ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ & ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ
SCHOOL OF INFORMATION SCIENCES & TECHNOLOGY

ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ
DEPARTMENT OF INFORMATICS

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ
ΣΤΙΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ

Fake news: Κανονιστικό πλαίσιο, τρόποι ανιχνευσης και αντιμετώπισης

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΑΡΙΑ-ΒΙΚΤΩΡΙΑ ΣΚΑΝΔΑΛΑΚΗ

ΑΘΗΝΑ, ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2020

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ


ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΔΙΠΛΩΜΑ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ
ΣΤΙΣ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΥΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΝΘΡΩΠΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΗΜΕΣ

Fake news: Κανονιστικό πλαίσιο, τρόποι ανιχνευσης και αντιμετώπισης

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΑΡΙΑ-ΒΙΚΤΩΡΙΑ ΣΚΑΝΔΑΛΑΚΗ

Επόπτης: Ευαγγελία Μήτρου, Καθηγήτρια

Κριτές: Χρυσόστομος Καπέτης, Εργαστηριακό Διδακτικό Προσωπικό

Ιωάννης Κωτίδης, Αναπληρωτής Καθηγητής

ΑΘΗΝΑ, ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2020

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Λέξεις κλειδιά: fake news, social media, πολιτικές, οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες, τρόποι αντιμετώπισης και ανίχνευσης, ελευθερία λόγου

Είναι γεγονός πως το φαινόμενο των fake news προϋπήρχε αλλά γνώρισε ιδιαίτερη «άνθηση» με την ανάπτυξη των μέσων ενημέρωσης και κυρίως των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η ταχύτατη εξάπλωση των ψευδών πληροφοριών μέσω των social media άρχισε έτσι να επηρεάζει τις πολιτικές, οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να αποσαφηνισθεί σε πρώτη φάση το φαινόμενο των fake news, καθώς οι απόψεις της επιστημονικής κοινότητας διαφέρουν και υπάρχει έντονη συζήτηση γύρω από την προσέγγιση του. Στη συνέχεια αναλύονται οι επιρροές του φαινομένου σε όλους τους τομείς της καθημερινής ζωής σε παγκόσμιο επίπεδο και τέλος μελετώνται οι τρόποι με τους οποίους οι ψευδείς ειδήσεις μπορούν να ανιχνευθούν και να αντιμετωπιστούν σε επίπεδο χρηστών, θεσμών ή κρατικών φορέων και διαδικτυακών εταιρειών. Σαν κατακλείδα της συγκεκριμένης εργασίας, γίνεται μια σύντομη ανάλυση του ζητήματος της εξισορρόπησης των τρόπων αντιμετώπισης και ανίχνευσης των ψευδών ειδήσεων με το δικαίωμα στην ελευθερία του λόγου. Η εργασία αυτή επιχειρεί να αναδείξει στην πράξη την εμπλοκή των fake news σε σημαντικά πολιτικά γεγονότα όπως είναι οι Προεδρικές Εκλογές των Ηνωμένων Πολιτειών το 2016 και το Brexit και μέσα από αυτά τα παραδείγματα να καταστεί σαφές πως πλέον οι εξελίξεις στην πολιτική ζωή καθορίζονται όχι από τον έντιμο ανταγωνισμό μεταξύ των πολιτικών αλλά από την εσκεμμένη παραπληροφόρηση. Αντίστοιχα παραδείγματα αναλύονται όσον αφορά τον οικονομικό και κοινωνικό τομέα. Πέρα από τις συνέπειες του φαινομένου, στόχος της συγκεκριμένης εργασίας είναι να αναδειχθούν οι μέχρι τώρα ενέργειες για την αντιμετώπιση του και οι τεχνικές ανίχνευσής του, αλλά και να γίνει αναφορά σε επιπλέον πρωτοβουλίες που μπορούν να γίνουν πράξη στο μέλλον.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ


ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ABSTRACT

Keywords: fake news, social media, political, economic and social consequences, ways of dealing with and detecting, freedom of expression

It is a fact that the phenomenon of fake news pre-existed but experienced a particular "boom" with the development of the media and especially social media. The rapid spread of false information through social media thus began to influence political, economic and social progresses. Firstly, the purpose of this research paper is to clarify the phenomenon of fake news, as the views of the scientific community differ and there is intense discussion about its approach. Then, the effects of the phenomenon are analyzed in all areas of daily life as well as in a worldwide extent. Finally, the paper examines the ways in which false news can be detected and dealt with at the level of users, institutions or government agencies and internet companies. As a conclusion to this work, a brief analysis is made about the issue of balancing the ways of dealing with and detecting false news with the right to freedom of speech. This research attempts to highlight in practice the involvement of fake news in important political events such as the US Presidential Elections in 2016 and Brexit and through these examples to make it clear that the progresses in political life are now determined not by fair competition between politicians but by deliberate misinformation. Corresponding examples are analyzed in terms of the economic and social sector. Apart from the consequences of the phenomenon, the aim of this work is to highlight the actions taken so far to deal with it and its detection techniques, but also to refer to additional initiatives that can be implemented in the future.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ


ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ 5
ABSTRACT 7
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ 10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ 11
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ 13
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ 15
Α. Ερευνητικά ερωτήματα 15
Β. Ερευνητική μεθοδολογία 15
Γ. Μεθοδολογικές διευκρινίσεις και αξιοπιστία της έρευνας 15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^{Ο} 17
Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΟΡΟΥ FAKE NEWS ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ 17
1.1 Η ιστορική εξέλιξη του φαινομένου 17
1.2 Τα Fake News στις Αμερικανικές Προεδρικές Εκλογές 18
1.3 Τα Fake News στο Βρετανικό Δημοψήφισμα-Brexit 21
1.4 Τα Fake News στην Ελλάδα 24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^{Ο} 27
ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΩΝ FAKE NEWS 27
2.1 Πολιτικές Συνέπειες 27
2.2 Οικονομικές Συνέπειες 30
2.3 Κοινωνικές συνέπειες 32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^{Ο} 36
Η ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΩΝ FAKE NEWS 36
3.1 Η Αντιμετώπιση του Φαινομένου μέσω της Ενημέρωσης 36
3.2 Η Αντιμετώπιση του Φαινομένου μέσω του Φιλτραρίσματος 39
3.3 Η Αντιμετώπιση του Φαινομένου μέσω Συνεργασίας με Παρόχους 41
3.4 Η Αντιμετώπιση του Φαινομένου μέσω της Νομοθεσίας 44
3.5 Η Προσπάθεια Εξισορρόπησης των Τρόπων Αντιμετώπισης και Ανίχνευσης των Fake News με την Ελευθερία Λόγου 47
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΕΠΙΛΟΓΟΣ 54
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 57

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1.3.1 EU Referendum, Social data analysis via Brandwatch, 8 May – 7 June 2016

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όπως αναφέρουν οι Tene, Polonetsky και Sadeghi (2018), ο Yuval Noah Harari προβλέπει ότι οι δυνάμεις της τεχνολογίας και της παγκοσμιοποίησης θα σηματοδοτήσουν το τέλος των ελευθεριών που τις ενεργοποίησαν. Στο πλαίσιο αυτό, το φαινόμενο των fake news δεν είναι καινούριο. «*Ο Πλάτωνας έλεγε ότι μόνο τα παιδιά και οι μεθυσμένοι λένε πάντα την αλήθεια, ενώ ο Καντ θεωρούσε το ψέμα ως έγκλημα κατά της ανθρωπότητας*» (Jougleux, 2016, σ. 2). Έτσι, όπως υποστηρίζει ο Jougleux (2016) έχουμε φτάσει στην εποχή της «μετά-αλήθειας» όπου η αλήθεια υποβαθμίζεται σε απλή γνώμη. Καθώς ο καθένας δικαιούται τη γνώμη του, ο καθένας της αλήθεια του, η παραπληροφόρηση υποσκάπτει τα θεμέλια της δημοκρατίας, το δικαίωμα στην πληροφόρηση. Είναι όμως αξιοσημείωτο ότι τα τελευταία χρόνια το φαινόμενο αυτό έχει λάβει μεγάλες διαστάσεις λόγω της ευρείας χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. «*Το λεξικό Collins ονόμασε τον όρο fake news λέξη της χρονιάς για το 2017, γεγονός που αποτυπώνει τη δημοφιλία του όρου εκείνη την περίοδο*» (Quandt, Frischlich, Boberg και Schatto-Eckrodt, 2019, σ. 1).

Είναι γεγονός πως ιδίως τους τελευταίους μήνες με την εμφάνιση της πανδημίας του Covid-19 οι δραστηριότητες των ανθρώπων έχουν ψηφιοποιηθεί σε μεγάλο βαθμό. Η πρόσβαση επομένως σε πηγές παραπληροφόρησης είναι ιδιαίτερα αυξημένη. Δεδομένου επίσης ότι πρόκειται για μια πρωτόγνωρη ασθένεια και κατάσταση, οι θεωρίες συνομωσίας που εμφανίζονται και τα fake news που κυκλοφορούν στο διαδίκτυο παρουσιάζουν μεγάλη εξάπλωση αυτήν την περίοδο. Πέραν αυτής της νέας πραγματικότητας, έναυσμα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας αποτέλεσε το γεγονός της οριστικής εξόδου του Ηνωμένου Βασιλείου από την Ευρωπαϊκή Ένωση καθώς και οι προεδρικές εκλογές των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής που θα γίνουν τον Νοέμβριο του 2020 αφού το 2016 η αντίστοιχη διαδικασία είχε στιγματιστεί απο την επίδραση ψευδών ειδήσεων.

Στην παρούσα εργασία λοιπόν θα προσπαθήσουμε να ερευνήσουμε τη σημασία του όρου και την εξέλιξη του μέχρι σήμερα. Θα αναφερθούμε σε δύο βαρύνουσας σημασίας γεγονότα σχετικά με τα fake news που εκτυλίχθηκαν στις Ηνωμένες Πολιτείες και το Ηνωμένο Βασίλειο. Όσον αφορά την Ελλάδα θα ερευνήσουμε τον αντίκτυπο των fake news την περίοδο κρίσης που ξεκίνησε το 2008 αλλά και σε πιο πρόσφατα γεγονότα που συνέβησαν κατά τη διακυβέρνηση ΣΥΡΙΖΑ-Ανεξάρτητοι Έλληνες. Επιπλέον θα προσπαθήσουμε να αναλύσουμε τις πολιτικές, οικονομικές αλλά και κοινωνικές συνέπειες που έχει το φαινόμενο αυτό έτσι ώστε να μπορέσουμε να ερμηνεύσουμε τις εξελίξεις που διαδραματίζονται ανά τον κόσμο.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Εκτός από την αναφορά μας σε πολιτικά γεγονότα, που έχουν σημαδευτεί από τη διάδοση ψευδών ειδήσεων, θα αναφερθούμε στις προσπάθειες που γίνονται για να περιοριστεί το φαινόμενο των fake news αλλά και κατά πόσο αυτή η προσπάθεια έρχεται σε σύγκρουση με την ελευθερία του λόγου. Η ραγδαία εξέλιξη του φαινομένου αυτού έχει οδηγήσει σε ενέργειες για την εύρεση λύσεων που θα ανακόψουν όσο είναι δυνατόν την πορεία του. Προσπάθειες γίνονται από θεσμούς όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, από Εθνικά Κοινοβούλια με τη θέσπιση νομικού πλαισίου αλλά και μεμονωμένα από τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέσω του φιλτραρίσματος των πληροφοριών και της χρήσης ειδικών αλγορίθμων προκειμένου να διαχωριστούν οι αληθείς από τις ψευδείς ειδήσεις. Τέλος υπάρχει η πρόθεση να αξιοποιηθεί και η εκπαίδευση όσον αφορά την προσπάθεια περιορισμού των fake news και έτσι οι άνθρωποι να αποκτούν ικανότητα εντοπισμού των ψευδών ειδήσεων από μικρή ηλικία.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Το φαινόμενο των fake news δεν είναι καινούριο ωστόσο η μορφή που έχει σήμερα έχει καθοριστεί κυρίως από την ταχύτατη εξέλιξη της τεχνολογίας και ιδιαίτερα των social media. Πλήθος βιβλίων, κειμένων νομοθετικού περιεχομένου, ερευνών, μελετών και άρθρων έχουν δημοσιευθεί και αφορούν τις ψευδείς ειδήσεις στην εποχή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Αρχικά, μια περισσότερο νομοθετική προσέγγιση στο θέμα δίνει ο αναπληρωτής καθηγητής του Ευρωπαϊκού Πανεπιστημίου Κύπρου, Philippe Jougleux ο οποίος τον Απρίλιο του 2016 δημοσιεύει άρθρο σχετικό με την παραπληροφόρηση και την αντιμετώπιση της από την υπάρχουσα νομοθεσία.

Η επιτροπή του High Level Expert Group μετά από εντολή της Ευρωπαϊκής Επιτροπής δημοσιεύει τον Μάρτιο του 2018 επίσημη αναφορά προκειμένου να διευκρινίσει το φαινόμενο της παραπληροφόρησης μέσα στην οποία εντάσσονται τα fake news και να προτείνει λύσεις για την αντιμετώπιση του. Έτσι με αφορμή τη συγκεκριμένη αναφορά στις 28 Ιουνίου του 2018 συντάσσεται ο Κώδικας δεοντολογίας για την Ευρωπαϊκή Ένωση τον οποίο καλούνται να υιοθετήσουν οι διαδικτυακές εταιρείες και οι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς με σκοπό να προστατευθεί το δικαίωμα της ελευθερίας και «της πρόσβασης στο ανοικτό διαδίκτυο» αλλά ταυτόχρονα να ελαττωθεί η διασπορά της παραπληροφόρησης.

Όσον αφορά συγκεκριμένα τα δύο μεγάλα πολιτικά γεγονότα στα οποία κυρίαρχο ρόλο είχαν τα fake news, έχουν εκπονηθεί αρκετές μελέτες. Μια από αυτές ασχολείται με το Brexit και τον τρόπο με τον οποίο οι ψευδείς ειδήσεις επηρέασαν το δημοψήφισμα στη Μεγάλη Βρετανία. Η μελέτη εκπονήθηκε από τις συγγραφείς Hannah Marshall και Alena Drieschova και δημοσιεύθηκε το 2018. Την ίδια χρονιά οι Norris, Pippa, Cameron & Wynter καταδεικνύουν στο πρώτο κεφάλαιο του βιβλίου Electoral Integrity in America: Securing Democracy, την παρακμή της εκλογικής διαδικασίας στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής με αφορμή την εκλογή Trump στις προεδρικές εκλογές του 2016 και την αποκάλυψη του ρόλου των ψευδών ειδήσεων στον καθορισμό των αποτελεσμάτων.

Μια προσπάθεια αποσαφήνισης του όρου fake news με αναφορές σε όλες τις υπάρχουσες ερμηνείες του από την επιστημονική κοινότητα, προσπαθούν να πετύχουν στο άρθρο τους οι Quandt, Frischlich, Boberg and Schatto-Eckrodt το οποίο δημοσιεύεται το 2019.

Η μελέτη που εκπονήθηκε από τον Γιώργο Παπούλια με τίτλο «Το Φαινόμενο της "Μετα-Αληθειας" και της Διασποράς Ψευδών Ειδήσεων (Fake News) μέσω του Διαδικτύου, ως Εργαλείων Ενίσχυσης του Λαϊκισμού» και δημοσιεύθηκε τον

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Δεκέμβριο του 2017 προσεγγίζει συνολικά το φαινόμενο των fake news ενώ γίνεται ειδική αναφορά στην επίπτωση που αυτά είχαν στην ελληνική πραγματικότητα.

Το 2019 ο αρχαιολόγος Νέστορ Μαρκές εκδίδει το βιβλίο του με τίτλο «Fake News στην Αρχαία Ρώμη. Διαβολές, προπαγάνδα, ψεύδη 2000 χρόνια πριν» (Fake News de la Antigua Roma. Egnaños, propaganda mentiras de hace 2000 años, ed. Espasa, 2019), με σκοπό να αναδείξει την ύπαρξη του φαινομένου της παραπληροφόρησης ήδη από την εποχή της αρχαίας Ρώμης.

Όσον αφορά την οικονομική προσέγγιση του θέματος και τις επιπτώσεις που έχει για την οικονομία και το χρηματιστήριο, ο Lyric Jain τον Φεβρουάριο του 2018 δημοσιεύει στον ιστότοπο Finance Monthly σχετικό άρθρο με τίτλο “Is Fake News Bad for the Economy?”, ενώ ένα χρόνο πριν, τον Φεβρουάριο του 2017, ο Kenneth Rapoza δημοσιεύει στην ιστοσελίδα του περιοδικού Forbes άρθρο με τίτλο «Can “Fake News” impact the Stock Market?».

Η σχέση των fake news με την δημοσιογραφία αναλύεται στο βιβλίο του δημοσιογράφου Γιάννη Παντελάκη με τίτλο «Η χαμένη τιμή της δημοσιογραφίας, 20+1 ιστορίες κιτρινισμού», το οποίο εκδόθηκε το 2019, και αναφέρεται στην εξάπλωση των fake news και στον ρόλο που διαδραματίζει το επάγγελμα του δημοσιογράφου.

Πέρα από τα παραπάνω υπάρχουν πολλά ακόμα βιβλία, άρθρα και μελέτες δημοσιευμένα στον παγκόσμιο ιστό.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Α. Ερευνητικά ερωτήματα

Προκειμένου να ερευνηθεί και στη συνέχεια να αναλυθεί το φαινόμενο των fake news τόσο σε διεθνές και ευρωπαϊκό επίπεδο όσο και στην Ελλάδα, δημιουργήθηκαν κάποια συγκεκριμένα ερευνητικά ερωτήματα:

- Ποια είναι η εξέλιξη του όρου fake news στο πέρασμα των χρόνων
- Ποια είναι τα σημαντικότερα παραδείγματα χρήσης fake news σε διεθνές και εγχώριο επίπεδο
- Ποιες είναι οι πολιτικο-οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις του φαινομένου
- Ποιοι είναι οι τρόποι ανίχνευσης και αντιμετώπισης των fake news

Β. Ερευνητική μεθοδολογία

Η παρούσα ερευνητική εργασία στηρίχθηκε στην ποιοτική έρευνα συγκεκριμένων βιβλιογραφικών πηγών καθώς η επιλογή αυτού του τύπου έρευνας θεωρείται κατάλληλη στις κοινωνικές επιστήμες. Στόχος της συγκεκριμένης μεθοδολογίας είναι να γίνει μια προσπάθεια να δοθούν απαντήσεις στα παραπάνω ερωτήματα.

Η συγκεκριμένη βιβλιογραφία επιλέχθηκε ως υλικό για την ποιοτική έρευνα με βάση αρχικά τη χρονολογική περίοδο. Πιο συγκεκριμένα δεδομένου του ότι το φαινόμενο των fake news αναπτύχθηκε ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία, η πλειοψηφία των πηγών προέρχεται από ερευνητικά κείμενα και άρθρα του Τύπου των τελευταίων χρόνων. Παράλληλα για την επιλογή, μεγάλη έμφαση δόθηκε στις βιβλιογραφικές αναφορές σχετικά με τις προεδρικές εκλογές των Ηνωμένων Πολιτειών Αμερικής του 2016, του Brexit και της ελληνικής πραγματικότητας κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης του 2008 καθώς και της διακυβέρνησης ΣΥΡΙΖΑ-Ανεξάρτητοι Έλληνες. Στοιχεία από προϋπαρχουσές μελέτες χρησιμοποιήθηκαν για την ανάδειξη των πολιτικών, οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων του φαινομένου των fake news. Από την παραπάνω βιβλιογραφία συνολικά, συλλέχθηκαν πληροφορίες για τους τρόπους ανίχνευσης και αντιμετώπισης. Συνεπώς τα στοιχεία για την παρούσα εργασία συγκεντρώθηκαν από τις παρακάτω πηγές:

- Άρθρα που έχουν δημοσιευθεί σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά, άρθρα που έχουν δημοσιευθεί σε εφημερίδες παγκοσμίου κύρους, άρθρα που έχουν δημοσιευθεί στον παγκόσμιο ιστό.
- Επίσημα κείμενα αναφορών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, επίσημα κείμενα νομοθετικού περιεχομένου της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Μελέτες Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων που έχουν δημοσιευθεί στο διαδίκτυο.

Γ. Μεθοδολογικές διευκρινίσεις και αξιοπιστία της έρευνας

Σε αυτό το σημείο είναι αναγκαίο να διευκρινιστεί ότι η παρούσα έρευνα εξετάζει το φαινόμενο των fake news ως σύνολο εστιάζοντας σε δημοκρατικά καθέστώτα. Και τα

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

τρία βασικά παραδείγματα που αναλύονται (Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, Μεγάλη Βρετανία, Ελλάδα) είναι σύγχρονες δημοκρατίες. Ωστόσο η έρευνα περιλαμβάνει και αναφορές σε χώρες με μη δημοκρατικά πολιτεύματα.

Αναφορικά με το μέρος της ανάλυσης για τον όρο "fake news" χρησιμοποιούνται παράλληλα οι αντίστοιχοι ελληνικοί όροι «ψευδείς ειδήσεις» και «ψευδείς πληροφορίες». Ανάλογα για τον όρο "social media" γίνεται χρήση του ελληνικού όρου «μέσα κοινωνικής δικτύωσης» και «πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης».

Όπως αναφέρθηκε το φαινόμενο των fake news είναι αρκετά πρόσφατο οπότε συνεχώς προκύπτουν νέες μελέτες και επιστημονικά δεδομένα. Ως εκ τούτου η συγκεκριμένη ποιοτική έρευνα στηρίχθηκε σε ένα αρκετά περιορισμένο τμήμα της υπάρχουσας βιβλιογραφίας.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^{Ο}

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΟΡΟΥ FAKE NEWS ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ

1.1 Η ιστορική εξέλιξη του φαινομένου

Το φαινόμενο των fake news παρατηρείται εδώ και αιώνες. Όπως επισημαίνει ο Echikson (όπως αναφέρεται στη μελέτη του Renda, 2018) τον 13ο αιώνα π.Χ. ο Ραμσής ο Μέγας διέδωσε ψέματα και προπαγάνδα που απεικονίζουν τη Μάχη του Καντίς ως μια εκπληκτική νίκη για τους Αιγυπτίους. Η μάχη ήταν στην πραγματικότητα αδιέξοδο. Και οι Financial Times αναφέρουν ότι ξέσπασε μια ψεύτικη μάχη ειδήσεων όταν ο Ιούλιος Καίσαρας ορίστηκε ως αιώνιος δικτάτορας το 44 π.Χ., μία κίνηση που τελικά οδήγησε στην δολοφονία του την ίδια χρονιά στις Ειδούς του Μαρτίου. Στη σύγχρονη εποχή, το 1938 ο Orson Welles διέδωσε τη φήμη μέσω ραδιοφωνικής ανακοίνωσης, ότι εξωγήινοι από τον πλανήτη Άρη μόλις είχαν αποβιβαστεί στο New Jersey: περίπου ένα εκατομμύριο ακροατές πίστεψαν ότι μια πραγματική επιδρομή Αρειανών ήταν σε εξέλιξη. «*Η ιστορία είναι προφανώς γεμάτη με τρομερά παραδείγματα παραπληροφόρησης, ιδίως συμπεριλαμβανομένων των πολέμων που ξεκίνησαν, των επιστημόνων που κάηκαν ζωντανοί και των μαζικών κυνηγιών μαγισσών που οργανώθηκαν λόγω λανθασμένων πεποιθήσεων και διάδοσης ψευδών απόψεων*» (Renda, 2018, σ. 13-14).

Το φαινόμενο λοιπόν των fake news ενώ προϋπήρχε, έγινε ιδιαίτερα δημοφιλής έκφραση κατά τη διάρκεια των Προεδρικών εκλογών των Ηνωμένων Πολιτειών το 2016. Η ευρεία εξάπλωση της έκφρασης αυτής πυροδότησε τη δημόσια συζήτηση στην επιστημονική κοινότητα σε μια προσπάθεια να υπάρξει ένας σαφής ορισμός. Υπάρχουν ωστόσο διαφορετικές απόψεις ανάμεσα στους ακαδημαϊκούς. «*Για παράδειγμα οι Alcott and Gentzkow καθορίζουν τα fake news σαν άρθρα ειδήσεων που είναι σκόπιμα επαληθεύσιμα ψευδή και θα μπορούσαν να παραπλανήσουν τους αναγνώστες*» (Quandt, Frischlich, Boberg και Schatto-Eckrodt, 2019, σ. 2). «*Αποκλείουν ρητά άλλες μορφές παραπλανητικών πληροφοριών, όπως λάθη από δημοσιογράφους ή πολιτικούς, φήμες ή συνομωσίες χωρίς συσχέτιση με συγκεκριμένα ειδησεογραφικά άρθρα και μορφές προσανατολισμένες στην ψυχαγωγία όπως η σάτιρα*» (Quandt, Frischlich, Boberg και Schatto-Eckrodt, 2019, σ. 2). «*Άλλοι ακαδημαϊκοί αντιλαμβάνονται ευρέως τα fake news ως μέρος του μεγαλύτερου θέματος της παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο (π.χ Wardle and Derakhshan, 2017) ή συγκεκριμένα ως μια νέα μορφή πολιτικής παραπληροφόρησης*» (Quandt, Frischlich, Boberg και Schatto-Eckrodt, 2019, σ. 2). Είναι αξιοσημείωτο πως η επίμονη χρήση της έκφρασης από τον Donald Trump στις εκλογές του 2016 αλλά και στα επόμενα χρόνια της προεδρίας του άλλαξε το νόημα της. Μέχρι τότε η έκφραση χρησιμοποιούνταν για ανακριβείς ειδήσεις (συχνά σκόπιμα

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

κατασκευασμένες) ή χρησιμοποιήθηκε σαν ένας όρος για την πολιτική σάτιρα. Τώρα ο ορισμός είναι αρκετά πολύπλοκος αν λάβουμε υπόψιν μας και τον ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Ο επίσημος ορισμός ωστόσο που υιοθετεί η Ευρωπαϊκή Ένωση αφορά γενικότερα την παραπληροφόρηση (disinformation) στην οποία εντάσσεται και το φαινόμενο των fake news. Αυτό συμβαίνει διότι οι θεσμοί της Ευρώπης στοχεύουν στο να δώσουν έναν σαφή και ευρύ ορισμό για το συγκεκριμένο φαινόμενο χωρίς να επηρεάζονται από την ιδιαίτερη χρήση της έκφρασης fake news από διάφορα πολιτικά πρόσωπα ανά τον κόσμο. Ως παραπληροφόρηση λοιπόν ορίζονται, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Ένωση, όλες οι μορφές ψευδών, ανακριβών ή παραπλανητικών πληροφοριών που σκόπιμα σχεδιάζονται, παρουσιάζονται και προωθούνται για να προκαλέσουν δημόσια ζημία ή κέρδος. Ο κίνδυνος βλάβης περιλαμβάνει απειλές κατά των δημοκρατικών πολιτικών διαδικασιών και αξιών, οι οποίες μπορούν να στοχεύουν συγκεκριμένα σε διάφορους τομείς όπως η υγεία, η επιστήμη, η εκπαίδευση και η οικονομία. Καθοδηγείται επίσης από την παραγωγή και προώθηση της παραπληροφόρησης είτε για οικονομικά οφέλη είτε για πολιτικούς ή ιδεολογικούς στόχους, αλλά μπορεί να επιδεινωθεί και από τον τρόπο με τον οποίο τα διάφορα ακροατήρια εμπλέκονται, λαμβάνουν και ενισχύουν την παραπληροφόρηση. Με βάση επομένως τον παραπάνω ορισμό γίνονται όλες οι προσπάθειες για να αντιμετωπιστεί το φαινόμενο αυτό σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, δεδομένα που θα αναλύσουμε στο Τρίτο Κεφάλαιο.

1.2 Τα Fake News στις Αμερικανικές Προεδρικές Εκλογές

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω το φαινόμενο των fake news γνώρισε μεγάλη εξάπλωση κατά τη διάρκεια των Προεδρικών εκλογών στις Ηνωμένες Πολιτείες το 2016. Σε αυτό φυσικά συνέβαλε και η ευρεία χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Οι ψεύτικες ειδήσεις είχαν μεγάλο αντίκτυπο στους ψηφοφόρους των εκλογών και έτσι άρχισε να υπάρχει ανησυχία γύρω από «*την ιδέα ότι μια δημοκρατία που λειτουργεί σωστά εξαρτάται από την ενημέρωση των πολιτών της*» (Grinberg, Joseph, Friedland, Swire-Thompson και Lazer, 2019, σ. 1).

Ένα τρανό παράδειγμα διάδοσης ψευδών ειδήσεων κατά τις Προεδρικές εκλογές του 2016, που αναφέρει ο Kraski (2017), συνέβη περίπου τον Οκτώβρη όταν ανώνυμοι λογαριασμοί στο Twitter άρχισαν να δημοσιεύουν ψευδώς ότι ο φορητός υπολογιστής του πρώην πολιτικού των δημοκρατικών Anthony Weiner ανακτήθηκε από το FBI και ότι περιείχε απόδειξη της εμπλοκής του στη σεξουαλική κακοποίηση παιδιών. Οι διαδικτυακές φήμες εξαπλώθηκαν περαιτέρω προκειμένου να πιέσουν την Hilary Clinton καθώς και τον διευθυντή της καμπάνιας της John Podesta. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του Podesta παραβιάστηκε και δημοσιεύτηκε στο WikiLeaks. Διάφοροι οπαδοί των θεωριών συνομωσίας στο διαδίκτυο γρήγορα έκαναν τη σύνδεση μεταξύ

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

των συχνών του αναφορών στις λέξεις "pizza" και "cheese" και έτσι δημιουργήθηκε η πεποίθηση ότι οι συγκεκριμένες λέξεις χρησιμοποιούνταν σαν κωδικές ονομασίες για παιδοφιλικές δραστηριότητες. Τελικά οι φήμες εξελίχθηκαν τόσο που έφτασαν στο σημείο να υπονοήσουν ότι η Clinton, ο Podesta και αρκετοί άλλοι ήταν υπεύθυνοι για παράνομη διακίνηση παιδιών και η δραστηριότητα αυτή λάμβανε χώρα στο υπόγειο μιας πιτσαρίας στην Ουάσινγκτον με το όνομα Comet Ping Pong. Πέρα από τα διάφορα chatrooms και τις πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης που φιλοξενούσαν αυτή τη θεωρία συνομωσίας, ραδιοτηλεοπτικοί φορείς προσανατολισμένοι προς εθνικιστικά φρονήματα όπως ο Alex Jones διέδωσαν αυτά τα ψέματα. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα ο ιδιοκτήτης της πιτσαρίας να κατακλυστεί από απειλές θανάτου, ιστότοποι με κριτικές υπηρεσιών (customers' review websites) πλημμύρησαν με εξαιρετικά αρνητικές κριτικές και η τηλεφωνική γραμμή του καταστήματος ήταν συνεχώς απασχολημένη με παρενοχλητικές κλήσεις μέχρι που την αποσυνέδεσαν τελείως. Επιπλέον όπως αναφέρει ο Kraski (2017) φωτογραφίες και διευθύνσεις των κατοικιών των υπαλλήλων αναρτήθηκαν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατονομάζοντάς τους ως εγκληματίες, ενώ οι οικογένειες και το φιλικό τους περιβάλλον έγιναν στόχος παρενόχλησης. Στις 4 Δεκεμβρίου 2016 ο Edgar Maddison Welch εισέβαλε στην πιτσαρία φέροντας οπλισμό. Αφού πυροβόλησε τρεις φορές και απείλησε μερικούς υπαλλήλους, παραδόθηκε ειρηνικά στην αστυνομία. Αργότερα παραδέχτηκε ότι αναγκάστηκε να προβεί σε «αυτο-έρευνα» λόγω της πίεσης από οπαδούς των θεωριών συνομωσίας. Από την μεριά τους οι οπαδοί των θεωριών συνομωσίας αντιμετώπισαν αυτό το καταστροφικό αποτέλεσμα με περισσότερη επιμονή στους λανθασμένους ισχυρισμούς τους, καθώς και με μια απαθή απολογία από τον Alex Jones. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ακόμα και ένα χρόνο αργότερα από το συγκεκριμένο συμβάν, δυσφημιστικές κριτικές και υποκίνηση θεωριών μπορούσαν εύκολα να βρεθούν στο διαδίκτυο.

Όπως φάνηκε και από το παράδειγμα, σημαντικό ρόλο στην διάδοση ψευδών ειδήσεων παίζουν οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter κλπ.). Η φιλοσοφία της λειτουργίας αυτών των μέσων έγκειται σε αλγορίθμους ή social bots (αυτοματοποιημένοι λογαριασμοί που μιμούνται ανθρώπους) που μέσα από τις προτιμήσεις των χρηστών, που θα κάνουν like, ποιον σύνδεσμο θα μοιραστούν, με ποιους χρήστες μιλάνε πιο πολύ, ανιχνεύουν τις προτιμήσεις τους και τους εμφανίζουν ειδήσεις, άρθρα και συνδέσμους ανάλογα με το «προφίλ» που έχουν δημιουργήσει. Σύμφωνα με το άρθρο The science of Fake News (2018), μια πρόσφατη εκτίμηση έδειξε ότι μεταξύ 9% έως 15% των λογαριασμών στο Twitter είναι bots[1]. Το Facebook από την άλλη μεριά υπολόγισε ότι έως και 60 εκατομμύρια bots ενδέχεται να

[1] Bots είναι ένας μηχανισμός που επικοινωνεί περισσότερο ή λιγότερο αυτόνομα στα social media και το διαδίκτυο, συχνά με στόχο να επηρεάσει την πορεία της συζήτησης ή / και τις απόψεις των αναγνωστών του. Συνήθως χρησιμοποιεί μόνο απλές αλληλεπιδράσεις ή καθόλου αντιδραστικότητα.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

προσβάλλουν την πλατφόρμα του. Όπως αποδείχθηκε τα bots ήταν υπεύθυνα για ένα σημαντικό μέρος του πολιτικού περιεχομένου που δημοσιεύτηκε κατά τη διάρκεια εκστρατείας των εκλογών των ΗΠΑ το 2016 και σύμφωνα με πρόσφατη μαρτυρία του Κογκρέσου η Ρωσία χειρίστηκε μέσω των bots, πλήρως, όλες τις σημαντικές πλατφόρμες κατά τη διάρκεια των εκλογών. Επίσης είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι μερικά από αυτά τα ίδια bots χρησιμοποιήθηκαν για να επηρεάσουν αργότερα τις Προεδρικές εκλογές της Γαλλίας το 2017.

Αξιοσημείωτη είναι η αλληλεπίδραση των ατόμων με τα fake news κατά τη διάρκεια των εκλογών όσον αφορά τα χαρακτηριστικά που παρουσιάζουν αλλά και το κατά πόσο πιστεύουν ψευδείς ειδήσεις που τυχαίνει να διαβάσουν. Όσον αφορά το πρώτο σκέλος οι επιστήμονες Grinberg, Joseph, Friedland, Swire-Thompson και Lazer (2019) προχώρησαν σε μια έρευνα που εξετάζει την έκθεση και την κοινή χρήση ψευδών ειδήσεων από εγγεγραμμένους ψηφοφόρους στο Twitter και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η εμπλοκή με πηγές ψευδών ειδήσεων εντοπιζόταν σε μικρές ομάδες ανθρώπων. Σύμφωνα με την έρευνα μόνο το 1% των ατόμων βρέθηκαν υπεύθυνοι για το 80% της έκθεσης των πηγών ψευδών ειδήσεων, και μόλις το 0.1% ήταν υπεύθυνοι σχεδόν για το 80% των πηγών ψευδών ειδήσεων που διαμοιράστηκαν. Η έρευνα έδειξε ότι τα άτομα που ήταν πιο πιθανό να αλληλεπιδράσουν με πηγές ψεύτικων ειδήσεων έκλιναν προς την πλευρά των συντηρητικών, ήταν μεγάλοι σε ηλικία και ασχολούνταν πολύ με τις ειδήσεις για την πολιτική. Από την άλλη μεριά οι Allcott και Gentzow (2017) διαπίστωσαν ότι οι χρήστες αντιλήφθηκαν κατά μέσο όρο μια έως τρεις περιπτώσεις ψευδών ειδήσεων πριν από τις εκλογές αλλά δεν πίστευαν απαραίτητα τις ιστορίες. Επιπλέον η συγκεκριμένη μελέτη έδειξε ότι τα "placebo" άρθρα ψευδών ειδήσεων που δημιουργήθηκαν για την έρευνα και προστέθηκαν στο ανάλογο ερωτηματολόγιο σαν μεταβλητή ελέγχου, οι άνθρωποι τα θυμούνταν τόσο συχνά όσο τα πραγματικά άρθρα ψευδών ειδήσεων που κυκλοφορούσαν την περίοδο πριν τις εκλογές. Αυτό, όπως παρατήρησαν οι Allcott και Gentzow (2017), υποδηλώνει ότι οι άνθρωποι δεν θυμούνται τα fake news τόσο καλά. Παρόλα αυτά δεν πρέπει να υποτιμώνται καθώς η εξάπλωση τους είναι ευρεία και διευκολύνεται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η μαζική διοχέτευση πληροφοριών στον χρήστη τον καθιστά αδύναμο να διακρίνει την αληθινή από την ψεύτικη είδηση. Ένας εντυπωσιακός τίτλος αρκεί για να τραβήξει την προσοχή του αποδέκτη της είδησης, να την πιστέψει και να την μοιραστεί με τους διαδικτυακούς του φίλους χωρίς να ψάξει αν προέρχεται από έγκυρη πηγή. Παραδείγματος χάριν ο Renda (2018) αναφέρει πως η είδηση ότι ο Πάπας Φραγκίσκος είχε υποστηρίξει τον Donald Trump κατά τη διάρκεια της προεκλογικής του εκστρατείας διαδόθηκε από εντελώς αναξιόπιστες πηγές. Ωστόσο η υπερχείλιση των πληροφοριών και η έλλειψη προσοχής των χρηστών, εμπόδισαν πολλούς από αυτούς

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

να εντοπίσουν πήγες όπως “The American Patriot” ή ιστοσελίδες όπως www.endingthefed.com οι οποίες δεν ήταν έγκυρες ή βασισμένες σε γεγονότα.

Τέλος είναι αξιοσημείωτη η χρήση της έκφρασης από τον υποψήφιο στις εκλογές και μετέπειτα Πρόεδρο της Αμερικής, Donald Trump. Όπως φαίνεται στις διάφορες ομιλίες του αλλά και στις αναρτήσεις του στο Twitter, χρησιμοποιεί επανειλημμένα την έκφραση fake news αναφερόμενος κυρίως στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο). Ο ίδιος ισχυρίζεται ότι «*τα μεγάλα ειδησεογραφικά πρακτορεία έχουν δημοσιεύσει ψέματα για αμέτρητες πτυχές της προεκλογικής του εκστρατείας καθώς και κατά τη διάρκεια της προεδρίας του*» (Quandt, Frischlich, Boberg και Schatto-Eckrodt, 2019, σ. 4). Σύμφωνα με τους Quandt, Frischlich, Boberg και Schatto-Eckrodt (2019) ερευνητές έχουν συνδέσει την στρατηγική του αυτή με την έννοια του “gaslighting”, δηλαδή την εσκεμμένη οργάνωση των εξαπατήσεων και των προκατειλημμένων αφηγήσεων που στόχο έχουν να κλονίσουν την εμπιστοσύνη που έχουν οι παραλήπτες των ειδήσεων στις δικές τους αντιλήψεις, αναμνήσεις και σκέψεις. Οι Marwick και Lewis (2018) έχουν επικρίνει αυτήν την φλεγμονώδη χρήση του όρου fake news και σημειώνουν ότι ο ισχυρισμός των ψευδών ειδήσεων από την πλευρά του Trump κυρίως σκοπεύει να υποσκάψει την εμπιστοσύνη στις (δυσμενείς) πληροφορίες.

1.3 Τα Fake News στο Βρετανικό Δημοψήφισμα-Brexit

Ανάλογη με τις Αμερικανικές Προεδρικές εκλογές, όσον αφορά την εξάπλωση των fake news, είναι η περίπτωση του δημοψηφίσματος που διεξήχθη στο Ηνωμένο Βασίλειο και αφορούσε την παραμονή του ή όχι στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι δύο αντίπαλες πλευρές πολέμησαν με κάθε μέσο η μια την άλλη επιρρίπτοντας κατηγορίες για ανεντιμότητα και απειλές. Σύμφωνα με τις Marshall και Drieschova (2018), αυτές οι συλλογικές τακτικές που ακολουθήθηκαν από τα δύο μέρη δεν έκαναν πολλά για να εμπνεύσουν την εμπιστοσύνη του κόσμου στη δημόσια συζήτηση. Αντίθετα το κοινό ενθαρρύνθηκε να μην εμπιστεύεται τα πολιτικά μηνύματα που βασίζονται σε συνεχείς κατηγορίες και συκοφαντίες. Παρόλα αυτά όπως αναφέρεται στο άρθρο New Perspectives (2018), τα τρία βασικά μηνύματα που το κοινό θυμόταν κατά την εκστρατεία του δημοψηφίσματος ήταν τα βασικά επιχειρήματα που υποστήριζαν οι οπαδοί του Brexit. Πιο συγκεκριμένα αναπαρήγαγαν ότι το Ηνωμένο Βασίλειο έστελνε 350 εκατομμύρια λίρες κάθε εβδομάδα στην Ευρωπαϊκή Ένωση, οι μετανάστες στη χώρα είχαν φτάσει τις 333.000 και ότι η Τουρκία και άλλες υποψήφιες χώρες ήταν έτοιμες να προσχωρήσουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

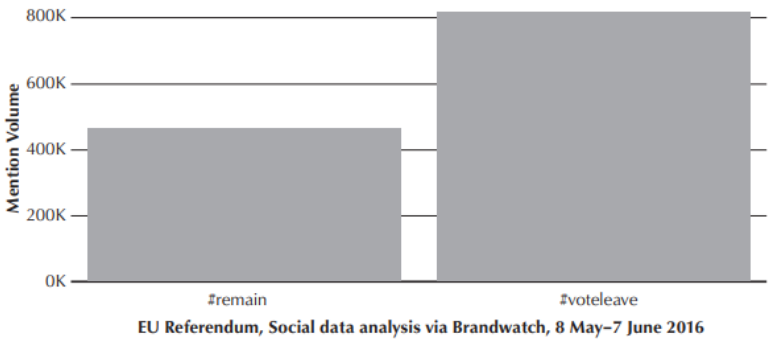
Τα επιχειρήματα αυτά ήταν ψευδή. Πρώτον ο ισχυρισμός που διέδιδαν ευρέως οι οπαδοί του Brexit ότι το Ηνωμένο Βασίλειο έστελνε 350 εκατομμύρια λίρες στην Ευρωπαϊκή Ένωση κάθε εβδομάδα ήταν σαφώς λανθασμένος. Αυτός ο αριθμός δεν

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

περιελάμβανε την έκπτωση που δικαιούνταν η Βρετανία. Το 2014 το κράτος θα είχε πληρώσει 18,8 δισεκατομμύρια λίρες χωρίς την έκπτωση αλλά τελικά κατέληξε να πληρώσει 14,4 δισεκατομμύρια λίρες. Ο κόσμος όμως ως επί το πλείστον θεωρούσε αυτό το επιχείρημα αληθές, όπως φαίνεται και από μια δημοσκόπηση που έγινε και έδειξε ότι το 47% των ερωτηθέντων πίστεψαν τον συγκεκριμένο ισχυρισμό (whatukthinks, 2016c). Όσον αφορά την προσχώρηση της Τουρκίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η ίδια δημοσκόπηση έδειξε ότι το 57% των ερωτηθέντων πίστευαν ότι ήταν «πολύ πιθανό» ή «αρκετά πιθανό» αυτό να συμβεί μέσα στην επόμενη δεκαετία. Ωστόσο αυτό είναι κάτι που σύμφωνα με εκτιμήσεις θα πραγματοποιηθεί σε αρκετές δεκαετίες από τώρα. Αυτά τα παραδείγματα δείχνουν πως η γνώμη του κόσμου χειραγωγείται προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση. Πολιτικοί αντίπαλοι κατασκευάζοντας ψευδείς ειδήσεις και διαδίδοντάς τις στο κοινό σκοπεύουν να επηρεάσουν την κοινή γνώμη προς το συμφέρον τους.

Όπως επισημάνθηκε και παραπάνω, σημαντικό ρόλο στην διάδοση αυτών των ειδήσεων παίζουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Συνήθως ο υποψήφιος ή ο αντίπαλος, όσον αφορά την πολιτική, που νιώθει πιο αδύναμος καταφεύγει στην κατασκευή και στην διάδοση fake news τα οποία διοχετεύει στον κόσμο μέσα από τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες. Αυτό συνέβη και στην περίπτωση του Βρετανικού δημοψηφίσματος. Η καμπάνια για την έξοδο της Βρετανίας από την Ευρωπαϊκή Ένωση ακολούθησε μια συγκεκριμένη στρατηγική μέσω των social media, γεγονός που οδήγησε τελικά στο Brexit. Ξόδεψε δηλαδή την πλειονότητα των πόρων που διέθετε στην άμεση ψηφιακή επικοινωνία, κάτι που όπως φαίνεται από τα δεδομένα του Twitter είχε μεγάλη επιτυχία. Σύμφωνα με την έρευνα της εταιρείας Brandwatch, 31 ημέρες πριν το δημοψήφισμα, το Twitter έδειξε μια σημαντική αλλαγή προς την πλευρά των υποστηρικτών του Brexit με βάση τα hashtags "#voteremain" και "#voteleave".

Figure 1: EU Referendum, Remain vs. Leave related hashtags



EU Referendum, Social data analysis via Brandwatch, 8 May–7 June 2016

Source: Joyce, Brexit Data: Post-Truth Politics and the EU, 2016.

<u>Διάγραμμα 1.3.1:</u> Κατανομή των hashtags που αναφέρονται υπέρ των δυο αντίπαλων εκστρατειών.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Άλλο ένα κοινό σημείο μεταξύ του Βρετανικού δημοψηφίσματος και των Αμερικανικών Προεδρικών εκλογών ήταν η χρήση bots τα οποία σκοπό είχαν να παραπλανήσουν τους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Αυτήν την στρατηγική ακολούθησε η πλευρά που υποστήριζε την έξοδο από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Όπως παρατήρησαν οι Howard και Kollanyi (2016) τα bots είχαν έναν μικρό αλλά στρατηγικό ρόλο στις συζητήσεις για το δημοψήφισμα. Τα hashtags που σχετίζονταν με το επιχείρημα υπέρ του Brexit κυριάρχησαν εκείνη την περίοδο. Λιγότερο από το 1% των λογαριασμών του Twitter που χρησιμοποιήθηκαν ως δείγμα, δημιουργούσαν σχεδόν το ένα τρίτο όλων των μηνυμάτων (Howard και Kollanyi, 2016:1). Επομένως τα bots συνδέονταν κυρίως με το hashtag #voteleave. Όπως έγινε φανερό από την έρευνα, από τους δέκα πρώτους λογαριασμούς στο Twitter που ήταν ενεργοί όσον αφορά το Brexit, οι επτά στους δέκα ήταν bots. Η έρευνα επίσης έδειξε πως οι λογαριασμοί αυτοί εκτός από την υπερβολική στράτευση που παρουσίαζαν υπέρ της καμπάνιας της εξόδου, αναπαρήγαγαν σε μεγάλο ποσοστό ψευδείς ειδήσεις. Ο Polonski (2016) αναφέρει πως μέσω της στοχευμένης χρήσης των social media από την εκστρατεία υπέρ της εξόδου, δημιουργήθηκε η εντύπωση πως το Brexit συγκέντρωνε ευρεία δημόσια στήριξη και αυτό είχε ως αποτέλεσμα η καμπάνια να προσελκύσει ακόμα περισσότερους ψηφοφόρους.

Τέλος για άλλη μια φορά σημαντικό ρόλο στην πορεία και στο αποτέλεσμα του δημοψηφίσματος έπαιξε η Ρωσία. Όπως γίνεται γνωστό σε αναφορά της επιτροπής Digital, Culture, Media and Sport Committee (2018), τα πρακτορεία επικοινωνιών Russia Today (RT) και Sputnik δημοσίευσαν 261 άρθρα σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με το δημοψήφισμα στη Μεγάλη Βρετανία, μεταξύ 1ης Ιανουαρίου έως και 23 Ιουνίου 2016. Στα άρθρα αυτά κυριαρχούσε το αντιευρωπαϊκό συναίσθημα με την Ρωσία να προσπαθεί να επηρεάσει τις πολιτικές εξελίξεις στην Ευρώπη με ανάλογο τρόπο, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, με τις Ηνωμένες Πολιτείες. «*Ένα κοινό ερευνητικό έργο από τα Πανεπιστήμια του Swansea και του Berkeley, που εκπονήθηκε στο πανεπιστήμιο της Καλιφόρνια*» (Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2018, σ. 43) αποδεικνύει ακριβώς αυτό. Σύμφωνα με την έρευνα «*εντοπίστηκαν 156.252 ρωσικοί λογαριασμοί που αναρτούσαν tweets για το #Brexit και δημοσίευσαν πάνω από 45.000 μηνύματα για το Brexit τις τελευταίες 48 ώρες της εκστρατείας*» (Digital, Culture, Media and Sport Committee, 2018, σ. 43).

Φαίνεται πως σε κρίσιμες πολιτικές περιόδους επιστρατεύονται όλα τα μέσα προκειμένου τα αποτελέσματα να είναι τα επιθυμητά. Εξωτερικές δυνάμεις επηρεάζουν πολιτικές εξελίξεις σε χώρες για να ικανοποιήσουν τα δικά τους συμφέροντα. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν ένα αρκετά γόνιμο περιβάλλον για τέτοιου είδους δραστηριότητες. Το ερώτημα είναι κατά πόσο τα social media μπορούν να ελεγχθούν προκειμένου να αποφεύγεται όσο γίνεται η διάδοση των

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ψευδών ειδήσεων που χειραγωγούν στο μέγιστο την κοινή γνώμη και οδηγούν πολλές φορές τις εξελίξεις, όσον αφορά την πολιτική τουλάχιστον, σε λάθος δρόμο.

1.4 Τα Fake News στην Ελλάδα

Σε ανάλογο δρόμο, όσον αφορά την διάδοση ψευδών ειδήσεων, με τις Ηνωμένες Πολιτείες και το Ηνωμένο Βασίλειο βρέθηκε και η Ελλάδα ιδιαίτερα την περίοδο της οικονομικής κρίσης. Η κατάσταση της οικονομικής αβεβαιότητας οδήγησε στην ανάπτυξη του λαϊκισμού στη χώρα και έτσι διάφορες πολιτικές δυνάμεις προσπάθησαν να εκμεταλλευτούν τις συγκυρίες προκειμένου να πάρουν τον λαό με το μέρος τους και να ανέλθουν στην εξουσία. Όπως αναφέρει στη μελέτη του ο Γ. Παπούλιας (2017) «Το Φαινόμενο της "Μετα-Αλήθειας" και της Διασποράς Ψευδών Ειδήσεων (Fake News) μέσω του Διαδικτύου ως Εργαλείων Ενίσχυσης του Λαϊκισμού», οι πολιτικές δυνάμεις προσπάθησαν μέσω της διάδοσης ψευδών ειδήσεων να χειραγωγήσουν την ελληνική γνώμη προκειμένου να γίνει πιστευτό, πρώτον ότι η οικονομική κρίση ήταν τεχνητή και ευθύνονταν γι' αυτήν πολιτικοί αντίπαλοι ή δυνάμεις του εξωτερικού. Και δεύτερον να δημιουργηθεί κλίμα εξαθλίωσης για να δικαιολογηθούν ακραίες πολιτικές ενέργειες.

Πιο συγκεκριμένα ο Πάνος Καμμένος, πρόεδρος του κόμματος των Ανεξάρτητων Ελλήνων, προχώρησε σε ψευδείς δηλώσεις σε ομιλία του στη Βουλή, όπου κατηγορούσε τον Ανδρέα Παπανδρέου, αδελφό του πρώην Πρωθυπουργού της Ελλάδας Γεώργιου Παπανδρέου, ότι συνεργάστηκε με εταιρία η οποία κερδοσκόπησε από την πώληση ασφαλίστρων κινδύνου (CDS) σε ελληνικά ομόλογα κατά τη διάρκεια της προκήρυξης δημοψηφίσματος τον Νοέμβριο του 2011, το οποίο τελικά δεν έγινε. Σύμφωνα με τον Γ. Παπούλια (2017), ο Ανδρέας Παπανδρέου κατέφυγε στη δικαιοσύνη, καταθέτοντας δύο αγωγές εναντίον του Πάνου Καμμένου, οι οποίες εκδικάστηκαν δύο χρόνια αργότερα, στις 18/4/2013 από το Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών. Το Πρωτοδικείο δικαίωσε τον Ανδρέα Παπανδρέου καθώς έκρινε τους ισχυρισμούς του Πάνου Καμμένου ως ψευδείς και του επέβαλλε την καταβολή χρηματικής αποζημίωσης στον Α. Παπανδρέου για ηθική βλάβη. Οι ψευδείς δηλώσεις του κ. Καμμένου στόχο είχαν να βλάψουν τον Α. Παπανδρέου μέσα από την χειραγώγηση της κοινής γνώμης και ταυτόχρονα να αναδείξουν τον ίδιο πολιτικά.

Η περίοδος της οικονομικής κρίσης ήταν μια ευαίσθητη χρονικά συγκυρία για τους πολίτες της χώρας. Αυστηρά μέτρα υιοθετήθηκαν από τις κυβερνήσεις, σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση, με σκοπό την ανάκαμψη της χώρας. Η λιτότητα που επιβλήθηκε είχε ως αποτέλεσμα την αντίδραση μεγάλης μερίδας πολιτών. Αυτήν την αντίδραση εκμεταλλεύτηκαν πολιτικοί παράγοντες που ήθελαν να ανέβουν στην εξουσία διαδίδοντας fake news για να ενισχύσουν τον λαϊκισμό. Ο Γ. Παπούλιας (2017) αναφέρει στη μελέτη του πως τον Οκτώβρη του 2011 άρχισαν να συρρέουν

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

δημοσιεύματα τα οποία ανέφεραν περιστατικό λιποθυμίας μαθητή από ασιτία κατά τη διάρκεια μαθήματος. Η είδηση αυτή δεν ήταν από πουθενά τεκμηριωμένη καθώς δεν αναφερόταν το όνομα του μαθητή, η ηλικία του, ο αριθμός του σχολείου, η περιοχή που βρισκόταν και κανένα άλλο στοιχείο. Με αφορμή το περιστατικό υπήρξαν και συγκεντρώσεις διαμαρτυρίας από τους πολίτες. Ωστόσο το Υπουργείο Παιδείας προχώρησε σε διάψευση της συγκεκριμένης είδησης αφού δεν υπήρχε αναφορά σε καμία διοικητική αρχή για το περιστατικό από κανέναν εκπαιδευτικό, γονέα, σχολική μονάδα, γιατρό, υγειονομική μονάδα του δημόσιου ή του ιδιωτικού τομέα. Παρόλο που η είδηση ήταν προφανώς ψευδής, πέτυχε το στόχο της και δημιούργησε το αίσθημα της εξαθλίωσης σε μια περίοδο οικονομικής κρίσης, με τους πολίτες να αγανακτούν όταν πληροφορούνται ότι παιδιά υποσιτίζονται και λιποθυμούν.

Τα fake news ωστόσο δεν θα σταματήσουν εδώ για τη χώρα μας. Η ανέλιξη στην εξουσία του ΣΥΡΙΖΑ και των Ανεξάρτητων Ελλήνων οδήγησαν σε έναν φαύλο κύκλο διάδοσης ψευδών ειδήσεων με στόχο να σταθεροποιηθεί η θέση τους στην εξουσία και να ταχθεί ο λαός με το μέρος τους. Ενδεικτικά θα αναφερθούμε σε δυο περιστατικά που συνέβησαν κατά τη διάρκεια της συγκυβέρνησης ΣΥΡΙΖΑ-Ανεξάρτητων Ελλήνων.

Σε δημοσκόπηση της εταιρίας Common View, που πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2017, ο ΣΥΡΙΖΑ φαινόταν πως έχει μειώσει την απόσταση από τη Νέα Δημοκρατία στο 3%. Η δημοσκόπηση αναπαρήχθη αμέσως από αρκετά μέσα ενημέρωσης. Ωστόσο στη συνέχεια αποδείχθηκε πως η συγκεκριμένη εταιρία δημοσκοπήσεων δεν ήταν καταχωρημένη στο δημοσιευμένο μητρώο του Εθνικού Συμβουλίου Ραδιοτηλεόρασης αλλά ούτε και στις λίστες του Συλλόγου Εταιριών Δημοσκόπησης και Έρευνας Αγοράς. Όπως αναφέρεται σε άρθρο της Liberal (2017), ο τότε Υπουργός Επικρατείας Χρ. Βερναρδάκης παραδέχθηκε ότι πίσω από την Common View βρισκόταν ο στενός συνεργάτης του πολιτικού του γραφείου, Στέργιος Τσιαφούλης, καθώς και ότι η εταιρία δεν έχει καμία νομική μορφή, αλλά αποτελεί «εργαστήριο κοινωνικών ερευνών», δίχως εμπορική δραστηριότητα και έχει φτιαχτεί από φοιτητές. Προς επιβεβαίωση αυτών, το ίδιο το Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης απάντησε ότι η εταιρία αυτή δεν ήταν ποτέ καταχωρημένη στο μητρώο των εταιριών δημοσκοπήσεων.

Το δεύτερο περιστατικό αφορά το Συνέδριο που οργάνωσε η Προεδρία της Εσθονίας στο Ταλίν προς τιμήν των θυμάτων των ολοκληρωτικών και αυταρχικών καθεστώτων. Ο τότε Υπουργός Δημοσίας Τάξης Σταύρος Κοντονής αποφάσισε να απέχει από το Συνέδριο. Αξιοσημείωτη ήταν ωστόσο η κάλυψη που παρείχε στην κυβέρνηση η ΕΡΤ και το ΑΠΕ-ΜΠΕ (Αθηναϊκό Πρακτορείο Ειδήσεων και Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων), όσον αφορά το γεγονός. Σύμφωνα με την Liberal (2017) το ΑΠΕ-ΜΠΕ μετέδωσε την είδηση του πρακτορείου Sputnik, το οποίο είναι πλήρως ελεγχόμενο από

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

το Κρεμλίνο, πως μετά την άρνηση της Ελλάδας να συμμετάσχει στο Συνέδριο, οι Εσθονοί αναγκάστηκαν να τροποποιήσουν το επίσημο κείμενο του Συνεδρίου. Το δημοσίευμα του ΑΠΕ-ΜΠΕ, όπως και του Sputnik για άτακτη υποχώρηση των Εσθονών και διεθνές σκάνδαλο, αναπαρήχθη αμέσως από την ΕΡΤ. Η είδηση της διεθνούς δικαίωσης του κ. Κοντονή είχε διαδοθεί παντού. Ωστόσο δεν ήταν παρά μια ψευδής είδηση καθώς το μόνο που τροποποίησαν οι Εσθονοί στο κείμενο του Συνεδρίου ήταν η διατύπωση που άφηνε να εννοηθεί λανθασμένα ότι ο ναζισμός είναι μια μορφή κουμμουνισμού. Ωστόσο η προπαγάνδα της κυβέρνησης συνεχίστηκε καθώς το ΑΠΕ-ΜΠΕ διακίνησε την είδηση πως μόνο 8 από τις 27 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης συμμετείχαν στο Συνέδριο εννοώντας ότι οι υπόλοιπες τάχθηκαν υπέρ της στάσης Κοντονή και απείχαν. Η αλήθεια βέβαια είναι ότι 19 χώρες συμμετείχαν στο Συνέδριο της Εσθονίας και οι 8 από αυτές εξέδωσαν ένα κοινό ανακοινωθέν ζητώντας Διεθνές Δικαστήριο για τα εγκλήματα των κομμουνιστικών καθεστώτων.

Όπως μπορούμε να συμπεράνουμε και από τα παραπάνω, ακόμα και σε μια μικρή χώρα όπως η Ελλάδα, το φαινόμενο των fake news είναι αρκετά εκτεταμένο. Η εύκολη πρόσβαση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η αστραπιαία μετάδοση των ειδήσεων δημιουργούν το πρόσφορο έδαφος για τέτοιου είδους φαινόμενα. Παρακάτω θα αναλύσουμε τις συνέπειες αυτού του φαινομένου σε πολιτικό, οικονομικό, και κοινωνικό επίπεδο.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^{Ο}

ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΩΝ FAKE NEWS

2.1 Πολιτικές Συνέπειες

Τα fake news σαν φαινόμενο που έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια και κυρίως λόγω της ευρείας χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, έχει γίνει αντικείμενο συζητήσεων ως προς τις συνέπειες που επιφέρει. Οι πολιτικές εξελίξεις είναι αυτές που πρώτα από όλα στιγματίζονται από τη διάδοση ψευδών ειδήσεων. Τα fake news έχουν τόσο μεγάλη επιρροή στον κόσμο, ώστε να επηρεάζουν εκλογικά αποτελέσματα, να χρησιμοποιούνται για το όφελος πολιτικών δυνάμεων και να καθορίζουν την πορεία ολόκληρων χωρών. Καθώς όλο και περισσότερες έρευνες που διενεργούνται αποδεικνύουν τον πολλαπλασιασμό των fake news και της ρητορικής μίσους στο διαδίκτυο, οι αρμόδιοι φορείς παγκοσμίως προσπαθούν να λάβουν μέτρα προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον αντίκτυπο των ψευδών ειδήσεων όσον αφορά τις εκλογές και τον δημόσιο διάλογο στις δημοκρατικές κοινωνίες.

Οι εκλογές είναι από τις πιο ευάλωτες διαδικασίες μιας δημοκρατικής κοινωνίας που είναι εύκολο να επηρεαστούν από διάφορους εξωτερικούς παράγοντες. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην παραπληροφόρηση η οποία στόχο έχει να υπονομεύει την ακεραιότητα των εκλογών είτε σε τοπικό είτε σε εθνικό επίπεδο. Κατά την προεκλογική περίοδο οι πολίτες καταφεύγουν στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να ενημερωθούν για τους υποψηφίους των κομμάτων, για τα ίδια τα κόμματα, και έτσι να δημιουργήσουν την δική τους άποψη σύμφωνα με την οποία θα εκτελέσουν το δημοκρατικό τους δικαίωμα. Επιπλέον ενημερώνονται για τους τρόπους με τους οποίους μπορούν να ψηφίσουν (π.χ. ηλεκτρονική ψηφοφορία), για την ημερομηνία και τοποθεσία της ψηφοφορίας και την ασφάλεια των συστημάτων ψηφοφορίας. Είναι σαφές ότι οι πληροφορίες που χρειάζονται οι πολίτες για αυτό το σκοπό πρέπει να είναι ακριβείς. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν κάνει την επικοινωνία γύρω από τις εκλογές πολύ εύκολη και αποτελεσματική, τόσο για τους πολίτες όσο και για τις δημόσιες αρχές. Ωστόσο οι εκστρατείες παραπληροφόρησης ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει πολύ συχνό φαινόμενο, καθορίζοντας έτσι τις πολιτικές εξελίξεις των κρατών.

Το γενικότερο κλίμα δυσπιστίας προς τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης που έχει αναπτυχθεί, έχει αναδείξει την στροφή των ανθρώπων για την πληροφόρησή τους, προς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Η ρητορική του υποψηφίου των Προεδρικών εκλογών 2016, Donald Trump, στόχο είχε να αποδυναμώσει όσο γίνεται περισσότερο τα

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ραδιοτηλεοπτικά μέσα ως πηγές πληροφόρησης προκειμένου να στρέψει τον κόσμο με το μέρος του. Ταυτόχρονα η ρωσική δραστηριότητα κατά τη διάρκεια της εκστρατείας των ΗΠΑ επιδείνωσε τον πολλαπλασιασμό της εγχώριας παραπληροφόρησης, όπου σε συνδυασμό με την απόρριψη από τον κόσμο των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης και την άνοδο του διαδικτύου, δημιουργήθηκε το κατάλληλο κλίμα για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να λειτουργήσουν σαν εναλλακτικές πηγές δημοσιογραφίας. Ανάλογο κλίμα επικρατεί και στην Δύση καθώς «*έχουν αναφερθεί από τον Πρόεδρο του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου, ρωσικές εκστρατείες παραπληροφόρησης, κυβερνοεπιθέσεις, ψευδείς ειδήσεις και προπαγάνδα που στόχο έχουν την αποσταθεροποίηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, συμπεριλαμβανομένων των εκλογών στην Γερμανία, τη Βρετανία και την Ισπανία*» (Norris, Cameron και Wynter, 2018, σ. 5-6).

Αυτές οι στρατηγικές χειραγώγησης στόχο έχουν να επηρεάσουν τα αποτελέσματα των εκλογών. Αυτό επιτυγχάνεται μέσα από την διάδοση σκόπιμων και στρατηγικών μηνυμάτων υπό την μορφή διαδικτυακών διαφημίσεων. Η ανάμειξη της Ρωσίας στις εκλογές των Ηνωμένων Πολιτειών έγινε ακριβώς με αυτόν τον τρόπο. Όπως αναφέρει ο Renda (2018), η πλατφόρμα του Facebook υπέβαλε στο Αμερικανικό Κογκρέσο γραπτή αναφορά αποκαλύπτοντας ότι Ρώσοι πράκτορες δημιούργησαν 129 εκδηλώσεις (events) στη συγκεκριμένη πλατφόρμα κατά τη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας των ΗΠΑ. Τέτοιου είδους εκδηλώσεις προβλήθηκαν από 338.300 διαφορετικούς λογαριασμούς Facebook, εκ των οποίων 62.500 ανέφεραν ότι θα παρευρεθούν. Τη χρονιά 2016 οι διαφημιστικές καμπάνιες στο διαδίκτυο εκτοξεύθηκαν στις Ηνωμένες Πολιτείες φτάνοντας το πόσο των 1,4 δισεκατομμυρίων δολαρίων, το υψηλότερο ποσό όλων των εποχών. Σύμφωνα με τον Renda (2018), το Facebook εξετάζοντας τα αρχεία του, διαπίστωσε ότι περίπου 100.000 δολάρια είχαν δαπανηθεί σε διαφημίσεις από τον Ιούνιο του 2015 έως τον Μάιο του 2017. Αυτό το ποσό αποδόθηκε σε 3000 διαφημίσεις, οι οποίες συνδέθηκαν με 470 πλαστούς λογαριασμούς και σελίδες, τα οποία δημιουργήθηκαν κατά παράβαση της πολιτικής του Facebook. Η πλατφόρμα οδηγήθηκε έτσι στο συμπέρασμα ότι αυτοί οι λογαριασμοί και οι σελίδες συνδέονταν μεταξύ τους και πιθανότατα λειτουργούσαν εκτός Ρωσίας.

Η δυσπιστία προς τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και η άνοδος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν φέρει αλλαγές στην πολιτική σκηνή σε παγκόσμιο επίπεδο. Σε μια εποχή που κυριαρχεί η αμφισβήτηση στο κατεστημένο και στα υπάρχοντα πολιτικά συστήματα, οι άνθρωποι αναζητώντας την αλλαγή πέφτουν θύματα της παραπληροφόρησης και των fake news και αναδεικνύουν πολιτικές δυνάμεις επικίνδυνες για την ανθρωπότητα. Σημαντικό είναι να αναφέρουμε πως τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια «ακαταστασία» στην πολιτική σκηνή και μια ταχύτατη ανάδειξη πολιτικών κινημάτων που εκφράζουν την έντονη αντίδραση του

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

κόσμου στους παραδοσιακούς θεσμούς. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η ανάδειξη Trump, το Brexit, οι Podemos, και σε εγχώριο επίπεδο η άνοδος της Χρυσής Αυγής. Οι ψηφοφόροι είδαν σε αυτά τα κινήματα μια διέξοδο από τα υπάρχοντα πολιτικά συστήματα που θα μπορούσε να ανατρέψει το κατεστημένο σε κάθε χώρα. Έτσι εξηγούνται οι γρήγορες και αναπάντεχες πολικές αλλαγές.

Τα fake news και η προπαγάνδα μέσω του διαδικτύου, που είναι υπεύθυνα για τέτοιου είδους γεγονότα επιτυγχάνονται μέσω ενός εργαλείου. Αυτό, όπως αναφέρει ο Renda (2018), είναι τα λεγόμενα "content bubbles" ή "echo chambres", τα οποία περιγράφονται ως κατάσταση πνευματικής απομόνωσης, η οποία συμβαίνει κάθε φορά που ένα άτομο αλληλεπιδρά με μια μόνο πηγή ειδήσεων. Αυτή η πηγή ειδήσεων τροφοδοτείται από έναν αλγόριθμο, ο οποίος δίνει υλικό στους χρήστες βάσει της αντίληψής τους για το τι θα ήθελαν ή τι θα τους ενδιέφερε. Η αλληλεπίδραση αυτή των χρηστών μόνο με ό,τι ανταποκρίνεται στις προτιμήσεις τους είναι προϊόν συμπεριφορικών προκαταλήψεων (όπως «η μεροληπτική επιβεβαίωση» δηλαδή τείνουμε να μας αρέσει κάτι με το οποίο συμφωνούμε ήδη) και της χρήσης αλγορίθμων για εξατομικευμένη αναζήτηση, οι οποίοι βασίζονται στις προηγούμενες αναζητήσεις των χρηστών και ως εκ τούτου επιλέγουν κυρίως το περιεχόμενο από ένα στενό υποσύνολο πηγών. Οι μηχανισμοί αυτοί διοχέτευσης ειδήσεων στόχο έχουν να «εγκλωβίσουν» τους χρήστες μέσα σε έναν φαύλο κύκλο με το ίδιο ιδεολογικό περιεχόμενο και έτσι να μπορούν εύκολα να πέσουν θύματα ψευδών ειδήσεων. Όπως επεσήμανε ο συνιδρυτής της Microsoft, Bill Gates σε συνέντευξή του, «*στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν μοιράζεσαι ούτε καταλαβαίνεις τις απόψεις των άλλων*». Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με τη σειρά της έχει τονίσει πως «*οι νέες τεχνολογίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν ιδίως μέσω των social media για τη διάδοση της παραπληροφόρησης με ταχύτητα και ακρίβεια στόχευσης δημιουργώντας εξατομικευμένες σφαίρες πληροφοριών και ισχυρά echo chambres για εκστρατείες παραπληροφόρησης*».

Ακόμα μια περίπτωση ανάδειξης ψευδών ειδήσεων σύμφωνα με τον Renda (2018), στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συμβαίνει από την έλλειψη φιλτραρίσματος στις διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες που οδηγεί σε κατάχρησή τους με στόχο την χειραγώγηση της κοινής γνώμης. Πολλές από αυτές τις ειδήσεις αγνοούνται ως ψεύτικες ωστόσο άλλες διαδίδονται πολύ γρήγορα και επηρεάζουν την κοινή γνώμη δημιουργώντας σύγχυση.

Παρόλο που τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν χαρακτηριστεί ως υπεύθυνα για την διοχέτευση ψευδών ειδήσεων και την παραπληροφόρηση βάζοντας στο απυρόβλητο τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, δεν πρέπει να ξεχνάμε πως «*το διαδίκτυο λόγω της αποκεντρωμένης φύσης του μπορεί να αποτελέσει βασική πηγή πλουραλισμού σε πλαίσια όπου άλλες μορφές δημοσιογραφίας περιορίζονται και επηρεάζονται σημαντικά από*

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

πολιτικές δυνάμεις» (Renda, 2018, σ. 15). Ο ρόλος που διαδραμάτισαν τα social media κατά τη διάρκεια των διαδηλώσεων στη Βενεζουέλα το 2014 είναι αξιοσημείωτος. Όπως σημειώνει ο Renda (2018), πολιτικοί ηγέτες γειτονικών κυβερνήσεων υποστήριξαν δημόσια ότι οι φωτογραφίες των πολιτικών αναταραχών που δημοσιεύτηκαν στο διαδίκτυο είχαν ληφθεί πράγματι στη Δαμασκό και όχι στο Καράκας. Πολλές φορές κίνδυνοι κρύβονται στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης καθώς υπάρχει μια λεπτή ισορροπία ανάμεσα στην διαμόρφωση της κοινής γνώμης και της απεικόνισης των επαληθευμένων γεγονότων. Παράδειγμα αποτελεί η στήριξη της Hillary Clinton ως προεδρικού υποψηφίου για το Δημοκρατικό Κόμμα από τους New York Times το 2016. Το γεγονός αυτό επικρίθηκε ως άδικο απέναντι στον αντίπαλο της Bernie Sanders, ιδιαίτερα εφόσον εκείνη την περίοδο τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης των Ηνωμένων Πολιτειών φαίνεται ότι δεν προέβαλαν αρκετά την προεκλογική του εκστρατεία. Αυτή την αντιμετώπιση των μέσων ενημέρωσης προς το πρόσωπό του ανέδειξε αρχικά ο ίδιος ο Bernie Sanders ενώ τους ισχυρισμούς του επιβεβαίωσε αργότερα η έρευνα που δημοσιεύθηκε από το Πανεπιστήμιο του Harvard στις 13 Ιουνίου του 2016 και ανέλυε τα ποσοστά κάλυψης από τα μέσα ενημέρωσης, των προεκλογικών εκστρατειών κάθε υποψηφίου των προεδρικών εκλογών του 2016.

Φαίνεται λοιπόν πως η διάδοση ψευδών ειδήσεων στόχο έχει να παραπλανήσει τους πολίτες και να διαμορφώσει μια διαστρεβλωμένη άποψη για την πραγματικότητα. Είναι αλήθεια ότι τα μέσα ενημέρωσης χρησιμοποιούνται συχνά από ηγέτες ειδικά σε αυταρχικά καθεστώτα για να επηρεάσουν τη γνώμη του λαού αλλά και να παύσουν τις φωνές των αντιπάλων τους. Το ζητούμενο λοιπόν στο εξής, είναι ο τρόπος με τον οποίο οι θεσμοί της δημοκρατίας θα εκσυγχρονιστούν προκειμένου να συμπεριλάβουν στον σχεδιασμό τους και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς αποτελούν πλέον ένα αναπόσπαστο κομμάτι της πολιτικής πραγματικότητας.

2.2 Οικονομικές Συνέπειες

Το φαινόμενο των fake news έχει συζητηθεί πολύ ως προς τις πολιτικές επιπτώσεις που επιφέρει όμως δεν πρέπει να ξεχνάμε και τις αρνητικές οικονομικές συνέπειες. Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών σε προϊόντα και υπηρεσίες επηρεάζεται και οι οικονομικές εξελίξεις ενδέχεται να αλλάξουν πορεία λόγω των ψευδών ειδήσεων. Υπάρχουν στοιχεία που αποδεικνύουν ότι τα fake news επηρεάζουν το χρηματιστήριο από το 1800. Σύμφωνα με άρθρο του Jain (2018) στον ιστότοπο Finance Monthly, το 1803 η Βρετανία προσπαθούσε να κηρύξει πόλεμο εναντίον της Γαλλίας αλλά ο δήμαρχος του Λονδίνου έλαβε μια επιστολή η οποία υποτίθεται ότι είχε συνταχθεί από τον Λόρδο Hawksbury, που ισχυριζόταν ότι η διαφορά είχε διευθετηθεί φιλικά. Αυτή η επιστολή γνωστοποιήθηκε στο Χρηματιστήριο και οδήγησε στην αύξηση των μετοχών κατά 5%. Ωστόσο η γνησιότητα της επιστολής ήταν υπό αμφισβήτηση όλο

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

εκείνο το διάστημα και τελικά αποδείχθηκε ότι ήταν πλαστή, αναγκάζοντας το Υπουργείο Οικονομικών του Ηνωμένου Βασιλείου να προχωρήσει σε δηλώσεις στον Τύπο. Μέχρι όμως να αποδειχθεί ότι η επιστολή ήταν ψεύτικη, οι μετοχές είχαν αλλάξει χέρια και δεν ήταν δυνατό να διαπιστωθεί ποιος είχε ωφεληθεί από αυτήν.

Σε πιο πρόσφατα γεγονότα ο Ιανουάριος του 2018 σηματοδοτήθηκε από τη συντριβή της αξίας του bitcoin, του πιο διάσημου κρυπτονομίσματος στον κόσμο. Η τιμή του έπεσε κατά 50% σε διάστημα μόλις ενός μήνα. Ενώ τα μέσα ενημέρωσης αποτελούν μόνο ένα στοιχείο στην άνοδο και την πτώση της αξίας των αγορών, η ανάπτυξη των κρυπτονομισμάτων οδήγησε σε έκρηξη του διαδικτυακού περιεχομένου που επικρίνει τα πιο δημοφιλή νομίσματα. Όπως αναφέρει ο Jain (2018) ο κόσμος των κρυπτονομισμάτων είναι ανεξέλεγκτος και υπάρχουν πολλοί απατεώνες που εκμεταλλεύονται αυτό το γεγονός και διαδίδουν ψευδείς ειδήσεις για να επηρεάσουν την τιμή των χαρτοφυλακίων τους χρησιμοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ψεύτικους ιστότοπους ειδήσεων και εφαρμογές ιδιωτικών συνομιλιών όπως το Telegram και το Slack.

Όλοι όσοι ασχολούνται με την οικονομία δεν είναι ειδικοί. Υπάρχουν εκατοντάδες ιστοσελίδες που υποτίθεται πως προσφέρουν συμβουλές για το χρηματιστήριο ή τον επιχειρηματικό τομέα όμως πίσω από αυτές δεν κρύβονται ειδικοί δημοσιογράφοι αλλά bloggers οι οποίοι θέλουν να πλουτίσουν προσπαθώντας να χειραγωγήσουν την κατεύθυνση της αγοράς. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από την μεριά τους διευκολύνουν τέτοιου είδους ενέργειες. Σύμφωνα με άρθρο του Rapoza (2017) στον ιστότοπο του περιοδικού Forbes, το 2013 η αξία μετοχών 130 εκατομμυρίων δολαρίων κατέρρευσε μέσα σε λίγα λεπτά λόγω ενός AP tweet σχετικά με μια έκρηξη που τραυμάτισε τον Πρόεδρο Barak Obama. Η εταιρία AP ισχυρίσθηκε ότι ο λογαριασμός της στο Twitter παραβιάστηκε. Παρόλο που οι τιμές ανέκαμψαν λίγο αργότερα, αυτό το παράδειγμα δείχνει πως οι ειδήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να χειραγωγηθούν για να επηρεάσουν τους αλγόριθμους συναλλαγών υψηλής συχνότητας.

Και στην Κίνα παρατηρείται το ανάλογο φαινόμενο. Μετά από έρευνες αποκαλύφθηκε ότι ψευδείς ιστορίες άρχισαν να κυκλοφορούν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οι οποίες είχαν στόχο να επηρεάσουν τις μετοχές και τις τιμές των κατοικιών. Ωστόσο και τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης δεν είναι άμοιρα ευθυνών όσον αφορά τη διάδοση ψευδών ειδήσεων για οικονομικό όφελος. Ένας δημοσιογράφος συνελήφθη επειδή όπως αποκαλύφθηκε δεχόταν δωροδοκίες από έναν ανταγωνιστή της μεγάλης κατασκευαστικής εταιρίας Zoomlion, ζημιώνοντας την τιμή της μετοχής της. Όπως αναφέρει ο Rapoza (2017) στο άρθρο του στην ιστοσελίδα του περιοδικού Forbes, σύμφωνα με έκθεση της Associated Press που δημοσιεύθηκε στις 27 Οκτωβρίου 2013,

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

το δίκτυο CCTV είπε ότι ο δημοσιογράφος του Chen Yongzhou έγραψε δήθεν περισσότερες από δέκα ειδήσεις από τον Σεπτέμβριο του 2012 έως τον Αύγουστο του 2013 με κατασκευασμένα γεγονότα, λέγοντας ότι υπήρχαν απώλειες κρατικών περιουσιακών στοιχείων, μη φυσιολογικές πρακτικές πωλήσεων και ψευδείς οικονομικές αναφορές οι οποίες παρουσιάστηκαν από την Zoomlion. Οι ψευδείς αυτές ειδήσεις προκάλεσαν έντονη κριτική προς την εταιρία και αυτό είχε σαν αποτέλεσμα η τιμή της μετοχής της να μειωθεί κατά 26,9% στο χρηματιστήριο του Hong Kong την ίδια περίοδο Σεπτεμβρίου-Αυγούστου.

Είναι καταφανής η προσπάθεια χειραγώγησης των μέσων ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης προκειμένου να επηρεαστούν οι οικονομίες των χωρών. Ωστόσο τα fake news στον οικονομικό τομέα δεν είναι τόσο διαδεδομένα όπως γίνεται στην πολιτική σκηνή όπου υπάρχουν ολόκληρες στρατηγικές χειραγώγησης πίσω από την προβολή της άποψης του κάθε κόμματος. Αξίζει να σημειωθεί πως «*οι έμπειροι επενδυτές δεν θα πέσουν θύματα των μέσων ενημέρωσης και κοινωνικής δικτύωσης καθώς στηρίζονται σε λίγες και εξειδικευμένες πηγές σχετικά με την οικονομία όπως το Bloomberg, το Reuters, οι Financial Times, η Washington Journal, το Fox Business News και το CNBC*» (Rapoza, 2017).

2.3 Κοινωνικές συνέπειες

Στη σύγχρονη εποχή που χαρακτηρίζεται από κοινωνικές αναταραχές και αμφισβήτηση των πολιτικών συστημάτων, οι κοινωνίες είναι ευάλωτες σε οποιαδήποτε προσπάθεια χειραγώγησης. Η παραπληροφόρηση και τα fake news που διοχετεύονται μέσω των μέσων ενημέρωσης και του διαδικτύου εξυπηρετούν αυτόν το σκοπό. Υπάρχει βέβαια μια γενικότερη προκατάληψη των ανθρώπων γύρω από τον Τύπο και τη δημοσιογραφία στο σύνολό της, καθώς έχουν κατηγορηθεί για τη διάδοση ψευδών ειδήσεων. Από την αρχή του έντυπου Τύπου υπήρχαν πηγές που ανέφεραν ότι διαδίδουν ψέματα και διαστρεβλώνουν την πραγματικότητα. Σύμφωνα με τους Quandt, Frischlich, Boberg και Schatto-Eckrodt (2019) στην εξέλιξη των Δυτικών δημοκρατιών ο ρόλος του Τύπου ήταν κρίσιμος αλλά αμφισβητήθηκε πολύ. Για παράδειγμα η φράση "press of liars" χρησιμοποιήθηκε για να καταγγείλει τον φιλελεύθερο Τύπο στην αναπτυσσόμενη Γερμανία του 19ου αιώνα. Αλλά και στους παγκοσμίους πολέμους του 20ου αιώνα ο ρόλος του Τύπου ήταν καθοριστικός καθώς χρησιμοποιήθηκε σαν μέσο προπαγάνδας που επηρέασε τις εξελίξεις. Ο κρατικός παρεμβατισμός στα μέσα ενημέρωσης είναι γεγονός και σκοπό έχει τον έλεγχο του «ηθικού» του λαού για να εξυπηρετηθούν διάφορα συμφέροντα (Quandt, Frischlich, Boberg και Schatto-Eckrodt, 2019).

Οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες στο διαδίκτυο έχουν αναπτυχθεί ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια με αποτέλεσμα οι χρήστες να τις εμπιστεύονται για την ενημέρωσή τους όλο

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

και περισσότερο. Παρόλο που όταν το διαδίκτυο ήταν στο ξεκίνημα του θεωρήθηκε μοχλός οικονομικής ευημερίας, διάδοσης γνώσεων και μέσο ευρείας κοινωνικής συμμετοχής, με την πάροδο του χρόνου κατηγορήθηκε για την εξάπλωση της παραπληροφόρησης, της αδικίας και της διάκρισης. Όπως και ο παραδοσιακός Τύπος έτσι και το διαδίκτυο χρησιμοποιείται από κρατικές και οικονομικές δυνάμεις για την χειραγώγηση των ανθρώπων. Ωστόσο μεγάλο μέρος ευθύνης έχουν και οι δημοσιογράφοι. Υπάρχουν ψευδείς ειδήσεις που οφείλονται είτε στον ελλειμματικό επαγγελματισμό, είτε στην άγνοια των δημοσιογράφων. Πολλές φορές δημοσιεύονται άρθρα χωρίς να ελέγχεται η εγκυρότητα της πηγής τους. Αλλά και πέρα από τους επαγγελματίες δημοσιογράφους αρκετοί είναι οι χρήστες του διαδικτύου οι οποίοι ασχολούνται ερασιτεχνικά με την δημοσιογραφία και πέφτουν συχνά και οι ίδιοι στην παγίδα των fake news.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα υπήρξε ένα άρθρο το οποίο σύμφωνα με το BBC είχε δημοσιευθεί στο Time Magazine, την Telegraph και την Guardian και πραγματευόταν την είδηση πως το εύρος της προσοχής των εφήβων είχε μειωθεί τα τελευταία χρόνια από δώδεκα σε οκτώ δευτερόλεπτα, δηλαδή λιγότερο από τα εννέα δευτερόλεπτα του εύρους της προσοχής ενός χρυσόψαρου. Στο άρθρο αναφέρονταν διάφορες πηγές οι οποίες υποτίθεται ότι επιβεβαίωναν αυτό το γεγονός. Ωστόσο όπως τονίζει ο Cohen (2017) σε άρθρο του, όταν δημοσιογράφοι επικοινώνησαν με τις υποτιθέμενες πηγές, καμία από αυτές δεν ήξερε τίποτα για το δημοσίευμα και δεν είχαν πραγματοποιήσει καμία έρευνα πάνω στο θέμα. Η είδηση παρόλα αυτά εμφανιζόταν στις μηχανές αναζήτησης και επιβεβαιωνόταν και από άλλα ειδησεογραφικά δημοσιεύματα τα οποία έδειχναν εμπιστοσύνη σε αυτήν την πλαστή πληροφορία κάνοντας τον κόσμο να πιστέψει αυτή τη δήθεν επιστημονική έρευνα.

Η ευκολία με την οποία διαδίδεται μια ψεύτικη είδηση πλέον είναι αξιοσημείωτη. Αυτό συμβαίνει καθώς η παραγωγή και η διάδοση των fake news είναι πολύ φθηνότερη λόγω της υποδομής του διαδικτύου που προσφέρει ευκολία στην ανταλλαγή πληροφοριών σε όλα τα σημεία του κόσμου. Σκοπός των ψευδών ειδήσεων είναι να προσελκύσουν την προσοχή των χρηστών προσφέροντάς τους προσαρμοσμένα και ελκυστικά μηνύματα γι’ αυτό και παρατηρείται μεγαλύτερη εξάπλωση των ψευδών ειδήσεων σε σύγκριση με τις μη ψευδείς. Σύμφωνα με τον Renda (2018), σε άρθρο που δημοσιεύθηκε στο περιοδικό Science, οι Vosoughi κ.α. (2018) συνέλεξαν δεδομένα δώδεκα χρόνων από το Twitter και προέκυψε ένα σύνολο 126.000 ψευδών ειδήσεων, οι οποίες είχαν διαμοιραστεί στο Twitter 4,5 εκατομμύρια φορές από περίπου τρία εκατομμύρια χρήστες. Οι ερευνητές κατέληξαν έτσι στο συμπέρασμα πως μια ψευδής ιστορία είχε 70% περισσότερες πιθανότητες να κερδίσει ένα retweet από μια επαληθευμένη είδηση.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Καθώς σήμερα βασική επιδίωξη όλων είναι το κέρδος, τα fake news αποτελούν την εύκολη λύση. Η μεγάλη επισκεψιμότητα στις διάφορες ιστοσελίδες και τα διαφημιστικά έσοδα που προκύπτουν από αυτήν δίνουν κίνητρα σε δημοσιογράφους και μη, να καταφύγουν στο λεγόμενο "click-bait" δηλαδή την είδηση δόλωμα που θα τραβήξει την προσοχή των χρηστών. Με αυτόν τον τρόπο παραβιάζεται η βασική αρχή της δημοσιογραφίας που μιλά για διασταύρωση των πληροφοριών. Οι χρήστες είναι τα εύκολα θύματα της υπόθεσης καθώς με τον όγκο των πληροφοριών που υπάρχει στο διαδίκτυο, είναι πιο πιθανό να ακολουθήσουν έναν τίτλο που τους έχει κάνει εντύπωση. Αυτό που λείπει επομένως από το διαδίκτυο σήμερα είναι ο ποιοτικός έλεγχος των ειδήσεων. Όπως αναφέρει ο Renda (2018), στο παρελθόν η κυκλοφορία των ειδήσεων ήταν μεγαλύτερη για εκείνα τα μέσα ενημέρωσης που μπορούσαν να προσφέρουν έλεγχο ποιότητας των ειδήσεων τους, κάτι που θα είχε ως αποτέλεσμα και την αύξηση της φήμης τους. Σήμερα όμως συμβαίνει το αντίθετο καθώς η κυκλοφορία των ειδήσεων είναι σχεδόν δωρεάν και βασίζεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επομένως η επένδυση σε ποιοτικούς ελέγχους έχει καταστεί αντιοικονομική.

Αυτή η ανεξέλεγκτη παραπληροφόρηση των μέσων ενημέρωσης και των social media έχει κλονίσει την εμπιστοσύνη των χρηστών. Η μη ανεξαρτησία, ο αντιεπαγγελματισμός των μέσων ενημέρωσης και του διαδικτύου συμβάλλουν στα προβλήματα της παραπληροφόρησης αντί να την καταπολεμούν. Είναι σημαντικό να τονίσουμε σε αυτό το σημείο ότι οι στρατηγικές παραπληροφόρησης που δεν συνδέονται με κανένα πολιτικό γεγονός αποτελούν μια μεγάλη απειλή. Όπως σημειώνεται σε αναφορά του High Level Expert Group (2018) η δημιουργία επανειλημμένων στρεβλώσεων που επηρεάζουν τη γνώμη των πολιτών για γεγονότα μπορεί να προκαλέσει την ανάδειξη βαθιά ριζωμένων πεποιθήσεων που βασίζονται σε λανθασμένες αντιλήψεις και να προκαλέσουν σημαντική ζημιά. Ο κίνδυνος βρίσκεται στο γεγονός ότι αυτές οι ροές παραπληροφόρησης είναι δυνητικά λιγότερο αναγνωρίσιμες και πιο δύσκολο να εντοπιστούν.

Οι τελευταίοι μήνες του 2020 αποδεικνύουν ακριβώς την επίδραση των fake news στην κοινωνία. Η πρόσφατη πανδημία του νέου κορονοϊού έχει αποτελέσει ιδιαίτερα πρόσφορο έδαφος για την εξάπλωση των ψευδών ειδήσεων. Πρόσφατα διενεργήθηκε έρευνα από επιστήμονες, η οποία ανέλυε το περιεχόμενο των ειδήσεων που κυκλοφορεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter κ.α.) καθώς και δημοσιεύσεις σε εφημερίδες και αναφορές στην τηλεόραση σχετικά με τον νέο ιό. Η συγκεκριμένη έρευνα λοιπόν που δημοσιεύθηκε στο αμερικάνικο ιατρικό περιοδικό American Journal of Tropical Medicine and Hygiene ανέδειξε την ύπαρξη 2.311 συνωμοσιολογικών θεωριών και μύθων σχετικά με τον κορονοϊό σε 87 χώρες. «*Το παραπλανητικό αυτό περιεχόμενο αφορούσε την ίδια τη νόσο, τη μεταδοτικότητα της και τη θνησιμότητα της, τα περιοριστικά μέτρα για τον έλεγχο της πανδημίας, τα εμβόλια και*

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

τις άλλες θεραπείες της, την αιτία της και την προέλευσή της» (άρθρο στην ιστοσελίδα Huffpost, 2020). Τέτοιες αναληθείς πληροφορίες έχουν βαρύτατες συνέπειες για τους ανθρώπους και τις κοινωνίες γενικότερα, καθώς αρκετές χιλιάδες έχουν οδηγηθεί μέχρι σήμερα στα νοσοκομεία και αντίστοιχα στον θάνατο, γεγονότα που πιθανότατα να είχαν αποφευχθεί με τη σωστή ενημέρωση (άρθρο στην ιστοσελίδα Huffpost, 2020). Ταυτόχρονα κλονίζεται σε μεγάλο βαθμό η εμπιστοσύνη των πολιτών απέναντι στις συστάσεις των υγειονομικών αρχών, υποκινώντας την αδιαφορία και ακόμη χειρότερα οργανωμένες συγκεντρώσεις αντίδρασης. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της συγκέντρωσης στην Θεσσαλονίκη στις 6 Σεπτεμβρίου του 2020 προκειμένου οι πολίτες να διαμαρτυρηθούν για την χρήση της μάσκας στα σχολεία από τους μαθητές. Σε αντίστοιχη συγκέντρωση διαμαρτυρίας στα Χανιά, οι συμμετέχοντες έκαψαν τις χειρουργικές μάσκες φτάνοντας έτσι σε ακραίο σημείο αντίδρασης υποκινώντας και ενέργειες βίας. Δεδομένου ότι οι κοινωνίες είναι ευάλωτες στο να πιστέψουν οποιαδήποτε πληροφορία σε περιόδους κρίσης όπως η τωρινή, τα fake news αποτελούν ιδιαίτερα συχνό φαινόμενο διασπείροντας την αμφιβολία και τη δυσπιστία ανάμεσα στους ανθρώπους. Δυστυχώς όπως αποδεικνύουν οι εξελίξεις και στην χώρα μας αλλά και στο εξωτερικό τέτοιες πεποιθήσεις, που προέρχονται από την παραπληροφόρηση και την κακή ενημέρωση του κόσμου, προξενούν μεγάλο κίνδυνο στη δημόσια υγεία.

Τέλος η αυξανόμενη δύναμη που παρατηρείται στις ηλεκτρονικές πλατφόρμες θα δημιουργήσει πρόβλημα καθώς ο έλεγχος των μεγάλων δεδομένων (big data) θα συγκεντρώνεται στα χέρια των λίγων. Αναπόφευκτα οι κυβερνήσεις και οι εταιρείες αυτές θα αναπτυχθούν και θα αποκτήσουν ακόμα περισσότερες γνώσεις για την ζωή, την υγεία, τις κινήσεις και τις συμπεριφορές των ατόμων. Η πρόκληση λοιπόν της κοινωνίας έγκειται στο να διασφαλίσει πως τα μεγάλα δεδομένα μακροπρόθεσμα δεν θα παραμείνουν υπό τον έλεγχο μερικών όπως συμβαίνει μέχρι τώρα.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3Ο

Η ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ ΤΩΝ FAKE NEWS

Εφόσον η διάδοση ψευδών ειδήσεων κυριαρχεί στη σύγχρονη εποχή και προκαλεί επιπτώσεις σε διάφορους τομείς της επικαιρότητας όπως αναφέραμε και παραπάνω, πρέπει να γίνει μια προσπάθεια να αντιμετωπιστεί αυτό το φαινόμενο είτε σε επίπεδο κρατικό, είτε ατομικό, είτε με τη βοήθεια των κολοσσών του διαδικτύου. Έχουν ήδη γίνει προσπάθειες προς αυτήν την κατεύθυνση από την πλευρά διάφορων κυβερνήσεων ανά τον κόσμο αλλά και οι μεγάλες εταιρίες του διαδικτύου έχουν πάρει πρωτοβουλίες που βοηθούν στην ανίχνευση και αντιμετώπιση των fake news. Ωστόσο υπάρχει πολύς δρόμος ακόμα για να αντιμετωπιστεί πλήρως το φαινόμενο και πολλά πράγματα που ακόμα πρέπει να γίνουν. Παρακάτω θα αναλύσουμε τους τρόπους ανίχνευσης και αντιμετώπισης των ψευδών ειδήσεων, τόσο αυτών που έχουν ήδη εφαρμοστεί όσο και αυτών που πρόκειται να εφαρμοστούν στο μέλλον.

3.1 Η Αντιμετώπιση του Φαινομένου μέσω της Ενημέρωσης

Ένας από τους βασικούς πυλώνες των κοινωνιών παγκοσμίως είναι η εκπαίδευση και εκεί πρέπει να στηριχτεί πρώτα από όλα η προσπάθεια για την αντιμετώπιση των fake news. Βαρύτητα πρέπει να δοθεί στους νέους ανθρώπους αφού αυτοί είναι πιο επιρρεπείς στο να πιστέψουν και να υιοθετήσουν αναληθείς πληροφορίες. Η έμφαση που θα δοθεί στην εκπαίδευση θα αποτελέσει παρακαταθήκη για το μέλλον των ατόμων καθώς θα έχουν αποκτήσει πλέον τις γνώσεις και τις ικανότητες να φιλτράρουν αυτά που διαβάζουν.

Η τεχνολογία λοιπόν και ό,τι αυτή συνεπάγεται έχει γίνει μέρος της καθημερινότητας του σύγχρονου ανθρώπου. Όταν λέμε όμως τεχνολογία δεν εννοούμε μόνο την παροχή γνώσεων στους μαθητές προκειμένου να εξοικειωθούν με αυτήν, αλλά και την ενημέρωση για τους κινδύνους που ελλοχεύουν από τη χρήση της. Επομένως είναι αναγκαίο η τεχνολογία να ενταχθεί στο εκπαιδευτικό σύστημα των κρατών καθώς η εκπαίδευση του κοινού γενικά είναι ένας τρόπος δημιουργίας ανθεκτικότητας των πολιτών και των χρηστών. «*Σκοπός είναι να ενισχυθεί η πρόληψη και να μειωθεί το πλήθος των θεωριών παραπληροφόρησης και συνομωσίας*» (High Level Expert Group, 2018, σ. 16-17). Αυτό θα επιτευχθεί μέσω της τεχνογνωσίας όσον αφορά τα μέσα ενημέρωσης και το διαδίκτυο γενικότερα, προκειμένου να ενισχυθεί η κριτική σκέψη των ατόμων για την προπαγάνδα και την διαφήμιση.

Στο πλαίσιο της προσπάθειας που γίνεται προκειμένου οι χρήστες του διαδικτύου να εξοικειωθούν με τις ψευδείς ειδήσεις έτσι ώστε να μπορούν να τις αναγνωρίζουν, Βρετανοί και Ολλανδοί ερευνητές συνεργάστηκαν για τη δημιουργία ενός νέου

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

διαδικτυακού παιχνιδιού με στόχο τον περιορισμό των fake news. Όπως αναφέρεται και στο άρθρο της ειδησεογραφικής ιστοσελίδας Insider.gr (2018), το online παιχνίδι βάζει τους παίκτες στη θέση ενός προπαγανδιστή και έτσι δίνει στον καθένα μια γεύση για τις τεχνικές και τα κίνητρα όσων βρίσκονται πίσω από την εξάπλωση κάθε είδους παραπληροφόρησης, ιδίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι επιστήμονες του Πανεπιστημίου του Κέιμπριτζ που συνεργάστηκαν με την ολλανδική κολεκτίβα DROG θεωρούν αυτό το νέο εγχείρημα του παιχνιδιού σαν ένα «εμβόλιο» των χρηστών του διαδικτύου απέναντι στα fake news. «*Οι χρήστες καλούνται να εφαρμόσουν διάφορα "κόλπα", όπως η σκόπιμη ανάρτηση με ψευδές ή πολωτικό περιεχόμενο, η δημιουργία αυτόματων προγραμμάτων λογισμικού (bots) στο Twitter, η χάλκευση φωτογραφικών πειστηρίων μέσω προγραμμάτων λογισμικού τύπου Photo-shop και η προώθηση θεωριών συνομωσίας*» (άρθρο στην ιστοσελίδα Insider.gr, 2018). Ο επικεφαλής της έρευνας από το Πανεπιστήμιο του Κέιμπριτζ, δρ Σάντερ βαν ντερ Λίντεν δήλωσε πως αν ο χρήστης γνωρίζει τι σημαίνει να βρίσκεται στη θέση κάποιου που ενεργά προσπαθεί να τον εξαπατήσει, αυτό αυξάνει την ικανότητα του να εντοπίζει τις τεχνικές εξαπάτησης και να αντιστέκεται σε αυτές. Το συγκεκριμένο παιχνίδι εφαρμόστηκε πιλοτικά σε 95 μαθητές ενός ολλανδικού σχολείου με μέση ηλικία 16 ετών αφήνοντας θετικές εντυπώσεις. Εκτός αυτού το παιχνίδι είναι πλεόν διαθέσιμο σε κάθε χρήστη στην αγγλική γλώσσα στην διεύθυνση www.fakenewsgame.gr.

Πέρα από αυτές τις ανεξάρτητες πρωτοβουλίες, ενεργό ρόλο ως προς την ενημέρωση και την εκπαίδευση των ατόμων σχετικά με την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης, έχουν πλέον οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες. Ωστόσο όπως επισημαίνει και η επιτροπή του High Level Expert Group (2018) θα πρέπει τα ανεξάρτητα εκπαιδευτικά ιδρύματα να παρέχουν και να επιμελούνται το περιεχόμενο των προγραμμάτων ενημέρωσης που θα διαχειρίζονται οι πλατφόρμες του διαδικτύου. Αυτό συμβαίνει για να υπάρχουν ασφαλιστικές δικλείδες καθώς υπάρχει κίνδυνος τα μέσα ενημέρωσης, ηλεκτρονικά και μη, να εκμεταλλευτούν αυτή την προσπάθεια προς όφελος τους. Ας μην ξεχνάμε ότι αποτελούν επιχειρήσεις και αυτό που ενδιαφέρει τις επιχειρήσεις είναι κατά πρώτον το κέρδος και κατά δεύτερον η αποδοχή του κόσμου. Όσον αφορά τα παραδοσιακά μέσα, ήδη διάφοροι ραδιοτηλεοπτικοί φορείς συνεργαζόμενοι με σχολεία και άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα παρέχουν προγράμματα ενημέρωσης για την παραπληροφόρηση με στόχο κυρίως το νεανικό κοινό.

Αλλά και η δράση διάφορων κοινωνικών οργανώσεων δεν περνά απαρατήρητη σε ότι αφορά την ενημέρωση των νέων κυρίως ανθρώπων προκειμένου να γίνουν συνειδητοί αναγνώστες ειδήσεων. Επιπλέον πρωτοβουλίες έχουν ληφθεί για να βοηθήσουν και τις παλαιότερες γενιές να ενημερωθούν, να προφυλαχθούν και να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους σχετικά με τα μέσα ενημέρωσης στο διαδίκτυο. Σε έκθεση του Audiovisual Observatory που δημοσιεύθηκε τον Μάρτιο του 2017, αναφέρονται 547

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

τέτοιες πρωτοβουλίες. Ωστόσο όπως τονίζουν και αυτοί οι οργανισμοί για να γίνει πιο αποτελεσματική η ενημέρωση όσον αφορά τα fake news, θα πρέπει αυτή να συμπεριληφθεί στα προγράμματα σπουδών των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων καθώς και οι ίδιοι οι εκπαιδευτικοί να καταρτίζονται κατάλληλα. Σύμφωνα με το άρθρο The science of fake news (2018), ήδη μέσω της εκπαίδευσης γίνεται μια προσπάθεια βελτίωσης της ατομικής αξιολόγησης της ποιότητας των πηγών των πληροφοριών. Ιδιαίτερη έμφαση έχει δοθεί σε σχολεία της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Ήδη χώρες όπως η Ιταλία και η Ταιβάν έχουν εισαγάγει σχολικά προγράμματα που διδάσκουν τα παιδιά να διακρίνουν μεταξύ ψευδών και αξιόπιστων πληροφοριών. Ωστόσο είναι ακόμα αβέβαιο εάν τέτοιες προσπάθειες έχουν αποτέλεσμα ως προς την ενημέρωση σχετικά με τους κινδύνους των fake news και την αξιολόγηση των ειδήσεων καθώς υπάρχει επιπλέον ο κίνδυνος να μειωθεί η αξιοπιστία των πραγματικών ειδήσεων εάν δίνεται έμφαση στις ψευδείς ειδήσεις.

Ανεξάρτητα από τις παραπάνω πρωτοβουλίες και δράσεις, σημαντικό ρόλο στην αναγνώριση ψευδών ειδήσεων διαδραματίζει ο ίδιος ο χρήστης. Οι άνθρωποι αρχικά θα πρέπει να είναι υποψιασμένοι πως οποιαδήποτε πληροφορία ή δημοσίευμα συναντήσουν στο διαδίκτυο υπάρχει περίπτωση να είναι αναληθείς. Η κριτική σκέψη επομένως είναι το πρωταρχικό εργαλείο για την ανίχνευση μιας ψευδούς είδησης. «*Όσο πιο καλά ο χρήστης φιλτράρει/αναλύει το περιεχόμενο το οποίο συναντά στο διαδίκτυο, τόσο πιο εύκολο είναι να εντοπιστούν σχετικές ασυνέπειες και αναλήθειες*» (Ντόκος, 2019). Όπως τονίζει ο Γ. Ντόκος (2019) σε άρθρο του στην ιστοσελίδα της οργάνωσης Homo Digitalis, υπάρχουν συγκεκριμένες ερωτήσεις τις οποίες καθένας χρήστης του διαδικτύου μπορεί να χρησιμοποιήσει προκειμένου να καταλάβει αν μια ανάρτηση είναι ψευδής. Αυτές είναι οι εξής:

- Ποια είναι η πηγή της είδησης;
- Ποιος είναι ο δημιουργός/συγγραφέας της;
- Είναι τα ανωτέρω αξιόπιστα;
- Πότε δημοσιεύθηκε η είδηση; Είναι πρόσφατη/καίρια;
- Δημοσιεύθηκε σε περισσότερα μέσα/από διαφορετικές πηγες;
- Είναι το περιεχόμενο αντικειμενικό ή υποκειμενικό/προκατειλλημένο;

Ο χρήστης τελικά θα πρέπει να είναι πρόθυμος να καταλάβει τον κίνδυνο που υπάρχει πίσω από τα ψευδή δημοσιεύματα και να συνεργαστεί όσον αφορά τις προσπάθειες που γίνονται από όλους τους φορείς για την ενημέρωση του σχετικά με τον εντοπισμό και την καταπολέμηση των fake news. Πολύ περισσότερο, οφείλει να γίνει και ο ίδιος μέρος αυτής της προσπάθειας.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

3.2 Η Αντιμετώπιση του Φαινομένου μέσω του Φιλτραρίσματος

Το ζητούμενο στον κόσμο του διαδικτύου αλλά και των Μέσων Ενημέρωσης είναι οι πληροφορίες που μεταδίδονται να είναι ακριβείς και αληθινές. Αυτό στις μέρες μας έχει καταστεί αρκετά δύσκολο λόγω του όγκου των πληροφοριών που υπάρχουν, της ταχύτητας με την οποία διαδίδονται καθώς και των συμφερόντων που κρύβονται από πίσω. Ταυτόχρονα η αδυναμία του χρήστη να «φιλτράρει» τις πληροφορίες και τις ειδήσεις που προσλαμβάνει από τα μέσα ενημέρωσης και το διαδίκτυο λόγω της υπέρ-πληροφόρησης καθιστά απαραίτητο να υπάρξουν μηχανισμοί οι οποίοι θα αναλύουν το περιεχόμενο των ειδήσεων. Παρόλο που γίνονται αξιόλογες προσπάθειες είτε σε επίπεδο κρατών είτε από διάφορους φορείς, για την εκπαίδευση και την ενημέρωση των χρηστών ώστε να είναι σε θέση να διακρίνουν μια ψευδή είδηση, η επιτυχία τους δεν είναι πάντα σίγουρη. Η αναγκαιότητα επομένως σήμερα για το ξεκαθάρισμα και τον έλεγχο των πληροφοριών είναι πιο μεγάλη από ποτέ προκειμένου να δημιουργηθεί ένας παγκόσμιος ιστός καθαρών πληροφοριών που να προστατεύει τους χρήστες από τα fake news. Σε αυτό το πλαίσιο όπως επισημαίνει ο Renda (2018), κάποιες μη δημοκρατικές χώρες προτιμούν να εφαρμόζουν μη νομοθετικά μέτρα όπως είναι το λεγόμενο fact-checking (έλεγχος γεγονότων ή πιο απλά φιλτράρισμα της πληροφορίας) για την καταπολέμηση πλαστών ιστοσελίδων ειδήσεων. Ήδη η Μαλαισία έχει εισαγάγει έναν ιστότοπο επαλήθευσης πληροφοριών (sebenarnya.my) για να αντιμετωπίσει τις ψευδείς ειδήσεις, ενώ το Κατάρ ξεκίνησε την ιστοσελίδα “Lift the Blockade” για την καταπολέμηση των εκστρατειών παραπληροφόρησης.

Σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια φιλτραρίσματος της πληροφορίας διαδραματίζουν οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης εφόσον είναι από τα βασικά μέσα αναπαραγωγής fake news . Σαν πρώτη ενέργεια θα μπορούσαν να αποθαρρύνουν τους χρήστες από το να μοιράζονται περιεχόμενο προερχόμενο από τις πιο διαδεδομένες πηγές ψευδών ειδήσεων. Σύμφωνα με τους Grinberg, Joseph, Friedland, Swire-Thompson και Lazer (2019) τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα μπορούσαν να υιοθετήσουν πολιτικές που εμποδίζουν τις συχνές δημοσιεύσεις, και οι οποίες θα ήταν αποτελεσματικές εναντίον των τεχνικών πλημμύρας (flooding techniques), ενώ θα επηρέαζαν έναν μικρό αριθμό λογαριασμών. Παραδείγματος χάριν, οι πλατφόρμες θα μπορούσαν κάνοντας χρήση συγκεκριμένων αλγόριθμων να υποβιβάσουν το περιεχόμενο των συχνών δημοσιεύσεων ή να δώσουν προτεραιότητα στους χρήστες που δεν έχουν κάνει κάποια δημοσίευση για μια ολόκληρη μέρα. Τελικά καθώς οι πηγές των ψευδών ειδήσεων έχουν ένα συγκεκριμένο κοινό που τις διαδίδει, τα social media θα ήταν αναγκαίο να δημιουργήσουν στενότερες συνεργασίες με οργανισμούς fact-checking με σκοπό να παρακολουθούν προληπτικά τους κορυφαίους παραγωγούς

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

παραπληροφόρησης και να εξετάζουν το περιεχόμενο από νέες ιστοσελίδες που εμφανίζονται σε περιβάλλοντα όπου υπάρχει αυξημένη ροή ψευδών ειδήσεων.

Πιο συγκεκριμένα σε ό,τι αφορά την Ευρωπαϊκή Ένωση, η κουλτούρα του fact-checking εξακολουθεί να αναπτύσσεται με ορισμένες ελπιδοφόρες ενέργειες στα μεγαλύτερα κράτη μέλη. Όπως τονίζει και η επιτροπή του High Level Expert Group (2018), η προσέγγιση χρηστών και η ταχύτητα είναι βασικά ζητήματα για τους υπεύθυνους του fact-checking. Οι τρέχουσες προσπάθειες πιθανότατα δεν προσεγγίζουν αρκετά μεγάλο κοινό σε μικρό χρονικό διάστημα για να αντιμετωπίσουν τις εστίες των fake news. Περισσότερο έργο μπορεί και πρέπει να γίνει από τους υπεύθυνους fact-checking με πιο συνεργατικό τρόπο εντός των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (όπως με το πρόγραμμα Cross Check[2]) και σε ολόκληρη την Ευρώπη σύμφωνα με σποραδικά παραδείγματα όπως το Refugee Check[3].

Πέραν όμως της σαφέστατης ανάγκης να αναπτυχθεί περισσότερο η διαδικασία του fact-checking για τον έλεγχο των πληροφοριών, τίθεται έντονα το νομικό θέμα της λογοκρισίας. Το ερώτημα που προκύπτει είναι κατά πόσο αυτός ο έλεγχος των αναρτήσεων στο διαδίκτυο είναι θεμιτός και ποια είναι τα όρια του. Όπως αναφέρει ο Π. Μανδραβέλης (2019) σε άρθρο του στην εφημερίδα Καθημερινή, το Twitter έχει καταργήσει πλήθος λογαριασμών ανάμεσά στους οποίους, τον λογαριασμό του δεξιού υποστηρικτή του Trump, Μάιλο Γιαννόπουλος και τον λογαριασμό-παρωδία της βουλευτού των Δημοκρατικών Αλεξάντρια Οκάσιο-Κορτέζ. Το θέμα επομένως δεν είναι απλώς η επαλήθευση των ειδήσεων αλλά το γεγονός ότι αποκλείεται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οποιοσδήποτε θεωρηθεί ακραίος. Οι κολοσσοί του διαδικτύου, οι οποίοι διαχειρίζονται τη ροή των πληροφοριών και είναι υπεύθυνοι για το ποιες πληροφορίες θα δημοσιευθούν και ποιες όχι, έχουν συγκεντρώσει μεγάλη δύναμη στα χέρια τους. Αυτό σημαίνει ότι η διαδικασία του fact-checking μπορεί να οδηγήσει στα αντίθετα αποτελέσματα από τα αναμενόμενα. Είναι πιθανό επομένως λόγω συμφερόντων των διαδικτυακών αυτών εταιρειών -ας μην ξεχνάμε ότι πρόκειται για ιδιαίτερα κεδροφόρες επιχειρήσεις- ο έλεγχος των αναρτήσεων να οδηγήσει σκόπιμα σε λογοκρισία καταρρίπτοντας έτσι το θεμελιώδες δικαίωμα στην ελευθερία της έκφρασης. Οι ισορροπίες ανάμεσα στα δύο είναι αρκετά λεπτές, γεγονός που κάνει την διαδικασία του fact-checking σημαντικά περίπλοκη και επιβάλλει ιδιαίτερη προσοχή στην εφαρμογή της.

Από την πλευρά τους ωστόσο οι χώρες και κατ' επέκταση οι εκάστοτε κυβερνήσεις δεν είναι αμέτοχες στο θέμα της λογοκρισίας. Συνήθως στις χώρες που εμφανίζονται

[2] Γαλλικό συνεργατικό πρόγραμμα δημοσιογραφίας.

[3] Το #RefugeeCheck, ξεκίνησε από την Sonja Schuenemann στη γερμανική δημόσια τηλεόραση ZDF και προσπάθησε να ρίξει φως στο πώς διαφορετικές χώρες της ΕΕ απεικονίζουν η μία την άλλη στον χειρισμό της προσφυγικής κρίσης.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

έντονα φαινόμενα λογοκρισίας στο διαδίκτυο κυριαρχούν αυταρχικά καθεστώτα. Έτσι υπάρχουν κράτη όπως η Βόρεια Κορέα, το Ιράν και η Κίνα τα οποία στην νομοθεσία τους προβλέπουν την επιβολή «ηλεκτρονικής» λογοκρισίας. Με βάση αυτό το δεδομένο, χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελέι η απόφαση της πλατφόρμας του Twitter να φιλτράρει τα μηνύματα των χρηστών κάθε χώρας ανάλογα με το νομοθετικό της πλαίσιο. Προκειμένου επιχειρήσεις όπως είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να «ανοίξουν» σε τέτοιου είδους χώρες, με σκοπό πάντα να αυξήσουν τα κέρδη τους, θα υποχρεωθούν να προσαρμοστούν στα «περιβάλλοντα» αυτών των χωρών. Όπως τονίζει η Τζ. Γιορκ (όπως αναφέρεται στο άρθρο του Τσιτιμάκη, 2012) -διευθύντρια του τμήματος για τα ζητήματα της ελευθερίας της έκφρασης του οργανισμού υπεράσπισης ψηφιακών δικαιωμάτων, Electronic Frontier Foundation (EFF)- σε συνέντευξή της στην εφημερίδα Καθημερινή, όσο παιρνούν τα χρόνια η λογοκρισία στο διαδίκτυο επεκτείνεται. Ακραίο παράδειγμα αποτελεί η Ινδία, η κυβέρνηση της οποίας εκτός του ότι απειλεί να καταργήσει τα κοινωνικά δίκτυα, υποχρεώνει τους πολίτες να επιδεικνύουν ταυτότητα για να μπορέσουν να μπουν στα Ίντερνετ καφέ, που αποτελούν τον μόνο τρόπο με τον οποίο μπορούν να έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο. Το πρόσχημα της κυβέρνησης για αυτές τις ενέργειες είναι η εθνική ασφάλεια καθώς μπορεί να προκληθούν εμπόλεμες διαμάχες ανάμεσα σε διαφορετικές θρησκευτικές ομάδες (Τζ. Γιορκ, όπως αναφέρεται στο άρθρο του Τσιτιμάκη, 2012). Το μερίδιο ευθύνης επομένως είναι μοιρασμένο ανάμεσα στα κράτη και στις ηλεκτρονικές πλατφόρμες οι οποίες προκειμένου να αποκτήσουν επιπλέον κέρδη υπερβαίνουν τα όρια του φιλτραρίσματος της πληροφορίας και οδηγούν στη λογοκρισία.

3.3 Η Αντιμετώπιση του Φαινομένου μέσω Συνεργασίας με Παρόχους

Οι εταιρείες κολοσσοί που κυριαρχούν στο διαδίκτυο όπως το Facebook, το Twitter, η Google έχουν ένα αρκετά μεγάλο μερίδιο ευθύνης για την διασπορά των ψευδών ειδήσεων. Ειδικότερα όπως αναφέρει ο Jougleux (2016), μετά το γεγονός της εκλογής του Donald Trump στο αξίωμα του προέδρου των Ηνωμένων Πολιτειών, η εταιρεία Facebook κατηγορήθηκε για την αδράνεια της, με συνέπεια ο ιδρυτής και διευθυντής της εταιρείας να αναγκαστεί να τοποθετηθεί δημοσίως για την πολιτική που ακολουθείται. Αρνούμενη να αποδεχθεί ότι η γνωστή πλατφόρμα κοινωνικών δικτύων μετατράπηκε σταδιακά σε πλατφόρμα διανομής ειδήσεων, η εταιρεία, ως απάντηση στις κατηγορίες, άλλαξε τους γενικούς όρους της υπηρεσίας της για να συμπεριλάβει σαφώς την ψευδή είδηση στη λίστα των ανεπιθύμητων μηνυμάτων. Ταυτόχρονα η Google αποφάσισε να κόψει κάθε διαφημιστικό κέρδος από τους ιστότοπους ψευδών ειδήσεων, υιοθετώντας δηλαδή τη στρατηγική “follow the money”. Σαν συνέπεια αυτών των γεγονότων άρχισε να επεκτείνεται η συζήτηση για την εμπλοκή των παρόχων στην καταπολέμηση του φαινομένου της παραπληροφόρησης. «*Ήδη το 2016 η Ευρωπαϊκή Ένωση είχε συμφωνήσει με τις εταιρείες των κοινωνικών δικτύων για τη*

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

θέσπιση ενός κώδικα συμπεριφοράς σχετικά με την καταπολέμηση του μισαλλόδοξου λόγου» (Jougleux, 2016, σ. 10).

Η προσπάθεια που γίνεται από τις διαδικτυακές πλατφόρμες είναι αξιοσημείωτη. Οι βασικές ενέργειες περιλαμβάνουν πρώτον, βήματα για τον εντοπισμό και την κατάργηση παράνομων λογαριασμών. Δεύτερον προσπάθειες για την αξιοπιστία και την διαφάνεια των αλγορίθμων κατάταξης που αναδεικνύουν εναλλακτικό περιεχόμενο το οποίο βοηθά στην αύξηση της εύρεσης αξιόπιστων πληροφοριών. Τρίτον όπως αναφέρει η επιτροπή του High Level Expert Group (2018) γίνονται προσπάθειες για να αποφευχθεί η κερδοσκοπία από την παραγωγή ψευδών πληροφοριών και τέλος πραγματοποιούνται συνεργασίες με ανεξάρτητους οργανισμούς fact-checking. Διαφορετικές πλατφόρμες έχουν αναλάβει διαφορετικές πρωτοβουλίες και δεν έχουν επενδύσει όλες οι πλατφόρμες στις ίδιες προσπάθειες για τον περιορισμό της παραπληροφόρησης. Σε αυτό το σημείο πρέπει να τονίσουμε ότι πολλές από αυτές τις πρωτοβουλίες λαμβάνουν χώρα σε μικρό αριθμό κρατών, αφήνοντας εκατομμύρια χρήστες περισσότερο εκτεθειμένους στην παραπληροφόρηση. «*Επιπλέον λόγω της έλλειψης διαθέσιμων στο κοινό δεδομένων, είναι συχνά δύσκολο για ανεξάρτητα τρίτα μέλη (fact-checkers, μέσα ενημέρωσης, ακαδημαϊκοί, και άλλοι) να αξιολογήσουν την αποτελεσματικότητα αυτών των ενεργειών*» (High Level Expert Group, 2018, σ. 14).

Με βάση τα αποτελέσματα της διαδικασίας του fact-checking οι διαδικτυακές πλατφόρμες έχουν αρχίσει να αντιμετωπίζουν την διάδοση ψευδών ειδήσεων διαταράσσοντας το ήδη υπάρχον επιχειρηματικό μοντέλο. Σύμφωνα με την επιτροπή του High Level Expert Group (2018), τα διαφημιστικά δίκτυα (τα οποία λειτουργούν από τις ίδιες τις πλατφόρμες ή από τρίτους φορείς) διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο σε αυτή τη στρατηγική "follow the money", η οποία επιδιώκει τρεις στόχους. Πρώτος στόχος είναι τα διαφημιστικά δίκτυα να μην τοποθετούν διαφημίσεις σε ιστοσελίδες που ταυτοποιούνται ως προμηθευτές παραπληροφόρησης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μειωθούν άμεσα τα κέρδη των παρόχων παραπληροφόρησης. Δεύτερον οι πάροχοι διαφημίσεων να μην δέχονται διαφημίσεις από πηγές ψευδών ειδήσεων και να επισημαίνουν σαφώς τις χρηματοδοτούμενες πολιτικές διαφημίσεις προκειμένου να δημιουργηθεί ένα περιβάλλον διαφάνειας. Τέλος τα δίκτυα των διαφημίσεων να μην καταβάλλουν πληρωμές σε ιστοσελίδες και συνεργάτες μέχρι να μπορέσουν να επιβεβαιώσουν ότι αυτοί λειτουργούν με τους απαραίτητους όρους και προϋποθέσεις.

Όσον αφορά τους παρόχους αυτούς καθ' αυτούς, είτε είναι μηχανές αναζήτησης όπως η Google, είτε είναι μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook, υπάρχουν μέθοδοι περιορισμού της διάδοσης ψευδών ειδήσεων που μπορούν να εφαρμόσουν μέσα από τις πλατφόρμες τους. Παραδείγματος χάριν η χρήση επέκτασης των προγραμμάτων περιήγησης (extension) για την διαδικασία του fact-checking σε πραγματικό χρόνο.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Αυτό συνεπάγεται ότι ένα κοινωνικό δίκτυο όπως το Twitter ή το Facebook ή μια μηχανή αναζήτησης όπως η Bing ή η Google ενσωματώνουν στις ροές ειδήσεων και στις αναζητήσεις τη δυνατότητα έναρξης της διαδικασίας του fact-checking σε πραγματικό χρόνο που υποστηρίζεται είτε από τις δικές τους εταιρείες, είτε από έναν επιλεγμένο τρίτο πάροχο, ή ακόμα από έναν κατάλογο πιθανών παρόχων. Πιο συγκεκριμένα όπως επισημαίνει ο Renda (2018), η Microsoft πριν από περίπου μια δεκαετία αναγκάστηκε να χρησιμοποιήσει το λεγόμενο "ballot screen" (οθόνη ψηφοφορίας) για να επιτρέψει στους χρήστες την επιλογή μεταξύ ανταγωνιστικών προγραμμάτων περιήγησης. Το Twitter από την άλλη πλευρά προσφέρει στους χρήστες του τη δυνατότητα να επιλέξουν ανάμεσα σε μια ποικιλία fact-checkers, κάνοντας γνωστή τη μέση βαθμολογία τους από άλλους τελικούς χρήστες. Τέτοιοι πάροχοι που είναι υπεύθυνοι για τη διαδικασία του fact-checking περιλαμβάνουν εταιρείες όπως η Poynter, η Ethical Journalism Network, η PolitiFact.com, η Snopes.com και χρησιμοποιούν συνήθως έναν συνδυασμό τεχνητής νοημοσύνης, επιστημονικών δεδομένων και έμπειρων δημοσιογράφων. Τέτοιες ιστοσελίδες θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως επεκτάσεις σε μεγάλα προγράμματα περιήγησης όπως το Chrome, το Firefox και το Safari.

Πρόσφατα η πλατφόρμα του Facebook άρχισε να συνεργάζεται με τα ELLINIKA HOAXES.gr, μία ελληνική ιστοσελίδα καταπολέμησης των fake news. «*Η συγκεκριμένη ιστοσελίδα ιδρύθηκε το 2013 και αποτελεί την πρώτη συντονισμένη προσπάθεια ελέγχου ειδήσεων και ισχυρισμών σε μέσα ενημέρωσης και στα κοινωνικά δίκτυα*» (ELLINIKA HOAXES.gr, 2020). Η συνεργασία αυτή έγινε στο πλαίσιο της γενικότερης προσπαθειας της πλατφόρμας του Facebook να περιορίσει τη διάδοση των ψευδών ειδήσεων. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, το Facebook μετά τις προεδρικές εκλογές της Αμερικής το 2016, άρχισε να συνεργάζεται με οργανισμούς και ομάδες ελέγχου γεγονότων για να μειώσει τη διάδοση των ψευδών ειδήσεων στην πλατφόρμα του. Έτσι το «πρόγραμμα καταπολέμησης της διάδοσης ψευδών ειδήσεων» όπως ονομάζεται, τρέχει σε περισσότερες από 80 χώρες.

Η διαδικασία με την οποία ο κάθε χρήστης της πλατφόρμας του Facebook μπορεί να αναφέρει μια είδηση ως ψευδή, είναι ιδιαίτερα απλή. Όπως μας ενημερώνουν και οι διαχειριστές της ιστοσελίδας ELLINIKA HOAXES.gr, αν ο χρήστης θεωρήσει μια ανάρτηση ως ψευδή μπορεί να κάνει «κλικ» στις τρεις τελείες στα δεξιά της ανάρτησης και στη συνέχεια στο «Βρείτε υποστήριξη ή αναφέρετε τη δημοσίευση». Έπειτα επιλέγει το πλαίσιο «ψευδείς ειδήσεις». Ο ελεγκτής βλέπει μόνο τον αριθμό των αναφορών. Αν το υλικό θεωρηθεί ψευδές τότε η διανομή του περιορίζεται (όχι από τον ελεγκτή αλλά από το Facebook). Σύμφωνα με τους διαχειριστές της ιστοσελίδας ELLINIKA HOAXES.gr, το περιεχόμενο εμφανίζεται χαμηλότερα στις «Ενημερώσεις» και συνοδεύεται από σχετικά άρθρα από τους οργανισμούς

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

διασταύρωσης ειδήσεων. Αν κάποιος θελήσει να προχωρήσει σε κοινοποίηση του συγκεκριμένου περιεχομένου, ειδοποιείται σχετικά με τις πρόσθετες πληροφορίες για αυτό. «*Επίσης οι χρήστες ειδοποιούνται για αναρτήσεις που είχαν κοινοποιήσει στο παρελθόν αλλά αξιολογήθηκαν πρόσφατα, ωστόσο σε καμία περίπτωση οι αναρτήσεις δεν διαγράφονται*» (ELLINIKA HOAXES.gr, 2020).

Άλλη μια μέθοδος που μπορούν να εφαρμόσουν οι εταιρείες του διαδικτύου για να συμβάλλουν στην ανίχνευση και στην αντιμετώπιση της διασποράς των fake news είναι η χρήση των "cybernudges"[4] με στόχο να προβληματιστούν οι τελικοί χρήστες πριν κάνουν share μια είδηση ή πληροφορία. Αυτά θα μπορούσαν να έχουν διάφορες μορφές. «*Ένα κοινωνικό δίκτυο για παράδειγμα θα μπορούσε να διασφαλίσει ότι όταν μια είδηση δεν θεωρείται ότι προέρχεται από αξιόπιστη πηγή, θα ανοίξει ένα παράθυρο που θα προειδοποιεί το χρήστη ότι αύτη η είδηση πιθανότατα είναι πλαστή προκειμένου να τον αποτρέψει από την μοιραστεί με άλλους χρήστες*» (Renda, 2018, σ. 26). Με αυτόν τον τρόπο οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες θα επιτύγχαναν να ωθήσουν τους χρήστες σε μια πιο υπεύθυνη αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων χωρίς να επιβάλλουν λογοκρισία. Μια παρόμοια προσέγγιση θα ήταν οι διάφοροι πάροχοι να εισαγάγουν την επιλογή «μην κοινοποιείτε μη επαληθευμένες ειδήσεις» στις ρυθμίσεις τους και στην συνέχεια να επιτρέπουν στους τελικούς χρήστες να αλλάξουν αυτή τη ρύθμιση μεταβαίνοντας στη σελίδα των ρυθμίσεων.

Είναι σαφές ότι ο ρόλος των παρόχων όσον αφορά τον περιορισμό των fake news είναι σημαντικός και υπάρχουν αρκετές ενέργειες που μπορούν να πραγματοποιηθούν ως προς αυτό το κομμάτι. «*Ήδη οι ψηφιακές πλατφόρμες με δική τους πρωτοβουλία προχωρούν στην εγκατάσταση νέων αλγόριθμων ικανών να εντοπίσουν ψευδείς ειδήσεις και να περιορίσουν την εμβέλεια μετάδοσης τους*» (Jougleux, 2016, σ. 10). Ωστόσο η απειλή των fake news δεν έχει υποχωρήσει και δεν είναι κάτι που μπορεί να επιτευχθεί εύκολα όσο υπάρχουν κρατικά συμφέροντα, συμφέροντα των εταιρειών του διαδικτύου και η νομοθεσία παραμένει αρκετά χαλαρή σε αυτόν τον τομέα.

3.4 Η Αντιμετώπιση του Φαινομένου μέσω της Νομοθεσίας

Η ταχύτατη ανάπτυξη του διαδικτύου και η επίσης ταχύτατη διάδοση των fake news έχουν επιβάλλει την λήψη πρωτοβουλιών στο πλαίσιο της νομοθεσίας τόσο της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσο και των μεμονωμένων κρατών. Ήδη «*η Γερμανία ψήφισε τον νόμο Network Enforcement Act, σύμφωνα με τον οποίο προβλέπονται πρόστιμα ύψους έως και 50 εκατομμυρίων ευρώ σε κοινωνικά δίκτυα εάν δεν καταργήσουν το παράνομο περιεχόμενο εντός 24 ωρών από την λήψη της καταγγελίας. Για επιθετικό διαδικτυακό*

[4] Το "Nudge" είναι ένα χαρακτηριστικό του περιβάλλοντος που προσελκύει την προσοχή και μεταβάλλει τη συμπεριφορά.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

υλικό που απαιτεί περαιτέρω αξιολόγηση, ο νόμος υποχρεώνει τις εταιρείες να αποσύρουν το προσβλητικό περιεχόμενο εντός επτά ημερών, διαφορετικά θα επιβληθεί πρόστιμο» (Renda, 2018, σ. 19). Όπως επισημαίνει ο Kraski (2017) ο συγκεκριμένος νόμος ο οποίος απαιτεί από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να προσδιορίσουν την αλήθεια καθώς και την νομιμότητα του περιεχομένου, αντιμετώπισε έντονη κριτική και είναι βέβαιο ότι θα αντιμετωπίσει και έντονη λογοκρισία στα δικαστήρια.

Όσον αφορά την Ελλάδα η διάδοση ψευδών ειδήσεων θεωρήθηκε ποινικό αδικήμα και συμπεριλήφθηκε σε άρθρο του Ποινικού Κώδικα. Πιο συγκεκριμένα το άρθρο 191 του Π.Κ. ορίζει ότι:

> *1. Σε φυλάκιση τουλάχιστον τριών μηνών και σε χρηματική ποινή καταδικάζεται όποιος διασπείρει με οποιονδήποτε τρόπο ψευδείς ειδήσεις ή φήμες ικανές να επιφέρουν ανησυχίες ή φόβο στους πολίτες ή να ταράξουν τη δημόσια πίστη ή να κλονίσουν την εμπιστοσύνη του κοινού στο εθνικό νόμισμα ή στις ένοπλες δυνάμεις της χώρας ή να επιφέρουν διαταραχή στις διεθνείς σχέσεις της χώρας. Αν η πράξη τελέστηκε επανειλλημένα μέσω του τύπου, ο υπαίτιος καταδικάζεται τουλάχιστον σε φυλάκιση έξι μηνών και σε χρηματική ποινή τουλάχιστον "πεντακοσίων ενενήντα ευρώ (590)".*
>
> *2. Όποιος από αμέλεια γίνεται υπαίτιος κάποιας από τις πράξεις της προηγούμενης παραγράφου τιμωρείται με φυλάκιση μέχρι ενός έτους ή με χρηματική ποινή.*

Το άρθρο με την έκφραση «με οποιονδήποτε τρόπο» ορίζει σαφώς πως πέρα από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης στον νόμο εμπίπτει και το διαδίκτυο ως μέσω διάδοσης της πληροφορίας. Ωστόσο με αφορμή την πρώτη υπόθεση που εκδικάστηκε σε ελληνικό δικαστήριο και συγκεκριμένα στο Μονομελές Πλημμελειοδικείο της Βέροιας και αφορούσε την διασπορά ψευδούς πληροφορίας μέσω κοινωνικού δικτύου, δημιουργήθηκε η ανάγκη να προβλεφθεί ρητά στον ποινικό κώδικα η περίπτωση του διαδικτύου προκειμένου να αποφευχθεί κάθε ασάφεια. Έτσι συντάχθηκε το άρθρο 187 του Π.Κ. το οποίο ορίζει ότι:

> *1. Όποιος δημόσια ή μέσω του διαδικτύου διαδίδει ή όποιος διασπείρει με οποιονδήποτε τρόπο ψευδείς ειδήσεις με αποτέλεσμα να προκαλέσει φόβο σε αόριστο αριθμό ανθρώπων ή σε ορισμένο κύκλο ή κατηγορία προσώπων, που αναγκάζονται έτσι να προβούν σε μη προγραμματισμένες πράξεις ή σε ματαίωσή τους, με κίνδυνο να προκληθεί ζημιά στην οικονομία, στον τουρισμό ή στην αμυντική ικανότητα της χώρας ή να διαταραχθούν οι διεθνείς της σχέσεις, τιμωρείται με φυλάκιση έως τρία έτη ή χρηματική ποινή.*
>
> *2. Όποιος από αμέλεια γίνεται υπαίτειος της πράξης της προηγούμενης παραγράφου τιμωρείται με φυλάκιση μέχρι ενός έτους ή χρηματική ποινή.*

Σε χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης ορισμένες νομοθετικές προτάσεις συστήνουν αυστηρές κυρώσεις για άτομα που θεωρούνται υπεύθυνα για διάδοση ψευδών ειδήσεων. Στις Φιλιππίνες για παράδειγμα όπως αναφέρει ο Renda (2018) το

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

προτεινόμενο νομοσχέδιο της Γερουσίας Αρ. 1492 απειλεί όσους κρίνονται ένοχοι για τη δημιουργία ή για τη διασπορά ψευδών ειδήσεων με πρόστιμο που κυμαίνεται από 100.000 πέσο Φιλιππίνων (1.950 αμερικάνικα δολάρια) έως πέντε εκατομμύρια πέσο Φιλιππίνων (97.587 αμερικάνικα δολάρια) και από ένα έως πέντε χρόνια φυλάκισης. Εάν ο δράστης είναι δημόσιο πρόσωπο, το πρόστιμο και η περίοδος φυλάκισης θα είναι διπλάσια και οι παραβάτες θα αποκλείονται από την κατοχή οποιουδήποτε δημοσίου εγγράφου.

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο δεδομένης της ύπαρξης του άρθρου 11 παρ. 1 του Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Άρθρου 10 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα, μέσα από τα οποία η παραπληροφόρηση προστατεύεται κατά κάποιον τρόπο από την ελευθερία της έκφρασης δημιουργήθηκε η ανάγκη για ισορροπία μεταξύ του δικαιώματος στην ελευθερία της έκφρασης και του δικαιώματος στην σωστή και κατάλληλη ενημέρωση. Με πρωτοβουλία της λοιπόν η ευρωπαϊκή επιτροπή του High Level Expert Group (2018) πρότεινε τον Μάρτιο του 2018 μια «πολυδιάστατη» προσέγγιση του προβλήματος, αποφεύγοντας ταυτόχρονα να υποστηρίξει εκ των προτέρων ρυθμιστικά μέτρα. Όπως τονίζει ο Renda (2018) η επιτροπή πρότεινε μια προσέγγιση δύο βημάτων που ξεκινά με επικυρωμένα μέτρα αυτορρύθμισης και ακολουθεί με μια αξιολόγηση για να εκτιμηθεί η ανάγκη για το αν θα πρέπει να υπάρξουν από κοινού ρυθμίσεις και μέτρα ανταγωνισμού μέχρι την επόμενη σύγκλιση της επιτροπής. Η αυτορρυθμιστική προσέγγιση θα βαδίζει παράλληλα με τις παρεμβάσεις για την ενίσχυση των μέσων ενημέρωσης και της ακρίβειας της πληροφορίας καθώς και την ποικιλομορφία και τη βιωσιμότητα του ψηφιακού πληροφοριακού συστήματος, δράσεις που από τη φύση τους έχουν μεγαλύτερο χρονικό ορίζοντα. Επιπλέον η δημόσια διαβούλευση της επιτροπής για τις ψευδείς ειδήσεις και την παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο, που πραγματοποιήθηκε από 13 Νοεμβρίου του 2017 μέχρι και 23 Φεβρουαρίου του 2018, επιβεβαίωσε ότι οι χρήστες στην Ευρωπαϊκή Ένωση το αντιλαμβάνονται αυτό ως πραγματικό πρόβλημα. Η ανάλυση 2.986 απαντήσεων (2.784 από φυσικά πρόσωπα και 202 από νομικούς οργανισμούς) έδειξε ότι το πρόβλημα σχετίζεται κατά κύριο λόγο με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ότι η διαδικασία του fact-checking από τρίτους φορείς θεωρείται η πιο αποτελεσματική λύση.

Έτσι λοιπόν η επιτροπή του High Level Expert Group (2018) κατέληξε στη δημιουργία ενός Κώδικα Δεοντολογίας τον οποίο καλούνται να εφαρμόσουν όλοι οι ενδιαφερόμενοι φορείς ανάμεσα στους οποίους συμπεριλαμβάνονται ειδησεογραφικοί οργανισμοί (Τύπος και ραδιοτηλεοπτικοί φορείς), δημοσιογράφοι, fact-checkers, ανεξάρτητοι δημιουργοί περιεχομένου, η διαφημιστική βιομηχανία καθώς και οι διαδικτυακές πλατφόρμες. «*Ο Κώδικας αυτός αντικατοπτρίζει τους ρόλους και τις ευθύνες των ενδιαφερομένων και στόχος της δημιουργίας του είναι η προώθηση ενός*

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ευνοϊκού περιβάλλοντος για την ελευθερία της έκφρασης εξασφαλίζοντας ταυτόχρονα τη διαφάνεια των ψηφιακών πληροφοριών» (High Level Expert Group, 2018, σ. 6). Συγκεκριμένα η επιτροπή του High Level Expert Group έχει διατυπώσει δέκα βασικές αρχές που είναι επιβεβλημένο να ενσωματωθούν σε αυτόν τον Κώδικα και οι οποίες ορίζουν σαφείς στόχους για τις πλατφόρμες. Προκειμένου να διασφαλιστεί ότι θα ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα, η επιτροπή του High Level Expert Group συνιστά τη δημιουργία ενός Συνασπισμού που θα εκπροσωπεί τους σχετικούς ενδιαφερόμενους με σκοπό την επεξεργασία του Κώδικα, την διασφάλιση της εφαρμογής του καθώς και τη συνεχή παρακολούθηση και εξέταση του.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να γίνει σαφές ότι οι ενέργειες της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσον αφορά τον περιορισμό της διάδοσης των fake news είναι περισσότερο ρυθμιστικές και δεν έχουν τη βαρύτητα ενός αυστηρού νομοθετικού άρθρου αλλά παρέχουν περισσότερο κατευθυντήριες γραμμές για τα κράτη μέλη. Έγκειται επομένως στην ηγεσία και στη νομοθεσία του κάθε κράτους ξεχωριστά ο τρόπος με τον οποίο θα αντιμετωπίσει την διασπορά ψευδών ειδήσεων εντός των συνόρων του, ακολουθώντας όμως τις συστάσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο η νομοθεσία που εκδόθηκε τον Μάιο του 2018 – Ο Γενικός Κανονισμός για την Προστασία Δεδομένων (Regulation (EU) 2016/679) – από το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και που στόχο έχει να ενισχύσει την προστασία των δεδομένων για άτομα εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης, αποτελεί μια προσπάθεια να περιοριστεί η διασπορά ψευδών ειδήσεων διασφαλίζοντας ταυτόχρονα τα στοιχεία προσωπικού χαρακτήρα των χρηστών του διαδικτύου. Αυτό βέβαια, όπως επισημαίνει ο Cohen (2017), επηρεάζει και όποιον συνεργάζεται με την Ευρωπαϊκή Ένωση. Παραδείγματος χάριν η κυβέρνηση του Ηνωμένου Βασιλείου είναι υποχρεωμένη να υιοθετήσει τον κανονισμό ανεξαρτήτως Brexit. Με βάση αυτόν τον κανονισμό οι πολίτες της Ευρωπαϊκής Ένωσης «*έχουν το δικαίωμα να αμφισβητούν αποφάσεις που έχουν ληφθεί εις βάρος τους σε καθαρά αλγοριθμική βάση*» (Cohen, 2017, σ. 83) καθώς και να προσφεύγουν στην δικαιοσύνη όταν διακινούνται αναληθείς πληροφορίες για τους ίδιους, ερήμην τους.

3.5 Η Προσπάθεια Εξισορρόπησης των Τρόπων Αντιμετώπισης και Ανίχνευσης των Fake News με την Ελευθερία Λόγου

«*Η ελευθερία της έκφρασης περιγράφεται συχνά σαν απαραίτητη προϋπόθεση για τη δημοκρατία και την εφαρμογή ενός αποτελεσματικού συστήματος ανθρωπίνων δικαιωμάτων*» (Sardo, 2020, σ. 435). Δεν νοείται κράτος δημοκρατίας εάν δεν εξασφαλίζεται το δικαίωμα των πολιτών να ασκουν κριτική στην κυβέρνηση χωρίς να υπόκεινται σε λογοκρισία. Το ζήτημα λοιπόν που προκύπτει αν κάποιος εξετάσει σε βάθος τους τρόπους αντιμετώπισης και ανίχνευσης του φαινομένου των fake news,

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

είναι κατά πόσο η προσπάθεια που γίνεται για να περιοριστεί η εξάπλωση των ψευδών ειδήσεων έρχεται σε σύγκρουση ή ακόμα περισσότερο περιορίζει το δικαίωμα της ελευθερίας του λόγου. Είναι αναγκαίο να τονίσουμε σε αυτό το σημείο πως το δικαίωμα στην ελευθερία της έκφρασης είναι μια αρκετά περίπλοκη έννοια ή οποία δεν μπορεί να καθοριστεί απόλυτα. Όπως αναφέρει ο Sardo (2020) υπάρχει ο κίνδυνος η ελευθερία του λόγου να εξισωθεί με ένα γενικό δικαίωμα στην ελευθερία και την αυτονομία ενώ ταυτόχρονα σύμφωνα με τον Flauss (2009) υπάρχει κίνδυνος να μην θεωρηθεί απόλυτο δικαίωμα.

Όπως ήδη έχει αναφερθεί, το Άρθρο 10 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων στοχεύει πρώτον στην καλύτερη αποσαφήνιση της έννοιας της ελευθερίας του λόγου και δεύτερον στην προσπάθεια εξισορρόπησης αυτού του δικαιώματος με το δικαίωμα στην σωστή και έγκυρη ενημέρωση προσφέροντας ωστόσο μια σχετική «προστασία» στην παραπληροφόρηση. Η συγκεκριμένη διάταξη ορίζει δύο πυλώνες σύμφωνα με τους οποίους:

> *1. Ο καθένας έχει δικαίωμα στην ελευθερία της έκφρασης. Αυτό το δικαίωμα περιλαμβάνει την ελευθερία να διατυπώνει γνώμες και να λαμβάνει και να μεταδίδει πληροφορίες και ιδέες χωρίς παρέμβαση από τη δημόσια αρχή και ανεξαρτήτως συνόρων. Το παρόν Άρθρο δεν εμποδίζει τα κράτη να απαιτούν την αδειδότηση επιχειρήσεων ραδιοτηλεοπτικών εκπομπών, τηλεόρασης ή κινηματογράφου.*
>
> *2. Η άσκηση αυτών των ελευθεριών, δεδομένου ότι φέρει καθήκοντα και ευθύνες, μπορεί να υπόκειται σε διατυπώσεις, όρους, περιορισμούς ή κυρώσεις όπως προβλέπονται από το νόμο και είναι απαραίτητες σε μια δημοκρατική κοινωνία, προς το συμφέρον της εθνικής ασφάλειας, της εδαφικής ακεραιότητας ή της δημόσιας ασφάλειας, για την πρόληψη αναταραχής ή εγκλήματος, για την προστασία της εθνικής υγείας ή της ηθικής, για την προστασία της φήμης ή των δικαιωμάτων των άλλων, για την αποτροπή της αποκάλυψης πληροφοριών που λαμβάνονται εμπιστευτικά ή για τη διατήρηση της εξουσίας και της αμεροληψίας του δικαστικού σώματος.*

Με βάση το συγκεκριμένο άρθρο το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων κρίνει και κατ' επέκταση αποφασίζει ανάμεσα σε συγκρουόμενα δικαιώματα ή συμφέροντα. Επομένως «*επιτρέπει τη δυνατότητα περιορισμού της ελευθερίας της έκφρασης δίνοντας προτεραιότητα στα συμφέροντα ενός κράτους της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εθνική ασφάλεια, δημόσια ασφάλεια και προστασία της υγείας και της ηθικής) καθώς και σε άλλα αντικρουόμενα ανθρώπινα δικαιώματα όπως το δικαίωμα στην ιδιωτική ζωή (Άρθρο 8 ΕΣΔΑ)*» (Sardo, 2020, σ. 438). «*Σε περίπτωση σύγκρουσης ενός δικαιώματος και συμφέροντος ενός κράτους, το Δικαστήριο επιτυγχάνει μια ισορροπία, αποφασίζοντας ποιο δικαίωμα ή συμφέρον έχει προτεραιότητα έναντι του άλλου και καθορίζει υπό ποιες συνθήκες ισχύει η σχέση προτεραιότητας*» (Sardo, 2020, σ. 438).

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Η μέθοδος λοιπόν με την οποία το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο προσπαθεί να εξισορροπήσει τα αντικρουόμενα δικαιώματα όσον αφορά τον έντυπο τύπο και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, συνδυάζει δύο προσεγγίσεις, την κατηγορική και την προσέγγιση της εξισορρόπησης. Σύμφωνα με τον Sardo (2020) η κατηγορική προσέγγιση καθορίζει αυτό που θεωρείται ως ελευθερία της έκφρασης μέσω των προϋποθέσεων, ενώ η προσέγγιση της εξισορρόπησης προχωρά σε μια αξιολόγηση πραγματικών στοιχείων τα οποία περιλαμβάνονται σε συγκεκριμένες κατηγορίες. Με βάση τις δύο προσεγγίσεις αναπτύσσονται κανόνες με διαφορετικά επίπεδα ελέγχου και αιτιολόγησης. Παραδείγματος χάριν οι κανόνες που αφορούν περιορισμούς της έκφρασης του λόγου που σχετίζεται με το εμπόριο ή τη διαφήμιση δεν χρειάζονται ιδιαίτερη αιτιολόγηση σε αντίθεση με αυτούς που αφορούν περιορισμούς που επιβάλλονται στον Τύπο.

Πέραν ωστόσο των κανόνων που προστατεύουν την ελευθερία λόγου στον έντυπο τύπο και τα μέσα ενημέρωσης, επιβάλλεται ταυτόχρονα και αυστηρή λογοκρισία. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της υπόθεσης Jersild v. Denmark όπου το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο τόνισε ότι «*η τιμωρία ενός δημοσιογράφου για τη συνδρομή του στη διάδοση δηλώσεων από άλλο άτομο σε μια συνέντευξη θα εμπόδιζε σοβαρά τη συμβολή του Τύπου στη συζήτηση θεμάτων δημοσίου ενδιαφέροντος και δεν θα έπρεπε να προβλεφθεί εκτός αν υπάρχουν ιδιαίτερα ισχυροί λόγοι για να το πράξει*». «*Ο Τύπος δεν είναι απαλλαγμένος από την ευθύνη, αν και αυτή η περίπτωση πυροδοτεί αυστηρό έλεγχο, υπό την προϋπόθεση ότι ο δημοσιογράφος ενεργεί με καλή πίστη και οι πληροφορίες είναι αξιόπιστες. Το Δικαστήριο λαμβάνοντας υπόψιν πιθανές αντιθέσεις με το Άρθρο 8, διευκρίνισε επίσης ότι η προσωπική φήμη επικρατεί μόνο όταν η επίθεση στην ιδιωτική ζωή είναι σοβαρή*» (Sardo, 2020, σ. 442).

Τα τελευταία χρόνια βέβαια η ταχύτατη ανάπτυξη του διαδικτύου και η εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έφερε αλλαγές στην καθημερινότητα των ανθρώπων και κατ'επέκταση στον τρόπο με τον οποίο αποκτούν πρόσβαση σε πληροφορίες και ειδήσεις. Η ελευθερία της έκφρασης επομένως πέρα από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης επεκτείνεται και στον κόσμο του διαδικτύου. Έτσι λοιπόν προκύπτει το ερώτημα αν οι περιορισμοί του δικαιώματος αυτού που ισχύουν για τα υπόλοιπα μέσα ενημέρωσης ισχύουν και για το διαδίκτυο εξίσου. Είναι πλέον σαφές πως η ελευθερία της έκφρασης δεν είναι απεριόριστη. Όπως αναφέρει ο Κ. Κακαβούλης σε άρθρο του στην ιστοσελίδα της οργάνωσης Homo Digitalis (2018), ο καθένας μπορεί να εκφράζει ελεύθερα τη γνώμη του οπουδήποτε και οποιαδήποτε στιγμή αρκεί να μην παραβιάζει τα δικαιώματα άλλων ανθρώπων ή του κοινωνικού συνόλου. «*Συνεπώς η ελευθερία της έκφρασης στο διαδίκτυο έχει όρια: τον σεβασμό των άλλων*» (Κακαβούλης, 2018).

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Κατά συνέπεια η πρόκληση που καλείται να αντιμετωπίσει το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο είναι πως το διαδίκτυο που εξυπηρετεί δισεκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως δεν υπόκειται και δεν πρόκειται να υποταχθεί ποτέ στους ίδιους κανονισμούς και έλεγχο με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης και τον Τύπο. Όπως έχει εξηγήσει το ίδιο το Δικαστήριο στην υπόθεση Shtekel v. Ukraine, ο κίνδυνος βλάβης που προκαλείται από το περιεχόμενο και την επικοινωνία στο διαδίκτυο για την άσκηση και την απόλαυση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και ελευθεριών, ιδίως το δικαίωμα του σεβασμού της ιδιωτικής ζωής είναι σίγουρα υψηλότερο από αυτόν που έθεσε ο τύπος. Επομένως οι πολιτικές που διέπουν την αναπαραγωγή υλικού από τα έντυπα μέσα και το διαδίκτυο ενδέχεται να διαφέρουν. Τα τελευταία πρέπει αναμφισβήτητα να προσαρμοστούν σύμφωνα με τα ειδικά χαρακτηριστικά της τεχνολογίας προκειμένου να διασφαλιστεί η προστασία και η προώθηση των σχετικών δικαιωμάτων και ελευθεριών.

Πιο συγκεκριμένα η εξάπλωση του φαινομένου των fake news μέσω των social media δημιούργησε την ανάγκη να βρεθούν τρόποι που θα συμβάλλουν στην ανίχνευση και αντιμετώπιση του φαινομένου με στόχο την προστασία των χρηστών του διαδικτύου. Παρόλα αυτά ο κίνδυνος τα μέτρα που επιβάλλονται προκειμένου να περιοριστούν οι ψευδείς ειδήσεις, να έρθουν σε σύγκρουση με το δικαίωμα στην ελευθερία της έκφρασης είναι ιδιαίτερα αυξημένος. Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί πως «*αυτό που πρέπει να επιτευχθεί είναι μια ορθή στάθμιση ανάμεσα στο δικαίωμα στην προσωπική και οικογενειακή ζωή, την ελευθερία της έκφρασης, το δικαίωμα στο επιχειρείν, την άσκηση αποτελεσματικής δικαστικής προσφυγής καθώς και την ανάγκη καταπολέμησης κάθε μορφής προσβλητικού λόγου (σεξιστικός, ρατσιστικός, μισαλλόδοξος)*» (Κακαβούλης, 2018). «*Τα επόμενα χρόνια το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων θα διαδραματίσει θεμελιώδη ρόλο στην επίβλεψη των πρακτικών φιλτραρίσματος και απορρόφησης των fake news που ορίζονται από τα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με σκοπό να αποτρέψει τις σοβαρές παραβιάσεις του Άρθρου 10*» (Sardo, 2020, σ. 446).

Ήδη έχει γίνει λόγος για το γεγονός πως τα περισσότερα κράτη, ευρωπαϊκά και μη, έχουν προχωρήσει σε νομικές διατάξεις και μέτρα που ορίζουν την κατάργηση παράνομου περιεχομένου από ιστοσελίδες και κοινωνικά δίκτυα σχετικά με κακοποίηση παιδιών, τρομοκρατία, εγκλήματα μίσους, πνευματική ιδιοκτησία και πνευματικά δικαιώματα. Παράδειγμα αποτελεί η Γερμανία η οποία όπως επισημαίνει ο Renda (2018) έχει ψηφίσει ήδη από το 2017 τον νόμο Network Enforcement Act σύμφωνα με τον οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες είναι υποχρεωμένοι να καταργήσουν άμεσα ψευδείς ειδήσεις και οποιοδήποτε παράνομο περιεχόμενο εντός 24 ωρών από την στιγμή που γίνεται η σχετική καταγγελία. Σε γενικότερο πλαίσιο η Ευρωπαϊκή Ένωση στην προσπάθεια της να καταπολεμήσει την εξάπλωση των fake news δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στο

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

συλλογικό χαρακτήρα του εγχειρήματος, δημιούργησε το 2018 τον Κώδικα Δεοντολογίας για την Παραπληροφόρηση μέσω Διαδικτύου προτείνοντας μέτρα και λύσεις όπως το φιλτράρισμα των πληροφοριών από ανεξάρτητους τρίτους φορείς ή συστήματα εντοπισμού των ψευδών ειδήσεων που βασίζονται στην Τεχνητή Νοημοσύνη (High Level Expert Group, 2018). Ωστόσο σύμφωνα με τον Sardo (2020), έχει αρχίσει να εμφανίζεται έντονη ανησυχία στην Ευρώπη για τον κίνδυνο της λογοκρισίας που «μεταμφιέζεται» και ελλοχεύει στους νόμους και στους κανονισμούς που θεσπίζουν τα κράτη για την αντιμετώπιση του φαινομένου των fake news. Προκύπτει επομένως πως το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων και πληροφοριών είναι απαραίτητο να ορίζεται στους σχετικούς νόμους με μεγάλη ακρίβεια καθώς οποιαδήποτε ασάφεια ή ευρύς ορισμός ενδέχεται να οδηγήσει σε δυσανάλογη λογοκρισία ή πολιτική παρέμβαση.

Όπως παρατηρεί ο Sardo (2020) φαίνεται πως το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο προκειμένου να εξετάσει και να καταλήξει σε αποφάσεις σχετικά με τις υποθέσεις που προκύπτουν και αφορούν τα συγκρουόμενα δικαιώματα της ελευθερίας της έκφρασης και της ορθής ενημέρωσης, βασίζεται στην κατηγοριοποίηση της έκφρασης του λόγου στο διαδίκτυο διακρίνοντας διάφορες υποκατηγορίες τις οποίες στη συνέχεια προσπαθεί να εξισορροπήσει (παιδική πορνογραφία, παράνομος διαδικτυακός τζόγος, πνευματική ιδιοκτησία και προστασία προσωπικών δεδομένων, fake news). Την συγκεκριμένη τακτική εξάλλου υιοθετούν και τα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Έτσι λοιπόν τα μέτρα προστασίας και οι αποφάσεις που λαμβάνονται ποικίλουν. Παραδείγματος χάριν το υψηλότερο επίπεδο προστασίας (αυστηρός έλεγχος) μπορεί να παρέχεται σε διαδικτυακές επαγγελματικές εφημερίδες, ενώ χαμηλότερο επίπεδο προστασίας ενδέχεται να σχετίζεται με την έκφραση του λόγου στην διαφήμιση ή στο εμπόριο. Επομένως κάθε κατηγορία της έκφρασης του λόγου στο διαδίκτυο μπορεί να τοποθετηθεί σε διαφορετικά επίπεδα της συγκεκριμένης κλίμακας κανόνων.

Σχετικό παράδειγμα αποτελεί η απόφαση του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου όσον αφορά την υπόθεση Cengiz and Others v. Turkey. «*Το Δικαστήριο έκρινε ρητά πως οι περιορισμοί της τουρκικής κυβέρνησης στις εκπομπές Youtube είχαν ως στόχο να επηρεάσουν το δικαίωμα των πολιτών στην πληροφόρηση*» (Sardo, 2020, σ. 450) . Σύμφωνα με τον Sardo (2020), η κυβέρνηση της Τουρκίας δεν στηρίχθηκε σε κανένα θεσπισμένο καταστατικό που να δικαιολογεί τους ακραίους περιορισμούς που επέβαλλε στην πλατφόρμα. Ως επί το πλείστον οι κρατικές αρχές δεν επιτρέπεται να αποκλείουν έναν ολόκληρο ιστότοπο εάν το περιεχόμενο μόνο μερικών φιλοξενούμενων ιστοσελίδων είναι παράνομο. Ωστόσο το Δικαστήριο έκρινε πως η συγκεκριμένη υπόθεση δεν ήταν καθαρά περίπτωση έκφρασης εμπορικού λόγου. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο η πλατφόρμα του Youtube λειτουργούσε σαν δημόσιος διαμεσολαβητής και το αμφισβητούμενο περιεχόμενο αφορούσε την πολιτική

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

προσωπικότητα του στρατηγού Atatürk, πρώτου προέδρου της Τουρκίας (1923-1938). Επομένως ήταν απαραίτητο ένα αυξημένο βάρος αιτιολόγησης.

Όσον αφορά μεμονωμένα το φαινόμενο των fake news είναι αναγκαίο να αποδοθεί ένας συγκεκριμένος ορισμός προκειμένου να εφαρμοστούν με τη μεγαλύτερη δυνατή ακρίβεια οι αρχές και οι κανονισμοί του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου και κατ'επέκταση να αποφευχθεί οποιαδήποτε περίπτωση λογοκρισίας. Όπως εύλογα προτείνουν οι φιλόσοφοι Romy Jaster και David Lanius (2018), η καλύτερη λύση είναι αρχικά να υπάρξει μια ελάχιστη διπλή έννοια της λέξης «ειδήσεις» (news), πρώτον ως «πρόσφατα ληφθείσες ή αξιοσημείωτες πληροφορίες, ειδικά για πρόσφατα γεγονότα» και δεύτερον με μια πιο συγκεκριμένη χρήση ως «μετάδοση ή δημοσιευμένη αναφορά ειδήσεων». Στη συνέχεια θα μπορούσε να προστεθεί και ο όρος «ψεύτικες» (fake) ο οποίος εναλλακτικά μπορεί να σημαίνει α) ψευδείς, β) αληθινές αλλά εξαιρετικά παραπλανητικές, γ) δημιουργήθηκαν χωρίς την πρόθεση να αναζητήσουν την αλήθεια. «*Η παρουσία του τρίτου στοιχείου είναι θεμελιώδης για να καταστεί σαφές ότι οι ψευδείς ειδήσεις είναι παραπλανητικές από την αρχή της δημιουργίας τους*» (Sardo, 2020, σ. 451).

Ο συγκεκριμένος ορισμός φαίνεται πως είναι αρκετά εύστοχος καθώς από την μια πλευρά προστατεύει τους δημοσιογράφους από σοβαρά αλλά τυχαία λάθη ενώ από την άλλη δεν περιορίζει την έννοια των fake news σε «εντελώς κατασκευασμένες ιστορίες» και «περιεχόμενα τα οποία είναι απολύτως ψευδή». Επιπλέον σύμφωνα με τον Sardo (2020) χαρτογραφεί τις διαδεδομένες απόψεις οι οποίες αφορούν τις αναληθείς πληροφορίες, όπως η παρουσία κακόβουλης πρόθεσης, η απουσία πραγματικών πηγών πληροφόρησης, η έλλειψη ακρίβειας και η ιδέα ότι ένα μέρος των ψευδών ειδήσεων θεωρείται αληθινό. Με αυτόν τον τρόπο αποκλείονται από πιθανές κυρώσεις διάφορες κατηγορίες που δεν είναι επιβλαβείς για τους χρήστες του διαδικτύου όπως η σάτιρα, οι υποκειμενικές εκτιμήσεις και οι αστικοί θρύλοι. «*Στην πραγματικότητα οι εκτιμήσεις και οι προσωπικές απόψεις -οι οποίες προστατεύονται από το Άρθρο 10 σύμφωνα με τη νομολογία της Ευρωπαϊκής Σύμβασης Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων- δεν εμπίπτουν στον συγκεκριμένο ορισμό*» (Sardo, 2020, σ. 454).

Ο κόσμος όμως του διαδικτύου είναι αρκετά περίπλοκος και απαιτεί μια εξ ολοκλήρου νέα υποκατηγοριοποίηση της έκφρασης του λόγου που να διευκολύνει τους σχετικούς κανόνες στον εντοπισμό ψευδών ειδήσεων αλλά παράλληλα να εξασφαλίζει την ελευθερία του λόγου. Αρχικά θα πρέπει να υπάρχει ένας διαχωρισμός των ιστοτόπων σύμφωνα με το περιεχόμενο τους (τέχνες, επιχειρήσεις, υγεία, αναψυχή και πολιτική) καθώς όπως έχει παρατηρηθεί οι επιπτώσεις των fake news διαφέρουν ανάλογα με τον τομέα από τον οποίο προέρχονται. Στη συνέχεια όπως αναφέρει ο Sardo (2020), γίνεται διάκριση όσον αφορά την δομή της υπηρεσίας πολυμέσων. Έτσι υπάρχουν οι

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

«γραμμικές υπηρεσίες» δηλαδή προγραμματισμένες οπτικοακουστικές υπηρεσίες (BBC) ή υπηρεσίες on demand (Netflix) και «υπηρεσίες κοινωνικών μέσων που χρησιμοποιούνται από τους χρήστες» (Facebook). Από αυτές τις δύο υποκατηγορίες μόνο οι γραμμικές υπηρεσίες απαιτείται να αναλαμβάνουν συντακτική ευθύνη. Ένας τρίτος διαχωρισμός αφορά ιστοτόπους υψηλής και χαμηλής κατάταξης. Κατά γενική ομολογία οι ψευδείς ειδήσεις που διαδίδονται από ιστοσελίδες οι οποίες είναι ευρέως γνωστές τείνουν να επηρεάσουν περισσότερο τους χρήστες συγκριτικά με αναληθείς πληροφορίες που προέρχονται από ιστοτόπους περιορισμένης αναγνωρισιμότητας. Κατ' επέκταση ειδήσεις που προέρχονται από κορυφαία περιοδικά (Daily Mirror, Le Monde, BBC) και ιστοτόπους ελέγχου γεγονότων ("FakeCheck.org", "Snopes.com" και "mercola.com") θα αντιμετωπίζονται διαφορετικά τόσο για το θετικό αντίκτυπο των ειδήσεων που προσφέρουν όσων και για τις επιπτώσεις των πιθανών λαθών τους, εφόσον θεωρούνται από το κοινό ως αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης. Τέλος αξίζει να αναφερθεί πως το Άρθρο 10 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων προστατεύει την εκφραστική δραστηριότητα που δημιουργείται από τον χρήστη σε αντίθεση με τον λόγο που παράγεται από bot ή troll.

Τέλος στο πλαίσιο αυτό είναι επιβεβλημένο να εξεταστούν τα αλγοριθμικά συστήματα φιλτραρίσματος ψευδών ειδήσεων που υιοθετούνται από τις ηλεκτρονικές πλατφόρμες και τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παρόλο που οι τεχνικές φιλτραρίσματος της πληροφορίας αποτελούν μια αποτελεσματική λύση για τον περιορισμό των fake news, υπάρχει ο πραγματικός κίνδυνος να αφαιρεθεί μεγάλος όγκος πληροφοριών από τον Παγκόσμιο Ιστό λόγω της αυξημένης ευθύνης και των αυστηρών κυρώσεων που ενδέχεται να επιβληθούν σε τέτοιου είδους συστήματα. Επιπλέον όπως επισημαίνει ο Renda (2018) αλγόριθμοι που αναπτύσσονται κυρίως με στόχο το κέρδος τείνουν μέσω του φιλτραρίσματος της πληροφορίας, να ενισχύουν τα λεγόμενα "echo chambres" προσφέροντας στους χρήστες με κοινά ενδιαφέροντα παρόμοιες πληροφορίες και ειδήσεις. Ένα ακόμη στοιχείο που δείχνει ότι το φιλτράρισμα πληροφοριών που βασίζεται σε αλγόριθμους μπορεί να θεωρηθεί ανακριβές είναι πως «*τέτοιοι αλγόριθμοι δεν είναι ακόμα ικανοί να εντοπίσουν τα πολύπλοκα γλωσσικά φαινόμενα και τις λεπτές αποχρώσεις της ανθρώπινης γλώσσας όπως το χιούμορ, η σάτιρα, η ειρωνία ή οι συναισθηματικά φορτισμένες εκφράσεις*» (Sardo, 2020, σ. 457). Είναι γεγονός πως οι πολιτικά μεροληπτικοί αλγόριθμοι «*ευνοούν δυσανάλογα τα άτομα με πολιτική εξουσία σε αντίθεση με τους μεμονωμένους χρήστες*» (Klonick, όπως αναφέρει ο Sardo, 2020, σ. 458) με αποτέλεσμα να συρρικνώνουν το δικαίωμα στην ίση πρόσβαση και συμμετοχή καθιστώντας την προσπάθεια εξισορρόπησης του δικαιώματος στην σωστή ενημέρωση και του δικαιώματος στην ελευθερία του λόγου ιδιαίτερα δύσκολη.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Με βάση την παρούσα εργασία οδηγούμαστε στο συμπέρασμα πως το φαινόμενο των fake news χρονολογείται από την αρχαιότητα. Οι ψευδείς ειδήσεις ανέκαθεν αποτελούσαν μια μορφή παραπληροφόρησης που συνήθως γίνεται σκόπιμα για να προκαλέσει αναταραχές σε πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό επίπεδο. Ωστόσο στη σύγχρονη εποχή με την εξέλιξη της τεχνολογίας και την ανάπτυξη του διαδικτύου το φαινόμενο αυτό έχει λάβει αρκετά μεγαλύτερες διαστάσεις σε σχέση με το παρελθόν. Τα μέσα ενημέρωσης τόσο τα παραδοσιακά (τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες), αλλά πολύ περισσότερο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι υπεύθυνα για την ταχύτατη διασπορά ψευδών ειδήσεων. Έτσι η ανεξέλεγκτη ροή της πληροφορίας έχει διευκολύνει κατά πολύ την παραγωγή και εξάπλωση ψευδών πληροφοριών.

Ιδιαίτερα πρόσφορο έδαφος για την ανάπτυξη των fake news αποτελεί η πολιτική σκηνή όπου κύριος στόχος είναι να εξυπηρετηθούν διάφορες σκοπιμότητες. Πολιτικές δυνάμεις επιστρατεύουν διάφορες πλαστές ιστορίες με σκοπό να βλάψουν τους αντιπάλους τους ώστε να μπορέσουν να αναρριχηθούν στην εξουσία. Είναι γεγονός πως τα fake news γνωρίζουν μεγαλύτερη «άνθηση» σε προεκλογικές περιόδους ή σε περιόδους δημοψηφισμάτων. Πέρα από αυτό, οι ψευδείς ειδήσεις χρησιμοποιούνται σε πολιτικά ασταθείς περιόδους για να επηρεάσουν την κοινή γνώμη και να εξυπηρετήσουν τα συμφέροντα αυτών που τις διακινούν. Συνήθως αυτοί που επηρεάζονται περισσότερο είναι άνθρωποι χαμηλού μορφωτικού επιπέδου, άτομα που ανήκουν σε μειονότητες ή άτομα συγκεκριμένων ηλικιακών ομάδων. Οι παραγωγοί των fake news επιστρατεύουν κάθε είδους μυθοπλασία ή ακραίο δημοσίευμα προκειμένου να επηρεάσουν αυτούς τους ανθρώπους. Σε πληθυσμούς που επικρατεί μεγάλο ποσοστό αναλφαβητισμού, σε χώρες, ακόμα και στις πιο προηγμένες, που μαστίζονται από την ανεργία και την οικονομική κρίση η διάδοση ψευδών ειδήσεων είναι εύκολο να επικρατήσει και να επηρεάσει την κοινή γνώμη. Τα fake news έχουν γίνει πλέον εργαλείο στα χέρια των πολιτικών που μόνο στόχο έχουν την ανέλιξη στην εξουσία. Χαρακτηριστικό ήταν το παράδειγμα των Ηνωμένων Πολιτειών κατά τη διάρκεια των προεδρικών εκλογών το 2016 όπου οι ψευδείς ειδήσεις που διακινούνταν μέσω διαδικτύου πολλαπλασιάστηκαν σε σχέση με προηγούμενες περιόδους.

Η άνοδος, από την άλλη πλευρά, των εθνικιστικών φρονημάτων και των ακραίων απόψεων είναι αποτέλεσμα της διασποράς ψευδών ειδήσεων που χρησιμοποιούνται σαν μέσο από αυτούς που συγκεντρώνουν πολιτική δύναμη στα χέρια τους, για να χειραγωγήσουν τους χρήστες του διαδικτύου και κατ' επέκταση την κοινή γνώμη ώστε να καθοδηγήσουν τις πολιτικές εξελίξεις.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Πέρα από την πολιτική τα fake news έχουν εισβάλει στην οικονομική και κοινωνική ζωή. Αρκεί μια ψευδής πληροφορία για να καταρρεύσει ένα ολόκληρο χρηματιστήριο ή να οδηγήσει στην πτώση των μετοχών μιας εταιρείας. Σε κοινωνικό επίπεδο ψευδείς ειδήσεις διαδίδονται καθημερινά μέσω των social media, οι οποίες αφορούν δημόσια πρόσωπα, στοχοποιούν συγκεκριμένες κοινωνικές ομάδες ή καταπιάνονται με ένα θέμα που αφορά μεγάλο μέρος της κοινωνίας όπως η υποτιθέμενη έρευνα που διεξήχθη για το εύρος της προσοχής των εφήβων και δημοσιεύθηκε σε μεγάλες εφημερίδες και περιοδικά όπως η Guardian και το Time Magazine. Το φαινόμενο των fake news έχει εξελιχθεί σε μάστιγα τα τελευταία χρόνια. Με αφορμή δύο μεγάλα πολιτικά γεγονότα, το Brexit και τις Αμερικάνικες προεδρικές εκλογές του 2016, όπου οι ψευδείς ειδήσεις καθόρισαν και διαμόρφωσαν τα αποτελέσματα, υπήρξε μεγάλη κινητοποίηση για την αντιμετώπιση του φαινομένου.

Παγκόσμιοι οργανισμοί, κυβερνήσεις, καθώς και οι μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες έχουν προχωρήσει σε δράσεις προκειμένου αρχικα να ανιχνεύσουν, να αντιμετωπίσουν και όσο γίνεται να εξαλείψουν το φαινόμενο των fake news. Στόχος τους είναι να επανέλθει κατά κάποιον τρόπο η ισορροπία στο πεδίο της ενημέρωσης, τόσο όσον αφορά τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης όσο και το διαδίκτυο, και κατ' επέκταση σε όλους τους τομείς που επηρεάζονται από τις ψευδείς ειδήσεις. Ωστόσο αυτή η προσπάθεια δεν είναι εύκολη καθώς η ταχύτητα με την οποία συμβαίνουν τα διάφορα γεγονότα ανά τον κόσμο αλλα και η ανάπτυξη της τεχνολογίας και του διαδικτύου καθιστούν αρκετά περίπλοκη την αντιμετώπιση του φαινομένου.

Είναι γεγονός πως η εποχή την οποία διανύουμε είναι εντελώς διαφορετική σε σχέση με ότι γνωρίζαμε μέχρι τώρα. Η έξαρση της πανδημίας του νέου κορονοϊού έχει οδηγήσει σε αλλαγές την καθημερινότητα των ανθρώπων με τους περισσότερους να αναγκάζονται να εργαστούν από το σπίτι. Η αυξημένη χρήση του διαδικτύου και η ψηφιοποίηση της καθημερινής ζωής σε μεγάλο βαθμό, έχουν οδηγήσει τους χρήστες σε αυξημένη έκθεση και αναπαραγωγή των fake news. Αυτή η πραγματικότητα απαιτεί την ύπαρξη μηχανισμών που θα προστατεύουν όσο το δυνατόν περισσότερο τους χρήστες από τις ψευδείς ειδήσεις. Η Ευρωπαϊκή Ένωση από την πλευρά της, οι μεμονωμένες κυβερνήσεις αλλά και οι διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες καλούνται να αντιμετωπίσουν αυτό το νέο καθεστώς της αυξημένης χρήσης του διαδικτύου εν μέσω πανδημίας και κατ' επέκταση την μεγαλύτερη αλληλεπίδραση των χρηστών με τα fake news. Όσον αφορά την Ευρωπαϊκή Ένωση συγκεκριμένα, μέχρι πρότεινως προτεραιότητες της ήταν η καινοτομία και η ανάπτυξη. Με την εμφάνιση της παγκόσμιας αυτής επιδημίας ωστόσο προκύπτουν τα ζητήματα της ασφάλειας στον κόσμο του διαδικτύου, είτε αυτά αφορούν την εξάπλωση των fake news, είτε την ασφάλεια του διαδικτύου σε πολιτικό επίπεδο (cybersecurity).

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Μέχρι στιγμής πρωτοβουλίες και ενέργειες αρχικά έχουν γίνει σε επίπεδο νομοθεσίας σε μεμονωμένες χώρες αλλά και στο επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ μέτρα για τον περιορισμό της διασποράς των fake news έχουν ληφθεί από τις εταιρείες κολοσσούς του διαδικτύου όπως το Facebook και η Google. Το ζητούμενο αυτών των δράσεων είναι να επιτευχθεί η ισορροπία ανάμεσα στην ελευθερία της έκφρασης και στο δικαίωμα στην σωστή ενημέρωση. Σε καμία περίπτωση οι περιορισμοί για τις ψευδείς ειδήσεις δεν πρέπει να επηρεάσουν το θεμελιώδες δικαίωμα της ελεύθερης έκφρασης των απόψεων. Αντίθετα θα πρέπει να στοχεύσουν στην προστασία των χρηστών από κακόβουλες πληροφορίες. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο λοιπόν κινούνται και οι αποφάσεις και οι κατευθυντήριες γραμμές που υιοθετεί το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων.

Σε έναν κόσμο όπου πλέον η αλήθεια έχει αλλάξει σημασία, χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή για να μπορέσουμε να διακρίνουμε την ψευδή από την αληθινή είδηση. Οι παρεμβάσεις-μέτρα που ήδη έχουν εφαρμοστεί καθώς και αυτά που πρόκειται να εφαρμοστούν στο μέλλον, είναι *αναγκαίο* «*να ενισχύσουν την ισορροπία της προσοχής των χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και να διευρύνουν την ανθεκτικότητα των πληροφοριακών συστημάτων απέναντι σε εκστρατείες παραπληροφόρησης*» (Grinberg, Joseph, Friedland, Swire-Thompson και Lazer, 2019, σ. 4).

Πέρα βέβαια από όλες τις προσπάθειες που γίνονται από οργανισμούς, κρατικούς φορείς και διαδικτυακές εταιρείες θα πρέπει και οι χρήστες από την πλευρά τους να είναι πρόθυμοι να συνεργαστούν και να γίνουν μέτοχοι αυτής της προσπάθειας για να περιοριστούν οι ψευδείς ειδήσεις, φροντίζοντας έτσι πρωτίστως για το προσωπικό τους όφελος και κατ' επέκταση για ολόκληρο τον κόσμο του διαδικτύου.

Καταλήγοντας θα πρέπει να γίνει κατανοητό πως η εξάπλωση του φαινομένου των fake news είναι ταχύτατη και δεν πρόκειται να αντιμετωπιστεί εύκολα. Πρόκειται για ένα φαινόμενο συνεχώς μεταβαλλόμενο και σε επόμενες μελέτες θα αναδειχθεί ακόμα περισσότερο το μέγεθος της εξάπλωσης του, τόσο στην εποχή της πανδημίας όσο και στο πρόσφατο γεγονός των προεδρικών εκλογών των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής του 2020 όπως αντίστοιχα έγινε και με τις προεδρικές εκλογές του 2016. Είναι σαφές πως η παρούσα έρευνα αφορά μια εντελώς διαφορετική περίοδο από την σημερινή, επομένως οι λύσεις που ήδη υπάρχουν και αυτές που πρόκειται να υπάρξουν μελλοντικά θα πρέπει να ανταποκρίνονται στις νέες συνθήκες και να εξελίσσονται σύμφωνα με τα νέα δεδομένα κάθε φορά.

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

Ασβέστας Λ. 2019. Τα fake news γνωρίζουν μεγάλη εξάπλωση – Παρουσιάστηκε στο Βόλο το βιβλίο του Γιάννη Παντελάκη, *e-thessalia.gr*, [online] 16 Μαρτίου. Διαθέσιμο σε: https://e-thessalia.gr/ta-fake-news-gnorizoyn-megali-exaplosi-paroysiastike-ston-volo-to-vivlio-toy-gianni-pantelaki/. [Τελευταία πρόσβαση 10 Σεπτεμβρίου 2020]

Η Εφημερίδα των Συντακτών. 2019. Τα fake news στην αρχαία Ρώμη, *efsyn.gr*, [online] 31 Μαΐου. Διαθέσιμο σε: https://www.efsyn.gr/tehnes/ekdoseis-biblia/197774_ta-fake-news-stin-arhaia-romi. [Τελευταία πρόσβαση 6 Σεπτεμβρίου 2020]

Κακαβούλης Κ. 2018. Υπάρχουν όρια στην ελευθερία έκφρασης στο Διαδίκτυο;, *Homo Digitalis*, [online] 30 Αυγούστου. Διαθέσιμο σε: https://www.homodigitalis.gr/posts/2335. [Τελευταία πρόσβαση 21 Οκτωβρίου 2020]

Μανδραβέλης Π. 2019. Η λογοκρισία των fake news, *Η Καθημερινή*, [online] 12 Μαΐου. Διαθέσιμο σε: https://www.kathimerini.gr/opinion/1023550/i-logokrisia-ton-fake-news/. [Τελευταία πρόσβαση 2 Σεπτεμβρίου 2020]

Ντόκος Γ. 2019. Ψευδείς Ειδήσεις στο Διαδίκτυο – Φύση, Κίνδυνοι και Αντιμετώπιση, *Homo Digitalis*, [online] 8 Ιανουαρίου. Διαθέσιμο σε: https://www.homodigitalis.gr/posts/324. [Τελευταία πρόσβαση 9 Σεπτεμβρίου 2020]

Παπούλιας Γ. 2017. Το φαινόμενο της «Μετά-Αλήθειας» (Post-Truth) και της διασποράς Ψευδών Ειδήσεων (Fake News) μέσω διαδικτύου, ως εργαλείων ενίσχυσης του λαϊκισμού, *Το Δίκτυο για την Μεταρρύθμιση στην Ελλάδα και στην Ευρώπη*, [online] σ. 1-26. Διαθέσιμο σε: https://www.protagon.gr/wp-content/uploads/2017/12/%CE%9C%CE%B5%CE%BB%CE%AD%CF%84%CE%B7_POST_TRUTH_DEC2017.pdf. [Τελευταία πρόσβαση 11 Ιουλίου 2020]

Τσιμιτάκης Μ. 2012. Η λογοκρισία στο Ίντερνετ επεκτείνεται διεθνώς, *Η Καθημερινή*, [online] 13 Φεβρουαρίου. Διαθέσιμο σε: https://www.kathimerini.gr/life/technology/77134/i-logokrisia-sto-internet-epekteinetai-diethnos-2/. [Τελευταία πρόσβαση 2 Σεπτεμβρίου 2020]

Φριντικάκης Γ. 2017. Αλέξης Τσίπρας, ο βασιλιάς των fake news, *Liberal*, [online] 30 Οκτωβρίου. Διαθέσιμο σε: https://www.liberal.gr/politics/alexis-tsipras-o-basilias-ton-fake-news/174029. [Τελευταία πρόσβαση 13 Ιουλίου 2020]

ELLINIKA HOAXES. 2020. Σχετικά με εμάς, *ELLINIKA HOAXES.gr*, [online] Διαθέσιμο σε: https://www.ellinikahoaxes.gr/about-us/. [Τελευταία πρόσβαση 30 Αυγούστου 2020]

ELLINIKA HOAXES. 2020. Ερωτήσεις σχετικές με το Facebook, *ELLINIKA HOAXES.gr*, [online] Διαθέσιμο σε: https://www.ellinikahoaxes.gr/facebook-and-ellinika-hoaxes/. [Τελευταία πρόσβαση 30 Αυγούστου 2020]

Huffpost. 2020. Πάνω από 2.300 fake news και θεωρίες συνομωσίας για τον κορονοϊό, *huffpost.gr*. [online] 12 Αυγούστου. Διαθέσιμο σε:

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

https://www.huffingtonpost.gr/entry/pano-apo-2300-fake-news-kai-theories-senomosias-yia-to-koronoio_gr_5f33a9e6c5b6fc009a5f80c4?utm_hp_ref=gr-fake-news. [Τελευταία πρόσβαση 24 Αυγούστου 2020]

Insider. 2018. Νέο παιχνίδι μας εκπαιδεύει στην αναγνώριση των fake news. *insider.gr*, [online] 20 Φεβρουαρίου. Διαθέσιμο σε: https://www.insider.gr/epiheiriseis/tehnologia/76298/neo-paihnidi-mas-ekpaideyei-stin-anagnorisi-ton-fake-news. [Τελευταία πρόσβαση 5 Σεπτεμβρίου 2020]

Jougleux Ph. 2016. Η παραπληροφόρηση στην ψηφιακή εποχή, *ΔΙΤΕ (π.ΔΙΜΕΕ),* [e-journal] 4, σ. 1-15. Διαθέσιμο σε: https://www.researchgate.net/publication/323167251_Misinformation_in_the_digital_Age. [Τελευταία Πρόσβαση 17 Σεπτεμβρίου 2020]

<u>Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία</u>

Andrews L. 2017. *Algorithm'n'blues: Asserting the public value of human policy-making in the age of 'Humans', fake news, driver-less cars, algorithms and technological utopianism*. Πρακτικά Συνεδρίου από το 33ο EGOS Colloquium που διεξήχθη στην Κοπεγχάγη 6-8 Ιουλίου 2017. Φορέας Διεξαγωγής: European Group for Organizational Studies. Κοπεγχάγη: European Group for Organizational Studies.

Cohen M. 2017. Fake news and manipulated data, the new GDPR, and the future of information, *Business Information Review*, [e-journal] 34(2), pp. 81-85. doi: 10.1177/0266382117711328

David M. J. Lazer, Matthew A. Baum, Yochai Benkler, Adam J. Berinsky, Kelly M. Greenhill, Filippo Menczer, Miriam J. Metzger, Brendan Nyhan, Gordon Pennycook, David Rothschild, Michael Schudson, Steven A. Sloman, Cass R.Sunstein, Emily A. Thorson, Duncan J. Watts, Jonathan L. Zittrain. 2018. The science of fake news, *Science*, [e-journal] 359(6380), pp. 1094-1096. doi*:* 10.1126/science.aao2998

European Commission. 2018. *Code of Practice on Disinformation*, Brussels: European Commission. Διαθέσιμο σε: https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation. [Τελευταία Πρόσβαση 10 Σεπτεμβρίου 2020]

Flauss J. 2009. The European Court of Human Rights and the Freedom of Expression, *Indiana Law Journal*, [e-journal] 84(3), pp. 809-849. Διαθέσιμο σε: https://www.repository.law.indiana.edu/ilj/vol84/iss3/3. [Τελευταία Πρόσβαση 25 Οκτωβρίου 2020]

Grinberg N., Joseph K., Friedland L., Swire-Thompson B. and Lazer D. 2019. Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election, *Science*, [e-journal] 363(6425), pp. 374-378. doi:10.1126/science.aau2706

High Level Expert Group. 2018. *A multi-dimensional approach to disinformation*, Luxembourg: Publications Office of the European Union. doi: 10.2759/739290

House of Commons, Digital, Culture, Media and Sport Committee. 2018. *Disinformation and 'fake news': Final Report*, London: House of Commons. Διαθέσιμο σε:

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/1791/1791.pdf. [Τελευταία Πρόσβαση 27 Αυγούστου 2020]

Jain L. 2018. Is Fake New Bad For The Economy?, *Finance Monthly*, [online] 15 February. Διαθέσιμο σε: https://www.finance-monthly.com/2018/02/is-fake-news-bad-for-the-economy/. [Τελευταία Πρόσβαση 18 Ιουλίου 2020]

Kraski R. 2017. Combating Fake News In Social Media: U.S. and German Legal Approaches, *St. John's Law Review*, [e-journal] 91(4), Article 5, pp. 923-955. Διαθέσιμο σε: https://scholarship.law.stjohns.edu/lawreview/vol91/iss4/5/. [Τελευταία Πρόσβαση 1 Ιουλίου 2020]

Marshall H. and Drieschova A. 2018. Post-Truth Politics in the UK's Brexit Referendum, *New Perspectives*, [e-journal] 26(3), pp. 89-105. Διαθέσιμο σε: https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2336825X1802600305. [Τελευταία Πρόσβαση 3 Ιουλίου 2020]

Norris, Pippa, Cameron S. and Wynter T. 2018. *Electoral Integrity in America: Securing Democracy*. New York: Oxford University Press.

Tene O., Polonetsky J. and Sadeghi A. 2018. Five Freedoms for the Homo Deus, *IEEE Security & Privacy*, [e-journal] 16(3), pp. 15-17. doi: 10.1109/MSP.2018.2701156.

Rapoza K. 2017. Can 'Fake News' Impact The Stock Market?, *Forbes Magazine*, [online] 26 February. Διαθέσιμο σε: https://www.forbes.com/sites/kenrapoza/2017/02/26/can-fake-news-impact-the-stock-market/#7e0601732fac. [Τελευταία Πρόσβαση 15 Ιουλίου 2020]

Renda A. 2018. *The legal framework to address "fake news": possible policy actions at the EU level*, Brussels: Policy Department for Economic, Scientific and Quality of Life Policies, European Parliament, pp. 1-31. doi: 10.2861/468200

Romy J. & David L. 2018. What is Fake News?, *Versus 2*, [e-journal] 127(207-227), pp. 1-17. Διαθέσιμο σε: https://www.researchgate.net/publication/328738269_What_is_Fake_News. [Τελευταία Πρόσβαση 25 Οκτωβρίου 2020]

Sardo A. 2020. Categories, Balancing, and Fake News: The Jurisprudence of the European Court of Human Rights, *Canadian Journal of Law & Jurisprudence*, [e-journal] 33(2), pp. 435-460. doi: 10.1017/cjlj.2020.5

Quandt T., Frischlich L., Boberg S. and Schatto-Eckrodt T. 2019. Fake News, *Wiley Online Library*, pp. 1-6. https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0128

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ