπτώσεις της παραπληροφόρησης και να ενισχύσουμε την αξιοπιστία των πληροφοριών στη δημόσια σφαίρα.

5.3 Ο βασικός ρόλος των κοινωνικών δικτύων και η ανάπτυξη της τεχνολογίας

Τα κοινωνικά δίκτυα και η συνεχής ανάπτυξη της τεχνολογίας έχουν καθοριστική σημασία στον τρόπο με τον οποίο διαδίδεται η πληροφορία στη σύγχρονη κοινωνία. Παράλληλα, ωστόσο, αποτελούν και πηγή σοβαρής πρόκλησης όσον αφορά την εξάπλωση της παραπληροφόρησης. Ωστόσο, υπάρχουν τρόποι με τους οποίους τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να συμβάλλουν στην καταπολέμηση και τη μείωση της παραπληροφόρησης:

Τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να ενισχύσουν τους μηχανισμούς ελέγχου και επαλήθευσης της πληροφορίας. Πλατφόρμες όπως το Facebook και το Twitter έχουν ήδη ξεκινήσει πρωτοβουλίες για την αναγνώριση και την ετικέτα ψευδών ειδήσεων, ενώ προσφέρουν εργαλεία που επιτρέπουν στους χρήστες να αναφέρουν ψευδείς πληροφορίες.

Τα κοινωνικά δίκτυα μπορούν να ενισχύσουν την εκπαίδευση των χρηστών τους σχετικά με την αναγνώριση της παραπληροφόρησης. Προωθώντας εκστρατείες ευαισθητοποίησης και παρέχοντας εκπαιδευτικό υλικό, μπορούν να βοηθήσουν τους χρήστες να γίνουν πιο κριτικοί στην ανάγνωση και την κοινοποίηση πληροφοριών.

Η εφαρμογή τεχνολογιών όπως η τεχνητή νοημοσύνη και η μηχανική μάθηση μπορεί να βοηθήσει στην αυτόματη αναγνώριση ψευδών ειδήσεων και στην επεξεργασία μεγάλου όγκου δεδομένων για τον αποτελεσματικό έλεγχο των πληροφοριών.

Η συνεργασία με ανεξάρτητες οργανώσεις και πρωτοβουλίες επαλήθευσης πληροφοριών μπορεί να ενισχύσει τις προσπάθειες των κοινωνικών δικτύων για τη μείωση της παραπληροφόρησης.

Συνολικά, η αποτελεσματική αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης απαιτεί συνεργασία μεταξύ των κοινωνικών δικτύων, των κοινοτήτων και των κρατών, καθώς και την εφαρμογή σύγχρονων τεχνολογιών για την αναγνώριση και την αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων.

5.4 Διεθνείς πρωτοβουλίες

Ένας σημαντικός πυλώνας αφορά τη θέσπιση κώδικων συμπεριφοράς από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και άλλες κυβερνητικές αρχές, οι οποίοι απαιτούν από τις τεχνολογικές εταιρείες να αναλαμβάνουν ευθύνες για τη διαχείριση του περιεχομένου και την προώθηση αξιόπιστων πληροφοριών. Αυτή η πρωτοβουλία έχει στόχο να μειώσει τη διάδοση ψευδών ειδήσεων και παραπληροφόρησης, προστατεύοντας τους χρήστες από παραπλανητικές πληροφορίες.

Επιπλέον, διεθνείς οργανισμοί όπως οι Ηνωμένες Πολιτείες και οι Ηνωμένοι Εθνικοί Οργανισμοί έχουν εκστρατείες ευαισθητοποίησης και εκπαίδευσης για την αναγνώριση της παραπληροφόρησης. Αυτές οι εκστρατείες προωθούν την ανάπτυξη κριτικής

σκέψης μεταξύ των πολιτών και την ενδυνάμωση της ικανότητάς τους να διαχωρίζουν τις φερέγγυες πηγές από τις παραπλανητικές.

Επίσης, έχουν θεσπιστεί διεθνείς συνεργασίες για την επαλήθευση πληροφοριών, όπου διάφοροι οργανισμοί συνεργάζονται με κοινωνικά δίκτυα και άλλες τεχνολογικές πλατφόρμες για να αναγνωρίσουν και να απομακρύνουν πληροφορίες που διαδίδονται με σκοπό την παραπληροφόρηση. Αυτή η συνεργασία ενισχύει τη δυνατότητα των μέσων να ανταποκριθούν γρήγορα και αποτελεσματικά σε περιπτώσεις διασποράς ψευδών ειδήσεων.

Τέλος, παγκόσμιες πρωτοβουλίες συμπεριλαμβάνουν εκπαιδευτικά προγράμματα και εργαλεία που στοχεύουν στην εκπαίδευση του κοινού σχετικά με την παραπληροφόρηση. Αυτά τα προγράμματα προάγουν την ανάπτυξη κριτικής σκέψης και την ικανότητα των ατόμων να αναγνωρίζουν και να αντιμετωπίζουν τις ψευδείς και παραπλανητικές πληροφορίες στο διαδίκτυο και στα κοινωνικά δίκτυα.

5.5 Συμπεράσματα

Η παρούσα διπλωματική εργασία εξέτασε εκτενώς το φαινόμενο της παραπληροφόρησης στη δημόσια σφαίρα, εστιάζοντας στις αιτίες, τις συνέπειές της και τις διάφορες πρωτοβουλίες για την αντιμετώπισή της. Μέσα από την ανάλυση των διαφόρων πτυχών της παραπληροφόρησης, προέκυψαν σημαντικά συμπεράσματα που αξίζει να τονιστούν:

Διαπιστώνουμε ότι η παραπληροφόρηση έχει ριζώσει σε πολλούς τομείς της κοινωνίας και των μέσων ενημέρωσης. Το φαινόμενο αυτό δεν περιορίζεται μόνο σε ιδεολογικές ή πολιτικές διαφορές, αλλά επηρεάζει και την οικονομία, την ψυχολογία των ανθρώπων και την κοινωνική συνοχή. Το πρόβλημα αυτό απαιτεί πολυεπίπεδη κατανόηση και δράση για την αντιμετώπισή του.

Έχουμε δει ότι η προπαγάνδα και οι ψευδείς ειδήσεις αποτελούν κομβικά σημεία της παραπληροφόρησης, ενώ οι κοινωνικές πλατφόρμες και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης συχνά διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στη διάδοση αυτών των φαινομένων. Η ανάλυση των αιτίων και των συνεπειών της παραπληροφόρησης οδηγεί στο συμπέρασμα ότι η αντιμετώπιση του προβλήματος απαιτεί ολοκληρωμένη προσέγγιση.

Από την προσεκτική ανάλυση των προηγούμενων κεφαλαίων, καταλαβαίνουμε ότι η παραπληροφόρηση δεν είναι απλώς ένα πρόβλημα της ψηφιακής εποχής αλλά ένα φαινόμενο που έχει ιστορική βάση και πολιτιστική επίπτωση. Η αντιμετώπισή της απαιτεί όχι μόνο τεχνολογικές λύσεις αλλά και εκπαιδευτικές και κοινωνικές πρωτοβουλίες που θα ενισχύσουν την κριτική σκέψη και την ενημερωμένη αντίληψη του κοινού.

Με βάση τα παραπάνω, η παρούσα εργασία αποτελεί προσπάθεια να διαδώσει την γνώση για την παραπληροφόρηση και να προτείνει πρακτικές λύσεις για την αντιμετώπισή της, καλώντας σε περαιτέρω έρευνα και δράση για τη βελτίωση των συστημάτων ενημέρωσης και επικοινωνίας στην εποχή της ψηφιακής τεχνολογίας.

Μια ενδιαφέρουσα ιδέα για μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να είναι η εξέταση του ρόλου των αλγορίθμων και της τεχνητής νοημοσύνης στην αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης. Οι αλγόριθμοι και η τεχνητή νοημοσύνη έχουν τη δυνατότητα να αναγνωρίζουν πρότυπα και τάσεις στα δεδομένα, και μπορούν να εφαρμόσουν αυτόματα μέτρα για την αντιμετώπιση των ψευδών πληροφοριών.

Η αύξηση των ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο και στα κοινωνικά δίκτυα έχει προκαλέσει σοβαρές ανησυχίες σε παγκόσμιο επίπεδο. Μεγάλες πλατφόρμες κοινωνικών δικτύων, όπως το Facebook και το Twitter, έχουν καταστεί καταλύτες για τη διάδοση αυτών των ψευδών ειδήσεων, ενισχύοντας την ανάγκη για νέες προσεγγίσεις και τεχνολογίες που θα αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά αυτό το πρόβλημα.

Οι αλγόριθμοι και η τεχνητή νοημοσύνη μπορούν να διαδραματίσουν κρίσιμο ρόλο στην αναγνώριση και αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης. Μέσω της ανάλυσης των δεδομένων και των ψηφιακών ίχνων που αφήνουν οι χρήστες, οι αλγόριθμοι μπορούν να εντοπίσουν αυτόματα ύποπτες δραστηριότητες και να αναγνωρίσουν τις ψευδείς πληροφορίες. Η χρήση τεχνητής νοημοσύνης επιτρέπει την ανάπτυξη προηγμένων αλγορίθμων μηχανικής μάθησης που μπορούν να προβλέπουν την εξέλιξη των τάσεων και να προτείνουν αυτόματα στρατηγικές για την αντιμετώπιση των προκλήσεων που προκύπτουν.

Ένας από τους βασικούς στόχους των μελλοντικών ερευνών θα πρέπει να είναι η ανάπτυξη αλγορίθμων που θα μπορούν να ανιχνεύουν αυτόματα τις ψευδείς ειδήσεις. Αυτοί οι αλγόριθμοι θα χρησιμοποιούν διαφορετικές τεχνικές όπως η ανάλυση φυσικής

γλώσσας (NLP), η αναγνώριση προτύπων και η μηχανική μάθηση για να αξιολογούν την πιστότητα και την ισχύ των πληροφοριών που διακινούνται στο διαδίκτυο. Επιπλέον, η αυτόματη ανίχνευση ψευδών ειδήσεων μπορεί να συμβάλει στην αυτόματη επεξεργασία και φιλτράρισμα του περιεχομένου, προστατεύοντας τους χρήστες από την πληροφοριακή παραπληροφόρηση και την επηρεασμένη λήψη αποφάσεων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βούλγαρη, Ό. (2020). Προπαγάνδα παρελθόν-παρόν (Doctoral dissertation, ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας).

Γεωργίου, Α., Γκόντα, Θ., & Άνθη-Καλοφωλιά, Έ. (2020). Νέος κορονοϊός και παραπληροφόρηση: η παραγωγή βίντεο στην υπηρεσία των ακαδημαϊκών βιβλιοθηκών.

Δαμουλάκης, Α. (2020). Ψευδείς ειδήσεις, κοινωνικά δίκτυα και μηχανισμοί παραπληροφόρησης.

Ζαφειρόπουλος, Β., & Δέτσιος, Θ. (2023). Οι παραποιημένες ειδήσεις: Αίτια, συνέπειες του φαινομένου και πιθανοί τρόποι αντιμετώπισης (Doctoral dissertation,

Πανεπιστήμιο Δυτικής Μακεδονίας. Σχολή Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών. Τμήμα Επικοινωνίας και Ψηφιακών Μέσων).

ΘΩΜΟΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ, Σ., & ΔΡΙΤΣΑ, Χ. (2022). Αξιολόγηση και ανίχνευση ψευδών ειδήσεων.

Καλλιακούδη, Π. (2022). Παραπληροφόρηση: αντιμετώπιση και προβληματισμοί σε σχέση με την ελευθέρια της έκφρασης (Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς).

Λεοντίου, Ε. (2013). Διπλωματία-πολιτισμός-προπαγάνδα: τα όρια της πολιτιστικής διπλωματίας (Master's thesis, Πανεπιστήμιο Πειραιώς).

Πουλακιδάκος, Σ. (2014). Όψεις της ελληνικής αμυντικής κοινωνίας στον τηλεοπτικό ενημερωτικό λόγο τον καιρό της οικονομικής κρίσης. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 31, 121-152.

Συνέδριο, Ε. Ε. (2021). Παραπληροφόρηση στην ΕΕ: υπό αντιμετώπιση όχι όμως και υπό απόλυτο έλεγχο.

Λεμοντζή, Α. Ι. (2018). Διασπορά ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο (Doctoral dissertation, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης).

Ματθαϊάκη, Α. (2020). Δημοσιογραφικός λόγος και ψευδείς ειδήσεις (fake news) στην ψηφιακή εποχή.

Νικολακάκου, Ν. (2020). Πολυτροπικότητα και Παραποιημένες Ειδήσεις.

Ηλιάδη, Α. (2009). Ασφάλεια στο διαδίκτυο. Συνέδρια της Ελληνικής Επιστημονικής Ένωσης Τεχνολογιών Πληροφορίας & Επικοινωνιών στην Εκπαίδευση, 026-027.

Χαλαβαζής, Ι. (2022). Προσεγγίζοντας το φαινόμενο των παραποιημένων ειδήσεων (fake news). *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 41, 189-202.

Nizzoli, L., Tardelli, S., Avvenuti, M., Cresci, S., & Tesconi, M. (2021, May). Coordinated behavior on social media in 2019 UK general election. In *Proceedings of the international AAAI conference on web and social media* (Vol. 15, pp. 443-454).

Pacheco, D., Hui, P. M., Torres-Lugo, C., Truong, B. T., Flammini, A., & Menczer, F. (2021, May). Uncovering coordinated networks on social media: methods and case

- studies. In *Proceedings of the international AAAI conference on web and social media* (Vol. 15, pp. 455-466).
- Bakir, V., Herring, E., Miller, D., & Robinson, P. (2019). Organized Persuasive Communication: A new conceptual framework for research on public relations, propaganda and promotional culture. *Critical Sociology*, 45(3), 311-328.
- Amila, S. E. (2020). Is Media A Tool for Propaganda or Tool for Information?. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 4(3), 176-180.
- Cresci, S. (2020). A decade of social bot detection. *Communications of the ACM*, 63(10), 72-83.
- Lock, I., & Ludolph, R. (2020). Organizational propaganda on the Internet: A systematic review. *Public Relations Inquiry*, 9(1), 103-127.
- Ireton, C., & Posetti, J. (2021). *Δημοσιογραφία, “Ψευδείς Ειδήσεις” and Παραπληροφόρηση: Εγχειρίδιο Δημοσιογραφικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης*. UNESCO Publishing.
- TERZIDOU, K. (2020). Fake News και Κορονοϊός. *Homo Digitalis*.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in cognitive sciences*, 25(5), 388-402.
- Gelfert, A. (2018). Fake news: A definition. *Informal logic*, 38(1), 84-117.
- Dentith, M. R. (2016). The problem of fake news.
- Przybyla, P. (2020, April). Capturing the style of fake news. In *Proceedings of the AAAI conference on artificial intelligence* (Vol. 34, No. 01, pp. 490-497).
- Burkhardt, J. M. (2017). *Combating fake news in the digital age* (Vol. 53, No. 8, pp. 5-9). Chicago, IL, USA: American Library Association.
- Waldman, A. E. (2017). The marketplace of fake news. *U. Pa. J. Const. L.*, 20, 845.
- Demertzis, N., & Poulakidakos, S. (2024). Τεύχος 43-Προλεγόμενα. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 43, 3-10.
- Walton, D. (1997). What is propaganda, and what exactly is wrong with it. *Public Affairs Quarterly*, 11(4), 383-413.

Verstraete, M., Bambauer, J. R., & Bambauer, D. E. (2022). Identifying and countering fake news. *Hastings LJ*, 73, 821.

Demertzis, N., Poulakidakos, S., & Tsekeris, C. (2022). GPSG Working Paper# 36 April 2022.

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).

Παπαντζίκου, Ζ., & Αναστασίου, Β. (2021). Παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο–Fake news-Διάδοση και Αντιμετώπιση. *Επιθεώρηση Δικαίου Πληροφορικής*, 2(2).

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» ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ, Retrieved March 30, 2024

Reuters Institute. 2016. “Digital News Report.”

Bt. Newman, H. (2021), „Understanding the differences between disinformation, misinformation, malinformation and information – Presenting the DMMI Matrix“,

Pérez-Rosas, V., Kleinberg, B., Lefevre, A., & Mihalcea, R. (2017). Automatic detection of fake news. *arXiv preprint arXiv:1708.07104*.

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in cognitive sciences*, 25(5), 388-402.

Reis, J. C., Correia, A., Murai, F., Veloso, A., & Benevenuto, F. (2019). Supervised learning for fake news detection. *IEEE Intelligent Systems*, 34(2), 76-81.