



Τμήμα Οικονομικών
Επιστημών



**MSc law &
economics**

DEPARTMENT of ECONOMICS,
UNIVERSITY of MACEDONIA
and SCHOOL of LAW,
ARISTOTLE UNIVERSITY of THESSALONIKI



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
Νομική Σχολή

ΔΙΔΡΥΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΚΑΙΟ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

Διπλωματική Εργασία

FAKE NEWS ΣΤΑ SOCIAL MEDIA

Του

ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΓΚΟΥΝΤΕΛΙΑ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος
Ειδίκευσης Δίκαιο και Οικονομικά

Οκτώβριος 2018

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός αυτής της εργασίας είναι να μπορέσει να προσεγγίσει την έννοια του φαινομένου και να καταστήσει όσο πιο σαφή γίνεται την επιρροή που ασκούν οι ψεύτικες ειδήσεις – εφεξής fake news- σε διάφορους σημαντικούς τομείς της καθημερινής ζωής σε παγκόσμιο επίπεδο, την αναγνώριση αυτών των ψευδών ειδήσεων από τους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media) και τους τρόπους αντιμετώπισης και προστασίας από τα fake news. Η ολοένα και αυξανόμενη δημοτικότητα και χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από δισεκατομμύρια χρήστες, δημιούργησε το φαινόμενο των fake news, το οποίο πλέον εμφανίζεται καθημερινά σε πολιτικές, οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις. Η εργασία αυτή θα επιχειρήσει να προσεγγίσει στην πράξη με αναφορές σε συγκεκριμένα γεγονότα που έλαβαν χώρα τα τελευταία χρόνια και διαμόρφωσαν ουσιαστικά καίριες πολιτικές και οικονομικές εξελίξεις. Θα επιχειρηθεί μία προσπάθεια καταγραφής των επιδράσεων που επήλθαν παγκοσμίως, μέσα από την ιστορική εξέλιξη του φαινομένου, την επιστημονική έρευνα του, τους τρόπους αντιμετώπισής του, καθώς και την θωράκιση και την θεσμική και νομική προστασία από την άκριτη χρήση των fake news από τον κάθε πολίτη –χρήστη των ψεύτικων ειδήσεων. Η συγκεκριμένη εργασία φιλοδοξεί να προσεγγίσει την υπάρχουσα κατάσταση στον χώρο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με δεδομένη την αλόγιστη πλέον χρήση τους από μεγάλο ποσοστό χρηστών και την ουσιαστικά άκριτη αποδοχή των ψευδών ειδήσεων από αυτούς λόγω της ανθρώπινης φύσης που είναι πλέον ευάλωτη, καθώς βομβαρδίζεται κυριολεκτικά από χιλιάδες ειδήσεις ανά δευτερόλεπτο. Το συγκεκριμένο φαινόμενο αποτελεί πλέον ένα σύγχρονο μεγάλο όπλο για τον επηρεασμό της κοινής γνώμης και χρησιμοποιείται κατά το δοκούν από κυβερνήσεις, πολιτικά κόμματα καθώς και από επιχειρήσεις για την εξυπηρέτηση των επιδιώξεών τους. Είναι η πιο εξελιγμένη μορφή προπαγάνδας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	II
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ	III
1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....	IV
1.1 Πηγές για την έρευνα.....	iv
1.2 Αξιοπιστία της έρευνας	v
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	1
Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ	1
1.1 Η ιστορική εξέλιξη ενός φαινομένου.....	1
1.2 Τα Fake News στις Αμερικάνικες Προεδρικές Εκλογές	2
1.3 Τα Fake News στο Βρετανικό Δημοψήφισμα - Brexit.....	11
1.4 Η Ελληνική Οικονομική Κρίση και τα Fake News.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο	18
ΘΕΣΜΙΚΕΣ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ - ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ	18
2.1 Ευρωπαϊκοί θεσμοί και κυβερνήσεις	18
2.2. Πολιτικές Επιπτώσεις	19
2.3 Οικονομικές Επιπτώσεις	24
2.4 Κοινωνικές Επιπτώσεις	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο	30
Η ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ	30
3.1 Σενάρια εξέλιξης του φαινομένου.....	30
3.2. ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΟΛΗΣ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ.....	31
3.2.1. Τρόποι Αντιμετώπισης σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	31
3.2.2. Πως αντιμετωπίζει το φαινόμενο η Ευρωπαϊκή Ένωση	33
3.2.3. Πως αντιμετωπίζεται το φαινόμενο στις Η.Π.Α.	35
3.2.4. Αντιμετώπιση του φαινομένου στην Ελλάδα.....	38
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	43
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	47

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η λέξη που επιλέχθηκε από το λεξικό Collins ως η λέξη της χρονιάς του 2017 ήταν η λέξη «fake news», δηλαδή οι ψευδείς, συχνά εντυπωσιακές πληροφορίες που διαδίδονται υπό το πρόσχημα της είδησης. Για να εξηγήσει η επιτροπή σύνταξης του λεξικού, την αιτία για την οποία επέλεξε την συγκεκριμένη λέξη, επικαλείται ως κύριο λόγο ότι η χρήση του όρου αυξήθηκε κατά 365% σε σχέση με το 2016.

Θα επιχειρήσουμε να καταδείξουμε την σημαίνουσα σημασία που έχουν σήμερα τα fake news, κάνοντας αναφορά στα 2 κορυφαία πολιτικά γεγονότα που διαδραματίστηκαν στις ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο, καθώς και στην πολιτική αντιπαράθεση, τόσο διεθνώς, όσο και στην Ελληνική πολιτική ζωή. Ιδιαίτερα δε κατά την χρονική περίοδο της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα (2008 – σήμερα), περίοδο κατά την οποία υπήρξε μια συνεχώς αυξανόμενη συμμετοχή των πολιτών στην χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης -social media-, είτε μεμονωμένα από άτομα είτε συλλογικά από οργανωμένες ομάδες περισσότερων ατόμων.

Εκτός από την αναφορά μας στα πολιτικά αυτά γεγονότα και τον ρόλο των fake news, θα εστιάσουμε και στις ατομικές και συλλογικές προσπάθειες που έχουν επιχειρηθεί μέχρι σήμερα ως αντίδραση στο φαινόμενο των fake news για την προστασία από τις επιδράσεις τους. Το διαρκώς και ραγδαίως εξελισσόμενο φαινόμενο έχει οδηγήσει σε ενέργειες για την εύρεση λύσεων αντιμετώπισης του προβλήματος τόσο από μεμονωμένα άτομα ή ομάδες επιστημόνων όσο και από τα Εθνικά Κοινοβούλια αλλά και θεσμούς όπως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Ήδη ένα 20χρονο Ελληνόπουλο, φοιτητής του ΠΑ.ΜΑ.Κ. στο Τμήμα Πληροφορικής, ο Βαλεντίνος Τζέκας, κατάφερε να δημιουργήσει έναν αλγόριθμο, ο οποίος βοηθάει στον εντοπισμό μίας παραπλανητικής είδησης από μία πραγματική σε όλο το φάσμα του διαδικτύου άμεσα και γρήγορα. Εθνικά Κοινοβούλια έχουν προβεί στην θέσπιση νομικού πλαισίου για την αντιμετώπιση του φαινομένου. Εφημερίδες, ειδησεογραφικά πρακτορεία αλλά και τα ίδια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προσπαθούν να αντιμετωπίσουν τεχνικά τον διαχωρισμό των πραγματικών από τις ψευδείς και παραπλανητικές ειδήσεις. Το φαινόμενο που έχει λάβει πολύ μεγάλες και επικίνδυνες διαστάσεις, πρέπει να αντιμετωπισθεί είτε συλλογικά σε επίπεδο νομικού πλαισίου αλλά και από κάθε ένα χρήστη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ξεχωριστά.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Το φαινόμενο των ψευδών ειδήσεων εμφανίζεται χρονικά από την αρχαιότητα, όχι βέβαια αυτούσια με την σημερινή μορφή που έχουν πάρει τα fake news στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ο Umberto Eco πρώτος είχε κάνει σαφή μνεία και αναφορά στο βιβλίο του -Για ένα σημειολογικό ανταρτοπόλεμο 1967-. Ενδεικτικά αναφέρει «Για τους απαισιόδοξους, όταν ο δέκτης αδιαφορήσει για το περιεχόμενο των μηνυμάτων, (όπως συμβαίνει σήμερα σε μεγάλο βαθμό και όχι μόνο από τους λειτουργικά αναλφάβητους) παίρνει απλά ένα σφαιρικό ιδεολογικά μάθημα, μια έκκληση πτώσης σε ναρκωτική παθητικότητα. Όταν θριαμβεύουν τα μαζικά μέσα ενημέρωσης, πεθαίνει ο άνθρωπος.....». Στο δε βιβλίο του Τέρατα στην πρώτη σελίδα, 1972 – είχε επισημάνει «Το γεγονός ότι μία είδηση είναι αληθινή, δεν σημαίνει ταυτόχρονα ότι έχει χρησιμοποιηθεί με τρόπο αληθινόΈνας διευθυντής εφημερίδας μπορεί να κατασκευάσει έναν υπεύθυνο για πολιτικούς λόγους. Του φτάνει και μόνο να κάνει φανερή στην πρώτη σελίδα την ύπαρξη ενός υπεύθυνου και μιας ευθύνης για να κάνει τους αναγνώστες να ξεχάσουν άλλους υπεύθυνους και άλλες ευθύνες.». Στο βιβλίο του IL COSTUME DI CASA το οποίο εκδόθηκε το 1973 και μεταφράστηκε το 1986 στα Αγγλικά ως Faith in fakes αναφέρεται μεταξύ των άλλων στην κυρίαρχη κουλτούρα των μέσων μαζικής ενημέρωσης – πρόκριμα των σημερινών μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Με την εξέλιξη της χρήσης των social media από δισεκατομμύρια χρήστες άρχισαν να εμφανίζονται βιβλία που αναφέρονταν ξεκάθαρα στην σημασία των fake news. Το 2002 οι Edward Herman και Noam Chomsky καταδεικνύουν ότι τα αμερικανικά μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι κατάφωρα προπαγανδιστικά και αποτυγχάνουν συστηματικά να ανταποκριθούν στον ρόλο τους ως πάροχοι των πληροφοριών που χρειάζονται οι άνθρωποι για να κατανοήσουν τον κόσμο. Στην πραγματικότητα υπερασπίζονται την οικονομική, πολιτική και κοινωνική ατζέντα των προνομιούχων ομάδων που κυριαρχούν στην αμερικανική κοινωνία, το κράτος και την παγκόσμια τάξη.

Το 2012 ο John D' Agata στο βιβλίο του The Lifespan of a Fact καταγράφει την έρευνα για το πώς ένα γεγονός και η αλήθεια αυτού διαπραγματεύονται για να βρουν την ακριβή αλήθεια.

Το 2014 οι Bob Woodward και Carl Bernstein επανεκδίδουν μετά από 40 χρόνια το γνωστό βιβλίο που αναφέρεται στο περίφημο σκάνδαλο Watergate το οποίο συνετέλεσε στην ανατροπή του προέδρου των ΗΠΑ Richard Nixon.

Το 2016 ο A. Brad Schwartz στο βιβλίο του Broadcast Hysteria αναπαριστά με τόλμη το περίφημο ραδιοφωνικό παιχνίδι του Orson Welles που δημιούργησε στην εποχή της δεκαετίας του 1930 μία μαζική υστερία στους ακροατές στις Η.Π.Α. Μέσα από την τολμηρή αναπαράσταση του ο Schwartz εντοπίζει την σημερινή δημοτικότητα σε αναγωγή με την περίφημη ραδιοφωνική εκπομπή του Orson Welles.

Το 2017 ο Daniel Levitin στο βιβλίο του Weaponized Lies – How to Think critically in the Post- Truth era μελετώντας την αριθμητική παραπληροφόρηση, καταδεικνύει πως τα εσφαλμένα στατιστικά στοιχεία και τα γραφήματα μπορούν να δώσουν μια έντονα στρεβλή προοπτική και να οδηγήσουν τους ανθρώπους σε λανθασμένες επιλογές και αποφάσεις. Εξηγεί τις τεχνικές που χρησιμοποιούν οι διαφημιστές και οι σχολιαστές για να χειραγωγήσουν το μυαλό των θεατών.

Τέλος, ο Danny Murphy στο βιβλίο του (2017) Fake news 101 –How to recognize Fake news and Avoid Being Fooled by it επιχειρεί να βοηθήσει τους αναγνώστες να αναγνωρίσουν διάφορα είδη ψεύτικων ειδήσεων, παρουσιάζοντας πληροφορίες για την λειτουργία των fake news με συγκεκριμένα παραδείγματα.

Εκτός από τα παραπάνω αναφερόμενα βιβλία, υπάρχουν πλέον πλήθος άρθρων δημοσιευμένων σε ιστοσελίδες του παγκόσμιου ιστού. Αυτά είναι είτε άρθρα σε εφημερίδες παγκόσμιας κυκλοφορίας και αναγνωσιμότητας – NY Times, Independent, El País, -είτε άρθρα σε μεγάλα ειδησεογραφικά πρακτορεία – CNN, BBC, DW, κλπ.

1. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Όλες οι ερωτήσεις της έρευνας έχουν απαντηθεί από την ποιοτική έρευνα. Η ποιοτική έρευνα βασίζεται στην ποιοτική βάση δεδομένων που οδηγεί στα αποτελέσματα για τον επιδιωκόμενο σκοπό.

1.1 Πηγές για την έρευνα

Η Έρευνα έδειξε ότι τα fake news στα social media επηρεάζουν πλέον λόγω της ταχύτητας μετάδοσης της πληροφορίας τις πολιτικές, οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις σε παγκόσμιο επίπεδο. Αρκεί ένα τιτίβισμα- tweet – στο Twitter ή ένα post στο Facebook για να επηρεάσει την γνώμη εκατομμυρίων χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι περισσότεροι εκ των οποίων υιοθετούν άκριτα μία άποψη χωρίς να προσπαθούν να εξακριβώσουν την γνησιότητα της πληροφορίας. Οι πληροφορίες για την παρούσα έρευνα συλλέχθηκαν από τις παρακάτω πηγές:

- Άρθρα που έχουν δημοσιευθεί στον παγκόσμιο ιστό, άρθρα που έχουν δημοσιευθεί σε εφημερίδες με κυκλοφορία και αναγνωσιμότητα παγκοσμίως και άρθρα που έχουν δημοσιευθεί σε μεγάλα ειδησεογραφικά πρακτορεία.
- Μικρό αριθμό βιβλίων που έχουν εκδοθεί κυρίως στις Η.Π.Α. την τελευταία δεκαετία.

1.2 Αξιοπιστία της έρευνας

Τα μειονεκτήματα της συγκεκριμένης έρευνας που είναι ποιοτική και όχι ποσοτική είναι ότι επειδή το δείγμα είναι μικρό δεν είναι τόσο αξιόπιστα. Και αυτό συμβαίνει γιατί το φαινόμενο των fake news έχει εμφανισθεί εδώ και λίγα χρόνια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

1.1 Η ιστορική εξέλιξη ενός φαινομένου

Σε άρθρο του στην Wall Street Journal ο μεταφραστής του Ηρόδοτου, Tom Holland, στις 30-3-2017, με αφορμή την συμπλήρωση 2.500 χρόνων από την γέννηση του αρχαίου ιστορικού, ανέφερε πως γιορτάζουμε την επέτειο των 2.500 χρόνων από την δημιουργία των ψευδών ειδήσεων.

Στην εποχή της μετάδοσης της πληροφορίας σε απειροελάχιστο χρονικό διάστημα που ζούμε, ο κύριος σκοπός εξακολουθεί να είναι ο επηρεασμός και η διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Αυτό που έχει μεταβληθεί είναι η ταχύτητα διάδοσης της πληροφορίας, η ραγδαία αυξανόμενη συμμετοχή των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η άκριτη υιοθέτηση των ειδήσεων που τους παρέχονται.

Σε άρθρο της στην εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ η καθηγήτρια Φιλοσοφίας του ΕΚΠΑ Βάσω Κιντή σημειώνει «Το πρόθεμα μετα- (post)- πριν από τις λέξεις «αλήθεια» και «γεγονότα», σημαίνει δύο πράγματα: πρώτον, κάτι που έρχεται χρονικά μετά την αλήθεια ή το γεγονός και δεύτερον, κάτι που το ακολουθεί και συγχρόνως τα υπερβαίνει, τα καταργεί, τα προσπερνά ως ασήμαντα. Όταν λέμε, λοιπόν, «post – truth», ή «post - fact» politics, δηλαδή πολιτική της μετα- αλήθειας και του μετα-γεγονότος εννοούμε ότι κάνουμε πολιτική χωρίς να μας απασχολεί τι είναι αληθές και τι ψευδές, τι είναι γεγονός και τι όχι, ότι ζούμε και ενεργούμε χωρίς να μας ενδιαφέρει αυτός ο χαρακτηρισμός για τα πράγματα. Αυτή η περιφρόνηση της αλήθειας είναι πιο σοβαρό πρόβλημα από το να λες απλώς πολλά ψέματα».

Αν ανατρέξουμε σε ιστορικά παραδείγματα θα βρούμε πολλές περιπτώσεις εμφάνισης του φαινομένου των ψευδών ειδήσεων. Δε θα προβούμε σε αναφορά παραδειγμάτων που συνέβησαν σε παλαιότερες χρονολογίες. Μία σύντομη αναζήτηση στον παγκόσμιο ιστό στο διαδίκτυο θα εμφανίσει πολλά αποτελέσματα.

Το φαινόμενο των fake news και ο αντίκτυπός του διαδόθηκε σε ευρεία κλίμακα στις αρχές του 21^{ου} αιώνα. Αρχικά θα παραθέσουμε σύντομα περιπτώσεις fake news σε διάφορες χώρες παγκοσμίως και στη συνέχεια θα ασχοληθούμε με τις 2 πρόσφατες χρονικά σημαντικότερες περιπτώσεις επίδρασης των fake news: Τις Αμερικανικές προεδρικές εκλογές και το δημοψήφισμα στο Ηνωμένο Βασίλειο για την έξοδο ή μη από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Τέλος, θα αναφερθούμε στην επίδραση των fake news στην Ελληνική πολιτική σκηνή.

1.2 Τα Fake News στις Αμερικάνικες Προεδρικές Εκλογές

Η μετεξέλιξη της παραδοσιακής προπαγάνδας στην ψηφιακή εποχή των ψευδών ειδήσεων, συνδυάζεται με την μεγάλη έρευνα για τα fake news, που διεξήγαγε και δημοσίευσε η BuzzFeed News –παγκόσμια πλατφόρμα με ειδικότητα στα νέα μέσα και κοινωνικά δίκτυα και εκτός από ειδήσεις παράγει ταυτόχρονα οπτικοακουστικό υλικό, εφαρμογές κι έρευνες-, αναφορικά με το πιο ευρέως διαδεδομένο κοινωνικό μέσο δικτύωσης στον κόσμο το Facebook. Σύμφωνα με τα απίστευτα τρομακτικά αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας, τους τελευταίους 3 μήνες της προεκλογικής περιόδου των αμερικανικών προεδρικών εκλογών, η διασπορά και διακίνηση των fake news μέσω του Facebook ξεπέρασε την αντίστοιχη διακίνηση των κανονικών ειδήσεων. Τα στατιστικά της έρευνας αποδεικνύουν ότι στην αντιστοίχιση 20 πραγματικών ειδήσεων που αφορούσαν τις προεδρικές εκλογές και την διαφημιστική καμπάνια των υποψηφίων, οι οποίες μεταδόθηκαν από ειδησεογραφικούς μέσα παγκόσμιας εμβέλειας και αξιοπιστίας όπως οι NYTimes, Washington Post, Huffington Post, NBC News και στην αντιπαραβολή τους με 20 fake news – ψευδείς ειδήσεις που αφορούσαν την προεκλογική εκστρατεία και τους υποψηφίους, οι οποίες αναρτήθηκαν σε αναξιόπιστα ιστολόγια –links- και ιστοσελίδες, οι ψευδείς ειδήσεις είχαν συντριπτικά μεγαλύτερη αποδοχή, διαβάστηκαν από περισσότερους χρήστες του Facebook σε σχέση με τις αληθινές.

Από την πιο εξειδικευμένη ανάλυση της εν λόγω έρευνας, διαπιστώνεται η επιρροή της διασποράς και διακίνησης των ψευδών ειδήσεων στην διαμόρφωση του τελικού εκλογικού αποτελέσματος. Είναι αξιοσημείωτο ότι από τις 20 ψευδείς – κατασκευασμένες ψευδείς ειδήσεις, οι 17 ευνοούσαν τον Donald Trump είτε προκαλώντας βλάβη άμεσα στην Hillary Clinton, είτε προσδίδοντας στον ίδιο θετικά σημεία που δεν τα είχε στην πραγματικότητα. Επιγραμματικά μερικές από τις υπερβολικές ψευδείς ειδήσεις που έπαιξαν κυρίαρχο ρόλο στην προεκλογική εκστρατεία, ήταν πως η Hillary Clinton πωλούσε όπλα στον ISIS, ότι ο προηγούμενος πρόεδρος των Η.Π.Α. είχε πλαστό πιστοποιητικό γέννησης, ότι ο Πάπας υποστήριζε την εκλογή του Donald Trump, ότι η Hillary Clinton είχε αποκλειστεί από την ανάληψη οποιουδήποτε δημοσίου αξιώματος κλπ.

Είναι αξιοσημείωτο το ποιες μεθόδους χρησιμοποιούν οι δημιουργοί των fake news, ώστε να πετύχουν τον σκοπό τους και να μην μπορούν να τους ανακαλύψουν οι θεσμικοί παράγοντες και οι αρχές που είναι υπεύθυνες για την προστασία από τα fake news. Μετά τις Αμερικανικές προεδρικές εκλογές έγινε γνωστό ότι το κέντρο επιχειρήσεων και κατασκευής των fake news της πλευράς Trump στην προεκλογική

του εκστρατεία, βρισκόταν σε έναν server εγκατεστημένο στην FYROM (Πρώην Γιουγκοσλαβική Δημοκρατία της Μακεδονίας). Εκεί γινόταν η παραγωγή των fake news με τα οποία τροφοδοτούνταν η Αμερικανική κοινή γνώμη μέσω email – ηλεκτρονικό ταχυδρομείο- ιστοσελίδων και μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Ενδεικτική των μεθόδων και της στρατηγικής που ακολούθησε το επιτελείο του προέδρου Trump, η ομολογία του Ροντ Γουίλερ, συμβούλου του τηλεοπτικού δικτύου FOX News σε θέματα ασφαλείας, εφαρμογής του νόμου και της δικαιοσύνης, ο οποίος κατηγόρησε ευθέως το εν λόγω τηλεοπτικό δίκτυο ότι κατασκεύασε μία ψεύτικη ιστορία σχετική με την υπόθεση του Σεθ Ριτς, ενός εργαζόμενου στην Εθνική Επιτροπή του Δημοκρατικού Κόμματος, ο οποίος σκοτώθηκε από σφαίρες στα μέσα Ιουλίου του 2016, πολύ κοντά στο σπίτι του στην Ουάσιγκτον. Ενώ η έρευνα της Αστυνομίας κατέληξε στο πόρισμα ότι σκοτώθηκε κατά την διάρκεια ένοπλης ληστείας, πολλοί ιστότοποι και μέσα ενημέρωσης του Συντηρητικού Κόμματος, άφησαν να εννοηθεί ότι ίσως πρόκειται για πολιτική δολοφονία. Μάλιστα το ίδιο το μέσο ενημέρωσης, το Fox News, ανήρτησε στον ιστότοπό του άρθρο το οποίο επιβεβαίωνε αυτήν εικασία, βασιζόμενο σε δήθεν δηλώσεις του ίδιου του Ροντ Γουίλερ! Ο ίδιος ο Γουίλερ, ο οποίος αναγκάστηκε για να προστατευτεί από τις ψευδείς ειδήσεις, να προσφύγει στο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο του Μανχάταν, ανέφερε ξεκάθαρα ότι οι δηλώσεις του ήταν επινόηση του τηλεοπτικού δικτύου (σχετικό το δημοσίευμα στον Independent 1-8-2017).

Οι πολιτικοί αναλυτές των αποτελεσμάτων των Αμερικανικών Προεδρικών εκλογών, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η δημιουργία και η διασπορά των fake news από το επιτελείο του Trump ήταν μελετημένη στρατηγική και επιλογή του επιτελείου του. Τον βοήθησε να αντιληφθεί των πλειοψηφία των πολιτειών που είχαν αμφίρροπο εκλογικό αποτέλεσμα, και προκάλεσε την λεγόμενη «μυστική ψήφο» (Guardian άρθρο της Hannah Jane Parkinson).

Σύμφωνα με μελέτη του Πανεπιστημίου του Στάνφορντ των Hunt Allcott και Matthew Gentzkow, με τίτλο «Κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης και ψεύτικες ειδήσεις στις εκλογές του 2016», οι ψεύτικες ειδήσεις αναφέρονται σε ειδησεογραφικά άρθρα που είναι σκόπιμα και επαληθεύσιμα ψευδή και μπορούν να παραπλανήσουν τους αναγνώστες. Οι ψεύτικες ειδήσεις δεν περιλαμβάνουν ακούσια λάθη αναφοράς, φήμες που δεν έχουν κατασκευασθεί από μία συγκεκριμένη πηγή ειδήσεων, θεωρίες συνωμοσίας, σάτιρα που είναι απίθανο να ερμηνευθεί εσφαλμένα ως πραγματική, ψευδείς δηλώσεις των ίδιων των πολιτικών και αναφορές που είναι μεροληπτικές ή παραπλανητικές αλλά όχι κατασκευασμένες.

Οι δύο ερευνητές στην έρευνα τους προσπάθησαν να πετύχουν να διακρίνουν πόσο βαθιά ορισμένες από τις ψευδείς ειδήσεις- fake news – επηρέασαν τους Αμερικανούς ψηφοφόρους. Οι 1208 συμμετέχοντες στην έρευνα στα τέλη Νοεμβρίου, λίγο μετά τις Αμερικανικές Προεδρικές εκλογές, κλήθηκαν να απαντήσουν αν είχαν ακούσει διάφορες ειδήσεις που αντανάκλουν θετικά ή αρνητικά σε κάθε έναν από τους 2 υποψηφίους ανάμεσα από 3 κατηγορίες ειδήσεων.

Η 1^η κατηγορία ειδήσεων ήταν αληθινές ειδήσεις. Η 2^η κατηγορία ήταν ψευδείς ειδήσεις όπως αυτές εντοπίστηκαν από ιστότοπους ελέγχου όπως Snopes και Politifact. Η 3^η κατηγορία ειδήσεων δημιουργήθηκε από τους 2 ερευνητές. Ήταν πλαστές ψευδείς ειδήσεις. Οι 2 ερευνητές κατασκεύασαν μερικά πρωτοσέλιδα που ήταν τα είδη των ψεύτικων ιστότοπων που παράγουν ψευδείς ειδήσεις, αλλά δεν είχαν ποτέ δημοσιευτεί κατά την διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας.

Το ελπιδοφόρο των απαντήσεων των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι ότι οι περισσότεροι άνθρωποι δήλωσαν ότι άκουσαν και πίστεψαν τις αληθινές ειδήσεις και όχι τις ψευδείς ειδήσεις. Μόνο το 15,3% των ερωτηθέντων θυμήθηκε την αναφορά των ψευδών ειδήσεων και το 7,9% τις θυμήθηκε και τις πίστεψε.

Το πιο ενδιαφέρον σημείο της έρευνας είναι ότι τα ποσοστά αυτά είναι σχεδόν ταυτόσημα με τα ποσοστά των ανθρώπων που άκουσαν (14,1%) και πίστεψαν (8,3%) τις πλαστές ψευδείς ειδήσεις που δημιούργησαν οι 2 ερευνητές. Το αποτέλεσμα της έρευνας είναι μια ισχυρή ένδειξη για το πώς λειτουργούν οι καταναλωτές των ψευδών ειδήσεων. Είναι γνωστό πλέον ότι ψευδείς ειδήσεις διαμορφώνουν την άποψη των ανθρώπων για σημαντικές αποφάσεις. Το πιο σπουδαίο που χρήζει ιδιαίτερης αναφοράς είναι ότι το 8% του ενήλικου πληθυσμού είναι διατεθειμένο και πρόθυμο να πιστέψει οτιδήποτε μοιάζει πιθανό και ταιριάζει στις προκαταλήψεις των ανθρώπων για ήρωες και κακοποιούς στην πολιτική.

Ένα επίσης ενδιαφέρον συμπέρασμα που προέκυψε από την συγκεκριμένη έρευνα ότι αντίθετα με την επικρατούσα άποψη είναι ότι τα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης δεν είναι η πιο σημαντική πηγή εκλογικών ειδήσεων. Μόνο το 14% θεωρούσε αυτή την πηγή ως σημαντική. Η πιο σημαντική πηγή ειδήσεων ήταν σύμφωνα με το 23% η καλωδιακή τηλεόραση και το 19% θεωρούσε ως σημαντική πηγή την τηλεόραση.

Μετά την έρευνα ο Gentzkow δήλωσε ότι η ψεύτικη μνήμη είναι απίστευτα συσχετισμένη με τα ένστικτα και τις προκαταλήψεις των ανθρώπων. Το συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι οι ανθρώπινες μνήμες είναι ατελείς.

Καταλήγοντας το πιο ανησυχητικό συμπέρασμα της έρευνας είναι ότι οι πιο απλές δημιουργημένες πλαστές ψευδείς ειδήσεις διαμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο οι

άνθρωποι αντιλαμβάνονται τον κόσμο μας . Ένα κομμάτι του πληθυσμού διψάει για ειδήσεις που ταιριάζουν στις προκαταλήψεις τους και αυτή η διαδικασία εξελίσσεται στην εποχή των ψηφιακών μέσων ενημέρωσης με άγριο τρόπο , έτσι ώστε να ικανοποιηθεί αυτή η ζήτηση.

Η καθηγήτρια Κοινωνικών σπουδών Katie Quartuch στην διατριβή της για την παιδεία στα κοινωνικά μέσα αναφέρει ότι «όταν σκέφτομαι τον όρο fake news σκέφτομαι κυριολεκτικά τους ανθρώπους που πληρώνονται για να παράγουν ψεύτικες ειδήσεις για πολιτικό ή οικονομικό κέρδος».

Η ίδια μελέτη του Πανεπιστημίου του Στάνφορντ των Alcott και Gentzkow κατέληξε στο συμπέρασμα ότι τα fake news διαδραμάτισαν σπουδαίο ρόλο στην εκλογή του Προέδρου Trump. Οι ψευδείς ειδήσεις που διαδόθηκαν κατά κόρον και ανεπιφύλακτα υπέρ του Donald Trump, αναρτήθηκαν στο Facebook 30.000.000 φορές ενώ οι προ Κλίντον ψεύτικες ειδήσεις αναρτήθηκαν 7,6 εκατομμύρια φορές. Αυτό αντιστοιχεί σε 760 εκατομμύρια χρήσεις ενός χρήστη που επισκέπτεται το διαδίκτυο και διαβάζει μία ψεύτικη ιστορία, ή περίπου 3 ψεύτικες ιστορίες ανά Αμερικανό ενήλικα χρήστη.

Πολλοί σχολιαστές υποστήριξαν ότι ο Donald Trump, δεν θα είχε εκλεγεί αν δεν είχε κάνει χρήση των fake news και δεν είχε επηρεαστεί από αυτά η πρόθεση ψήφου των ψηφοφόρων. Το πόσο επηρεάστηκαν τα εκλογικά αποτελέσματα στις αμερικανικές προεδρικές εκλογές από τα fake news εξαρτάται από την σημασία που είχαν στην επιλογή των ψηφοφόρων σχετικά με την ψήφο τους. Σε πολλές περιπτώσεις το άκουσμα των fake news, έπαιξε πιο σημαντικό ρόλο από ένα τηλεοπτικό εκλογικό σποτ.

Η Angie Drobnic Holan σε άρθρο της στις 18-10-2017 στο Politifact, σημειώνει ότι ο Πρόεδρος Trump μέσα στο 2017 χρησιμοποίησε την φράση fake news 153 φορές. Παρά την έννοια του κατασκευασμένου περιεχομένου, οι αναλυτές διαφωνούν στο γεγονός ότι ο ορισμός όπως τον αποδίδει ο Donald Trump διαφέρει σημαντικά. Για παράδειγμα στις 1-10-2017 όταν ο τυφώνας Maria προξένησε μεγάλες καταστροφές στο Πουέρτο Ρίκο ο Donald Trump, με tweet του ανέφερε« έχουμε κάνει πολύ καλή δουλειά με την σχεδόν αδύνατη κατάσταση στο Πουέρτο Ρίκο», υπονοώντας έμμεσα ότι τα μέσα ενημέρωσης δεν του χρεώνουν θετικές ενέργειες. Σε ομιλία του

στην προεκλογική εκστρατεία στο Φοίνιξ της Αριζόνα, ενώπιον των υποστηρικτών του που ζητωκραύγαζαν, επιτέθηκε ευθέως κατά των δημοσιογράφων λέγοντας«**Οι δημοσιογράφοι είναι πραγματικά ανέντιμοι άνθρωποι. Και όχι όλοι. Έχετε μερικούς πολύ καλούς δημοσιογράφους. Αλλά οι περισσότεροι είναι ανέντιμοι άνθρωποι και νομίζω ότι δεν τους αρέσει η χώρα μας. Οι μόνοι άνθρωποι που δίνουν μια πλατφόρμα για να μισούν ομάδες είναι τα ίδια τα μέσα ενημέρωσης και τα fake news.....»**

Σύμφωνα με την Angie Drobnic Holan στο ίδιο άρθρο, οι στόχοι του Donald Trump για τις ψεύτικες ειδήσεις είναι κυρίως οι New York Times, με 12 αναφορές, το CNN με 23 αναφορές, το NBC με 19 αναφορές και η Washington Post με 8 αναφορές. Η καθηγήτρια Κοινωνικών Επιστημών δήλωσε ότι«**Νομίζω ότι ο Πρόεδρος Trump ήταν ευαίσθητος σε ένα συναίσθημα που διακατείχε πολλούς Αμερικανούς πολίτες ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ήταν ελιτίστικα και αριστερά και χρησιμοποίησε αυτό το συναίσθημα για να ενισχύσει το χάσμα της εμπιστοσύνης μεταξύ πολιτών και δημοσιογράφων.....»**

«Πιστεύω ότι ο Πρόεδρος Trump βλέπει τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης ως εχθρό του. Επειδή υπάρχουν συνεχώς αρνητικές ειδήσεις που τον αφορούν δεν του αρέσει η είδηση» δήλωσε η Christine Reichard. Δεδομένης της Προεδρικής του ιδιότητας η γνώμη του για τα μέσα μαζικής ενημέρωσης επηρεάζει και τις απόψεις των πολιτών.

Σύμφωνα με δημοσκόπηση του 2017, το 46% των ψηφοφόρων πιστεύει ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης κατασκευάζουν ειδήσεις σχετικά με τον Trump και την προεδρία του, το 37% πιστεύει ότι δεν το κάνουν και το 17% είναι αναποφάσιστο. Αναφορικά με την πολιτική τοποθέτηση των συμμετεχόντων στην δημοσκόπηση, το 76% των Ρεπουμπλικάνων ψηφοφόρων πιστεύει ότι τα Μέσα Ενημέρωσης έχουν εφεύρει fake news για τον Trump μαζί με το 20% των Δημοκρατικών ψηφοφόρων και το 44% των Ανεξάρτητων. Στους δε ψηφοφόρους που υπερθεματίζουν ως προς το έργο του νυν Προέδρου , το 85% πιστεύει ότι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης κατασκευάζουν ειδήσεις για τον Trump και την Διοίκησή του.

Το 2017 σε μελέτη που πραγματοποίησε το Pew Research Center σε περισσότερες από 3.000 ιστορίες σε 24 μέσα ενημέρωσης, κατά την διάρκεια των πρώτων 100 ημερών διακυβέρνησης του Προέδρου Trump διαπίστωσε ότι το 54% των ειδήσεων που περιείχε κάθε ένα από τα tweets του Donald Trump, δημιουργούσε αρνητική εκτίμηση των λέξεων ή των ενεργειών του ή μια άμεση απόρριψη του ίδιου του tweet του. Συνολικά το 44% όλων των ειδήσεων που δημιουργήθηκαν τις πρώτες 100 ημέρες της Προεδρίας του Trump περιείχαν αρνητική εκτίμηση. Οι συντηρητικοί ψηφοφόροι

μπορούν να το εκλάβουν ως παράδειγμα φιλελεύθερης μεροληψίας στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, που επηρεάζουν την ικανότητα των δημοσιογράφων στο να κρίνουν δίκαια τον Trump, ενώ οι φιλελεύθεροι μπορεί να περιγράψουν αυτές τις αναφορές ως τον έλεγχο των γεγονότων από τον Trump.

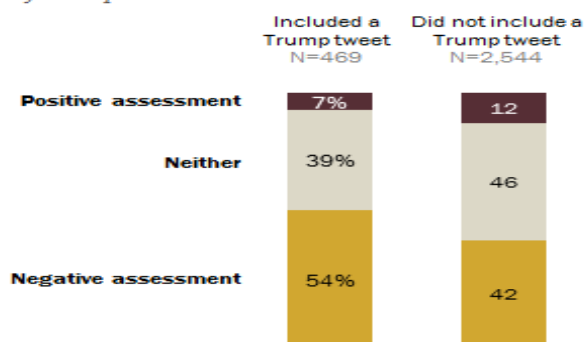
Στην συγκεκριμένη μελέτη έχει ιδιαίτερη σημασία να αναφερθούμε συνοπτικά στο πως διενεργήθηκε. Διεξήχθη σε δύο μέρη: Την κύρια ανάλυση και μια δευτερογενή συγκριτική ανάλυση. Όσον αφορά την κύρια ανάλυση μελέτησε ιστορίες για τον πρόεδρο και την διοίκησή του από ένα σύνολο ψηφιακών και ραδιοτηλεοπτικών μέσων (το πρωταρχικό δείγμα). Για να γίνει σύγκριση μεταξύ των ενεργειών διοίκησης, η συγκριτική ανάλυση απομόνωνε ενέργειες από περιορισμένο σύνολο για μικρότερη χρονική περίοδο (το δείγμα σύγκρισης).

Το πρωταρχικό δείγμα ενσωμάτωσε ειδήσεις από ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς, ψηφιακές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες και την ψηφιακή παρουσία ραδιοτηλεοπτικών σταθμών και εφημερίδων. Για την επιλογή του δείγματος συλλέχθηκαν ειδήσεις από τα τρία βασικά καλωδιακά δίκτυα ειδήσεων (FOX, CNN, MSNBC), τρία μεγάλα εμπορικά δίκτυα μετάδοσης (ABC, CBS, NBC), και ραδιοφωνικές εκπομπές από το NPR και το Rush Limbaugh και Sean Hannity. Οι ερευνητές μελέτησαν τα τέσσερα προγράμματα ειδήσεων σε κάθε καλωδιακό δίκτυο από τις 7μμ έως τις 11μμ. Από τα δίκτυα ABC, CBS, NBC, μελέτησαν μόνο τις νυχτερινές ειδήσεις κάθε δεύτερη μέρα και κάθε εβδομάδα την εκπομπή ενός δικτύου. Όσον αφορά τις εκπομπές του ραδιοφώνου συμπεριλήφθηκε στο δείγμα κάθε εκπομπή του Rush Limbaugh και του The Sean Hannity Show. Αντίστοιχα οι ψηφιακές ιστοσελίδες επιλέχθηκαν μέσω μίας διαδικασίας η οποία χρησιμοποίησε δεδομένα comScore -βάση δεδομένων μέτρησης και τμηματοποίησης κοινού- για να καθορίσει το μέσο μηνιαίο κοινό των ιστότοπων. Τέλος, όσον αφορά τους ψηφιακούς ιστότοπους έντυπων εφημερίδων επελέγησαν 5 εφημερίδες με κριτήριο την κυκλοφορία τους: NY Times, USA Today, Washington Post, Wall Street Journal και Los Angeles Times.

Ερχόμενοι στο συγκριτικό δείγμα, αυτό επικαλύπτει για το 2017 τα δείγματα που χρησιμοποιήθηκαν σε άλλες μελέτες του Pew Research Center που διεξήχθησαν στις αρχές της προεδρίας των Πρώην Προέδρων των ΗΠΑ Bill Clinton , George Bush και Barack Obama. Το δείγμα αυτό αποτελείται από 7 μέσα μαζικής ενημέρωσης - δύο εφημερίδες, ένα περιοδικό ειδήσεων και 4 εκπομπές – προκειμένου να επαναληφθούν αυτές οι προηγούμενες μελέτες. Το χρονικό διάστημα ήταν 21 Ιανουαρίου έως 21 Μαρτίου 2017. Το διάστημα αυτό καλύπτει τις πρώτες 60 ημέρες της προεδρίας του Donald Trump.

Stories with Trump tweets more likely to have negative assessment of Trump/administration

% of Trump administration stories that had an overall ...



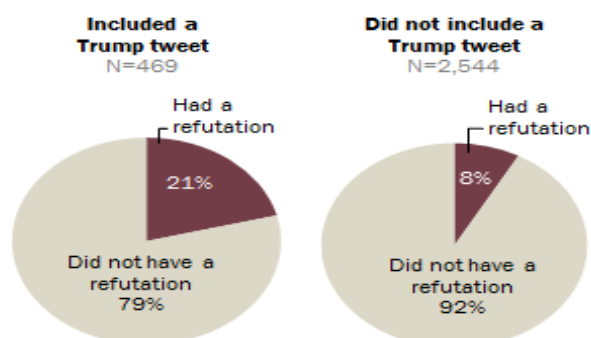
Note: Stories coded as positive had at least twice as many positive as negative statements; negative stories had at least twice as many negative as positive statements. All other stories coded as neither. Source: Pew Research Center content analysis of news stories from national newspaper websites, radio, cable and network broadcasts and websites, and digital outlets about President Trump or his administration, Jan. 21-April 30, 2017 (Monday-Friday).

PEW RESEARCH CENTER

Διάγραμμα 1.2.1: Κατανομή των tweets που αναφέρονται στη διακυβέρνηση του Προέδρου Donald Trump σχετικά με το περιεχόμενό τους (θετικό, αρνητικό ή ουδέτερο).

Stories that included Trump tweets more than twice as likely to refute statement by Trump/administration

% of Trump administration stories that refuted a Trump/administration statement



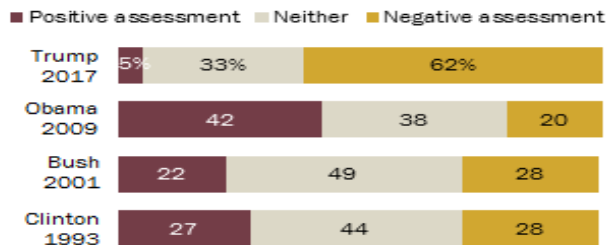
Source: Pew Research Center content analysis of news stories from national newspaper websites, radio, cable and network broadcasts and websites, and digital outlets about President Trump or his administration, Jan. 21-April 30, 2017 (Monday-Friday).

PEW RESEARCH CENTER

Διάγραμμα 1.2.2: Κατανομή των ιστοριών που αναφέρονται στη διακυβέρνηση του Προέδρου Donald Trump σχετικά με το εάν περιέχουν κάποιο tweet του ίδιου του προέδρου ή όχι.

Coverage of Trump delivered greater share of negative assessments than coverage of previous presidents

% of stories about each presidency that had an overall...



Note: Stories coded as positive had at least twice as many positive as negative statements; negative stories had at least twice as many negative as positive statements. All other stories are coded as neither. Not shown: 1% of stories in 1993 and 2001 that were coded as satire. Numbers may not add up to 100% because of rounding. 2017 N=326 stories.

Source: Pew Research Center content analysis of news stories from national print newspapers, Newsweek, and network TV shows covering the first 60 days of each administration.

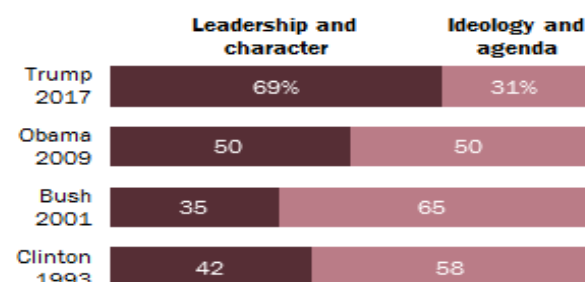
"Covering President Trump in a Polarized Media Environment"

PEW RESEARCH CENTER

Διάγραμμα 1.2.3: Κατανομή των tweets και των δημοσιευμάτων που αναφέρονται στη διακυβέρνηση του Προέδρου Donald Trump καθώς και προηγούμενων προέδρων των Η.Π.Α. σχετικά με το περιεχόμενό τους (θετικό, αρνητικό ή ουδέτερο).

Coverage in 2017 was framed much more around leadership and character than in the past

% of stories about each presidency that were framed as...



Note: In previous years, character and leadership frames were separate. 2017 N=326 stories.

Source: Pew Research Center content analysis of news stories from national print newspapers, Newsweek, and network TV shows covering the first 60 days of each administration.

"Covering President Trump in a Polarized Media Environment"

PEW RESEARCH CENTER

Διάγραμμα 1.2.4: Κατανομή του περιεχομένου των tweets και των δημοσιευμάτων που αναφέρονται στους τελευταίους προέδρους των Η.Π.Α. σε σχέση με τις ηγετικές τους ικανότητες καθώς και την πολιτική τους ατζέντα.

1.3 Τα Fake News στο Βρετανικό Δημοψήφισμα - Brexit

Η χρονική συγκυρία και το κλίμα μέσα στο οποίο διενεργήθηκε το Brexit, το δημοψήφισμα για την αποχώρηση του Ηνωμένου Βασιλείου από την Ευρωπαϊκή Ένωση οδήγησε πολλούς αναλυτές στην άμεση σύνδεση της συμβολής των fake news και του post - truth με το αντίστοιχο παράδειγμα του εκλογικού αποτελέσματος στις αμερικανικές προεδρικές εκλογές. Ο πολιτικός αναλυτής του Independent Andrew Grice, σε άρθρο του με τίτλο «Οι ψευδείς ειδήσεις παρέδωσαν το δημοψήφισμα σε αυτούς που ήθελαν την έξοδο και τώρα δεν έχουν ιδέα τι να κάνουν», αναφέρει ότι με φροντίδα του αρχηγού του λαϊκίστικου κόμματος Ανεξαρτησίας Nigel Farage, τοποθετήθηκαν αφίσες σε δημόσιους χώρους, με ψευδές περιεχόμενο τον αριθμό των μεταναστών που εισέρχονται ή που αναμένεται να εισέλθουν στην χώρα τα επόμενα χρόνια, για την μαζική είσοδο Τούρκων εγκληματιών στο Ηνωμένο Βασίλειο. Η καμπάνια αυτή κορυφώθηκε με την ανάρτηση αφισών που αναφέρονταν στο υποτιθέμενο κέρδος των 350 εκ. λιρών την εβδομάδα που θα αποκόμιζε το Εθνικό Σύστημα Υγείας αν αποχωρούσε από την Ευρωπαϊκή Ένωση -ένα καταφανές ψέμα που ομολόγησε δημόσια ο ίδιος ο Farage μετά την διενέργεια του δημοψηφίσματος-.

Όπως αναφέρει ο Guardian σε άρθρο του στις 14-11-2017 βρέθηκαν περισσότεροι από 400 ψεύτικοι λογαριασμοί στο Twitter που λειτουργούσαν στην Αγία Πετρούπολη της Ρωσίας και δημοσίευαν ειδήσεις για το Brexit.

Οι ερευνητές του Πανεπιστημίου του Εδιμβούργου εντόπισαν 419 λογαριασμούς του Twitter, που λειτουργούσαν από το Ρωσικό Ινστιτούτο Έρευνας (IRA), προσπαθώντας να επηρεάσουν την πολιτική του Ηνωμένου Βασιλείου. Ένας από αυτούς τους ψεύτικους λογαριασμούς επιχείρησε να διασπείρει το αντι-ισλαμικό συναίσθημα κατά την διάρκεια της τρομοκρατικής επίθεσης της γέφυρας του Westminster τον Μάρτιο, αναρτώντας μία ψεύτικη θέση που ισχυριζόταν ότι μία Μουσουλμάνα γυναίκα αγνοούσε τα θύματα της επίθεσης. Ένας ισχυρισμός που προβλήθηκε πολύ από μέσα ενημέρωσης όπως η εφημερίδα The Sun.

Στα αρχεία των ψεύτικων ρωσικών λογαριασμών περιλαμβάνονταν άνθρωποι που ισχυρίζονταν ότι ήταν ένας βετεράνος του Ναυτικού των Η.Π.Α., ένας Ρεμπουπλικανός από το Τενεσσί των ΗΠΑ και ένας πατριώτης από το Τέξας – όλοι τους ανήρτησαν tweets υπέρ του Brexit.

Σε μία πολύ πρόσφατη έρευνα που διενεργήθηκε τον Μάιο του 2018 από τον φορέα National Bureau of Economic Research και τους Yuriy Gorodnichenko, Tho Pham και Oleksandr Talavera σχετικά με την επίδραση της διάδοσης των πληροφοριών στα μέσα

κοινωνικής δικτύωσης κατά την διάρκεια σημαντικών πολιτικών γεγονότων , όπως το Brexit και οι Αμερικανικές Προεδρικές εκλογές, προέκυψαν σημαντικά νέα ευρήματα. Χρησιμοποιήθηκαν δύο τύποι παραγόντων κοινωνικών μέσων: Οι πραγματικοί – ανθρωπinoι – χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και κοινωνικοί bots (αλγόριθμοι υπολογιστών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή αυτοματοποιημένου περιεχομένου. Θεωρήθηκαν αυτά τα bots ως πηγή διακύμανσης των συνόλων πληροφοριών των ανθρώπων και μελετήθηκε πως αυτές οι πληροφορίες επηρεάζουν τους ανθρώπους, τον τρόπο με τον οποίο μεταδίδονται στους ανθρώπους και πως το συναίσθημα των μηνυμάτων των bots επηρεάζει τους ανθρώπους.

Ακολουθούν τα γραφήματα για την χρήση του twitter και την ανταλλαγή των πληροφοριών τόσο ενόψει του δημοψηφίσματος του Brexit όσο και αναφορικά με τις Αμερικανικές Προεδρικές εκλογές.

Αλληλεπίδραση μεταξύ των bots και των ανθρώπων στην διάδοση πληροφοριών:

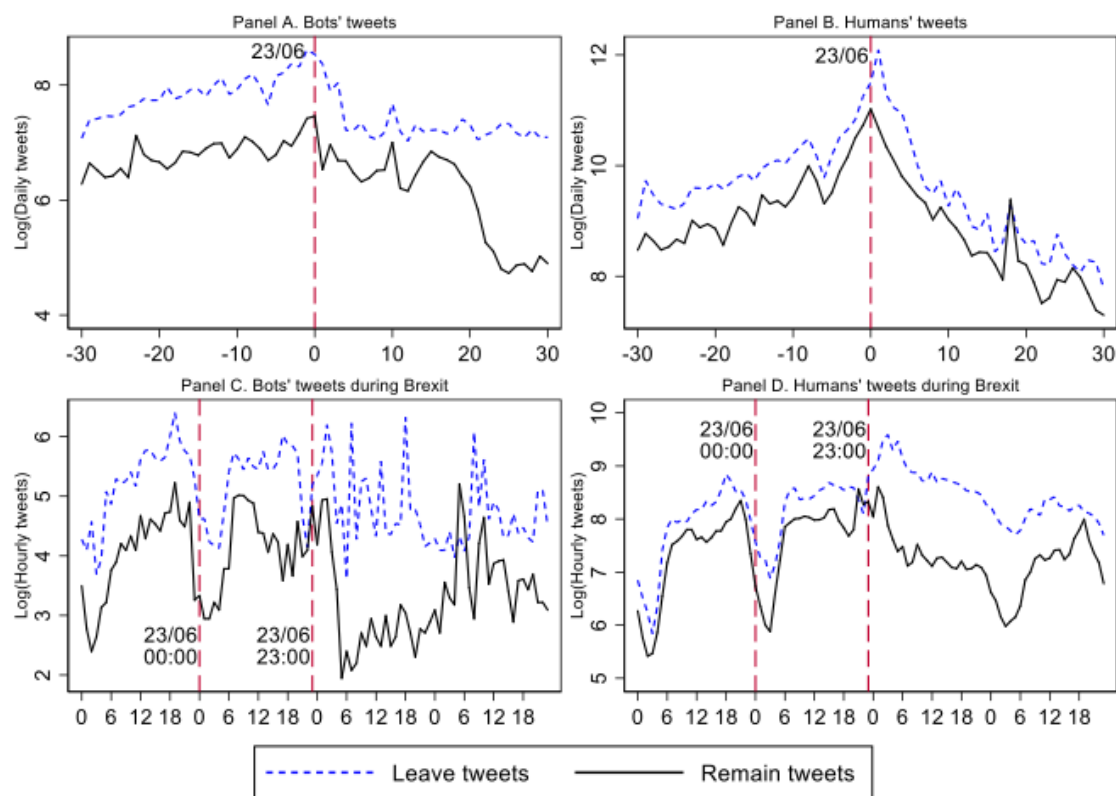
Στην εμπειρική ανάλυση, χρησιμοποιήθηκαν οι ιδιότητες του Twitter καθώς και τα τυποποιημένα εργαλεία της ανάλυσης των χρονοσειρών για να μελετηθεί η αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών του Twitter με διαφορετικές απόψεις όσον αφορά την διάδοση των πληροφοριών. Συγκεκριμένα, οι πληροφορίες σχετικά με το Brexit και τις προεδρικές εκλογές των ΗΠΑ το 2016 διαδίδονται και απορροφώνται μεταξύ των χρηστών του Twitter εντός διαστήματος 50-70 λεπτών. Ο βαθμός αλληλεπίδρασης μεταξύ των χρηστών είναι μεταβλητός. Για παράδειγμα, οι οπαδοί της παραμονής στην Ε.Ε. στο δημοψήφισμα για το Brexit απαντούν πιο έντονα και ταχύτερα στα μηνύματα που δημιουργούνται από τους άλλους υποστηρικτές της παραμονής στην Ε.Ε. σε σύγκριση με τα μηνύματα από τους υποστηρικτές της εξόδου από την Ε.Ε.

Επίσης, παρατηρούμε τον σημαντικό αντίκτυπο των bots στην ανθρώπινη δραστηριότητα ανάρτησης tweets. Για παράδειγμα ένα bot που υποστηρίζει την καμπάνια – Έξοδος- έχει ισχυρότερη επίδραση σε έναν υποστηρικτή της Εξόδου παρά σε έναν υποστηρικτή της παραμονής. Μια περαιτέρω ανάλυση δείχνει ότι το συναίσθημα των tweets παίζει σημαντικό ρόλο στον τρόπο διάδοσης των πληροφοριών – ένα μήνυμα με θετικό ή αρνητικό συναίσθημα δημιουργεί ένα άλλο μήνυμα με το ίδιο συναίσθημα.

Με δεδομένο ότι το twitter και τα άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορεί να δημιουργήσουν μια αίσθηση δημόσιας συναίνεσης ή υποστήριξης, θα μπορούσαν πράγματι να επηρεάσουν τις απόψεις των πολιτών με νέους τρόπους. Τα κοινωνικά bots θα μπορούσαν να διαδώσουν και να επηρεάσουν αρνητικά πληροφορίες και συνολικά την γνώμη των ανθρώπων για ένα συγκεκριμένο θέμα. Δεν προκαλεί έκπληξη ότι τα

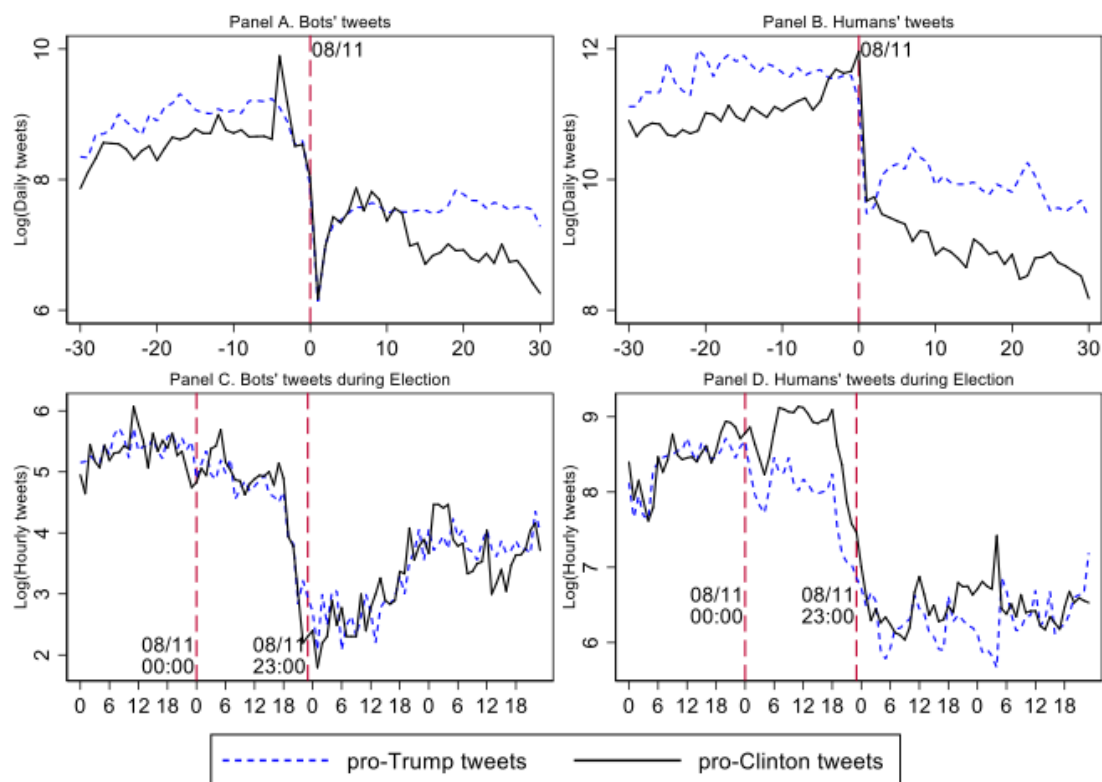
bots που χρησιμοποιήθηκαν κατά την διάρκεια των δύο μεγάλων αυτών πολιτικών γεγονότων και επηρέασαν τους ψηφοφόρους, έχουν συμβάλει σημαντικά στα αποτελέσματα τόσο του Brexit όσο και στις Αμερικανικές Προεδρικές εκλογές.

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν, δημιουργούν μια σειρά από ερωτήματα σχετικά με το ότι οι πολιτικοί αναλυτές και οι υπεύθυνοι της σχεδίασης της πολιτικής στρατηγικής, θα πρέπει να ανακαλύψουν μηχανισμούς για την πρόληψη της κατάχρησης των bots. Προφανώς η ρύθμιση της ροής των πληροφοριών είναι μια εξαιρετικά λεπτή λειτουργία σε μία δημοκρατική κοινωνία που χαρακτηρίζεται από διαφορετικές απόψεις και ανοχή για την ποικιλομορφία των απόψεων.



Διάγραμμα 1.3.1: Δυναμική των tweets που σχετίζονται με το Brexit και δημιουργήθηκαν από ανθρώπους και από bots.

Υποσημείωση: Αυτή η εικόνα δείχνει την δυναμική των tweets που δημιουργήθηκαν από τους bots (Πίνακες A και C) και τους ανθρώπους (Πίνακες B και D) για το δείγμα του Brexit. Ο χρόνος (οριζόντιος άξονας) στα πλαίσια A και B αναφέρεται στις 30 ημέρες πριν και μετά την ημέρα του δημοψηφίσματος, ενώ ο χρόνος (οριζόντιος άξονας) στα πλαίσια C και D παρουσιάζει ώρες ημερών γύρω από το συμβάν. Η διακεκομμένη μπλε γραμμή και η συμπαγής μαύρη γραμμή δείχνουν τους όγκους των tweets που υποστηρίζουν την αποχώρηση και την παραμονή στην Ε.Ε. αντίστοιχα.



Διάγραμμα 1.3.2: Δυναμική των tweets που σχετίζονται με τις Αμερικάνικες Προεδρικές Εκλογές του 2016 και δημιουργήθηκαν από ανθρώπους και από bots.

Υποσημείωση: Αυτή η εικόνα δείχνει την δυναμική των tweets που δημιουργήθηκαν από τους bots (Πίνακες A και C) και τους ανθρώπους (Πίνακες B και D) για το αμερικάνικο εκλογικό δείγμα. Ο χρόνος (οριζόντιος άξονας) στα πλαίσια A και B αναφέρεται στις 30 ημέρες πριν και μετά την ημέρα των εκλογών, ενώ ο χρόνος (οριζόντιος άξονας) στα πλαίσια C και D παρουσιάζει ώρες ημερών γύρω από το συμβάν. Η διακεκομμένη μπλε γραμμή και η συμπαγής μαύρη γραμμή δείχνουν τους όγκους των tweets pro-Trump και pro-Clinton αντίστοιχα.

1.4 Η Ελληνική Οικονομική Κρίση και τα Fake News

Με την έναρξη της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα από το 2010 και μετά, όταν άρχισαν να γίνονται αισθητές οι οικονομικές επιπτώσεις και επιβαρύνσεις από τα μέτρα λιτότητας και τις περικοπές που επέβαλαν όλες οι κυβερνήσεις, παρατηρείται η ανάπτυξη ενός μεγάλου κύματος λαϊκισμού. Πολιτικές δυνάμεις από το σύνολο του πολιτικού φάσματος τόσο αριστερά όσο και δεξιά, προτάσσοντας οξύ πολιτικό λόγο, επιχειρούν να εισπράξουν πολιτικά την κοινωνική αγανάκτηση και δυσφορία από τα οικονομικά μέτρα.

Στην προσπάθειά τους αυτή για να έχουν πολιτικό όφελος, οι συγκεκριμένες πολιτικές δυνάμεις ανέπτυξαν θεωρίες μετα – αλήθειας (post-truth) επιχειρώντας να

χειραγωγήσουν τον θυμό των πολιτών σε δύο κυρίως επίπεδα: 1) Στην άμεση απόδοση ευθυνών για την οικονομική κρίση σε συγκεκριμένους πολιτικούς αντιπάλους και «διεθνείς κύκλους», φτάνοντας πολλές φορές στο συμπέρασμα ότι η κρίση ήταν τεχνητή και προκλήθηκε από τον τρόπο ανάγνωσης των στατιστικών στοιχείων των Δημοσίων Οικονομικών και 2) στην δημιουργία κλίματος κοινωνικής εξαθλίωσης, προκειμένου να δικαιολογηθούν ακραίες πολιτικές ενέργειες και συμπεριφορές που θα μεγιστοποιούσαν την επιρροή ακραίων πολιτικών δυνάμεων.

Στα πλαίσια του 1^{ου} επιπέδου διακρίνουμε την εμφάνιση θεωριών μετά – αλήθειας, όπως του σεναρίου που ανέπτυξε με δηλώσεις του στη Βουλή ο πρόεδρος των ANEL Πάνος Καμμένος. Σύμφωνα με αυτό επιχείρησε να συνδέσει τον Ανδρέα Α. Παπανδρέου, αδερφό του πρώην Πρωθυπουργού της χώρας Γεωργίου Α. Παπανδρέου με εταιρία η οποία κερδοσκοπήσε από την πώληση ασφαλιστρών κινδύνου –CDS- σε Ελληνικά ομόλογα κατά την προκήρυξη διενέργειας δημοψηφίσματος τον Νοέμβριο του 2011, το οποίο τελικά αναβλήθηκε. Ανέφερε σχετικά ο κ. Καμμένος«Γίνεται έρευνα από την Ευρωπαϊκή Ένωση για τα κερδοσκοπικά παιχνίδια με το δημοψήφισμα. Ποιοι ήταν αυτοί που έπαιζαν με τα νομίσματα; Μήπως ήταν μία Τράπεζα η “DEXIA” για την οποία κατέθεσα πριν δέκα μέρες στη Βουλή ότι τη διαχείριση του χαρτοφυλακίου της έχει η εταιρία “UNIGESTION”, στην οποία δουλεύει ο αδερφός του τέως πρωθυπουργού του κ. Παπανδρέου;».

Για την συγκεκριμένη αναφορά, ο κ. Α.Α. Παπανδρέου κατέθεσε δύο αγωγές κατά του κ. Καμμένου, οι οποίες εκδικάστηκαν δύο χρόνια αργότερα στο Πολυμελές Πρωτοδικείο Αθηνών, το οποίο κατέρριψε πλήρως τους ισχυρισμούς του κ. Καμμένου ως ψευδείς, επιβάλλοντας του ταυτόχρονα την καταβολή χρηματικής αποζημίωσης για την αποκατάσταση της ηθικής βλάβης στον κ. Α. Παπανδρέου.

Ένα ακόμη σημαντικό παράδειγμα στο πλαίσιο του 1^{ου} επιπέδου και σχέση με την μετάθεση ευθυνών της οικονομικής κρίσης σε εγχώριους και διεθνείς κύκλους είναι η περίπτωση των αναθεωρημένων στοιχείων του Δημοσιονομικού ελλείμματος της Ελλάδος, τα οποία κατέθεσε στα Ευρωπαϊκά Όργανα τον Οκτώβριο του 2010 ο Πρόεδρος της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ανδρέας Γεωργίου, ο οποίος είχε αναλάβει καθήκοντα τον Αύγουστο του ίδιου έτους. Τόσο η μέθοδος που ακολούθησε η ΕΛΣΤΑΤ, όσο και τα στοιχεία που αναθεωρήθηκαν, επικυρώθηκαν από όλους τους διεθνείς οργανισμούς και κοινοτικούς φορείς, έγιναν αποδεκτά δε από όλες τις Ελληνικές Κυβερνήσεις μέσω της ψήφισης των προγραμμάτων διάσωσης – μνημονίων από την Ελληνική Βουλή. Παρόλα αυτά ο Πρόεδρος της ΕΛΣΤΑΤ διασύρθηκε από την Ελληνική Δικαιοσύνη, καθώς θεωρήθηκε ύποπτος κατασκευής ψευδών στοιχείων, ώστε

η Ελλάδα να επιβαρυνθεί με επιπλέον δανεισμό και να υποχρεωθεί στην ψήφιση μνημονίων. Οι κατηγορίες σε βάρος στηρίχθηκαν αποκλειστικά σε καταγγελίες της κ. Ζωής Γεωργαντά, πρώην μέλους του ΔΣ της ΕΛΣΤΑΤ.

Αντίστοιχο παράδειγμα στο πλαίσιο του 2^{ου} επιπέδου, της δημιουργίας δηλαδή κλίματος κοινωνικής εξαθλίωσης, υπάρχει ένα ενδεικτικό περιστατικό διασποράς ψευδούς είδησης για την κινητοποίηση του θυμού της κοινής γνώμης. Τον Οκτώβριο του 2011 δημοσιεύεται σε αρκετές ανώνυμες και επώνυμες ιστοσελίδες περιθωριακές στην πλειοψηφία τους, μία είδηση χωρίς τεκμηρίωση, πως υπήρξε περιστατικό λιποθυμίας μαθητή σε σχολείο της Αθήνας λόγω ασιτίας. Δεν υπήρχε η παραμικρή αναφορά στο όνομα του σχολείου, στην περιοχή που βρίσκεται, το όνομα και την ηλικία του μαθητή. Ως αποτέλεσμα αυτής της είδησης προαναγγέλθηκε η διοργάνωση συγκεντρώσεων διαμαρτυρίας. Την ίδια ημέρα το Ελληνικό Υπουργείο Παιδείας εξέδωσε ανακοίνωση, με την οποία διέψευδε την ψεύτικη είδηση, καθώς όπως εξηγούσε στην ανακοίνωση δεν υπήρξε καμία επίσημη ή έστω ανεπίσημη αναφορά σε οποιαδήποτε διοικητική υπηρεσία ή φορέα Παιδείας ή Υγείας τέτοιου γεγονότος. Η ψεύτικη όμως είδηση είχε πετύχει τον στόχο της: η ανάδειξη της κοινωνικής εξαθλίωσης σε μία χώρα που τα παιδιά λιποθυμούν στα σχολεία από την πείνα.

Σύμφωνα με στοιχεία από το Ευρωβαρόμετρο που παρουσιάστηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και συγκεκριμένα από την Επίτροπο Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας Μαρίγια Γκαμπριέλ, σε έρευνα που διενεργήθηκε στους Ευρωπαίους πολίτες, οι Έλληνες είναι εκείνοι που στην Ευρωπαϊκή Ένωση εμπιστεύονται λιγότερο σε σχέση με τους υπόλοιπους Ευρωπαίους τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, όπως την τηλεόραση, το ραδιόφωνο και τα έντυπα μέσα. Αντίθετα εμπιστεύονται περισσότερο τα μέσα ενημέρωσης που διαχέουν τα fake news, τις online πλατφόρμες και τα κοινωνικά δίκτυα. Μόλις 4 στους 10 Έλληνες εμπιστεύονται την τηλεόραση σε αντίθεση με τους 7 στους 10 Ευρωπαίους. Ενδεικτικά σε ποσοστά οι Ευρωπαίοι εμπιστεύονται την ενημέρωση που τους παρέχει το ραδιόφωνο σε ποσοστό 70%, η τηλεόραση σε ποσοστό 68% και τα έντυπα ΜΜΕ σε ποσοστό 74%. Στην Ελλάδα τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 57% (ραδιόφωνο), 40% (τηλεόραση) και 51% (έντυπα μέσα). Ως συμπέρασμα προκύπτει ότι οι Έλληνες είμαστε περισσότερο ευάλωτοι στα fake news (άρθρο Καθημερινής 14-3-2018).

Τέλος, στην γειτονική μας χώρα FYROM με αφορμή το κρίσιμο δημοψήφισμα της 30^{ης} Σεπτεμβρίου για την Συμφωνία των Πρεσπών που υπεγράφη πρόσφατα μεταξύ της χώρας και της Ελλάδος, έχει τεθεί στην ημερήσια διάταξη το θέμα των fake news. Εκφράζονται φόβοι στο εσωτερικό των Σκοπίων, ότι το επόμενο διάστημα θα υπάρξει

κλιμάκωση στην παραπληροφόρηση και στην διοχέτευση ψευδών ειδήσεων, ώστε να υπονομευθεί το δημοψήφισμα.

Δεδομένου ότι στην γειτονική χώρα υπάρχει και η τεχνογνωσία. Στο πρόσφατο παρελθόν και συγκεκριμένα το χρονικό διάστημα των Αμερικανικών προεδρικών εκλογών του 2016, στήθηκε από την ΠΓΔΜ μια βιομηχανία fake news μέσω ντόπιων διαχειριστών δεκάδων ιστοσελίδων και πολλών ψεύτικων λογαριασμών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με στόχο να πληγεί η υποψήφια των Δημοκρατικών Χίλαρι Κλίντον. Ο τότε πρωθυπουργός των Σκοπίων Νίκολα Γκρούεφски και η ηγεσία του κόμματος VMRO - DPMNE, εκτός από τις εκτεταμένες τηλεφωνικές παρακολουθήσεις, είχαν στήσει και μία βιομηχανία διαβολής μέσω πληθώρας ιστοσελίδων με «άγνωστους» διαχειριστές, με στόχο να πλήξουν το κίνημα της «πολύχρωμης επανάστασης» -το κίνημα διαμαρτυρίας και αμφισβήτησης που αναπτύχθηκε την άνοιξη του 2016 στα Σκόπια κατά της τότε κυβέρνησης VMRO - DPMNE, κατά την διάρκεια του οποίου χρησιμοποιούνταν η πρακτική της ρίψης μωγιάς εναντίον Δημόσιων κτιρίων και κιτς αρχαιοελληνικών κτιρίων-. Το θέμα των fake news απασχόλησε εντός της εβδομάδας και την συνάντηση που είχε στις Η.Π.Α. ο Υπουργός Εξωτερικών της ΠΓΔΜ Νίκολα Ντιμιτρόφ, με τον βοηθό Υφυπουργό Εξωτερικών των Η.Π.Α., αρμόδιο για τις Ευρωπαϊκές υποθέσεις, Γουές Μίτσελ, με τον τελευταίο να υπόσχεται σχετική υποστήριξη. Όσοι παρακολουθούν τις εξελίξεις στις χώρες των Βαλκανίων γνωρίζουν ότι υπάρχει σε αυτές τις περιοχές περισσότερο από τις άλλες περιοχές της Ευρώπης, πρόσφορο έδαφος για θεωρίες συνωμοσίας και fake news. Σε σχετικές εκθέσεις η ΠΓΔΜ έρχεται τελευταία, ως η πλέον ευάλωτη, κάτω από την Τουρκία, ανάμεσα σε έναν κατάλογο 35 Ευρωπαϊκών χωρών. Στον ίδιο κατάλογο η χώρα μας βρίσκεται στην 27^η θέση, έχοντας κάτω από αυτήν μόνο Βαλκανικές χώρες. Τα fake news και οι θεωρίες συνωμοσίας στην ΠΓΔΜ, προσφέρονται το προσεχές χρονικό διάστημα και ως μία άσκηση αυτογνωσίας για όσα κυρίως διαδίδονται στην χώρα μας για το θέμα της Συμφωνίας των Πρεσπών, η οποία θα βρεθεί στο επίκεντρο της Ελληνικής πολιτικής σκηνής το φθινόπωρο αν εγκριθεί η Συμφωνία στο δημοψήφισμα της ΠΓΔΜ. Η διοχέτευση fake news και οι θεωρίες συνωμοσίας αφορούν πρώτιστα τις σημερινές Δημοκρατίες, αφού διαβρώνουν την εμπιστοσύνη του κόσμου στο Δημοκρατικό σύστημα και συνδέονται άμεσα με την αυξανόμενη πόλωση στην κοινωνία και την υποβάθμιση της πολιτικής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2°

ΘΕΣΜΙΚΕΣ ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ - ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ

2.1 Ευρωπαϊκοί θεσμοί και κυβερνήσεις

Για την αντιμετώπιση του φαινομένου των fake news έχουν τοποθετηθεί θεσμικά πρόσωπα της Ε.Ε. αλλά και ορισμένων κρατών μελών, προσπαθώντας να ασκήσουν πιέσεις στις διαχειρίστριες εταιρίες των κοινωνικών μέσων δικτύωσης.

Τον Νοέμβριο του 2016, αμέσως μετά την εκλογή του Donald Trump στις Αμερικανικές εκλογές, η Γερμανίδα καγκελάρια Angela Merkel δήλωσε στην διάρκεια της ομιλίας της στην Ομοσπονδιακή Βουλή:«Πιστεύω ότι οφείλουμε να μην υποτιμούμε αυτό που συμβαίνει με την ψηφιοποίηση και το διαδίκτυο. Έχουμε σήμερα πολλούς ανθρώπους που συμβουλευονται μέσα που βασίζονται σε κανόνες πολύ διαφορετικούς από τα δημοσιογραφικά κριτήρια που ίσχυαν μέχρι πρόσφατα. Δεν θέλω να πω ότι αυτός είναι ο μόνος λόγος για την άνοδο του λαϊκισμού, αλλά θα ήθελα να σημειώσω ότι ο τρόπος με τον οποίο διαμορφώνεται μία άποψη ορίζεται διαφορετικά σήμερα σε σχέση με 25 χρόνια πριν», πρόσθεσε. Η καγκελάρια Μέρκελ η οποία μεγάλωσε στην πρώην Ανατολική Γερμανία, έκανε λόγο για πλαστές ιστοσελίδες, για κατασκευασμένες πληροφορίες, για troll και για προϊόντα αυτόματης αναπαραγωγής, που αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι διαμορφώνουν άποψη. Προειδοποίησε επίσης κατά των «...απόψεων που αυτό - ενισχύονται μέσω αλγορίθμων. Κάτι άλλαξεκαθώς εξελισσόταν η παγκοσμιοποίηση.», είπε η κυρία Μέρκελ, επιμένοντας στο γεγονός ότι ο πολιτικός διάλογος αναπτύσσεται σε ένα περιβάλλον τελείως διαφορετικό από εκείνο που επικρατούσε κατά την πτώση του τείχους του Βερολίνου το 1989. «Ο λαϊκισμός και οι πολιτικοί εξτρεμισμοί γνωρίζουν αύξηση στις Δυτικές Δημοκρατίες», είπε η κυρία Μέρκελ.

Ο Πρόεδρος του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου Martin Schulz, τον Δεκέμβριο του 2016, εκφράζοντας την έντονη ανησυχία του για το φαινόμενο των fake news, ζήτησε μία Ευρωπαϊκή λύση στο πρόβλημα. Ο Andrus Ansip, Αντιπρόεδρος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, αρμόδιος για την ψηφιακή ενιαία αγορά καθώς και για την ψηφιακή Οικονομία, δήλωσε τον Ιανουάριο του 2017 ότι ανησυχούσε για τα fake news «ειδικά μετά τις εκλογές σε ορισμένα κράτη μέλη». Κάλεσε το Facebook και τα υπόλοιπα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να ενισχύσουν τις προσπάθειές τους για την αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων, προσθέτοντας ότι τα μέτρα αυτορρύθμισης των μέσων θα μπορούσαν να συμπληρωθούν με κάποιου είδους κανονισμό από την Ε.Ε.

Πολλοί Ευρωβουλευτές από διάφορες χώρες έχουν προτείνει μέτρα κατά των fake news είτε με την θέσπιση κανόνων στην ελευθερία του λόγου στο διαδίκτυο, είτε με την νομοθέτηση διατάξεων τόσο στην κάθε χώρα όσο και στην Ευρωπαϊκή Ένωση σαν θεσμός, αλλά και με την επιβολή προστίμων στην αποδεδειγμένη διασπορά fake news. Το πρόβλημα του φαινομένου των fake news το έχουν αντιληφθεί όλοι οι εμπλεκόμενοι. Θεσμοί, κυβερνήσεις, χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Πολλές φορές τα ίδια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πέφτουν θύματα της παραπληροφόρησης από τις ψευδείς ειδήσεις που άκριτα αναρτούν στους ιστότοπους τους.

2.2. Πολιτικές Επιπτώσεις

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το πολιτικό έδαφος στο οποίο μπορεί να ευδοκιμήσει η μετά – αλήθεια (post - truth) παρουσιάζουν τα αποτελέσματα της έρευνας του Πανεπιστημίου Χόκενχάιμ της Στουτγκάρδης, κατά την διάρκεια πειράματος ανταλλαγής και διασποράς fake news. Στο εν λόγω πείραμα, οι ερευνητές δημιούργησαν ψεύτικη είδηση, σύμφωνα με την οποία οι πρόσφυγες που αιτήθηκαν άσυλο, θα εξασφάλιζαν δωρεάν σεξουαλικές υπηρεσίες από ιερόδουλες και την χρηματοδότηση θα αναλάμβανε Γερμανικός Δήμος. Μέσα σε 4 ημέρες η ψεύτικη είδηση είχε διαδοθεί σε 11.000 ανθρώπους και είχε αναπαραχθεί 150 φορές, σύμφωνα με το ραδιοφωνικό δίκτυο SWR. Αν και πολλοί αναγνώστες εξοργίστηκαν στο άκουσμα της είδησης για δωρεάν ιερόδουλες σε κέντρα φιλοξενίας προσφύγων, κανείς δεν πρόσεξε ότι η γεωγραφική τοποθεσία της ψεύτικης είδησης το Μπαντ Εουλεν, δεν υπάρχει στον χάρτη! Τις πρώτες δύο εβδομάδες του πειράματος οι ερευνητές δημοσίευαν μόνο αληθινές ειδήσεις, επιμένοντας να δίνουν έμφαση σε θέματα ακροδεξιού ενδιαφέροντος, με αναφορές στις δυσλειτουργίες της μεταναστευτικής πολιτικής του Γερμανικού Κράτους και σε εγκλήματα με δράστες μετανάστες. Σε μία προσπάθεια να προσελκύσουν ακροδεξιούς αναγνώστες, οι ερευνητές τοποθέτησαν συνδέσμους στις σελίδες του ιστολογίου τους, που παρέπεμπε στην ιστοσελίδα του ακροδεξιού γερμανικού κόμματος (AfD), του αντιμεταναστευτικού κινήματος Pegida και άλλων ακροδεξιών σελίδων, κερδίζοντας πολυάριθμο κοινό αναγνωστών – υποστηρικτών της Γερμανικής άκρας δεξιάς.

Ο Ari Rabin – Havt, ανώτερος σύμβουλος του Γερουσιαστή και υποψήφιου προέδρου των ΗΠΑ Bernie Sanders, στο βιβλίο του “ Lies , Incorporated: The World of Post – Truth Politics “ αποδίδει στο σύνολο των διαχρονικών αστικών μύθων που αναπτύχθηκαν στις Η.Π.Α. από την δεκαετία του 90 και μετά, σε επίσημη πολιτική στρατηγική των Ρεπουμπλικάνων και ομάδας ΜΜΕ που τους στηρίζουν, όπως το

δίκτυο FOX NEWS, προκειμένου να κατευθύνουν την κοινή γνώμη σε εσφαλμένες αντιλήψεις, δημιουργώντας συνθήκες μετά – αλήθειας για συγκεκριμένα πολιτικά ζητήματα όπως: 1. Η κλιματική αλλαγή, 2. Το Δημόσιο χρέος, 3. Η οπλοκατοχή, 4. Οι γάμοι μεταξύ ομοφυλοφίλων, 5. Το σύστημα περίθαλψης για τα φτωχότερα κοινωνικά στρώματα και 6. Το μεταναστευτικό. Για τον τρόπο μάλιστα αντίδρασης σε αυτήν την τακτική αναφέρει συγκεκριμένα «το πρόβλημα δεν λύνεται με νομοθεσία αλλά με πολιτική μάχη. Η πολιτική παράταξη – οι Δημοκρατικοί – να κινείται με διαφάνεια και να διεκδικεί το ίδιο για τον αντίπαλο και αποκαλύπτει τις σκοπιμότητες. Για τον τρόπο μάλιστα αντίδρασης σε αυτήν την τακτική αναφέρει συγκεκριμένα «το πρόβλημα δεν λύνεται με νομοθεσία αλλά με πολιτική μάχη. Η πολιτική παράταξη να κινείται με διαφάνεια και να διεκδικεί το ίδιο για τον αντίπαλο και να αποκαλύπτει τις σκοπιμότητες.

Σε άρθρο των NYTimes στις 13-2-2018 ο Brendan Niham υποστηρίζει μία εντελώς διαφορετική άποψη. Σημειώνει ότι οι περισσότερες μορφές πολιτικής πειθούς φαίνεται να έχουν πλέον ελάχιστη επίδραση στο να αλλάξουν την ψήφο των πολιτών σε μία εκλογή. Η πολιτική διαφήμιση, οι περίφημες σφυγμομετρήσεις, ακόμη και τα fake news είναι δύσκολο να διαμορφώσουν την πολιτική πεποίθηση των ψηφοφόρων. Το αμφίβολο πολιτικό περιεχόμενο των fake news είναι δυσανάλογα πιθανό να φτάσει στους συνήθεις καταναλωτές ειδήσεων που έχουν ήδη ισχυρές πολιτικές απόψεις. Η επιλογή της ψήφου τους διαμορφώνεται από θεμελιώδεις παράγοντες, όπως ποιο κόμμα υποστηρίζουν και πως βλέπουν την κατάσταση της οικονομίας. Τα fake news μπορεί να παραπλανήσουν και να πολώσουν τους πολίτες, να υπονομεύσουν την εμπιστοσύνη στα μέσα ενημέρωσης και να στρεβλώσουν το περιεχόμενο της δημόσιας συζήτησης. Αλλά εκείνοι που θέλουν να καταπολεμήσουν την παραπληροφόρηση, θα πρέπει να λάβουν μέτρα με βάση τα στοιχεία και τα δεδομένα και όχι την δημοσιότητα και τις εικασίες.

Σε αντίθετη κατεύθυνση κινείται η περίπτωση των Ιταλικών ομολόγων και πως επηρεάστηκε η απόδοσή τους, με αφορμή συγκεκριμένο ψευδές δημοσίευμα.

Μετά τις εκλογές του Μαρτίου του 2018, στις οποίες έχασαν μεγάλες δυνάμεις τα παραδοσιακά κόμματα, οι επενδυτές κράτησαν μία ψύχραιμη στάση απέναντι στα Ιταλικά ομόλογα και τις μετοχές, περιμένοντας το αποτέλεσμα των πολιτικών ζυμώσεων για τον σχηματισμό νέας κυβέρνησης. Οι αποδόσεις των ομολόγων δεν σημείωσαν ουσιαστική άνοδο μέχρι την στιγμή που το κόμμα των Πέντε Αστέρων και η Λέγκα του Βορρά ανακοίνωσαν την συνεργασία τους σε ένα κυβερνητικό πρόγραμμα και πρότειναν τον Καθηγητή της Νομικής Τζουζέπε Κόντε για πρωθυπουργό. Αμέσως μετά δημοσίευμα ανέφερε ότι το κυβερνητικό πρόγραμμα των δύο κομμάτων

περιλάμβανε και αίτημα προς την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα για την διαγραφή του χρέους της Ιταλίας ύψους 250 δις. ευρώ, το οποίο δημιουργήθηκε από την αγορά Ιταλικών ομολόγων από την ΕΚΤ στα πλαίσια του QE. Μετά το συγκεκριμένο δημοσίευμα άρχισαν οι πιέσεις στα Ιταλικά Ομόλογα, οι οποίες συνεχίστηκαν και μετά την επίσημη ανακοίνωση του κυβερνητικού προγράμματος, το οποίο δεν κάνει καμία αναφορά σε διαγραφή του χρέους, αλλά προβλέπει μεγάλες μειώσεις φόρων και αυξήσεις δημοσίων δαπανών, οι οποίες σύμφωνα με κάποιες εκτιμήσεις μπορεί να κοστίσουν πάνω από 100 δις. ευρώ στον προϋπολογισμό της Ιταλίας. Με δεδομένο ότι η Ιταλία έχει δημόσιο χρέος πάνω από 2 τρις. ευρώ, τα οποία είναι το δεύτερο υψηλότερο στην Ευρωζώνη μετά την Ελλάδα, ως ποσοστό του ΑΕΠ (πάνω από 130%), το πρόγραμμα των δύο κομμάτων προκάλεσε έντονες ανησυχίες για σημαντική αύξηση του δημοσιονομικού ελλείμματος και χρέους της Ιταλίας. Τις ανησυχίες επέτειναν και οι πληροφορίες ότι Υπουργός Οικονομικών θα αναλάβει ο Πάολο Σαβόνα, ένας Ευρωσκεπτικιστής οικονομολόγος. Οι πιέσεις στην αγορά των Ιταλικών ομολόγων, ήταν έντονες. Ενδεικτικά η απόδοση των 10ετών ομολόγων έφτασε στο 2,45%, το υψηλότερο επίπεδο της τελευταίας 4ετίας, σύμφωνα με τους Financial Times. Σε σχέση με έναν μήνα νωρίτερα η αύξηση ήταν της τάξης του 0,7 της ποσοστιαίας μονάδας. Αντίστοιχα οι πιέσεις στα Ιταλικά ομόλογα οδήγησαν σε άνοδο και τις αποδόσεις των ομολόγων των άλλων χωρών του Νότου (Ελλάδα, Πορτογαλία, Ισπανία). Αντίθετα οι αποδόσεις των γερμανικών, ολλανδικών και γαλλικών ομολόγων μειώθηκαν το ίδιο χρονικό διάστημα. Το φαινόμενο οφείλεται στο γεγονός ότι σε περιόδους αβεβαιότητας οι επενδυτές στρέφονται στα ομόλογα των χωρών που θεωρούνται πιο ασφαλή λόγω του σταθερού πολιτικού κλίματος σε αυτές τις χώρες.

Σε άρθρο της η Helen Margetts στο European Business Review, στις 10-1-2017 αναφέρει χαρακτηριστικά: «.....Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενεπλάκησαν σε 2 πολύ σημαντικά πολιτικά γεγονότα, την εκλογή του Τραμπ στις Αμερικανικές Προεδρικές εκλογές και στο Brexit. Πολλοί υποστήριζαν ότι οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης βρίσκονται σε ιδεολογικές φούσκες που κατασκευάζουν τα ίδια τα μέσα, γίνονται ευάλωτοι σε fake news, πέφτοντας εύκολα θύματα ψηφιακών τεχνασμάτων παραπληροφόρησης, εντείνοντας με αυτό τον τρόπο την πόλωση και οδηγούν τους ψηφοφόρους στο να γυρίσουν την πλάτη στις επικρατούσες επιλογές. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έφεραν αλλαγές στην πολιτική σκηνή σε παγκόσμιο επίπεδο.

Τα ηλεκτρονικά κοινωνικά δίκτυα επιτρέπουν νέες «μικρές πράξεις» πολιτικής συμμετοχής (liking, tweeting, following, συλλογή υπογραφών κλπ.), οι οποίες αντιστρέφουν την εξέλιξη της θεωρίας του κοινωνικού κινήματος. Αντί να ταυτίζονται

με θέματα, να σχηματίζουν συλλογική άποψη και μετά να δρουν προς υποστήριξη της άποψης αυτής – ή να ψηφίζουν ένα κόμμα που την υποστηρίζει- οι άνθρωποι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πρώτα ενεργούν και σκέφτονται επ’ αυτού ενώ ταυτίζονται με άλλους αργότερα αν όχι ποτέ.

Ελάχιστα κινήματα κατάφεραν να εξελιχθούν τόσο γρήγορα σε μαζική κλίμακα (οι αναφορές που αμφισβητούσαν το Brexit και την εκλογή Trump ξεπέρασαν πολύ γρήγορα τα 4 εκατομμύρια υπογραφών για να γίνουν οι μαζικότερες αναφορές στην ιστορία. Αυτή η εκρηκτική άνοδος, η μη κανονική κατανομή και η έλλειψη οργάνωσης που χαρακτηρίζει την σύγχρονη πολιτική, μπορεί να εξηγήσει γιατί τόσες πολλές πολιτικές εξελίξεις της εποχής μας γίνονται τόσο γρήγορα και να μας εκπλήσσουν. Γίνεται έτσι κατανοητό το πώς δημιουργήθηκαν τα έντονα κύματα υποστήριξης προς το Ιταλικό κίνημα Πέντε Αστέρων, τους Podemos, το Brexit, την εκλογή Τραμπ. Κοινός παρονομαστής ότι όλοι στρατεύτηκαν εναντίον του κατεστημένου και αμφισβήτησαν τους παραδοσιακούς πολιτικούς θεσμούς. Κάθε επιτυχής κινητοποίηση έκανε τους πολίτες να πιστέψουν ότι οι αμφισβητίες του εκάστοτε κατεστημένου που βρίσκονται εκτός του πολιτικού συστήματος σε κάθε χώρα, αποτελούν βιώσιμες και ικανές επιλογές και αυτό αποτελεί μια εξήγηση για τα αναπάντεχα πολιτικά γεγονότα σε όλες τις παραπάνω χώρες.

Ο μηχανισμός που προσφέρεται πιο συχνά για τέτοιου είδους γεγονότα είναι η ύπαρξη δύο εργαλείων που διαθέτουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα λεγόμενα echo chambers ή filter bubbles. Σύμφωνα με αυτό το επιχείρημα, οι πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αρχικά «ταΐζουν» τους χρήστες με τις ειδήσεις και τις αναρτήσεις που είναι πιο κοντά στις ιδεολογικές τους τοποθετήσεις (συνεκτιμώντας τις προηγούμενες καταναλωτικές τους προτιμήσεις) και στη συνέχεια οι χρήστες δημιουργούν τα δικά τους εξατομικευμένα περιβάλλοντα πληροφόρησης μέσα από την διαδικτυακή τους συμπεριφορά, επιλέγοντας φίλους και πηγές ενημέρωσης που εκφράζουν την κοσμοθεωρία τους. «Εγκλωβισμένοι» μέσα σε αυτές τις ιδεολογικές φούσκες, οι άνθρωποι αποτελούν εύκολα θύματα fake news που ενισχύουν τις απόψεις τους. Ορισμένοι υποστηρίζουν, ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύουν τις τρέχουσες απόψεις των ανθρώπων και λειτουργούν ως μια πολωτική δύναμη για την πολιτική, πράγμα που σημαίνει ότι «η τυχαία έκθεση σε περιεχόμενο ειδήσεων και πληροφοριών δεν υφίσταται πια».

Ισχύει όμως κάτι τέτοιο; Είναι πράγματι η έκθεσή μας λιγότερο τυχαία σε σχέση με παλαιότερα; Οι έρευνες δείχνουν πως κάτι τέτοιο δεν ισχύει. Μια πρόσφατη έρευνα ευρείας κλίμακας σε δείγμα 50.000 αναγνωστών ειδήσεων σε 26 χώρες, καταδεικνύει

ότι αυτοί που δεν χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την ενημέρωσή τους, επισκέπτονται λιγότερες διαδικτυακές πηγές από εκείνους που τα χρησιμοποιούν. Από την άλλη πλευρά, εκείνοι που τα χρησιμοποιούν, λαμβάνουν μία επιπρόσθετη ώθηση στον αριθμό των πηγών ειδήσεων που χρησιμοποιούν κάθε εβδομάδα, ακόμη και αν δεν προσπαθούν πραγματικά να δουν περισσότερες ειδήσεις. Αυτά τα ευρήματα ενισχύθηκαν περισσότερο από μία ανάλυση των δεδομένων του Facebook, όπου 8,8 δισεκατομμύρια αναρτήσεις, likes και σχόλια έλαβαν χώρα κατά την διάρκεια των Αμερικανικών Προεδρικών εκλογών. Επίσης πρόσφατη έρευνα που δημοσιεύτηκε στο Science δείχνει ότι οι αλγόριθμοι παίζουν λιγότερο σημαντικό ρόλο στην έκθεση εξατομικευμένου περιεχομένου για τους χρήστες σε σχέση με τις δικές τους επιλογές. Το μεγαλύτερο μέρος του περιεχομένου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν αφορά τα πολιτικά δρώμενα – τα περισσότερα από τα 5 δις. Διαφημιστικών εσόδων δεν προέρχονται από πολιτικούς οργανισμούς. Έτσι λοιπόν τα κίνητρα για τις εταιρίες για να δημιουργήσουν μηχανισμούς διασποράς ειδήσεων μέσω των echo chambers - συνήθως αφορούν περισσότερο σε lifestyle επιλογές ή ψυχαγωγικές προτιμήσεις, παρά πολιτικές συμπεριφορές.

Οι μηχανισμοί διοχέτευσης ειδήσεων στόχευσαν σε συγκεκριμένο κοινό στις δύο περιπτώσεις, στις Αμερικανικές Εκλογές και στο Brexit – στους αναποφάσιστους ψηφοφόρους.

Είναι σίγουρο ότι πλέον τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στα πολιτικά δρώμενα. Αντί λοιπόν να τα κατηγορούμε για την υποβάθμιση της Δημοκρατίας, πρέπει να εργαστούμε στην κατεύθυνση της βελτίωσης του ρόλου τους. Στις συνθήκες του χαώδους πλουραλισμού, υπάρχει επείγουσα ανάγκη για αναμόρφωση των Δημοκρατικών θεσμών, οι οποίοι μπορούν να δεχθούν τις νέες μορφές πολιτικής δέσμευσης και συνεργασίας για να απαντούν στη δυσαρέσκεια, τις ανισότητες και το αίσθημα του αποκλεισμού, χαρακτηριστικά που αποτελούν την πηγή του νέου λαϊκισμού. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης πρέπει να χρησιμοποιούνται για να εκφράζονται τα αισθήματα του κοινού όχι μόνο σε προεκλογικές περιόδους. Αρκετοί πολιτικοί θεσμοί βρίσκονται σε κρίση επειδή αγνοούν τις ανησυχίες και τις ανάγκες των πολιτών. Ο εκ νέου σχεδιασμός των δημοκρατικών θεσμών πρέπει να συμπεριλαμβάνει και τις ίδιες τις πλατφόρμες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, που έχουν καθιερωθεί πολύ γρήγορα ως θεσμοί δημοκρατίας και θα βρίσκονται στο μέλλον στην καρδιά οποιασδήποτε δημοκρατικής αναγέννησης. Εφεξής θα συμβούν απρόβλεπτα γεγονότα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα αποτελέσουν κομμάτι του πολιτικού μέλλοντος.

Συγκρίνοντας τον απόηχο της δεκαετίας του 1930 με τα σημερινά πολιτικά γεγονότα, η Wall Street Journal επισημαίνει ότι ο Ρούσβελτ κατάφερε να διαχειριστεί και να ισορροπήσει ανάμεσα στους ακροαριστερούς και τους δεξιούς επειδή γνώριζε ότι «:..... το κοινό αίσθημα της οργής και της αποξένωσης δεν πρέπει να υποτιμάται ή να αγνοείται, διότι οι αιτίες του μπορεί να είναι δίκαιες και οι συνέπειές του πανίσχυρες». Το μονοπάτι μεταξύ λαϊκισμού και πόλωσης ίσως περιέχει την ευκαιρία που προβάλλουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να ακούμε, να κατανοούμε και να ανταποκρινόμαστε σε αυτά τα αισθήματα. (Αποτελεί μέρος του βιβλίου Political Turbulence).

2.3 Οικονομικές Επιπτώσεις

Από την χρονική στιγμή, που εμφανίστηκε το φαινόμενο των fake news, η συζήτηση έχει επικεντρωθεί στις συνέπειες που έχει στην πολιτική ζωή. Ωστόσο υπάρχουν και οι επιπτώσεις στην ευρύτερη οικονομία. Τα fake news επηρεάζουν την εμπιστοσύνη επιχειρήσεων και καταναλωτών σε προϊόντα και εταιρίες. Δεν είναι νέο φαινόμενο η επιρροή τους στην οικονομία, υπάρχουν στοιχεία ότι επηρεάζουν την χρηματιστηριακή αγορά από το 1800. Το 1803 η Βρετανία θέλησε να κηρύξει τον πόλεμο στην Γαλλία αλλά ο Δήμαρχος του Λονδίνου έλαβε μία επιστολή από τον Λόρδο Hawksbury, η οποία υποστήριζε ότι η διαφορά είχε διευθετηθεί φιλικά. Η επιστολή αυτή έγινε γνωστή στο Χρηματιστήριο και οδήγησε στην άνοδο των μετοχών κατά 5%. Ωστόσο η εγκυρότητα της επιστολής παρέμεινε υπό αμφισβήτηση και αργότερα διαπιστώθηκε ότι ήταν πλαστή, αναγκάζοντας το Υπουργείο Οικονομικών να κάνει δήλωση στον Τύπο. Μέχρι την στιγμή που εντοπίστηκε η πλαστογραφία οι μετοχές άλλαξαν χέρια και ήταν αδύνατο να εντοπιστεί ποιος είχε κερδίσει από την πλαστή επιστολή.

Τον Ιανουάριο του 2018 σημειώθηκε η κατακόρυφη πτώση της αξίας του bitcoin, με την τιμή του να πέφτει κατά 50% μέσα σε ένα μήνα. Ενώ τα μέσα ενημέρωσης είναι μόνο ένα στοιχείο στην άνοδο και πτώση των αγοραίων αξιών, η ανάπτυξη κρυπτονομισμάτων έχει οδηγήσει σε μία έκρηξη ηλεκτρονικού περιεχομένου, που κάνει επικριτικά σχόλια για τα δημοφιλή νομίσματα. Στον ανεξέλεγκτο κόσμο των κρυπτονομισμάτων, πολλοί απατεώνες έχουν την ευκαιρία να διαδώσουν εσκεμμένα ψεύτικα στοιχεία, για να επηρεάσουν την τιμή των χαρτοφυλακίων τους, χρησιμοποιώντας μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ψεύτικες ιστοσελίδες ειδήσεων και ιδιωτικές εφαρμογές συνομιλίας, όπως το Slack και το Telegram. Έχει παρατηρηθεί μία αύξηση των παραδοσιακών ψεύτικων ειδήσεων που έχουν στόχο την χρηματοοικονομική αγορά, δημιουργώντας ιστότοπους μέσων ενημέρωσης που προωθούν fake news. Πρόσφατο παράδειγμα ένας ιστότοπος ανήρτησε την είδηση ότι

σύμφωνα με το CNN οι επιχειρηματίες Richard Branson και Elon Musk θα επενδύσουν 17,5 εκ. δολάρια σε μία καινοτομία Bitcoin. Αυτή η απλή είδηση, οδήγησε σε περισσότερες από 425.000 επισκέψεις στον συγκεκριμένο ιστότοπο στο διάστημα Σεπτεμβρίου – Δεκεμβρίου.

Καθημερινά υπάρχουν πολλοί bloggers – αρθρογράφοι σε ιστότοπους – και ελεύθεροι επαγγελματίες που γράφουν σχόλια, χωρίς να είναι δημοσιογράφοι. Οι προσπάθειες μετακίνησης των τιμών των μετοχών μέσω των γραπτών ειδήσεων δεν αποτελεί κάτι καινούριο.

Οι ψεύτικες ειδήσεις στην χρηματοπιστωτική αγορά υπήρξαν πρόβλημα για μεγάλο χρονικό διάστημα, απλά δεν τις αποκαλούσαμε fake news, δηλώνει ο Anton Gordon συνιδρυτής του Indexer.me στο Χιούστον, ενός προγραμματιστή λογισμικού που αναπτύσσει αλγόριθμους για να αποκρυπτογραφήσει την αξιοπιστία του κειμένου και του οπτικού περιεχομένου. Ο Gordon ήταν αναλυτής μετοχών στην Channing Capital Management στο Σικάγο. Ο ίδιος δηλώνει ότι« για τους επενδυτές οι πληροφορίες δεν βασίζονται στην συζήτηση με την διοίκηση ή τις ιδέες που προέρχονται από ένα οικονομικό ιστολόγιο ειδήσεων που επιτρέπει στους ανθρώπους να δημοσιεύουν ότι θέλουν. Ενδεικτικά το 2013, μετοχές αξίας 130 δις. δολαρίων κατακρημνίσθηκαν στο χρηματιστήριο σε λίγα λεπτά εξαιτίας ενός AP tweet που αφορούσε μία έκρηξη η οποία τραυμάτισε τον πρόεδρο Μπάρακ Ομπάμα. Η Εταιρία AP ανακοίνωσε ότι ο λογαριασμός Twitter έχει παραβιασθεί. Αν και οι τιμές των μετοχών σύντομα επανήλθαν στις κανονικές τους τιμές, αυτό το παράδειγμα δείχνει τον τρόπο χειρισμού ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να επηρεάσουν τους αλγορίθμους συναλλαγών με μεγάλη συχνότητα. Οι περισσότεροι έμπειροι επενδυτές δε θα πέσουν θύματα χειραγώγησης των μέσων μαζικής χειραγώγησης. Η πρακτική των φανερά ψευδών ή χειραγωγούμενων επιχειρηματικών ειδήσεων δεν είναι τόσο συνηθισμένη όσο στον πολιτικό τύπο, όπου υπάρχουν πολυάριθμες έντυπες και ηλεκτρονικές εκδόσεις που προωθούν την άποψη του πολιτικού κόμματος. Αυτό δεν συμβαίνει με τους επενδυτές, οι οποίοι στηρίζονται σε πολύ λίγες πηγές μέσων ενημέρωσης για την καθημερινή ροή ειδήσεων, όπως το Bloomberg, το Reuters, τους Financial Times, η Washington Journal, και τις επιχειρηματικές ειδήσεις από την καλωδιακή τηλεόραση όπως το Fox Business News και το CNBC.

2.4 Κοινωνικές Επιπτώσεις

Αν κάποιος ανατρέξει στις Ελληνικές εφημερίδες τους πρώτους μήνες του 1976, θα διαπιστώσει την δημόσια αντιπαράθεση που γινόταν με αντικείμενο το δήθεν

θαυματουργό νερό του δικηγόρου Γιώργου Καματερού από την Κω. Ο συγκεκριμένος τσαρλατάνος ισχυριζόταν ότι το νερό που πωλούσε με βυτιοφόρα στους δρόμους της Αθήνας, νερό που υποτίθεται ότι έφερνε από την Κω, το οποίο λόγω της σύνθεσής του θεράπευε κάθε ασθένεια μεταξύ των οποίων και τον καρκίνο. Το τραγελαφικό της υπόθεσης είναι ότι εκτός από τους απλούς πολίτες τις εικασίες Καματερού υιοθετούσαν και αρκετές εφημερίδες με πρώτη και καλύτερη την εφημερίδα ΤΑ ΝΕΑ. Καθημερινά οι απογευματινές κυρίως εφημερίδες δημοσίευαν εκτενή ρεπορτάζ για άτομα που δήθεν ήπιαν το θαυματουργό νερό και θεραπεύθηκαν.

Δέκα χρόνια αργότερα ένας άλλος λαοπλάνος, ο περιβόητος Ρώσος Alan Vladimirovits Tsoumak ισχυριζόταν ότι είχε την ικανότητα να μεταδίδει ενέργεια στο νερό, καθιστώντας το θαυματουργό, ικανό να θεραπεύει ασθένειες και να επαναφέρει την ισορροπία στο ανθρώπινο σώμα. Με την συνδρομή των Ρωσικών ΜΜΕ, της κρατικής Ραδιοτηλεόρασης, δεκάδες εκατομμύρια Ρώσοι πολίτες μάζευαν κουβάδες νερό μπροστά στους τηλεοπτικούς δέκτες, περιμένοντας τον Tsoumak να το μετατρέψει σε θαυματουργό νερό.

Το φαινόμενο των Fake news υπήρχε πάντα. Οι ψεύτικες ειδήσεις δεν έχουν όμως όλες την ίδια βαρύτητα και τον ίδιο χαρακτήρα. Υπάρχουν ψεύτικες ειδήσεις που οφείλονται στην άγνοια ή τον ελλειμματικό επαγγελματισμό των δημοσιογράφων, υπάρχουν όμως και ειδήσεις χαλκευμένες, που υποκρύπτουν σκοπιμότητα, εξυπηρετώντας ξένα συμφέροντα. Όπως εύστοχα σημειώνει και ο Έλληνας ερευνητής Ανδρέας Βλάχος«άλλο είναι η λανθασμένη πληροφορία (misinformation) και άλλο η παραπληροφόρηση (disinformation) που γίνεται με κακή πρόθεση».

Ακραίο παράδειγμα η εικόνα του άτυχου κορμοράνου που ενώ ήταν παγιδευμένος σε μία πετρελαιοκηλίδα στον Κόλπο του Μεξικού, κάποια ΜΜΕ τον ήθελαν να βρίσκεται στον Περσικό Κόλπο, θύμα της οικολογικής καταστροφής που δήθεν προκάλεσε ο Σαντάμ Χουσεΐν. Καθοριστικά επίσης για την προετοιμασία της δεύτερης εισβολής των ΗΠΑ στο Ιράκ ήταν τα καθημερινά δημοσιεύματα της δημοσιογράφου Judith Miller στους New York Times, τα οποία ήθελαν τα υπόγεια των ανακτόρων του Σαντάμ Χουσεΐν, να έχουν μετατραπεί σε επιστημονικά εργαστήρια παρασκευής χημικών και βιολογικών όπλων. Όσο και αν έψαξαν οι Αμερικανοί στρατιώτες, τέτοια εργαστήρια δεν βρέθηκαν ποτέ. Τέλος στην Συρία τα fake news που διαδίδονταν με ταχύτητα φωτός από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ίσως ήταν περισσότερα από τις πραγματικές ειδήσεις. Το αιμόφυρτο παιδάκι μέσα στο ασθενοφόρο της ημισελήνου που κοιτά με απλανές βλέμμα το κενό, το αγόρι που κοιμάται ανάμεσα στους τάφους των γονιών

του, ο στρατιώτης του Συριακού στρατού που βάζει την πλάτη του σκαλοπάτι για να κατέβει από το φορτηγό μια ταλαιπωρημένη γυναίκα.

«Η επιδημία των fake news μπορεί να έχει συνέπειες στον πραγματικό κόσμο», τόνισε σε ομιλία της στο Καπιτώλιο τον Δεκέμβριο του 2016 η Hillary Clinton και μάλλον έχει δίκαιο. Η επιρροή τους σήμερα είναι πολύ μεγαλύτερη από ότι στο παρελθόν. Σήμερα οι δυνατότητες αναπαραγωγής και διασποράς χαλκευμένων ειδήσεων είναι πολλαπλάσιες λόγω της ύπαρξης του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η διαδικασία διάχυσης fake news είναι πιο εύκολη και μαζική. Στον χώρο των μέσων ενημέρωσης δεν υπάρχουν μόνο οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι, αλλά και μια ατέλειωτη στρατιά δημοσιογράφων – πολιτών. Ο έντονος ανταγωνισμός που ολοένα και αυξάνεται, αποτελεί κίνητρο για αρκετά μέσα και δημοσιογράφους να γράφουν και να πολλαπλασιάζουν fake news. Η μεγάλη επισκεψιμότητα έχει σημασία και αυτή φέρνει τα διαφημιστικά έσοδα, πολλοί λειτουργοί των μέσων κοινωνικής δικτύωσης επιλέγουν την εύκολη λύση του click – bait - δηλαδή τις ειδήσεις δόλωμα που συχνά δεν έχουν καμία σχέση με την πραγματικότητα.

Επιπλέον η ανάγκη ελαχιστοποίησης του χρονικού διαστήματος που μεσολαβεί από την εκδήλωση του γεγονότος μέχρι την δημοσιοποίηση του μηνύματος, οδηγεί πολλούς να παραβιάζουν την βασική αρχή της δημοσιογραφίας- η διασταύρωση της πληροφορίας προτού αυτή καταστεί είδηση. Η αρνητική αυτή συμπεριφορά πολλαπλασιάζεται όταν το μήνυμα φθάσει στον χρήστη. Έρευνα που έγινε το 2016 από το Πανεπιστήμιο Κολούμπια, δείχνει ότι 6 στους 10 χρήστες του Internet αναδημοσιεύουν μία είδηση – ανάρτηση, διαβάζοντας μόνο τον τίτλο και όχι το περιεχόμενο.

Υπάρχει όμως και ένα ακόμη πιο ανησυχητικό φαινόμενο. Το λεξικό του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης ονόμασε ως λέξη της χρονιάς για το 2016 , τη λέξη «post - truth», δηλαδή μετά - αλήθεια. Είναι ένας νεολογισμός που περιγράφει το καινούριο φαινόμενο της γκρίζας ζώνης που υπάρχει ανάμεσα στην αλήθεια και στο ψέμα. Ο όρος αυτός δεν είναι όσο αθώος φαίνεται. Σύμφωνα με τους ειδικούς σχετίζεται με τις συνθήκες που κάνουν επίκληση στο συναίσθημα και οι οποίες διαδραματίζουν πιο ουσιαστικό ρόλο στην διαμόρφωση της κοινής γνώμης από ότι τα πραγματικά γεγονότα. Με άλλα λόγια ο δέκτης του μηνύματος σχηματίζει εικόνα για όσα διαδραματίζονται όχι με κριτήριο αυτό που πραγματικά είναι, αλλά με κριτήριο τι ο ίδιος πιστεύει, νομίζει, αισθάνεται ή και πληροφορείται ότι είναι.

Σύμφωνα με τον καθηγητή Φιλοσοφίας του Δημοκρίτειου Πανεπιστημίου Θράκης Θόδωρο Γεωργίου, οι εισηγητές του όρου «μετά – αλήθεια», δεν γνωρίζουν τίποτα από τις φιλοσοφικές συζητήσεις περί της έννοιας αλήθειας και ακόμη ότι η συγκεκριμένη

έννοια είναι ένα κατασκεύασμα της πνευματικής βιομηχανίας, την οποία επιστρατεύει ο νεοφιλελευθερισμός, όταν δεν μπορεί να ερμηνεύσει την ίδια την πραγματικότητα και επιθυμεί να την καταργήσει. Ήδη από το 1962 ο Αμερικανός ιστορικός Daniel Boorstin, έκανε λόγο για την σημασία των ψευδο- συμβάντων, στην αμερικανική πολιτική και κοινωνική ζωή, ενώ ο Καθηγητής του ΕΑΠ Ιορδάνης Κουμουσίδης υποστήριξε ότι η έννοια της μετα – αλήθειας έχει συγκεκριμένη στόχευση και υπερασπίζεται μια συνειδητή στρέβλωση ή και απόκρυψη των συγκεκριμένων γεγονότων.

Η εποχή μας είναι η εποχή των Hoaxes, των Trolls και των fake news, εποχή όπου οι φήμες και οι ψευδείς ειδήσεις επισκιάζουν τα πραγματικά γεγονότα. Δεν είναι τυχαίο ότι έρευνα που πραγματοποιήθηκε στις ΗΠΑ από γνωστό think tank τον Αύγουστο του 2016, έδειξε ότι το 70% των γεγονότων που επικαλέστηκε ο Ντόναλντ Τραμπ στην προεκλογική του εκστρατεία ήταν ψεύτικα. Παρόλα αυτά ο κόσμος τα πίστευε και μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που υποστήριζε τον νυν Πρόεδρο τα πολλαπλασίαζε, δημιουργώντας στην πράξη μία φούσκα από ψεύτικες, παραπλανητικές ειδήσεις.

Η κατάσταση που πλέον επικρατεί γίνεται πιο ανησυχητική αν λάβουμε υπόψιν τον ψηφιακό αναλφαβητισμό και την αδυναμία του χρήστη να αξιολογήσει το μήνυμα που λαμβάνει. Έρευνα του Πανεπιστημίου του Stanford τον Νοέμβριο του 2016 έδειξε ότι το 80% των μαθητών και φοιτητών που συμμετείχαν στην έρευνα δεν κατάφεραν να ξεχωρίσουν ένα πραγματικό κείμενο από ένα ψεύτικο, ούτε ένα δημοσιογραφικό μήνυμα από ένα διαφημιστικό. Επίσης, παρουσιάζει ενδιαφέρον, το γεγονός ότι κριτήριο εγκυρότητας για τους νέους αποτελεί το μέγεθος της φωτογραφίας σε ένα κείμενο και όχι η απουσία της πηγής του.

Ένα παράδειγμα των συνεπειών των fake news διαπιστώνουμε στην Ινδία. Μία χώρα με φτωχές υποδομές και πολλά προβλήματα λόγω της σύνθεσης του πληθυσμού της. Η επανάσταση της κινητής τηλεφωνίας που έχει συντελεστεί είναι αξιοσημείωτη. Το 2017 η βάση των χρηστών των smartphones έχει ξεπεράσει τα 300 εκατομμύρια. Στην Ινδία στο τέλος του 2017 υπάρχουν περισσότεροι από 360 εκατομμύρια χρήστες διαδικτύου, 200 εκ. χρήστες WhatsApp, 241 εκ. χρήστες Facebook και πάνω από 23 εκ λογαριασμοί στο Twitter. Η υλιγγιώδης αυτή αύξηση των χρηστών smartphones και των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είχε μία ανεπιθύμητη παρενέργεια: την έκρηξη σε fake news και φήμες. Εκατομμύρια χρήστες για πρώτη φορά έχουν αποδειχθεί ιδιαίτερα επιρρεπείς σε επεξεργασμένες φωτογραφίες και βίντεο, υπερβολικές προβλέψεις για φυσικές καταστροφές και ψεύτικες ιατρικές συμβουλές.

Με δεδομένη την πολυποίκιλη και διαιρεμένη κοινωνική σύνθεση της χώρας, οι ψεύτικες ειδήσεις επωάζουν επισφαλείς σχέσεις μεταξύ των κοινοτήτων, καστών και θρησκειών. Τόσο η διάδοση των φημών, όσο και η δομή της κοινωνίας χρονολογούνται από πολύ παλιά. Σήμερα οι εφαρμογές των κοινωνικών μέσων δικτύωσης επιτρέπουν την εξάπλωση των φημών με ταχύτητα που κάνει αδύνατο τον έλεγχο της καταστροφής.

Τα παραδείγματα είναι πολυάριθμα. Τον Μάιο του 2017, κυκλοφόρησε μία φήμη στο WhatsApp σχετικά με μία συμμορία ανδρών που φερόταν να είχε απαγάγει στην πολιτεία του Jharkhand. Η συγκεκριμένη φήμη κινητοποίησε έναν μεγάλο όχλο, που ως αποτέλεσμα είχε την δολοφονία επτά αθώων πολιτών.

Σε άλλη περίπτωση, η ανάληψη μίας σημαντικής πρωτοβουλίας για την δημόσια Υγεία στην Νότια Πολιτεία της Κεράλα, κατέκλυσε σε μηνύματα το Facebook και το WhatsApp, που ισχυρίζονταν ότι ο εμβολιασμός κατά της ιλαράς και της ερυθράς ήταν μέρος μίας διεθνούς συνωμοσίας για την μείωση του πληθυσμού της Ινδίας.

Για τους κατοίκους της ηπειρωτικής χώρας σε αγροτικές περιοχές, το Facebook και το WhatsApp είναι συχνά οι μοναδικές εφαρμογές που έχουν στις συσκευές του και στη βάση δεδομένων τους. Λόγω του αναλφαριθμητισμού του πληθυσμού, οι συσκευές των κινητών αποτελούν γι' αυτούς εξουσία, καθιστώντας τις πληροφορίες αξιόπιστες, όπως οι προηγούμενες γενιές πίστευαν τις ειδήσεις της τηλεόρασης. Για τους παραγωγούς fake news, αυτό αποτελεί ένα εύφορο έδαφος.

Οι εφημερίδες στην Ινδία, έχουν αρχίσει τελευταία να κάνουν καταχωρήσεις διαφημίσεων στο Facebook, που ενημερώνει τους αναγνώστες τους πώς να αποφύγουν τα fake news. Είναι μία απάντηση στην παγκόσμια συζήτηση σχετικά με το αν και πως οι κυβερνήσεις πρέπει να αναγκάσουν τις εταιρίες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης να αναλάβουν μεγαλύτερη ευθύνη για το περιεχόμενο που αναρτάται στις πλατφόρμες τους. Το πρόβλημα ωστόσο είναι ότι οι ίδιες οι κυβερνήσεις είναι υπεύθυνες της διασποράς και της κατασκευής των ψεύτικων ειδήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3°

Η ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

3.1 Σενάρια εξέλιξης του φαινομένου

Τον Μάρτιο του 2017 το Αμερικανικό ερευνητικό κέντρο Pew, δημοσίευσε μεγάλη Έρευνα με αντικείμενο «Το μέλλον του ελεύθερου λόγου, τα τρολ, η ανωνυμία και τα fake news στο Διαδίκτυο». Συμμετείχαν 1537 ειδικοί σε θέματα τεχνολογίας, πανεπιστημιακοί, στελέχη επιχειρήσεων και κυβερνητικοί παράγοντες. Οι απαντήσεις τους συλλέχθηκαν στο χρονικό διάστημα 1-7-2016 έως 12-8- 2016, πριν δηλαδή από την διενέργεια των Αμερικανικών Προεδρικών εκλογών και τις αποκαλύψεις για πιθανή χειραγώγηση της κοινής γνώμης.

Τα τέσσερα σενάρια στα οποία καταλήγει η μεγάλη αυτή έρευνα του Pew, για το μέλλον της κοινωνικής σφαίρας στο Διαδίκτυο και οι πιο σημαντικές απαντήσεις όσων έλαβαν μέρος είναι οι παρακάτω:

Σενάριο 1:

Η κατάσταση θα παραμείνει άσχημη, επειδή η συμπεριφορά αλλοίωσης της πραγματικότητας είναι στη φύση του ανθρώπου. Η ανωνυμία υποθάλπει αντικοινωνικές συμπεριφορές. Οι αδικίες προκαλούν εμπρηστικούς διαλόγους. Η μεγάλη κλίμακα και η πολυπλοκότητα του Διαδικτύου κάνει την κατάσταση δύσκολα αντιμετωπίσιμη.

Σενάριο 2:

Η κατάσταση θα παραμείνει άσχημη επειδή τόσο τα εμφανή όσο και τα αφανή πολιτικά και οικονομικά κίνητρα υποστηρίζουν την παραγωγή ψευδών ειδήσεων. Η αξιοποίηση της μεθόδου σημαίνει εξουσία και οικονομικά κέρδη.

Σενάριο 3:

Η κατάσταση θα βελτιωθεί επειδή θα υπάρξουν τεχνικές και ανθρώπινες λύσεις , καθώς ο διαδικτυακός κόσμος θα διαχωριστεί και θα δημιουργηθούν ελεγχόμενες ζώνες με την βοήθεια της τεχνητής νοημοσύνης.

Σενάριο 4:

Η επίβλεψη και ο έλεγχος της διαδικτυακής κοινότητας έχουν οικονομικό κόστος. Κάποιες λύσεις μπορεί να αλλάξουν την φύση του διαδικτύου, επειδή η παρακολούθηση θα αυξηθεί. Το κράτος μπορεί να ρυθμίσει νομικά και κατασταλτικά τον διάλογο. Και αυτές οι αλλαγές ενδέχεται να οδηγήσουν σε πόλωση τους ανθρώπους

και να περιορίσουν την πρόσβαση στην πληροφορία, όπως και την ελευθερία του λόγου.

3.2. ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΤΟΛΗΣ ΤΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

3.2.1. Τρόποι Αντιμετώπισης σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Με δεδομένη την ολοένα και αυξανόμενη προσπάθεια των πολιτειακών θεσμών για την αντιμετώπιση του φαινομένου των fake news και την μέχρι τώρα αδύναμη θεσμική παρέμβαση στο ζήτημα, μία από τις πιο ισχυρές απαντήσεις της παγκόσμιας διαδικτυακής κοινότητας στην ανάπτυξη της μετα - αλήθειας είναι οι ιστοσελίδες ελέγχου των πραγματικών περιστατικών - Fact- checking Websites – οι οποίες εξελίσσονται συνεχώς βελτιώνοντας τις υποδομές και τις επιδόσεις τους. Ανάμεσα στις σημαντικότερες, ο Πανευρωπαϊκός Συνασπισμός CrossCheck. Ως επί το πλείστον πρόκειται για πρωτοβουλίες που προέρχονται είτε από Ιδρύματα – Ερευνητικά κέντρα στον χώρο της ενημέρωσης και των νέων μέσων, είτε από εθελοντικές προσπάθειες ιδιωτών. Στις συγκεκριμένες δράσεις συμμετέχουν ενεργά και οι μεγάλες διαδικτυακές πλατφόρμες, αν και αρχικά αρνούνταν το μερίδιο της ευθύνης τους.

Στην Γαλλία συγκεκριμένα δεκαεπτά ειδησεογραφικά πρακτορεία συμμετείχαν στο πρόγραμμα CrossCheck. Ανάμεσά τους η εφημερίδα Le Monde, το Buzz Feed News και η Agence France – Presse. Στην συνέχεια η Le Monde εισήγαγε ένα νέο εργαλείο το Decodex, που στόχευε να βοηθήσει τους αναγνώστες να ελέγξουν την αξιοπιστία των πληροφοριών στο διαδίκτυο.

Αντίστοιχα στην Ισπανία η εφημερίδα EL Pais έχει δημιουργήσει ένα blog στο ιστολόγιό της που ονομάζεται Hechos. Σε αυτόν τον χώρο δημοσιεύει όλες τις ψευδείς ειδήσεις.

Στην Γαλλία ο Πρόεδρος Emanuel Macron έχει ξεκινήσει από την αρχή του 2018 προσπάθεια να καταπολεμήσει και να ελέγξει το φαινόμενο των fake news. Κατέθεσε δύο νομοσχέδια, τα οποία περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων αναδιάρθρωση του Γαλλικού Ραδιοτηλεοπτικού Συμβουλίου (CSA), με βασικό στόχο την προώθηση της διαφάνειας. Όλοι οι ιστότοποι θα υποχρεούνται να δηλώνουν ποιος τους χρηματοδοτεί, ενώ θα υπάρχει και πλαφόν στο ποσό της χρηματοδότησης. Σε περίπτωση διασποράς ειδήσεων στην προεκλογική περίοδο, οι αρχές θα μπορούν να αφαιρέσουν το περιεχόμενο ή ακόμη και να μπλοκάρουν την εκάστοτε ιστοσελίδα, καθώς όπως ανέφερε ο Γάλλος Πρόεδρος οι κανόνες θα πρέπει να είναι ξεκάθαροι. Μέχρι τώρα τα νομοσχέδια συναντούν σφοδρή αντίδραση από σύσσωμη την αντιπολίτευση, ενώ προς το παρόν τα έχει απορρίψει η Επιτροπή Νομοθεσίας της Γαλλικής Γερουσίας, επικαλούμενη

προβλήματα στην ελευθερία της έκφρασης. Ένας εκ των Γερουσιαστών ο Ρότζερ Καρουτσί τόνισε ότι πρόκειται για ένα επικίνδυνο και άνισο σχέδιο νόμου, καθώς όπως δήλωσε δεν μπορείς να δώσεις την εξουσία σε κάποιον να αποφασίζει ποια πληροφορία είναι ορθή και ποια όχι. Αρκετοί επίσης συνάδελφοι του έχουν εκφράσει την διαφωνία τους, συμμεριζόμενοι τις ίδιες ανησυχίες. Τα δύο νομοσχέδια θα επιστρέψουν στην Εθνική Αντιπροσωπία για επαναξιολόγηση. Το γεγονός ότι το κυβερνών κόμμα του Μακρόν έχει την πλειοψηφία των εδρών, καθιστά πιθανή την έγκρισή τους χωρίς πιθανές αλλαγές.

Στη Γερμανία το Κοινοβούλιο στις 30-6-2017 ενέκρινε νομοσχέδιο, το οποίο τέθηκε σε ισχύ τον Οκτώβριο του 2017 αμέσως μετά τις εκλογές του Σεπτεμβρίου 2017, σύμφωνα με το οποίο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με περισσότερους από 2 εκατομμύρια χρήστες θα αντιμετωπίζουν πρόστιμο από 5 έως 50 εκατομμύρια ευρώ εάν δεν αφαιρούν εντός 24 ωρών προφανώς εγκληματικά δημοσιεύματα. Στα προφανώς εγκληματικά δημοσιεύματα περιλαμβάνονται οι ψευδείς ειδήσεις, η ρητορική μίσους και όλες οι παράνομες πράξεις κατά τον νόμο.

Ο Νόμος για την βελτίωση της επιβολής της νομοθεσίας στα κοινωνικά δίκτυα (NetzDG) θεσπίζει νομικούς κανόνες συμμόρφωσης ώστε τα δίκτυα να δεσμευτούν για την ταχύτερη και εκτενέστερη επεξεργασία καταγγελιών σχετικά με εγκλήματα μίσους και άλλο ποινικώς κολάσιμο περιεχόμενο. Αφορά μόνο τους υπεύθυνους λειτουργίας μεγάλων κοινωνικών δικτύων με δύναμη επιρροής και όχι όλους τους παρόχους υπηρεσιών βάσει του νόμου για τα μέσα τηλεπικοινωνιών. Πλατφόρμες μέσων με δικό τους δημοσιογραφικό – συντακτικό περιεχόμενο δεν περιλαμβάνονται στο νομοσχέδιο.

Ο ορισμός των κοινωνικών δικτύων περιλαμβάνει τόσο την ανταλλαγή περιεχομένου με άλλους χρήστες σε κλειστή κοινότητα δικτύων (gated community) όσο και την διάδοση περιεχομένου στο ευρύ κοινό. Τα κοινωνικά δίκτυα υποχρεούνται βάσει νόμου να υποβάλλουν τριμηνιαία δήλωση για την διαχείριση καταγγελιών σχετικά με ποινικώς κολάσιμο περιεχόμενο. Η δήλωση θα πρέπει να περιέχει τόσο στατιστικά στοιχεία για τον όγκο των καταγγελιών και τις πρακτικές απόφασης των κοινωνικών δικτύων όσο και στοιχεία με τα οποία ενημερώνονται οι ομάδες που είναι αρμόδιες για την επεξεργασία των καταγγελιών. Η δήλωση θα πρέπει να είναι εύκολα προσβάσιμη μέσω της ηλεκτρονικής επίσημης ομοσπονδιακής εφημερίδας και του δικτυακού τόπου του κοινωνικού δικτύου.

Η εκούσια ή ακούσια μη τήρηση της υποχρέωσης δήλωσης, η παράβαση της υποχρέωσης αποτελεσματικής διαχείρισης καταγγελιών καθώς και η παράβαση της υποχρέωσης για τον καθορισμό εγχώριου εξουσιοδοτημένου εκπροσώπου και εγχώριου

δικαιούχου των εντολών παροχών πληροφοριών των αρχών επιβολής του νόμου, αποτελούν σύμφωνα με το νόμο παράβαση η οποία μπορεί να τιμωρηθεί με χρηματικό πρόστιμο μέχρι 5 εκ. ευρώ. Είναι επίσης δυνατή η επιβολή χρηματικού προστίμου σε νομικά πρόσωπα και ενώσεις προσώπων. Το μέγιστο ύψος του προστίμου αυξάνεται σε αυτήν την περίπτωση σε 50 εκ. ευρώ.

3.2.2. Πως αντιμετωπίζει το φαινόμενο η Ευρωπαϊκή Ένωση

Θεσμικά προσπαθεί να αντιμετωπίσει το πρόβλημα των fake news και η Ευρωπαϊκή Ένωση. Στις 12-3-2018 ομάδα εμπειρογνομόνων υψηλού επιπέδου για τις ψευδείς ειδήσεις και την παραπληροφόρηση παρέδωσε Έκθεση στην Επίτροπο Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας κ. Μαρίγια Γκαμπριέλ. Στην Έκθεση η ομάδα εμπειρογνομόνων συνιστά να καταρτιστεί κώδικας αρχών τον οποίο θα πρέπει να δεσμευτούν να τηρούν οι διαδικτυακές πλατφόρμες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η Έκθεση συμπληρώνει τα πρώτα συμπεράσματα από σχετική Δημόσια διαβούλευση και έρευνα του Ευρωβαρόμετρου που δημοσιεύτηκαν επίσης στις 12/3.

Η έκθεση επικεντρώνεται ειδικότερα στα προβλήματα που συνδέονται με την παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο και όχι στα fake news. Οι εμπειρογνώμονες σκόπιμα απέφυγαν να χρησιμοποιήσουν τον όρο fake news, διευκρινίζοντας ότι είναι ακατάλληλος για να αποτυπώσει τα περίπλοκα προβλήματα της παραπληροφόρησης, στην οποία συγκαταλέγονται επίσης το περιεχόμενο που αναμειγνύει κατασκευασμένα στοιχεία με πραγματικά περιστατικά.

Στο πλαίσιο της έκθεσης η παραπληροφόρηση ορίζεται ως ψευδείς, ανακριβείς, ή παραπλανητικές πληροφορίες που κατασκευάζονται, παρουσιάζονται και προωθούνται με σκοπό το κέρδος ή για να ζημιώσουν το κοινό συμφέρον. Οι πληροφορίες αυτές μπορούν να υπονομεύσουν τις δημοκρατικές διαδικασίες και αξίες και να θέσουν στο στόχαστρο διάφορους τομείς, όπως η υγεία, η επιστήμη, η εκπαίδευση και ο χρηματοπιστωτικός τομέας. Υπογραμμίζεται η ανάγκη συμμετοχής όλων των ενδιαφερόμενων πλευρών σε κάθε πιθανή δράση και συνιστά κατά κύριο λόγο την υιοθέτηση μιας προσέγγισης αυτορρύθμισης.

Η ομάδα των εμπειρογνομόνων συνιστά προώθηση του γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης, ανάπτυξη εργαλείων που δίνουν στους χρήστες και στους δημοσιογράφους την δυνατότητα να αντιμετωπίζουν την παραπληροφόρηση, διασφάλιση της πολυμορφίας και της βιωσιμότητας των Ευρωπαϊκών μέσων ενημέρωσης, συνέχιση των ερευνών σχετικά με τον αντίκτυπο των της παραπληροφόρησης στην Ευρώπη.

Υποστηρίζει επίσης την κατάρτιση κώδικα αρχών τον οποίο θα πρέπει να δεσμευτούν ότι θα τηρούν οι διαδικτυακές πλατφόρμες και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι διαδικτυακές πλατφόρμες θα πρέπει να μεριμνούν για την διαφάνεια των εργασιών τους, εξηγώντας πως επιλέγονται από τους αλγορίθμους οι ειδήσεις που προβάλλονται. Επίσης, οι εν λόγω πλατφόρμες ενθαρρύνονται να λάβουν αποτελεσματικά μέτρα σε συνεργασία με Ευρωπαϊκά ειδησεογραφικά πρακτορεία ώστε να βελτιωθεί η προβολή ασφαλών, αξιόπιστων ειδήσεων και να διευκολυνθεί η πρόσβαση των χρηστών σε αυτές.

Η λήψη μέτρων είναι ιδιαίτερα σημαντική κατά την διάρκεια προεκλογικών περιόδων. Τέλος, η ομάδα συνιστά την δημιουργία συνασπισμού, με στόχο να εξασφαλιστεί η υλοποίηση, η παρακολούθηση και η τακτική αναθεώρηση των συμφωνηθέντων μέτρων.

Επίσης, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο έχει εγκρίνει στις 6 Ιουλίου του 2016 την οδηγία NIS (Network and Information Security) η οποία θα έπρεπε να ενσωματωθεί στις Εθνικές Νομοθεσίες των κρατών μελών μέχρι τις 9 Μαΐου 2018. Η συγκεκριμένη οδηγία NIS επιβάλλει υποχρεώσεις σε δύο ομάδες επιχειρήσεων: τους φορείς βασικών υπηρεσιών και τους φορείς παροχής ψηφιακών υπηρεσιών.

Σύμφωνα με την οδηγία NIS, οι φορείς εκμετάλλευσης βασικών υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που δραστηριοποιούνται στους τομείς της ενέργειας, των μεταφορών, του νερού, της υγειονομικής περίθαλψης, και της ψηφιακής υποδομής, θα πρέπει να λάβουν «κατάλληλα και αναλογικά μέτρα», ασφαλείας για την διαχείριση των κινδύνων για το δίκτυό τους και τα συστήματα πληροφοριών. Οι φορείς εκμετάλλευσης βασικών υπηρεσιών θα υποχρεούνται να κοινοποιούν σοβαρά συμβάντα στην αρμόδια αρχή. Οι βασικοί πάροχοι ψηφιακών υπηρεσιών (μηχανές αναζήτησης, υπηρεσίες cloud, computing και online αγορές) θα πρέπει επίσης να συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις κοινοποίησης ασφάλειας και συμβάντων που θεσπίζονται βάσει της οδηγίας.

Επίσης το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο εξέδωσε τον Απρίλιο του 2017 επίσημη οδηγία την υπ' αριθμ. 2017/599386. Με αυτή την οδηγία συμβουλεύει τους Ευρωπαίους πολίτες τους τρόπους με τους οποίους θα προστατευθούν από τα fake news, ακολουθώντας πέντε βήματα όταν βρίσκονται μπροστά σε μία είδηση η οποία τους προκαλεί έκπληξη ή ακραία συναισθήματα: 1. Να ελέγχουν την γενικότερη θεματολογία και το στήσιμο της σελίδας που βρίσκουν την είδηση, 2. Να ελέγχουν το κείμενο αν είναι ενυπόγραφο και στη συνέχεια να αναζητούν στοιχεία για την ύπαρξη του συγγραφέα, 3. Να αναζητούν πληροφορίες για την ταυτότητα και το βιογραφικό του συγγραφέα, καθώς

και για πιθανές άλλες δημοσιεύσεις και την θεματολογία τους, 4. Να σκέφτονται τις συνέπειες που μπορεί να έχει η οποιαδήποτε αναπαραγωγή και περαιτέρω δημοσίευση του από τους ίδιους και 5. Να τσεκάρουν την είδηση στους ειδικούς μηχανισμούς ελέγχου πραγματικών περιστατικών.

Τέλος στις 20 Ιουνίου 2018 η Νομική Επιτροπή στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ψήφισε την οδηγία για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας στην ενιαία ψηφιακή αγορά. Ειδικότερα το άρθρο 11 της οδηγίας περιέχει τον φόρο σύνδεσης γνωστό ως link tax. Πρόκειται για ένα δικαίωμα που παρέχεται στους εκδότες να απαιτήσουν από οποιονδήποτε χρησιμοποιεί αποσπάσματα δημοσιογραφικού περιεχομένου να λαμβάνει άδεια ή να πληρώνει αμοιβή στον εκδότη για την χρήση του στο διαδίκτυο.

Επίσης με το άρθρο 13 της Οδηγίας επιβάλλονται περισσότεροι περιορισμοί στους ιστότοπους για την επιβολή των νόμων πνευματικής ιδιοκτησίας. Αυτό μεταφράζεται στο ότι οποιαδήποτε ηλεκτρονική πλατφόρμα που επιτρέπει στους χρήστες να δημοσιεύσουν κείμενο, εικόνες ή ήχο, θα χρειάζεται έναν τρόπο για να αξιολογήσει και να φιλτράρει το περιεχόμενο, διασφαλίζοντας ότι δεν παραβιάζονται τα πνευματικά δικαιώματα.

3.2.3. Πως αντιμετωπίζεται το φαινόμενο στις Η.Π.Α.

Το Facebook τον Δεκέμβριο του 2016, ανακοίνωσε μια εφαρμογή που επιτρέπει στους χρήστες να επισημάνουν ψεύτικες ειδησεογραφικές αναφορές για έλεγχο από την πλατφόρμα, μέσω του Διεθνούς Δικτύου Ελέγχου Γεγονότων (IFCN). Η πρωτοβουλία του Facebook συνεργάζεται με τα μέσα ενημέρωσης στα κράτη μέλη της Ε.Ε. και ξεκίνησε την λειτουργία της στις 22 Μαρτίου 2017.

Πρόσφατα, τον Ιούνιο του 2018 το Facebook και υπό την πίεση των αποκαλύψεων του σκανδάλου Cambridge Analytica - τον Μάρτιο του 2018- όταν και αποκαλύφθηκε ότι η εταιρία Cambridge Analytica χρησιμοποίησε εν αγνοία τους προσωπικά δεδομένα 87 εκατομμυρίων χρηστών του Facebook, εκ των οποίων 2,7 εκατομμύρια ήταν χρήστες στην Ευρωπαϊκή Ένωση – παρουσίασε στην Βαρσοβία παρουσία εκπροσώπων τύπου από την Πολωνία, την Ουγγαρία, τη Σλοβενία, τη Ρουμανία, την Τσεχία και την Ελλάδα, τις νέες μεθόδους που χρησιμοποιεί προκειμένου να ενισχύσει την άμυνά του και την προστασία των χρηστών του παγκοσμίως από την παραπληροφόρηση και την διάδοση ψευδών ειδήσεων.

Κύριος στόχος του Facebook είναι να εντοπίζει πιο γρήγορα και να υποβαθμίζει ή ακόμη και να διαγράφει σελίδες και προφίλ, που σκόπιμα δημιουργούν και διακινούν παραπλανητικές ειδήσεις. Τα νέα μέτρα είναι η επέκταση του Fast – checking σε περισσότερες χώρες, αλλά και σε διαφορετικό περιεχόμενο, η χρήση νέων

τεχνολογικών μεθόδων για την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας του ελέγχου, η ανάληψη προληπτικής δράσης ενάντια στους κατ' εξακολούθηση παραβάτες, και η στενότερη συνεργασία με την Ακαδημαϊκή κοινότητα. Ισχυροποιεί τα εργαλεία του για τον έλεγχο του περιεχομένου που μοιράζεται μέσω της πλατφόρμας του. Υιοθετεί σημαντικές αλλαγές στον τρόπο που φιλτράρονται οι αναρτήσεις που βλέπει κάθε χρήστης στο news feed του, δίνοντας προτεραιότητα σε εκείνες που προέρχονται από την οικογένειά του και τους φίλους του. Χάρη σε αυτές τις μεθόδους μέσα στους πρώτους μήνες του 2018 διαγράφηκαν 583 εκ. ψεύτικα προφίλ. Απώτερος στόχος του Facebook είναι να φθάνει πιο γρήγορα στην πηγή του κακού, δηλαδή στις σελίδες και τους χρήστες που σκόπιμα δημιουργούν και διακινούν fake news μέσα από το Facebook, αποσκοπώντας σε οικονομικά ή άλλα οφέλη.

Για να το πετύχει αυτό, χρησιμοποιεί την δύναμη της τεχνολογίας, αναπτύσσοντας αυτοματοποιημένα συστήματα αλλά και συστήματα τεχνητής νοημοσύνης. Επίσης επενδύοντας στις ικανότητες του ανθρώπου, αποφάσισε την διεύρυνση της συνεργασίας με ανεξάρτητους πιστοποιημένους ελεγκτές, οι οποίοι θα είναι επιφορτισμένοι με την ευθύνη να διασφαλίζουν ότι το περιεχόμενο των αναρτήσεων είναι έγκυρο.

Όσον αφορά το fast – checking, δηλαδή το πρόγραμμα ελέγχου ειδήσεων από τρίτους (ανεξάρτητοι οργανισμοί πιστοποιημένοι από αρμόδιο διεθνές δίκτυο) είναι ήδη σε ισχύ σε 14 χώρες και σχεδιάζεται η επέκτασή του σε περισσότερες χώρες μέχρι τα τέλη του 2018. Επίσης και με δεδομένο ότι η διάδοση των ψευδών και παραπλανητικών ειδήσεων διαφέρει από χώρα σε χώρα, τόσο όσον αφορά το περιεχόμενό τους, όσο και σε ότι αφορά τον τρόπο που μοιράζονται, το Facebook αποφάσισε να διευρύνει τον έλεγχο που γίνεται για την επαλήθευση της εγκυρότητας φωτογραφιών και βίντεο σε τέσσερις χώρες. Ο έλεγχος περιλαμβάνει φωτογραφίες ή βίντεο που έχουν παραποιηθεί ή που παρουσιάζονται σε εντελώς διαφορετικό πλαίσιο.

Με περισσότερα από ένα δις. διαφορετικά είδη δημοσιεύσεων σε καθημερινή βάση, είναι πρακτικά αδύνατο οι ανεξάρτητοι ελεγκτές να αξιολογούν κάθε είδηση ξεχωριστά. Γι' αυτό το Facebook συνεχώς αναζητεί νέους τρόπους για τον εντοπισμό fake news:

A. Με την κατανόηση και την χρήση της τεχνολογίας και ειδικότερα των συστημάτων τεχνητής νοημοσύνης και άλλων αυτοματοποιημένων τεχνικών που έχει αναπτύξει, εντοπίζονται πιο εύκολα οι ειδήσεις που χαρακτηρίζονται ως ψευδείς.

B. Με την χρήση του Claim Review της Schema.org. Πρόκειται για το πλαίσιο ενός Κώδικα, που είναι κοινά αποδεκτός από εταιρίες τεχνολογίας και Οργανισμούς ελέγχου

πληροφοριών και αφορά στον τρόπο συλλογής και καταγραφής δεδομένων στο Internet – Διαδίκτυο.

Τέλος, το Facebook ανέλαβε τον Απρίλιο του 2018 μία πρωτοβουλία για την διεξαγωγή ανεξάρτητης έρευνας σχετικά με τον ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο πλαίσιο των εκλογών και της δημοκρατίας γενικότερα. Σε συνεργασία με ακαδημαϊκούς που θα χρηματοδοτηθούν, θα πραγματοποιηθεί έρευνα για τον υπολογισμό του όγκου και των επιπτώσεων της παραπληροφόρησης μέσω Facebook. Οι ακαδημαϊκοί που θα επιλεγούν θα αποκτήσουν πρόσβαση στα ευαίσθητα δεδομένα του δημοφιλέστερου μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Οι έρευνες αυτές εκτιμάται ότι θα συμβάλουν σε βάθος χρόνου στην μάχη κατά των fake news.

Όσον αφορά το Twitter σε πρόσφατη συνέντευξή του στο τηλεοπτικό δίκτυο CNN ο CEO του Twitter Jack Dorsey ισχυρίστηκε ότι ακόμη δεν έχουν βρει τον τρόπο εντοπισμού των fake news και γι' αυτό τον λόγο είναι απρόθυμοι να αφαιρέσουν άμεσα posts τα οποία ίσως είναι ψευδή. Σημείωσε ότι η εταιρία είναι μικρή σε σχέση με το Facebook και δεν έχει οικονομικούς πόρους να κυνηγά προσβλητικό περιεχόμενο. Επιπλέον, θα ήταν δύσκολο να κερδίσει την εμπιστοσύνη των χρηστών αν διέγραφε χρήστες απλά βάσει των συναισθημάτων του κόσμου μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Αρνήθηκε οποιαδήποτε κατηγορία περί επιλογής υλικού βάσει των πολιτικών του πεποιθήσεων και τόνισε πως θέλει να παραμείνει ουδέτερος.

Τέλος, ο άλλος κολοσσός στην ψηφιακή εποχή, η Google ανακοίνωσε τον Μάρτιο του 2018 ότι θα διαθέσει το ποσό των 300 εκατ. δολαρίων στον αγώνα για την καταπολέμηση των fake news μέσα στην επόμενη τριετία. Το ποσό αυτό θα το διαθέσει στα πλαίσια της νέας πρωτοβουλίας Google News Initiative, η οποία έρχεται να προστεθεί και να επεκτείνει την ήδη εξελισσόμενη πρωτοβουλία Digital News Initiative, η οποία χρηματοδοτεί καινοτομίες ψηφιακής δημοσιογραφίας στην Ευρώπη. Η πρωτοβουλία Google News Initiative θα εστιάσει σε τρεις άξονες. Στην ανάπτυξη και ενίσχυση της ποιοτικής δημοσιογραφίας, στην ανάπτυξη επιχειρηματικών μοντέλων βιώσιμης ανάπτυξης των MME και στην ενίσχυση των ειδησεογραφικών ομίλων μέσω της τεχνολογικής καινοτομίας.

Σε σχετική της ανακοίνωση η εταιρία τονίζει ότι ενώ οι απαιτήσεις για ποιοτική δημοσιογραφία είναι υψηλότερες από ποτέ, ο κλάδος βρίσκεται υπό πίεση, καθώς οι εκδόσεις σε όλο τον κόσμο αντιμετωπίζουν προκλήσεις λόγω της μετάβασης στην ψηφιακή εποχή. Αυτό απασχολεί έντονα την Google, καθώς η αποστολή της να καταστήσει τον κόσμο πιο ενημερωμένο, είναι συνδεδεμένη με το έργο των δημοσιογράφων και των ειδησεογραφικών ομίλων σε όλο τον κόσμο.

Στη συνέχεια επισημαίνει ότι γίνεται όλο και πιο δύσκολο να ξεχωρίσουμε τι είναι αυθεντικό και τι όχι στο Διαδίκτυο, ως έμμεση αναφορά στο φαινόμενο των fake news. Τονίζει δε ότι η νέα της πρωτοβουλία προσβλέπει στο να βοηθήσει την Δημοσιογραφία να ανθίσει στην ψηφιακή εποχή, προκειμένου να αυξηθεί η εγκυρότητα και το ποιοτικό περιεχόμενο και να περιοριστεί η ροή της παραπληροφόρησης και των ανακριβειών.

Η Google έχει δώσει ιδιαίτερο βάρος στην καταπολέμηση της παραπληροφόρησης, ιδιαίτερα κατά την διάρκεια έκτακτων γεγονότων. Όπως τονίζει «αναξιόπιστες πηγές συχνά εκμεταλλεύονται τα έκτακτα γεγονότα της επικαιρότητας και αναρτούν στις πλατφόρμες της Google ανακριβές περιεχόμενο, αυξάνοντας την πιθανότητα να εκτεθούν οι χρήστες σε αυτό. Τέλος, δηλώνει ότι θα συνεχίσει να εργάζεται από κοινού με τους ειδησεογραφικούς ομίλους παγκοσμίως, ούτως ώστε να αναπτύξει τεχνολογίες που θα βελτιώνουν τις επιδόσεις των συντακτικών ομάδων και θα προστατεύουν τους δημοσιογράφους από τις κυβερνοεπιθέσεις διεθνώς.

3.2.4. Αντιμετώπιση του φαινομένου στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια πρωτοβουλία για την αντιμετώπιση των fake news. Η ίδρυση της πλατφόρμας Greek Hoaxes επικεντρώνεται στην κατάρριψη αναληθών δημοσιευμάτων στο διαδίκτυο. Στην συγκεκριμένη πλατφόρμα προστίθενται καθημερινά κείμενα των διαχειριστών που ανατρέπουν σειρά υποτιθέμενων ειδήσεων που δημοσιεύονται στο Ελληνικό διαδίκτυο. Πριν 5 περίπου χρόνια ξεκίνησε σαν blog με στόχο την διερεύνηση των ειδήσεων που κυκλοφορούν στο internet και την ανάδειξη αυτών που δεν είναι αληθινές. Επειδή και στην Ελλάδα τα fake news κυκλοφορούν σε αφθονία, γρήγορα το blog έγινε ιδιαίτερα δημοφιλές και μετατράπηκε σε site και μετράει χιλιάδες ακόλουθους στην σελίδα του στο Facebook.

Σύμφωνα με τον ιδρυτή του site Θοδωρή Δανιηλίδη υπάρχουν συγκεκριμένα στοιχεία που αν υπάρχουν στην ανάρτηση που διαβάζουμε, μας βοηθούν να καταλάβουμε ότι πρόκειται για ψευδή είδηση. Αυτά είναι τα εξής:

1. **Αναπαραγωγή.** Αν το κείμενο μας προτρέπει να το αναπαράγουμε, αυτό θα πρέπει να μας υποψιάσει.
2. **Συντάκτης.** Αν δεν υπάρχει συντάκτης, είναι ύποπτο. Όσο πιο μεγάλης σημασίας ισχυρισμοί υπάρχουν σε ένα κείμενο, τόσο και περισσότερο σημαντικό είναι να υπάρχει συντάκτης και να μην είναι φανταστικό πρόσωπο.
3. **Ημερομηνία.** Αν αντί για ημερομηνία το κείμενο μας δίνει το χρόνο της ιστορίας που περιγράφει με λέξεις, όπως χθες, προχθές κλπ., αυτό είναι πολύ ύποπτο.

4. **Ονόματα.** Αν το κείμενο που διαβάζετε, μιλάει για τη μικρή Μαρία, τον Γιωργάκη κλπ., αυτό θα πρέπει να σας υποψιάσει. Αυτά τα ονόματα δεν είναι υπαρκτά πρόσωπα.
5. **Ορθογραφία.** Αν στο κείμενο υπάρχουν πολλά ορθογραφικά λάθη, είναι ύποπτο.
6. **Μετάφραση.** Αν το κείμενο είναι προϊόν αυτόματης μετάφρασης, αυτό από μόνο του είναι μια μεγάλη ένδειξη.
7. **Φωτογραφίες.** Αν το κείμενο συνοδεύεται από φωτογραφίες άσχετες με το θέμα και έχουν άσχημη ανάλυση, είναι μια ένδειξη ότι κάτι δεν είναι σωστό.
8. **Ιστορίες.** Αν αυτό που διαβάζετε είναι η περιγραφή μιας ιστορίας, χωρίς κανένα στοιχείο, μην το πιστεύετε. Είναι απλά μια ιστορία.
9. **Πικάντικα και πονηρά.** Αν το κείμενο περιγράφει μία ιστορία σεξουαλικού περιεχομένου, διαβάστε την αλλά μην την πιστέψετε. Αυτές οι ιστορίες γράφονται για να αυξήσουν την επισκεψιμότητα στις σελίδες και την περιέργεια των αναγνωστών.
10. **Μην πιστεύετε ότι αν κοινοποιήσετε μια φωτογραφία ή ένα κείμενο, οποιαδήποτε εταιρία θα διαθέσει ένα ποσό για κάποιο λόγο.** Συνήθως αυτά τα μηνύματα αναπαράγονται στο Facebook και ισχυρίζονται ότι θα δοθεί ένα ποσό σε κάποια θεραπεία ή άλλο φιλανθρωπικό σκοπό.
11. **Απίστευτοι ισχυρισμοί.** Όσο πιο απίστευτοι και πιο τρελοί ισχυρισμοί υπάρχουν σε ένα κείμενο, τόσο πιο ατράνταχτες αποδείξεις θα πρέπει να το συνοδεύουν. Αν δεν υπάρχουν τότε η ανάρτηση είναι στη φαντασία του συντάκτη.
12. **Συνομωσιολογίες.** Το Ίντερνετ και οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι το ιδανικό μέσο για τους συνομωσιολόγους που θέλουν να ψαρέψουν οπαδούς. Πρέπει να είμαστε επιφυλακτικοί όταν διαβάζουμε ισχυρισμούς χωρίς στοιχεία.
13. **Μη λειτουργικά- ενεργά links.** Καθημερινά διαγράφονται σελίδες στο διαδίκτυο και είναι πολύ πιθανό να συναντήσουμε σε αρκετές αναρτήσεις ένα τέτοιο μη λειτουργικό link επειδή έχει διαγραφεί η σελίδα.
14. **Λογικά σφάλματα.** Αν το κείμενο περιέχει λογικά σφάλματα, τότε δεν το πιστεύουμε. Δεν μπορεί να είναι αληθές ένα κείμενο που αναφέρεται σε Ευρωπαϊκή χώρα και περιέχει τιμές σε δολάρια Καναδά.
15. **Υπερβολικοί τίτλοι.** Τίτλοι όπως Σοκ, Δέος, Φοβερό, Σοκαριστικό, δε θα πιστεύετε στα μάτια σας κλπ. Είναι εύκολο να καταλάβουμε ότι το άρθρο είναι ψευδές.

16. **Αδικαιολόγητα λάθη.** Όταν πρόκειται για τρανταχτά αδικαιολόγητα λάθη.
17. **Έρευνες και βαριά ονόματα.** Αν το άρθρο αναφέρει κάποια έρευνα χωρίς να παρουσιάζει link για να την διαβάσετε, αυτό πρέπει να σας προβληματίσει.
18. **Άλλες αναρτήσεις.** Αν στη σελίδα που διαβάσατε την ανάρτηση δείτε άλλα γνωστά hoaxes , αυτό είναι μια πολύ μεγάλη ένδειξη ψεύδους.
19. **Πόσα άρθρα ανά ώρα;** Παρατηρήστε πόσα άρθρα ανεβάζουν οι διαχειριστές την ημέρα. Αν κάθε 2-3 λεπτά ανεβάζουν και ένα άρθρο, τότε δεν υπάρχει ο παραμικρός έλεγχος.
20. **Σχόλια.** Διαβάζετε πάντα τα σχόλια. Αν στα σχόλια υπάρχουν ισχυρισμοί ότι η ανάρτηση είναι ψέμα, αυτό δεν είναι καλό για την αξιοπιστία του άρθρου.
21. **Όλα τα παραπάνω.** Όσο περισσότερα από τα παραπάνω συναντήσετε σε ένα άρθρο, τόσο μεγαλώνουν οι πιθανότητες η ανάρτηση να είναι ψευδής.

Σύμφωνα με τον διαχειριστή της σελίδας Θάνο Επταχτίτη οι Έλληνες χρήστες είναι πλέον περισσότερο υποψιασμένοι και επιφυλακτικοί σε σχέση με το παρελθόν. Οι ειδήσεις που γίνονται πιο εύκολα πιστευτές είναι εκείνες που περιλαμβάνουν βία, σκάνδαλα, ξενοφοβία, πολιτική σπέκουλα και δήθεν θαυματουργές θεραπείες για δύσκολες ασθένειες. Από την άλλη πλευρά δηλώνει ότι λόγω των ψευδών ειδήσεων, δεν πρέπει να δαιμονοποιούμε το διαδίκτυο. Το internet είναι ένα πολύτιμο εργαλείο γνώσης και επικοινωνίας. Κρύβει όμως πολλές παγίδες και οι χρήστες θα πρέπει να είναι επιφυλακτικοί, γιατί η ταχύτητα που προσφέρει στην διάδοση μίας είδησης είναι ασύλληπτη και μπορεί να οδηγήσει σε επικίνδυνους δρόμους.

Μια άλλη πολύ σημαντική προσπάθεια είναι αυτή του 20χρονου φοιτητή του ΠΑ.ΜΑ.Κ., στο Τμήμα Πληροφορικής, ο οποίος κατάφερε να δημιουργήσει ένα πρόγραμμα με παραμέτρους και ξεχωριστό αλγόριθμο, το FightHoax.Com προκειμένου να εντοπίζεται άμεσα και γρήγορα μία παραπλανητική είδηση από μία παραπλανητική σε όλο το φάσμα του διαδικτύου. Ο αλγόριθμός του FightHoax έχει την δυνατότητα μέσα σε κλάσματα του δευτερολέπτου να φιλτράρει κάθε είδους πληροφορία που είναι γραμμένη στο διαδίκτυο. Είναι ένα πολυεργαλείο που αναλύει άρθρα ειδήσεων και παρουσιάζει κατά πόσο έμπιστο είναι αυτό που διαβάζει ο αναγνώστης. Μπορεί να βοηθήσει δημοσιογράφους και τους καθημερινούς ανθρώπους να αναλύουν τις ειδήσεις που διαβάζουν. Με την βοήθεια των μηχανών αναζήτησης, μπορεί να εκτελέσει μαζικές σαρώσεις στο internet και να ανιχνεύσει τις ειδήσεις, κατατάσσοντάς τις στην θέση που ανήκουν.

Παραπλανητικοί τίτλοι, παραπληροφόρηση, αλλά και αρθρογράφοι με βεβαρημένο ιστορικό, μπαίνουν στο στόχαστρο της εφαρμογής, το οποίο έχει ήδη παρουσιαστεί στο

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, ενώ εντάσσεται και στο δίκτυο συνεργασιών του τμήματος Δημοσιογραφίας του Χάρβαρντ.

Σύμφωνα με τον δημιουργό του Βαλεντίνο Τζέκα, ο FightHoax ελέγχει την αξιοπιστία οποιουδήποτε ειδησεογραφικού κειμένου, γραμμένου στα Αγγλικά, σε λίγα δευτερόλεπτα και με ακρίβεια 89%. Στην πράξη συγκρίνει το περιεχόμενο του επιλεγμένου δημοσιεύματος με αντίστοιχα από έγκυρες πηγές, όπως το Associated Press, και εντοπίζει τυχόν σημεία απόκλισης. Για παράδειγμα εξετάζει αν ο τίτλος είναι παραπλανητικός ή η γλώσσα προπαγανδιστική. Επιπλέον, αξιολογεί το μέσο στο οποίο αναρτήθηκε. Παράλληλα μελετά και την αξιοπιστία του αρθρογράφου (αν έχει κατηγορηθεί για παραπληροφόρηση στο παρελθόν, αν έχει εργαστεί σε άλλα αξιόπιστα μέσα κλπ.). Σε περίπτωση λοιπόν που υπάρχουν ύποπτες ενδείξεις, προτείνει στον αναγνώστη δημοσιεύματα άλλων πηγών, περισσότερο έγκυρων, στα οποία εκείνος μπορεί να προστρέξει για αντικειμενικότερη ενημέρωση στο θέμα που τον ενδιαφέρει. Το FightHoax δεν ελέγχει την αξιοπιστία άρθρων γνώμης ή σάτιρας, γιατί αυτό θα αποτελούσε λογοκρισία. Η καινοτομία του είναι ότι προτείνει στον χρήστη άρθρα πάνω στο θέμα που διάβασε, προσφέροντας του πηγές με αντίθετη άποψη, για να έχει μια πιο ολοκληρωμένη και σφαιρική άποψη.

Επίσης άλλη μία αξιόλογη προσπάθεια στον τομέα της καταπολέμησης των fake news έγινε με την χρησιμοποίηση ελληνικού λογισμικού από Γερμανικά MME κατά την διάρκεια των Γερμανικών Εκλογών στις 24 Σεπτεμβρίου του 2017.

Συγκεκριμένα το Γερμανικό πρακτορείο ειδήσεων Dpa και ο ειδησεογραφικός οργανισμός BR (Bayerischer Rundfunk) αξιοποίησαν την πλατφόρμα Truly Media, που ανέπτυξαν από κοινού η Athens Technology Center (ATC) και η Deutsche Welle (DW), για την συλλογή και επιβεβαίωση του περιεχομένου που δημοσιεύτηκε και αναπαράχθηκε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την διάρκεια των Γερμανικών Εκλογών. Η ATC, συνδύασε τεχνολογίες αιχμής για την συλλογή και ανάλυση περιεχομένου με την εξειδικευμένη γνώση της Deutsche Welle για την αντιμετώπιση των fake news. Αποτέλεσμα της συνεργασίας ήταν η πλατφόρμα Truly Media, ένα online περιβάλλον συνεργασίας όπου δημοσιογράφοι από κάθε σημείο του πλανήτη έχουν στην διάθεσή τους εξελιγμένα ψηφιακά εργαλεία για την επαλήθευση ειδήσεων, εικόνων και βίντεο, όπως αυτά μοιράζονται απευθείας από τους χρήστες κοινωνικών δικτύων σε πραγματικό χρόνο. Μπορούν να επιλέξουν τα πιο σημαντικά υλικά και να επικυρώσουν κάθε ένα ξεχωριστά, χρησιμοποιώντας μια λίστα κριτηρίων αλλά και ενσωματωμένα ψηφιακά εργαλεία όπως το Google Maps ή το TinEye.

Σε επίπεδο Ελληνικής Κυβέρνησης πρόσφατα τόσο τον Σεπτέμβριο του 2017, όσο και τον Μάρτιο του 2018 ο Υπουργός Ψηφιακής Πολιτικής Νίκος Παππάς εξήγγειλε δύο πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση του φαινομένου των fake news. Σε συνάντησή του με την Ευρωπαϊά Επίτροπο Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας Μαρίγια Γκαμπριέλ, υπερτόνισε την χρησιμότητα του Μητρώου Διαδικτυακών ΜΜΕ, το οποίο έχει αναπτύξει η Ελλάδα και το οποίο χαρτογραφεί τον χώρο του Διαδικτύου, δίνοντας ταυτόχρονα την δυνατότητα στις επιχειρήσεις ενημέρωσης να προστατεύουν και τα πνευματικά τους δικαιώματα, μέσω της δωρεάν χρήσης λογισμικού από το Υπουργείο, ενάντια στην λογοκλοπή.

Επίσης, σε συνέντευξή του στο Ευρωπαϊκό Οικονομικό φόρουμ, ο Υπουργός Νίκος Παππάς αναφέρθηκε στην δημιουργία ενός portal, σε συνεργασία με τις Ενώσεις Εκδοτών και τις Συνδικαλιστικές ενώσεις, που θα διασταυρώνει τις ειδήσεις, με στόχο να ελέγχουν οι δημοσιογράφοι και οι εκδότες την εγκυρότητα των ειδήσεων. Επίσης εξήγγειλε την συνεργασία του Υπουργείου Ψηφιακής Πολιτικής με το Facebook και την Google για την εκπόνηση καμπάνιας ενάντια στα fake news.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Από την παρούσα εργασία οδηγούμαστε στο συμπέρασμα πως το φαινόμενο των fake news και της χρησιμοποίησής του για τον επηρεασμό της πολιτικής, οικονομικής και κοινωνικής ζωής σε παγκόσμιο επίπεδο, δεν είναι κάτι καινούριο. Χρονολογείται από την αρχαιότητα. Είναι μια νέα μορφή προπαγάνδας, με καινούρια χαρακτηριστικά, ιδιότητες, τρόπο και ταχύτητα εξάπλωσής του λόγω της απίστευτης ταχύτητας με την οποία διαχέεται πλέον η κάθε μορφή πληροφορίας λόγω της σχεδόν ολοκληρωτικής επικράτησης της χρήσης του διαδικτύου και δη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, σε βάρος παραδοσιακών μέσων πληροφόρησης και μετάδοσης των ειδήσεων, όπως η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και ο έντυπος τύπος.

Τα fake news, με την άκριτη, κερδοσκοπική και τυχοδιωκτική χρήση τους, μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και την διασπορά ψευδών ειδήσεων, αναπτύσσονται όσον αφορά την επιρροή στην πολιτική ζωή σε δύο επίπεδα. Το πρώτο είναι η αξιοποίησή τους για την επίτευξη συγκεκριμένων πολιτικών σκοπών, όπως μια προεκλογική εκστρατεία, ένα δημοψήφισμα κλπ. Με την μεθοδευμένη διασπορά ψευδών ειδήσεων, το ένα εμπλεκόμενο μέρος προσπαθεί να φθείρει το αντίπαλο, προκαλώντας όσο μεγαλύτερη ζημία μπορεί στην εικόνα του και την αποδοχή του από την κοινή γνώμη. Το δεύτερο επίπεδο είναι η καλλιέργεια μιας στρεβλής πραγματικότητας και μυθοπλασίας για συγκεκριμένα πολιτικά και κοινωνικά ζητήματα και η προσπάθεια να χειραγωγηθεί η κοινή γνώμη για να επιτευχθεί η επιδίωξη των οργανωμένων ομάδων συμφερόντων, που διαρρέουν τα fake news. Για την πραγμάτωση αυτού του σκοπού – στόχου χρησιμοποιούνται όλα τα σύγχρονα όπλα της μετεξελιγμένης προπαγάνδας – Θεωρίες συνωμοσίας, μυθοπλασία, ακραία σε περιεχόμενο δημοσιεύματα που στοχεύουν στους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, σε συγκεκριμένες κατηγορίες ανθρώπων. Στοχεύουν σε χρήστες συγκεκριμένου βιοτικού επιπέδου και μόρφωσης, συγκεκριμένης οικονομικής κατάστασης και συγκεκριμένης ηλικιακής κατηγορίας. Τα πιο δυνατά όπλα που χρησιμοποιούν είναι η επίκληση στο θρησκευτικό συναίσθημα, στο εθνικό φρόνημα και στον κάθε είδους ρατσισμό (φυλετικό, εθνικό, σεξουαλικό). Με τον αναλφαβητισμό που επικρατεί σε μη προηγμένες χώρες και την οικονομική κρίση, την ανεργία να μαστίζει ακόμη και προηγμένες οικονομικά χώρες, η επικράτηση των ψευδών ειδήσεων βρίσκει πολύ εύκολα έρεισμα επικράτησης και επιρροής στην κοινή γνώμη ακόμη και εξωπραγματικών δημοσιευμάτων.

Τα fake news χρησιμοποιούνται ως ένα άριστο εργαλείο στην πολιτική σκηνή, είτε σε περιόδους προεκλογικές από τους υποψηφίους για την διακυβέρνηση των εκάστοτε χωρών, αλλά και από τις κυβερνήσεις των χωρών, ακόμη και από τις αντιπολιτευτικές

δυνάμεις. Ο σκοπός είναι συγκεκριμένος: η πολιτική εξουσία είτε σε ενεστώτα χρόνο είτε σε μελλοντικό. Τείνει πλέον να εκλείψει η ευθεία πολιτική αντιπαράθεση μεταξύ των πολιτικών δυνάμεων σε όλη την υφήλιο. Αντί αυτού, συλλήβδην διασπορά ψευδών ειδήσεων, που έχουν στόχο να πλήξουν τον αντίπαλο, σπιλώνοντας πολιτικούς αντιπάλους, σε προσωπικό, επαγγελματικό ακόμη και οικογενειακό επίπεδο. Επινόηση fake ροζ ερωτικών σκανδάλων με στόχο να εξοβελίσουν πολιτικούς αντιπάλους – χαρακτηριστική η περίπτωση του Γάλλου Γενικού Διευθυντή του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου Ντομινίκ Στρος Καν, ο οποίος διασύρθηκε παγκοσμίως τηλεοπτικά τον Μάιο του 2011 και συνελήφθη έπειτα από κατηγορίες καμαριέρας εργαζόμενης στο Sofitel για σεξουαλική επίθεση σε βάρος της. Στη συνέχεια οι κατηγορίες αποσύρθηκαν και ο Στρος Καν αθωώθηκε για αυτές τόσο στις Η.Π.Α., όσο και στην Γαλλία. Η πολιτική του καριέρα όμως είχε κατακρημνισθεί.

Η χρησιμοποίηση των όπλων του λαϊκισμού, του συντηρητισμού και των ακραίων απόψεων σε συνδυασμό με την διεθνώς καλπάζουσα άνοδο των εθνικιστικών και ακροδεξιών πολιτικών μορφωμάτων, εξυπηρετεί όλους όσους έχουν στα χέρια τους την δύναμη επηρεασμού της κοινής γνώμης, για να περνάνε εύκολα και ανώδυνα στην μάζα των χρηστών, άρα και στο εν δυνάμει πολιτικό τους ακροατήριο τις πολιτικές τους απόψεις και να διαμορφώνουν κατά το δοκούν τις πολιτικές εξελίξεις.

Τα ίδια αποτελέσματα έχει η διασπορά fake news στην οικονομική και κοινωνική ζωή διεθνώς. Είναι αρκετή μιας σειρά ψευδών αναρτήσεων για να οδηγήσει σε ελεύθερη πτώση τις τιμές των μετοχών μιας εταιρίας, την κατακρήμνιση των χρηματιστηρίων, ακόμη και τον επηρεασμό της οικονομίας χώρας. Σε κοινωνικό επίπεδο καθημερινά ψευδείς ειδήσεις «πεθαίνουν επώνυμους ανθρώπους» - στις 30-8-2018 ενδεικτικά κυκλοφόρησε ανάρτηση με την είδηση του θανάτου του πασίγνωστου Έλληνα σκηνοθέτη Κώστα Γαβρά μέσω ενός ψεύτικου λογαριασμού που φερόταν να ανήκει στην νέα Υπουργό Πολιτισμού Μυρσίνη Ζορμπά, η οποία είχε αναλάβει τα καθήκοντά της πριν λίγες ώρες-, χωρίζουν επώνυμα ζευγάρια, στοχοποιούν κοινωνικές ομάδες κλπ. Το φαινόμενο της διασποράς των fake news έχει εξελιχθεί πλέον σε μάλιστα για την παγκόσμια κοινότητα. Με αφορμή δύο μεγάλα πολιτικά γεγονότα που εξελίχθηκαν το 2016 και το 2017 – Αμερικανικές Προεδρικές εκλογές και Δημοψήφισμα Brexit - όπου η διασπορά fake news έπαιξε κυρίαρχο ρόλο και διαμόρφωσε σε μεγάλο ποσοστό τα αντίστοιχα αποτελέσματα, υπήρξε μεγάλη κινητοποίηση για την αντιμετώπιση του φαινομένου.

Πολλοί παγκόσμιοι Οργανισμοί, κρατικοί φορείς, ερευνητικά κέντρα, κυβερνήσεις αλλά και οι παγκόσμιοι κολοσσοί των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, έχουν

ενεργοποιηθεί για να καταδείξουν και να αντιμετωπίσουν το φαινόμενο, προκειμένου να προστατέψουν την επιρροή που ασκούν στις πολιτικές εξελίξεις, στην λειτουργία της δημοκρατίας, στην αξιοπιστία των θεσμών και την ελεύθερη έκφραση των πολιτών. Οι μέχρι τώρα προσπάθειες δεν έχουν αποφέρει σημαντικά αποτελέσματα. Η διαρκής εξέλιξη της τεχνολογίας και οι νέες μορφές και δυνατότητες που αυτή αποκτά, καθιστά ιδιαίτερα δύσκολη και εφαρμόσιμη την αντιμετώπιση του φαινομένου.

Γι' αυτό τον λόγο απαιτείται θεσμική εγρήγορση, επιτάχυνση των νομοθετικών πρωτοβουλιών σε επίπεδο κρατών και Διεθνών Οργανισμών στον τομέα της τεχνικής προστασίας των θυμάτων των fake news και της διευκόλυνσης των χρηστών στην αναφορά και δίωξη του φαινομένου, με την προϋπόθεση να τηρούνται οι κανόνες δεοντολογίας και η προστασία της ελευθερίας του λόγου και της έκφρασης. Δεν πρέπει επ' ουδενί να φτάσουμε στο άλλο άκρο της φίμωσης της ελεύθερης έκφρασης και της λογοκρισίας.

Η αλήθεια δεν υπάρχει. Ο Πλάτωνας τον 4^ο αιώνα πχ. περπατώντας στην Ακαδημία έλεγε στους μαθητές του ότι οι άνθρωποι δεν μπορούμε να διακρίνουμε τις αλήθειες, τις άφθαρτες μορφές που συγκροτούν την κοινωνία των ιδεών. Οι αλήθειες αποκαλύπτονται μόνο στους σοφούς, σαν σκιές φευγαλέες. Κάθε εποχή κατασκευάζει τις αλήθειες που της ταιριάζουν.

Έτσι φτάσαμε στην εποχή του Donald Trump, όπου η αλήθεια είναι συνώνυμο των εναλλακτικών δεδομένων και των ψευδών γεγονότων. Στην ιδιαίτερα φορτισμένη χρονική συγκυρία που ζούμε, η εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και ραγδαία εξάπλωσή τους, ενθάρρυνε τον κατακερματισμό των χρηστών σε αμέτρητες ομάδες ομοϊδεατών. Με την χρήση του tweet, του retweet και του like η αλήθεια υποβιβάστηκε σε ένα αγελαίο φαινόμενο. Παλαιότερα ο «ανόητος του καφενείου», αισθανόταν αδύναμος, είχε πει ο Ουμπέρτο Έκο λίγο πριν πεθάνει το 2016. Εύκολα συμβιβαζόταν και συμμορφωνόταν με τις κυρίαρχες αλήθειες, όταν αυτές τις διατύπωναν η επιστήμη, η πολιτική, η οικονομία, η θρησκεία, ο πολιτισμός, ο τύπος. Σήμερα ο ίδιος ανόητος, φτωχότερος και οργισμένος, συμμαχεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με τους ομοϊδεάτες του, με αποτέλεσμα να αισθάνεται πιο ισχυρός και να περιφρονεί τις αλήθειες που διακινούν τα κάθε λογής «κατεστημένα».

Συμπερασματικά για την εξάπλωση του φαινομένου των fake news στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι ευθύνες ανήκουν τόσο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όσο σε εξίσου μεγάλο βαθμό και στους χρήστες. Όσες προσπάθειες ελέγχου των ψευδών ειδήσεων να κάνουν οι θεσμοί, οι κυβερνήσεις και τα ίδια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αποτελεί μεγάλο πρόβλημα ότι οι χρήστες είναι απρόθυμοι να αναλάβουν

πρόσθετες προσπάθειες για έλεγχο των ειδήσεων και να εκπαιδευτούν σιγά σιγά προς αυτήν την κατεύθυνση.

Κατά την γνώμη μας κινείται προς την σωστή κατεύθυνση η προσπάθεια που έχει ξεκινήσει σε Δημοτικό σχολείο της Άνω Σαβοΐας της Γαλλίας, στο οποίο μια δασκάλα η Ροζ Μαρί Φαρινέλλα, εδώ και 3 περίπου χρόνια διδάσκει στους μαθητές της με μία μέθοδο, πώς να ξεχωρίζουν την αληθινή από την ψεύτικη είδηση.

Πρέπει εμείς οι ίδιοι οι χρήστες των social media να προστατευτούμε από την μάλιστα των fake news, αποκτώντας κριτική ικανότητα για τις ειδήσεις που μας βομβαρδίζουν ανά δευτερόλεπτο και να μην μας διακατέχει αγελαία νοοτροπία. Σε διαφορετική περίπτωση τα fake news θα συνεχίσουν να διαμορφώνουν πολιτικές, οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις με τον πλέον κυρίαρχο τρόπο.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλία και ομιλίες σε συνέδρια:

Umberto Eco - Για έναν Σημειολογικό Ανταρτοπόλεμο, ομιλία στο συνέδριο «Vision '67», International Center of Communication, Arts and Sciences, New York, Οκτώβριος 1967.

Umberto Eco - Il Costume Di Casa: Evidenze E Misteri Dell'ideologia Italiana, (Faith in Fakes), Bompiani, 1973.

Carl Bernstein and Bob Woodward - All the President's Men, Simon & Schuster, 1974.

Eduard Herman and Noam Chomsky, Manufacturing Consent – The Political Economy of the Mass Media, Pantheon Books, 1988.

John D' Agata and Jim Fingal - The Lifespan of a Fact, W.W. Norton & Company, 2012.

A. Brad Schwartz, Broadcast Hysteria: Orson Welles's War of the Worlds and the Art of Fake News, Hill and Wang, New York, 2015.

Ari Ravi Havt & Media Matters for America, Lies - Incorporated the World of Post Truth – Politics, Anchor Books, New York, 2016.

Daniel J. Levitin, Weaponized Lies: How to Think Critically in the Post- Truth Era, Penguin Random House LLC, 2017.

Danny Murphy - Fake News 101: How to recognize fake news and avoid being fooled by it, 2017.

Mitchell Stephens, The Voice of America: Lowell Thomas and the Invention of 20th - Century Journalism, St. Martin's Press, New York, 2017.

Umberto Eco - Τέρατα.

Μελέτες, έρευνες, άρθρα, δημοσιεύσεις κυρίως στο διαδίκτυο

Helen Margetts, «Μπορούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να αλλάξουν την πολιτική;», άρθρο, μετάφραση της Αλεξάνδρας Κτίστη, European Business Review, <http://www.europeanbusiness.gr/page.asp?pid=2653>, 10 Ιανουαρίου 2017.

Κιντή Βάσω, «Μετά – αλήθεια και μετά - γεγονότα», άρθρο, Το Βήμα, <https://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=856920>, 15 Ιανουαρίου 2017.

Kenneth Rapoza, “Can ‘Fake News’ Impact The Stock Market?”, άρθρο, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/kenrapoza/2017/02/26/can-fake-news-impact-the-stock-market/#50c8f9782fac>, 26 Φεβρουαρίου 2017.

Tom Holland, “A 2,500th Birthday for the Father of History-and Fake News”, άρθρο, Wall Street Journal, <https://www.wsj.com/articles/a-2-500th-birthday-for-the-father-of-historyand-fake-news-1490884822>, 30 Μαρτίου 2017.

“UK Government launches consultation on implementing NIS Directive”, άρθρο, Linx, <https://www.linx.net/tag/uk-legislation/>, 10 Αυγούστου 2017.

Σωτήρης Μανιάτης, «Ελληνικός ανιχνευτής fake news σε γερμανικά ΜΜΕ εν όψει των εκλογών», άρθρο, Η Εφημερίδα των Συντακτών, <http://www.efsyn.gr/arthro/ellinikos-anihneytis-fake-news-se-germanika-mme-en-opsei-ton-eklogon>, 15 Σεπτεμβρίου 2017.

Γιώργος Κονταρίνης, «Παπάς: Αντιμετώπιση των fake news μέσω του μητρώου διαδικτυακών ΜΜΕ», άρθρο, CNN Greece, <https://www.cnn.gr/news/politiki/story/98483/pappas-antimetopisi-ton-fake-news-meso-toy-mitrooy-diadiktyakon-mme>, 21 Σεπτεμβρίου 2017.

Κωσταντίνος Αμπατζής, «Πως αναχαιτίζεις τα fake news στο ελληνικό ίντερνετ», άρθρο, Oneman, https://www.oneman.gr/keimena/diabasma/megala_keimena/pws-anaxaitizeis-ta-fake-news-sto-ellhniko-internet.4840522.html, Οκτώβριος 2017.

Γιώργος Παυλίδης «Fake news και δημοσιογραφία», άρθρο, Πολίτης News, <http://politis.com.cy/article/fake-news-ke-dimosiografia>, 28 Νοεμβρίου 2017.

Γιώργος Παπούλιας, Μελέτη: 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, https://www.protagon.gr/wp-content/uploads/2017/12/Μελέτη_POST_TRUTH_DEC2017.pdf, Δεκέμβριος 2017.

Άρθρο, Zougla.gr, <https://www.zougla.gr/kosmos/article/nomos-makron-kata-ton-fake-news>, 4 Ιανουαρίου 2018.

Lyric Jain, “Is Fake News Bad For The Economy?”, άρθρο, Finance Monthly, <https://www.finance-monthly.com/2018/02/is-fake-news-bad-for-the-economy/>, 13 Φεβρουαρίου 2018.

«Fake News online: η ομάδα εμπειρογνομόνων συνιστά ενίσχυση της διαφάνειας», άρθρο, Ευρωπαϊκή Επιτροπή, https://ec.europa.eu/greece/news/20181303_Fake_news_online_el, 13 Μαρτίου 2018.

Άρθρο, Ποντίκι Web, «Ο Παπάς δημιουργεί Portal για την καταπολέμηση των fake news», <http://www.topontiki.gr/article/264542/o-pappas-dimioyrgei-portal-gia-tin-katapolemisi-ton-fake-news>, 18 Μαρτίου 2018.

Παύλος Παπαδόπουλος, «Ο Πλάτωνας εξηγεί τα... fake news», άρθρο, Η Καθημερινή, <http://www.kathimerini.gr/979586/gallery/epikairothta/ellada/o-platwnas-e3hgei-ta-fake-news>, 13 Αυγούστου 2018.

Άρθρο Χρίστου Τελίδη- Έθνος της Κυριακής – 26-8-2018.

Ellinika Hoaxes – Άρθρο Θοδωρή Δανηλίδη 15-9-2014.

Pew Research Center 18-11-2017, <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/10/18/in-trumps-first-100-days-news-stories-citing-his-tweets-werw-more-likely-to-be-negative>
Julia Reda 16-5-2018- <https://juliareda.eu/2018/05/pseutikes-eidhseis-pseutikh-dikaiologia/>

Journal of Economic Perspectives - Volume 31- Number 2 – Spring 2017- Pages 211-236, <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>

<https://voxeu.org/article/social-media-sentiment-and-public-opinions>.

NYTimes, <https://www.nytimes.com/2017/01/18/upshot/researchers-created-fake-news-heres-what-they-found.html>, Neil.Irwin, 18-1-2017.