



unesco



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου



ΠΑΝΤΕΙΟΝ
ΠΑΝΤΕΙΟΝ



ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ, ~~ΨΕΥΔΕΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ~~ & ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

Εγχειρίδιο Δημοσιογραφικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης

Σειρά της UNESCO για τη Δημοσιογραφική Εκπαίδευση

Έκδοση 2021: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France; Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου, Αρχιεπισκόπου Κυπριανού 30, 3036 Λεμεσός, Κύπρος και Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, Λεωφόρος Συγγρού 136, 176 71 Αθήνα, Ελλάδα.

© UNESCO / ΤΕΠΑΚ / ΠΑΝΤΕΙΟΝ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ 2021

UNESCO's ISBN 978-92-3-000150-6



Η παρούσα έκδοση διατίθεται στο πλαίσιο της Ανοικτής Πρόσβασης βάσει της «Αναφορά Δημιουργού-Παρόμοια Διανομή 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO)» άδειας (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/deed.el>). Χρησιμοποιώντας το περιεχόμενο της παρούσας έκδοσης, οι χρήστες αποδέχονται ότι δεσμεύονται από τους όρους χρήσης του Αποθετηρίου Ανοικτής Πρόσβασης της UNESCO (<http://en.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en>).

Τίτλος Πρωτότυπου: Journalism, “Fake news” & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. Έτος 1ης έκδοσης 2018: the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France.

Οι ορισμοί που χρησιμοποιήθηκαν και η παρουσίαση του υλικού στην έκδοση δεν αποτελούν έκφραση οποιασδήποτε προσωπικής άποψης από την πλευρά της UNESCO σχετικά με το νομικό καθεστώς κάθε χώρας, επικράτειας, πόλης ή περιοχής ή των αρχών της, ή σχετικά με την οροθεσία των συνόρων ή ορίων της.

Οι συγγραφείς είναι υπεύθυνες/οι για τις ιδέες και απόψεις που εκφράζονται σε αυτήν την έκδοση, οι οποίες δεν αποτελούν απαραίτητα απόψεις της UNESCO και δεν δεσμεύουν σε καμιά περίπτωση τον Οργανισμό.

Επιμέλεια Πρωτότυπης Έκδοσης: Cherilyn Ireton και Julie Posetti

Συγγραφείς: Julie Posetti, Cherilyn Ireton, Claire Wardle, Hossein Derakhshan, Alice Matthews, Magda Abu-Fadil, Tom Trewinnard, Fergus Bell, Alexios Mantzarlis

Επιπρόσθετη Έρευνα: Tom Law

Γραφιστικός σχεδιασμός: Mr. Clinton

Σχεδιασμός εξώφυλλου: Mr. Clinton

Εικονογράφηση: UNESCO, First Draft and Poynter

Στοιχειοθεσία: UNESCO

Εκτύπωση: UNESCO

Τυπώθηκε στη Γαλλία.

Για την έκδοση στην ελληνική γλώσσα, © UNESCO, Τεχνολογικό Πανεπιστήμιο Κύπρου, Πάντειον Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών 2021

Επιστημονική Επιμέλεια: Πασχαλία (Λία) Σπυρίδου, Παντελής Βατικιώτης, Δήμητρα Μηλιώνη

Μετάφραση: Πολύκαρπος Θωμά, Κατερίνα Καραγεώργου, Λύδια-Γεωργία Κολλύρη, Βασιλική Πούλου, Παντελής Βατικιώτης, Δήμητρα Μηλιώνη, Λία (Πασχαλία) Σπυρίδου

Προσαρμογή/ Σελιδοποίηση: Σοφία Κωνσταντίνου, Στέφανη Στυλιανού

Δημοσιογραφία, “Ψευδείς Ειδήσεις” & Παραπληροφόρηση

Εγχειρίδιο Δημοσιογραφικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης

Επιστημονική επιμέλεια ελληνικής έκδοσης:
Πασχαλία (Λία) Σπυρίδου
Παντελής Βατικιώτης
Δήμητρα Μηλιώνη

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Εισαγωγή στην ελληνική έκδοση	6
Πρόλογος του Guy Berger	7
Γλωσσάρι	17
Εισαγωγή των Cherilyn Ireton και Julie Posetti	19
Χρήση του εγχειριδίου ως πρότυπου προγράμματος σπουδών	34
ΕΝΟΤΗΤΑ 1: Αλήθεια, εμπιστοσύνη και δημοσιογραφία: γιατί έχουν σημασία	42
<i>της Cherilyn Ireton</i>	
Σύνοψη	43
Περίγραμμα	45
Στόχοι Ενότητας	54
Μαθησιακά Αποτελέσματα	54
Μορφή Ενότητας	54
Προτεινόμενη Εργασία	55
Βιβλιογραφία	56
ΕΝΟΤΗΤΑ 2: Περί της «πληροφοριακής αταξίας»: μορφές παραπληροφόρησης, σκόπιμης παραπληροφόρησης και κακόβουλης πληροφόρησης	57
<i>των Claire Wardle και Hossein Derakhshan</i>	
Σύνοψη	58
Περίγραμμα	59
Στόχοι Ενότητας	67
Μαθησιακά Αποτελέσματα	68
Μορφή Ενότητας	68
Προτεινόμενη Εργασία	71
Πόροι	71
Βιβλιογραφία	71
ΕΝΟΤΗΤΑ 3: Ο μετασχηματισμός της βιομηχανίας των ειδήσεων: ψηφιακή τεχνολογία, πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και η εξάπλωση της παραπληροφόρησης και της σκόπιμης παραπληροφόρησης	73
<i>της Julie Posetti</i>	
Σύνοψη	74
Περίγραμμα	76
Στόχοι Ενότητας	88
Μαθησιακά Αποτελέσματα	88
Μορφή Ενότητας	88
Προτεινόμενη Εργασία	91
Βιβλιογραφία	91

ΕΝΟΤΗΤΑ 4: Καταπολεμώντας την παραπληροφόρηση και τη σκόπιμη παραπληροφόρηση μέσα από την Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία 93

της *Magda Abu-Fadil*

Σύνοψη	94
Περίγραμμα	96
Στόχοι Ενότητας	101
Μαθησιακά Αποτελέσματα	102
Μορφή Ενότητας	102
Προτεινόμενη Εργασία	105
Πόροι	106
Βιβλιογραφία	106

ΕΝΟΤΗΤΑ 5: Εισαγωγή στη διασταύρωση πληροφοριών 108

του *Alexios Mantzaris*

Σύνοψη	109
Περίγραμμα	109
Στόχοι Ενότητας	117
Μαθησιακά Αποτελέσματα	117
Μορφή Ενότητας	118
Προτεινόμενη Εργασία	123
Βιβλιογραφία	124

ΕΝΟΤΗΤΑ 6: Επαλήθευση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: αξιολόγηση πηγών και οπτικού περιεχομένου 127

των *Tom Trewinnard και Fergus Bell*

Σύνοψη	128
Περίγραμμα	129
Στόχοι Ενότητας	136
Μαθησιακά Αποτελέσματα	137
Μορφή Ενότητας	137
Προτεινόμενη Εργασία	139
Πόροι	139
Βιβλιογραφία	140

ΕΝΟΤΗΤΑ 7: Καταπολεμώντας τη διαδικτυακή κακοποίηση: όταν οι δημοσιογράφοι και οι πηγές τους στοχοποιούνται 145

της *Julie Posetti*

Σύνοψη	146
Περίγραμμα	147
Στόχοι Ενότητας	157
Μαθησιακά Αποτελέσματα	157
Μορφή Ενότητας	158
Προτεινόμενη Εργασία	160
Βιβλιογραφία	160

Συντελεστές	162
Πνευματικά δικαιώματα φωτογραφιών	163
Γραφιστικός σχεδιασμός	164

ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ: Αποκτήστε πρόσβαση στο εγχειρίδιο διαδικτυακά

Για καλύτερη πρόσβαση στις υποσημειώσεις και στους υπερσυνδέσμους επισκεφθείτε: <http://en.unesco.org/fightfakenews>

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ

Το κάλεσμα της Unesco για τη μετάφραση του παρόντος εγχειριδίου ήρθε σε μια περίοδο όπου η πανδημία του Covid-19 συνοδεύεται από μια «πληροφοριακή επιδημία», η οποία καθιστά αδήριτη την ανάγκη για πόρους που μπορούν να υποστηρίξουν δημοσιογράφους και πολίτες να πλοηγηθούν στο πεδίο της πληροφόρησης – ενίοτε υπερπληροφόρησης και παραπληροφόρησης.

Η συγκυρία αυτή αποτέλεσε έναν από τους λόγους για τους οποίους αποφασίσαμε να ανταποκριθούμε σε αυτό το κάλεσμα και να ενισχύσουμε το οπλοστάσιο της κοινωνίας πολιτών και των δημοσιογράφων σε περιόδους παγκόσμιας κρίσης. Ίσως, επίσης, σε συνθήκες εγκλεισμού στα σπίτια μας μαζί με εκατομμύρια άλλες/ους, να είχαμε την αγωνία να αποδείξουμε ότι δεν είμαστε εντελώς ανίσχυρες/οι, προσπαθώντας να ελέγξουμε αυτά που μπορούμε.

Οι ψευδείς ειδήσεις είναι ένα φαινόμενο που πιστεύουμε ότι μπορούμε να ελέγξουμε – συλλογικά. Το παρόν εγχειρίδιο συντάχθηκε με αυτόν τον σκοπό: όπως εξηγείται και στον πρόλογο, επιδιώκει να αποτελέσει ένα πρότυπο μαθησιακό πόρο για σπουδαστές και σπουδάστριες δημοσιογραφίας καθώς επίσης επαγγελματίες δημοσιογράφους, προκειμένου να εξοικειωθούν με τις προκλήσεις που θέτει το σύγχρονο επικοινωνιακό περιβάλλον και να πειραματιστούν με απτά εργαλεία για την αντιμετώπισή τους.

Μεταφράζοντας το εγχειρίδιο στην ελληνική γλώσσα, ήρθαμε αντιμέτωπες και αντιμέτωποι με αρκετά γλωσσικά διλήμματα, ένα εκ των οποίων αφορούσε τη χρήση συμπεριληπτικής γλώσσας ως προς το φύλο. Θέλοντας να αποφύγουμε τους διπλούς τύπους που ίσως δυσχέραιναν την ανάγνωση, επιλέξαμε να χρησιμοποιήσουμε μόνο τον θηλυκό τύπο σε ολόκληρο το κείμενο. Ελπίζουμε αυτή η επιλογή να μην εκληφθεί ως «αντίστροφη διακριτική μεταχείριση» ούτε να αποξενώσει τις/ους αναγνώστριες/ες, αλλά να γίνει αντιληπτή ως η δική μας προσπάθεια να συμβάλουμε στην αποδόμηση των έμφυλων ανισοτήτων.

Δεκέμβριος 2020

**Οι επιμελήτριες και ο επιμελητής της ελληνικής έκδοσης:
Πασχαλία (Λία) Σπυρίδου, Παντελής Βατικιώτης, Δήμητρα Μηλιώνη**

Η UNESCO εργάζεται για την ενίσχυση της δημοσιογραφικής εκπαίδευσης και η παρούσα έκδοση είναι η πιο πρόσφατη προσφορά σε μια σειρά γνωστικών πόρων αιχμής.

Αποτελεί τμήμα της «Παγκόσμιας Πρωτοβουλίας για την Αριστεία στη Δημοσιογραφική Εκπαίδευση», η οποία είναι ένας τομέας εστίασης του Διεθνούς Προγράμματος για την Ανάπτυξη της Επικοινωνίας (IPDC) της UNESCO. Η Πρωτοβουλία επιδιώκει να εμπλακεί στη διδασκαλία, στην άσκηση και στην έρευνα για τη δημοσιογραφία από μια παγκόσμια προοπτική, όπως και να διαδώσει διεθνείς καλές πρακτικές.

Κατά συνέπεια, το παρόν εγχειρίδιο επιδιώκει να λειτουργήσει ως ένα πρότυπο πρόγραμμα σπουδών με διεθνή εφαρμογή, που μπορεί να εφαρμοστεί στην παρούσα του μορφή ή να προσαρμοστεί, ως απάντηση στο αναδυόμενο παγκόσμιο πρόβλημα της σκόπιμης παραπληροφόρησης που αντιμετωπίζουν οι κοινωνίες ευρύτερα και η δημοσιογραφία ειδικότερα.

Στο παρόν εγχειρίδιο δεν αποδεχόμαστε τη θέση ότι ο όρος «ψευδείς ειδήσεις» έχει ένα σαφές ή κοινώς αποδεκτό νόημα¹ και θεωρούμε ότι «είδηση» σημαίνει επαληθεύσιμη πληροφορία προς όφελος του δημόσιου συμφέροντος, και η πληροφορία που δεν πληροί αυτές τις προδιαγραφές, δεν αξίζει να ονομάζεται είδηση. Υπό αυτή την έννοια, λοιπόν, οι «ψευδείς ειδήσεις» αποτελούν οξύμωρο, το οποίο υποβαθμίζει την αξιοπιστία της πληροφορίας που πληροί πραγματικά τα κριτήρια της επαληθευσιμότητας και του δημόσιου συμφέροντος – δηλαδή της πραγματικής είδησης.

Για να γίνουν καλύτερα κατανοητές οι περιπτώσεις που περιέχουν χειραγωγική παραποίηση της γλώσσας και των συμβάσεων των ειδησεογραφικών ειδών, η έκδοση αυτή χειρίζεται αυτές τις πράξεις απάτης όπως ακριβώς είναι – ως μια ειδική κατηγορία κίβδηλης πληροφορίας στο πλαίσιο όλο και περισσότερο διαφοροποιημένων μορφών σκόπιμης παραπληροφόρησης, συμπεριλαμβανομένων των ψυχαγωγικών μορφών όπως τα οπτικά memes.

Σε αυτή την έκδοση, ο όρος σκόπιμη παραπληροφόρηση χρησιμοποιείται γενικά για να αναφερθεί στις σκόπιμες (συχνά ενορχηστρωμένες) απόπειρες πρόκλησης σύγχυσης

1 BA. Tandoc, E., Wei Lim, Z. & Ling, R. (2018). "Defining 'Fake News': A typology of scholarly definitions". *Digital Journalism* (Taylor and Francis) Τόμος 6, Τεύχος 2: Trust, Credibility, Fake News.

ή χειραγώγησης των ανθρώπων μέσω της παροχής ανέντιμων πληροφοριών. Αυτό συχνά συνδυάζεται με παράλληλες και τεμνόμενες στρατηγικές επικοινωνίας και μια σειρά άλλων τακτικών όπως το «χακάρισμα» ή ο διασυρμός ανθρώπων. Ο όρος παραπληροφόρηση χρησιμοποιείται γενικά για να αναφερθεί σε παραπλανητική πληροφορία που δημιουργείται ή διαδίδεται χωρίς χειραγωγική ή κακόβουλη πρόθεση. Και τα δύο αποτελούν πρόβλημα για την κοινωνία, αλλά η σκόπιμη παραπληροφόρηση είναι ιδιαίτερα επικίνδυνη γιατί συχνά είναι οργανωμένη, έχει πολλούς πόρους στη διάθεσή της και ενισχύεται από τεχνολογίες αυτοματοποίησης.

Οι παροχείς σκόπιμης παραπληροφόρησης εκμεταλλεύονται ευάλωτους ή προκαταλημμένους αποδέκτες, ελπίζοντας να τους στρατολογήσουν ως μοχλούς ενίσχυσης ή πολλαπλασιασμού των μηνυμάτων τους. Με αυτόν τον τρόπο, επιδιώκουν να μας κινητοποιήσουν ώστε να καταστούμε αγωγοί των μηνυμάτων τους εκμεταλλευόμενοι τη ροπή μας να μοιραζόμαστε την πληροφορία για πληθώρα λόγων. Ένας συγκεκριμένος κίνδυνος είναι ότι οι «ψευδείς ειδήσεις», υπό αυτή την έννοια, είναι συνήθως δωρεάν – γεγονός που σημαίνει ότι οι άνθρωποι που δεν έχουν την οικονομική ευχέρεια να πληρώσουν για ποιοτική δημοσιογραφία ή δεν έχουν πρόσβαση σε ανεξάρτητα δημόσια ειδησεογραφικά μέσα είναι ιδιαίτερα ευάλωτοι στη σκόπιμη και μη παραπληροφόρηση.

Η εξάπλωση της σκόπιμης και μη παραπληροφόρησης καθίσταται εφικτή κυρίως μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις υπηρεσίες κοινωνικής επικοινωνίας (social messaging), γεγονός που εγείρει το ζήτημα της εμβέλειας της ρύθμισης και της αυτορύθμισης των εταιρειών που παρέχουν αυτές τις υπηρεσίες. Λόγω του χαρακτήρα τους ως πλατφορμών διαμεσολάβησης και όχι ως δημιουργών περιεχομένου, οι επιχειρήσεις αυτές μέχρι στιγμής υπόκεινται γενικά μόνο σε ήπιες ρυθμιστικές παρεμβάσεις (με εξαίρεση τον τομέα των πνευματικών δικαιωμάτων). Ωστόσο, εξαιτίας των αυξανόμενων πιέσεων που ασκούνται σε αυτές, καθώς επίσης των κινδύνων για την ελευθερία της έκφρασης που απορρέουν από την υπερβολική ρύθμιση, παρατηρούνται αυξανόμενα – αν και αποσπασματικά – βήματα προς την αυτορύθμιση.² Το 2018, ο Ειδικός Εισηγητής του ΟΗΕ για την Ελευθερία Γνώμης και Έκφρασης στην ετήσια αναφορά του επικεντρώθηκε σε αυτό το ζήτημα, παροτρύνοντας τις διαδικτυακές εταιρείες να παραδειγματιστούν από την αυτορύθμιση των ειδησεογραφικών μέσων και να ευθυγραμμιστούν περισσότερο με τα πρότυπα του ΟΗΕ για το δικαίωμα στη μετάδοση, αναζήτηση και λήψη πληροφορίας.³ Σε αυτή την ταχέως αναπτυσσόμενη οικολογία των μέτρων που λαμβάνονται τόσο από τα κράτη όσο και τις επιχειρήσεις,

2 Manjoo, F. (2018). What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. *New York Times*, 19 Ιουλίου 2018. <https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]; <https://www.rt.com/usa/432604-youtube-invests-reputable-news/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]; <https://sputniknews.com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/>

3 Έκθεση του Ειδικού Εισηγητή σχετικά με την προώθηση και την προστασία του δικαιώματος στην ελευθερία γνώμης και έκφρασης. Συμβούλιο Ανθρώπινων Δικαιωμάτων του ΟΗΕ, 6 Απριλίου 2018. A/HRC/38/35. <https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/EncryptionAnonymityFollowUpReport.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

υπάρχει ένας πολύ σημαντικός ρόλος που μπορούν να διαδραματίσουν οι δημοσιογράφοι και τα ειδησεογραφικά μέσα – και προς αυτή την κατεύθυνση λειτουργεί η παρούσα έκδοση.

Εντοπίζοντας τις διαφορές

Τόσο η σκόπιμη παραπληροφόρηση όσο και η παραπληροφόρηση διαφέρουν από την (ποιοτική) δημοσιογραφία, η οποία συμμορφώνεται με επαγγελματικές προδιαγραφές και δεοντολογικές αρχές. Ταυτόχρονα, διαφέρουν από περιπτώσεις ανεπαρκούς δημοσιογραφίας που δεν εκπληρώνουν τον σκοπό της. Οι προβληματικές αυτές περιπτώσεις δημοσιογραφίας περιλαμβάνουν, για παράδειγμα, λάθη που γίνονται κατ' εξακολούθηση (που δεν διορθώνονται) λόγω ανεπαρκούς έρευνας ή προχειρότητας στην επαλήθευση. Περιλαμβάνουν επίσης την εντυπωσιοθηρία - την υπερβολή για δημιουργία εντυπώσεων και την απόλυτα μεροληπτική επιλογή γεγονότων βάσει ιδεολογίας σε βάρος της δίκαιης κάλυψης.

Αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι υπάρχει μια ιδεατή δημοσιογραφία η οποία κατά κάποιον τρόπο υπερβαίνει όλες τις εμπεδωμένες αφηγήσεις και οπτικές, και ότι η δημοσιογραφία χαμηλότερου επιπέδου είναι αυτή που «χρωματίζεται» από ιδεολογικές θέσεις. Αντίθετα, η δημοσιογραφία κάθε είδους περιέχει αφηγήσεις, και το πρόβλημα με τη δημοσιογραφία χαμηλού επιπέδου δεν είναι η ύπαρξη αφηγήσεων, αλλά η έλλειψη επαγγελματισμού. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο ακόμη και η ανεπαρκής δημοσιογραφία δεν είναι το ίδιο με τη σκόπιμη ή μη παραπληροφόρηση.

Παρόλα αυτά, η δημοσιογραφία χαμηλής ποιότητας ορισμένες φορές επιτρέπει στη σκόπιμη και μη παραπληροφόρηση να αναφύεται ή να διαρρέει στο σύστημα των πραγματικών ειδήσεων. Ωστόσο, τα αίτια και οι τρόποι αντιμετώπισης της ανεπαρκούς δημοσιογραφίας είναι διαφορετικά στις περιπτώσεις της σκόπιμης και μη παραπληροφόρησης. Ταυτόχρονα, είναι προφανές ότι μια ισχυρή, υπεύθυνη δημοσιογραφία είναι απαραίτητη ως εναλλακτική και ως αντίδοτο στη «μόλυνση» του πληροφοριακού περιβάλλοντος και στη δευτερογενή επίδραση της σπίλωσης των ειδήσεων ευρύτερα.

Σήμερα, οι δημοσιογράφοι δεν είναι απλώς οι θεατές μιας εξελισσόμενης χιονοστιβάδας σκόπιμης και μη παραπληροφόρησης.⁴ Αντίθετα, βρίσκονται εντός της πορείας της. Αυτό σημαίνει ότι:

- η δημοσιογραφία αντιμετωπίζει τον κίνδυνο να χαθεί μέσα στην какоφωνία,

4 Παρόλο που υπάρχει αυτός ο κίνδυνος, σύμφωνα με μία έρευνα οι αίθουσες σύνταξης σε μία χώρα είχαν έλλειψη συστημάτων, χρημάτων και εκπαιδευμένου προσωπικού ειδικά για την καταπολέμηση της σκόπιμης παραπληροφόρησης. Βλ: Penplusbytes. 2018. Media Perspectives on Fake News in Ghana. <http://penplusbytes.org/publications/4535/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- οι δημοσιογράφοι κινδυνεύουν να πέσουν θύματα χειραγώγησης από άτομα που παρακάμπτουν τις δεοντολογικές αρχές των δημοσίων σχέσεων και επιχειρούν να τις παραπλανήσουν ή να τις διαφθείρουν ώστε να διαδώσουν τη σκόπιμη παραπληροφόρηση,⁵
- οι δημοσιογράφοι, ως μέσο μετάδοσης της αλήθειας, συμπεριλαμβανομένης της «άβολης» αλήθειας, μπορούν να αποτελέσουν στόχο ψεμάτων, φημολογιών και απατών, σχεδιασμένων να εκφοβίσουν και να δυσφημίσουν τόσο τις ίδιες όσο και το δημοσιογραφικό τους προϊόν, ειδικά όταν το έργο τους απειλεί να εκθέσει άτομα τα οποία αναθέτουν ή προβαίνουν τα ίδια σε σκόπιμη παραπληροφόρηση.⁶

Επιπρόσθετα, οι δημοσιογράφοι πρέπει να αντιληφθούν ότι, ενώ η κύρια «αρένα» της σκόπιμης παραπληροφόρησης είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, υπάρχουν ισχυροί δρώντες σήμερα που χρησιμοποιούν τις ανησυχίες για «ψευδείς ειδήσεις» ως εργαλείο ώστε να καταστείλουν τα αυθεντικά ειδησεογραφικά μέσα. Νέοι και αυστηροί νόμοι μετατρέπουν τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς σε αποδιοπομπαίους τράγους σαν να ήταν εκείνοι οι δημιουργοί ψευδών ειδήσεων ή τους τοποθετούν όλους «μέσα στον ίδιο σάκο» με το να τους εντάσσουν σε εκτεταμένους νέους ρυθμιστικούς κανόνες που περιορίζουν αδιακρίτως όλες τις επικοινωνιακές πλατφόρμες και δραστηριότητες. Οι ρυθμίσεις αυτές συχνά δεν ευθυγραμμίζονται επαρκώς με τις διεθνείς αρχές που προϋποθέτουν ότι περιορισμοί της έκφρασης πρέπει να είναι αποδεδειγμένα αναγκαίοι, αναλογικοί και για νόμιμους σκοπούς. Ως αποτέλεσμα, ακόμη και αν δεν είναι πάντοτε αυτή η πρόθεση των ρυθμίσεων, τα αυθεντικά ειδησεογραφικά μέσα τείνουν να υπάγονται σε ένα «υπουργείο αλήθειας» που έχει τη δύναμη να καταστέλλει την πληροφορία για καθαρά πολιτικούς λόγους.

Στο σύγχρονο πλαίσιο της σκόπιμης και μη παραπληροφόρησης, ο μεγαλύτερος κίνδυνος δεν είναι οι αδικαιολόγητες ρυθμιστικές παρεμβάσεις στη δημοσιογραφία, αλλά το ενδεχόμενο το κοινό να αντιμετωπίζει με δυσπιστία κάθε είδους περιεχόμενο – συμπεριλαμβανομένης της δημοσιογραφίας. Σε αυτό το σενάριο, είναι πιθανό οι άνθρωποι να θεωρούν αξιόπιστο όποιο περιεχόμενο υποστηρίζεται από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που κυρίως χρησιμοποιούν και το οποίο ανταποκρίνεται στα συναισθήματά τους – χωρίς να το διερευνήσουν. Είμαστε ήδη θεατές των αρνητικών επιπτώσεων αυτού του φαινομένου στις πεποιθήσεις της κοινής γνώμης για την υγεία, την επιστήμη, τη διαπολιτισμική κατανόηση και το κύρος της αυθεντικής εμπειρογνωμοσύνης.

5 Butler, P. (2018). How journalists can avoid being manipulated by trolls seeking to spread disinformation. <https://ijnet.org/en/story/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation>. Βλ. επίσης την Ενότητα 3 του παρόντος εγχειριδίου.

6 Βλ. Ενότητα 7.

Αυτή η επίδραση στο κοινό είναι ιδιαίτερα ανησυχητική σε περιόδους εκλογών αλλά γενικότερα για την ίδια την ιδέα της δημοκρατίας ως ανθρώπινου δικαιώματος. Αυτό που επιδιώκει η σκόπιμη παραπληροφόρηση, ειδικά κατά τη διάρκεια μιας εκλογικής διαδικασίας, δεν είναι κατ' ανάγκη να πείσει το κοινό ότι το περιεχόμενό της είναι αληθινό, αλλά να επηρεάσει τον καθορισμό της ημερήσιας διάταξης (ό,τι οι άνθρωποι θεωρούν σημαντικό) και να θολώσει τα νερά όσον αφορά την ουσία της πληροφορίας ώστε να εξασθενήσουν οι ορθολογικοί μηχανισμοί ως προς την επιλογή ψήφου.⁷ Παρομοίως, ζητήματα όπως το μεταναστευτικό και η κλιματική αλλαγή, μεταξύ άλλων, ενδέχεται να επηρεαστούν έντονα από την αβεβαιότητα που προκύπτει ως αποτέλεσμα της σκόπιμης και μη παραπληροφόρησης.

Αυτοί οι κίνδυνοι είναι ο λόγος για τον οποίο η κατά μέτωπο αντιμετώπιση της ανόδου των κρουσμάτων «ψευδών ειδήσεων» είναι επιτακτική ανάγκη για τη δημοσιογραφία και τη δημοσιογραφική εκπαίδευση. Ταυτόχρονα, οι απειλές αυτές συνιστούν και μια ευκαιρία να εντατικοποιηθεί η κατάδειξη της αξίας των ειδησεογραφικών μέσων. Δίνουν τη δυνατότητα να υπογραμμιστεί στην επαγγελματική πρακτική η διακριτή αξία της προσφοράς επαληθεύσιμης πληροφορίας και σχολιασμού μετ' επίγνωσης, προς όφελος του δημόσιου συμφέροντος.⁸

Τι πρέπει να κάνουν οι δημοσιογράφοι

Στο πλαίσιο αυτό, είναι καιρός τα ειδησεογραφικά μέσα να προσηλωθούν περισσότερο στις επαγγελματικές προδιαγραφές και ηθικές αρχές, να αποφεύγουν τη δημοσιοποίηση μη διασταυρωμένων πληροφοριών και να αποστασιοποιούνται από πληροφορίες που μπορεί να ενδιαφέρουν μέρος του κοινού αλλά δεν είναι προς όφελος του δημοσίου συμφέροντος.

Επομένως, αυτή η έκδοση αποτελεί μία επίκαιρη υπενθύμιση ότι όλοι οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί και οι δημοσιογράφοι, ανεξαρτήτως πολιτικών πεποιθήσεων, πρέπει να αποφεύγουν να διαδίδουν, ακούσια και άκριτα, τη σκόπιμη και μη παραπληροφόρηση. Σήμερα, η κατάργηση των θέσεων εργασίας του προσωπικού που ασχολούνταν με τη διασταύρωση των πληροφοριών σε πολλά ειδησεογραφικά μέσα έχει ως αποτέλεσμα, ως έναν βαθμό, η λειτουργία αυτή να έχει αναληφθεί από τη λεγόμενη «πέμπτη εξουσία» των μπλόγκερ και άλλων εξωτερικών δρώντων που επισημαίνουν λάθη των δημοσιογράφων – αφότου, βέβαια, αυτά έχουν ήδη διαδοθεί.

7 Lipson, D. (2018). Indonesia's "buzzers" paid to spread propaganda as political elite wage war ahead of election. ABC News: <https://www.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

8 Βλ. επίσης: Nordic Council of Ministers (2018). Fighting Fakes - the Nordic Way. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. <https://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

Αυτό το αναδυόμενο φαινόμενο μπορεί να είναι ευπρόσδεκτο από τα ειδησεογραφικά μέσα γιατί ενισχύει το ενδιαφέρον της κοινωνίας για επαληθεύσιμες πληροφορίες. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να μεταφέρουν το έργο των ανεξάρτητων ομάδων διασταύρωσης της πληροφορίας σε ευρύτερα ακροατήρια. Ωστόσο, πρέπει να γνωρίζουν ότι, όταν εξωτερικοί δρώντες καταδεικνύουν τη συστημική αποτυχία ενός ειδησεογραφικού οργανισμού, δημιουργούνται αμφιβολίες για τη φήμη τουλάχιστον του εν λόγω οργανισμού ως επαγγελματικής πηγής ειδήσεων. Τα μέσα πρέπει να προσέχουν να μην αντικαθιστούν τις εσωτερικές διαδικασίες ελέγχου ποιότητας των ειδήσεών τους με διορθώσεις των ειδήσεων από εξωτερικούς φορείς μετά τη δημοσίευσή τους. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να φροντίσουν να κάνουν καλύτερη δουλειά για να διασφαλίζουν την ποιότητα των ειδήσεων εξαρχής – ειδικά στερούν από την κοινωνία τη δυνατότητα να έχει ειδησεογραφικά μέσα που να τα εμπιστεύεται.

Συνοπτικά, σε ένα παιχνίδι μεταγενέστερων διορθώσεων από εξωτερικούς δρώντες που λειτουργούν ως «άγρυπνοι φύλακες» (watchdogs), η δημοσιογραφία δεν θα βγει νικήτρια. Οι δημοσιογράφοι δεν πρέπει να αφήσουν το δημοσιογραφικό έργο της επαλήθευσης αμφισβητήσιμων ισχυρισμών που εκφέρονται από διάφορες πηγές στα χέρια οργανώσεων διασταύρωσης της πληροφορίας (ανεξάρτητα από το αν αυτοί οι ισχυρισμοί δημοσιεύονται στα μέσα ενημέρωσης ή παρακάμπτουν εντελώς τα δημοσιογραφικά μέσα και εμφανίζονται απευθείας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης). Η ικανότητα των εργαζομένων στην ειδησεογραφία να υπερβαίνουν τη δημοσιογραφία τύπου «είπε αυτός, είπε αυτή» και να διερευνούν την εγκυρότητα των ισχυρισμών των πηγών που συμπεριλαμβάνουν στα ρεπορτάζ τους πρέπει να βελτιωθεί.

Η δημοσιογραφία πρέπει επίσης να εντοπίζει εγκαίρως και να αποκαλύπτει νέες περιπτώσεις και μορφές σκόπιμης παραπληροφόρησης. Αυτή είναι μια κρίσιμη αποστολή για τα ειδησεογραφικά μέσα και αποτελεί μια εναλλακτική λύση έναντι των ρυθμιστικών προσεγγίσεων στο πρόβλημα των «ψευδών ειδήσεων». Ως μια άμεση απάντηση σε ένα φλέγον και ζημιογόνο ζήτημα, συμπληρώνει και ενισχύει πιο μεσοπρόθεσμες στρατηγικές όπως η παιδεία στα μέσα και την πληροφορία, που ενδυναμώνουν τα ακροατήρια ώστε να διακρίνουν τι είναι είδηση, τι είναι σκόπιμη παραπληροφόρηση και τι παραπληροφόρηση. Η σκόπιμη παραπληροφόρηση είναι ένα «καυτό» θέμα και η εντατική κάλυψή του θα ενισχύσει τη δυνατότητα της δημοσιογραφίας να υπηρετεί την κοινωνία.

Επομένως, αυτό το εγχειρίδιο είναι ένα κάλεσμα σε δράση. Είναι επίσης μια προτροπή προς τις δημοσιογράφους να εμπλακούν σε έναν κοινωνικό διάλογο σχετικά με το πώς οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται την αξιοπιστία γενικότερα και γιατί ορισμένα άτομα διαδίδουν ανεπιβεβαίωτες πληροφορίες. Για τα ειδησεογραφικά μέσα, τις σχολές δημοσιογραφίας και τις φοιτήτριες τους, αλλά και τις εκπαιδεύτριες και τις

εκπαιδευόμενες στα μέσα ενημέρωσης, αυτή είναι μια σημαντική ευκαιρία για ισχυρή πολιτειακή συμμετοχή και συνεργασία με τα ακροατήρια. Για παράδειγμα, η «αξιοποίηση πόρων του πλήθους» («crowd-sourcing») είναι καίρια για τα μέσα, προκειμένου να εντοπίζουν και να δημοσιοποιούν τη σκόπιμη παραπληροφόρηση που περνά απαρατήρητη αλλά εξαπλώνεται μέσω εφαρμογών κοινωνικής επικοινωνίας ή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Ο ρόλος της UNESCO

Χρηματοδούμενος από το Διεθνές Πρόγραμμα για την Ανάπτυξη της Επικοινωνίας της UNESCO (IPDC), αυτός ο νέος πόρος προσφέρει μια μοναδική και ολιστική άποψη των διαφορετικών δυναμικών στην υπόθεση της σκόπιμης παραπληροφόρησης. Προσφέρει επίσης τη δυνατότητα ανάπτυξης δεξιοτήτων που συμπληρώνουν την παρεχόμενη γνώση και κατανόηση.⁹ Αποτελεί μέρος της δράσης της UNESCO για την ενθάρρυνση της βέλτιστης απόδοσης και της αυτορύθμισης των δημοσιογράφων, ως εναλλακτική στους κινδύνους που εγκυμονούν από την παρέμβαση του κράτους για την αντιμετώπιση προβλημάτων που άπτονται της ελευθερίας της έκφρασης.

Αυτή η έκδοση ακολουθεί τα χνάρια δύο προηγούμενων εργασιών της UNESCO: “Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi”¹⁰ (2015) και “Model Curriculum for Journalism Education: A Compendium of New Syllabi” (2013). Αυτές οι εκδόσεις είναι συνέχεια του κειμένου μείζονος σημασίας της UNESCO “Model Curriculum on Journalism Education”¹¹ που δημοσιεύθηκε το 2007 σε εννέα γλώσσες.

Άλλες εκδόσεις που εξακολουθούν να έχουν αξία, στο πλαίσιο των εκδόσεων της UNESCO σχετικά με τη δημοσιογραφική εκπαίδευση και κατάρτιση, είναι οι εξής:

- Model course on the safety of journalists (2017)¹²
- Terrorism and the Media: a handbook for journalists (2017)¹³
- Climate Change in Africa: A Guidebook for Journalists (2013)¹⁴

9 Στην 61η συνάντηση του Γραφείου της IPDC το 2017 αποφασίστηκε να υποστηριχθεί η Παγκόσμια Πρωτοβουλία για την Αριστεία στη Δημοσιογραφική Εκπαίδευση με τη διάθεση ειδικής χρηματοδότησης για την ανάπτυξη νέων προγραμμάτων σπουδών σε νέα καίρια θέματα για τη δημοσιογραφία. Η πρόοδος αυτής της δράσης παρουσιάστηκε στη 62η συνάντηση του Γραφείου της IPDC το 2018, όπου διατέθηκε ένα πρόσθετο ποσό για τη στήριξη αυτού του προγράμματος σπουδών.

10 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

11 <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

12 <https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

13 <https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

14 <http://wayback.archive-it.org/10611/20160808101728/>, <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

- Global Casebook of Investigative Journalism (2012)¹⁵
- Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists (2009)¹⁶
- Conflict-sensitive reporting: state of the art; a course for journalists and journalism educators (2009)¹⁷

Κάθε μία από αυτές τις εκδόσεις έχει αποδειχθεί πολύτιμη σε πληθώρα χωρών σε όλον τον κόσμο, όπου εκπαιδευτρίες στη δημοσιογραφία, καθώς επίσης φοιτήτριες και εργαζόμενες δημοσιογράφοι, βελτίωσαν την πρακτική τους με διάφορους τρόπους. Ορισμένες χώρες είχαν την ευελιξία να προσαρμόσουν ολόκληρα πολυετή προγράμματα εκπαίδευσης, ευθυγραμμίζοντάς τα με νέες γνώσεις και πηγές έμπνευσης, ενώ αλλού ενσωματώθηκαν στοιχεία από τους πόρους της UNESCO σε υφιστάμενα μαθήματα. Αυτή η έκδοση, βάσει της ποιότητας και της συνοχής της, αναμένεται να έχει την ίδια αξία για τις αναγνώστριες και τους αναγνώστες.

Δεδομένου ότι η UNESCO είναι μια διακυβερνητική οργάνωση, δεν παίρνει θέση στην πληροφοριακή διαμάχη που διεξάγεται σε γεωπολιτικό πλαίσιο. Ως γνωστόν, υπάρχουν διαφορετικοί ισχυρισμοί και αντιρρήσεις σχετικά με το περιεχόμενο της σκόπιμης παραπληροφόρησης. Αυτή η γνώση πρέπει να αποτελεί βάση για την ανάγνωση του παρόντος κειμένου και στόχος είναι να εμπνεύσει τις αναγνώστριες και τους αναγνώστες να βοηθήσουν στη συλλογή περαιτέρω αποδεικτικών στοιχείων για διάφορες περιπτώσεις.

Εντωμεταξύ, αποφεύγοντας τον σχετικισμό, το παρόν εγχειρίδιο ενσωματώνει σθεναρά στο περιεχόμενό του τις παρακάτω ικανότητες ως αδιάσειστα θεμέλια για αξιολόγηση και δράση:

1. Τη γνώση ότι οι ειδήσεις – που παράγονται από διαφανείς πηγές και είναι επαληθεύσιμες – είναι απαραίτητες για τη δημοκρατία, την ανάπτυξη, την επιστήμη, την υγεία και την ανθρώπινη πρόοδο
2. Την αναγνώριση ότι η σκόπιμη παραπληροφόρηση δεν είναι ένα ζήτημα δευτερεύουσας σημασίας και ότι η καταπολέμησή της είναι μια αποστολή καίριας σημασίας για τα ειδησεογραφικά μέσα

¹⁵ http://markleehunter.free.fr/documents/UNESCO_global_casebook.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

¹⁶ <http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

¹⁷ <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

3. Τη δέσμευση σε ενισχυμένες δεξιότητες της επαγγελματικής δημοσιογραφίας ως απαραίτητη προϋπόθεση ώστε η περιεκτική και ακριβής δημοσιογραφία να καταστεί μια αξιόπιστη εναλλακτική λύση και να ανταγωνιστεί το κίβδηλο περιεχόμενο.

Άλλες ισχυρές και ζωτικής σημασίας μορφές παιδείας, οι οποίες καλύπτονται σε αυτή την έκδοση και είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τις δημοσιογράφους και τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς, περιλαμβάνουν:

1. Γνώση και δεξιότητες για να δημιουργηθούν μηχανισμοί στις αίθουσες σύνταξης ώστε να διασφαλιστεί ότι θα γίνεται συστηματική παρακολούθηση, διερεύνηση και δημοσιογραφική κάλυψη της σκόπιμης παραπληροφόρησης
2. Γνώση σχετικά με την αξία των συνεργασιών μεταξύ ειδησεογραφικών οργανισμών, σχολών δημοσιογραφίας, Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων, ατόμων ή ομάδων που ασχολούνται με τη διασταύρωση των πληροφοριών, κοινοτήτων, επιχειρήσεων διαδικτύου και ρυθμιστικών αρχών για την καταπολέμηση της πληροφοριακής «ρύπανσης»
3. Γνώση σχετικά με την ανάγκη να ασχοληθεί το κοινό με τους λόγους για τους οποίους είναι σημαντικό να εκτιμούμε και να υπερασπιζόμαστε τη δημοσιογραφία, ώστε να μην κατακλυστεί από σκόπιμη παραπληροφόρηση ή να γίνει στόχος κακόβουλων δρώντων που κατευθύνουν τις εκστρατείες σκόπιμης παραπληροφόρησης εναντίον των δημοσιογράφων.

Συνολικά, αυτή η έκδοση έχει στόχο να βοηθήσει τις κοινωνίες να ενημερωθούν καλύτερα για το φάσμα των κοινωνικών αποκρίσεων στα προβλήματα της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, συμπεριλαμβανομένων των ενεργειών των κυβερνήσεων, των διεθνών οργανισμών, των προασπιστών των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, των επιχειρήσεων διαδικτύου και των υπερασπιστών της παιδείας για τα μέσα και την πληροφορία. Η παρούσα έκδοση τονίζει ιδιαίτερα τι πρέπει να γίνει τόσο από τις ίδιες τις δημοσιογράφους όσο και από τους ανθρώπους που τις εκπαιδεύουν και τις καταρτίζουν.

Ελπίζουμε ότι αυτό το εγχειρίδιο θα βάλει ένα λιθαράκι για να ενισχυθεί η ουσιαστική συμβολή της δημοσιογραφίας στην κοινωνία – και επίσης στην επίτευξη των Στόχων Αειφόρου Ανάπτυξης και τη φιλοδοξία τους να εκπληρώσουν τη «δημόσια πρόσβαση στην πληροφορία και στις θεμελιώδεις ελευθερίες». Η UNESCO ευχαριστεί τις

συντάκτριες και τους συντάκτες, καθώς επίσης τους συντελεστές που εργάστηκαν για να πραγματοποιηθεί αυτή η έκδοση. Την εμπιστευόμαστε, λοιπόν, σε εσάς, τις αναγνώστριες και τους αναγνώστες, και προσβλέπουμε στα σχόλιά σας.

Guy Berger

*Διευθυντής του Τομέα Ελευθερίας της Έκφρασης
και Ανάπτυξης των Μέσων της UNESCO
Γραμματέας της IPDC*

astroturfing	ψευδεπίγραφη ευρεία υποστήριξη από πολίτες/τη βάση ¹
clickbait (titles/practices)	τίτλοι ή περιεχόμενο που λειτουργούν ως δόλωμα, τακτικές δελεασμού
computational propaganda	προπαγάνδα (μέσω) υπολογιστικών μεθόδων
confirmation bias	προκατάληψη αυτοεπιβεβαίωσης
crowd-sourcing	αξιοποίηση των πόρων του πλήθους
disinformation	σκόπιμη παραπληροφόρηση
deepfake	βαθιά ψευδές υλικό
doxing	αποκάλυψη και δημοσιοποίηση προσωπικών πληροφοριών
echo chambers	θάλαμοι αντήχησης
edutainment	ψυχαγωγική εκπαίδευση
fact-checkers	επαληθευτές πληροφοριών / ειδήσεων
fact-checking	διασταύρωση / επαλήθευση πληροφοριών
fake news	ψευδείς ειδήσεις

¹ Στην περίπτωση του astroturfing πολλαπλοί ψευδο-χρήστ(ρι)ες ή ομάδες πίεσης αναπαράγουν περιεχόμενο με στόχο να παραπλανήσουν τα ακροατήρια ότι η θέση που υποστηρίζουν είναι ευρέως αποδεκτή,

filter bubbles	θύλακες φιλτραρίσματος
imposter content	ψευδεπίγραφο περιεχόμενο
information disorder	πληροφοριακή αταξία
Instagram “influencers”	χρήστες του Instagram με επιρροή
mal-information	κακόβουλη πληροφόρηση
misinformation	παραπληροφόρηση
native advertising	εγγενής διαφήμιση
on-demand news	ειδήσεις κατά παραγγελία
peer-to-peer distribution of content	ομότιμη ανταλλαγή περιεχομένου
post-truth	μετα-αλήθεια
produsage	παρανάλωση
sock-puppet networks	δίκτυα ψεύτικων λογαριασμών
spin doctors	επαγγελματίες της επικοινωνίας που χειραγωγούν την κοινή γνώμη
spoofing	αποστολή κακόβουλων μηνυμάτων από χρήστες που εμφανίζονται ως φιλικά προσκείμενοι
whistleblowers	πληροφοριοδότες δημοσίου συμφέροντος

Για να μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως ένα πρότυπο προγράμματος σπουδών, το εγχειρίδιο αυτό έχει σχεδιαστεί για να προσφέρει στις εκπαιδευτριες, αλλά και στις φοιτήτριες δημοσιογραφίας, ένα πλαίσιο καθώς επίσης μαθήματα που θα τις καθοδηγήσουν στα ζητήματα που άπτονται των «ψευδών ειδήσεων». Ελπίζουμε, επίσης, ότι θα αποτελέσει έναν χρήσιμο οδηγό για τις εργαζόμενες δημοσιογράφους.

Το εγχειρίδιο συνδυάζει τη γνώση και τη συνεισφορά κορυφαίων σε διεθνές επίπεδο εκπαιδευτών και εκπαιδευτριών δημοσιογραφίας, ερευνητών και ερευνητριών και στοχαστών, οι οποίοι βοηθούν στην επικαιροποίηση των δημοσιογραφικών μεθόδων και πρακτικών για να αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη. Τα μαθήματα λαμβάνουν υπόψη το ευρύτερο πλαίσιο, είναι θεωρητικά και, στην περίπτωση της διαδικτυακής επαλήθευσης, σε μεγάλο βαθμό πρακτικά. Είτε χρησιμοποιηθούν μαζί ως ένα μάθημα είτε ανεξάρτητα, μπορούν να συμβάλλουν στην ανανέωση υφιστάμενων μαθημάτων ή στη δημιουργία καινούριων. Μία πρόταση για το πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί αυτό το εγχειρίδιο ως πρότυπο πρόγραμμα σπουδών ακολουθεί μετά την εισαγωγή ως διακριτή ενότητα.

Κατά τη διαδικασία συγγραφής του εγχειριδίου, υπήρξε εκτενής συζήτηση αναφορικά με τη χρήση των λέξεων «ψευδείς ειδήσεις» στον τίτλο και στα μαθήματα. Οι «ψευδείς ειδήσεις» δεν είναι μόνο μία ετικέτα για τις πλαστές και παραπλανητικές πληροφορίες, οι οποίες παρουσιάζονται και διαχέονται ως ειδήσεις. Αποτελούν πλέον έναν συναισθηματικά φορτισμένο και εργαλειοποιημένο όρο, ο οποίος χρησιμοποιείται για να υπονομεύσει και να απαξιώσει τη δημοσιογραφία. Γι' αυτό τον λόγο, οι όροι παραπληροφόρηση, σκόπιμη παραπληροφόρηση και «πληροφοριακή αταξία», όπως προτείνεται από τους Wardle και Derakhshan,² είναι προτιμητέοι, αλλά όχι υποχρεωτικοί.^{3 4}

Κοινή Διακήρυξη για την Ελευθερία της Έκφρασης και τις «Ψευδείς Ειδήσεις», την Παραπληροφόρηση και την Προπαγάνδα

1 Η Alice Matthews από το ABC Australia και ο Tom Law από το Ethical Journalism Network συνέβαλαν με έρευνα, ιδέες και πόρους που αντανakλώνται στην παρούσα εισαγωγή.

2 Ενότητα 2.

3 Το επιχείρημα εναντίον της χρήσης του όρου «ψευδείς ειδήσεις» έχει διατυπωθεί από συγγραφείς και δημοσιογράφους, μεταξύ των οποίων και ο Basson, A. (2016). If it's fake, it's not news. <https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

4 Wardle, C. κ.ά. (2018). Information Disorder: the essential glossary. Shorenstein Center, Harvard University. Διαθέσιμο στο: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x25702h [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Αυτό το εγχειρίδιο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο αυξανόμενης διεθνούς ανησυχίας για έναν «πόλεμο παραπληροφόρησης», κατά τον οποίο η δημοσιογραφία και οι δημοσιογράφοι γίνονται πρωταρχικοί στόχοι επιθέσεων. Στις αρχές του 2017, όταν αυτό το εγχείρημα ανατέθηκε από την UNESCO, ο Ειδικός Εισηγητής του ΟΗΕ για την Ελευθερία της Γνώμης και της Έκφρασης, ο Εκπρόσωπος του OSCE για την Ελευθερία των Μέσων Επικοινωνίας, ο Ειδικός Εισηγητής του Οργανισμού των Αμερικανικών Πολιτειών για την Ελευθερία της Έκφρασης καθώς επίσης η Αφρικανική Επιτροπή για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα και ο Ειδικός Εισηγητής για την Ελευθερία της Έκφρασης και την Πρόσβαση στην Πληροφορία, εξέδωσαν μια κοινή δήλωση. Η διακήρυξη εξέφραζε ανησυχία για τη διάδοση παραπληροφόρησης και προπαγάνδας και τις επιθέσεις κατά των ειδησεογραφικών μέσων ως φορέων «ψευδών ειδήσεων». Οι Ειδικοί Εισηγητές και οι Εκπρόσωποι έκαναν ειδική μνεία στον αντίκτυπο για τις δημοσιογράφους και τη δημοσιογραφία:

«Ανησυχούμε για τις περιπτώσεις εκείνες στις οποίες δημόσιες αρχές υποβαθμίζουν, εκφοβίζουν και απειλούν τα μέσα επικοινωνίας, και δηλώνουν ότι τα μέσα είναι «η αντιπολίτευση» ή ότι «λένε ψέματα» και έχουν κρυφή πολιτική ατζέντα, καθώς αυξάνεται ο κίνδυνος απειλών και βίας εναντίον των δημοσιογράφων, υποσκάπτεται η εμπιστοσύνη των πολιτών στη δημοσιογραφία ως φύλακα του δημοσίου συμφέροντος, ενώ εγκυμονεί ο κίνδυνος παραπλάνησης του κοινού καθώς θολώνουν οι διαχωριστικές γραμμές μεταξύ παραπληροφόρησης και επικοινωνιακών προϊόντων που περιέχουν ανεξάρτητη και επαληθεύσιμη πληροφόρηση».⁵

Η παραπληροφόρηση είναι μια παλιά υπόθεση που ενισχύεται από την τεχνολογία

Η κινητοποιός και η χειραγωγική πληροφορία υπήρχαν ανέκαθεν ως στοιχεία της ανθρώπινης ιστορίας, πολύ πριν η σύγχρονη δημοσιογραφία καθιερώσει αρχές οι οποίες προσδιορίζουν τις ειδήσεις ως είδος που βασίζεται σε συγκεκριμένους κανόνες ακεραιότητας. Μία πρώιμη καταγραφή εντοπίζεται στην αρχαία Ρώμη,⁶ όταν ο Αντώνιος γνώρισε την Κλεοπάτρα και ο πολιτικός του αντίπαλος, Οκταβιανός, ξεκίνησε μια εκστρατεία λασπολογίας εναντίον του με «σύντομα, περιεκτικά σλόγκαν γραμμένα πάνω στα νομίσματα, μια μορφή αρχαίων Tweets».⁷ Ο αυτουργός έγινε ο πρώτος Ρωμαίος

5 UN/OSCE/OAS/ACHPR (2017). Joint Declaration on Freedom of Expression and “Fake News”, Disinformation, Propaganda: <https://www.osce.org/fom/302796?download=true> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]. See also BL. επίσης: Kaye, D. (2017). Statement to the UN General Assembly on October 24th, 2017: <https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

6 BL. χρονοδιάγραμμα που απεικονίζει επιλεγμένες εκφάνσεις της «πληροφοριακής αταξίας» – από την εποχή της Κλεοπάτρας μέχρι σήμερα – σε έναν οδηγό που δημοσιεύθηκε από το International Center for Journalists (ICFJ) Posetti, J. & Matthews, A. (2018): A Short Guide to the History of ‘Fake News’ and Disinformation: A New ICFJ Learning Module, <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

7 Kaminska, I. (2017). A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome. Financial Times. <https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Αυτοκράτορας, και «οι ψευδείς ειδήσεις επέτρεψαν στον Οκταβιανό να διαβρώσει το σύστημα της δημοκρατίας διαπαντός».⁸

Ωστόσο, στον 21ο αιώνα η «οπλοποίηση» (weaponisation) της πληροφορίας εκτινάχθηκε σε βαθμό άνευ προηγουμένου. Νέες τεχνολογίες με τεράστιες δυνατότητες καθιστούν εύκολη τη χειραγώγηση και την παραποίηση του περιεχομένου και τα κοινωνικά δίκτυα ενισχύουν δραματικά αναλήθειες που διασπείρονται από κράτη, λαϊκίστριες πολιτικούς και ανέντιμες επιχειρηματικές οντότητες, καθώς ανακυκλώνονται από πολίτες χωρίς κριτική σκέψη.

Οι πλατφόρμες αποτελούν γόνιμο έδαφος για την άσκηση προπαγάνδας μέσω της χρήσης υπολογιστών,⁹ το «trolling»,¹⁰ τις «στρατιές troll»,¹¹ τα δίκτυα που απαρτίζονται από χρήστες με πλαστή ταυτότητα (sock-puppet networks)¹² και τη διασπορά κακόβουλων μηνυμάτων από χρήστες που εμφανίζονται ως φιλικά προσκείμενοι («spoofers»)¹³. Επιπρόσθετα, υπάρχει και το φαινόμενο της κερδοσκοπίας στις περιόδους εκλογών μέσα από «φάρμες troll».¹⁴

Μολονότι οι εποχές και οι τεχνολογίες είναι διαφορετικές, η ιστορία μπορεί να φωτίσει τις αιτίες και τις συνέπειες του σύγχρονου φαινομένου της «πληροφοριακής αταξίας» που επιχειρεί να εξετάσει το παρόν εγχειρίδιο. Προκειμένου να διασφαλιστεί η λεπτομερής κάλυψη αυτής της κρίσης, οι δημοσιογράφοι, οι εκπαιδευτές και οι διδάσκουσες δημοσιογραφίας (μαζί με τις φοιτήτριές τους) ενθαρρύνονται να μελετήσουν τη σκόπιμη παραπληροφόρηση, την προπαγάνδα, τις απάτες και τη σάτιρα ως ιστορικά στοιχεία της οικολογίας της επικοινωνίας.¹⁵

Επομένως, για την ανάπτυξη δημοσιογραφικών στρατηγικών για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η χειραγώγηση της πληροφορίας χρονολογείται εδώ και χιλιετίες, ενώ η εξέλιξη της επαγγελματικοποίησης της

8 Ο.π.

9 Βλ. Oxford Internet Institute's Computational Propaganda Project: <https://www.oii.ox.ac.uk/research/projects/computational-propaganda/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

10 Βλ. Ενότητα 7 του παρόντος εγχειριδίου για μελέτες περίπτωσης που δείχνουν αυτές τις απειλές.

11 Rappler.com (2018). Fake News in the Philippines: Dissecting the Propaganda Machine, <https://www.rappler.com/video/fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

12 Gent, E. (2017). Sock puppet accounts unmasked by the way they write and post. <https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

13 Le Roux, J. (2017). Hidden hand drives social media smears. <https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

14 Silverman, C. et al. (2018). *American Conservatives Played a Role in the Macedonian Fake News Boom of 2016*, BuzzFeed. <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

15 Posetti, J. & Matthews, A. (2018). A short guide to the history of “fake news”: A learning module for journalists and journalism educators. ICFJ, <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

δημοσιογραφίας είναι συγκριτικά πρόσφατη.¹⁶ Καθώς η εξέλιξη της δημοσιογραφίας ταυτίστηκε με έναν κανονιστικό ρόλο στη σύγχρονη κοινωνία, τα ειδησεογραφικά μέσα έχουν καταφέρει σε μεγάλο βαθμό να λειτουργήσουν μακριά από τον κόσμο των μυθευμάτων και των συγκαλυμμένων επιθέσεων με ασπίδα μια δημοσιογραφία που επιδιώκει τις επαγγελματικές αρχές της αλήθειας, τις μεθόδους της επαλήθευσης και την ηθική υπέρ του δημοσίου συμφέροντος. Η ίδια η δημοσιογραφία έχει περάσει πολλές φάσεις και έχει υιοθετήσει διάφορες προσεγγίσεις προκειμένου να διαφοροποιηθεί από τον συρμό. Σήμερα, παρά την πληθώρα των δημοσιογραφικών μορφών, μπορεί κανείς να εντοπίσει πολλαπλές αφηγήσεις στις αληθινές ειδήσεις ως είδη μιας κοινής «οικογένειας» διακριτών επικοινωνιακών πρακτικών, οι οποίες καθοδηγούνται από ηθικές αρχές και ταυτόχρονα επιδιώκουν να λειτουργούν ανεξάρτητα από πολιτικά και εταιρικά συμφέροντα. Ωστόσο, πριν την ανάπτυξη τέτοιων αρχών, υπήρχαν ελάχιστοι κανόνες για τη φερεγγυότητα των πληροφοριών που διακινούνταν μαζικά.

Η εξάπλωση του τυπογραφικού πιεστηρίου του Γουτεμβέργιου από τον 15ο αιώνα και μετά αποτέλεσε απαραίτητη συνθήκη για την ανάπτυξη της επαγγελματικής δημοσιογραφίας. Η τεχνολογία, ωστόσο, επέτρεψε τον πολλαπλασιασμό της προπαγάνδας και της απάτης, γεγονός που ορισμένες φορές ενέπλεξε τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς ως αυτουργούς.¹⁷ Τα ραδιοτηλεοπτικά μέσα απογείωσαν τη δυνατότητα προπαγάνδας και απάτης, όπως κατέδειξε, μεταξύ άλλων, το διαβόητο σήμερα ραδιοφωνικό δράμα *War of the Worlds* το 1938.¹⁸ Επίσης, η ανάπτυξη της ραδιοτηλεόρασης διεθνώς ανέδειξε συχνά περιπτώσεις εργαλειοποίησης της πληροφορίας εκτός του πλαισίου αρχών της επαγγελματικής και ανεξάρτητης ενημέρωσης, αν και οι αμιγώς «επινοημένες» ειδήσεις και οι ψευδείς αναφορές υπήρξαν γενικότερα η εξαίρεση παρά ο κανόνας στις διάφορες αφηγήσεις. Θα μπορούσαμε επίσης να μάθουμε κάτι από τη μακρά ιστορία της παράδοσης της Πρωταπριλιάς και των αστείων που ξεγελούν τους ανθρώπους – συμπεριλαμβανομένων, ενίοτε, των δημοσιογράφων.¹⁹ Ακόμη και σήμερα, παρατηρούμε ότι η ειδησεογραφική σάτιρα – η οποία έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη λογοδοσία της δημοσιογραφίας²⁰ – παρερμηνεύεται από χρήστες των μέσων

16 Βλ. Ενότητα 3 στο παρόν εγχειρίδιο.

17 Βλ. για παράδειγμα τι ειπώθηκε στην πρώτη μεγάλης κλίμακας ειδησεογραφική απάτη – “The Great Moon Hoax” το 1835. Λεπτομέρειες υπάρχουν εδώ: Thornton, B. (2000). The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers. *Journal of Mass Media Ethics* 15(2), σελ. 89-100. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3 [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

18 Schwartz, A.B. (2015). The Infamous “War of The Worlds” Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke, *The Smithsonian*. <https://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

19 Laskowski, A. (2009). How a BU Prof April-Fooled the Country: When the joke was on the Associated Press, *BU Today*. <https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

20 Baym, G. (2006). The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. *Political Communication* (Taylor and Francis), Τόμος 22, Τεύχος 3, σελ. 259-276, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

κοινωνικής δικτύωσης οι οποίοι τη διαδίδουν σαν να επρόκειτο για κανονικές ειδήσεις.^{21 22} Σε ορισμένες περιπτώσεις, αντλώντας υλικό από ιστορικά συμβάντα, γίνεται αντιληπτό ότι υπάρχουν πολλαπλά επίπεδα ενημέρωσης, με ιστοχώρους δήθεν σατιρικούς που είναι μέρος ενός ευρύτερου δικτύου προορισμένου να αποφέρει κέρδη από τη διαδικτυακή διαφήμιση μέσω ευκολόπιστων καταναλωτών που «κλικάρουν» στο περιεχόμενο και το κοινοποιούν. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα όχι μόνο την παραγωγή ψευδεπίγραφου περιεχομένου, αλλά επιπτώσεις και στην αξιοπιστία των ειδήσεων²³ – αυτός είναι ένας ακόμη λόγος για τον οποίο οι δημοσιογράφοι πρέπει να καταβάλλουν μεγάλες προσπάθειες εξ αρχής για να διασφαλίσουν ότι οι ειδήσεις που παράγουν είναι ακριβείς. Επίσης, συνιστά και ένα ισχυρό επιχείρημα για την παροχή στο κοινό δεξιοτήτων παιδείας στα μέσα και την πληροφορία²⁴ ώστε οι πολίτες να μπορούν να αξιολογούν με σαφή και κριτικό τρόπο τα εξελισσόμενα είδη και τις συμβάσεις τόσο στα ειδησεογραφικά μέσα επικοινωνίας όσο και στη διαφήμιση, την ψυχαγωγία και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η ιστορία μας διδάσκει επίσης ότι οι δυνάμεις που βρίσκονται πίσω από τη σκόπιμη παραπληροφόρηση δεν στοχεύουν απαραίτητα να πείσουν τους δημοσιογράφους ή το ευρύτερο κοινό για την ακρίβεια των αναληθών ισχυρισμών, αλλά περισσότερο να εγείρουν αμφιβολίες για το κύρος των επαληθεύσιμων πληροφοριών που παράγουν οι επαγγελματικοί ειδησεογραφικοί παραγωγοί. Αυτή η σύγχυση έχει ως αποτέλεσμα πολλοί καταναλωτές ειδήσεων να νιώθουν ότι δικαιούνται να επιλέξουν ή να δημιουργήσουν τα δικά τους «γεγονότα», κάποιες φορές με τη βοήθεια πολιτικών που επιδίδουν να προφυλαχθούν από τη θεμιτή κριτική.

Επιστρέφοντας στο 2018, παρακολουθούμε την ταχεία εξάπλωση νέων, ισχυρών τεχνολογικών εργαλείων. Τα εργαλεία αυτά, μαζί με τις ιδιότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των εφαρμογών κοινωνικής επικοινωνίας που διαθέτουν περιορισμένες προδιαγραφές ελέγχου ποιότητας των ειδήσεων, διευκολύνουν την πλαστογράφηση και τη μίμηση έγκυρων επώνυμων ειδησεογραφικών μέσων κάνοντας την απάτη να μοιάζει με πραγματική είδηση. Ολοένα και περισσότερο υπάρχει η δυνατότητα να κατασκευαστούν ηχητικά και οπτικοακουστικά αρχεία, με τρόπους ξένους προς την έγκυρη ειδησεογραφία, τα οποία εμφανίζουν κάποιον ή κάποια να λέει ή να πράττει κάτι κάπου σαν να είναι αυθεντική καταγραφή,²⁵ διαδίδοντάς τη μάλιστα ευρέως στο επικοινωνιακό περιβάλλον των κοινωνικών μέσων.

21 Woolf, N. (2016). As fake news takes over Facebook feeds, many are taking satire as fact, The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

22 Abad-Santos, A. (2012). The Onion Convinces Actual Chinese Communists that Kim Jong-Un is Actually the Sexiest Man Alive, The Atlantic. <https://www.theatlantic.com/culture/archive/2012/11/onion-convinces-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-alive/321126/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

23 Βλ. Ενότητα 3 του παρόντος εγχειριδίου για περαιτέρω πληροφορίες στο θέμα.

24 Βλ. Ενότητα 4.

25 Solon, O. (2017). The future of fake news: Don't believe everything you see, hear or read, The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Σήμερα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τροφοδοτούνται από πολλαπλά είδη περιεχομένου, που εκτείνεται από το προσωπικό μέχρι το πολιτικό. Σε πολλές περιπτώσεις το περιεχόμενο παράγεται, ανοιχτά ή κρυφά, από κυβερνήσεις και/ή από μια βιομηχανία εταιρειών δημοσίων σχέσεων που προσλαμβάνονται από πολιτικούς ή εμπορικούς φορείς. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα πολυάριθμοι bloggers, χρήστες του Instagram με επιρροή (influencers) και «αστέρες» του YouTube να προωθούν προϊόντα και πολιτικούς χωρίς να αποκαλύπτουν ότι αμείβονται για να το κάνουν. Μυστικά αμείβονται επίσης σχολιαστές (συνήθως με πλαστή ταυτότητα), οι οποίοι επιδιώκουν να επικυρώσουν, να απαξιώσουν ή να εκφοβίσουν σε διαδικτυακά φόρουμ. Μέσα σε αυτή την κατάσταση, η δημοσιογραφία χάνει έδαφος και γίνεται η ίδια αντικείμενο όχι μόνο άδικης κριτικής, αλλά και επιθέσεων ως προς την ίδια της την ουσία.

Πλέον ο κίνδυνος είναι να αναπτυχθεί μια «κούρσα εξοπλισμών» παραπληροφόρησης σε εθνικό και διεθνές επίπεδο, η οποία θα διαχέεται μέσω «ειδησεογραφικών» οργανισμών με κομματική ταυτότητα και πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να μολυνθεί το επικοινωνιακό περιβάλλον εις βάρος όλων των εμπλεκόμενων μερών με τρόπο ο οποίος μπορεί μάλιστα να στραφεί εναντίον των ιθυνόντων.²⁶ Σε περιπτώσεις όπου αποκαλύφθηκαν εκστρατείες παραπληροφόρησης, υπήρξαν δυσμενέστερες συνέπειες για τους εμπλεκόμενους δρώντες, τόσο για αυτούς που τις υλοποίησαν όσο και για τους πολιτικούς τους πελάτες (βλ. τις πρόσφατες περιπτώσεις της Bell-Pottinger^{27 28 29 30} και της Cambridge Analytica).^{31 32}

Συνέπεια όλων αυτών είναι ότι η ψηφιακή τροφοδότηση της παραπληροφόρησης, σε συνθήκες πόλωσης, θέτει σε κίνδυνο τον ρόλο και την ίδια την ύπαρξη της δημοσιογραφίας. Ακόμη σημαντικότερο είναι ότι η ίδια η δημοσιογραφία που δημοσιοποιεί επαληθεύσιμες πληροφορίες υπέρ του δημοσίου συμφέροντος – μία πρόσφατη

26 Winseck, D (2008). Information Operations “Blowback”: Communication, Propaganda and Surveillance in the Global War on Terrorism. *International Communication Gazette*, 70(6), 419-441.

27 The African Network of Centers for Investigative Journalism (2017). The Guptas, Bell Pottinger and the fake news propaganda machine, TimeLive. <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

28 Cameron, J. (2017). Dummy’s guide: Bell Pottinger – Gupta London agency, creator of WMC, BizNews <https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020] και Segal, D. (2018). How Bell Pottinger, P.R. Firm for Despots and Rogues, Met Its End in South Africa. New York Times, 4 Φεβρουαρίου 2018. <https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

29 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa [online]. Διαθέσιμο στο: https://www.huffingtonpost.co.uk/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xILmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAJLSwMC3STi5KGgXYJg8dEGctSdluaXgzSJhkyntFON8mB6kTQVn4a753VilCqzQ34Z_uXVsR9kYhCVi6Y4VmRwbxMVNo32aSGgo96l3UScfe0plYm6c4L3NLfjwyDsE9IquBVsaPJOGb99RkHlqHOg0Gsf4cbqhvMmSyGBGri4 [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

30 Βλ. Ενότητα 7.

31 Lee, G. (2018). Q&A on Cambridge Analytica: The allegations so far, explained, FactCheck, Channel 4 News. <https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

32 Cassidy, J. (2018). Cambridge Analytica Whistleblower claims that cheating swung the Brexit vote, The New Yorker. <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

ιστορική κατάκτηση για την οποία δεν υπάρχουν σαφείς εγγυήσεις – μπορεί να απω-
ξιωθεί όταν δεν λαμβάνονται μέτρα για να αποφευχθεί η χειραγώγησή της. Όταν η
δημοσιογραφία καθίσταται φορέας παραπληροφόρησης, αυτό μειώνει περαιτέρω την
εμπιστοσύνη του κοινού και ενισχύει την κυνική άποψη ότι δεν υπάρχουν διαφορές
μεταξύ των ετερόκλητων δημοσιογραφικών αφηγήσεων και των αφηγήσεων της παρα-
πληροφόρησης. Αυτός είναι και ο λόγος που η ιστορία αναφορικά με την αμφισβη-
τούμενη χρήση του περιεχομένου και των διαφόρων μορφών του, είναι διδακτική. Η
κατανόηση της πολυδιάστατης εξέλιξης της «πληροφοριακής αταξίας» κατά τον 21ο
αιώνα πρέπει να συμβάλλει στην ορθότερη κατανόηση των αιτιών και των συνεπειών
μιας παγκόσμιας απειλής άνευ προηγουμένου – μιας απειλής η οποία εκτείνεται από
την παρενόχληση των δημοσιογράφων από εγκεκριμένες από το κράτος «στρατιές
troll» μέχρι τη χειραγώγηση εκλογών, τη ζημία στη δημόσια υγεία και την αδυναμία να
αναγνωριστούν οι κίνδυνοι της κλιματικής αλλαγής.

Ένα εγχειρίδιο που θα συμβάλλει στην καταπολέμηση της κρίσης παραπληροφόρησης

Ως πρόγραμμα σπουδών, το παρόν εγχειρίδιο περιλαμβάνει δύο διακριτά μέρη: οι
πρώτες τρεις ενότητες ορίζουν το πρόβλημα και το τοποθετούν σε πλαίσιο αναφοράς.
Οι επόμενες τέσσερις εστιάζουν σε απαντήσεις και λύσεις για την «πληροφοριακή
αταξία» και τις συνέπειές της.

Η πρώτη ενότητα, «Αλήθεια, εμπιστοσύνη και δημοσιογραφία: γιατί έχουν σημασία»,³³
έχει ως στόχο να ενισχύσει τον προβληματισμό γύρω από την ευρύτερη σημασία και
τις επιπτώσεις της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, και τους τρόπους με τους
οποίους αυτές τροφοδοτούν την κρίση εμπιστοσύνης στη δημοσιογραφία.

Η δεύτερη ενότητα, «Περί της «πληροφοριακής αταξίας»: μορφές πληροφόρησης,
σκόπιμης παραπληροφόρησης και κακόβουλης παραπληροφόρησης»,³⁴ αναλύει το
πρόβλημα και θέτει ένα πλαίσιο για την κατανόηση των επιμέρους διαστάσεων του
προβλήματος.

Κατά τον 21ο αιώνα, στις περισσότερες περιοχές του κόσμου, η εύθραυστη εμπι-
στοσύνη στα μέσα επικοινωνίας έφθινε πριν ακόμη κάνουν την εμφάνισή τους στο
ειδησεογραφικό τοπίο οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης προσφέροντας σε όλους
χώρο και εργαλεία για τον διαμοιρασμό ειδήσεων.³⁵ Οι αιτίες είναι πολλές και σύν-
θετες. Η φύση του διαδικτυακού κόσμου που λειτουργεί 24 ώρες το 24ωρο και 7 ημέρες

33 Βλ. Ενότητα 1.

34 Βλ. Ενότητα 2.

35 Edelman. (2017). 2017 Edelman Trust Barometer- Global Results. Διαθέσιμο στο: <https://www.edelman.com/news-awards/2017-edelman-trust-barometer-reveals-global-implosion> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

την εβδομάδα και η ακόρεστη ζήτηση για ειδησεογραφικό περιεχόμενο σε μια εποχή περικοπών στους ειδησεογραφικούς οργανισμούς άλλαξαν τη δημοσιογραφία, όπως περιγράφεται στην Ενότητα 3, «Ο μετασχηματισμός της βιομηχανίας των ειδήσεων: ψηφιακή τεχνολογία, πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και η εξάπλωση της παραπληροφόρησης και της σκόπιμης παραπληροφόρησης».³⁶ Πλέον, αυτά που έχουν προκαλέσει μια νέα κρίση στη δημοσιογραφία, με επιπτώσεις στους δημοσιογράφους, τα μέσα επικοινωνίας και την κοινωνία, είναι η τεράστια κλίμακα, η εμπορία και το εύρος της διάχυσης ψεύτικων ειδήσεων στο διαδίκτυο.³⁷

Πώς θα πρέπει, λοιπόν, να απαντήσουν όσες προάγουν τη δημοσιογραφία, συμπεριλαμβανομένων των εκπαιδευτριών δημοσιογραφίας, των ασκούντων στη δημοσιογραφία και όσων χαράσσουν πολιτική; «Καταπολεμώντας την παραπληροφόρηση και τη σκόπιμη παραπληροφόρηση μέσα από την Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία»³⁸ που είναι το αντικείμενο της Ενότητας 4.

Αυτό που τελικά διακρίνει την επαγγελματική δημοσιογραφία από τα υπόλοιπα είδη³⁹ είναι η αρχή της επαλήθευσης – και σε αυτό εστιάζει η Ενότητα 5 «Εισαγωγή στη διασταύρωση πληροφοριών».⁴⁰ Η Ενότητα 6, «Επαλήθευση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης: αξιολόγηση πηγών και οπτικού περιεχομένου»,⁴¹ εστιάζει στην πρακτική άσκηση και ασχολείται με τις προκλήσεις της επαλήθευσης και της τεκμηρίωσης των ειδήσεων που έχουν δημιουργηθεί από την ψηφιακή τεχνολογία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η δυνατότητα που δίνει το «κοινωνικό διαδίκτυο» (web 2.0) σε όλους να συμμετέχουν στην ειδησεογραφική διαδικασία είχε ως αποτέλεσμα να χαθούν οι κεντρικοί πυλώνες της ενημέρωσης.⁴² Η δημοσιογραφία βιώνει τις επιπτώσεις, αλλά όπως συμβαίνει με όλες τις τεχνολογικά υποκινούμενες ρήξεις, χρειάζεται χρόνος για να εκτιμηθούν, να μετρηθούν και να διατυπωθούν απαντήσεις. Αναπόφευκτα μεσολαβεί ένα χρονικό διάστημα όπου γίνεται προσπάθεια να κατανοηθεί το φαινόμενο πριν εκπονηθεί έρευνα και αναδειχθούν καλές πρακτικές.

36 Βλ. Ενότητα 3.

37 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis [online]. The Guardian. Διαθέσιμο στο: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

38 Βλ. Ενότητα 4.

39 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.

40 Βλ. Ενότητα 5.

41 Βλ. Ενότητα 6.

42 Colón, A. (2017). You are the new gatekeeper of the news [online]. The Conversation. Διαθέσιμο στο: <https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Η παραπληροφόρηση είναι ένα πραγματικά παγκόσμιο πρόβλημα, το οποίο εκτείνεται πέραν της πολιτικής σφαίρας και αγγίζει όλες τις διαστάσεις της ενημέρωσης, συμπεριλαμβανομένης της κλιματικής αλλαγής, της ψυχαγωγίας κτλ. Ωστόσο, μέχρι σήμερα σε πολλές από τις καταγεγραμμένες περιπτώσεις, οι αρχικές αντιδράσεις και οι πρώτες ερευνητικές χρηματοδοτήσεις προήλθαν από τις Η.Π.Α., όπου εδρεύουν οι τεχνολογικές εταιρίες-κολοσσοί και όπου οι κατηγορίες του αμερικανού Προέδρου Donald Trump ότι τα μέσα επικοινωνίας και οι δημοσιογράφοι είναι υποστηρίκτριες «ψευδών ειδήσεων» επέφεραν δράση και χρηματοδοτήσεις.

Η κατάσταση σε διεθνές επίπεδο εξελίσσεται καθημερινά, με αρκετές χώρες να θεωρούν ότι οι κανονισμοί και οι νομοθετικές ρυθμίσεις θα λύσουν το πρόβλημα. Οι τεχνολογικές εταιρίες-κολοσσοί με τη σειρά τους έχουν εντείνει τις προσπάθειες να απομακρύνουν με τεχνολογικά μέσα την παραπληροφόρηση, σκόπιμη και μη, από τις πλατφόρμες τους.

Καθώς η παρούσα έκδοση ήταν σε εξέλιξη,⁴³ η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε μία έκθεση⁴⁴ βάσει σχετικής έρευνας,⁴⁵ εν μέσω ανησυχιών ότι η παραπληροφόρηση, σκόπιμη και μη, είναι επιζήμια για ολόκληρη την κοινωνία. Πολιτικοί⁴⁶ και φορείς χάραξης πολιτικής σε επίπεδο χωρών, από την Αυστραλία μέχρι τις Φιλιππίνες, τον Καναδά, τη Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ινδία και την Ινδονησία άρχισαν να σκέφτονται πώς θα πρέπει να αντιδράσουν.⁴⁷ Αναφορικά με το θέμα των νομοθετικών ρυθμίσεων, η Γερμανία ήταν η πρώτη χώρα που με νόμο θέσπισε υψηλά πρόστιμα για τις ψηφιακές πλατφόρμες εάν δεν απομακρύνουν εντός 24 ωρών από τη στιγμή αναφοράς το «παράνομο περιεχόμενο», συμπεριλαμβανομένων των «ψευδών ειδήσεων» και της ρητορικής μίσους.⁴⁸ Το κοινοβούλιο της Μαλαισίας επίσης ψήφισε νόμο τον Απρίλιο του 2018 κατά των ψευδών ειδήσεων, ο οποίος όμως ανακλήθηκε τον Αύγουστο.⁴⁹ Μία επικαιροποιημένη λίστα των αντιδράσεων διαφορετικών χωρών έχει συνταχθεί από το ινστιτούτο Poynter.⁵⁰

43 Σημείωση των επιμελητών της ελληνικής έκδοσης: Πρόκειται για την πρωτότυπη έκδοση του παρόντος εγχειρίδιου στην αγγλική.

44 European Commission (2018). Final report of the High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

45 European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation. [online] Διαθέσιμο στο: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_17_4481 [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

46 Ansip, A. (2017). Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response. Διαθέσιμο στο: https://multimedia.europarl.europa.eu/en/hate-speech-populism-and-fake-news-on-social-media--towards-an-eu-response-extracts-from-the-debate_1136357-V_v [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

47 Malloy, D. (2017). How the world's governments are fighting fake news. [online] ozy.com. Διαθέσιμο στο: <https://www.ozy.com/news-and-politics/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

48 Federal Ministry of Justice and Consumer Protection (2017). Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks (Network Enforcement Act, netzdg). [online]. Διαθέσιμο στο: https://www.bmjbv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/NetzDG_engl.pdf?__blob=publicationFile&v=2 [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

49 Malaysia scraps “fake news” law used to stifle free speech. The Guardian. <https://www.theguardian.com/world/2018/aug/17/malaysia-scraps-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

50 Funke, D. (2018). A guide to anti-misinformation actions around the world (Poynter). Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Οι υποστηρίκτριες της ελευθερίας της έκφρασης φοβούνται ότι οι νομοθετικές ρυθμίσεις θα βλάψουν τον εκδημοκρατισμό της πληροφορίας και της άποψης που επέφεραν οι νέες τεχνολογίες. Σε κάποιες χώρες, οι νόμοι θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως εργαλείο φίμωσης για τα κριτικά μέσα.⁵¹

Για πολλές δημοσιογράφους, που είναι ένθερμες υποστηρίκτριες της ελευθερίας της έκφρασης και ανέκαθεν θεωρούσαν εαυτούς ως απαραίτητους φορείς στις δημοκρατικές κοινωνίες,⁵² η αντιμετώπιση της «πληροφοριακής αταξίας» αποτελεί ένα σύνθετο θέμα. Ταυτόχρονα είναι και προσωπικό θέμα: οι διαδικτυακές επιθέσεις σε δημοσιογράφους, και ιδιαίτερα γυναίκες, είναι συνηθισμένο φαινόμενο και σε πολλές περιπτώσεις συνιστούν σωματική και ψυχολογική απειλή, ενώ αυξάνονται οι περιορισμοί στην αναζήτηση της αλήθειας, όπως περιγράφεται στην Ενότητα 7, «Καταπολεμώντας τη διαδικτυακή κακοποίηση: όταν οι δημοσιογράφοι και οι πηγές τους στοχοποιούνται».⁵³

Η παραπληροφόρηση, σκόπιμη και μη, δεν πλήττει μόνο τη φήμη και την ασφάλεια των δημοσιογράφων. Αμφισβητεί τον ρόλο τους και την αποτελεσματικότητά τους και διαιωνίζει την υποβάθμιση της δημοσιογραφίας σε βάρος του πολιτειακού λόγου. Η βελτίωση των προτύπων και της κοινωνικής σπουδαιότητας της δημοσιογραφίας είναι προς όφελος όλων των μελλοντικών δημοσιογράφων και της κοινωνίας συνολικά. Αυτό το εγχειρίδιο πρέπει να παρακινήσει τις ερευνήτριες, τις φοιτήτριες και τις επαγγελματίες να αναλογιστούν και να συζητήσουν πώς η δημοσιογραφία μπορεί να υπηρετήσει αποτελεσματικότερα τις ανοιχτές κοινωνίες και τη δημοκρατία στο πλαίσιο του νέου τοπίου. Και ο λόγος είναι:

«Η εύρυθμη λειτουργία του Τύπου και της δημοκρατίας προϋποθέτει να ασκείται κριτική, να υπάρχει διαφάνεια και να υπάρχουν συνέπειες στην περίπτωση δημοσιογραφικών λαθών. Επίσης προϋποθέτει ότι είμαστε σε θέση να διακρίνουμε συλλογικά τα λάθη από τα ψεύδη και την απάτη. Διαφορετικά, οι αληθινές πληροφορίες θα παρουσιάζονται ως ψευδείς και οι κατασκευασμένες (τα σκουπίδια) θα παρουσιάζονται ως γεγονότα» - Craig Silverman⁵⁴

Μία παρατήρηση για τη δεοντολογία και την αυτορύθμιση

Οι δημοσιογραφικές αρχές για ηθική και υπεύθυνη δημοσιογραφία αποτελούν σημαντική άμυνα ενάντια στη σκόπιμη και μη παραπληροφόρηση. Με την πάροδο

51 Nossel, S. (2017). FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. Διαθέσιμο στο: <https://pen.org/wp-content/uploads/2017/11/2017-Faking-News-11.2.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

52 McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. Στο: K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch, ed., *Handbook of Journalism Studies*, 6th ed. [online] New York: Routledge.

53 Βλ. Ενότητα 7.

54 Silverman, C. (2018). I Helped Popularize the Term "Fake News" And Now I Cringe Every Time I Hear It. BuzzFeed. Διαθέσιμο στο: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-kringe> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

του χρόνου έχουν εξελιχθεί οι κανόνες και οι αξίες της δημοσιογραφίας καθοδηγώντας τις επαγγελματίες της και θωρακίζοντας την ξεχωριστή αποστολή και το *modus operandi*. Αντίστοιχα, στηρίζουν την παροχή επαληθεύσιμων πληροφοριών και τεκμηριωμένων σχολίων που δημοσιοποιούνται υπέρ του δημοσίου συμφέροντος. Αυτοί οι παράγοντες συνεπώς συμβάλλουν στην αξιοπιστία της δημοσιογραφίας, και γι' αυτό το λόγο διατρέχουν την ουσία του παρόντος εγχειριδίου.

Σε αυτό το πλαίσιο, αξίζει να παραθέσουμε τη δήλωση του Καθηγητή Charlie Beckett από το London School of Economics, που συνοψίζει τη δυνητική αξία της κρίσης των «ψευδών ειδήσεων» για τη δημοσιογραφία:

«...οι ψευδείς ειδήσεις είναι το καλύτερο πράγμα που συνέβη εδώ και δεκαετίες. Δίνει τη δυνατότητα στα κυρίαρχα ποιοτικά δημοσιογραφικά μέσα να δείξουν ότι έχουν αξία που πηγάζει από τις ειδικές γνώσεις, τη δεοντολογία, τη συμμετοχή και την εμπειρία. Είναι μια μορφή αφύπνισης για να γίνουν τα μέσα πιο διαφανή, πιο συναφή και να βελτιώνουν τη ζωή των ανθρώπων. Μπορεί να γίνουν η αφορμή για να αναπτυχθεί ένα νέο επιχειρηματικό μοντέλο για την επαλήθευση των ειδήσεων και την κατάρριψη των μύθων και γενικότερα να ανασυγκροτηθεί και να λειτουργήσει η δημοσιογραφία ως καλύτερη εναλλακτική στο ψέμα».⁵⁵

Η αναζήτηση της αλήθειας από τις δημοσιογράφους δεν μπορεί πάντοτε να εγγυηθεί την «αλήθεια». Σε κάθε περίπτωση, όμως, η προσπάθεια να αποδοθούν με ακρίβεια οι καταστάσεις και να δημιουργηθεί περιεχόμενο που να αντανάκλα τα γεγονότα με ακρίβεια, είναι θεμελιώδεις αρχές της δημοσιογραφίας. Αλλά τι ακριβώς σημαίνει υπεύθυνη δημοσιογραφία στην ψηφιακή εποχή;

Η υπεύθυνη δημοσιογραφία που πρεσβεύει τη διαφάνεια και τη λογοδοσία αποτελεί ένα ζωτικής σημασίας όπλο στη μάχη για την υπεράσπιση των γεγονότων και της αλήθειας στην εποχή της «πληροφοριακής αταξίας». Οι δημοσιογράφοι πρέπει να είναι ανεξάρτητες φωνές. Αυτό σημαίνει ότι δεν πρέπει να δρουν, επίσημα ή ανεπίσημα, εκ μέρους συγκεκριμένων συμφερόντων. Σημαίνει επίσης ότι πρέπει να αναγνωρίζουν και να δηλώνουν δημόσια οτιδήποτε μπορεί να αποτελέσει σύγκρουση συμφέροντος – προκειμένου να διασφαλιστεί η διαφάνεια. Όπως έχει εξηγήσει η Emily Bell, καθηγήτρια στο ερευνητικό κέντρο Tow Center for Digital Journalism του Columbia University, οι θεμελιώδεις αξίες της δημοσιογραφίας αφορούν στα ακόλουθα:

«Να διασφαλίζουμε ότι οι ειδήσεις είναι ακριβείς, να λογοδοτούμε εάν δεν είναι ακριβείς, να υπάρχει διαφάνεια ως προς τις πηγές των ειδήσεων και των πληροφοριών, να αντιστεκόμαστε στις κυβερνήσεις, στις ομάδες πίεσης,

στα εταιρικά συμφέροντα, στην αστυνομία, εάν επιχειρήσουν να μας εκφοβίσουν, να μας απειλήσουν ή να μας λογοκρίνουν. Να προστατεύουμε τις πηγές μας να μην συλληφθούν ή αποκαλυφθούν. Να ξέρουμε πότε έχουμε στα χέρια μας ένα δυνατό επιχείρημα υπέρ του δημοσίου συμφέροντος για να παρανομήσουμε και να είμαστε έτοιμες να πάμε στη φυλακή για να υπερασπιστούμε την είδησή μας και τις πηγές μας. Να γνωρίζουμε πότε είναι αντιδεοντολογικό να δημοσιεύσουμε κάτι. Να κρατάμε την ισορροπία ανάμεσα στο ατομικό δικαίωμα της ιδιωτικότητας και στο ευρύτερο δικαίωμα του δημοσίου συμφέροντος».⁵⁶

Μπροστά σε μια σειρά δεδομένων όπως η ανήθικη πολιτική, η κρίση της «πληροφοριακής αταξίας», η εκδήλωση ρητορικής μίσους, η αύξηση του «μάρκετινγκ περιεχομένου», η διαφήμιση και η χειραγώγηση της πληροφορίας από γραφεία δημοσίων σχέσεων προς εξυπηρέτηση ίδιων συμφερόντων, τα ειδησεογραφικά μέσα και οι δημοσιογράφοι πρέπει να διαφυλάττουν ως κόρη οφθαλμού την υπεύθυνη δημοσιογραφία, ως κεντρικό πυλώνα ενός βιώσιμου μοντέλου πρακτικής - ακόμη κι αν την ίδια ώρα αντιμετωπίζουν οικονομική κρίση και κρίση εμπιστοσύνης. Οι δημοκρατίες πρέπει κι εκείνες να έχουν ρόλο στην υπεράσπιση της δημοσιογραφίας και να προστατεύουν τις δημοσιογράφους και τις πηγές τους όταν υπεισέρχονται λόγοι δημοσίου συμφέροντος.

Οι κανόνες δεοντολογίας⁵⁷ έχουν σχεδιαστεί για να υποστηρίζουν τη συλλογή και επαλήθευση πληροφοριών υπέρ του δημοσίου συμφέροντος και είναι αυτοί που διαφοροποιούν τη δημοσιογραφία, και συγκεκριμένα το ρεπορτάζ, από άλλες μορφές επικοινωνίας. Αυτό έχει βαρύνουσα σημασία στην ψηφιακή εποχή, όπου συνυπάρχουν ο εκδημοκρατισμός της επικοινωνίας και μια διαρκής ροή παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, αναληθειών και κακοποίησης. Σε αυτή την πραγματικότητα, η υπεύθυνη δημοσιογραφία καθίσταται ακόμη πιο σημαντική ως ένα πλαίσιο για την καθιέρωση μοντέλων δημοσιογραφίας που ευνοούν την εμπιστοσύνη και τη λογοδοσία προκειμένου να οικοδομούνται ουσιώδεις σχέσεις με τα ακροατήρια.

Η εμπιστοσύνη στις ειδήσεις που είναι ακριβείς, υπεύθυνες και ανεξάρτητες είναι απαραίτητη για να πειστούν τα ακροατήρια και να δημιουργηθεί μια κοινή δημόσια σφαίρα όπου θα γίνονται συζητήσεις σε μια κοινή βάση πληροφόρησης. Τα ενημερωμένα ακροατήρια που ενδιαφέρονται και διαμοιράζονται αξιόπιστο περιεχόμενο συνιστούν ένα σημαντικό αντίδοτο στην εξάπλωση της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη.

Για να επιτευχθεί η ενσωμάτωση και η εφαρμογή των προαναφερθεισών θεμελιωδών αξιών σε ένα μεταβαλλόμενο επικοινωνιακό περιβάλλον, πρέπει οι αίθουσες σύνταξης

⁵⁶ Bell, E. (2015). Hugh Cudlipp Lecture (Full text), The Guardian, <https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

⁵⁷ Βλ. για παράδειγμα το Australian Media, Entertainment and Arts Alliance's "Journalist Code of Ethics", διαθέσιμο στο: <http://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

και οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί να υιοθετήσουν και να προσαρμόσουν κώδικες δεοντολογίας και να δημιουργήσουν μηχανισμούς μέσω των οποίων να λογοδοτούν στο κοινό – τα συμβούλια Τύπου, οι αρχισυντάκτριες αναγνώστριες, οι συντακτικές πολιτικές, οι εσωτερικοί διαμεσολαβητές είναι κάποιες τέτοιες δομές αυτορρύθμισης. Τέτοιου είδους μηχανισμοί επιτρέπουν τον εντοπισμό λαθών μέσα από μια επαγγελματική διαδικασία αξιολόγησης από ομότιμες, διευκολύνουν τη δημόσια αναγνώριση των λαθών και την ανάγκη για διορθώσεις και συμβάλλουν στην εφαρμογή επαγγελματικών κανόνων που σχετίζονται με τις δημοσιογραφικές αρχές προς όφελος του δημοσίου συμφέροντος. Μολονότι αντιμετωπίζονται ειρωνικά ως «σκυλιά που γαβγίζουν χωρίς να δαγκώνουν» από επικρίτριες που υποστηρίζουν την εξωγενή ρύθμιση των ειδησεογραφικών μέσων, αυτοί οι μηχανισμοί εξυπηρετούν έναν σημαντικό σκοπό στο πλαίσιο της κρίσης παραπληροφόρησης: συμβάλλουν στην ενίσχυση της επαγγελματικής λογοδοσίας και της διαφάνειας και τελικά αυξάνουν την εμπιστοσύνη της κοινότητας στη δημοσιογραφία. Συμβάλλουν επίσης στην επισήμανση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της δημοσιογραφίας που υιοθετεί τις αρχές της επαλήθευσης για να επιτύχει την ακρίβεια και την εγκυρότητα, καθιστώντας την διακριτή από την παραπληροφόρηση, σκόπιμη και μη, την προπαγάνδα, τη διαφήμιση και τις δημόσιες σχέσεις.

Από τη «δημοσιογράφο» στη δημοσιογραφία

Η εποχή που η δημοσιογραφική δεοντολογία (μολονότι δεν γινόταν πάντα σεβαστή) αφορούσε αποκλειστικά τις επαγγελματίες δημοσιογράφους και τη δημοσιογραφία ως επάγγελμα έχει παρέλθει. Αυτό πλέον είναι ευρέως αποδεκτό, ακόμη και από τα Ηνωμένα Έθνη. Η έκθεση A/72/290⁵⁸ (2017) του Γενικού Γραμματέα του ΟΗΕ για την Ασφάλεια των Δημοσιογράφων αναφέρει:

«Ο όρος 'δημοσιογράφος' περιλαμβάνει τις δημοσιογράφους και άλλες εργαζόμενες στα μέσα επικοινωνίας. Η δημοσιογραφία ορίζεται στο έγγραφο CCPR/C/GC/34, παρ. 44, ως 'μία λειτουργία την οποία επιτελούν μία σειρά δρώντων, συμπεριλαμβανομένων των επαγγελματιών ρεπόρτερ και αναλυτριών πλήρους απασχόλησης, καθώς επίσης των μπλόγκερ και άλλων που εμπλέκονται σε μορφές αυτοδημοσίευσης σε έντυπη μορφή, στο διαδίκτυο ή αλλού».⁵⁹

Στο ίδιο πνεύμα, η Γενική Συνέλευση της UNESCO αναφέρεται σε «δημοσιογράφους, εργαζόμενες στα μέσα επικοινωνίας και παραγωγούς των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που παράγουν σημαντικό όγκο δημοσιογραφίας, εντός και εκτός διαδικτύου» (Διακήρυξη 39, Νοέμβριος 2017).⁶⁰ Το Σχέδιο Δράσης των Ηνωμένων Εθνών για την Ασφάλεια

58 Διαθέσιμο στο: <https://digitallibrary.un.org/record/1304392?ln=en> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

59 Βλ. επίσης τα έγγραφα των Ηνωμένων Εθνών A/HRC/20/17, paras. 3-5, A/HRC/20/22 και Corr.1, para. 26, A/HRC/24/23, para. 9, A/HRC/27/35, para. 9, A/69/268, para. 4, και A/HRC/16/44 και Corr.1, para. 47.

60 Records of the General Conference. 39th session. Παρίσι, 30 Οκτωβρίου – 14 Νοεμβρίου 2017. <https://en.unesco.org/generalconference/39> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

των Δημοσιογράφων και για το Θέμα της Ατιμωρησίας, που υιοθετήθηκε από το Διοικητικό Συμβούλιο των Διευθυνόντων Συμβούλων των Ηνωμένων Εθνών το 2012, αναφέρει: «η προστασία των δημοσιογράφων δεν θα πρέπει να περιορίζεται σε εκείνες που αναγνωρίζονται επισήμως ως δημοσιογράφοι, αλλά θα πρέπει να εκτείνεται και σε άλλες, όπως οι εργαζόμενες στα κοινοτικά μέσα, οι πολίτες δημοσιογράφοι και εκείνες οι οποίες χρησιμοποιούν τα νέα μέσα ως δίαυλο για να αποταθούν στο κοινό τους».⁶¹

Υπό αυτό το πρίσμα, η δημοσιογραφία μπορεί να ιδωθεί ως μία δραστηριότητα που καθοδηγείται από δεοντολογικές αρχές για την επαλήθευση των πληροφοριών που δημοσιεύονται προς όφελος του δημοσίου συμφέροντος. Αυτές που ισχυρίζονται ότι παράγουν δημοσιογραφία είναι μια ευρύτερη ομάδα από τους επαγγελματίες δημοσιογράφους, ενώ αυτές που απασχολούνται ή προσδιορίζονται ως δημοσιογράφοι ενδέχεται ορισμένες φορές ή ακόμη και συστηματικά να μην καταφέρνουν να δημιουργήσουν περιεχόμενο το οποίο θεωρείται ακριβές, δίκαιο, επαγγελματική και ανεξάρτητη δημοσιογραφία προς όφελος του δημοσίου συμφέροντος. Αυτό που τελικά έχει σημασία δεν είναι το επίσημο ή φερόμενο στάτους όσο ο χαρακτήρας του παραγόμενου περιεχομένου.

Ενώ η δημοσιογραφία στηρίζεται στην άσκηση της ελευθερίας της έκφρασης, που αποτελεί ατομικό δικαίωμα όλων, είναι μια εξειδικευμένη πράξη η οποία οφείλει να συμμορφώνεται με συγκεκριμένες αρχές που τη διαχωρίζουν από άλλες μορφές έκφρασης (π.χ. ποίηση, δημόσιες σχέσεις, διαφήμιση, παραπληροφόρηση κτλ.). Αυτές οι αρχές είναι στενά συνδεδεμένες με την επαγγελματική δεοντολογία της δημοσιογραφικής πρακτικής.

Είναι η διαφάνεια η νέα αντικειμενικότητα;

Η αντικειμενικότητα μπορεί να ερμηνευθεί με πολλούς τρόπους. Υπό την έννοια της απόστασης από την υποκειμενικότητα συνιστά ένα επίμαχο θέμα στην επαγγελματική δημοσιογραφία. Επιδιώκεται μεν, σπάνια επιτυγχάνεται δε, ενώ ενδέχεται να μην είναι πάντα επιθυμητή όταν πρόκειται για την κάλυψη βάνουσων ή απάνθρωπων πράξεων (για παράδειγμα, οι ισχυρισμοί ανθρώπων που έχουν καταδικαστεί για τη διάπραξη εγκλημάτων πολέμου δεν θα είχαν το ίδιο ηθικό βάρος σε ένα δίκαιο και ανεξάρτητο ρεπορτάζ με τους ισχυρισμούς ανθρώπων που έχουν επιβιώσει αυτών των εγκλημάτων – μολονότι και οι δικό τους ισχυρισμοί δεν θα έπρεπε να είναι υπεράνω διερεύνησης ως προς την εγκυρότητά τους). Αλλά η δίκαιη κάλυψη, η ανεξαρτησία, η ακρίβεια, η ανάλυση του κατά περίπτωση πλαισίου, η διαφάνεια, η προστασία εμπιστευτικών πηγών και η διορατικότητα⁶² στο δημοσιογραφικό ρεπορτάζ οικοδομούν εμπιστοσύνη, αξιοπιστία και εχεμύθεια.

61 UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity. 1CI-12/CONF.202/6. https://en.unesco.org/sites/default/files/options_geneva_consultation.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

62 Βλ. «βασικές αρχές» στο επόμενο κεφάλαιο.

Το 2009, ο ερευνητής του Harvard University Δρ. David Weinberger δήλωσε ότι «η διαφάνεια είναι η νέα αντικειμενικότητα».⁶³ Την ίδια χρονιά, ο πρώην Διευθυντής του Τμήματος Διεθνών Ειδήσεων του BBC, Richard Sambrook, εξήγησε ότι η διαφάνεια, και όχι η αντικειμενικότητα, είναι αυτή που εμπνέει εμπιστοσύνη στην «εποχή των νέων μέσων»:

«...οι ειδήσεις στις μέρες μας πρέπει να συνεχίσουν να είναι ακριβείς και δίκαιες, αλλά είναι εξίσου σημαντικό για τις αναγνώστριες, τις ακροάτριες και τις τηλεθέατριες να βλέπουν πώς παράγονται οι ειδήσεις, από πού έρχονται οι πληροφορίες και πώς λειτουργεί η όλη διαδικασία εν γένει. Η δημιουργία της είδησης είναι εξίσου σημαντική με τη μετάδοσή της».⁶⁴

Σημεία διαφοροποίησης

Οι παραπάνω βασικές αρχές της άσκησης της επαγγελματικής δημοσιογραφίας δεν σημαίνουν ότι υπάρχει ένα μοναδικό μοντέλο δημοσιογραφίας. Οι στόχοι που τίθενται μπορούν να εκπληρωθούν μέσα από διάφορα είδη ρεπορτάζ και ειδήσεων, κάθε ένα από τα οποία ενσωματώνει διαφορετικές μορφές αφήγησης, οι οποίες με τη σειρά τους βασίζονται σε διαφορετικές αξίες και ποικίλες προσεγγίσεις της αμεροληψίας, της ανάλυσης του κατά περίπτωση πλαισίου, των σχετικών γεγονότων κ.λπ. Για παράδειγμα, διαφορετικές επιχειρήσεις ενημέρωσης μπορεί να ερμηνεύουν διαφορετικά μια συγκεκριμένη είδηση (ορισμένα μέσα μπορεί ακόμη και να την αγνοήσουν), δίχως να κινούνται έξω από τη σφαίρα του «πληροφοριακού επιχειρείν» και να εισέρχονται σε αυτή της παραπληροφόρησης, σκόπιμης ή μη (βλ. το επόμενο κεφάλαιο Χρήση του εγχειριδίου ως πρότυπου προγράμματος σπουδών και τις Ενότητες 1, 2 και 3). Ωστόσο, όταν το περιεχόμενο δεν παράγεται σύμφωνα με τις δημοσιογραφικές αρχές αυτές καθαυτές, και ειδικά όταν εξακολουθεί να παρουσιάζεται ως είδηση, τότε είναι που, πλέον, δεν έχουμε να κάνουμε με δημοσιογραφία, αλλά με μια συγκεκριμένη μορφή σκόπιμης παραπληροφόρησης.

Το εισαγωγικό αυτό κεφάλαιο επεσήμανε μια σειρά θεμάτων που τίθενται γύρω από τη συζήτηση για τις «ψευδείς ειδήσεις», παρέχοντας το πλαίσιο για επεξήγηση, ανάλυση και εκμάθηση στις ενότητες που ακολουθούν.

63 Weinberger, D. (2009). *Transparency is the new objectivity*. <https://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

64 Brunz, M. (2009). *How Social Networking is Changing Journalism*. <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟΥ ΩΣ ΠΡΟΤΥΠΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΣΠΟΥΔΩΝ

της Julie Posetti

Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα υιοθετεί ένα παιδαγωγικό μοντέλο που βασίζεται στην «ευρετική πορεία μάθησης»,¹ το οποίο σημαίνει ότι οι συμμετέχουσες ενθαρρύνονται να συνεισφέρουν τις δικές τους εμπειρίες στη μαθησιακή διαδικασία. Το υλικό των μαθημάτων δεν είναι δεσμευτικό, αλλά μπορεί και πρέπει να προσαρμόζεται στο εκάστοτε εθνικό, πολιτισμικό, θεσμικό και επικοινωνιακό πλαίσιο της διδασκαλίας και μάθησης. Παρότι έχει καταβληθεί προσπάθεια να διασφαλιστεί ότι το εγχειρίδιο θα έχει παγκόσμια εμβέλεια, εξακολουθούν να υπάρχουν περιορισμοί. Οι συγγραφείς του εγχειριδίου παροτρύνουν τις εκπαιδεύτριες, διδάσκουσες και συμμετέχουσες να εμπλουτίσουν τις περιπτώσεις μελέτης, τα παραδείγματα και τις πηγές του εγχειριδίου με αντίστοιχα στοιχεία και αναφορές που να αντανakλούν τις εμπειρίες στις δικές τους χώρες, στους δικούς τους γλωσσολογικούς κώδικες.

Έχοντας αυτό κατά νου, το εγχειρίδιο μπορεί να χρησιμοποιηθεί με διάφορους τρόπους, ενδεικτικά:

- ▶ Ως αναλυτικό μάθημα ή ενότητα προσφερόμενο σε ένα ήδη υπάρχον πρόγραμμα σπουδών ανώτατης εκπαίδευσης στον τομέα της Δημοσιογραφίας, της Επικοινωνίας, των Ψηφιακών Μέσων ή των Σπουδών Μέσων Επικοινωνίας. Επίσης, θα μπορούσε να προσφερθεί ως μάθημα επιλογής σε προγράμματα πολιτικών επιστημών και κοινωνιολογίας που καλύπτουν ζητήματα μέσων ενημέρωσης και επικοινωνίας
- ▶ Ως συμπληρωματικό υποστηρικτικό υλικό σε υφιστάμενα μαθήματα/ενότητες (π.χ. Ιστορία των Μέσων Επικοινωνίας, Δεοντολογία των Μέσων, Προέλευση και Επαλήθευση Ειδήσεων, Κριτική Προσέγγιση των Μέσων, Ψηφιακά Μέσα, Συμμετοχική Δημοσιογραφία). Πολλές από τις μελέτες περίπτωσης, το υλικό του μαθήματος, καθώς και η προτεινόμενη βιβλιογραφία θα μπορούσαν να ενσωματωθούν σε μαθήματα/ενότητες που διδάσκονται ήδη, με σκοπό την επικαιροποίηση του περιεχομένου τους σε θέματα που σχετίζονται με την ολοένα αυξανόμενη κρίση της (σκόπιμης) παραπληροφόρησης

1

Banda, F. (Επιμ.) (2015). *Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi* (UNESCO, Paris <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]).

- ▶ Ως αυτόνομες ενότητες ή ως ένα αναλυτικό μάθημα προσφερόμενα σε επαγγελματίες δημοσιογράφους, σε άτομα που υπερασπίζονται τα ανθρώπινα δικαιώματα, και άτομα που δραστηριοποιούνται στη δημοσιογραφία, σε ειδησεογραφικούς οργανισμούς και σώματα του κλάδου ή φορείς αναπτυξιακών προγραμμάτων στα μέσα επικοινωνίας
- ▶ Ως εγχειρίδιο κατάρτισης: Οι εκπαιδευτρίες δημοσιογραφίας μπορούν να προσαρμόσουν τις ενότητες του προγράμματος για τους δικούς τους σκοπούς, αξιοποιώντας προτεινόμενες λίστες βιβλιογραφίας και μελέτες περίπτωσης, με τη συμπερίληψή τους σε ένα πιο εξειδικευμένο σύνολο πηγών αναφοράς που απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες δημοσιογράφων
- ▶ Ως πηγή έμπνευσης για μια σειρά δημοσιεύσεων σε ιστολόγια ειδησεογραφικών οργανισμών, επιχειρήσεις μέσων επικοινωνίας, και φορέων αναπτυξιακών προγραμμάτων στα μέσα ενημέρωσης, στο πλαίσιο μιας εποικοδομητικής ανταλλαγής γνώσεων και εμπειριών
- ▶ Ως πόρος μελέτης για την πνευματική καλλιέργεια και εξέλιξη επαγγελματιών δημοσιογράφων. Για παράδειγμα, πολλές από τις τεχνικές που μελετά το εγχειρίδιο για τη διαμόρφωση του ρεπορτάζ μπορούν να αξιοποιηθούν στο πλαίσιο της αυτο-κατευθυνόμενης μάθησης. Ορισμένες από τις μελέτες περίπτωσης μπορούν να δώσουν το έρεισμα για ποιοτικό ρεπορτάζ και να δώσουν έμπνευση για κάλυψη ειδήσεων σε εθνικό/τοπικό επίπεδο με ένα πιο σύνθετο πλαίσιο αναφοράς (για παράδειγμα, μια υπόθεση παραπλάνησης δημοσιογράφων σε τοπικό επίπεδο μπορεί να εξεταστεί στο ευρύτερο ιστορικό πλαίσιο ανάλογων περιπτώσεων σε διεθνές επίπεδο, με έμφαση στις σύγχρονες εξελίξεις αναφορικά με την ευρεία διάχυση της σκόπιμης και μη παραπληροφόρησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης)
- ▶ Ως βάση συλλογής αναφορών, πηγών και εργαλείων η οποία θα εμπλουτίζεται καθώς θα προστίθεται ερευνητική και εμπειρική γνώση στο αναπτυσσόμενο αυτό πεδίο.

Βασικές αρχές

Με την υποστήριξη διαφανών διαδικασιών και ρητής εφαρμογής δεοντολογικών αρχών ο διακριτός ρόλος της δημοσιογραφίας σήμερα έγκειται στην ικανότητά της να παρέχει σαφήνεια και να δημιουργεί εμπιστοσύνη γύρω από το επαληθευμένο περιεχόμενο. Οι

ακόλουθες επτά αρχές, οι οποίες αφορούν, σε διαφορετικό βαθμό, ηθικές πρακτικές, πρέπει να διατρέχουν την εφαρμογή του παρόντος προγράμματος και να αποτελούν οδηγό για τις ασκήσεις, συζητήσεις και αξιολογήσεις των ενοτήτων:²

- ▶ **Ακρίβεια:** Οι δημοσιογράφοι δεν μπορούν πάντοτε να εγγυηθούν την «αλήθεια», αλλά η ακρίβεια και η σωστή καταγραφή των γεγονότων παραμένει θεμελιώδης αρχή της δημοσιογραφίας.
- ▶ **Ανεξαρτησία:** Οι δημοσιογράφοι πρέπει να είναι ανεξάρτητες φωνές. Αυτό σημαίνει ότι δεν πρέπει να ενεργούν, επίσημα ή ανεπίσημα, για λογαριασμό ειδικών συμφερόντων, ενώ πρέπει να δηλώνουν οτιδήποτε μπορεί να συνιστά σύγκρουση συμφερόντων, για λόγους διαφάνειας.
- ▶ **Δίκαιη κάλυψη:** Η δίκαιη καταγραφή πληροφοριών, γεγονότων, πηγών και των λεγομένων τους περιλαμβάνει ενδελεχή εξέταση, στάθμιση και αξιολόγηση των πληροφοριών με ανοιχτό μυαλό και οξυδέρκεια. Η παρουσίαση του γενικού πλαισίου και μιας σειράς ανταγωνιστικών οπτικών χτίζουν εμπιστοσύνη και εχεμύθεια στο ρεπορτάζ.
- ▶ **Εμπιστευτικότητα:** Μια από τις θεμελιώδεις αρχές της ερευνητικής δημοσιογραφίας είναι η προστασία των εμπιστευτικών πηγών (με εξαιρέσεις κατά το ελάχιστο δυνατό). Είναι απαραίτητη για τη διατήρηση της εμπιστοσύνης των πηγών πληροφόρησης (συμπεριλαμβανομένων των πληροφοριοδοτών δημοσίου συμφέροντος [whistleblowers]) και, σε ορισμένες περιπτώσεις, για τη διασφάλιση της προστασίας των πηγών αυτών³
- ▶ **Ανθρωπιά:** Αυτά που δημοσιεύουν οι δημοσιογράφοι μπορεί να είναι αναγκαστικά επώδυνα για κάποιους αλλά απαραίτητα να μεταδοθούν (π.χ. η ταπείνωση που βιώνει μια διεφθαρμένη πολιτικός όταν εκτίθεται από την καλή ερευνητική δημοσιογραφία), ωστόσο πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ο αντίκτυπος της δημοσιογραφίας στις ζωές των άλλων. Το δημόσιο συμφέρον είναι η κατευθυντήρια γραμμή σε αυτή την περίπτωση.⁴ Ανθρωπιά σημαίνει επίσης ευαισθησία για τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν μειονεκτούσες

2 Σημείωση: Πέντε από αυτές τις επτά αρχές αντλούνται από τις «Πέντε Βασικές Αρχές της Δημοσιογραφίας» του Ethical Journalism Network, <https://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are>. Ωστόσο, ο όρος «δίκαιη κάλυψη» προκρίνεται εδώ έναντι του όρου «αμεροληψία», καθώς ο τελευταίος συγχέεται αρκετές φορές με τον όρο «αντικειμενικότητα», και συχνά παρερμηνεύεται θεωρώντας ότι απαιτείται όλες οι πηγές και τα γεγονότα να έχουν την ίδια βαρύτητα. Είναι, λοιπόν, ένας προβληματικός όρος, για τους ίδιους λόγους που η «αντικειμενικότητα» είναι πλέον μια αμφισβητούμενη έννοια στη δημοσιογραφία.

3 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* (UNESCO), <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248054> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

4 Για ένα νέο μοντέλο δεοντολογίας που συμπεριλαμβάνει την ενσυναίσθηση στην Ψηφιακή Εποχή βλ.: Shelton, A.G., Pearson, M. & Sugath, S. (2017). *Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era: A Buddhist Approach*. Routledge, London. <https://www.routledge.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarathp/book/9781138306066> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

ομάδες, ακόμα και στις περιπτώσεις που δεν υιοθετείται ένα είδος δημοσιογραφίας με διαρκή προσανατολισμό στην κοινωνική δικαιοσύνη.

- Η λογοδοσία είναι ένα ξεκάθαρο σημάδι επαγγελματισμού και άσκησης της δημοσιογραφίας με ήθος⁵ - διόρθωση λαθών άμεσα, με εμφανή τρόπο και με ειλικρίνεια, καθώς επίσης να εισακούονται οι ανησυχίες του κοινού και να δίνεται απάντηση σε αυτές.⁶ Τέτοιες πρακτικές εμφανίζονται στις κατευθυντήριες οδηγίες ειδησεογραφικών οργανισμών και οργάνων αυτορρύθμισης που καθιστούν τη δημοσιογραφία υπεύθυνη βάσει εθελοντικών επαγγελματικών κωδίκων δεοντολογίας.
- Η διαφάνεια στην πράξη υποστηρίζει τη λογοδοσία και βοηθά στην ανάπτυξη και διατήρηση της εμπιστοσύνης στη δημοσιογραφία.⁷

Σε αυτό το πλαίσιο, και παράλληλα με την ανεξαρτησία της δημοσιογραφίας, τα θέματα της ελευθερίας και του πλουραλισμού των μέσων ενημέρωσης είναι επίσης σημαντικά. Ο πλουραλισμός σε επίπεδο θεσμών, προσωπικού, πηγών και ερευνητικών υλικών είναι ζωτικής σημασίας για να μπορεί η δημοσιογραφία να συμβάλλει εν γένει στη δημοκρατία και στη διατήρηση των ανοιχτών κοινωνιών. Τα συμμετοχικά μέσα, όπως τα κοινοτικά ραδιόφωνα και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, είναι επίσης σημαντικά προκειμένου να διασφαλίζεται ότι οι φωνές υπο-εκπροσωπούμενων ή μειονεκτουσών ομάδων δεν βρίσκονται στο περιθώριο της ειδησεογραφίας. Πλουραλισμός σημαίνει, επίσης, ότι αναγνωρίζεται η εγκυρότητα διαφόρων μορφών αφήγησης που εμπίπτουν στην άσκηση της υπεύθυνης δημοσιογραφίας, ενώ ταυτόχρονα εντοπίζεται η σκόπιμη παραπληροφόρηση, η προπαγάνδα και άλλοι τύποι περιεχομένου που δεν συνάδουν με τα επαγγελματικά πρότυπα (βλ. Ενότητες 1, 2 και 3).

Ερωτήματα προς διερεύνηση

Οποιαδήποτε συζήτηση περί άσκησης της δημοσιογραφίας με ήθος σε έναν κόσμο όπου η σκόπιμη παραπληροφόρηση, η παραπληροφόρηση και η προπαγάνδα διαδίδονται ευρέως, θα ήταν χρήσιμο να ξεκινήσει εξετάζοντας τα παρακάτω ερωτήματα:

5 Βλ. <https://ethicaljournalismnetwork.org/accountable-journalism-codes-of-ethics> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

6 Locker, K. & Kang, A. (2018). Focused listening can help address journalism's trust problem. American Press Institute. <https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

7 Aronson-Rath, R. (2017). Transparency is the antidote to fake news on NiemanLab, Δεκέμβριος 2017. <https://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- ▶ Τι ακριβώς είναι η δημοσιογραφία στην ψηφιακή εποχή; (Μια ερώτηση που εξελίσσει τη συζήτηση από το «ποιος είναι δημοσιογράφος;» σε μια βαθύτερη κατανόηση «λεπτών αποχρώσεων» της σύγχρονης δημοσιογραφίας)
- ▶ Τι διαχωρίζει τη δημοσιογραφία από την ευρύτερη δημιουργία και δημοσίευση περιεχομένου (συμπεριλαμβανομένων της διαφήμισης, του μάρκετινγκ, των δημοσίων σχέσεων, της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη) τόσο εντός όσο και εκτός του διαδικτύου;
- ▶ Τίνος τα συμφέροντα πρέπει να υπηρετούν οι εργαζόμενες στη δημοσιογραφία;
- ▶ Πρέπει οι εργαζόμενες στη δημοσιογραφία να λογοδοτούν για το περιεχόμενο που παράγουν/δημοσιεύουν; Αν ναι, γιατί και σε ποιον; Εάν όχι, γιατί όχι;
- ▶ Ποιες ηθικές υποχρεώσεις έχουν οι εργαζόμενες στη δημοσιογραφία απέναντι στις πηγές, τα θέματα και το κοινό τους;
- ▶ Ποια είναι τα νέα ηθικά διλήμματα για τις εργαζόμενες στη δημοσιογραφία στην εποχή της «πληροφοριακής αταξίας»;

Κριτήρια αξιολόγησης

Πρωταρχικός σκοπός τους παρούσας έκδοσης είναι να αναπτυχθεί η κριτική σκέψη και να γίνουν πιο ισχυροί οι μηχανισμοί άμυνας των φοιτητριών δημοσιογραφίας, των επαγγελματιών δημοσιογράφων και όσων δραστηριοποιούνται περιστασιακά στη δημοσιογραφία. Η ακρίβεια και τα πρότυπα επαλήθευσης μαζί με την προσήλωση σε βασικές δεοντολογικές αξίες, το βάθος στην έρευνα και την κριτική ανάλυση πρέπει να περιλαμβάνονται στα βασικά κριτήρια αξιολόγησης.

Προτεινόμενα κριτήρια αξιολόγησης για θεωρητικές εργασίες:

- ▶ Ακρίβεια και επαλήθευση (π.χ. οι πηγές που αναφέρονται παρουσιάζονται με ακρίβεια; χρησιμοποιήθηκαν κατάλληλες μέθοδοι επαλήθευσης;)
- ▶ Στιβαρότητα της έρευνας (π.χ. σε ποιο βαθμό οι συμμετέχουσες επιδίωξαν να εντοπίσουν συναφή δεδομένα/πηγές για να υποστηρίξουν τα επιχειρήματα/ευρήματά τους;)

- ▶ Ποιότητα των επιχειρημάτων και της ανάλυσης (πόσο πρωτότυπα και σύνθετα είναι τα επιχειρήματα και η ανάλυση που επιχειρήθηκε;)
- ▶ Γραπτός λόγος (ορθογραφία, γραμματική, στίξη, δομή)
- ▶ Πόσο αποτελεσματικά καταδεικνύει τα μαθησιακά αποτελέσματα της ενότητας η έκθεση/αναφορά;

Προτεινόμενα κριτήρια αξιολόγησης για πρακτικές/δημοσιογραφικές εργασίες:

- ▶ Ακρίβεια και επαλήθευση (π.χ. οι πηγές που αναφέρονται παρουσιάζονται με ακρίβεια και ονομάζονται καταλλήλως; χρησιμοποιήθηκαν κατάλληλες μέθοδοι επαλήθευσης;)
- ▶ Στιβαρότητα της έρευνας (π.χ. σε ποιο βαθμό οι συμμετέχουσες επιδίωξαν να εντοπίσουν στιβαρά και συναφή δεδομένα/πηγές για να υποστηρίξουν τα επιχειρήματα/ευρήματά τους;)
- ▶ Κριτική ανάλυση (π.χ. πόσο προσεκτικά διερωτάται η συμμετέχουσα για βασικά ζητήματα που αφορούν το κοινό;)
- ▶ Πρωτοτυπία
- ▶ Αφηγηματική δύναμη (π.χ. ποιος είναι ο αντίκτυπος της είδησης/ παραγωγής στις αναγνώστριες/τηλεθεάτριες/ακροάτριες;)
- ▶ Αξία παραγωγής (π.χ. αποτελεσματικότητα της επεξεργασίας ήχου/εικόνας και των πολυμεσικών εφαρμογών)
- ▶ Γραπτός λόγος (ορθογραφία, γραμματική, στίξη, δομή)
- ▶ Προσήλωση σε βασικές ηθικές αξίες όπως αυτές εκφράζονται στους επαγγελματικούς κώδικες δεοντολογίας

Τρόπος παράδοσης

Η παράδοση των ενοτήτων έχει σχεδιαστεί να γίνει είτε δια ζώσης ή εξ αποστάσεως. Κατά τη διδασκαλία πολλών μαθημάτων οι συμμετέχουσες θα επωφεληθούν από τη δημιουργία ενός συνεργατικού μαθησιακού περιβάλλοντος, είτε στο διαδίκτυο (για παράδειγμα μέσω μιας πλατφόρμας μάθησης όπως το Moodle ή χρησιμοποιώντας τις ομάδες του Facebook) είτε δια ζώσης.

Τα περισσότερα μαθήματα έχουν δύο διακριτά μέρη, τη θεωρητική μάθηση (π.χ. μέσω σεμιναρίων, βιβλιογραφίας και διαλέξεων), η οποία συμπληρώνεται με πρακτικές ασκήσεις (π.χ. ομάδες εργασίας στις οποίες ανατίθενται ασκήσεις επαλήθευσης). Συνήθως αυτό το σχήμα περιλαμβάνει θεωρητικό μέρος διάρκειας 60-90 λεπτών και εργαστηριακή άσκηση ή σεμινάριο 90-120 λεπτών. Τα δύο αυτά μέρη μπορούν να επεκταθούν, να συντμηθούν ή/και να κατανεμηθούν σε διαφορετικές μέρες ανάλογα με το πλαίσιο διδασκαλίας/εκμάθησης στο εκάστοτε ίδρυμα. Για κάθε ενότητα προτείνεται μία εργασία.

Όπου αυτό είναι δυνατό, οι καθηγήτριες και διδάσκουσες ενθαρρύνονται να εμπλέκουν επαγγελματίες του κλάδου και ειδικούς σε διαδραστικές διαλέξεις και φόρουμ συζητήσεων, και να διασφαλίζουν ότι στο πρόγραμμα σπουδών ενσωματώνονται επίκαιρες μελέτες περίπτωσης, θέματα και συζητήσεις.

Επιπλέον, οι εκπονητές/τριες του προγράμματος σπουδών ενθαρρύνουν τις εκπαιδευτριες να συμπεριλάβουν στα μαθήματα πόρους και παραδείγματα συναφή με τη χώρα, τη γλώσσα και την κουλτούρα των συμμετεχουσών.

Πόροι και πηγές

Απαιτείται σύνδεση στο διαδίκτυο για εκπαιδευτριες και συμμετέχουσες οι οποίες θα επωφεληθούν από την πρόσβαση σε ακαδημαϊκές βάσεις δεδομένων ή/και στο Google Scholar.

Ένας βασικός ιστοχώρος με πρόσθετους μαθησιακούς πόρους που συνδέονται με την πρακτική εφαρμογή του συνόλου των μαθησιακών αποτελεσμάτων είναι το First Draft News.⁸

Παρακαλώ σημειώστε: Το περιεχόμενο και οι πόροι που παρέχονται σε αυτό το εγχειρίδιο θα πρέπει να αποδίδονται καταλλήλως στις/ους συντάκτριες/ες του προγράμματος σπουδών και τις/ους συνεργαζόμενες/ους συγγραφείς.

Παιδαγωγική προσέγγιση

Το εξειδικευμένο αυτό πρόγραμμα αποτελεί τη συνέχεια προηγούμενων πρότυπων προγραμμάτων σπουδών της UNESCO⁹ για την εκπαίδευση στη δημοσιογραφία που ξεκίνησαν το 2007. Η παιδαγωγική προσέγγιση του προγράμματος ακολουθεί

⁸ <https://firstdraftnews.org/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

⁹ UNESCO's Model Curricula for Journalism Education (2007). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000151209> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]. Βλ. επίσης UNESCO's Model Curricula For Journalism Education: a compendium of new syllabi (2013) [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000221199> και Teaching Journalism for Sustainable Development: new syllabi (2015). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000233878> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

το παράδειγμα των δημοσιεύσεων της UNESCO: *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*¹⁰ και *Model Course on Safety of Journalists*¹¹, μέσω των οποίων ενθαρρύνει τις εκπαιδευτριες να εφαρμόσουν τα ακόλουθα:

- ▶ Προσέγγιση διερεύνησης ζητήματος
- ▶ Μάθηση βάσει επίλυσης προβλημάτων
- ▶ Επιστημονική διερεύνηση
- ▶ Περίπτωση Μελέτης
- ▶ Συνεργατική Μάθηση
- ▶ Ανάλυση Κειμένου
- ▶ Συγκειμενική Ανάλυση
- ▶ Μεταφράσεις – Απόδοση
- ▶ Προσομοίωση
- ▶ Παραγωγή

Επιπρόσθετα, οι εκπαιδευτριες που θα διδάξουν το παρόν πρόγραμμα σπουδών ενθαρρύνονται να πειραματιστούν με την ιδέα της «εφαρμοσμένης μάθησης»¹² στη δημοσιογραφία - μια προσέγγιση που αναπτύσσει τα μαθησιακά αποτελέσματα μέσω της εφαρμογής και ελέγχου των δεξιοτήτων κατά τη διάρκεια της παραγωγής δημοσιογραφικού περιεχομένου. Οι εκπαιδευόμενες είναι επίσης σημαντικό να γνωρίζουν ότι μπορούν να παράξουν άμεσο, πνευματώδες και ευρείας διάχυσης περιεχόμενο (viral) που αντισταθμίζει τη σκόπιμη παραπληροφόρηση και ότι έχουν τη δυνατότητα να εφαρμόσουν αυτή τη μέθοδο στην πράξη.¹³

10 Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. & Cheung, C. (2011). *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*. [ebook] Paris: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]. Η ελληνική έκδοση *Οδηγός Σπουδών των Εκπαιδευτικών: Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία*, είναι διαθέσιμη εδώ: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971_gre [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

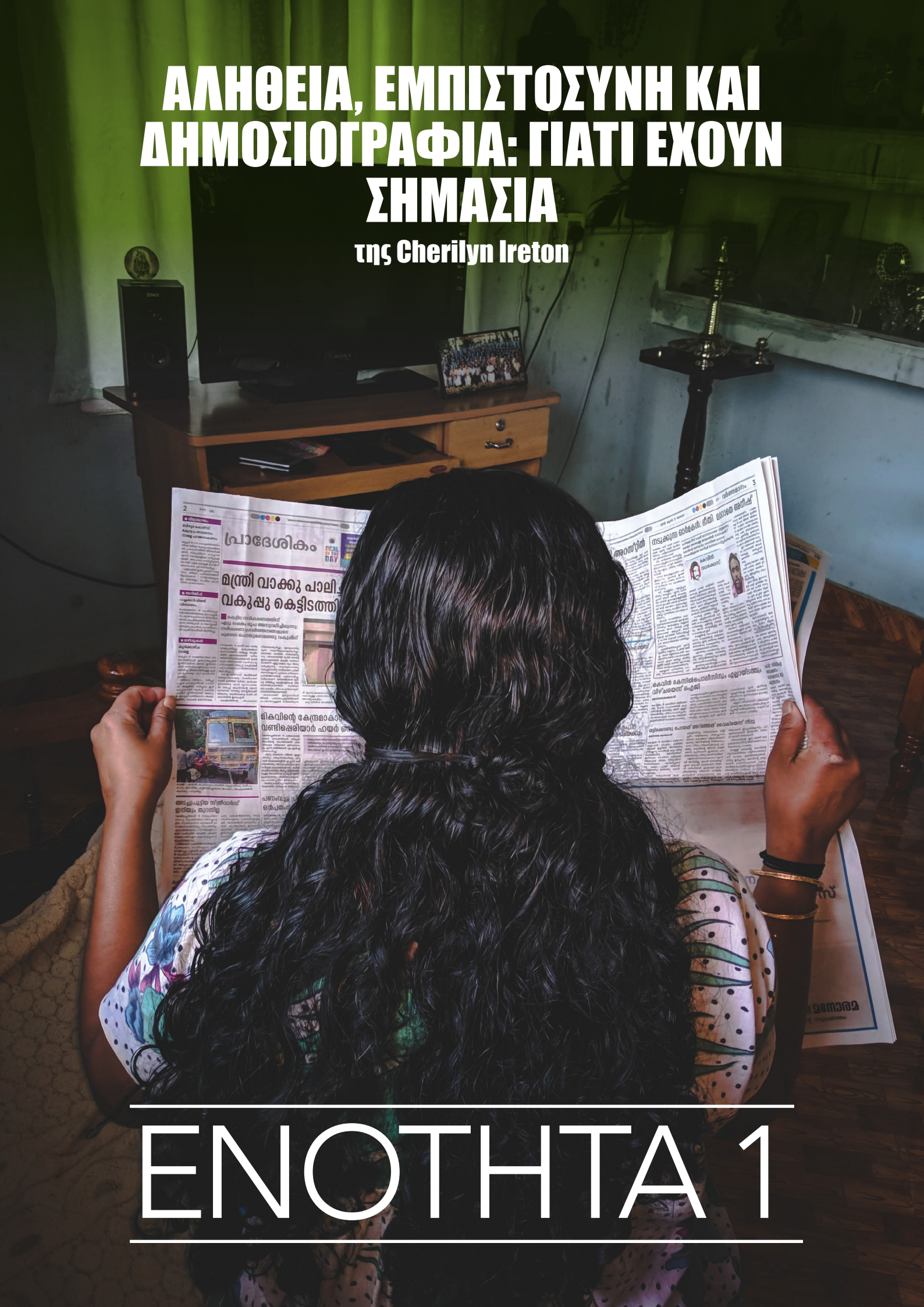
11 UNESCO (2017). *Model Course on Safety of Journalists: A guide for journalism teachers in the Arab States*: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248297> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

12 Posetti, J. & McHugh, S. (2017). Transforming legacy print journalism into a successful podcast format: An ethnographic study of The Age's Phoebe's Fall. Ανακοίνωση σε επιστημονικό συνέδριο με κριτές: International Association of Media and Communications Researchers conference in Cartagena, Colombia, 18/07/2017.

13 Ένα ενδιαφέρον παράδειγμα είναι αυτό το κλιπ από την οργάνωση «hashtag our stories»: <http://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

ΑΛΗΘΕΙΑ, ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ: ΓΙΑΤΙ ΕΧΟΥΝ ΣΗΜΑΣΙΑ

της Cheryl yn Ireton



ΕΝΟΤΗΤΑ 1



Σύνοψη

Σε πολλά μέρη του κόσμου, η εμπιστοσύνη στα μέσα επικοινωνίας και στη δημοσιογραφία ήταν εύθραυστη και σε πτώση αρκετό καιρό πριν την έλευση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.¹ Αυτή η τάση είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη μειούμενη εμπιστοσύνη στους θεσμούς, ένα στοιχείο κοινό σε πολλές κοινωνίες. Ωστόσο, ο μεγάλος όγκος και η εξάπλωση της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, που παρουσιάζεται ως είδηση και διανέμεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, έχει προκαλέσει μία μόλυνση που απειλεί να βλάψει περαιτέρω τη δημοσιογραφία. Αυτή η εξέλιξη έχει επιπτώσεις για τις δημοσιογράφους, τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς, τους πολίτες και τις ανοιχτές κοινωνίες.²

Σε ένα περιβάλλον όπου η πληροφορία μεταφέρεται με υψηλή ταχύτητα, παρέχεται δωρεάν στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το διαδίκτυο, ο καθένας μπορεί να δράσει ως παραγωγός ειδήσεων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι πολίτες να δυσκολεύονται να διακρίνουν τι είναι αλήθεια και τι ψέμα. Ο κυνισμός και η δυσπιστία κυριαρχούν. Ευδοκιμούν ακραίες απόψεις, θεωρίες συνωμοσίας και λαϊκισμός, ενώ οι άλλοτε αποδεκτές αλήθειες και θεσμοί τίθενται υπό αμφισβήτηση. Σε αυτό το περιβάλλον, οι αίθουσες σύνταξης αγωνίζονται να διατηρήσουν και να επιτελέσουν τον ιστορικό τους ρόλο ως πυλωροί της ενημέρωσης,³ το προϊόν των οποίων μπορεί να συμβάλλει στην ανάδειξη της αλήθειας. Την ίδια στιγμή, η άνοδος αγορών για «επικοινωνιακές στρατηγικές» και «επιχειρήσεις πληροφόρησης», μεταξύ των οποίων και η διάδοση σκόπιμης παραπληροφόρησης και κακόβουλης πληροφόρησης, αποτελούν μια βασική μεταβλητή του πληροφοριακού οικοσυστήματος.⁴

Καθώς το εύρος και οι συνέπειες της «πληροφοριακής αταξίας» για την κοινωνία έχουν αρχίσει να υλοποιούνται, ακόμη και οι αρχιτεκτόνισσες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ανησυχούν. Στο Facebook, ο διευθυντής για την ανάπτυξη προϊόντων για την πολιτειακή συμμετοχή, Samidh Chakrabarti, υποστηρίζει: «Εάν υπάρχει μια θεμελιώδης αλήθεια για τον αντίκτυπο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη δημοκρατία, αυτή είναι ότι ενισχύουν τις προθέσεις των ανθρώπων - καλές και κακές. Στο καλό σενάριο, μας επιτρέπουν

- 1 Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer - Global Results. [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.edelman.com/trust/2017-trust-barometer> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 2 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis [online]. The Guardian. Διαθέσιμο στο: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 3 Singer, J. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society* [online], 16(1), σελ. 55-73. Διαθέσιμο στο: <https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 4 Βλ. για παράδειγμα τις περιπτώσεις που περιγράφονται στο Gu, L., Kropotov, V. & Yarochkin, F. (χ.χ.). The Fake News Machine: How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public. https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]. Άλλη έρευνα έχει εκπονηθεί από το Data & Society Research Institute (New York) (2017), Media Manipulation and Disinformation Online, <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].



να εκφραστούμε και να αναλάβουμε δράση. Στο κακό σενάριο, επιτρέπουν στους ανθρώπους να διαχέουν παραπληροφόρηση και να διαβρώνουν τη δημοκρατία.⁵

Καθίσταται πλέον ξεκάθαρο ότι για να επιλυθεί το πρόβλημα χρειάζονται παρεμβάσεις, τόσο μεγάλης όσο και μικρής κλίμακας. Μία παγίδα είναι να αποπειραθούμε να λύσουμε το πρόβλημα μέσω νομοθετικών ρυθμίσεων, και πολλές χώρες επιλέγουν αυτό τον δρόμο.⁶ Ωστόσο, οι υπέρμαχοι της ελευθερίας της έκφρασης προειδοποιούν ότι αυτό μπορεί να βλάψει την ανεκτικότητα και τη συμμετοχή που έχουν ενθαρρύνει οι νέες τεχνολογίες.⁷ Ειδικά σε περιπτώσεις όπου έρθουν στην εξουσία ηγέτες με αυταρχικές διαθέσεις, θα έχουν ένα ισχυρό και έτοιμο νομικό όπλο στα χέρια τους για να καθορίζουν τι είναι «ψεύτικο» και τι δεν είναι, όσον αφορά την κριτική κάλυψη των πράξεών τους.

Μία άλλη επιλογή προτείνεται από την κοινωνία πολιτών και πρωτοβουλίες εταιριών, η οποία εστιάζει στο να αποκτήσει το κοινό ορθότερη αντίληψη των πραγμάτων και να του προσφερθούν εργαλεία για να μπορεί να ερμηνεύει και να αξιολογεί τις πληροφορίες που λαμβάνει. Παραδείγματα υπάρχουν πολλά, από τη Νότιο Αφρική⁸ ως το Μεξικό.⁹ Οι οργανισμοί διασταύρωσης πληροφοριών πολλαπλασιάζονται (όπως περιγράφεται και σε αυτό το εγχειρίδιο).

Σε αυτό το πλαίσιο, οι δημοσιογράφοι και οι σπουδάστριες δημοσιογραφίας χρειάζεται να ενημερωθούν για αυτές τις πρωτοβουλίες και τον συμπληρωματικό ρόλο που μπορούν να διαδραματίσουν. Γι' αυτό ακριβώς δημιουργήθηκε και αυτό το εγχειρίδιο.

Για τις δημοσιογράφους, που ανέκαθεν θεωρούσαν τους εαυτούς τους ως βασικούς φορείς στήριξης της δημοκρατίας και των ανοιχτών κοινωνιών, η παραπληροφόρηση, σκόπιμη ή μη, θέτει υπό αμφισβήτηση πολλά περισσότερα από τη φήμη τους.

Η «πληροφοριακή αταξία» αμφισβητεί τον σκοπό τους και την αποτελεσματικότητά τους. Το παρόν εγχειρίδιο τονίζει τη θεμελιώδη σπουδαιότητα της ανεξάρτητης δημοσιογραφίας και των υψηλών επαγγελματικών προτύπων. Αυτό δεν σημαίνει

5 Chakrabarti, S. (2018). Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy? Facebook Newsroom [online] Newsroom. fb.com. Διαθέσιμο στο: <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

6 Funke, D. (2018). A guide to anti-misinformation actions around the world, Poynter, <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

7 Nossel, S. (2017). Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth. [ebook] PEN America. Διαθέσιμο στο: <https://pen.org/wp-content/uploads/2017/11/2017-Faking-News-11.2.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

8 #KnowNews είναι ένας φυλλομετρητής (web browser), ο οποίος αναπτύχθηκε από τη ΜΚΟ Media Monitoring Africa στη Νότιο Αφρική και βοηθά το κοινό να αναγνωρίζει αν ο ιστοχώρος που περιηγούνται περιέχει αξιόπιστες ειδήσεις: <https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

9 Βλ. τον ιστοχώρο <https://verificado.mx/>, ο οποίος εκπροσωπεί ένα συνασπισμό 60 μέσων επικοινωνίας, θεσμών της κοινωνίας πολιτών και ακαδημαϊκών ιδρυμάτων και εστιάζει στην επαλήθευση αμφιλεγόμενου περιεχομένου κατά τη διάρκεια των εκλογών στο Μεξικό το 2018 [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]; <https://utw10693.utweb.utexas.edu/en/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

ότι η δημοσιογραφία είναι απαλλαγμένη από την κυρίαρχη ιδεολογία ή μεροληψίες που σχετίζονται με το φύλο, την εθνικότητα, τη γλωσσική ομάδα, την τάξη κτλ, ή με το υπόβαθρο αυτών που την παράγουν. Ούτε βέβαια αγνοεί ζητήματα συστημικής επιρροής που άπτονται του θεσμικού πλαισίου της ιδιοκτησίας, των επιχειρηματικών μοντέλων, των ενδιαφερόντων του κοινού, του «δικτύου» ειδήσεων που προέρχονται από προβλέψιμες θεσμικές πηγές και γραφεία δημοσίων σχέσεων κτλ. Αντίθετα, αυτό που θέλει να τονίσει είναι η σπουδαιότητα της επαγγελματικής δεοντολογίας ως φωτεινό παράδειγμα για την κάλυψη των ειδήσεων και την αυτοκριτική των δημοσιογράφων αναφορικά με τον τρόπο σκέψης και το πλαίσιο αναφοράς τους. Σκοπό έχει να δείξει ότι η δημοσιογραφία δεν είναι «μία θέση από το πουθενά», αλλά μία πρακτική διαδικασία που απαιτεί διαφάνεια προκειμένου οι πολίτες να νιώθουν ότι συμμορφώνεται με αυστηρά πρότυπα επαλήθευσης των γεγονότων και του δημοσίου συμφέροντος, ανεξάρτητα από το εύρος των θεμάτων που καλύπτονται και τις οπτικές που εμπεριέχουν.¹⁰

Σε αυτό το μάθημα, οι εκπαιδευτριες πρέπει να ενθαρρύνουν τις συμμετέχουσες να σκεφτούν με κριτική ματιά πώς η δημοσιογραφία μπορεί να υπηρετήσει την κοινωνία και τη δημοκρατία· πώς η «πληροφοριακή αταξία» επηρεάζει ήδη - και υπάρχει κίνδυνος να επηρεάσει περαιτέρω - τη δημοκρατία και τις ανοιχτές κοινωνίες· πώς η δημοσιογραφία μπορεί να γίνει καλύτερη και μέσω αυτής της διαδικασίας να ξανακερδίσει την εμπιστοσύνη του κοινού στο ότι οι μέθοδοι και τα πρότυπα της πραγματικά ξεχωρίζουν ως προς τη μετάδοση επαληθεύσιμων πληροφοριών προς όφελος του δημοσίου συμφέροντος. Αυτό δεν σημαίνει τυφλή εμπιστοσύνη στους κήρυκες της δημοσιογραφίας, αλλά αναγνώριση του χαρακτήρα τους και των ιδιοτεροτήτων τους. Σημαίνει επίσης την επιδίωξη η δημοσιογραφία να ακολουθεί διαδικασίες και πρότυπα παραγωγής εξακριβωμένων πληροφοριών προς όφελος του δημοσίου συμφέροντος και να τις αξιολογεί ανάλογα. Αυτό συνεπάγεται να αναγνωριστεί η αξία του σκεπτικισμού, σε αντίθεση με τον κυνισμό, και η συνεπακόλουθη ικανότητα των πολιτών να διακρίνουν μεταξύ αυτών που παρουσιάζονται ως δημοσιογράφοι και αυτών που πραγματικά πασχίζουν να παράξουν δημοσιογραφία (και οι οποίες εμφανίζουν την απαραίτητη διαφάνεια και αυτορυθμιζόμενη λογοδοσία και ταυτόχρονα φέρουν τη φήμη της ποιότητας που συνεπάγονται τα δύο προηγούμενα). Για τις δημοσιογράφους και τις σπουδάστριες δημοσιογραφίας σημαίνει να κατανοήσουν το μεταβαλλόμενο πληροφοριακό περιβάλλον και τον τρόπο ανταπόκρισης στις προκλήσεις.



Περίγραμμα

Προκειμένου να γίνουν κατανοητές οι συνέπειες της «πληροφοριακής

10 Βλ. Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. PressThink. <https://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/> [Τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

αταξίας» για τις δημοσιογράφους και τις κοινωνίες που υπηρετούν, είναι σημαντικό οι συμμετέχουσες να αναλογιστούν τις μεγάλες αλλαγές που έχουν συμβεί στα καθιερωμένα μέσα σε δομικό, πολιτισμικό και κανονιστικό επίπεδο ως αποτέλεσμα των ραγδαίων εξελίξεων στην ψηφιακή τεχνολογία και τις προσωπικές συσκευές με δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο. Το σημαντικότερο είναι η σχέση ανάμεσα στην εξάπλωση των προβλημάτων εμπιστοσύνης στη δημοσιογραφία και την ενασχόληση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.¹¹

Το να αποδοθούν όλα τα δεινά της δημοσιογραφίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα ήταν λάθος. Η εμπιστοσύνη συνδέεται άμεσα με τη δημοσιογραφική ικανότητα - και υπάρχει επίσης συσχέτιση με τη μειούμενη εμπιστοσύνη στις κυβερνήσεις, τις επιχειρήσεις και τους θεσμούς σε πολλά μέρη του κόσμου.¹²

Οι διαρθρωτικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο συλλέγονται και διανέμονται οι ειδήσεις και η κατάρρευση του βασικού επιχειρηματικού μοντέλου των παραδοσιακών ειδησεογραφικών οργανισμών έχουν στερήσει από τη βιομηχανία των ειδήσεων τη δημοσιογραφική δυναμική των αιθουσών σύνταξης, επηρεάζοντας το βάθος, το εύρος και την ποιότητα της ειδησεογραφικής κάλυψης.¹³ Η μείωση της χρηματοδότησης στα δημόσια μέσα ενημέρωσης και ο συνεχής κυβερνητικός έλεγχος στον τομέα της δημοσιογραφίας έχουν επίσης αποδυναμώσει το ειδησεογραφικό περιεχόμενο.

Ενώ ο ψηφιακός μετασχηματισμός επέφερε νέους τρόπους αφήγησης και μεγαλύτερη εμπλοκή του κοινού στην παραγωγή ειδήσεων, έθεσε επίσης και μεγαλύτερες προκλήσεις για τους ήδη αποδυναμωμένους καθιερωμένους παραγωγούς ειδήσεων. Οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί που δημιουργήθηκαν αποκλειστικά στο διαδίκτυο δεν έχουν αναπτύξει ακόμη το δημοσιογραφικό εκτόπισμα για να αναχαιτίσουν την υποβάθμιση της δημοσιογραφίας γενικότερα.¹⁴

Στο εκδημοκρατισμένο και πιο πλουραλιστικό πληροφοριακό οικοσύστημα, η αποτροπή των ζημιογόνων επιπτώσεων της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, αποδεικνύεται μεγάλη πρόκληση, όχι μόνο για εκείνους που επενδύουν στη δημοσιογραφία, αλλά για ολόκληρη την κοινωνία.

Οι δημοσιογραφικές πρακτικές και μέθοδοι πριν την ψηφιακή εποχή περιελάμβαναν επαγγελματικά πρότυπα και επίπεδα κεντρικών ελέγχων και διασταύρωσης για να διασφαλίσουν την ακρίβεια, την ποιότητα και την αμεροληψία των ειδήσεων.

11 Βλ. Ενότητα 3.

12 Edelman (2017). ό.π.

13 Βλ. Ενότητα 3.

14 Greenspon, E. (2017). The Shattered Mirror: News, Democracy and Trust in the Digital Age [ebook]. Ottawa: Public Policy Forum, Canada. Διαθέσιμο στο: <https://shatteredmirror.ca/download-report/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Οι ρεπόρτερς υποστηρίζονταν από μία ομάδα στην αίθουσα σύνταξης, η οποία επαλήθευε το περιεχόμενο πριν δημοσιευθεί. Αυτό το μοντέλο του «πυλωρού» ενστάλλασε ένα αίσθημα επαγγελματισμού στις δημοσιογράφους.¹⁵

Μέσω της κάλυψης θεμάτων δημοσίου ενδιαφέροντος, κοινοτικών ζητημάτων, ερευνών, σχολιασμού και ανάλυσης, οι δημοσιογράφοι διέθεταν αποτελεσματικά εργαλεία για να υποχρεώνουν πολιτικούς και αξιωματούχους σε λογοδοσία. Βοηθούσαν τους πολίτες να κάνουν επιλογές για το πώς θα κυβερνώνται. Βεβαίως, κάποια μέσα ενημέρωσης δεν έχουν ανταποκριθεί στα ιδανικά και τα πρότυπα της δημοσιογραφίας. Αλλά σε γενικές γραμμές, έχουν επικεντρωθεί σε πραγματικές ειδήσεις, που είναι μεν επιλεγμένες και παρουσιασμένες με αφήγηση που απευθύνεται σε κοινό με συγκεκριμένα ενδιαφέροντα, αλλά δεν αποτελούν κατασκευασμένα γεγονότα που εξυπηρετούν πολιτικούς, εμπορικούς ή ψυχαγωγικούς σκοπούς.

Σε πολιτισμικό επίπεδο, η δυνατότητα άλλων δρώντων να γίνονται αυτόπτες μάρτυρες, να καταγράφουν, να σχολιάζουν και να δημοσιεύουν ειδήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης οδήγησε σε αλλαγή όχι μόνο του συγκεντρωτικού μοντέλου των μέσων επικοινωνίας αλλά και του πεδίου των δημόσιων συζητήσεων.¹⁶

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν σήμερα τη βασική υποδομή για τον δημόσιο και πολιτικό διάλογο. Θα μπορούσε κανείς να υποστηρίξει ότι λόγω αυτής της εξέλιξης έχει προκληθεί «δημοκρατικό έλλειμμα» στις δημοκρατίες και τις ανοιχτές κοινωνίες.¹⁷

Επιμένοντας ότι δεν είναι ειδησεογραφικοί οργανισμοί, οι τεχνολογικές εταιρίες και οι πλατφόρμες των κοινωνικών μέσων έχουν παρακάμψει τις κανονιστικές υποχρεώσεις με βάση τις οποίες λογοδοτούν οι δημοσιογράφοι και οι εκδότες.¹⁸ Ενώ αυτοί οι φορείς δεν απασχολούν δημοσιογράφους για να παράγουν ειδήσεις, τελικά η επίδραση που ασκούν στην επιλογή και επεξεργασία των ειδήσεων τους απομακρύνει από τον απλό ρόλο του διανομέα ή του διαμεσολαβητή.

Μεγάλο μέρος της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, ή των «σκουπιδιών» (junk), όπως τις ονομάζει το Oxford Institute for Computational Science, διακινούνται από τις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και τους αλγόριθμους των μηχανών αναζήτησης.

15 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2010). *Blur: How to Know What's True in The Age of Information Overload*. 1st ed. New York: Bloomsbury, σελ. 171-184.

16 Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth* [ebook]. PEN America. Διαθέσιμο στο: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

17 Howard, P. (2017). ό.π.

18 Howard, P. (2017). ό.π. βλ. επίσης Ενότητα 3.

Αξιοποιώντας το οικογενειακό και φιλικό δίκτυο των χρηστών, παρέχουν υπόσταση και νομιμοποίηση στην παραπληροφόρηση, σκόπιμη και μη.¹⁹

Κατά συνέπεια, η σκόπιμη διάδοση παραπλανητικού περιεχομένου σε αυτές τις πλατφόρμες επηρεάζει τον τρόπο με τον οποίο οι πολίτες κατανοούν την πραγματικότητα,²⁰ υπονομεύει την εμπιστοσύνη, τον τεκμηριωμένο διάλογο, την κοινή αίσθηση της πραγματικότητας, την αμοιβαία συναίνεση, τη συμμετοχή.²¹ Άλλοι τρόποι, με τους οποίους τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατηγορούνται ότι υπονομεύουν τη δημοκρατία, είναι:

- ▶ Η δημιουργία θαλάμων αντήχησης (echo chambers), πόλωσης και κομματικής ταύτισης σε υπερθετικό βαθμό
- ▶ Η μετατροπή της δημοτικότητας σε νομιμότητα
- ▶ Η δυνατότητα χειραγώγησης από λαϊκιστές/λαϊκίστριες ηγέτες/ηγέτιδες, κυβερνήσεις και ακραίους κύκλους
- ▶ Η διευκόλυνση συλλογής προσωπικών δεδομένων και εξειδικευμένης στόχευσης με μηνύματα/διαφημίσεις χωρίς αυτό να γίνεται αντιληπτό²²
- ▶ Η διατάραξη του πεδίου δημόσιων συζητήσεων²³

Ωστόσο, δεν χρειάζεται να συμβαίνει αυτό. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να είναι μια σημαντική πλατφόρμα για εμπλοκή του κοινού στη δημοσιογραφία και την προώθηση της δημόσιας συζήτησης, των πολιτειακών αξιών και της δημοκρατικής συμμετοχής σε ένα περιβάλλον το οποίο ενδυναμώνει τα ανθρώπινα δικαιώματα, τον πολιτισμικό πλουραλισμό, την επιστήμη, τη γνώση και την ορθολογική λήψη αποφάσεων. Για τον σκοπό αυτό, η δημοσιογραφία - σε οποιαδήποτε πλατφόρμα θα πρέπει, για παράδειγμα, να δημοσιοποιεί στο ευρύ κοινό σύνθετα θέματα χωρίς να χάνεται η επιστημονική ακρίβεια, αλλά και χωρίς να απλοποιείται το πλαίσιο, κάτι το οποίο θα μπορούσε να παραπλανήσει το κοινό. Ιδιαίτερα στον τομέα της προηγμένης

19 Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. London, Viking/Penguin Press.

20 European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation [online]. Διαθέσιμο στο: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_17_4481 [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

21 Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat to Democracy?* [ebook]. Omidyar Group. Διαθέσιμο στο: <https://fronteirasxxi.pt/wp-content/uploads/2017/11/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

22 Cadwalladr, C. & Graham-Harrison, E. (2018). How Cambridge Analytica turned Facebook "likes" into a lucrative political tool. *The Guardian* [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/17/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

23 Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). ό.π.

ιατρικής θεραπείας (π.χ. κλωνοποίηση) αλλά και στην περίπτωση νέων επιστημονικών εξελίξεων (π.χ. τεχνητή νοημοσύνη), η πρόκληση για τις δημοσιογράφους είναι να επαληθεύουν την πιστότητα, να αποφεύγουν τον εντυπωσιασμό, να είναι προσεκτικές όταν αναφέρονται στον μελλοντικό αντίκτυπο και να μπορούν να επεξεργάζονται και να ισορροπούν διαφορετικές απόψεις ή ευρήματα αξιόπιστων εμπειρογνομώνων.

Επιπλέον, υπάρχουν και πολλοί τρόποι με τους οποίους η δημοσιογραφία μπορεί να ανταποκριθεί άμεσα στην παραπληροφόρηση, σκόπιμη και μη. Αυτοί περιλαμβάνουν την αντίσταση στη χειραγώγηση, την έρευνα και την άμεση αποκάλυψη εκστρατειών σκόπιμης παραπληροφόρησης. Αλλά θα πρέπει να συνοδεύονται και από σημαντικές προσπάθειες για τη βελτίωση της δημοσιογραφίας γενικότερα (βλ. παρακάτω).

Οι απαντήσεις της κοινωνίας στην «πληροφοριακή αταξία» και τις προκλήσεις που θέτουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ποικίλες και λαμβάνουν χώρα σε πολλαπλά επίπεδα. Οι λύσεις εξελίσσονται – ορισμένες από αυτές ραγδαία. Αρκετές προέρχονται από τις Η.Π.Α όπου έχουν την έδρα τους οι εταιρίες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η Google. Ορισμένες πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης, οι οποίες βρίσκονται σε εξέλιξη και σχετίζονται με την τεχνολογία, περιλαμβάνουν:

- ▶ Τη δέσμευση να αφαιρείται από αποτελέσματα αναζήτησης και news feeds περιεχόμενο το οποίο η εταιρία (όχι χωρίς διένεξη) θεωρεί ότι είναι ειδήσεις που ενέχουν δόλο^{24 25 26}
- ▶ Τον αποκλεισμό των παρόχων σκόπιμης παραπληροφόρησης από διαφημιστικά εσόδα που προκύπτουν από τα κλικ²⁷
- ▶ Την παροχή τεχνολογικών λύσεων για την επαλήθευση ψηφιακού περιεχομένου και εικόνων²⁸

24 Ling, J. (2017). Eric Schmidt Says Google News Will “Engineer” Russian Propaganda Out of the Feed. Motherboard Vice.com. [online] Διαθέσιμο στο: https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_campaign=buffer&utm_content=buffer41cba&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]; <https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/>

25 Mosseri, A. (2018). Helping ensure news on Facebook is from trusted sources. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

26 Stamos, A. (2018). Authenticity matters: Why IRA has no place on Facebook. Facebook. <https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

27 Love, J. & Cooke, C. (2017). Google, Facebook move to restrict ads on fake news sites. Reuters [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising-idUSKBN1392MM> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

28 Βλ. Ενότητα 6. Ένα παράδειγμα είναι το <http://www.truly.media/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- ▶ Τη χρηματοδότηση πρωτοβουλιών που συνδυάζουν τη δημοσιογραφία, την τεχνολογία και την ακαδημαϊκή έρευνα²⁹
- ▶ Την ανάπτυξη και χρήση τεχνικών προδιαγραφών, ή προειδοποιητικών σημάτων αξιοπιστίας, για να μπορούν οι καταναλωτές (και οι αλγόριθμοι) να αναγνωρίζουν τις ειδήσεις που προέρχονται από αξιόπιστους παρόχους.³⁰

Την εποχή που γραφόταν το παρόν κείμενο,³¹ στις αρχές του 2018, μία από τις σημαντικότερες πρωτοβουλίες για την ανάπτυξη τεχνικών προδιαγραφών για τους ενημερωτικούς οργανισμούς ήταν το The Trust Project, μία κοινοπραξία η οποία εργάζεται στενά με τις μεγάλες μηχανές αναζήτησης, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και περισσότερους από 70 ειδησεογραφικούς οργανισμούς σε όλον τον κόσμο. Η αποστολή του είναι να διευκολύνει το κοινό να αναγνωρίζει ειδήσεις που είναι «ακριβείς, υπεύθυνες και έχουν παραχθεί με ηθικό τρόπο» μέσω μιας σφραγίδας αξιοπιστίας. Το έργο έχει δημιουργήσει οκτώ προκαταρκτικά τεχνικά πρότυπα-Δείκτες Εμπιστοσύνης,³² τα οποία κάθε πάροχος ειδήσεων πρέπει να εφαρμόζει και να τα καθιστά εύκολα αναγνωρίσιμα μέσω του σχεδιασμού του διαδικτυακού του περιβάλλοντος, προκειμένου να θεωρηθεί αξιόπιστος πάροχος. Οι Δείκτες Εμπιστοσύνης³³ του The Trust Project είναι:

- ▶ **Καλές πρακτικές:**
 - > Ποια είναι τα πρότυπά σας;
 - > Ποιος χρηματοδοτεί τον ειδησεογραφικό οργανισμό;
 - > Ποια είναι η αποστολή του ειδησεογραφικού οργανισμού;
 - > Δεοντολογικές δεσμεύσεις, ποικιλομορφία φωνών, ακρίβεια, διορθώσεις και άλλα επαγγελματικά πρότυπα.
- ▶ **Εμπειρογνωμοσύνη της συγγραφέως/δημοσιογράφου:** Ποια δημιούργησε το περιεχόμενο; Πληροφορίες για τη δημοσιογράφο, συμπεριλαμβανομένης της εξειδίκευσης της και άλλες ειδήσεις που έχει καλύψει.
- ▶ **Είδος περιεχομένου:** Τι ακριβώς είναι το περιεχόμενο; Ετικέτες για να διακρίνονται η γνώμη, η ανάλυση και το διαφημιστικό (ή το χορηγούμενο/«εγγενές») περιεχόμενο από τις ειδήσεις.

29 Βλ. Ενότητα 5.

30 The Trust Project (2017). *The Trust Project – News with Integrity* [online]. Διαθέσιμο στο: <https://thetrustproject.org/tag/trust-project/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

31 Σημείωση των επιμελητών της ελληνικής έκδοσης: Πρόκειται για την πρωτότυπη έκδοση του παρόντος εγχειρίδου στην αγγλική.

32 The Trust Project (2017). ό.π.

33 The Trust Project (2017). ό.π.

- ▶ **Παραπομπές και Αναφορές:** Για θέματα ερευνητικής δημοσιογραφίας ή δημοσιογραφικής ανάλυσης σε βάθος, πρόσβαση στις πηγές πίσω από τα γεγονότα και τους ισχυρισμούς.
- ▶ **Μέθοδοι:** Επίσης για θέματα που επιχειρούν σε βάθος ανάλυση, να δίνονται πληροφορίες αναφορικά με το γιατί οι δημοσιογράφοι επέλεξαν να καλύψουν μια είδηση και ποια διαδικασία ακολουθήθηκε (αυτό βοηθάει τη διαφάνεια).
- ▶ **Χρήση τοπικών πηγών:** Ενημέρωση για το αν η είδηση είναι τοπικής προέλευσης και ενδιαφέροντος. Έγινε επιτόπια δημοσιογραφική έρευνα, με βαθιά γνώση της τοπικής ιδιαιτερότητας ή κοινότητας;
- ▶ **Πλουραλισμός φωνών:** Η προσπάθεια και η δέσμευση της αίθουσας σύνταξης να συμπεριλάβει διαφορετικές οπτικές γωνίες. (Οι αναγνώστριες/ τηλεθεάτριες/ ακροάτριες αντιλαμβάνονται την απουσία συγκεκριμένων φωνών, εθνικοτήτων ή πολιτικών θέσεων).
- ▶ **Ανατροφοδότηση ως βάση για μελλοντικές ενέργειες:** Οι προσπάθειες της αίθουσας σύνταξης να εμπλέξει το κοινό στον καθορισμό των προτεραιοτήτων της κάλυψης των ειδήσεων, στη δημοσιογραφική διαδικασία, στην εξασφάλιση της ακρίβειας και σε άλλα πεδία. Οι αναγνώστριες/ τηλεθεάτριες/ ακροάτριες θέλουν να συμμετέχουν και να παρέχουν ανατροφοδότηση η οποία μπορεί να τροποποιήσει ή να διευρύνει την είδηση.

Η εμπιστοσύνη στη δημοσιογραφική εργασία συμβάλλει επίσης στην αύξηση του αριθμού, του εύρους και της ποιότητας των πηγών που είναι διαθέσιμες στις δημοσιογράφους, και αυτό έχει άμεσες επιπτώσεις για το κοινό.

Οι αντιδράσεις των κυβερνήσεων, της κοινωνίας πολιτών και των εκπαιδευτριών εστιάζουν σε μεγάλο βαθμό στην παιδεία στα μέσα και την πληροφορία, ένα θέμα το οποίο εξετάζεται λεπτομερέστερα σε επόμενη ενότητα.³⁴

Αυτά σημεία τα ενστερνίστηκε το 2017 και το World Editors Forum, του οποίου ο Πρόεδρος, Marcelo Rech, πρότεινε οι εκδότες σε διεθνές επίπεδο να υιοθετήσουν τις παρακάτω πέντε αρχές:³⁵

- ▶ Σε έναν κόσμο υπερ-πληροφόρησης, η αξιοπιστία, η ανεξαρτησία, η ακρίβεια, η επαγγελματική δεοντολογία, η διαφάνεια και ο πλουραλισμός είναι

34 Βλ. Ενότητα 4.

35 Ireton, C. (2016). World Editors Forum asks editors to embrace 5 principles to build trust. <https://blogarchive.wan-iffra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

οι **αξίες** που θα επιβεβαιώσουν μία **σχέση εμπιστοσύνης** με το κοινό.

- ▶ Η αναβαθμισμένη δημοσιογραφία **διακρίνεται** από άλλου είδους περιεχόμενο με όρους γρήγορης και επιμελούς **εξέτασης και επαλήθευσης** του υλικού που διακινείται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αναγνωρίζει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ως πηγή πληροφόρησης για περαιτέρω διασταύρωση των γεγονότων και ως πλατφόρμα για την αξιοποίηση επαγγελματικού περιεχομένου.
- ▶ **Αποστολή** της αναβαθμισμένης δημοσιογραφίας είναι να **υπηρετεί την κοινωνία** μέσω της παροχής υψηλής ποιότητας επαληθευμένων πληροφοριών και να καθιερώνει επώνυμες ειδησεογραφικές εταιρίες ως αξιόπιστες πιστοποιημένες πηγές περιεχομένου.
- ▶ **Προϋπόθεση** για την αναβαθμισμένη δημοσιογραφία είναι να **πηγαίνει πέρα από τα βασικά γεγονότα** καθώς επίσης να επιτρέπει και να ενθαρρύνει την ανάλυση, την τοποθέτηση των γεγονότων σε πλαίσιο, την έρευνα σε βάθος και την τεκμηριωμένη έκφραση γνώμης, μεταβαίνοντας από την παροχή ειδήσεων στην παροχή γνώσης που ενδυναμώνει.
- ▶ Η αναβαθμισμένη δημοσιογραφία θα πρέπει να λειτουργεί με αφετηρία την εμπιστοσύνη και τις κατευθυντήριες **αρχές της κοινωνικής συνάφειας, του έννομου συμφέροντος και της αξιοπιστίας.**

Οι δημοσιογράφοι και οι αίθουσες σύνταξης πρέπει να δώσουν μεγαλύτερη προσοχή στην επιδίωξη της ποιότητας εστιάζοντας:

- ▶ Σε υπεύθυνες, δεοντολογικές πρακτικές και τεκμηριωμένα ρεπορτάζ³⁶
- ▶ Στη διασταύρωση πληροφοριών και την επισήμανση της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη³⁷
- ▶ Στην επαλήθευση των δεδομένων, των πηγών, των ψηφιακών εικόνων³⁸
- ▶ Στη συνεργασία με τις κοινότητες που καλύπτουν οι δημοσιογράφοι, και στην εξασφάλιση ότι η θεματολογία των ειδήσεων εναρμονίζεται με τις ανάγκες της κοινωνίας.³⁹

36 Wales, J. (2017). What do we mean by evidence-based journalism? Wikitribune. <https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

37 Βλ. Ενότητα 5.

38 Bell, F. (2018). Στην εποχή της δημοσιογραφίας δεδομένων, η επαλήθευση γίνεται ολοένα και πιο σύνθετη. Για παράδειγμα, σε περιπτώσεις αχάνων βάσεων δεδομένων, είναι πιθανό ότι όχι μόνο εμπεριέχονται ανακριβείς πληροφορίες, αλλά ότι στα αρχεία έχει εσκεμμένα συμπεριληφθεί σκόπιμη παραπληροφόρηση. Βλ. επίσης Ενότητα 6 του εγχειριδίου.

39 Batsell, J. (2015). *Engaged journalism: connecting with digitally empowered news audiences*. New York: Columbia University Press.

Αναφορικά με το τελευταίο σημείο, τα στοιχεία από την περίοδο που το Ηνωμένο Βασίλειο ψήφισε για έξοδο από την Ευρωπαϊκή Ένωση, το λεγόμενο Brexit, καθώς επίσης από τις αμερικανικές εκλογές του 2016, υπογραμμίζουν ότι τα περισσότερα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης έχασαν την επαφή με το κοινό τους. Η δύναμη της επικοινωνίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η άμεση εμπλοκή. Οι εκπαιδευτές πρέπει να διερευνήσουν πώς μπορούν τα μέσα επικοινωνίας να υπηρετήσουν καλύτερα το κοινό τους και να οικοδομήσουν την εμπιστοσύνη, ενισχύοντας τη σχέση τους με το κοινό και στηρίζοντας ταυτόχρονα την ευρύτερη κοινότητα.

Το κεφάλαιο του Schudson *Six or Seven Things News Can Do for Democracy*,⁴⁰ αποτελεί ένα καλό πλαίσιο για συζήτηση:

1. Πληροφόρηση: παροχή αμερόληπτων και επαρκών πληροφοριών ώστε οι πολίτες να είναι σε θέση να πάρουν ορθές πολιτικές αποφάσεις
2. Έρευνα: διερεύνηση των πηγών εξουσίας, ιδιαίτερα της κυβερνητικής εξουσίας
3. Ανάλυση: παροχή συνεκτικών πλαισίων ερμηνείας για να βοηθηθούν οι πολίτες να κατανοούν έναν σύνθετο κόσμο
4. Κοινωνική ενσυναίσθηση: ενημέρωση του κοινού για άλλους ανθρώπους που ζουν στην κοινωνία και τον κόσμο γενικότερα, ώστε να μπορέσει το κοινό να εκτιμήσει τις οπτικές και τις ζωές των άλλων, ιδιαίτερα των ανθρώπων εκείνων που είναι λιγότερο προνομιούχοι από τους ίδιους.
5. Δημόσιος χώρος συζήτησης: παροχή ενός δημόσιου χώρου για διάλογο μεταξύ των πολιτών, μέσω πλουραλιστικών και διεπιστημονικών προσεγγίσεων των ζητημάτων, και τη λειτουργία της δημοσιογραφίας ως φορέα προοπτικών θέασης από διαφορετικές ομάδες στην κοινωνία
6. Κινητοποίηση: λειτουργία της δημοσιογραφίας (όπου αυτό είναι επιθυμητό) ως συνηγόρου πολιτικών προγραμμάτων και θέσεων καθώς και κινητοποίησης των ατόμων να υποστηρίξουν αυτά τα προγράμματα, χωρίς ωστόσο να γίνονται εκπτώσεις στις αρχές της επαλήθευσης και του δημοσίου συμφέροντος.

40 Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Chapter Two: Six or Seven Things News Can Do For Democracy. Διαθέσιμο στο: https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].



Στόχοι Ενότητας

- ▶ Να ενθαρρύνει τις συμμετέχουσες να εφαρμόζουν κριτική σκέψη για τη δημοσιογραφία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- ▶ Να ενθαρρύνει τις συμμετέχουσες να αξιολογήσουν τη θέση τους μέσα στο οικοσύστημα της «πληροφοριακής αταξίας»
- ▶ Να βοηθήσει τις συμμετέχουσες να σκεφτούν κριτικά τον αντίκτυπο της «πληροφοριακής αταξίας» στην κοινωνία.



Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση της ενότητας οι συμμετέχουσες θα πρέπει:

- ▶ να έχουν εμβαθύνει στην κριτική κατανόηση του πώς η δημοσιογραφία μπορεί να υπηρετήσει καλύτερα τη δημοκρατία και τις ανοιχτές κοινωνίες στο πλαίσιο ενός ιδιαίτερα διευρυμένου επικοινωνιακού περιβάλλοντος, καθώς επίσης στους κινδύνους που εγκυμονεί η «πληροφοριακή αταξία» για τη δημοκρατία.
- ▶ να έχουν κατανοήσει τους παράγοντες που ενισχύουν την εμπιστοσύνη στη δημοσιογραφία και τους τρόπους με τους οποίους αυτή η εμπιστοσύνη μπορεί να συντηρηθεί ή να επανοικοδομηθεί.
- ▶ να είναι σε θέση να εξηγήσουν σε κάποιο άλλο άτομο γιατί η δημοσιογραφία είναι σημαντική.



Μορφή Ενότητας

Οι πληροφορίες στο περίγραμμα αυτής της ενότητας μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για μία διάλεξη διάρκειας 30 λεπτών, η οποία μπορεί να ενισχυθεί με ένα εκπαιδευτικό σεμινάριο 30 λεπτών ή μια συζήτηση στρογγυλής τραπέζης αναφορικά με τη σημασία της δημοσιογραφίας και τους τρόπους με τους οποίους υπηρετεί τους πολίτες. Επίσης, μία πρακτική άσκηση 90 λεπτών, η οποία θα διεξαχθεί μέσω δομημένης συζήτησης, θα μπορούσε να διερευνήσει πώς μπορούν οι πιο δύσπιστες απέναντι στη δημοσιογραφία να πειστούν ότι δεν είναι όλες οι πληροφορίες εξίσου αναξιόπιστες.

Τι θα μπορούσε να κάνει ένας ειδησεογραφικός οργανισμός για να προστατεύσει την αξιοπιστία του σε ένα περιβάλλον όπου κυριαρχούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και όπου όλες οι πληροφορίες μοιάζουν εξίσου σημαντικές;

Σύνδεση Πλάνου με τα Μαθησιακά Αποτελέσματα

A. Στη Θεωρία

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Διάλεξη και διαδραστική συζήτηση για την αλήθεια και την εμπιστοσύνη	30 λεπτά	1,2
Συζήτηση στρογγυλής τραπέζης για τη σημασία της δημοσιογραφίας και πώς υπηρετεί τους πολίτες	30 λεπτά	1, 2, 3

B. Στην πράξη

Περιγραφή Ενότητας	Χρονική Διάρκεια	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Πρακτική άσκηση	90 λεπτά	3



Προτεινόμενη Εργασία

Η εργασία περιλαμβάνει τρία στάδια και απαιτεί οι συμμετέχουσες να εργαστούν σε ζεύγη ή σε μικρές ομάδες:

- Ζητήστε από τις συμμετέχουσες (οι οποίες εργάζονται σε ζεύγη ή σε μικρές ομάδες) να πάρουν συνέντευξη από μία καταναλώτρια ειδήσεων και ζητήστε τους να ονοματίσουν τις πηγές που εμπιστεύονται περισσότερο για την αναζήτηση τοπικών ή εθνικών ειδήσεων και πληροφοριών δημόσιου χαρακτήρα. Χρησιμοποιώντας ως πλαίσιο το μοντέλο του Schudson στο κεφάλαιο «Six or Seven Things News Can Do for Democracy», οι συμμετέχουσες πρέπει να μελετήσουν την ημερήσια έκδοση μιας εφημερίδας ή επιλεγμένες ειδήσεις για συγκεκριμένο θέμα στα μέσα που ανέφεραν προηγουμένως ως αξιόπιστα, προκειμένου να

αναγνωρίσουν και να αναλύσουν πόσο αποτελεσματικά υπηρετούν την κοινότητα μέσω της δημοσιογραφίας που παράγουν. Η ανάλυση περιεχομένου θα ήταν μια χρήσιμη μέθοδος γι' αυτή την προσέγγιση. Το δεύτερο στάδιο είναι να εντοπίσουν, αν υπάρχουν, κάποιους από τους οκτώ δείκτες του The Trust Project. Τρίτον, τα ευρήματα μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για μια είδηση ή για ένα δημοσιογραφικό σχόλιο, είτε με τη μορφή κειμένου είτε με οπτικοακουστική μορφή, το οποίο θα επιχειρηματολογεί για τη σημασία της δημοσιογραφίας.



Βιβλιογραφία

- Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [ebook] Omidyar Group. Διαθέσιμο στο: <https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/sites/7/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf>
- Edelman. (2017). 2017 *Edelman TRUST BAROMETER - Global Results*. [online] Διαθέσιμο στο: <https://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2017-edelman-trust-barometer-global-results-71035413>
- Howard, P. (2017) *Is social media killing democracy?* Oxford. Διαθέσιμο στο: <https://www.oii.ox.ac.uk/blog/is-social-media-killing-democracy/>
- Nossel, S. (2017). *FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Διαθέσιμο στο: <https://pen.org/wp-content/uploads/2017/11/2017-Faking-News-11.2.pdf>
- Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Chapter 5: Six or Seven Things News can do for Democracies, Διαθέσιμο στο: https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schudson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKewju_ZGI6ozZAhWELsAKHc0vBIUQ6AEIKTAA-v=onepage&q&f=false.
- Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis*. [online] The Guardian. Διαθέσιμο στο: <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis>.

**ΠΕΡΙ ΤΗΣ «ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΗΣ ΑΤΑΞΙΑΣ»:
ΜΟΡΦΕΣ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ, ΣΚΟΠΙΜΗΣ
ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΚΟΒΟΥΛΗΣ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**

των Claire Wardle και Hossein Derakhshan

**Fake News;
die Fake Ne
(Pluraletan**

ΕΝΟΤΗΤΑ 2



Σύνοψη

Υπάρχουν πολλές περιπτώσεις στις οποίες έχει χρησιμοποιηθεί ο όρος «ψευδείς ειδήσεις», ακόμη και ο όρος «ψευδή μέσα», για να περιγραφεί μία είδηση με την οποία η εκφέρουσα τον όρο δεν συμφωνεί. Σύμφωνα με τον χάρτη των Google Trends οι άνθρωποι ξεκίνησαν να κάνουν αναζητήσεις γι' αυτόν τον όρο με μεγάλη συχνότητα το δεύτερο εξάμηνο του 2016.¹ Σε αυτή την ενότητα οι συμμετέχουσες θα μάθουν γιατί αυτός ο όρος α) είναι ανεπαρκής για να εξηγήσει την έκταση της «πληροφοριακής ρύπανσης» και β) έχει καταστεί τόσο προβληματικός ώστε πρέπει να τον αποφεύγουμε.

Δυστυχώς, η φράση αυτή είναι εγγενώς επιδεκτική πολιτικοποίησης και είναι δυνατό να χρησιμοποιηθεί ως όπλο ενάντια στα μέσα ενημέρωσης, ως τρόπος για να υπονομευθούν ειδήσεις που δεν αρέσουν στους κρατούντες την εξουσία. Αντ' αυτής προτείνονται οι όροι «παραπληροφόρηση» και «σκόπιμη παραπληροφόρηση». Η ενότητα αυτή θα εξετάσει τους διαφορετικούς τύπους που υπάρχουν και πού αυτοί τοποθετούνται στο φάσμα της «πληροφορικής αταξίας».

Η πληροφοριακή αταξία περιλαμβάνει τη σάτιρα και την παρωδία, τους τίτλους που λειτουργούν ως «δόλωμα» (click-bait) και την παραπλανητική χρήση λεζάντων, οπτικών στοιχείων ή στατιστικών, όπως επίσης τη χρήση αυθεντικού περιεχομένου που χρησιμοποιείται εκτός πλαισίου, περιεχομένου με ψευδεπίγραφη πηγή (όταν το ονοματεπώνυμο μιας δημοσιογράφου ή το λογότυπο ενός ειδησεογραφικού οργανισμού χρησιμοποιούνται από ανθρώπους που δεν έχουν σχέση με αυτούς) και περιεχόμενο που έχει παραποιηθεί ή επινοηθεί. Από όλα αυτά προκύπτει ότι η παρούσα κρίση είναι πολύ πιο σύνθετη από ότι υποδηλώνει ο όρος «ψευδείς ειδήσεις».

Εάν θέλουμε να σκεφτούμε και να βρούμε λύσεις γι' αυτές τις μορφές πληροφορίας που ρυπαίνουν τις ροές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και να ανασχέσουμε την εκροή τους προς το περιεχόμενο των παραδοσιακών μέσων, πρέπει να αρχίσουμε να εξετάζουμε το πρόβλημα πολύ πιο προσεκτικά. Πρέπει επίσης να εξετάσουμε ποιοι είναι οι άνθρωποι που δημιουργούν αυτού του είδους το περιεχόμενο και ποια είναι τα κίνητρά τους. Τι είδους περιεχόμενο δημιουργούν και πώς εκλαμβάνεται αυτό το περιεχόμενο από τα ακροατήρια; Και όταν τα ίδια τα μέλη αυτών των ακροατηρίων αποφασίζουν να μοιραστούν εκ νέου αυτές τις αναρτήσεις, ποια είναι τα κίνητρά τους; Υπάρχουν πολλές διαστάσεις σε αυτό το ζήτημα και πολλές από τις τρέχουσες

1 Χάρτης του Google Trends για τον όρο «ψευδείς ειδήσεις»: <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&q=fake%20news> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

συζητήσεις δεν προϋποθέτουν την κατανόηση αυτής της πολυπλοκότητας. Στο τέλος αυτής της ενότητας, οι συμμετέχουσες θα πρέπει να νιώθουν ικανές να χρησιμοποιούν την ορολογία και τους ορισμούς που είναι κατάλληλοι για τη συζήτηση των προβλημάτων που σχετίζονται με την «πληροφοριακή αταξία».



Περίγραμμα

Το παρόν εγχειρίδιο χρησιμοποιεί γενικά τους όρους «σκόπιμη παραπληροφόρηση» και «παραπληροφόρηση» αντιπαραβάλλοντάς τους με την επαληθεύσιμη πληροφορία, που είναι προς όφελος του δημοσίου συμφέροντος, και παράγεται από την αυθεντική δημοσιογραφία. Σε αυτή την ενότητα δίνεται έμφαση στα διακριτά χαρακτηριστικά της σκόπιμης παραπληροφόρησης.

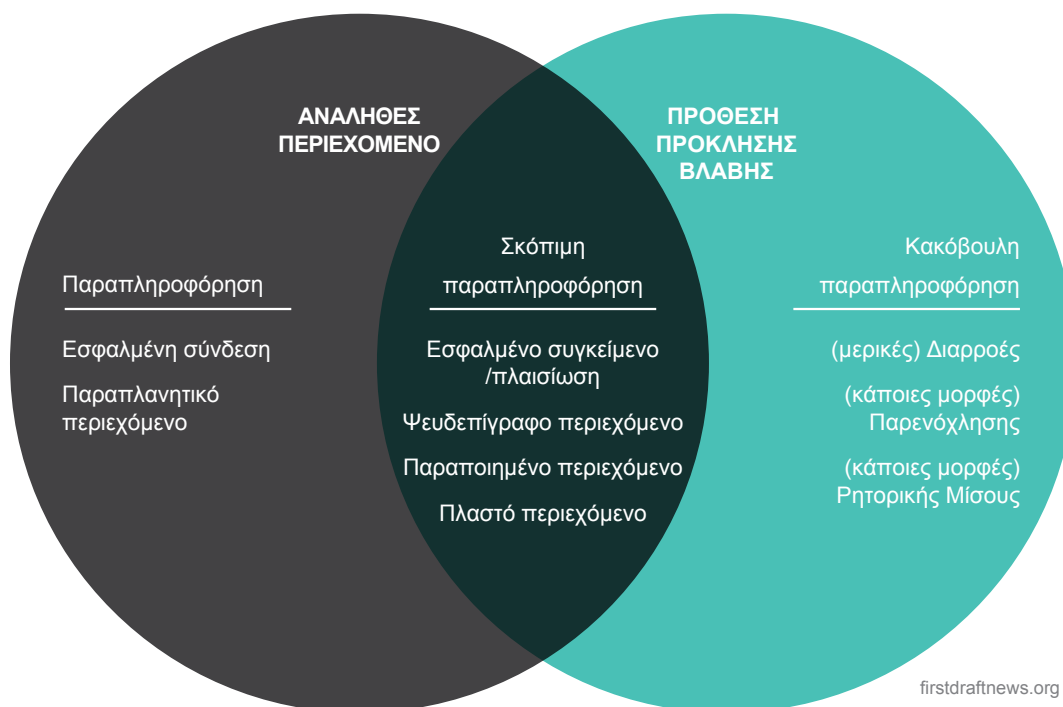
Ο λόγος περί «ψευδών ειδήσεων» συχνά συγχέει δύο έννοιες: την παραπληροφόρηση και τη σκόπιμη παραπληροφόρηση. Είναι σκόπιμο, επομένως, να προτείνουμε έναν ορισμό της παραπληροφόρησης ως πληροφορίας που είναι λανθασμένη αλλά το άτομο που τη διαδίδει πιστεύει ότι είναι αληθής. Η σκόπιμη παραπληροφόρηση είναι η πληροφορία που είναι λανθασμένη και το άτομο που τη διαδίδει γνωρίζει ότι είναι λανθασμένη. Είναι ένα εσκεμμένο, εκ προθέσεως ψεύδος και συνεπάγεται την ενεργό παραπλάνηση από κακοήθεις δρώντες.²

Μία τρίτη κατηγορία μπορεί να ονομαστεί «κακόβουλη πληροφόρηση»: είναι η πληροφορία που βασίζεται στην πραγματικότητα αλλά χρησιμοποιείται για να βλάψει κάποιο πρόσωπο, οργανισμό ή χώρα. Ένα παράδειγμα είναι μια είδηση που αποκαλύπτει τον σεξουαλικό προσανατολισμό ενός ανθρώπου χωρίς να συντρέχει λόγος δημοσίου συμφέροντος. Είναι σημαντικό να διακρίνουμε τα μηνύματα που είναι αληθή από αυτά που είναι ψευδή αλλά και αυτά που είναι αληθή (ή εν μέρει αληθή) αλλά δημιουργούνται, παράγονται ή διαδίδονται από «δρώντες» που έχουν πρόθεση να βλάψουν και όχι να υπηρετήσουν το δημόσιο συμφέρον. Αυτού του είδους η κακόβουλη πληροφόρηση – όπως η αληθής πληροφορία που παραβιάζει την ιδιωτικότητα κάποιου προσώπου χωρίς να συντρέχει λόγος δημοσίου συμφέροντος – παραβαίνει τις αρχές και τη δεοντολογία της δημοσιογραφίας.

Ανεξάρτητα από τις παραπάνω εννοιολογικές διαφοροποιήσεις, οι επιπτώσεις στο πληροφοριακό περιβάλλον και την κοινωνία μπορεί να είναι παρόμοιες (π.χ. αλλοίωση της ακεραιότητας των δημοκρατικών διαδικασιών, μείωση των ποσοστών εμπιστοσύνης). Επιπρόσθετα, σε συγκεκριμένες περιπτώσεις παρατηρούνται συνδυασμοί των τριών αυτών εννοιολογήσεων και υπάρχουν τεκμήρια που δείχνουν ότι μεμονωμένα παραδείγματα του ενός τύπου (παρα)πληροφόρησης συνοδεύονται από άλλους

2 Για περαιτέρω σε βάθος ανάλυση σχετικά με τους ορισμούς βλ. τη μελέτη των Karlova και Fisher (2012).

τύπους (π.χ. σε διαφορετικές πλατφόρμες ή σε ακολουθία) ως τμήμα μιας ευρύτερης πληροφοριακής στρατηγικής από συγκεκριμένους φορείς. Σε κάθε περίπτωση, είναι σημαντικό να έχουμε υπόψη αυτές τις διαφοροποιήσεις καθώς οι αιτίες, οι τεχνικές και οι τρόποι αντιμετώπισης μπορεί να διαφέρουν.



Εικόνα 1: «Πληροφοριακή αταξία»

Στις Προεδρικές εκλογές στη Γαλλία το 2017 μπορούμε να βρούμε παραδείγματα που καταδεικνύουν και τους τρεις τύπους «πληροφοριακής αταξίας».

1. Παραδείγματα σκόπιμης παραπληροφόρησης:

Μία από τις απόπειρες απάτης κατά τη διάρκεια της γαλλικής προεκλογικής εκστρατείας ήταν η δημιουργία ενός καλοεπεξεργασμένου αντιγράφου της Βέλγικης εφημερίδας Le Soir³ με ένα αναληθές άρθρο που ισχυριζόταν ότι ο υποψήφιος για την προεδρία Emmanuel Macron χρηματοδοτούνταν από τη Σαουδική Αραβία. Ένα άλλο παράδειγμα ήταν η κυκλοφορία εγγράφων στο διαδίκτυο με τον ψευδή ισχυρισμό ότι ο Macron είχε δημιουργήσει έναν υπεράκτιο (offshore) τραπεζικό λογαριασμό στις Μπαχάμες.⁴ Τέλος, σκόπιμη παραπληροφόρηση είχε διαδοθεί μέσω των λεγόμενων «καταιγίδων στο Twitter» κατά τις οποίες χαλαρά συνδεδεμένα δίκτυα ατόμων χρησιμοποίησαν ταυτόχρονα το Twitter με πανομοιότυπα hashtags και μηνύματα για να διαδώσουν φήμες για την προσωπική ζωή του υποψήφιου Macron.

3 The Observers (2017). Debunked: Was Macron's campaign for French Presidency financed by Saudi Arabia? Διαθέσιμο στο: <https://observers.france24.com/en/20170302-debunked-was-french-candidate-macron-campaign-financed-saudi-arabia> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

4 The Observers (2017). How we debunked rumours that Macron has an offshore account. Διαθέσιμο στο <https://observers.france24.com/en/20170505-france-elections-macron-lepen-offshore-bahamas-debunked> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

2. Παραδείγματα παραπληροφόρησης:

Η τρομοκρατική επίθεση στο Champs Elysees του Παρισιού στις 20 Απριλίου 2017 στάθηκε αφορμή για αρκετά περιστατικά παραπληροφόρησης,⁵ όπως συμβαίνει σχεδόν σε όλες τις περιστάσεις έκτακτων ειδήσεων. Χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δημοσίευσαν εν αγνοία τους αρκετές φήμες, συμπεριλαμβανομένης, για παράδειγμα, της είδησης ότι σκοτώθηκε ένας δεύτερος αστυνομικός. Οι άνθρωποι που διαδίδουν περιεχόμενο αυτού του είδους σπάνια το πράττουν με σκοπό να βλάψουν. Αντίθετα, παρασύρονται από τη στιγμή προσπαθώντας να βοηθήσουν, αλλά αποτυγχάνουν να ελέγξουν και να επαληθεύσουν τις πληροφορίες που μοιράζονται με άλλους.

3. Παραδείγματα κακόβουλης πληροφόρησης:

Ένα αξιοσημείωτο περιστατικό κακόβουλης πληροφόρησης συνέβη όταν διέρρευσαν μηνύματα του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του Emmanuel Macron λίγο πριν τον δεύτερο γύρο των εκλογών στις 7 Μαΐου 2017. Τα μηνύματα θεωρήθηκαν αυθεντικά. Ωστόσο, η διοχέτευση ιδιωτικών πληροφοριών στη δημόσια σφαίρα λίγα λεπτά πριν την καθιερωμένη προεκλογική απαγόρευση κάθε ειδησεογραφικής κάλυψης, αμέσως πριν την ψηφοφορία, δείχνει ότι η διαρροή είχε προσχεδιαστεί για να δημιουργήσει τη μέγιστη βλάβη στην εκστρατεία του Macron.

Ο όρος «προπαγάνδα» δεν είναι συνώνυμος της σκόπιμης παραπληροφόρησης, παρά το γεγονός ότι η σκόπιμη παραπληροφόρηση μπορεί να υπηρετήσει τα συμφέροντα της προπαγάνδας. Αλλά η προπαγάνδα είναι συνήθως εμφανέστερα χειραγωγική από τη σκόπιμη παραπληροφόρηση, κατά κανόνα επειδή χρησιμοποιεί συναισθηματικά αντί για πληροφοριακά μηνύματα.⁶

Σε αυτή την ενότητα, επικεντρωνόμαστε στην παραπληροφόρηση και ειδικά στη σκόπιμη παραπληροφόρηση παραθέτοντας ορισμένα επιπρόσθετα παραδείγματα διαφορετικών τύπων αυτής.

Οι κατηγορίες της σκόπιμης παραπληροφόρησης, της παραπληροφόρησης και της κακόβουλης πληροφόρησης που περιγράφηκαν παραπάνω δεν πρέπει να συγχέονται με διαφορετικούς προσανατολισμούς των αυθεντικών ειδησεογραφικών αφηγήσεων.

Για παράδειγμα, μία δημοσιογράφος θα μπορούσε να γράψει: «Αν και δεν είναι της κλάσης του Bernie Madoff, η φερόμενη ως απάτη σε αυτή τη νέα περίπτωση έπληξε σοβαρά τους μικροεπενδυτές». Άλλη συντάκτρια θα μπορούσε, με θεμιτό τρόπο,

5 Ένα παράδειγμα είναι η φήμη ότι μουσουλμάνοι στο Ηνωμένο Βασίλειο πανηγύρισαν για την επίθεση. Το ψεύδος αποκαλύφθηκε και καταρρίφθηκε από το CrossCheck project: Channel 4 (21 Απριλίου, 2017). No, Muslims in London didn't celebrate the Paris attack. Διαθέσιμο στο <https://www.channel4.com/news/factcheck/factcheck-no-muslims-in-london-didnt-celebrate-the-paris-attack> [Τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

6 Neale, S. (1977). Propaganda. Screen 18-3, σελ. 9-40.

να το θέσει αντίστροφα: «Η φερόμενη ως απάτη σε αυτή τη νέα περίπτωση έπληξε σοβαρά τους μικροεπενδυτές, αλλά δεν είναι της κλάσης του Bernie Madoff». Η δεύτερη διατύπωση συντείνει περισσότερο στη μείωση της συγκριτικής σημασίας της νέας περίπτωσης. Η διαφορετική έμφαση σε αυτά τα παραδείγματα δεν συντελεί καθεαυτή στη διαιώνιση της παραπληροφόρησης ή της σκόπιμης παραπληροφόρησης με την έννοια που περιγράφηκε παραπάνω. Και οι δύο διατυπώσεις θα μπορούσαν να είναι εξίσου θεμιτοί τρόποι ερμηνείας της ίδιας κατάστασης.

Η ουσία είναι ότι αυτού του είδους η αφήγηση υπάρχει στις ειδήσεις, όπως επίσης στη σκόπιμη παραπληροφόρηση, την παραπληροφόρηση και την κακόβουλη πληροφόρηση. Επομένως, η αφήγηση είναι ενσωματωμένη στα γεγονότα που επιλέγονται να παρουσιαστούν σε περίοπτη θέση στις ειδήσεις (ή στα γεγονότα που επινοούνται ή αποσπώνται από το συγκείμενό τους σε «τοξικές» επικοινωνιακές περιστάσεις). Σε μία είδηση για την εγκληματικότητα, που δεν αποτελεί σκόπιμη παραπληροφόρηση ή μία από τις συγγενικές της έννοιες, μπορεί να θεωρηθεί σκόπιμο να αναφερθεί η υποτιθέμενη φυλή ή εθνικότητα του δράστη και του θύματος. Μπορεί να είναι γεγονός ότι ο φερόμενος ως ληστής είναι μετανάστης και άνδρας και το κατά τα φαινόμενα θύμα είναι εγχώρια υπήκοος και γυναίκα. Αν, ωστόσο, οποιοδήποτε από αυτά τα στοιχεία είναι πράγματι σημαντικά για την είδηση επαφίεται στη διερευνητική εξουσία της δημοσιογράφου και αποτελούν μέρος της ιδεολογίας, της οπτικής και της αφήγησης αναφορικά με τη σημασία και την αιτιότητα που η δημοσιογράφος συνειδητά ή ασυνείδητα θέτει επί τάπητος. Αυτός είναι ένας λόγος για τον οποίο η «διασταύρωση της πληροφορίας» μπορεί να συνοδεύεται, με σημαντικά οφέλη, από την «αφηγηματική αποσαφήνιση» - εξετάζοντας τις δομές νοήματος εντός των οποίων τα γεγονότα και τα μη γεγονότα τοποθετούνται και χρησιμοποιούνται για συγκεκριμένους σκοπούς. Οι αφηγήσεις στο πλαίσιο της έγκυρης δημοσιογραφίας ενδέχεται να διαφέρουν μεταξύ τους και η παρουσία τους δεν σημαίνει ότι η δημοσιογραφία χάνει τα διακριτικά χαρακτηριστικά της συγκρινόμενη με άλλες μορφές επικοινωνίας, όπως οι επτά μορφές που παρατίθενται παρακάτω:

1. Σάτιρα και Παρωδία

Η συμπερίληψη της σάτιρας σε μια τυπολογία για τη σκόπιμη παραπληροφόρηση και την παραπληροφόρηση ίσως να προκαλεί έκπληξη. Η σάτιρα και η παρωδία μπορούν να θεωρηθούν μια μορφή τέχνης. Ωστόσο, σε έναν κόσμο όπου οι άνθρωποι όλο και περισσότερο λαμβάνουν πληροφορίες μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, προκαλείται σύγχυση όταν ένας ιστοχώρος δεν γίνεται αντιληπτός ως σατιρικός. Ένα παράδειγμα είναι οι The Khabaristan Times, μια σατιρική στήλη και ιστοχώρος που ήταν μέρος του ειδησεογραφικού ιστοχώρου Pakistan Today.⁷

7 Pakistan Today (2018). Anthropologists make contact with remote cut-off tribe still thanking Raheel Sharif. [online] p.Khabaristan Today. Διαθέσιμο στο: <https://archive.pakistantoday.com.pk/2019/02/01/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif-2/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Τον Ιανουάριο του 2017, η πρόσβαση στον ιστοχώρο παρεμποδίστηκε στο Πακιστάν με αποτέλεσμα ο ιστοχώρος να παύσει τη λειτουργία του.

2. Εσφαλμένη σύνδεση

Όταν οι τίτλοι, τα οπτικά στοιχεία ή οι λεζάντες δεν ανταποκρίνονται στο περιεχόμενο μιας είδησης, αυτό αποτελεί παράδειγμα εσφαλμένης σύνδεσής τους. Το πιο κοινό παράδειγμα αυτού του τύπου περιεχομένου είναι οι τίτλοι που λειτουργούν ως «δόλωμα» (clickbait). Λόγω του αυξανόμενου ανταγωνισμού για την προσοχή του κοινού, οι συντάκτριες υποχρεώνονται όλο και περισσότερο να γράφουν τίτλους για να προσελκύσουν κλικ, ακόμη και αν οι αναγνώστριες αισθανθούν εξαπατημένες όταν διαβάσουν το άρθρο. Ένα ιδιαίτερα διαβόητο παράδειγμα βρίσκεται στον ιστοχώρο The Political Insider.⁸ Αυτό μπορεί να συμβεί επίσης όταν χρησιμοποιούνται απεικονίσεις ή λεζάντες, ιδιαίτερα σε ιστοχώρους όπως το Facebook, για να δώσουν μια συγκεκριμένη εντύπωση, η οποία δεν υποστηρίζεται από το κείμενο. Αλλά όταν οι άνθρωποι διατρέχουν τα feeds των λογαριασμών τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χωρίς να επισκέπτονται και να διαβάζουν τα άρθρα (κάτι που συμβαίνει συχνά), οι παραπλανητικές απεικονίσεις μπορούν να τους εξαπατήσουν.

3. Παραπλανητικό Περιεχόμενο

Αυτός ο τύπος περιεχομένου αναφέρεται στην παραπλανητική χρήση πληροφοριών για να πλαισιωθούν θέματα ή άτομα με συγκεκριμένους τρόπους περικλύποντας φωτογραφίες ή κάνοντας επιλεκτική χρήση παραθεμάτων ή στατιστικών στοιχείων. Αυτό ονομάζεται Θεωρία Πλαισίωσης.⁹ Ορισμένα παραδείγματα έχουν αποκαλυφθεί στο Rappler.com.¹⁰ Τα οπτικά στοιχεία είναι ιδιαίτερα ισχυρά μέσα για τη διάδοση παραπλανητικών πληροφοριών, καθώς ο εγκέφαλός μας είναι λιγότερο πιθανό να είναι επικριτικός στα οπτικά στοιχεία.¹¹ Η «εγγενής» (“native”) ή πληρωμένη διαφήμιση που μιμείται το συντακτικό περιεχόμενο εμπίπτει επίσης σε αυτή την κατηγορία όταν δεν είναι σαφώς προσδιορισμένη.¹²

4. Εσφαλμένο συγκεκριμένο/πλαίσιο

Ένας από τους λόγους για τους οποίους ο όρος «ψευδείς ειδήσεις» είναι τόσο ακατάλληλος είναι επειδή πολλές φορές συναντούμε αυθεντικό περιεχόμενο που

8 The Political Insider (2015). First time voter waited 92 years to meet Trump... what happened next is AMAZING! [online]. Διαθέσιμο στο: <https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

9 Entman, R., Matthes, J. & Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. Στο: K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Contributor), ed., *Handbook of Journalism studies* [online]. New York: Routledge, σελ. 196-211. Διαθέσιμο στο: <https://centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

10 Punongbayan, J. (2017). Has change really come? Misleading graphs and how to spot them. Rappler.com. [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.rappler.com/voices/thought-leaders/duterte-change-fake-news-graphs-spot> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

11 Βλ. το άρθρο της Hannah Guy στο τμήμα της βιβλιογραφίας αυτής της ενότητας.

12 Βλ. Ενότητα 3.

αναδημοσιεύεται εκτός πλαισίου. Για παράδειγμα, μια εικόνα από το Βιετνάμ, που αποτυπώθηκε το 2007, κυκλοφόρησε εκ νέου επτά χρόνια αργότερα και διαδόθηκε με το πρόσχημα ότι ήταν φωτογραφία από το Νεπάλ μετά τον σεισμό το 2015.¹³

5. Ψευδεπίγραφο περιεχόμενο

Σοβαρά ζητήματα εγείρονται όταν η υπογραφή των δημοσιογράφων χρησιμοποιείται σε άρθρα που αυτές δεν έγραψαν ή τα λογότυπα των ειδησεογραφικών οργανισμών χρησιμοποιούνται σε βίντεο ή εικόνες που αυτοί δεν δημιούργησαν. Για παράδειγμα, πριν από τις εκλογές στην Κένυα το 2017, το BBC Αφρικής ανακάλυψε ότι κάποιος είχε δημιουργήσει ένα βίντεο που συνοδευόταν από ένα πλαστογραφημένο λογότυπο και σλόγκαν του BBC και το διέδωσε στο WhatsApp.¹⁴ Κατά συνέπεια, το BBC υποχρεώθηκε να δημιουργήσει ένα βίντεο που διέδωσε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προειδοποιώντας τους ανθρώπους να μην εξαπατηθούν από το πλαστό βίντεο.

6. Παραποιημένο Περιεχόμενο

Το παραποιημένο περιεχόμενο αναφέρεται στην περίπτωση παραποίησης του αυθεντικού περιεχομένου με σκοπό την εξαπάτηση. Ένα παράδειγμα από τη Νότια Αφρική έδειχνε παραποιημένες εικόνες της έμπειρης συντάκτριας της Huffington Post Ferial Haffajee – σε μία περίπτωση να κάθεται στην αγκαλιά ενός επιχειρηματία, του Johan Rupert – προσάπτοντάς της προσωπική σχέση μαζί του.¹⁵

7. Πλαστό περιεχόμενο

Το περιεχόμενο αυτού του είδους μπορεί να έχει μορφή κειμένου, όπως οι εξολοκλήρου πλαστοί «ειδησεογραφικοί ιστοχώροι» σαν το WTOE5 News, ένας αυτοαποκαλούμενος ιστοχώρος φανταστικών ειδήσεων, ο οποίος δημοσίευσε ένα άρθρο που υπαινισσόταν ότι ο Πάπας είχε υποστηρίξει την υποψηφιότητα του Donald Trump για την προεδρία των ΗΠΑ. Μπορεί επίσης να έχει μορφή οπτικού περιεχομένου, όπως συνέβη με τη δημιουργία μιας εικόνας με γραφιστική επεξεργασία που υπαινισσόταν εσφαλμένα ότι θα μπορούσε κανείς να ψηφίσει τη Hillary Clinton μέσω SMS.¹⁶ Αυτά τα εικονικά στοιχεία στόχευαν μειονότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κατά την περίοδο κορύφωσης των προεδρικών εκλογών στις ΗΠΑ.

13 Διαθέσιμο στο: <https://www.bbc.com/news/world-asia-32579598> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

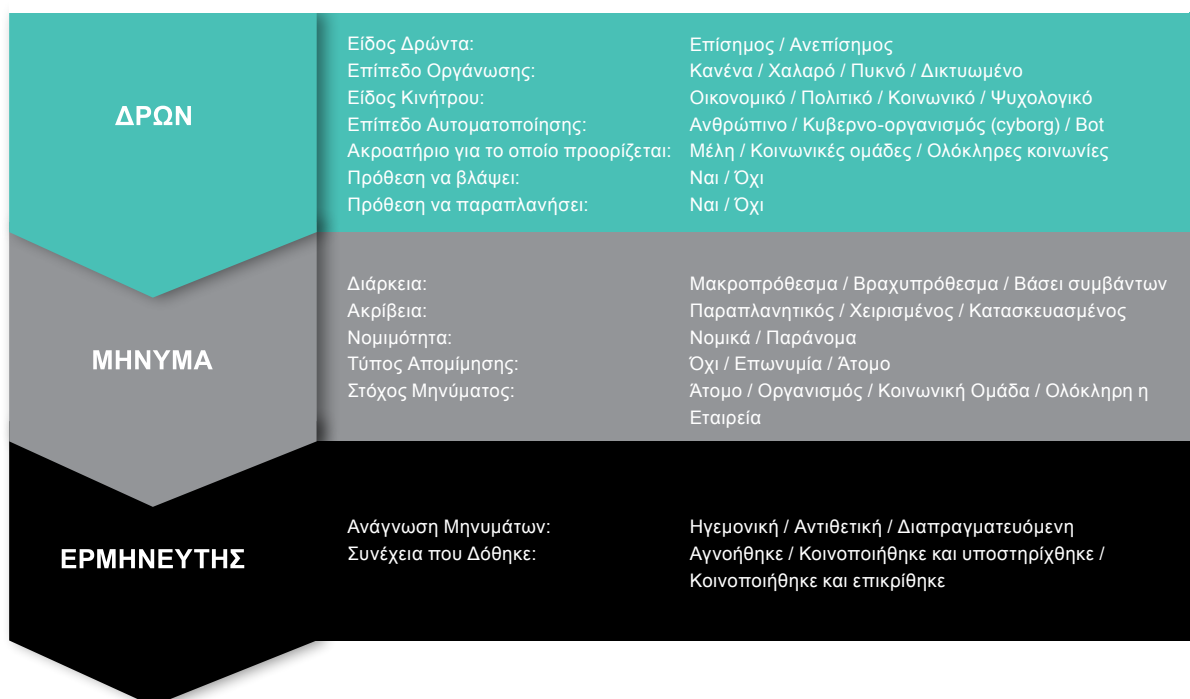
14 BBC (2017). Kenya election: Fake CNN and BBC news reports circulate. [Online] Διαθέσιμο στο: <https://www.bbc.co.uk/news/world-africa-40762796> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

15 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. *HuffPost South Africa*. [online] Διαθέσιμο στο: https://www.huffingtonpost.co.uk/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

16 Haltiwanger, J. (2016). Those "Text Your Vote" Ads Are Really Trump Trolls Tricking You Out Of Voting. *Elite Daily*. Διαθέσιμο στο: <https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Το κοινό γενικά και ειδικά οι δημοσιογράφοι πρέπει να εξετάζουν ξεχωριστά τα «στοιχεία» της «πληροφοριακής αταξίας»: τους φορείς, τα μηνύματα και τους ερμηνευτές. Σε αυτό το σχήμα, υπάρχουν ερωτήματα που πρέπει να τεθούν για κάθε στοιχείο. Ο δημιουργός/ιθύνων νους ενός πλαστού μηνύματος μπορεί να είναι διαφορετικός από τον παραγωγό του μηνύματος – ο οποίος επίσης μπορεί να είναι διαφορετικός από τον «διασπορέα» του μηνύματος. Παρομοίως, είναι αναγκαίο να κατανοηθεί σε βάθος ποιοι είναι αυτοί οι δρώντες και ποια είναι τα κίνητρά τους. Πρέπει επίσης να κατανοήσουμε τα διαφορετικά είδη μηνυμάτων που διανέμονται, ώστε να αρχίσουμε να εκτιμούμε την κλίμακά τους και να τα αντιμετωπίζουμε. (Η συζήτηση μέχρι σήμερα έχει επικεντρωθεί σε μεγάλο βαθμό σε πλαστά κείμενα ειδησεογραφικών ιστοχώρων, αλλά το οπτικό περιεχόμενο είναι εξίσου διαδεδομένο και πολύ δυσκολότερο να εντοπιστεί, να αποκαλυφθεί και να καταρριφθεί, αν είναι ψεύτικο.)

Τέλος, είναι αναγκαίο να αναλογιστούμε τις τρεις διαφορετικές «φάσεις» της «πληροφοριακής αταξίας»: τη δημιουργία, την παραγωγή και τη διανομή (Εικόνα 2). Είναι σημαντικό να εξετάσουμε τις διαφορετικές φάσεις μιας περίπτωσης «πληροφοριακής αταξίας», παράλληλα με τα στοιχεία της, επειδή ο δρών που λειτουργεί ως ιθύνων νους για το περιεχόμενο είναι συχνά διαφορετικός από τους παραγωγούς και τους διασπορείς.



Εικόνα 2: Τρία στοιχεία της «πληροφοριακής αταξίας»

Για παράδειγμα, τα κίνητρα ενός ιθύνοντος νους που «δημιουργεί» μια εκστρατεία σκόπιμης παραπληροφόρησης με κρατική χρηματοδότηση είναι πολύ διαφορετικά από αυτά των χαμηλά αμειβόμενων «trolls» που τους ανατίθεται να μετατρέψουν

τα θέματα μιας εκστρατείας σε συγκεκριμένες αναρτήσεις. Και από τη στιγμή που ένα μήνυμα έχει διαδοθεί, μπορεί να αναπαραχθεί και να διανεμηθεί απεριόριστα εκ νέου, από πολλούς διαφορετικούς δρώντες που έχουν διαφορετικά κίνητρα. Για παράδειγμα, μία ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να διανεμηθεί από διάφορες κοινότητες, με αποτέλεσμα το μήνυμά της να εντοπιστεί και να αναπαραχθεί από τα κυρίαρχα μέσα (όταν αυτά δεν διενεργούν διεδοξικό έλεγχο) και να διανεμηθεί περαιτέρω και σε άλλες κοινότητες. Μόνο ανατέμνοντας την «πληροφοριακή αταξία» με αυτόν τον τρόπο μπορούμε να ξεκινήσουμε να αντιλαμβανόμαστε αυτές τις λεπτές αποχρώσεις.¹⁷

	Δρώντες: κυβερνήσεις, ψυχολογικές εκστρατείες, πολιτικά κόμματα, επιχειρηματίες, εταιρείες δημοσίων σχέσεων, άτομα, μέσα επικοινωνίας	Ενεργοποίηση λογισμικού
Δημιουργία περιεχομένου π.χ. ειδήσεις, σχόλια, “likes”, βίντεο, memes	Συχνά με κεκαλυμμένη ή κλεμμένη ή πλαστή ταυτότητα	Διαδραστικά περιβάλλοντα διεπαφής (interfaces)
Διανομή περιεχομένου π.χ. με κοινοποίηση και σύνδεση με links	Επιστράτευση bots για υποβοήθηση	Bots
«Σύνταξη» περιεχομένου: παραποίηση/τροποποίηση, συντονισμός και επιμέλεια	Χακάρισμα (hacking) και gaming	Αλγόριθμοι

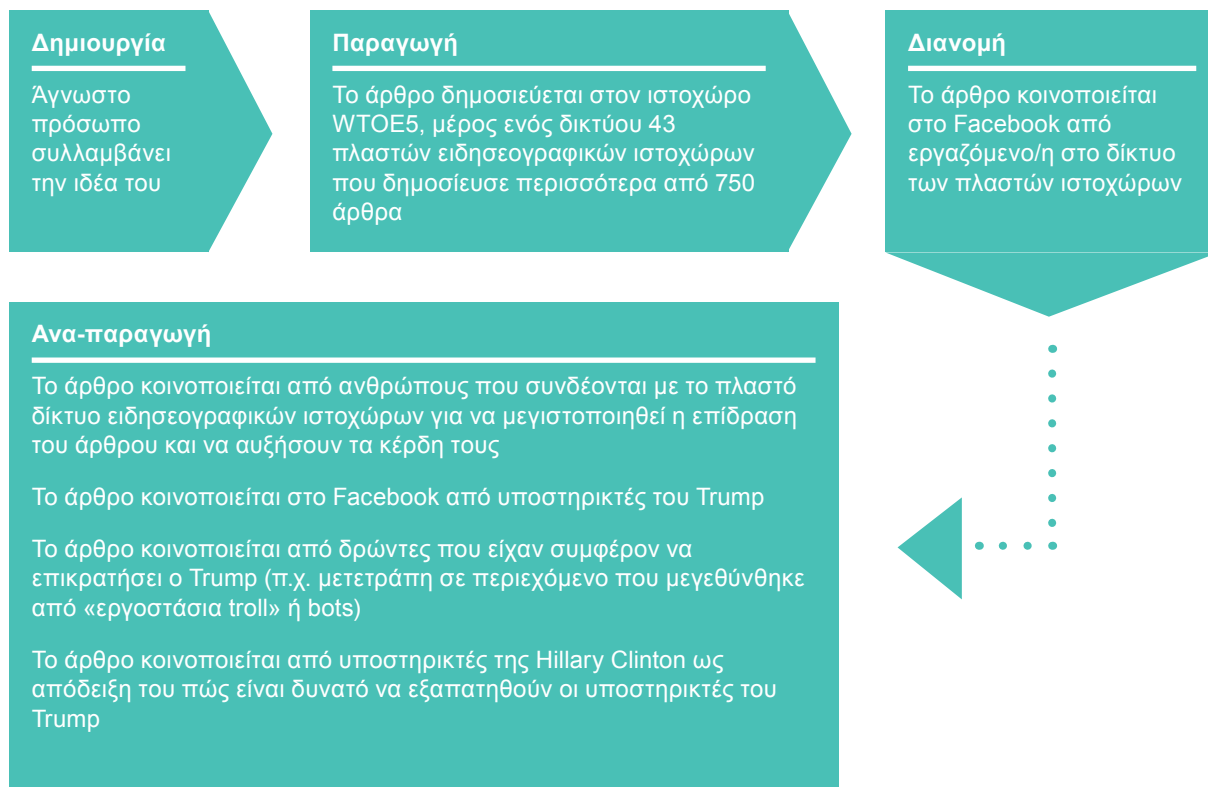
Πίνακας: Πλαίσιο για την τοξικότητα – πώς μπορεί να πληγεί η ακεραιότητα της πληροφορίας

Πηγή: Berger, G. 2017. https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Το παράδειγμα του ιστοχώρου όπου δημοσιεύθηκε η είδηση που έγινε viral ότι ο Πάπας υποστήριξε τον υποψήφιο για την προεδρία των ΗΠΑ Donald Trump είναι από τα πιο γνωστά.¹⁸ Είναι μια χρήσιμη περίπτωση μελέτης για να αναλογιστούμε τις διαφορετικές φάσεις της «πληροφοριακής αταξίας» (βλ. Εικόνα 3).

¹⁷ Σημείωση των εκδοτών: ένα ακόμη σχήμα που μπορεί να εξεταστεί αναπαράγεται παρακάτω (βλ. Εικόνα 3).

¹⁸ CNBC (2016, 16 Δεκεμβρίου). Read all about it: The biggest fake news stories of 2016. Διαθέσιμο στο: <https://www.cnn.com/2016/12/30/read-all-about-it-the-biggest-fake-news-stories-of-2016.html> [τελευταία πρόσβαση: 27/6/2021].



Εικόνα 3: Φάσεις της «πληροφοριακής αταξίας»



Στόχοι Ενότητας

Στόχοι της ενότητας είναι οι συμμετέχουσες:

- ▶ Να είναι πιο διορατικές καταναλώτριες της πληροφορίας που βρίσκουν στο διαδίκτυο, αναλογιζόμενες το ευρύ φάσμα σκόπιμης παραπληροφόρησης και παραπληροφόρησης.
- ▶ Να στέκονται κριτικά απέναντι στους ανθρώπους (συχνά ανώνυμους ή με ψευδή ταυτότητα) που δημιουργούν τέτοιου είδους πληροφορία, στις μορφές που αυτή παίρνει και στους τρόπους με τους οποίους ερμηνεύεται και διαδίδεται.
- ▶ Να κατανοούν την πολυπλοκότητα της «πληροφοριακής αταξίας» και ειδικότερα την ανάγκη να γίνει διαφοροποίηση μεταξύ αυτών που δημιουργούν πληροφορία τέτοιου τύπου, των μορφών που χρησιμοποιούν και των τρόπων με τους οποίους τα ακροατήρια προβαίνουν στην κοινοποίηση αυτών των μηνυμάτων.
- ▶ Να είναι σε θέση να αναλογιστούν τις δυσκολίες που υπάρχουν σε σχέση με την αντιμετώπιση των προκλήσεων της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη.

- Να υπογραμμίζουν πώς η «πληροφοριακή αταξία» επηρεάζει τις δημοκρατίες και τις ανοιχτές κοινωνίες – το αντικείμενο της προηγούμενης ενότητας.



Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση της ενότητας οι συμμετέχουσες θα είναι σε θέση:

1. Να αντιλαμβάνονται τους τρόπους με τους οποίους αυτό το ζήτημα έχει συζητηθεί και διαμορφωθεί από πολιτικούς, ειδησεογραφικά μέσα και ακαδημαϊκούς
2. Να κατανοούν πώς η βλάβη και το ψεύδος αποτελούν τρόπους να αξιολογήσει κανείς την «πληροφοριακή αταξία»
3. Να κατανοούν τους τύπους της παραπληροφόρησης και της σκόπιμης παραπληροφόρησης και να τους εφαρμόζουν σε διαφορετικά παραδείγματα
4. Να εφαρμόζουν κριτική σκέψη σε κάποιο παράδειγμα σκόπιμης παραπληροφόρησης, αναλύοντας ποια/ποιος το εισήγαγε ή/και δημιούργησε, τι μορφή πήρε το μήνυμα και πώς μπορεί να ερμηνεύθηκε από τα ακροατήρια
5. Να εξηγούν σε κάποιον άλλο γιατί είναι σημαντικό να σκεφτόμαστε προσεκτικά γύρω από αυτό το ζήτημα.



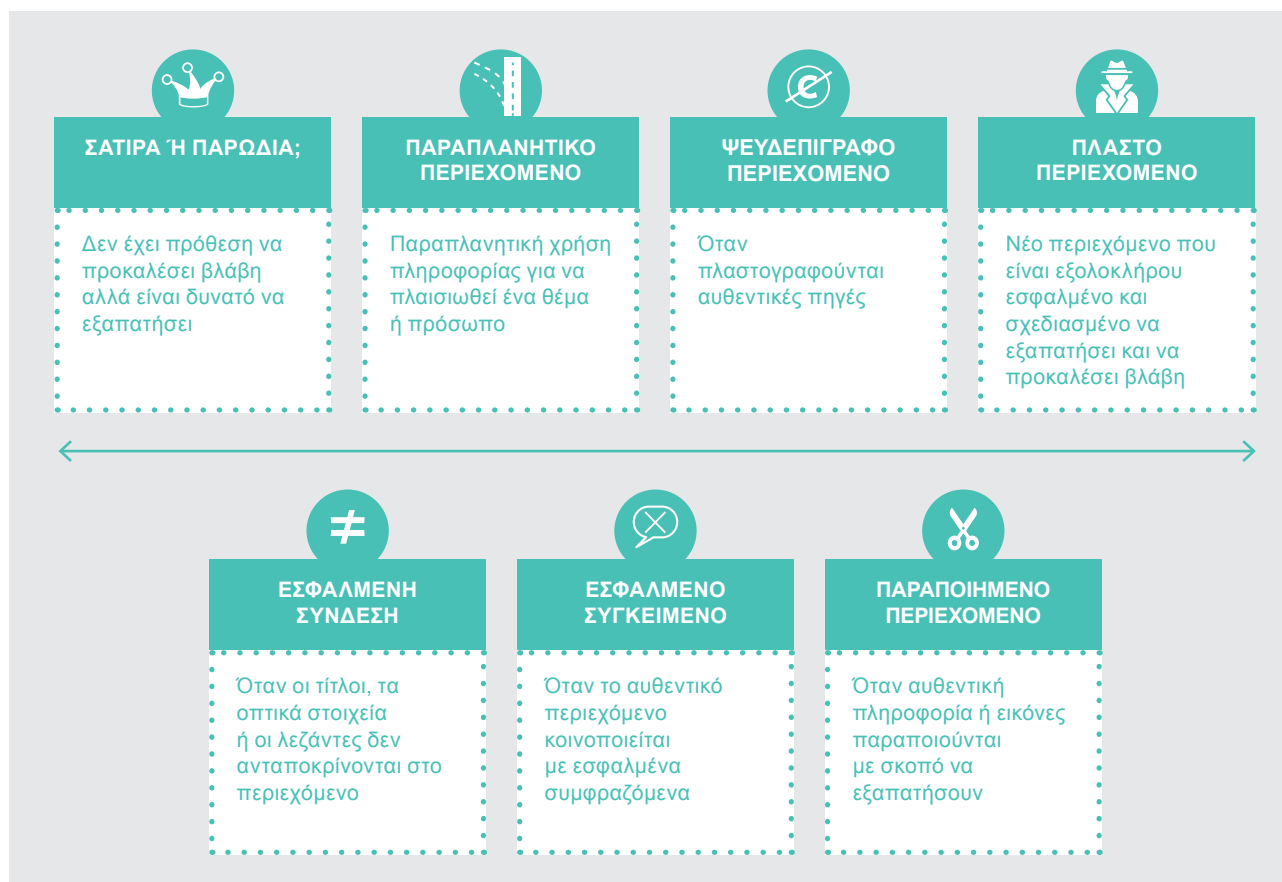
Μορφή Ενότητας

Θεωρητική διάλεξη & Πρακτικό Εργαστήριο

Οι διαφάνειες γι' αυτή την ενότητα¹⁹ έχουν σχεδιαστεί για να υποστηρίξουν ένα διαδραστικό εργαστήριο μεγαλύτερης διάρκειας.

Ωστόσο, για τους σκοπούς του παρόντος προγράμματος σπουδών, το παραπάνω κείμενο προτείνεται ως βάση για μια θεωρητική διάλεξη. Οι πρακτικές ασκήσεις που περιέχονται στις διαφάνειες έχουν δημιουργηθεί για ένα σεμινάριο 90 λεπτών. Οι εκπαιδευτικοί πρέπει να επεξεργαστούν τις διαφάνειες, χρησιμοποιώντας τις ερωτήσεις προς συζήτηση και τις ασκήσεις.

Άσκηση 1: Δείτε την Εικόνα 4 παρακάτω, η οποία εξηγεί τους «7 τύπους σκόπιμης παραπληροφόρησης και παραπληροφόρησης». Οι συμμετέχουσες, σε ζεύγη ή σε μικρές ομάδες, μπορούν να κληθούν να δώσουν παραδείγματα που εντάσσονται σε αυτές τις κατηγορίες.



Εικόνα 4: Επτά κατηγορίες «πληροφοριακής αταξίας»
- firstdraftnews.org

Άσκηση 2: Εξετάστε το διάγραμμα Venn (Εικόνα 1), που εξηγεί τις διαφορές μεταξύ της παραπληροφόρησης, της σκόπιμης παραπληροφόρησης και της κακόβουλης πληροφόρησης. Συμφωνείτε με αυτό; Τι λείπει; Υπάρχει κάτι που θα αμφισβητούσατε;

Σύνδεση πλάνου με τα μαθησιακά αποτελέσματα

A. Στη θεωρία

Διάλεξη	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Παρουσίαση και συζήτηση στην τάξη: ανταλλαγή πρότερων γνώσεων σχετικά με πρόσφατες περιπτώσεις σκόπιμης παραπληροφόρησης και παραπληροφόρησης	90 λεπτά	1

B. Στην πράξη

Διάλεξη	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Άσκηση 1: Δείτε την Εικόνα 4 παραπάνω, η οποία εξηγεί τους τύπους σκόπιμης παραπληροφόρησης και παραπληροφόρησης. Εργαστείτε σε ζεύγη ή μικρές ομάδες και δώστε παραδείγματα που εντάσσονται σε αυτές τις κατηγορίες.	45 λεπτά	2
Άσκηση 2: Εξετάστε την Εικόνα 1, που εξηγεί τις διαφορές μεταξύ της παραπληροφόρησης, της σκόπιμης παραπληροφόρησης και της κακόβουλης πληροφόρησης. Συμφωνείτε με αυτό; Τι λείπει; Υπάρχει κάτι που θα αμφισβητούσατε;	45 λεπτά	3



Προτεινόμενη Εργασία

Δημιουργήστε ένα εικονογραφημένο σενάριο (storyboard)²⁰ για ένα επεξηγηματικό βίντεο που θα μπορούσε να προβάλει σε περίοπτη θέση μία εταιρεία μέσω κοινωνικής δικτύωσης για να εκπαιδεύσει τους χρήστες της σχετικά με το τι πρέπει να προσέχουν όταν καταναλώνουν πληροφορίες στον ιστοχώρο. Οι συμμετέχουσες μπορούν να συμπεριλάβουν παραδείγματα σκόπιμης και μη παραπληροφόρησης που συνάντησαν σε αυτή την ενότητα για να επισημάνουν τους κινδύνους που ελλοχεύουν στην απλή πρακτική του “like”, της κοινοποίησης (“sharing”) και του σχολιασμού σε αναρτήσεις για τις οποίες η αναγνώστριά δεν έχει εξακριβώσει αν είναι αληθείς ή όχι. Ένα απλό εργαλείο δημιουργίας storyboard υπάρχει εδώ: <http://www.storyboardthat.com/>.



Πόροι

Διαφάνειες: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf



Βιβλιογραφία

- Berger, G. (2017). Fake news and the future of professional and ethical journalism. Παρουσίαση στο συνέδριο που οργανώθηκε από το Joint Extremism/Digital Europe Working Group Conference του Ευρωκοινοβουλίου στις 6 Σεπτεμβρίου 2017, https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf
- Busby, M., Khan, I. & Watling, E. (2017). Types of Misinformation During the UK Election, First Draft News, διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/>
- Guy, H. (2017). Why we need to understand misinformation through visuals, First Draft News, διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.org/latest/understanding-visual-misinfo/>
- Karlova, N.A. & Fisher, K.E. (2012). “Plz RT”: A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. Πρακτικά του ISIC2012 (Τόκιο), διαθέσιμο στο: https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf

20

Σημείωση: Το εικονογραφημένο σενάριο (storyboard) είναι μια δημιουργική διαδικασία σχεδίασης που χρησιμοποιείται στη διαφήμιση, τον κινηματογράφο, την παραγωγή ντοκιμαντέρ και τη δημοσιογραφία και παρουσιάζει καρέ-καρέ μια εικονογραφική αναπαράσταση της ροής του περιεχομένου κειμένου, βίντεο ή ήχου.

Silverman, C. (2017). This is How your Hyperpartisan Political News Get Made, Buzz Feed News, διαθέσιμο στο: <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?>

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017). Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making. Council of Europe, διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.org/latest/coe-report/>

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017). One year on, we're still not recognizing the complexity of information disorder online, First Draft News, διαθέσιμο στο: https://firstdraftnews.org/latest/coe_infodisorder/

Zuckerman, E. (2017). Stop Saying Fake News, It's Not Helping, My Heart's in Accra, διαθέσιμο στο: <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>

**Ο ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ
ΤΩΝ ΕΙΔΗΣΕΩΝ: ΨΗΦΙΑΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ,
ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΚΑΙ
Η ΕΞΑΠΛΩΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
ΚΑΙ ΤΗΣ ΣΚΟΠΙΜΗΣ ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**

της Julie Posetti



ΕΝΟΤΗΤΑ 3



Σύνοψη

Η ψηφιακή εποχή έχει χαρακτηριστεί «η χρυσή περίοδος της δημοσιογραφίας».¹ Πράγματι, η ψηφιακή εποχή καθιστά δυνατή την πρόσβαση σε αχανείς βάσεις δεδομένων που οδηγούν σε πρωτοποριακή ερευνητική δημοσιογραφία,² στη δημιουργία νέων προτύπων διασυνοριακής συνεργατικής παραγωγής ειδήσεων και σε πολύτιμες συλλογές γνώσης και ποικίλες πηγές. Την ίδια στιγμή θέτει μια σειρά από πρωτοφανείς προκλήσεις άνευ προηγουμένου και επιφέρει σημαντικές διαρθρωτικές αλλαγές στη βιομηχανία των ειδήσεων. Η δημοσιογραφία «δέχεται επίθεση»³ και είναι αντιμέτωπη με μια «απόλυτη ηλεκτρονική καταιγίδα» από συγκλίνουσες πιέσεις που τροφοδοτούν την «πληροφοριακή αταξία».⁴ Σε αυτές περιλαμβάνονται:

- ▶ Η προπαγάνδα μέσω της χρήσης υπολογιστικών μεθόδων⁵ και η χρήση «της δυσπιστίας ως όπλου»⁶
- ▶ Η ψηφιακή αποδιοργάνωση της διαφήμισης που επιφέρει την κατάρρευση του παραδοσιακού επιχειρηματικού μοντέλου των μέσων ενημέρωσης και μαζική ανεργία⁷
- ▶ Η αποτυχία της ψηφιακής διαφήμισης να αντικαταστήσει την έντυπη διαφήμιση και να υποστηρίξει τη δημοσιογραφία (η Google και το Facebook είναι αυτοί που ωφελούνται πλέον περισσότερο από τις πωλήσεις των ψηφιακών διαφημίσεων)
- ▶ Η ψηφιακή σύγκλιση που μετασχηματίζει τις διαδικασίες ανάθεσης, παραγωγής, δημοσίευσης και διανομής περιεχομένου, αυξάνοντας σημαντικά

-
- 1 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age*. UNESCO, Paris. σελ. 104. Διαθέσιμο στο <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000248054> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020] (με αναφορά στον ICIJ Director, Gerard Ryle).
- 2 Obermayer, B. & Obermaier, F. (2016). *The Panama Papers: Breaking the story of how the rich and powerful hide their money*. One World, London.
- 3 UNESCO (2018). *World Trends in Freedom of Expression and Media Development 2017/2018*. UNESCO, Paris. Διαθέσιμο στο <https://en.unesco.org/world-media-trends> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 4 Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Council of Europe, ό.π. Σημείωση: η βιντεοσκόπηση μιας συζήτησης στο πλαίσιο ενός πάνελ του Διεθνούς Φεστιβάλ Δημοσιογραφίας το 2018, που συγκάλεσε η συγγραφέας της ενότητας, είναι μια πηγή που οι εκπαιδευτές μπορούν να χρησιμοποιήσουν επικοινωνιακά για τη συγκεκριμένη ενότητα. Διαθέσιμο στο <https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fake-news-to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]
- 5 Clarke, R. & Gyemisi, B. (2017). Digging up facts about fake news: The Computational Propaganda Project. OECD. <https://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 6 UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter "fake news"*. UNESCO, Paris. Διαθέσιμο στο <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 7 Kollwe, J. (2017). Google and Facebook bring in one-fifth of global ad revenue. *The Guardian*, 2 Μαΐου 2017. Διαθέσιμο στο <https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

την πίεση των προθεσμιών και οδηγώντας σε πρόσθετες απώλειες θέσεων εργασίας

- ▶ Η στοχευμένη διαδικτυακή παρενόχληση των δημοσιογράφων (κυρίως γυναικών), των πηγών και του κοινού τους⁸
- ▶ Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης που φέρνουν το κοινό στο προσκήνιο κατά τη διαδικασία εύρεσης και διανομής περιεχομένου,⁹ καθιστώντας τους συνεργάτες στην παραγωγή των ειδήσεων (κάτι το οποίο προσφέρει πολλά οφέλη αλλά ταυτόχρονα αποσταθεροποιεί την εξουσία του πυλωρού των καθιερωμένων μέσων ενημέρωσης και έχει επιπτώσεις στα πρότυπα επαλήθευσης)¹⁰
- ▶ Οι προσδοκίες του κοινού για «κατά παραγγελία» ειδήσεις, για παράδοσή τους σε κινητά τηλέφωνα και για εμπλοκή τους σε πραγματικό χρόνο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που αυξάνουν περαιτέρω την πίεση στις επαγγελματίες των ειδήσεων, οι οποίες αντιμετωπίζουν μείωση των πόρων τους σε έναν ατέρμονο ειδησεογραφικό κύκλο
- ▶ Οι δημοσιογραφικοί οργανισμοί που πασχίζουν να διατηρήσουν το κοινό τους τη στιγμή που οι όποιοι περιορισμοί στη δημοσίευση αίρονται, δίνοντας τη δυνατότητα σε κάθε άτομο ή οντότητα να δημιουργεί περιεχόμενο, παρακάμπτοντας τους παραδοσιακούς πυλωρούς της ενημέρωσης, και να διεκδικεί την προσοχή του κοινού – συμπεριλαμβανομένων ισχυρών πολιτικών παραγόντων που επιδιώκουν να υπονομεύσουν την αξιοπιστία της κριτικής δημοσιογραφίας¹¹
- ▶ Η περιορισμένη επίδραση και κερδοφορία των πολυάριθμων αποκλειστικά ψηφιακών αναφυόμενων επιχειρήσεων μέσων ενημέρωσης που καλύπτουν το κενό που δημιουργείται από την υποχώρηση των εφημερίδων
- ▶ Η διάβρωση της εμπιστοσύνης στη δημοσιογραφία και τα θεσμοθετημένα μέσα επικοινωνίας που επιφέρει περαιτέρω διαφυγή του κοινού, μειώνοντας

8 Βλ. Ενότητα 7.

9 Nielsen, R.K. & Schroeder, C.K. (2014). The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding and Engaging With News. *Digital Journalism*, 2(4), <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

10 Posetti, J. & Silverman, C. (2014). When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification. In Posetti (Ed), *Trends in Newsrooms 2014* (WAN-IFRA, Paris).

11 Cadwalladr, C. (2017). Trump, Assange, Bannon, Farage... bound together in an unholy alliance, *The Guardian*, 28 Οκτωβρίου 2017. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

τα εναπομείναντα κέρδη και ενισχύοντας την εξάπλωση της «πληροφοριακής αταξίας»

Ως αποτέλεσμα αυτών των πιέσεων, τα όρια ανάμεσα σε ενημέρωση, ψυχαγωγία, διαφήμιση, κατασκευασμένη είδηση και μυθοπλασία γίνονται όλο και πιο δυσδιάκριτα. Ταυτόχρονα, η δημοσίευση παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη – η οποία διαχέεται ευρέως στο πλαίσιο του συστήματος αναδιανομής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που βασίζεται στον ομότιμο διαμοιρασμό – είναι εξαιρετικά δύσκολο να αναχαιτιστεί ακόμα και όταν αποκαλύπτεται και καταρρίπτεται από δημοσιογράφους και άλλους επαληθευτές ειδήσεων.

Η ενότητα αυτή θα ενημερώσει τις συμμετέχουσες για το πώς η κατάρρευση πολλών επιχειρηματικών μοντέλων των εμπορικών ειδησεογραφικών οργανισμών στην ψηφιακή εποχή, σε συνδυασμό με τις διαδικασίες ψηφιακού μετασχηματισμού τους και την έλευση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, έχουν καταστήσει δυνατή την εδραίωση και την ευρεία διάχυση της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη.¹² Επίσης, θα δώσει τη δυνατότητα στις συμμετέχουσες να αναλύσουν κριτικά με ποιους τρόπους οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί αντιμετωπίζουν την «πληροφοριακή αταξία». Επιπρόσθετα, θα παρουσιάσει στις συμμετέχουσες νέες, καλές πρακτικές της βιομηχανίας των μέσων ενημέρωσης για την αποτελεσματική διαχείριση του προβλήματος.



Περιγραμμά

Διάκριση θεμάτων

Διαρθρωτικά αίτια της «πληροφοριακής αταξίας» και οι επιπτώσεις τους στη βιομηχανία των ειδήσεων

i) Κατάρρευση παραδοσιακών επιχειρηματικών μοντέλων

Η ταχεία συρρίκνωση των εσόδων από την παραδοσιακή διαφήμιση – το μοντέλο χρηματοδότησης που συντηρούσε την εμπορική δημοσιογραφία για σχεδόν δύο αιώνες – και η αποτυχία της ψηφιακής διαφήμισης να αποφέρει επαρκή κέρδη έχουν οδηγήσει σε μια περίοδο επιτακτικού πειραματισμού για να καταστεί η δημοσιογραφική επιχείρηση βιώσιμη. Παρόλα αυτά, η κατάρρευση της βιομηχανίας των ειδήσεων έχει επιταχυνθεί, με την κατακόρυφη ύφεση των εφημερίδων, τις ριζικές αναδιαρθρώσεις και τις μαζικές απολύσεις να αποτελούν πλέον συνήθη πρακτική στις αίθουσες σύνταξης στην ψηφιακή εποχή. Η αλλαγή των συμπεριφορών στην κατανάλωση των μέσων και ο πολλαπλασιασμός των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, παράλληλα με την έλευση των οικονομικά προσιτών έξυπνων κινητών (smart phones) και των λειτουργικών εφαρμογών τους, σηματοδοτούν επίσης τη φυγή του κοινού από τα παραδοσιακά

ειδησεογραφικά προϊόντα προς πρακτικές ομότιμου διαμοιρασμού των πληροφοριών, προκαλώντας περαιτέρω οικονομική αφαίμαξη των μέσων.

Οι επιπτώσεις που σχετίζονται με την «πληροφοριακή αταξία» περιλαμβάνουν:

- ▶ Μείωση των πόρων στις αίθουσες σύνταξης (προσωπικού και χρημάτων), που οδηγεί σε λιγότερο εξονυχιστικό έλεγχο των πηγών και των πληροφοριών και λιγότερη επιτόπια έρευνα για ένα γεγονός
- ▶ Αυξημένη πίεση χρόνου (προθεσμίες) σε συνδυασμό με περιορισμό των διαδικασιών ποιοτικού ελέγχου και περικοπή θέσεων εργασίας, ενώ η ζήτηση για ταχεία παραγωγή περιεχομένου συνεχίζεται αμείωτη προκειμένου να τροφοδοτηθούν ιστοσελίδες και κανάλια μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- ▶ Περιορισμένος χρόνος και λιγότεροι πόροι για «διασφάλιση ελέγχων» (συμπεριλαμβανομένων αυτών που διατίθενται για την επαλήθευση και επιμέλεια των κειμένων)
- ▶ Υπερβολική εξάρτηση από ανεπαρκώς προσδιορισμένη, αλλά προσοδοφόρα, «εγγενή διαφήμιση»¹³ και από τίτλους που λειτουργούν ως «δόλωμα» (“click-bait”), που απειλούν με περαιτέρω διάβρωση της εμπιστοσύνης του κοινού

ii) Ψηφιακός μετασχηματισμός των ειδησεογραφικών οργανισμών και της αφήγησης

Η μετάβαση στην ψηφιακή εποχή κατά την πρώτη δεκαετία της δεύτερης χιλιετίας προκάλεσε σοκ σε μεγάλο μέρος του κόσμου των μέσων ενημέρωσης,¹⁴ διαταράσσοντας πρότυπα και διαδικασίες παραγωγής, διανομής και κατανάλωσης των ειδήσεων, θέτοντας πρωτοφανείς ευκαιρίες και προκλήσεις ταυτόχρονα. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός της βιομηχανίας των ειδήσεων και της τέχνης της δημοσιογραφίας εκλαμβάνεται στις μέρες μας ως μια αδιάκοπη διαδικασία που καθορίζεται ταυτόχρονα από μεταβολές στις συμπεριφορές του κοινού (π.χ. ομότιμη διανομή περιεχομένου, «κατά παραγγελία» πρόσβαση σε περιεχόμενο) και τεχνολογικές αλλαγές (όπως η έλευση των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, της Εικονικής Πραγματικότητας,

¹³ «Εγγενής Διαφήμιση» (“Native Advertising”) είναι όρος που χρησιμοποιείται στη βιομηχανία των μέσων ενημέρωσης και αναφέρεται σε πληρωμένο περιεχόμενο που «μιμείται» το ρεπορτάζ. Θεωρείται δεοντολογικό να δηλώνεται ευκρινώς όταν το περιεχόμενο είναι πληρωμένο, ωστόσο ο φόβος ότι μια τέτοια πρακτική θα αποτρέψει τους αναγνώστες έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη διαφάνειας σε ορισμένες περιπτώσεις.

¹⁴ Nielsen, R.K. (2012). The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

της Τεχνητής Νοημοσύνης και της αυξανόμενης πρόσβασης σε έξυπνα τηλέφωνα). Το αποτέλεσμα είναι να καθίσταται αναγκαία η διαρκής ανάπτυξη των ψηφιακών¹⁵ ικανοτήτων.

Οι επιπτώσεις που σχετίζονται με την «πληροφοριακή αταξία» περιλαμβάνουν:

- ▶ Σύγκλιση των μέσων: πολλές δημοσιογράφοι είναι τώρα υποχρεωμένες να παράγουν περιεχόμενο για πολλαπλές πλατφόρμες ταυτόχρονα (από φορητές συσκευές μέχρι έντυπες εκδόσεις), περιορίζοντας περαιτέρω τον διαθέσιμο χρόνο για πρωτογενές ερευνητικό ρεπορτάζ, σε αντιδιαστολή με διεκπεραιωτικές μορφές ρεπορτάζ, όπως η αναπαραγωγή περιεχομένου από προϊόντα δημοσίων σχέσεων, χωρίς εξονυχιστικό έλεγχο
- ▶ Οι ρεπόρτερ καλούνται ολοένα και περισσότερο να επιμελούνται και να δημοσιεύουν το περιεχόμενό τους δίχως τον απαραίτητο έλεγχο¹⁶
- ▶ Οι προθεσμίες για την παραγωγή ειδήσεων πρώτα σε ψηφιακή μορφή είναι πλέον αμείλικτες – μεγιστοποιώντας τον κίνδυνο σφαλμάτων
- ▶ Η δημοσίευση πρώτα στα κοινωνικά δίκτυα είναι κοινή πρακτική, με τις δημοσιογράφους να αναρτούν τις ειδήσεις στους ατομικούς τους λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή/και σε αυτούς των δημοσιογραφικών οργανισμών προκειμένου να καλύψουν τη ζήτηση του κοινού για ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο. Σχετικές πρακτικές περιλαμβάνουν ζωντανή μετάδοση μέσω tweets (“live tweeting”), ανάρτηση βίντεο στο Facebook (“Facebook Live” videos) και άλλες δημοσιογραφικές ενέργειες που δεν υπόκεινται απαραίτητως σε επίβλεψη συντακτικής ομάδας (όπως στην περίπτωση της τηλεοπτικής ζωντανής μετάδοσης) και οι οποίες καλλιεργούν τη νοοτροπία του «δημοσιεύστε πρώτα, ελέγξτε αργότερα»
- ▶ Ιδιαίτερη βαρύτητα σε υποτυπώδη στατιστικά στοιχεία που επικεντρώνονται στον αριθμό των κλικ σε ένα άρθρο και στον αριθμό μοναδικών επισκεπτών - αντί της μέτρησης των «λεπτών προσοχής» και του «χρόνου παραμονής» τους (που αποτελούν πιο χρήσιμους δείκτες για τη δημοσιογραφική είδηση μεγάλης έκτασης και την ποιοτική δημοσιογραφία). Τα στατιστικά στοιχεία αυτά χρησιμοποιούνται για να δικαιολογήσουν υψηλότερες τιμές για την ολοένα και πιο σπάνια και χαμηλής διαβάθμισης ψηφιακή διαφήμιση

15 Για λεπτομερή ανάλυση των τάσεων των ψηφιακών μέσων σε διεθνές επίπεδο, βλ. Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ) Digital News Report. Η έκδοση για το έτος 2018 είναι διαθέσιμη στο: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2018/overview-key-findings-2018>.

16 Βλ. τη μελέτη περίπτωσης: Australian Community Media (ACM) - Robin, M. (2014). Who needs subs? Fairfax turns to reporter-only model. *Crikey*. <https://www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]. (Σημείωση: Η μέθοδος αυτή είναι εδραιωμένη πλέον στις περιφερειακές, αγροτικές και κοινοτικές εκδόσεις της Fairfax Media).

- ▶ Τακτικές δελεασμού (clickbait) (υπό την έννοια της χρήσης παραπλανητικών τίτλων για να προσελκύσουν αναγνώστριες να κάνουν κλικ σε συνδέσμους, με δόλια μέσα) που έχουν σχεδιαστεί για να αυξάνουν την επισκεψιμότητα αλλά έχουν ως αποτέλεσμα τη διάβρωση της εμπιστοσύνης στην επαγγελματική δημοσιογραφία
- ▶ Επιδίωξη της «ευρείας διάχυσης» (virality) σε βάρος της ποιότητας και της ακρίβειας. Αυτό είναι ένα πρόβλημα που ενδέχεται να οξυνθεί από τη «μηχανική μάθηση»
- ▶ Αύξηση μονάδων διασταύρωσης πληροφοριών στις αίθουσες σύνταξης, αποτέλεσμα επίσης σχετικών προγραμμάτων ανάπτυξης των μέσων επικοινωνίας

iii) Ευρεία διάχυση (virality): πώς η (σκόπιμη) παραπληροφόρηση εξαπλώνεται ταχύτατα στο νέο οικοσύστημα ειδήσεων

α) Η άνοδος του κοινού

Η ψηφιακή εποχή εξάλειψε τους φραγμούς στη δημοσίευση¹⁷ και σηματοδότησε «τη μεταφορά των εργαλείων παραγωγής στα χέρια των ανθρώπων που μέχρι πρότινος ήταν γνωστοί ως το κοινό»,¹⁸ οι οποίοι έγιναν συμπαραγωγοί περιεχομένου και στο πεδίο των ειδήσεων – μια διαδικασία και πρακτική η οποία έχει αποδοθεί ως «παρανάλωση»¹⁹ (produsage).²⁰

Αρχικά δημιουργήθηκαν ακροατήρια μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και δωματίων συνομιλίας (chat-rooms), ενώ στη συνέχεια η έλευση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αύξησε κατακόρυφα την εμβέλειά τους.

β) Η άφιξη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Σε πολλές χώρες από τα τέλη της δεκαετίας του 2000, το Twitter και το Facebook αποτέλεσαν, μαζί με το YouTube, τους στυλοβάτες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, επηρεάζοντας τις πρακτικές και τις επαγγελματικές ταυτότητες των δημοσιογράφων (ιδίως αναφορικά με την επαλήθευση, την εμπλοκή του κοινού και τη σύγκρουση μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων σφαιρών που λαμβάνει χώρα στις πλατφόρμες

17 Gillmor, D. (2004). *We, the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People* (O'Reilly). <http://www.authorama.com/book/we-the-media.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

18 Rosen, J. (2006). The People Formerly Known as the Audience, PressThink blog (27 Ιουνίου 2006). http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

19 Σημείωση των επιμελητών της ελληνικής έκδοσης: Ο όρος είναι συγκερασμός των όρων “παραγωγή” και “κατανάλωση” (ειδήσεων).

20 Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang, New York. See also: Bruns, A. (2006). *Collaborative Online News Production*. Peter Lang, New York.

κοινωνικής δικτύωσης)²¹ καθώς επίσης τη διανομή περιεχομένου. Καθώς τα άτομα σχημάτισαν δίκτυα που οικοδομήθηκαν γύρω από την εμπιστοσύνη, η ομότιμη διανομή περιεχομένου (κυρίως στο Facebook) άρχισε να αμφισβητεί τις παραδοσιακές μεθόδους διάδοσής του.

Οι χρήστες επιμελήθηκαν δικές τους ροές περιεχομένου – συμπεριλαμβανομένου εκείνου από ειδησεογραφικές υπηρεσίες, δημοσιογράφους και άλλους αξιόπιστους παρόχους πληροφοριών – δίχως διαμεσολάβηση. Ως αποτέλεσμα της διανομής διαμέσου «δικτύων εμπιστοσύνης» (χρηστών και ομοτίμων), το ανακριβές, ψευδές, κακόβουλο και προπαγανδιστικό περιεχόμενο μασκαρεμένο σε είδηση έχει γίνει ιδιαίτερα δημοφιλές. Ερευνητές έχουν επισημάνει ότι τόσο το συγκινησιακό περιεχόμενο όσο και αυτό που κοινοποιείται από έναν φίλο ή συγγενικό πρόσωπο είναι πιθανότερο να αναδιανεμηθεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.²² Ενώ για τις δημοσιογράφους και τους δημοσιογραφικούς οργανισμούς είναι απαραίτητη η παρουσία τους σε αυτές τις πλατφόρμες για τους σκοπούς της συλλογής ειδήσεων, της εμπλοκής του κοινού και της διανομής του περιεχομένου (έπρεπε να βρίσκονται εκεί όπου το κοινό τους δραστηριοποιείται), αναπτύχθηκαν και «θύλακες φιλτραρίσματος» (“filter bubbles”)²³ ή «θάλαμοι αντήχησης» (“echo chambers”)²⁴ (ακόμα και αν αυτοί δεν είναι τόσο ερμητικά κλειστοί ή μονωμένοι όσο συνήθως θεωρείται).

Σε κάθε περίπτωση, περιόρισαν την έκθεση πολλών χρηστών σε εναλλακτικές απόψεις και επαληθευμένες πληροφορίες, μια εξέλιξη που έχει πολλαπλασιάσει τους κινδύνους που σχετίζονται με την «πληροφοριακή αταξία».

Στα οφέλη της δημοσιογραφίας του δικτυωμένου κοινού περιλαμβάνονται η αξιοποίηση πόρων του πλήθους (crowdsourcing) από διάφορες πηγές, η δυνατότητα συνεργατικής επαλήθευσης πληροφοριών²⁵ (χρήσιμη για τη διόρθωση σφαλμάτων, την αποκάλυψη και κατάρριψη της σκόπιμης παραπληροφόρησης και την αποτροπή κακόβουλων δρώντων) και η δημιουργία πιστού κοινού (υποστηριζόμενη από την άμεση επαφή μεταξύ δημοσιογράφων και καταναλωτών ειδήσεων).²⁶ Επίσης, το κοινό

21 Posetti, J. (2009). Transforming Journalism...140 Characters at a Time Rhodes. *Journalism Review* 29, Σεπτέμβριος 2009. <https://journals.co.za/content/rujr/2009/29/EJC139930> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

22 Bakir, V. & McStay, A. (2017). Fake News and the Economy of Emotions. *Digital Journalism* (Taylor and Francis) Ιούλιος, 2017. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1345645> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

23 Σημείωση: οι «θύλακες φιλτραρίσματος» (filter bubbles) αφορούν την τροφοδότηση των χρηστών με πληροφορίες που τους αρέσουν ή με τις οποίες συμφωνούν, ως αποτέλεσμα της λειτουργίας των αλγόριθμων που προσωποποιούν το περιεχόμενο, πρβ. Pariser, E. (2012). *The Filter Bubble*. Penguin and Random House, New York.

24 Οι «θάλαμοι αντήχησης» («echo chambers») αναφέρονται στο φαινόμενο της «προκατάληψης αυτοεπιβεβαίωσης» των ομοϊδεατών στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης – βλ. Ενότητα 5 για εκτενή αναφορά στην «προκατάληψη αυτοεπιβεβαίωσης».

25 Garcia de Torres, E. (2017). The Social Reporter in Action: An Analysis of the Practice and Discourse of Andy Carvin. *Journalism Practice*, 11(2-3). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17512786.2016.1245110> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

26 Posetti, J. (2010). Aussie #Spill Breaks Down Barriers Between Journalists, Audience PBS Mediashift, 24 Μαΐου, 2010. <https://researchprofiles.canberra.edu.au/en/publications/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

εξουσιοδοτείται να «αντιμιλήσει» προκειμένου να επισημάνει λάθη στην καταγραφή της είδησης ή να συνδράμει, συνεργατικά, στη δημοσιογραφική έρευνα. Η δικτυωμένη δημόσια σφαίρα επιτρέπει σε δημοσιογράφους και κοινό να παρακάμπτουν πρακτικές αυθαιρεσίας και λογοκρισίας (π.χ. διάφορα επίπεδα χειραγώγησης της κοινής γνώμης), που καταπνίγουν την πρόσβαση στην πληροφορία και τις ανοιχτές κοινωνίες.

Η επικοινωνία των δημοσιογράφων με το κοινό και με τις πηγές πληροφοριών διαμέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης συνιστά επίσης ένα νέο αξιοσημείωτο χαρακτηριστικό των πλαισίων λογοδοσίας που ενισχύει τη λειτουργία της αυτορύθμισης. Η αλληλεπίδραση αυτή επιτρέπει στις δημοσιογράφους να ανταποκρίνονται δημόσια και τάχιστα στην έγκυρη κριτική της δουλειάς τους, να διορθώνουν λάθη άμεσα και να ενισχύουν τη διαφάνεια της δημοσιογραφικής πρακτικής «κάνοντας είδηση την ίδια τη διαδικασία της δημοσιογραφίας».²⁷

Οι αρνητικές επιπτώσεις περιλαμβάνουν:

- ▶ αυξημένη πιθανότητα σκόπιμης και μη παραπληροφόρησης που διαχέεται ευρέως καθώς η διανομή της πολλαπλασιάζεται μέσω «δικτύων εμπιστοσύνης»²⁸ και συναισθηματικών αντιδράσεων (που ενεργοποιούνται, για παράδειγμα, στο πλαίσιο της προκατάληψης αυτοεπιβεβαίωσης) (βλ. Ενότητα 5)
- ▶ τη δυνατότητα των κυβερνήσεων και άλλων οργανισμών να παρακάμπτουν τη συστηματική διερεύνηση και επαλήθευση της δημοσιογραφίας, «απευθυνόμενοι κατευθείαν στο κοινό» για να αποφύγουν τον εξονυχιστικό έλεγχο. Υπάρχουν ενδείξεις αυξημένης χειραγώγησης της δύναμης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από εκείνους που επιδιώκουν να επηρεάσουν εκλογικά αποτελέσματα και τη δημόσια πολιτική²⁹
- ▶ οι εντυπωσιοθηρικές πληροφορίες έχουν περισσότερες πιθανότητες να κοινοποιηθούν σε άλλους χρήστες³⁰

27 Posetti, J. (2013). The “Twitterisation” of investigative journalism in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (σελ. 88-100): Oxford University Press. Διαθέσιμο στο: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers>.

28 Τα «δίκτυα εμπιστοσύνης» είναι δίκτυα ατόμων που μοιράζονται πληροφορίες στο διαδίκτυο στη βάση σχέσεων εμπιστοσύνης (π.χ. οικογένεια και ομάδες φίλων) με αδιαμεσολάβητο τρόπο, μεταξύ ομότιμων χρηστών (peer-to-peer). Έρευνες έχουν δείξει επανειλημμένα ότι οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν την τάση να κοινοποιούν πληροφορίες που προέρχονται από τέτοια «δίκτυα εμπιστοσύνης», ανεξαρτήτως αν αυτές είναι ακριβείς ή διασταυρωμένες.

29 Freedom House (2017). Freedom of the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy. Freedom House. <https://freedomhouse.org/article/new-report-freedom-net-2017-manipulating-social-media-undermine-democracy> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]. Βλ. επίσης Cadwalladr, C. (2018). I made Steve Bannon’s Psychological Warfare Tool: Meet the data war whistleblower, *The Guardian/Observer*, <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/data-war-whistleblower-christopher-wylie-facebook-nix-bannon-trump> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

30 Kalsnes, B. & Larsson, O.A. (2017). Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter, *Journalism Studies* (Taylor and Francis), Μάρτιος 2017. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686>

- ▶ τη δυσκολία ανάσχεσης ή διόρθωσης της παραπληροφόρησης, σκόπιμης ή μη, από τη στιγμή που αυτή διαχέεται ευρέως – όσο εκτεταμένη και να είναι η αποκάλυψη και κατάρριψη ενός ψεύδους μέσω σχετικών ρεπορτάζ δεν μπορεί να εξαλείψει πλήρως την επίδραση μιας κατασκευασμένης είδησης, ενός κακόβουλου meme, ενός προπαγανδιστικού βίντεο που μασκαρεύεται ως είδηση ή μιας εσφαλμένης αναφοράς που δεν έχει διασταυρωθεί.
- ▶ η απαίτηση για άμεση δημοσίευση στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να οδηγήσει σε ακούσια κοινοποίηση παραπληροφόρησης, σκόπιμης ή μη, ή υλικού που προέρχεται από αναληθείς πηγές³¹
- ▶ το χαμηλό επίπεδο τόσο της παιδείας στα μέσα και την πληροφορία όσο και των δεξιοτήτων επαλήθευσης ευρύτερα στην κοινωνία. Αυτό σημαίνει ότι σε πολλές περιπτώσεις οι καθημερινοί χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι επαρκώς καταρτισμένοι για να προσδιορίσουν αν το περιεχόμενο είναι αυθεντικό πριν το κοινοποιήσουν
- ▶ τον κίνδυνο υπονόμησης της ελευθερίας έκφρασης από το κράτος μέσω αδικαιολόγητης λογοκρισίας και διακοπής λειτουργίας των τηλεπικοινωνιών στο πλαίσιο αντιμετώπισης των επειγόντων ζητημάτων που περιγράφηκαν παραπάνω
- ▶ την ανάπτυξη «θυλάκων φιλτραρίσματος» που στη θεωρία επιβεβαιώνουν προκαταλήψεις και περιορίζουν την έκθεση σε έγκυρες, διασταυρωμένες πληροφορίες
- ▶ τον κίνδυνο η χαμηλής ποιότητας δημοσιογραφία να μειώσει περαιτέρω τον σεβασμό του κοινού για το επάγγελμα και να νομιμοποιήσει επιθέσεις κατά δημοσιογραφικών οργανισμών από όσους επιδιώκουν να φιμώσουν τους επικριτές τους
- ▶ τον κίνδυνο πρόκλησης σύγχυσης στο κοινό σχετικά με το τι συνιστά είδηση, σε αντιδιαστολή με τη (σκόπιμη) παραπληροφόρηση που μασκαρεύεται ως είδηση³²

31 Posetti, J. (2009). Rules of Engagement for Journalists on Twitter PBS Mediashift, 19 Ιουνίου 2009. <http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

32 Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). "News you don't believe": Audience Perspectives on Fake News Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet (RISJ, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- την ελλιπή προετοιμασία στις αίθουσες σύνταξης για την αντιμετώπιση της (σκόπιμης) παραπληροφόρησης και την αναγκαιότητα οι ομάδες σύνταξης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να αναπτύξουν επικαιροποιημένες στρατηγικές για να καταπολεμήσουν αποτελεσματικότερα το πρόβλημα³³

γ) Η άνοδος των πλατφορμών

Η αρχισυντάκτρια της εφημερίδας Guardian, Katherine Viner, εκτιμά ότι «το Facebook έχει εξελιχθεί στον πιο πλούσιο και ισχυρό εκδότη στην ιστορία αντικαθιστώντας τις συντάκτριες με αλγόριθμους».³⁴ Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης έχουν χαιρετιστεί ως «οι νέοι πυλωροί της ενημέρωσης»,³⁵ αν και παραμένουν απρόθυμοι να αναλάβουν την ευθύνη για συνήθεις αβλεψίες στο δημοσιευμένο υλικό – συμπεριλαμβανομένης της επαλήθευσης και επιμέλειας – ενώ από την άλλη πλευρά λογοκρίνουν περιεχόμενο κατά τρόπο που υπονομεύει την ελευθερία των μέσων ενημέρωσης.³⁶ Οι προσπάθειες των πλατφορμών να αντιμετωπίσουν τα ζητήματα παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, εξελίσσονται γοργά, αλλά η αδυναμία τους α) να ανταποκριθούν επαρκώς σε διεθνές επίπεδο σε αυτές τις προκλήσεις και β) να αναλάβουν ευθύνη εκδότη για τις επιπτώσεις στην κοινωνία και τη δημοκρατία, ενέχει τον κίνδυνο μετατροπής τους σε εργοστάσια «πληροφοριακής αταξίας» και διαδικτυακής κατάχρησης.³⁷

Η λειτουργία του αλγόριθμου του Facebook στη διάδοση των ειδήσεων και την εξάπλωση της σκόπιμης παραπληροφόρησης, ιδίως στις αναπτυσσόμενες χώρες, βρίσκεται υπό συνεχή εξονυχιστικό έλεγχο από το 2016,³⁸ ιδιαίτερα όσον αφορά την προπαγάνδα μέσω υπολογιστικών μεθόδων, γεγονός που έχει επιπτώσεις σε ένα ευρύ φάσμα ανοιχτών πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης.³⁹ Ωστόσο, έπειτα από τις αρχικές δεσμεύσεις και δράσεις για την αντιμετώπιση της κρίσης, σε συνεργασία με ειδησεογραφικούς οργανισμούς και ακαδημαϊκούς στο πεδίο της δημοσιογραφίας (συμπεριλαμβανομένων ενεργειών να διατηρηθεί στο προσκήνιο το αξιόπιστο

33 Elizabeth, J. (2017). After a Decade, It's Time to Reinvent Social Media in Newsrooms, American Press Institute <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

34 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis, *The Guardian*, 17 Νοεμβρίου, 2017. <https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

35 Bell, E. & Owen, T. (2017). The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism, Tow Center for Digital Journalism. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

36 Hindustan Times (2016). Facebook Says Will Learn From Mistake Over Vietnam Photo. <https://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6lKgmwalGZeKlyN.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

37 Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment, *The Conversation*, 29 Ιουνίου 2017. <https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

38 Finkel, Casey & Mazur (2018). [ό.π.]

39 Grimme, C., Preuss, M., Adam, L. & Trautmann, H. (2017). Social Bots: Human-Like by Means of Human Control? *Big Data* 5(4) <https://arxiv.org/abs/1706.07624> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

περιεχόμενο και να επισημαίνονται τα ψευδή και παραπλανητικά δημοσιεύματα), το Facebook οπισθοχώρησε τον Ιανουάριο του 2018.⁴⁰ Είναι πολύ πιθανό να έχουμε μια στροφή από ανοιχτά σε πιο κλειστά, ως προς την εμπλοκή του κοινού, συστήματα μέσω κοινωνικής δικτύωσης, με μια σειρά νέων επιπλοκών για τη διάδοση των ειδήσεων και τη βιωσιμότητα της ποιοτικής δημοσιογραφίας. Υπάρχουν επίσης επιπρόσθετοι κίνδυνοι δημιουργίας θυλάκων φιλτραρίσματος και ευρείας διάχυσης της σκόπιμης παραπληροφόρησης.⁴¹ Οι κίνδυνοι έχουν να κάνουν και με τους αλγόριθμους των μηχανών αναζήτησης, για παράδειγμα της Google, που, όπως η εταιρία παραδέχτηκε στις αρχές του 2018, τείνουν να ενισχύουν την προκατάληψη της αυτοεπιβεβαίωσης. Τη στιγμή που γράφονται αυτές οι γραμμές, η Google είχε επισημάνει ότι εργάζεται για την επίλυση του προβλήματος: «Ποικίλες έγκυρες οπτικές γωνίες παρουσιάζονται συχνά στις δημοσιεύσεις και θέλουμε να παρέχουμε στους χρήστες ορατότητα και πρόσβαση στις οπτικές αυτές από πολλαπλές πηγές».⁴²

Συνέπειες της «πληροφοριακής αταξίας» για τη δημοσιογραφία και τη βιομηχανία των ειδήσεων:

- ▶ Περαιτέρω διάβρωση της εμπιστοσύνης στις ειδησεογραφικές εταιρίες, τη δημοσιογραφία και τους δημοσιογράφους που μεταδίδουν ανακριβείς, κατασκευασμένες, ή παραπλανητικές πληροφορίες
- ▶ Ανάμειξη της ποιοτικής είδησης με τη (σκόπιμη) παραπληροφόρηση και το ανεπαρκώς προσδιορισμένο εγγενές (επί πληρωμή) διαφημιστικό περιεχόμενο - σχεδιασμένο να μιμείται την είδηση, αυξάνοντας τη γενική δυσπιστία
- ▶ Περαιτέρω πιέσεις στο επιχειρηματικό μοντέλο της δημοσιογραφίας – το κοινό ενδέχεται να μην στρέφεται πλέον στους ειδησεογραφικούς οργανισμούς σε περιόδους κρίσης και καταστροφών με την προσδοκία να λάβει αξιόπιστη, διασταυρωμένη πληροφόρηση προς όφελος του δημόσιου συμφέροντος. Πρόκειται για το είδος εμπιστοσύνης που εδραιώνει την πίστη σε έναν επώνυμο οργανισμό, απαραίτητο για ένα βιώσιμο επιχειρηματικό μοντέλο ειδησεογραφίας.

40 Wang, S., Schmidt, C. & Hazard, O.L. (2018). Publishers claim they're taking Facebook's newsfeed changes in their stride - is the bloodletting still to come? NiemanLab. <https://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

41 Alaphillippe, A. (2018). Facebook's Newsfeed Changes Are Probably Going to be Great for Fake News, The Next Web. <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/18/facebook-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

42 Hao, K. (2018). Google is finally admitting it has a filter bubble problem, Quartz. <https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- ▶ Αποδυνάμωση του ρόλου των δημοσιογράφων ως φορέων που απαιτούν λογοδοσία (π.χ. μέσω της ερευνητικής δημοσιογραφίας), με πολλαπλές επιπτώσεις στην ευρύτερη κοινωνία
- ▶ Λήψη δραστικών μέτρων (που ενίοτε αιτιολογούνται ως απαραίτητα για την εξάλειψη των «ψευδών ειδήσεων») που υπονομεύουν την ελευθερία του Τύπου, την ελευθερία του λόγου και της έκφρασης, συμπεριλαμβανομένης της διακοπής λειτουργίας του διαδικτύου, της φραγής των πλατφορμών και της λογοκρισίας
- ▶ Κακόβουλη στοχοποίηση δημοσιογράφων (ιδίως γυναικών δημοσιογράφων) από δημαγωγούς σκόπιμης παραπληροφόρησης που χρησιμοποιούν διαδίκτυακή παρενόχληση ως μοχλό υπονόμευσης της κριτικής δημοσιογραφίας, παράλληλα με εσκεμμένες ενέργειες να παγιδεύσουν δημοσιογράφους σε διακίνηση σκόπιμης ή μη παραπληροφόρησης.⁴³

Αναδυόμενες πρακτικές στη βιομηχανία των ειδήσεων: πώς οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί διαχειρίζονται το ζήτημα των «ψευδών ειδήσεων» και πώς αντιμετωπίζουν την «πληροφοριακή αταξία»

Τα προβλήματα και οι κίνδυνοι που περιγράφονται παραπάνω απαιτούν επαγγελματική επαγρύπνηση, δεοντολογική δέσμευση, υψηλά πρότυπα συλλογής και επαλήθευσης πληροφοριών και πηγών (συμπεριλαμβανομένων μεθόδων συνεργατικής επαλήθευσης), παράλληλα με τη συστηματική αποκάλυψη και κατάρριψη ψεύδους, και δημιουργικά ρεπορτάζ σχετικά με αυτό το θέμα.

Παρακάτω θα βρείτε ορισμένα παραδείγματα εγχειρημάτων κάλυψης από ειδησεογραφικούς οργανισμούς και δημοσιογράφους, εμπλοκής του κοινού στην ειδησεογραφική παιδεία και στην αντιμετώπιση της (σκόπιμης) παραπληροφόρησης:

- ▶ Η χρήση των Instagram Stories από την εφημερίδα Guardian με σκοπό την καταπολέμηση της εξάπλωσης της σκόπιμης παραπληροφόρησης, με ειδικά σχεδιασμένα βίντεο που προάγουν την εμπλοκή των νεανικών ακροατηρίων <https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/> (βλ. επίσης: The Guardian's "Fake News" διαδραστικό κουίζ <http://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz>)
- ▶ Η ανάπτυξη προγραμμάτων ερευνητικής δημοσιογραφίας και ανάλυσης μεγάλων δεδομένων του ανεξάρτητου ειδησεογραφικού ιστοτόπου Rappler

για την αποκάλυψη προπαγανδιστικών δικτύων με ψεύτικους λογαριασμούς με μεγάλο αντίκτυπο στη δημοκρατία στις Φιλιππίνες:
<https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet>

- ▶ Το ιδιαίτερα επεξηγηματικό ρεπορτάζ της εφημερίδας New York Times, με προσέγγιση μελέτης περίπτωσης: <http://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html>
- ▶ Η δέσμευση του περιοδικού Columbia Journalism Review στην αναστοχαστική ανάλυση του ζητήματος της παραπληροφόρησης: http://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_trick_big-time_journalists.php
- ▶ Ο οδηγός για τους ρεπόρτερ της Αυστραλιανής έκδοσης της εφημερίδας Guardian για το πώς να αντιμετωπίζουν τους αρνητές της κλιματικής αλλαγής: <http://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected>
- ▶ Η συνεργασία δημοσιογράφων και ακαδημαϊκών στην Ιαπωνία για την αποκάλυψη και κατάρριψη της παραπληροφόρησης κατά τη διάρκεια των εθνικών εκλογών το 2017, στα πρότυπα του άκρως επιτυχημένου προεκλογικού παρατηρητηρίου CrossCheck στη Γαλλία την ίδια χρονιά: <https://www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake-news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/>
- ▶ Το Electionland στις ΗΠΑ είναι ένα ενδιαφέρον παράδειγμα συνεργασίας μεταξύ εκπαιδευτριών και φοιτητριών δημοσιογραφίας: <https://projects.propublica.org/electionland/>⁴⁴
- ▶ Η διεθνής ερευνητική δημοσιογραφική κάλυψη του σκανδάλου της Cambridge Analytica (με τη συμμετοχή των The Observer & The Guardian, Channel 4 News και The New York Times) και ο τρόπος με τον οποίο η Vox Media εξήγησε τη σύνθετη ιστορία στο κοινό της, παράγοντας γνώση που ενδυναμώνει το κοινό: α. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/17141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller> β. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/17151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram>

- ▶ Η αξιοποίηση της δύναμης του κοινού από τη διαδικτυακή ειδησεογραφική πλατφόρμα The Quint για την καταπολέμηση της εξάπλωσης της σκόπιμης παραπληροφόρησης στο WhatsApp στην Ινδία και η δημιουργική επιμέλεια του επαληθευμένου περιεχομένου στην εφαρμογή κινητών τηλεφώνων: <https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire>⁴⁵

Οι εκπαιδευτήριες ενθαρρύνονται να συμπεριλάβουν και άλλα ανάλογα παραδείγματα από το πολιτισμικό περιβάλλον των εκπαιδευομένων.

Ιδιαίτερα χρήσιμες είναι επίσης οι προτάσεις του Καθηγητή Charlie Beckett για την ενίσχυση της δημοσιογραφίας με ήθος στην εποχή των «ψευδών ειδήσεων». Όπως τονίζει, οι δημοσιογράφοι θα πρέπει:

- ▶ Να συνδέονται – να είναι προσβάσιμες και ενεργές σε όλες τις πλατφόρμες⁴⁶
- ▶ Να επιμελούνται – να βοηθούν τους χρήστες να βρίσκουν καλό περιεχόμενο όπου κι αν είναι διαθέσιμο
- ▶ Να είναι προσιτές – να χρησιμοποιούν τη γλώσσα των χρηστών και να «ακούν» ενεργητικά
- ▶ Να είναι εμπειριστατωμένες – να προσθέτουν αξία, διορατικότητα, εμπειρία, πλαίσιο αναφοράς
- ▶ Να είναι αξιόπιστες – διασταύρωση γεγονότων, ισόρροπη κάλυψη, ακρίβεια
- ▶ Να έχουν ανθρωπιά – να δείχνουν ενσυναίσθηση, σεβασμό στη διαφορετικότητα, εποικοδομητική διάθεση
- ▶ Να επιδιώκουν τη διαφάνεια – να παρουσιάζουν τις πηγές, να λογοδοτούν, να είναι δεκτικές στην κριτική.⁴⁷

45 Σημείωση: Για έρευνα που εξετάζει τον ρόλο των εφαρμογών συνομιλίας σε κινητά τηλέφωνα στη διάχυση της σκόπιμης παραπληροφόρησης βλ.: Bradshaw, S & Howard, P. (2018). Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Δοκίμιο Εργασίας 2018.1. Oxford, UK: Ερευνητικό έργο αναφορικά με την προπαγανδιστική χρήση υπολογιστικών μεθόδων: <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

46 Σημείωση: οι εκδότες/τριες αναγνωρίζουν ότι δεν είναι δυνατόν όλες οι δημοσιογράφοι να είναι ενεργές σε όλες τις πλατφόρμες σε ατομικό επίπεδο. Ωστόσο θα ήταν χρήσιμο οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί να αναθέτουν σε συγκεκριμένους δημοσιογράφους να χρησιμοποιούν νεοσύστατες πλατφόρμες που δεν έχουν τόσο υψηλό αντίκτυπο, παράλληλα με τις δημοφιλείς, επί του παρόντος, πλατφόρμες των Twitter, Facebook και Instagram.

47 Beckett, C. (2017). ό.π.



Στόχοι Ενότητας

Οι στόχοι της ενότητας είναι οι συμμετέχουσες:

- ▶ Να κατανοούν αφενός τις διαρθρωτικές αιτίες της αποδυνάμωσης της βιομηχανίας των ειδήσεων αφετέρου την επέλαση της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη
- ▶ Να αναλύουν κριτικά την αντιμετώπιση του φαινομένου της «πληροφοριακής αταξίας» από τη βιομηχανία των ειδήσεων
- ▶ Να κατανοούν και να ασκούν κριτική στον ρόλο που διαδραματίζουν οι πλατφόρμες στην ανάπτυξη και διαιώνιση της κρίσης της (σκόπιμης) παραπληροφόρησης
- ▶ Να διδαχθούν από αναδυόμενες καλές πρακτικές δημοσιογράφων και ειδησεογραφικών οργανισμών για την αποτελεσματική αντιμετώπιση της κρίσης



Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση της ενότητας οι συμμετέχουσες θα είναι σε θέση:

1. να αξιολογούν κριτικά τις διαρθρωτικές αιτίες και τις ευρύτερες συνέπειες της μετάδοσης και διακίνησης λανθασμένων πληροφοριών από τα μέσα ενημέρωσης
2. να κατανοούν και να αξιολογούν τον ρόλο της τεχνολογίας και των «νέων πυλωρών» της ενημέρωσης (δηλαδή των πλατφορμών) στην ευρεία διάχυση παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, παρουσιαζόμενης ως είδηση
3. να εντοπίζουν τις αναδυόμενες καλές πρακτικές που υιοθετεί η βιομηχανία των ειδήσεων για την αποκάλυψη και καταπολέμηση της (σκόπιμης) παραπληροφόρησης



Μορφή της ενότητας

Η παράδοση αυτής της ενότητας έχει σχεδιαστεί να γίνει δια ζώσης ή εξ αποστάσεως. Προορίζεται να εκτελεστεί σε δύο μέρη: Θεωρητικό και Πρακτικό.

Α. Στη Θεωρία

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Μια διαδραστική διάλεξη και συνεδρία ερωτήσεων και απαντήσεων στην αίθουσα διδασκαλίας ή μέσω διαδικτυακής πλατφόρμας που υποστηρίζει την εξ αποστάσεως συμμετοχή. Το περιεχόμενο της διάλεξης μπορεί να αντληθεί από τη θεωρία και τα παραδείγματα που δίνονται παραπάνω. Ωστόσο, οι καθηγήτριες ενθαρρύνονται να συμπεριλάβουν σχετικές πολιτισμικές/τοπικές μελέτες περίπτωσης κατά την παράδοση της ενότητας. Τα προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα θα εξυπηρετηθούν καλύτερα στο πλαίσιο μιας διάλεξης υπό τη μορφή συζήτησης, με ειδικούς - δημοσιογράφους, εκδότριες και αντιπροσώπους πλατφορμών που θα κληθούν να συμμετάσχουν σε αυτή, υπό το συντονισμό της καθηγήτριας ή της διδάσκουσας και την άμεση συμμετοχή των σπουδαστριών μέσω συνεδρίας με ερωτήσεις και απαντήσεις.	60 - 90 λεπτά	1, 2, 3

Β. Στην Πράξη

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Ένα εργαστήριο/σεμινάριο το οποίο μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε σε αίθουσα διδασκαλίας είτε μέσω πλατφόρμας ηλεκτρονικής μάθησης - όπως το Moodle, οι ομάδες του Facebook ή άλλες υπηρεσίες που επιτρέπουν την εξ αποστάσεως συμμετοχή. Η εργαστηριακή/σεμιναριακή άσκηση μπορεί να έχει την ακόλουθη μορφή: Οι συμμετέχουσες θα χωριστούν σε ομάδες εργασίας 3-5 ατόμων. Κάθε ομάδα θα πρέπει: i. Να λάβει μια μελέτη περίπτωσης που να περιλαμβάνει κάλυψη ή ακούσια διακίνηση παραπληροφόρησης (σκόπιμης ή μη) από έναν ειδησεογραφικό οργανισμό ii. Να αξιολογήσει συλλογικά το υλικό, την προέλευση των πληροφοριών και το πλαίσιο της εσφαλμένης είδησης (π.χ. επρόκειτο για μια έκτακτη είδηση;), να συζητήσει τις πιθανές αιτίες του συμβάντος (δίνοντας βάρος σε διαρθρωτικούς παράγοντες όπως, για παράδειγμα, την πρόσφατη περικοπή προσωπικού στις αίθουσες σύνταξης και τον ρόλο των πλατφορμών των κοινωνικών δικτύων) και να συζητήσει εμπειρίες των συμμετεχουσών σχετικές με περιστατικά παραπλάνησής τους από (σκόπιμη) παραπληροφόρηση iii. Να συγγράψει συλλογικά μια περίληψη 250 λέξεων της ανάλυσής τους αναφορικά με τα πιθανά αίτια της δημοσίευσης της εσφαλμένης είδησης, προσδιορίζοντας τρία πράγματα που οι δημοσιογράφοι ή ο εκδοτικός οίκος θα μπορούσαν να είχαν κάνει διαφορετικά ώστε να αποτρέψουν (πιθανώς) τη δημοσίευση λανθασμένων πληροφοριών. Για τον σκοπό αυτό μπορεί να χρησιμοποιηθεί το Google Docs ή ένα παρόμοιο συνεργατικό εργαλείο επεξεργασίας κειμένου, το οποίο θα πρέπει να υποβληθεί στην εκπαιδεύτρια για αξιολόγηση.	60 - 90 λεπτά	1, 2, 3



Προτεινόμενη Εργασία

Έκθεση μελέτης περίπτωσης (2000 λέξεις). Εντοπίστε τρεις μελέτες περίπτωσης (συμπεριλαμβανομένης μίας περίπτωσης από τη χώρα σας) που αφορούν στη διακίνηση ή στη διερεύνηση ενός περιστατικού (σκόπιμης) παραπληροφόρησης από έναν ειδησεογραφικό οργανισμό. Αναλύστε μεθοδικά κάθε παράδειγμα (συζητώντας τις αιτίες και τις συνέπειες της δημοσίευσης της παραπληροφόρησης, σκόπιμης ή μη) και συνάγετε τα συμπεράσματά σας για κάθε μελέτη περίπτωσης. (Σημείωση: οι συμμετέχουσες πρέπει να επιλέξουν πρωτότυπα παραδείγματα - όχι αυτά που χρησιμοποιούνται για συζήτηση στο σεμινάριο της ενότητας).



Βιβλιογραφία

- Bakir, V. & McStay, A. (2017). *Fake News and the Economy of Emotions. Digital Journalism* (Taylor and Francis). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism*. Tow Center for Digital Journalism, 29 Μαρτίου, 2017. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Ireton, C. (Ed) (2016). *Trends in Newsrooms 2016* (WAN-IFRA, Paris). <https://wan-ifra.org/2016/06/trends-in-newsrooms-2016-step-up-to-the-next-level-of-journalism/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Kalsnes, B. & Larsson, O.A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter. Journalism Studies* (Taylor and Francis). <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- McChesney, W. & Picard, V. (Eds) (2011). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix it*. The New Press, New York.

- Mitchell, A., Holcomb, J. & Weisel, R. (2016). *State of the News Media* Pew Research Centre, <https://www.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/8/2016/06/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time* Rhodes *Journalism Review* 29, <https://ro.uow.edu.au/lhapapers/2117/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Posetti, J. (2013). *The “Twitterisation” of investigative journalism*. In S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (pp. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification*. In Posetti (Ed), *Trends in Newsrooms 2014* (WAN-IFRA, Paris).
- Posetti, J. (Ed) (2015). *Trends in Newsrooms 2015* (WAN-IFRA, Paris).
- RISJ (2018). *Digital News Report 2018* (University of Oxford). <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies and Viral Content*. Tow Center for Digital Journalism. https://www.cjr.org/tow_center_reports/craig_silverman_lies_damn_lies_viral_content.php [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Society of Climate Change Reporters (2016). *Climate Change: A Guide to Information and Disinformation*, <https://www.comminit.com/natural-resource/content/climate-change-guide-information-and-disinformation> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter “fake news”*. <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

A silhouette of a person sitting and reading a book, set against a warm, orange-hued sunset sky. The person is positioned on the left side of the frame, facing right. The book is held open in their hands. The overall mood is peaceful and contemplative.

**ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΩΝΤΑΣ ΤΗΝ
ΠΑΡΑΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ, ΣΚΟΠΙΜΗ ΚΑΙ ΜΗ,
ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΙΔΕΙΑ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΑΙ
ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑ**

της Magda Abu-Fadil

ΕΝΟΤΗΤΑ 4



Σύνοψη

Η ενότητα αυτή εισάγει τις σπουδάστριες στην έννοια της Παιδείας στα Μέσα και την Πληροφορία¹ (ΠσΜΠ), για να κατανοήσουν τις ειδήσεις ως ένα μέσο για τον εντοπισμό της «πληροφοριακής αταξίας» σε εμφανή και έμμεσα μηνύματα. Η Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία αποτελεί μία «έννοια-ομπρέλα», η οποία χρησιμοποιείται από την UNESCO για να τονίσει τον αλληλένδετο χαρακτήρα των ικανοτήτων που σχετίζονται με την πληροφορία γενικότερα και με τα μέσα ειδικότερα. Αυτές οι ικανότητες περιλαμβάνουν την παιδεία σχετικά με τα ανθρώπινα δικαιώματα (ειδικά το δικαίωμα της ελευθερίας έκφρασης το οποίο αποτελεί δικαίωμα κάθε ανθρώπου να αναζητά, να λαμβάνει και να μεταδίδει πληροφορίες και απόψεις), την ειδησεογραφική παιδεία (συμπεριλαμβανομένης της παιδείας σχετικά με τα δημοσιογραφικά πρότυπα και τη δεοντολογία), τη διαφημιστική παιδεία, την παιδεία στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, την κατανόηση της «οικονομίας της προσοχής», την διαπολιτισμική παιδεία, την παιδεία σχετικά με την ιδιωτικότητα κ.λπ. Περιλαμβάνει την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο οι διάφορες μορφές επικοινωνίας αλληλεπιδρούν με την ατομική ταυτότητα και τις κοινωνικές εξελίξεις. Η Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία αποτελεί ολόένα και περισσότερο μία αναγκαία δεξιότητα της καθημερινής ζωής – η οποία είναι απαραίτητη για να κατανοήσουμε τι συνδιαμορφώνει την ταυτότητα ενός ατόμου και πώς μπορούμε να διαχειριστούμε συγκεχυμένες πληροφορίες και να αποφύγουμε κρυμμένες «νάρκες» μέσα στην πληροφοριακή ομίχλη. Η Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία διέπει την κατανάλωση, την παραγωγή, την ανακάλυψη, την αξιολόγηση, τον διαμοιρασμό της πληροφορίας, αλλά και την κατανόηση του εαυτού μας και των άλλων στο πλαίσιο της κοινωνίας της πληροφορίας.

Η ειδησεογραφική παιδεία είναι η εξειδικευμένη ικανότητα κατανόησης της γλώσσας και των συμβάσεων που έχουν οι ειδήσεις ως είδος, αλλά και της αναγνώρισης του τρόπου με τον οποίο αυτά τα χαρακτηριστικά μπορούν να γίνουν αντικείμενο εκμετάλλευσης με κακόβουλες προθέσεις. Ωστόσο, όσο σημαντικό και αν είναι αυτό από μόνο του, είναι απίθανο να δημιουργηθεί πλήρης ανθεκτικότητα στη σκόπιμη παραπληροφόρηση που παρουσιάζεται ως είδηση. Αυτό συμβαίνει επειδή οι άνθρωποι εμπλέκονται στην επικοινωνία όχι μόνο με το μυαλό τους, αλλά και με την καρδιά τους. Επομένως, η Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία πρέπει επίσης να εστιάσει στην ανάγκη ευαισθητοποίησης των ατόμων αναφορικά με τον τρόπο με τον οποίο ανταποκρίνονται στο περιεχόμενο των ειδήσεων και τις προδιαθέσεις τους να εμπιστευθούν ή όχι πληροφορίες, ανεξάρτητα από τις ενδείξεις του είδους ειδήσεων.

Η Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία, επομένως, πρέπει πάνω από όλα να επιτρέψει στα άτομα να αντιλαμβάνονται την ίδια τους την ταυτότητα – ποιοι είναι και ποιοι γίνονται, αλλά και πώς αυτό επηρεάζει την εμπλοκή τους στις ειδήσεις και σε

¹ <https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

άλλα είδη επικοινωνίας. Αυτή η ενότητα στοχεύει να βοηθήσει τις συμμετέχουσες να αναγνωρίζουν και να διακρίνουν, από τη μία πλευρά, τη δημοσιογραφία και, από την άλλη, την πληροφορία που παρουσιάζεται ως «δημοσιογραφία». Αυτού του είδους η ενδυνάμωση επιτρέπει στα άτομα να γίνουν κύριες/οι της ταυτότητάς τους, να αναγνωρίζουν τη χειραγώγηση της σκόπιμης παραπληροφόρησης που παρουσιάζεται ως είδηση και να αντιστέκονται σε αυτήν.

Οι συμμετέχουσες θα μάθουν πώς να αναπτύσσουν και να χρησιμοποιούν το πλαίσιο δεξιοτήτων κριτικής σκέψης της «Στοχευμένης Αναλυτικής Κρίσης»,² το οποίο περιλαμβάνει την ανάλυση, την ερμηνεία, την αξιολόγηση, τον αυτοέλεγχο, την εξαγωγή συμπερασμάτων και την επεξήγηση.

Οι συμμετέχουσες θα πάρουν μέρος στη διαδικασία ανάλυσης ειδήσεων σε έντυπα, σε εκπομπές (ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές), στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αποδομώντας τα μηνύματα στα συστατικά τους μέρη και μαθαίνοντας για τις πηγές και την αξιοπιστία τους (ή την έλλειψη αυτής).

Θα μάθουν πως οι αυθεντικές ειδήσεις δεν είναι επιστήμη, αλλά ενσωματώνονται σε αφηγήσεις οι οποίες, παρά την ποικιλομορφία τους, ακολουθούν σε γενικές γραμμές επαγγελματικές μεθόδους και δεοντολογικές αρχές που βοηθούν στον περιορισμό των λαθών και σίγουρα στην αποφυγή κατασκευασμένων ειδήσεων. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να αναφέρουν και να επισημαίνουν αναλήθειες που εκφράζουν διάφορα άτομα. Αντιθέτως, δεν πρέπει ποτέ να αποδέχονται ισχυρισμούς ως γεγονότα, ούτε να τα παρουσιάζουν χωρίς να δίνουν τα απαραίτητα στοιχεία που πληροφορούν το κοινό για την πραγματική κατάσταση.

Σε αυτή την ενότητα, οι εκπαιδευόμενες θα μάθουν, επίσης, πόσο γρήγορα και εύκολα μπορεί να εκμεταλλευτεί κανείς τη «δημοσιογραφίστικη» προσέγγιση για να δημιουργήσει μια φαινομενικά αξιόπιστη και αληθοφανή είδηση μέσα από ελλιπή, παραπλανητικά ή κατασκευασμένα στοιχεία.³

Το εκπαιδευτικό υλικό αυτής της ενότητας εστιάζει στην ευαισθητοποίηση σχετικά με τη σημασία της Παιδείας στα Μέσα και την Πληροφορία για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη. Περιλαμβάνει τη χρήση δεξιοτήτων κριτικής σκέψης για τον εντοπισμό κατασκευασμένων ειδήσεων. Τονίζει επίσης πόσο σημαντικό είναι οι συμμετέχουσες να κάνουν πράξη την Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία

2 Facione, P. (2010, επικαιροποιημένο). Critical Thinking: What It Is and Why It Counts [online]. Insight Assessment. Διαθέσιμο στο: <https://www.insightassessment.com/wp-content/uploads/ia/pdf/whatwhy.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

3 Για παραδείγματα «δημοσιογραφίστικης» προσέγγισης βλ.: Philip B. Corbett. 17 Μαρτίου 2015 <https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/17/fluent-in-journalese/>; My "shameful secret": I've learnt to love clichéd journalese by Rob Hutton. 5 Σεπτεμβρίου 2013. <https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-lve-learnt-to-love-cliched-journalese.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

στην καθημερινή τους ζωή. Αυτό τις βοηθά να καταλάβουν πως η Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία μπορεί να ενισχύσει τα ανθρώπινα δικαιώματα, τα δικά τους και των άλλων, και να δουν τη σημασία της αποφυγής προώθησης και διάδοσης αναληθειών.⁴

Η διδασκαλία πραγματοποιείται σε χώρους μάθησης εξοπλισμένους με υπολογιστές και σύνδεση στο διαδίκτυο. Οι συμμετέχουσες μπορούν να χρησιμοποιούν τις εφαρμογές που έχουν στις κινητές συσκευές τους για συνομιλία στο διαδίκτυο κατά τη διάρκεια του πρακτικού μέρους του μαθήματος. Η δυνατότητα σύνδεσης στο διαδίκτυο είναι απαραίτητη για την πρόσβαση σε διαδικτυακές πηγές εκτός πανεπιστημίου, ενώ η πρόσβαση στο πανεπιστημιακό δίκτυο (intranet) (όταν η συγκεκριμένη ενότητα προσφέρεται στην τριτοβάθμια εκπαίδευση) δίνει τη δυνατότητα χρήσης της βιβλιοθήκης και οποιουδήποτε άλλου πόρου πληροφόρησης διαθέτει το πανεπιστήμιο.



Περίγραμμα

Η σκόπιμη παραπληροφόρηση μεταμφιεσμένη ως είδηση, η οποία εμφανίστηκε στις αμερικάνικες, γαλλικές, κενυάτικες και γερμανικές εκλογές του 2016 και 2017, αποτελεί μόνο την κορυφή του παγόβουνου μιας πληθώρας προκλήσεων σχετικών με την πληροφόρηση για τις κοινωνίες – αν και ίσως ήταν αυτή με τον σοβαρότερο πιθανό αντίκτυπο. Ας λάβουμε υπόψη, ωστόσο, πως οι τηλεοπτικοί σταθμοί και οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης σε όλο τον κόσμο παρακολούθησαν σε πραγματικό χρόνο μια απίθανη ιστορία να εξελίσσεται στο Μεξικό το 2017, καθώς διασώστες προσπάθησαν να απελευθερώσουν μία μαθήτριά, #FridaSofia, η οποία βρέθηκε παγιδευμένη σε συντρίμια μετά από έναν σεισμό - μόνο και μόνο για να διαπιστώσουν ότι η μαθήτριά δεν υπήρχε.⁵ Η υπόθεση ήταν ψευδής, αν και κατά πάσα πιθανότητα δεν ήταν μία περίπτωση σκόπιμης παραπλάνησης. Ωστόσο, η δημοσιογραφία πρέπει να αποφεύγει τόσο τις εσφαλμένες όσο και τις πλαστές πληροφορίες. Δεν είναι όλες οι αναλήθειες στις ειδήσεις “ψευδείς ειδήσεις”, υπό την έννοια της σκόπιμης παραπληροφόρησης, αλλά και τα δύο δυσχεραίνουν την ικανότητα της κοινωνίας να κατανοεί τον κόσμο.

Το κοινό των ειδήσεων χρειάζεται, σε γενικές γραμμές, να έχει παιδεία στα μέσα και την πληροφορία, καθώς επίσης έναν βαθμό φιλοσοφικής αντίληψης. Για παράδειγμα, πρέπει να κατανοεί πως οι αυθεντικές ειδήσεις δεν αποτελούν την πλήρη «αλήθεια» (την οποία θα μπορούσε να προσεγγίσει κανείς μόνο με την αλληλεπίδραση των ανθρώπων μεταξύ τους και σε σχέση με την πραγματικότητα στην πάροδο του χρόνου). Ωστόσο, οι συμμετέχουσες, και ειδικά οι σπουδάστριες δημοσιογραφίας,

4 Η ενσωμάτωση της Παιδείας στα Μέσα και την Πληροφορία στη δημοσιογραφική εκπαίδευση μελετάται, μεταξύ άλλων, από την Van der Linde, F. (2010). The necessity of a media literacy module within journalism or media studies curricula. *Global Media Journal*, African Edition. Τόμος 4, τεύχος 2 <http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/7>

5 Campoy, A. (2017). A schoolgirl trapped in Mexico's earthquake rubble won the world's hearts – except she did not exist. Quartz. Διαθέσιμο στο: <https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/> [Τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

πρέπει να κατανοήσουν πως το βασικό ζήτημα είναι ότι η δημοσιογραφία οφείλει να μην διαιωνίζει ποτέ κάτι που δεν είναι αληθές. Η μετάδοση από τα μέσα ενημέρωσης ειδήσεων για την εμφάνιση φαλαινών και καρχαριών σε πισίνες και κήπους μετά από τυφώνες και άλλες ασυνήθιστες παρενέργειες των φυσικών καταστροφών μας κάνει να αναρωτιόμαστε: *Σοβαρά τώρα;* Η είδηση που αποτυγχάνει να αποδώσει τον απαιτούμενο σεβασμό στα διασταυρωμένα γεγονότα μπορεί να είναι αποτέλεσμα πρόχειρου ρεπορτάζ και ανεπαρκών διαδικασιών δημοσίευσης, αλλά μπορεί επίσης να είναι αποτέλεσμα σκόπιμης παραπλάνησης και συνεπώς δόλου. Η Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία χρειάζεται για να μπορεί κανείς να ξεχωρίζει αυτές τις περιπτώσεις και να τις συγκρίνει με τις ειδήσεις που βασίζονται σε επαγγελματικά και δεοντολογικά πρότυπα.

Ο δρόμος είναι μακρύς. Τα αυξανόμενα επίπεδα της ρητορικής μίσους, της ξενοφοβίας και των επιθέσεων σε πρόσφυγες ή ανθρώπους από «άλλη» θρησκεία, εθνικότητα ή διαφορετικό χρώμα δέρματος, τα οποία βασίζονται σε στερεότυπα που τροφοδοτούνται από κατασκευασμένα στατιστικά δεδομένα, λαϊκιστική ρητορική και παραπλανητικές αναφορές των μέσων που δεν πληρούν τα πρότυπα της δημοσιογραφίας, προστίθενται στο τοξικό μείγμα πληροφόρησης το οποίο καλείται να αντιμετωπίσει η Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία. Αυτό πολύ σύντομα θα γίνει ακόμα πιο περίπλοκο, καθώς υπολογιστικά προγράμματα Τεχνητής Νοημοσύνης (TN) χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία ανθρώπινων προσομοιώσεων σε πλαστά βίντεο και/ή ηχητικά ρεπορτάζ που δεν έχουν καμία βάση αλήθειας.⁶

Και εδώ ξεκινά η ανάγκη για καθοδήγηση των σπουδαστριών και των ασκούμενων της δημοσιογραφίας να σκέφτονται με κριτικό πνεύμα για ό,τι ακούν και βλέπουν, από την πιο απλή συνομιλία έως τις πιο ευρέως διαδεδομένες ειδήσεις σε παραδοσιακά και ψηφιακά πολυμέσα.

Εκτός από τα είδη παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, που ορίστηκαν από τους Wardle και Derakhshan (2017),⁷ ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός European Association for Viewers' Interests (EAVI), με έδρα τις Βρυξέλλες, στο πλαίσιο του προγράμματος Media Literacy for Citizenship, δημιούργησε ένα εύχρηστο γράφημα, το επανομαζόμενο "Beyond Fake News: Ten Types of Misleading News", το οποίο συνοψίζει τι αντιμετωπίζουν σήμερα οι καταναλώτριες των ειδήσεων.⁸ Αυτό αποτελεί ένα πολύτιμο βοήθημα για τις σπουδάστριες και τις επαγγελματίες της δημοσιογραφίας.

6 Edmund, C. (2017). This AI can create a video of Barack Obama saying anything [online]. World Economic Forum. Διαθέσιμο στο: <https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university/>

7 Βλ. Ενότητα 2.

8 EAVI. (2018). EAVI.eu [online] Διαθέσιμο στο: <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info>.

Η επικαιροποιημένη έρευνα του Δρ. Peter A. Facione “Critical Thinking: What It Is and Why It Counts”⁹ αποτελεί ένα καλό σημείο αφετηρίας για να εξοικειωθούν οι σπουδαστριες με «τη συλλογιστική, τη λήψη αποφάσεων και τις αποτελεσματικές ατομικές και συλλογικές διαδικασίες σκέψης». Αυτό αποκτά ακόμα μεγαλύτερη σημασία στην εποχή της «μετα-αλήθειας», των «ψευδών-ειδήσεων» και των «εναλλακτικών γεγονότων». Στην προσέγγιση αυτή η κριτική σκέψη περιλαμβάνει:

- ▶ Περιέργεια για ένα ευρύ φάσμα θεμάτων
- ▶ Ενδιαφέρον να γίνεις και να παραμείνεις καλά πληροφορημένη
- ▶ Εγρήγορση για ευκαιρίες να χρησιμοποιήσεις την κριτική σκέψη
- ▶ Εμπιστοσύνη στις διαδικασίες της εμπειριστατωμένης έρευνας
- ▶ Αυτοπεποίθηση για τις ικανότητές σου να επιχειρηματολογείς
- ▶ Ανοιχτό πνεύμα σε αποκλίνουσες οπτικές
- ▶ Ευελιξία στην εξέταση εναλλακτικών επιλογών και απόψεων
- ▶ Κατανόηση των απόψεων άλλων ατόμων
- ▶ Αμεροληψία στην αξιολόγηση συλλογισμών
- ▶ Αναγνώριση και ειλικρινής αντιμετώπιση της δικής σου μεροληψίας, των προκαταλήψεων, των στερεοτύπων και των εγωκεντρικών τάσεων
- ▶ Σύνεση στην αναστολή, λήψη ή αλλαγή αποφάσεων
- ▶ Προθυμία να επανεξετάσεις και να αναθεωρήσεις απόψεις όταν ο ειλικρινής στοχασμός υποδεικνύει πως αυτό απαιτείται.

Σύμφωνα με διάφορες μελέτες, σε πολλά μέρη του κόσμου η ενασχόληση των νέων με τις κινητές συσκευές¹⁰ σημαίνει πως οι νέες και οι νέοι λαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος των ειδήσεων από αυτές τις συσκευές μέσω εφαρμογών συνομιλίας, μέσων κοινωνικής δικτύωσης και περιστασιακά μέσω των ιστοσελίδων των παραδοσιακών

9 Facione, P. (2010, updated). ό.π. Critical Thinking.

10 Children's use of mobile phones. (2015). [ebook] Tokyo: Mobile Society Research Institute, NTT Dotcomο. Διαθέσιμο στο: https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf.

μέσων και ιστολογίων.^{11 12 13} Σε πολλές από αυτές τις πηγές, ελάχιστες ή ανύπαρκτες είναι οι επισημάνσεις σχετικά με το τι είναι αξιόπιστη δημοσιογραφία και τι είναι ερασιτεχνικό ρεπορτάζ, πόσο μάλλον τι είναι παραπληροφόρηση.

Ένα άλλο ζήτημα είναι πώς οι πλατφόρμες διαχειρίζονται τις ειδήσεις. Για το Facebook, τη μεγαλύτερη κοινωνική πλατφόρμα με διαφορά, «... η δημοσιογραφία υπήρξε μεγάλος μπελάς από την πρώτη μέρα. Πλέον, το άλυτο πρόβλημα των ψευδών ειδήσεων και των κακών δημόσιων σχέσεων έχει οδηγήσει το Facebook σε τέλμα και είναι ξεκάθαρο ότι θα αρχίσει σταδιακά να αποκόπτεται από τις ειδήσεις», υποστηρίζει ο Frederic Filloux.¹⁴ Αναμένουμε να δούμε πως αυτό θα εξελιχθεί. Ορισμένοι ειδησεογραφικοί οργανισμοί θα απογοητευθούν από αυτή την εξέλιξη, δεδομένου, όπως υποστηρίζουν, ότι το κοινό τους θα αλλάξει σύντομα, καθώς το Facebook αποτελεί έναν βασικό οδηγό ενημέρωσης των χρηστών της πλατφόρμας για τα τεκταινόμενα.¹⁵ Από την άλλη πλευρά, ορισμένοι υποστηρικτές της Παιδείας στα Μέσα και την Πληροφορία ευελπιστούν πως μία τέτοια κίνηση θα μπορούσε να οδηγήσει τους νεαρούς καταναλωτές ειδήσεων να διευρύνουν τους ορίζοντές τους όσον αφορά την αναζήτηση για το τι συμβαίνει στον κόσμο γύρω τους και να μην βασίζονται εξ ολοκλήρου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (και την πληροφοριακή τους ρύπανση), λαμβάνοντας αυτοματοποιημένα πληροφορίες από τις «συνεχώς ενεργοποιημένες» συσκευές τους. Ταυτόχρονα, υπάρχουν ενδείξεις πως το Facebook μπορεί και να εισέλθει το ίδιο στην παραγωγή ειδήσεων, ανταγωνιζόμενο τα υφιστάμενα μέσα ενημέρωσης.¹⁶

Με την Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία, οι συμμετέχουσες μπορούν να μάθουν να αναγνωρίζουν ότι ακόμα και οι αυθεντικές ειδήσεις είναι πάντα κατασκευασμένες και καταναλώνονται μέσα σε ευρύτερα αφηγηματικά πλαίσια, που προσδίδουν νόημα στα γεγονότα και εμπεριέχουν ευρύτερες υποθέσεις, ιδεολογίες και ταυτότητες. Αυτό συνεπάγεται την ικανότητα να αναγνωρίζει κανείς τη διαφορά ανάμεσα στις διαφορετικές δημοσιογραφικές προσπάθειες σκιαγράφησης και ερμηνείας της κυρίαρχης πραγματικότητας αφενός, τις περιπτώσεις εξαπάτησης που εκμεταλλεύονται τη μορφή των ειδήσεων παραβιάζοντας παράλληλα τα επαγγελματικά πρότυπα της επαληθευσιμότητας αφετέρου.

11 Digital News Report (2017). Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ, Oxford) https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf.

12 Shearer, E. & Gottfried, J. (2017). News Use Across Social Media Platforms [ebook]. Washington DC: Pew Research Centre. Διαθέσιμο στο: <https://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

13 Youth, Internet, and Technology in Lebanon: A Snapshot (2017). Social Media Exchange. Διαθέσιμο στο: <https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/>

14 Filloux, F. (2018). The Monday Note, 14 Ιανουαρίου 2018. Διαθέσιμο στο: <https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84>.

15 Βλ. Ενότητα 3.

16 Is Facebook's Campbell Brown a Force to Be Reckoned With? Or Is She Fake News? <https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html>.

Η Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία μπορεί επίσης να αποτελέσει ένα εργαλείο για την καταπολέμηση των στερεοτύπων και της προώθησης της διαπολιτισμικής επικοινωνίας, με την πολυγλωσσία να αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην επίτευξη αυτού του στόχου. Ποικίλοι παράγοντες έχουν συμβάλει στο έργο της Παιδείας στα Μέσα και την Πληροφορία, ενώ χρήσιμες πηγές υπάρχουν στον ιστοχώρο της UNESCO.¹⁷ Παρόλα αυτά, πολλά χρειάζεται να γίνουν ακόμα μέσω προγραμμάτων σπουδών, καθώς επίσης και στην πράξη, για να αμβλυνθεί το πλήγμα της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη.¹⁸

Για να έχει η ενότητα αυτή από αποτέλεσμα μπορεί να αξιοποιηθεί η ευρέως δεδομένη εφαρμογή του βίντεο ώστε να εμπλακούν οι συμμετέχουσες, χρησιμοποιώντας μικρά βίντεο με υπότιτλους¹⁹ ως μία μέθοδος «ψυχαγωγικής εκπαίδευσης» στο πλαίσιο της Παιδείας στα Μέσα και την Πληροφορία, η οποία προβάλλει ψευδή μηνύματα, καλεί τις μαθητευόμενες να εντοπίσουν τα δικά τους παραδείγματα παραπληροφόρησης και τις εξοικειώνει με το να αμφισβητούν σε μεγάλο βαθμό για κάθε λεπτομέρεια του περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένων και αυτών που παρουσιάζονται ως ειδήσεις.

Οι εκπαιδευτριες πρέπει επίσης να βοηθήσουν τις συμμετέχουσες να αναθεωρήσουν την τάση που έχουν να «γκουγκλάρουν» επιφανειακά για την εύρεση των περισσότερων πληροφοριών και να διενεργούν διαδικτυακές αναζητήσεις σε μεγαλύτερο βάθος, συμπεριλαμβάνοντας και προηγμένες λειτουργίες αναζήτησης, διασταυρώνοντας πολλαπλές πηγές πληροφοριών και κατανοώντας την αξία των βιβλιοθηκών και των βιβλιοθηκονόμων στην ανάπτυξη του γραμματισμού που σχετίζεται με την αναζήτηση και την αξιολόγηση πληροφοριών.²⁰ Οι ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες έχουν καταστήσει πολύ πιο εύκολη την πρόσβαση σε ακαδημαϊκές και άλλες πηγές, τις οποίες μπορούν να χρησιμοποιήσουν φοιτήτριες και ασκούμενες της δημοσιογραφίας ώστε να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους για διαδικασίες και πρακτικές που αφορούν την κριτική αξιολόγηση και επαλήθευση πληροφοριών. Επίσης, άλλοι πόροι συμπληρώνουν τη διαδικασία μάθησης/γνώσης με σκοπό να βοηθήσουν τις συμμετέχουσες να ριχθούν στη μάχη ενάντια στις ειδήσεις που μεταδίδονται με

17 Βλ. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/ml-as-composite-concept/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

18 Abu-Fadil, M. (2007). Media Literacy: A Tool to Combat Stereotypes and Promote Intercultural Understanding. Διαθέσιμο στο: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000161157> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

19 Εδώ υπάρχει ένα παράδειγμα βίντεο που χρησιμοποιείται με ισχυρό τρόπο για να καταδείξει την αξία της ειδησεογραφικής παιδείας στο πλαίσιο των πυροβολισμών στα σχολεία στις ΗΠΑ: Hoaxers say victims of mass shootings are "crisis actors", Vice Select on Facebook. <https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

20 What Research Says About... / Teaching Media Literacy. ASCD. Διαθέσιμο στο: <https://www.ascd.org/el/articles/teaching-media-literacy> [τελευταία πρόσβαση: 1/10/2021].

δόλο, να προφυλαχθούν από τον αρνητικό τους αντίκτυπο και να είναι σε θέση να τις αποκαλύψουν και να τις καταρρίψουν στο πλαίσιο της άσκησης της δημοσιογραφίας.²¹

Ο συγχρωτισμός με χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης που λαμβάνουν και διαμοιράζονται παραπληροφόρηση, σκόπιμη και μη, είναι επίσης μία πολλά υποσχόμενη μέθοδος για τις δημοσιογράφους και τις σπουδάστριες δημοσιογραφίας για να μάθουν πώς να βρίσκουν, να εντοπίζουν και να διαψεύδουν αποτελεσματικά αναλήθειες που αφορούν τόσο τις ίδιες όσο και τις κοινότητές τους. Υπό αυτό το πρίσμα, οι εκπαιδευτρίες ενθαρρύνονται να επιθεωρήσουν τις σχετικές ασκήσεις για αυτή την ενότητα.

Τα λεγόμενα της Rouba El Helou, Επίκουρης Καθηγήτριας στα Μέσα Επικοινωνίας και ερευνήτριας στο Notre Dame University του Λιβάνου, είναι χρήσιμα για να σκεφτούμε τη σημασία αυτής της ενότητας: «Ο εφοδιασμός των ανθρώπων με τις δεξιότητες που απαιτούνται για την αποκωδικοποίηση διαφόρων μηνυμάτων είναι ένας συνεχής αγώνας στον οποίο οι εκπαιδευτρίες των μέσων και οι δημοσιογράφοι καλούνται να συμμετέχουν. Η Παιδεία στα Μέσα βοηθάει τους ανθρώπους να βρουν την ισορροπία ανάμεσα στην εμπιστοσύνη προς τις δημοσιογραφικές πηγές και την καχυποψία που είναι απαραίτητη για τον έλεγχό τους».



Στόχοι Ενότητας

Η ενότητα αυτή στοχεύει να:

- ▶ Τονίσει τη σημασία της απόκτησης του απαιτούμενου γραμματισμού²² και των σχετικών δεξιοτήτων²³ για την κατανόηση της δημοσιογραφίας (και ποικίλων παραλλαγών της) και του εντοπισμού, ταυτόχρονα, σφαλμάτων στη δημοσιογραφία καθώς επίσης και ειδήσεων που μεταδίδονται με δόλο σε διάφορα μέσα ενημέρωσης.
- ▶ Εφοδιάσει τις συμμετέχουσες με δεξιότητες για να αναλύουν την πρόσληψη των ειδήσεων σε όλο το φάσμα των μέσων ενημέρωσης και να αντιληφθούν πόσο εύκολα παράγεται η σκόπιμη παραπληροφόρηση.

21 Ένα παράδειγμα είναι το Project Look Sharp, μια πρωτοβουλία στο πλαίσιο της παιδείας στα μέσα από το Ithaca College, το οποίο διαθέτει οδηγούς για την παιδεία στα μέσα, πακέτα για εκπαιδευτικά προγράμματα και διαθέσιμο υλικό για διανομή στην τάξη, www.projectlooksharp.org [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

22 Για πληροφορίες σχετικά με τις έννοιες της παιδείας στα μέσα και στην πληροφορία βλ. UNESCO's Notions of MIL, <http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

23 Επιπρόσθετα των δεξιοτήτων κριτικής σκέψης που προσδιορίζονται από τον Facione (2010), οι συμμετέχουσες πρέπει να ενθαρρύνονται να είναι καχύποπτες, να αμφισβητούν τα πάντα, να μην υποθέτουν τίποτα και να διασταυρώνουν τις πηγές.

- Διδάξει στις συμμετέχουσες την ανάπτυξη ενός υγιούς σκεπτικισμού απέναντι σε όλες τις πληροφορίες που καταναλώνουν, καθώς επίσης και πώς να αξιολογούν ως προς την εγκυρότητά τους αναφορές, αναρτήσεις, ροές ειδήσεων, φωτογραφίες, βίντεο, ηχητικό περιεχόμενο, γραφήματα και στατιστικά στοιχεία στο ενδεδειγμένο πλαίσιο αναφοράς.



Μαθησιακά Αποτελέσματα

Με την ολοκλήρωση της ενότητας, οι συμμετέχουσες θα είναι σε θέση να:

1. Διακρίνουν τα αληθινά γεγονότα από τη μυθοπλασία και να κρίνουν την ορθότητα δυνητικά διαφορετικών αφηγήσεων και ειδήσεων υπό το πρίσμα της αυθεντικής δημοσιογραφίας
2. Κατανοούν τη διαδικασία επιλογής των ειδήσεων, ποιος παράγει το περιεχόμενο, ποιες μέθοδοι χρησιμοποιούνται για να δημιουργηθεί μία πιστή αναπαράσταση της πραγματικότητας, πώς χρησιμοποιείται η γλώσσα, τι τονίζεται, τι παραλείπεται, ποιος λέει τι, πόσο σημαντικό ή/και αξιόπιστο είναι αυτό το άτομο, ποιοι μπορεί να είναι οι σκοποί του/της, τι επίδραση είχαν/έχουν/θα έχουν οι ειδήσεις και πώς άλλοι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και καταναλώνουν αυτές τις ειδήσεις.
3. Έχουν γνώση του δικού τους επιπέδου Παιδείας στα Μέσα και την Πληροφορία, πώς αυτό σχετίζεται με το ποιες είναι ως άτομα και πώς ενεργοποιείται στην εμπλοκή τους με την πληροφόρηση και την επικοινωνία.



Μορφή της ενότητας

Η ενότητα χωρίζεται σε δύο συνεδρίες διάρκειας 90 λεπτών. Η πρώτη συνεδρία είναι θεωρητική και η δεύτερη πρακτική.

Η μεθοδολογική προσέγγιση βασίζεται στη συζήτηση σχετικά με το τι σημαίνει Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία και ποια είναι η σημασία της στην εποχή της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, και άλλων διαστρεβλώσεων που διαδίδονται ευρέως μέσω των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Το υλικό για το μάθημα είναι προσβάσιμο μέσω του διαδικτύου, ενώ υπάρχουν αρκετά χρήσιμα βοηθήματα για έρευνα και πρακτικές ασκήσεις.

Χρήσιμους ιστοχώρους αποτελούν τα εξής:

- UNESCO <http://en.unesco.org/> και ο ιστοχώρος της για την Παιδεία στα Μέσα <https://en.unesco.org/themes/media-literacy>

- ▶ United Nations Alliance of Civilisations <https://www.unaoc.org/>
- ▶ Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία - Οδηγός Σπουδών των Εκπαιδευτικών. Η ελληνική έκδοση είναι διαθέσιμη εδώ: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971_gre [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]
- ▶ Πέντε κανόνες της Παιδείας στα Μέσα και την Πληροφορία <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>
- ▶ Common Sense Education <https://www.commonsense.org/education/top-picks/best-news-and-media-literacy-resources-for-students>
- ▶ EAVI Μέσα και η σημασία της Παιδείας στα Μέσα για την Πολιτειότητα (EAVI) <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>
- ▶ To News Literacy Project <http://www.thenewsliteracyproject.org/>, το Center for News Literacy στο Stony Brook University <http://www.centerfornewsliteracy.org/>
- ▶ Mind over Media <http://propaganda.mediaeducationlab.com/>
- ▶ To Digital Resources Center (Center for News Literacy) <http://drc.centerfornewsliteracy.org/>
- ▶ To Center for Media and Information Literacy στο University of Rhode Island <https://centermil.org/resources/>, μεταξύ άλλων.

Οι εκπαιδευτρίες ενθαρρύνονται να προσθέσουν πηγές από τη δική τους χώρα, στους δικούς τους γλωσσολογικούς κώδικες.

Η αίθουσα πρέπει να είναι εξοπλισμένη με υπολογιστές και να υπάρχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, επιτρέποντας στην εκπαιδευτρία και τις σπουδάστριες να ερευνήσουν ιστότοπους οργανισμών που ασχολούνται με την παιδεία στα μέσα και την πληροφορία, καθώς και μελέτες περίπτωσης των μέσων ενημέρωσης.

Σύνδεση Πλάνου με Μαθησιακά Αποτελέσματα

Α. Στη Θεωρία

Η εκπαιδευτρία θα παρουσιάσει υλικό και μελέτες περίπτωσης αναφορικά με

την Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία και πώς αυτή σχετίζεται με την παραπληροφόρηση, σκόπιμη και μη, που παρουσιάζεται ως είδηση.

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Εξηγήστε και συζητήστε για την Παιδεία στα Μέσα και την Πληροφορία και συμπεριλάβετε εργαλεία αναλυτικής κριτικής σκέψης	45 λεπτά	1 + 3
Κάντε ανασκόπηση και συζητήστε επιλεγμένα συναφή παραδείγματα σε εθνικό/τοπικό επίπεδο σε διάφορα μέσα επικοινωνίας	45 λεπτά	1 + 2

Α. Στην Πράξη

Δραστηριότητες σχετικές με το εκπαιδευτικό υλικό και τα εργαλεία.

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Πρακτικές δραστηριότητες	90 λεπτά	1 + 3
Δραστηριότητα 1: Αναγνωρίζοντας τι είναι δημοσιογραφία Εντοπίστε μία πρωτοσέλιδη είδηση στον εθνικό/τοπικό τύπο. Κάθε σπουδάστρια πρέπει να ερευνήσει και να εξετάσει την ίδια είδηση, όπως αυτή παρουσιάζεται σε τρία διαφορετικά μέσα ενημέρωσης. Καθοδηγήστε τη συζήτηση ζητώντας από τις σπουδάστριες να εφαρμόσουν την τεχνική της κριτικής σκέψης. Θα πρέπει, επίσης, να αναλύσουν την υποβόσκουσα ρητορική, μαζί με την πλαισίωση, την επιλογή και τον τρόπο παρουσίασης των ειδήσεων. Σε αυτή την ανάλυση θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην παρουσίαση των συμβάσεων των ειδήσεων (στοιχεία που αφορούν το ποιος, τι, πού, πότε, πώς, γιατί· χρήση παραθεμάτων, εξάρτηση από ειδικούς και επίσημες πηγές, εικόνες που συνοδεύουν τα κείμενα, στερεοτυπική ορολογία χαρακτηριστική της «δημοσιογραφίστικης γλώσσας», μαζί με άλλες ενδείξεις που προσιδιάζουν στις ειδησεογραφικές συμβάσεις).	45 λεπτά	

Δραστηριότητα 2: Παρουσιάζοντας σκόπιμη παραπληροφόρηση ως είδηση Παρουσιάστε στις συμμετέχουσες ένα παράδειγμα μετάδοσης είδησης που ενέχει δόλο και συζητήστε τι «δουλεύει» και τι «προδίδει τον δόλο». Στη συνέχεια ζητήστε από τις σπουδάστριες να παραπιοήσουν τις ειδήσεις που διάβασαν στην προηγούμενη δραστηριότητα, με δόλο, αναφορικά με κάτι που θα διαδραματιστεί στο άμεσο μέλλον, με τέτοιο τρόπο ώστε σε πρώτη ανάγνωση να μοιάζει με πραγματική είδηση. (Εναλλακτική επιλογή είναι οι σπουδάστριες να επιλέξουν ένα δικό τους θέμα για να δημιουργήσουν σκόπιμη παραπληροφόρηση). Μόλις ολοκληρωθεί η άσκηση, οι σπουδάστριες σχηματίζουν ομάδες για να αξιολογήσουν τι κάνει την είδηση να φαίνεται αυθεντική. Αυτή η διαδικασία θα μπορούσε να συμπεριλάβει τη χρήση ενός τεστ αξιολόγησης, αλλά θα πρέπει επίσης να συμπεριλάβει την αναγνώριση «σημαινόντων» των ειδήσεων που έχουν αξιοποιηθεί στα σχετικά παραδείγματα. Αναδιαμορφώστε τις ομάδες και ζητήστε από τις συμμετέχοντες να μοιραστούν τις ιδέες τους μέσα από σύντομες παρουσιάσεις σε όλη την ομάδα.	45 λεπτά	1 + 3
---	----------	-------



Προτεινόμενη εργασία

Κάθε άτομο πρέπει να πραγματοποιήσει μια έρευνα στις ειδήσεις που έχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιεί, για ένα επιστημονικό ή ιατρικό ρεπορτάζ (π.χ. μία διατροφική τάση, την έξαρση μίας νόσου, την επίδραση της υπερθέρμανσης του πλανήτη στην κοινότητά του/της, την αποδοτικότητα των ηλεκτρικών αυτοκινήτων έναντι των οχημάτων που λειτουργούν με καύσιμα). Θα αξιολογήσουν την έρευνά τους, την προκατάληψη αυτοεπιβεβαίωσης (όπου υφίσταται) και τις συναισθηματικές τους αντιδράσεις στην είδηση/οπτικές στα θέματα που τίθενται, βλέποντας πώς σχετίζονται με ζητήματα της Παιδείας στα Μέσα και την Πληροφορία όπως η έρευνα, η αξιολόγηση, η ψηφιακή ασφάλεια, τα δικαιώματα και η ταυτότητα, παράλληλα με τις βασικές δεοντολογικές αρχές της δημοσιογραφίας.

Στη συνέχεια, θα πρέπει να ενημερώσουν για τα αποτελέσματα της έρευνάς τους σχετικά με το: ποιος παρήγαγε την είδηση, πώς η ρεπόρτερ ή το άτομο γνωρίζει τι δημοσιεύθηκε και αν αυτός/αυτή θα επωφεληθεί από τη διάδοσή της, τι προέκυψε από τη διασταύρωση των πληροφοριών, στατιστικών στοιχείων και γραφημάτων. Εάν είναι δυνατό, οι σπουδάστριες μπορούν επίσης να χρησιμοποιήσουν την πανεπιστημιακή τους βιβλιοθήκη/ψηφιακή βιβλιοθήκη για να επαληθεύσουν τα στοιχεία. Θα συντάξουν ένα άρθρο κριτικής ανάλυσης των μέσων βασισμένο στα ευρήματά τους, έκτασης 1500 λέξεων, αναλύοντας τα δυνατά σημεία, τις αδυναμίες, τις παραλείψεις και τις αστοχίες του προσδιορισμένου περιεχομένου.



Υλικό

Άρθρα που περιλαμβάνουν διαφάνειες, εικόνες και βίντεο παρατίθενται παρακάτω. Οι εκπαιδευτρίες ενθαρρύνονται να δημιουργήσουν τις δικές τους παρουσιάσεις με διαφάνειες και να συμπεριλάβουν φωτογραφίες και βίντεο σχετικά με τη δική τους χώρα και το πολιτισμικό τους περιβάλλον.



Βιβλιογραφία

Abu-Fadil, M. & Grizzle, A. (2016). *Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa*. Διαθέσιμο στο: <https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

A lexicon for the digital age. (2017). The Unesco Courier, [online] (Ιούλιος – Σεπτέμβριος 2017). Διαθέσιμο στο: <https://en.unesco.org/courier/july-september-2017/lexicon-digital-age> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts* [online]. Insight Assessment. Διαθέσιμο στο: <https://www.insightassessment.com/wp-content/uploads/ia/pdf/whatwhy.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Gray, J., Bounegru, L. & Venturini, T. (2017). *What does fake news tell us about life in the digital age? Not what you might expect*. NiemanLab [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Stephens, B. (2017). *The Dying Art of Disagreement*. The New York Times. [online] Διαθέσιμο στο: <https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Επιπρόσθετη βιβλιογραφία

- Lytvynenko, J. (2018). *Here's How a Canadian Imam Got Caught Up in Fake News About Houston*. BuzzFeed [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.buzzfeednews.com/article/janelytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news#.acEgmYE66> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Mulrooney Eldred, S. (2017). *In an era of fake news, students must act like journalists: schools rarely require news literacy, but it's more important than ever*. Science News [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Rusbridger, A., Neilsen, R. & Skjeseth, H. (2017). *We asked people from all over the world how journalists should cover powerful people who lie. Here is what they said*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]
- Vesey-Byrne, J. (2017). *Bikini designer exposes why you shouldn't trust everything you see on Instagram*. The Independent [online]. Διαθέσιμο στο: <https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

**ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΗ ΔΙΑΣΤΑΥΡΩΣΗ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ**
του Alexios Mantzaris



ΕΝΟΤΗΤΑ 5



Σύνοψη

Από πολιτικούς μέχρι υπεύθυνες μάρκετινγκ, από ομάδες υπεράσπισης μέχρι εμπορικές εταιρείες – όλοι όσοι επιδιώκουν να πείσουν κάποιους άλλους έχουν κίνητρο να διαστρεβλώνουν, να υπερβάλλουν ή να συσκοτίζουν τα γεγονότα. Η παρούσα ενότητα επιδιώκει να εφοδιάσει τις συμμετέχουσες με μια μέθοδο που θα τις επιτρέψει να ανιχνεύουν επαληθεύσιμους ισχυρισμούς και να αξιολογούν κριτικά τα τεκμήρια, σύμφωνα με ηθικές νόρμες και πρότυπα.



Περιγραμμά

Ιστορία και σημασιολογία της διασταύρωσης πληροφοριών ως μια μορφή υπεύθυνης δημοσιογραφίας

Η γνωστή ρήση του Daniel Patrick Moynihan, Αμερικανού γεροϋσιαστή της πολιτείας της Νέας Υόρκης και Πρέσβη στην Ινδία και τα Ηνωμένα Έθνη (1927-2003), είναι η εξής: «Όλοι έχουν το δικαίωμα να έχουν τη δική τους γνώμη, αλλά όχι τα δικά τους γεγονότα».¹

Ο όρος «διασταύρωση πληροφοριών» μπορεί να σημαίνει δύο διαφορετικά πράγματα στη δημοσιογραφία. Παραδοσιακά, οι επαληθευτές πληροφοριών (fact-checkers) εργάζονταν στις αίθουσες σύνταξης για να διορθώνουν και να επαληθεύουν ισχυρισμούς σχετικούς με γεγονότα που περιελάμβαναν οι δημοσιογράφοι στα άρθρα τους. Αυτό το είδος διασταύρωσης πληροφοριών αξιολογεί πόσο ακλόνητο είναι ένα ρεπορτάζ, επανελέγχει τα γεγονότα και τα αριθμητικά στοιχεία και λειτουργεί ως ένας συνολικός κύκλος ελέγχου ποιότητας του περιεχομένου ενός ειδησεογραφικού μέσου πριν από τη δημοσίευση. Η απαρχή της πρακτικής αυτής στη σύγχρονη δημοσιογραφία – τουλάχιστον στη Δύση – έχει αποδοθεί σε μεγάλα αμερικανικά εβδομαδιαία περιοδικά όπως το *TIME* στη δεκαετία του 1920.²

Η οικονομική ύφεση που βίωσαν οι περισσότεροι ειδησεογραφικοί οργανισμοί παγκοσμίως από τις αρχές του 21ου αιώνα³ οδήγησε στη συρρίκνωση των τμημάτων διασταύρωσης πληροφοριών, στη συγχώνευσή τους με τα γραφεία επιμέλειας κειμένων ή στην ολοκληρωτική κατάργησή τους. Σήμερα, πρωτίστως πρωτοκλασάτα

1 Moynihan, D. & Weisman, S. (2010). *Daniel Patrick Moynihan*. New York: PublicAffairs.

2 Striber, B. (2016). Who decides what's true in politics? A history of the rise of political fact-checking [online]. Poynter. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/who-decides-whats-true-in-politics-a-history-of-the-rise-of-political-fact-checking/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

3 Βλ. Ενότητα 3

εβδομαδιαία περιοδικά όπως το *The New Yorker* στις ΗΠΑ ή το *Der Spiegel* στη Γερμανία συνεχίζουν να απασχολούν προσωπικό που ασχολείται αμιγώς με τη διασταύρωση πληροφοριών.⁴

Το είδος της διασταύρωσης πληροφοριών στο οποίο θα εστιάσει η παρούσα ενότητα δεν πραγματοποιείται πριν από τη δημοσίευση, αλλά αφότου ένας ισχυρισμός έχει δημόσιο αντίκτυπο. Αυτή η μορφή της «εκ των υστέρων» διασταύρωσης πληροφοριών επιδιώκει να καταστήσει τις πολιτικούς και άλλα δημόσια πρόσωπα υπόλογες για την ακρίβεια των δηλώσεών τους. Οι επαληθευτές πληροφοριών που ασχολούνται με αυτό το είδος αναζητούν πρωτογενείς και ευυπόληπτες πηγές που μπορούν να επιβεβαιώσουν ή να διαψεύσουν ισχυρισμούς που παρουσιάζονται στο κοινό.

Η εκ των υστέρων διασταύρωση πληροφοριών επικεντρώνεται πρωτίστως (όχι όμως αποκλειστικά) σε πολιτικές διαφημίσεις, προεκλογικές ομιλίες και διακηρύξεις κομμάτων. Στα πρώτα εγχειρήματα διασταύρωσης πληροφοριών πολιτικού περιεχομένου συγκαταλέγονται το Factcheck.org, ένα εγχείρημα του Annenberg Public Policy Center του University of Pennsylvania, που ξεκίνησε το 2003, και το Fact Check του Channel 4 που ξεκίνησε το 2005.

Η διασταύρωση πληροφοριών καθίσταται όλο και πιο σημαντική και έχει εξαπλωθεί σε όλον τον κόσμο την τελευταία δεκαετία.

Δύο σταθμοί ήταν ιδιαίτερα σημαντικοί για την ανάπτυξη της συγκεκριμένης δημοσιογραφικής πρακτικής. Το πρώτο κύμα ξεκίνησε μετά την απονομή του βραβείου Pulitzer το 2009, στην κατηγορία «εθνικό ρεπορτάζ», στο PolitiFact, ένα εγχείρημα διασταύρωσης πληροφοριών που είχε ξεκινήσει έναν χρόνο νωρίτερα από την εφημερίδα *St Petersburg Times* (σήμερα *Tampa Bay Times*) στη Φλόριντα. Η καινοτομία που παρουσίαζε το PolitiFact ήταν η αξιολόγηση των ισχυρισμών στη βάση ενός «μετρητή αλήθειας», προσθέτοντας ένα επίπεδο δόμησης και σαφήνειας στη διασταύρωση πληροφοριών. (Κατά τις επικρίτριες αυτής της πρακτικής, οι δείκτες αξιολόγησης καθιστούν υποκειμενική αυτή τη διαδικασία). Αυτή η δομημένη προσέγγιση κατέστησε σαφές στο κοινό τι ήταν η διασταύρωση πληροφοριών πολιτικού περιεχομένου – και αποσαφήνισε τον ρόλο αυτής της πρακτικής ως δημοσιογραφικού εργαλείου που καθιστά τα δημόσια πρόσωπα υπόλογα για τα λεγόμενά τους – εμπνέοντας, στο μεταξύ, δεκάδες ανάλογα εγχειρήματα σε όλον τον κόσμο.⁵

Το δεύτερο κύμα εγχειρημάτων διασταύρωσης πληροφοριών αναδύθηκε μετά την

4 Bloyd-Peshkin, S. & Sivek, S. (2017). Magazines find there's little time to fact-check online [online]. *Columbia Journalism Review*. Διαθέσιμο στο: <https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

5 Mantzarlis, A. (2017). In its first decade, PolitiFact helped define political fact-checking far beyond Washington, D.C. [online]. Poynter. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/in-its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-d-c/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

παγκόσμια αύξηση των λεγόμενων «ψευδών ειδήσεων». Ο όρος, που έχει πλέον γίνει αντικείμενο σφετερισμού και λανθασμένης χρήσης, περιγράφει εξ ολοκλήρου επινοημένες εντυπωσιοθηρικές ειδήσεις που φτάνουν σε τεράστια ακροατήρια μέσω της χρήσης των αλγόριθμων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης προς όφελός τους. Κατά τη διάρκεια του 2016 διεφάνη ότι η διαδικτυακή πληροφοριακή υποδομή ήταν ιδιαίτερα διαπερατή στην παραπληροφόρηση (σκόπιμη και μη), γεγονός που οδήγησε όλο και περισσότερες ομάδες να στρέψουν την προσοχή τους στη διασταύρωση πληροφοριών.

Το δεύτερο κύμα επικεντρώθηκε τόσο στη διασταύρωση δημόσιων ισχυρισμών - όσο και στην αποκάλυψη και κατάρριψη των απατών που είχαν λάβει ευρεία διάχυση. Η αποκάλυψη και κατάρριψη είναι μια υποδιάσταση της διασταύρωσης πληροφοριών και απαιτεί ένα συγκεκριμένο σύνολο δεξιοτήτων που απαιτούνται και για την επαλήθευση (ιδιαίτερα του περιεχομένου που παράγεται από χρήστες, γνωστού ως UGC [user-generated content] – βλ. το διάγραμμα Venn παρακάτω). Η παρούσα ενότητα θα εστιάσει στη διασταύρωση πληροφοριών, όπως ορίζεται ακολούθως, ενώ η επόμενη ενότητα θα καταπιαστεί με την επαλήθευση του ψηφιακού περιεχομένου και των πηγών.⁶



INTERNATIONAL
FACT-CHECKING
NETWORK @ Poynter

Σχήμα 5: Η διαφορά μεταξύ διασταύρωσης πληροφοριών και επαλήθευσης

Παραδείγματα οργανισμών διασταύρωσης πληροφοριών σε όλο τον κόσμο

Σύμφωνα με το Duke Reporters' Lab, τον Δεκέμβριο του 2017 υπήρχαν 137 ενεργά εγχειρήματα διασταύρωσης πληροφοριών σε 51 χώρες.⁷

6 Βλ. Ενότητα 6.

7 Stencel, M. (2017). Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent [online]. Duke Reporters Lab. Διαθέσιμο στο: <https://reporterslab.org/fact-checking-booms-as-numbers-grow-by-20-percent/> [Τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Ενώ οι ΗΠΑ έχουν τη μεγαλύτερη αγορά διασταύρωσης πληροφοριών, ορισμένα από τα πιο προσεγμένα και καινοτόμα εγχειρήματα στο συγκεκριμένο πεδίο λαμβάνουν χώρα στον υπόλοιπο κόσμο. Οι εκπαιδευτριες μπορούν να εξοικειωθούν με εγχειρήματα όπως το Africa Check (Νότια Αφρική, Σενεγάλη, Νιγηρία και Κένυα), το Chequeado (Αργεντινή), το Les Décodeurs (Γαλλία), το Faktisk (Νορβηγία) και το Full Fact (Ηνωμένο Βασίλειο).

Για εκπαιδευτριες που επιθυμούν να επικεντρωθούν σε συγκεκριμένες χώρες ή περιοχές, οι ακόλουθοι πόροι ίσως φανούν χρήσιμοι:

- ▶ **Βραζιλία:** “Fact-checking booms in Brazil”, άρθρο της Kate Steiker-Ginzberg για το Poynter, διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/fact-checking-booms-in-brazil/>
- ▶ **Ευρώπη:** “The Rise of Fact-Checking Sites in Europe”, αναφορά από τον Lucas Graves και την Federica Cherubini για το Reuters Institute στο University of Oxford, διαθέσιμο στο: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe>
- ▶ **Ιαπωνία:** “A new fact-checking coalition is launching in Japan”, άρθρο του Masato Kajimoto για το Poynter, διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/a-new-fact-checking-coalition-is-launching-in-japan-update/>
- ▶ **Νότια Κορέα:** “What’s behind South Korea’s fact-checking boom? Tense politics and the decline of investigative journalism,” άρθρο της Boyoung Lim για το Poynter, διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/>
- ▶ **Λατινική Αμερική:** “Lack of access to information is driving Latin America’s fact-checking boom”, άρθρο του Ivan Echt για το Poynter, διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/lack-of-access-to-information-is-driving-latin-americas-fact-checking-boom/>
- ▶ **Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής:** “Deciding What’s True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism”, βιβλίο του Lucas Graves ή, η βιβλιοκριτική από τον Brad Scriber στο Poynter, διαθέσιμη στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/who-decides-whats-true-in-politics-a-history-of-the-rise-of-political-fact-checking/>

Μεθοδολογία και δεοντολογία στη διασταύρωση πληροφοριών

Η διασταύρωση πληροφοριών δεν είναι πυρηνική φυσική. Είναι μια σχολαστική ανάλυση οδηγούμενη από ένα κύριο ερώτημα: «Πώς το γνωρίζουμε αυτό;» Ταυτόχρονα, η διασταύρωση πληροφοριών δεν είναι ορθογραφικός έλεγχος. Δεν υπάρχει ένας οδηγός, όπως είναι τα λεξικά, που να περιέχει όλες τις πληροφορίες, ούτε ένα απλό λογισμικό που θα εξετάζει όλα τα αρχεία και θα επισημαίνει ανά πάσα στιγμή κάτι το οποίο έχει εσφαλμένα διατυπωθεί ως γεγονός.

Γενικά, η διασταύρωση πληροφοριών αποτελείται από τρεις φάσεις:

1. Τον **εντοπισμό επαληθεύσιμων ισχυρισμών** μέσω έρευνας σε νομοθετικά αρχεία, μέσα επικοινωνίας και μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η διαδικασία περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των σημαντικότερων δημόσιων ισχυρισμών που (α) μπορούν να διασταυρωθούν και (β) πρέπει να διασταυρωθούν.
2. Τον **εντοπισμό των πληροφοριών** μέσω της αναζήτησης των βέλτιστων διαθέσιμων τεκμηρίων σχετικά με τον εν λόγω ισχυρισμό.
3. Τη **διόρθωση του κειμένου**, αξιολογώντας τον ισχυρισμό υπό το φως των τεκμηρίων, συνήθως στη βάση μιας κλίμακας αλήθειας.

Αξιόπιστοι οργανισμοί διασταύρωσης πληροφοριών εξηγούν τη διαδικασία που ακολουθούν δημοσιοποιώντας τη μεθοδολογία τους. Οι εκπαιδευτριες μπορούν να καθοδηγήσουν τις σπουδάστριες να την κατανοήσουν μέσω μίας ή περισσότερων από τις παρακάτω πηγές:

1. Την ιστοσελίδα της Africa Check “How We Work” (διαθέσιμη στο: <https://africacheck.org/about-us/how-we-work/>)
2. Το “Metodo” του Chequeado (διαθέσιμο στην ισπανική γλώσσα στο: <http://chequeado.com/metodo/>)
3. Το “Metodologia” του Pagella Politica και το “Come funzioniamo” (διαθέσιμο στην ιταλική γλώσσα στο: <https://pagellapolitica.it/progetto/index>)
4. Το “The Principles of the Truth-O-Meter: PolitiFact’s methodology for independent fact-checking” του PolitiFact (διαθέσιμο στο: <https://www.politifact.com/article/2018/feb/12/principles-truth-o-meter-politifact-methodology-i/>)

Το Διεθνές Δίκτυο Διασταύρωσης Πληροφοριών (International Fact-Checking Network - IFCN)⁸ έχει επίσης αναπτύξει έναν κώδικα αρχών, ο οποίος καθοδηγεί ευσυνείδητους επαγγελματίες πληροφοριών στο καθημερινό τους έργο.

Οι οργανισμοί διασταύρωσης πληροφοριών υποβάλουν αίτηση για να καταστούν πιστοποιημένοι συμβαλλόμενοι του κώδικα αρχών του IFCN. Αυτό απαιτεί μια διαδικασία ανεξάρτητης αποτίμησης που αξιολογεί την αποτελεσματική εφαρμογή των προτύπων αυτών. Οι εκπαιδευτριες μπορούν να εξοικειωθούν με τον κώδικα και να διαβάσουν τις αξιολογήσεις που έχουν γίνει για οργανισμούς διασταύρωσης πληροφοριών από τη χώρα τους,⁹ όπως επίσης να συζητήσουν με τις σπουδάστριες σχετικά με το κατά πόσο θεωρούν ότι ο κώδικας και οι αξιολογήσεις αυτές καθιστούν τους διασταυρωτές πληροφοριών πιο αξιόπιστους ή όχι.

Οι αρχές αυτές διαμορφώθηκαν για να βοηθήσουν τις αναγνώστριες να διαχωρίζουν την ποιοτική από την πλημμελή διασταύρωση πληροφοριών. Τα δύο παρακάτω άρθρα περιλαμβάνουν παραδείγματα παραπληροφόρησης «μεταμφιεσμένης» σε διασταύρωση πληροφοριών, τα οποία οι εκπαιδευτριες μπορούν να μοιραστούν με τις σπουδάστριες:

- ▶ These fake fact-checkers are peddling lies about genocide and censorship in Turkey (Poynter) <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-in-turkey/>
- ▶ In the post-truth era Sweden's far-right fake fact checker was inevitable. (The Guardian) <https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable>

Τα εμπόδια που συναντούν τα γεγονότα

Πριν καταδυθούν στις πρακτικές πτυχές της διασταύρωσης πληροφοριών, οι σπουδάστριες πρέπει να γνωρίζουν τους περιορισμούς της – αλλά και τους δικούς τους.

Ορισμένες σχολιάστριες έχουν διακηρύξει ότι έχουμε εισέλθει σε μια εποχή «μετα-αλήθειας» ή «μετα-γεγονότων». Αυτοί οι όροι εμφανίστηκαν σε τίτλους σε όλο τον κόσμο το 2016 και επιλέχθηκαν ως «λέξη της χρονιάς» από το Oxford English Dictionary και την Society for the German Language, αντίστοιχα. Το επιχείρημα των υποστηρικτριών της «μετα-αλήθειας» είναι ότι η πολιτική και τα ΜΜΕ έχουν καταστεί τόσο πολωμένα και διχαστικά που οι πολίτες απορρίπτουν κατηγορηματικά κάθε πληροφορία με την οποία διαφωνούν.

8 Ο συγγραφέας Alexios Mantzarlis είναι επικεφαλής του International Fact Checking Network.

9 Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/ifcn-fact-checkers-code-of-principles/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Το επιχείρημα αυτό δεν συμβαδίζει με τα ευρήματα ολοένα και περισσότερων ερευνών που καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι όταν τα λάθη διορθώνονται στο πρωτότυπο, ιδιαίτερα μέσω αναφορών σε αυθεντίες που θεωρούνται αξιόπιστες από το κοινό, οι άνθρωποι ενημερώνονται (κατά μέσο όρο) καλύτερα. Οι εκπαιδευτριες μπορούν να διαβάσουν και να συζητήσουν τις ακόλουθες μελέτες με τις σπουδάστριές τους:

- ▶ Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S. & Ecker, U. K. H. (2017). Processing Political Misinformation: Comprehending the Trump Phenomenon (1 Μαρτίου 2017). Διαθέσιμο στο: <https://royalsocietypublishing.org/doi/full/10.1098/rsos.160802> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- ▶ Nyhan, B. & Zeitzoff, T. (2018). Fighting the Past: Perceptions of Control, Historical Misperceptions, and Corrective Information in the Israeli-Palestinian Conflict. Διαθέσιμο στο: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/pops.12449> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- ▶ Wood, T. & Porter, E. (2016). The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence (5 Αυγούστου 2016). Διαθέσιμο στο: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2819073 [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Ταυτόχρονα, θα ήταν παράλογο απλουστευτικό να υποστηρίξουμε ότι τα γεγονότα αποτυπώνουν με ακρίβεια τον κόσμο γύρω μας και ότι οι άνθρωποι είναι απολύτως λογικά όντα τα οποία αφομοιώνουν νέες πληροφορίες αβίαστα, ανεξάρτητα από προηγούμενες πεποιθήσεις και προσωπικές προτιμήσεις. Όλοι μας έχουμε γνωστικές ή άλλου τύπου προκαταλήψεις – κατ' ουσίαν διανοητικές δυσκολίες – που ενδέχεται να σταθούν εμπόδιο στην αφομοίωση νέων πληροφοριών σχετικών με γεγονότα. Είναι ζωτικής σημασίας να υπογραμμίσουμε ότι αυτό δεν είναι κάτι που συμβαίνει μόνο σε άλλους ανθρώπους, αλλά συμβαίνει σε όλους μας.

Οι εκπαιδευτριες προτρέπονται να συζητήσουν μερικές από αυτές τις προκαταλήψεις με τις σπουδάστριες.

Προκατάληψη αυτοεπιβεβαίωσης [Στην Encyclopedia Britannica –

<https://www.britannica.com/science/confirmation-bias>, τελευταία πρόσβαση:

13/10/2020]: η τάση να επεξεργαζόμαστε πληροφορίες αναζητώντας ή ερμηνεύοντας πληροφορίες που είναι συμβατές με τις προϋπάρχουσες πεποιθήσεις μας. Η μεροληπτική αυτή προσέγγιση για λήψη αποφάσεων είναι εν πολλοίς ακούσια και συχνά μας οδηγεί στο να αγνοούμε ασύμβατες πληροφορίες. Οι προϋπάρχουσες αντιλήψεις

μπορεί να περιλαμβάνουν τις προσδοκίες μας σε μια δεδομένη κατάσταση και τις προβλέψεις μας για μια συγκεκριμένη έκβαση. Η τάση των ανθρώπων να επεξεργάζονται πληροφορίες με τρόπο ώστε να ενισχύουν τις πεποιθήσεις τους είναι πιο έντονη όταν ένα ζήτημα είναι εξαιρετικά σημαντικό ή σχετίζεται άμεσα με τη ζωή τους.

Υποκινούμενος συλλογισμός [Στο Discover Magazine —

<https://www.discovermagazine.com/the-sciences/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers>, τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]. Η υποκινούμενη γνώση αναφέρεται στην ασυνείδητη τάση των ατόμων να προσαρμόζουν την

επεξεργασία των πληροφοριών με τέτοιο τρόπο ώστε να καταλήγουν σε συμπεράσματα που ταιριάζουν με έναν σκοπό ή στόχο. Ας σκεφτούμε ένα κλασικό παράδειγμα. Στη δεκαετία του 1950, ψυχολόγοι ζήτησαν από τα υποκείμενα των πειραμάτων τους, φοιτητές από δύο κολλέγια-μέλη της Ivy League, να παρακολουθήσουν μία ταινία που παρουσίαζε ένα σύνολο αμφιλεγόμενων υποδείξεων των διαιτητών ενός αγώνα ποδοσφαίρου ανάμεσα σε ομάδες από τα δύο αυτά κολλέγια.

Οι φοιτητές από κάθε κολλέγιο έτειναν να συμφωνήσουν με την υπόδειξη του διαιτητή όταν αυτή ευνοούσε το δικό τους κολλέγιο και όχι όταν ευνοούσε τους αντιπάλους τους. Οι ερευνητές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η συναισθηματική εμπλοκή που είχαν οι φοιτητές στην προσπάθειά τους να επιβεβαιώσουν την αφοσίωσή τους στο δικό τους ίδρυμα διαμόρφωσε αυτό που είδαν στην ταινία.

Ευρετική της διαθεσιμότητας [Στο Oxford University Press – A Dictionary of

Psychology — <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.7.001.0001/acref-9780199534067-e-830>, τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]. Μια

γνωστική ευρετική μέσω της οποίας η συχνότητα ή πιθανότητα ενός γεγονότος κρίνεται από τον αριθμό των περιστάσεων που μπορούμε εύκολα να ανακαλέσουμε για το εν λόγω γεγονός. Αυτό μπορεί να οδηγήσει τους ανθρώπους να θεωρήσουν έναν εσφαλμένο ισχυρισμό ως αληθή, μόνο και μόνο επειδή μπορούν να τον ανακαλέσουν εύκολα. Σε ένα πείραμα που διεξήχθη από τη Lisa Fazio στο Vanderbilt University, άνθρωποι από τους οποίους ζητήθηκε να επαναλάβουν έξι φορές τον ισχυρισμό «η [ινδική] σάρι είναι [σκωτσέζικη] φουστανέλα», πίστεψαν σε αυτό το κραυγαλέο ψεύδος περισσότερο από αυτούς που το επανέλαβαν μόνο μια φορά. Η δημοσιογραφία είναι πιθανό να μετατρέψει τον εαυτό της σε φορέα αναληθειών που γίνονται πιστευτές, εφόσον καλύπτονται άκριτα. Η προβολή από τα μέσα των θεωριών συνωμοσίας γύρω από τον τόπο γέννησης του Barack Obama, για παράδειγμα, ενδέχεται να διαδραμάτισε ρόλο στην εξάπλωση της πεποίθησης ότι ο τέως πρόεδρος των ΗΠΑ δεν είχε πραγματικά γεννηθεί στη Χαβάη.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η διασταύρωση πληροφοριών είναι ένα ατελές εργαλείο. Ένα κείμενο μπορεί να είναι 100% ακριβές και παρόλα αυτά να παραλείπει σημαντικές συνιστώσες του πλαισίου αναφοράς.¹⁰ Τα γεγονότα είναι πάντοτε κατασκευασμένα, διαταγμένα και αναδιαταγμένα με τρόπο ώστε να αποκτούν νόημα μέσα σε ευρύτερες αφηγηματικές δομές, οι οποίες μπορούν να δώσουν διαφορετικό βάρος στα ίδια βασικά γεγονότα. Επιπρόσθετα, η αλήθεια είναι κάτι περισσότερο από μια συλλογή γεγονότων. Η διασταύρωση πληροφοριών δεν είναι ένα εργαλείο που αναπτύσσεται για να φιμώσει εναλλακτικές ερμηνείες, αλλά για να προτείνει μια σειρά πληροφοριών που μπορεί να έχουν αντίκτυπο στην αφήγηση και στις προσωπικές προδιαθέσεις και να εδραιώσει την ανάπτυξη ορθολογικής συζήτησης.



Στόχοι ενότητας

- ▶ Να βελτιώσει την εξοικείωση με τις αναδυόμενες καλές πρακτικές στη διασταύρωση πληροφοριών παγκοσμίως
- ▶ Να αυξήσει την επίγνωση σχετικά με τις γνωστικές προκαταλήψεις που μπορεί να σταθούν εμπόδιο στην κατανόηση των πληροφοριών
- ▶ Να βελτιώσει τις δεξιότητες κριτικής ανάλυσης



Μαθησιακά Αποτελέσματα

1. Κατανόηση της ανάδυσης της διασταύρωσης πληροφοριών ως μίας διακριτής μορφής δημοσιογραφίας, καθώς επίσης της δεοντολογίας και μεθοδολογίας της συγκεκριμένης πρακτικής
2. Κατανόηση των ερωτημάτων που πρέπει να τίθενται για την αξιολόγηση της ποιότητας των τεκμηρίων
3. Βελτιωμένη ικανότητα διάκρισης των επαληθεύσιμων ισχυρισμών από τις γνώμες και τις υπερβολές
4. Βασική εννοιολόγηση των γνωστικών προκαταλήψεων που μπορεί να σταθούν εμπόδιο στην κατανόηση των πληροφοριών

10

Βλ. για παράδειγμα: Yanofsky, D. (2013). The chart Tim Cook doesn't want you to see. Διαθέσιμο στο: <https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/> [Τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].



Μορφή ενότητας

Το θεωρητικό μέρος του μαθήματος εστιάζει σε:

1. Ιστορία και σημασιολογία
2. Μεθοδολογία και δεοντολογία
3. Εμπόδια στη διαδρομή των πληροφοριών

Το πρακτικό μέρος χωρίζεται σε δύο δραστηριότητες:

1. Στον εντοπισμό επαληθεύσιμων ισχυρισμών
2. Στον εντοπισμό των γεγονότων.

Η εργασία εστιάζει στη διόρθωση κειμένων.

Σύνδεση πλάνου με μαθησιακά αποτελέσματα

A. Θεωρητικό Μέρος

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
1. Ιστορία και σημασιολογία	20 λεπτά	1
2. Μεθοδολογία και δεοντολογία	20 λεπτά	1
3. Εμπόδια στη διαδρομή των πληροφοριών	20 λεπτά	4

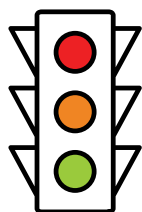
B. Πρακτικό Μέρος

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Δραστηριότητα 1: Εντοπίζοντας επαληθεύσιμους ισχυρισμούς	30 λεπτά	3
Δραστηριότητα 2: Εντοπίζοντας τα γεγονότα	1 ώρα	2

ι) Εντοπίζοντας επαληθεύσιμους ισχυρισμούς

Η διασταύρωση πληροφοριών επικεντρώνεται σε ισχυρισμούς που περιλαμβάνουν τουλάχιστον ένα γεγονός ή ένα αριθμητικό στοιχείο που να μπορεί αντικειμενικά να επιβεβαιωθεί. Η διασταύρωση πληροφοριών δεν αξιολογεί την ακρίβεια των απόψεων, των προβλέψεων, της υπερβολής, της σάτιρας και των αστεϊσμών.

Δραστηριότητα 1: Ζητήστε από τις σπουδάστριες να διαβάσουν τα ακόλουθα αποσπάσματα από τις ομιλίες τεσσάρων δημόσιων προσώπων και σημειώστε με ΠΡΑΣΙΝΟ χρώμα τις δηλώσεις που σχετίζονται με γεγονότα και θα μπορούσαν να επαληθευτούν, με ΚΟΚΚΙΝΟ χρώμα τις απόψεις που δεν μπορούν να επαληθευτούν και με ΠΟΡΤΟΚΑΛΙ χρώμα τις προτάσεις που βρίσκονται κάπου στη μέση. Μετά την παράδοση των σημειωμένων αποσπασμάτων από τις σπουδάστριες, εξετάστε τα ένα προς ένα και συζητήστε τα στοιχεία που καθιστούν έναν ισχυρισμό «επαληθεύσιμο».



ΟΔΗΓΟΣ

Κόκκινο – οι δηλώσεις δεν μπορούν να επαληθευτούν

Πορτοκαλί – οι δηλώσεις βρίσκονται κάπου στη μέση

Πράσινο – οι δηλώσεις μπορούν να επαληθευτούν

Michelle Bachelet, πρώην Πρόεδρος της Χιλής

Ενώ έχουμε σημειώσει σημαντική πρόοδο προς αυτή την κατεύθυνση, γνωρίζουμε ότι πρέπει να αντιμετωπίσουμε μια άλλη απειλή για τα θαλάσσια οικοσυστήματα – τα πλαστικά. Χρόνο με τον χρόνο, 8 εκατομμύρια τόνοι πλαστικού καταλήγουν στον ωκεανό, όπου παραμένουν για εκατοντάδες χρόνια, με τεράστιες αρνητικές επιπτώσεις. Για να αντιμετωπίσουμε το πρόβλημα, συμμετέχουμε στην εκστρατεία «Καθαρές Θάλασσες» (Clean Seas) του Περιβαλλοντικού Προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών. Εντωμεταξύ, σε τοπικό επίπεδο, θα παρουσιάσουμε ένα νομοσχέδιο για την απαγόρευση χρήσης πλαστικής σακούλας σε παράκτιες πόλεις εντός 12 μηνών. Ο νόμος θα επιτρέψει στους πολίτες να συμβάλουν στην προστασία των ωκεανών. Έτσι, θα γίνουμε η πρώτη χώρα στην Αμερική που θα εφαρμόσει έναν νόμο τέτοιου τύπου και καλούμε άλλες χώρες να αναλάβουν και αυτές αυτή την ευθύνη. Επιπρόσθετα, έχουν συμπληρωθεί 30 χρόνια από την υιοθέτηση του Πρωτοκόλλου του Μόντρεαλ για τις ουσίες που καταστρέφουν τη στιβάδα του όζοντος, το οποίο επέτρεψε στη στιβάδα του όζοντος να ανακάμψει. Σε αυτή την τριακοστή επέτειο, θα ήθελα να ανακοινώσω ότι η χώρα μου κατέθεσε την επικύρωση της Τροποποίησης του Πρωτοκόλλου του Μόντρεαλ που έλαβε χώρα το 2016 στο Κιγκάλι και η οποία στοχεύει να αποτρέψει την υπερθέρμανση του πλανήτη κατά 0.5 °C. Κατ' αυτό τον τρόπο, η Χιλή γίνεται μία από τις πρώτες χώρες που επικυρώνουν αυτή τη νέα συμφωνία. Αλλά δεν είναι μόνο αυτό. Με τη δημιουργία ενός δικτύου πάρκων στην Παταγονία, προσθέσαμε

ακόμη 4.5 εκατομμύρια εκτάρια χώρων πρασίνου, πλούσιων σε βιοποικιλότητα, οι οποίοι πλέον θα προστατεύονται από το κράτος για δημόσια χρήση.

Jacob Zuma, πρώην Πρόεδρος της Νότιας Αφρικής

Η τρέχουσα δομή της παγκόσμιας οικονομίας συνεχίζει να βαθαίνει το χάσμα ανάμεσα στον παγκόσμιο Βορρά και τον παγκόσμιο Νότο. Ενώ λίγοι είναι εκείνοι που απολαμβάνουν τα οφέλη της παγκοσμιοποίησης, η πλειονότητα των ανθρώπων στον κόσμο συνεχίζουν να ζουν σε άθλιες συνθήκες φτώχειας και πείνας, χωρίς ελπίδα να βελτιώσουν τις συνθήκες διαβίωσής τους. Ακόμη και στις αναπτυσσόμενες χώρες, το χάσμα μεταξύ πλούσιων και φτωχών παραμένει ευρύ, γεγονός που προκαλεί μεγάλη ανησυχία. Χρειαζόμαστε την πολιτική βούληση και τη δέσμευση των παγκόσμιων ηγετών για να αντιμετωπιστούν οι προκλήσεις και τα εμπόδια που τίθενται από την αμετάβλητη δομή της παγκόσμιας οικονομίας, αν θέλουμε να ελπίζουμε ότι θα επιτύχουμε τους στόχους και τις φιλοδοξίες της Ατζέντας 2030. Αυτές οι άνισες και άδικες σχέσεις οικονομικής εξουσίας εκδηλώνονται με ιδιαίτερη ένταση στην Αφρική. Για παράδειγμα, η ήπειρός μας διαθέτει πλούσιους ορυκτούς πόρους, αλλά συνεχίζει να έχει τον μεγαλύτερο αριθμό λιγότερο αναπτυσσόμενων χωρών.

Sigmar Gabriel, πρώην Υπουργός Εξωτερικών της Γερμανίας

Πρέπει να παράσχουμε στον Ο.Η.Ε. τα μέσα που χρειάζεται για να εκπληρώσει την αποστολή του. Επί του παρόντος, ωστόσο, οι αριθμοί λένε κάτι διαφορετικό:

Το Παγκόσμιο Επισιτιστικό Πρόγραμμα λαμβάνει λιγότερο από το 50% της χρηματοδότησης που χρειάζεται για να καταπολεμήσει τις παγκόσμιες κρίσεις πείνας που υπάρχουν σήμερα. Το Παγκόσμιο Αναπτυξιακό Πρόγραμμα λαμβάνει σήμερα μόλις το 15% των εισφορών του υπό τη μορφή εθελοντικών, μη δεσμευτικών πληρωμών, ενώ το 2011 το ποσοστό αυτό ήταν 50%. Τα πράγματα δεν είναι καλύτερα σε ότι αφορά σε άλλα προγράμματα αρωγής του Ο.Η.Ε.

Δεν είναι δυνατό όσοι κατέχουν θέσεις κλειδιά στον Ο.Η.Ε. να αφιερώνουν περισσότερο χρόνο σε παρακλητικές επιστολές για να εξασφαλίσουν την απαραίτητη χρηματοδότηση αντί να οργανώνουν την αποτελεσματική παροχή βοήθειας. Πρέπει να αλλάξουμε κατεύθυνση. Πρέπει να χορηγήσουμε στον Ο.Η.Ε. το απαραίτητο ύψος χρηματοδότησης, καθώς επίσης περισσότερη ελευθερία. Ως αντάλλαγμα, χρειαζόμαστε μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και διαφάνεια σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο αξιοποιείται η χρηματοδότηση.

Η Γερμανία, πάντως, προτίθεται να συνεχίσει την οικονομική της στήριξη προς τον Ο.Η.Ε.

Ως ο τέταρτος μεγαλύτερος πάροχος αποτιμημένων συνεισφορών, και πολύ πέρα από αυτό, για παράδειγμα ως ένας από τους μεγαλύτερους δωρητές ανθρωπιστικής βοήθειας σε όλο τον κόσμο, θέλουμε να συνεχίσουμε να συμβάλλουμε σε μεγάλο βαθμό.

Mark Zuckerberg, Διευθύνων Σύμβουλος της Facebook

Το Facebook είναι μια ιδεαλιστική και αισιόδοξη εταιρεία. Κατά τη μεγαλύτερη διάρκεια της ύπαρξής μας, εστιάσαμε σε ό,τι καλό μπορεί να φέρει η διασύνδεση μεταξύ των ανθρώπων. Καθώς το Facebook διευρύνθηκε, οι άνθρωποι σε όλον τον κόσμο απέκτησαν ένα ισχυρό νέο εργαλείο για να μένουν σε επαφή με τους ανθρώπους που αγαπούν, να ακούγεται η φωνή τους και να οικοδομούν κοινότητες και επιχειρήσεις. Μόλις πρόσφατα είδαμε να οργανώνονται τα κινήματα #metoo και March for Our Lives στο Facebook, τουλάχιστον εν μέρει. Μετά τον τυφώνα Harvey, οι άνθρωποι συγκέντρωσαν περισσότερα από 20 εκατομμύρια δολάρια για ανακούφιση των πληγείσων περιοχών. Και περισσότερες από 70 εκατομμύρια μικρές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν πλέον το Facebook για να επεκταθούν και να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας.

ii) Εντοπίζοντας τα γεγονότα

Δραστηριότητα 2: Χωρίστε την τάξη σε δύο ομάδες. Ζητήστε από κάθε ομάδα να επιλέξει από έναν «πράσινο» ισχυρισμό από αυτούς που παρατίθενται πιο πάνω για να τον επαληθεύσουν (ή να επιλέξουν από μια δική σας λίστα).

Ζητήστε από τις ομάδες να ψάξουν για τεκμήρια που να υποστηρίζουν ή να αντικρούουν τα ευρήματα. Πριν από αυτό, ενθαρρύνετέ τις να αξιολογήσουν τις πηγές που θα βρουν σύμφωνα με τις ακόλουθες παραμέτρους.

Εγγύτητα: Πόσο κοντά στο φαινόμενο είναι τα τεκμήρια; Π.χ. Ένας ειδησεογραφικός οργανισμός που μεταδίδει τα τελευταία στατιστικά στοιχεία για την ανεργία είναι συνήθως λιγότερο κοντά στα δεδομένα – και ως εκ τούτου λιγότερο σημαντικός – από την εθνική στατιστική υπηρεσία που κάνει πραγματικά μετρήσεις για τα ποσοστά απασχόλησης.

Εμπειρογνωμοσύνη: Ποια εχέγγυα υποδεικνύουν την ποιότητα του παραγωγού των τεκμηρίων; Π.χ. Η συγγραφέας ενός βιβλίου είναι κάτοχος διδακτορικού και είναι ιδιαίτερα αναγνωρισμένη στο πεδίο της.

Στιβαρότητα: Πώς συνελέγησαν τα τεκμήρια; Π.χ. Δεδομένα σχετικά με τη βία κατά των γυναικών συγκεντρώνονται, συνήθως, μέσω ερευνών επισκόπησης.¹¹ Αυτό

11 Βλ. τον δείκτη (48) του UN Gender Statistics <https://genderstats.un.org/#/downloads>

καθιστά μη έγκυρες τις γενικεύσεις και δύσκολες τις διεθνείς συγκρίσεις, δεδομένου ότι η προθυμία των γυναικών να απαντήσουν σε μια έρευνα και η εννοιολόγηση της σεξουαλικής παρενόχλησης πιθανώς να διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Αυτό δεν μειώνει τη σοβαρότητα της βίας κατά των γυναικών, αλλά τονίζει τη σημασία της στιβαρότητας ώστε να τεκμηριώνονται οι ισχυρισμοί που εκφέρονται.

Διαφάνεια: Τι γνωρίζουμε για τα τεκμήρια; Π.χ. Μια επιστημονική μελέτη έχει δημοσιεύσει στο διαδίκτυο όλα τα δεδομένα στα οποία στηρίζει τα συμπεράσματά της ώστε να είναι διαθέσιμα για ενδελεχή έλεγχο από άλλους ερευνητές.

Αξιοπιστία: Υπάρχει ιστορικό προς αξιολόγηση; Π.χ. Ο οργανισμός *Transparency International* δημοσιεύει τον Δείκτη Αντίληψης για Διαφθορά για περισσότερα από 20 χρόνια. Η πρακτική αυτή έχει δώσει άφθονο χρόνο σε ειδικούς να εντοπίσουν τους περιορισμούς του.¹²

Σύγκρουση Συμφερόντων: Εξυπηρετούνται τα προσωπικά ή ιδιωτικά συμφέροντα της πηγής από τα τεκμήρια; Π.χ. Μία μελέτη σχετικά με τα υποτιθέμενα οφέλη για την υγεία που έχει η κατανάλωση ζυμαρικών διεξήχθη και χρηματοδοτήθηκε εν μέρει από μια μεγάλη εταιρεία παρασκευής ζυμαρικών.¹³

Οι εκπαιδευτριες μπορούν να εκτυπώσουν τον ακόλουθο πίνακα και να ζητήσουν από τις σπουδάστριες να τον χρησιμοποιήσουν για να αξιολογήσουν κάθε πηγή.

	Χαμηλή	Μέτρια	Ισχυρή
Εγγύτητα			
Εμπειρογνωμοσύνη			
Στιβαρότητα			
Διαφάνεια			
Αξιοπιστία			
Σύγκρουση Συμφερόντων			

12 Hough, D. (2016). Here's this year's (flawed) Corruption Perception Index. Those flaws are useful. *The Washington Post*. Διαθέσιμο στο: <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best-and-thats-useful/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

13 Αυτό είναι πραγματικό παράδειγμα, περισσότερα εδώ: <http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Προτεινόμενη Εργασία **Διορθώνοντας τα κείμενα**

Χρησιμοποιώντας τα τεκμήρια που αξιολογήθηκαν στο εγχειρίδιο, οι συμμετέχουσες πρέπει να γράψουν μια αναφορά διασταύρωσης πληροφοριών (περίπου 1200 λέξεων), στην οποία θα καταλήγουν σε ένα συμπέρασμα για τη σχετική αλήθεια ή εγκυρότητα της δήλωσης που επέλεξαν.

Πρέπει να δημιουργήσουν τη δική τους κλίμακα αξιολόγησης, ώστε να βαθμολογήσουν τον ισχυρισμό που διασταυρώνουν. Για παράδειγμα, το PolitiFact προσφέρει τους ακόλουθους δείκτες:

Αληθής - Η δήλωση είναι ακριβής και δεν λείπουν σημαντικά στοιχεία

Ως επί το πλείστον αληθής - Η δήλωση είναι ακριβής αλλά χρειάζεται διευκρίνιση ή επιπρόσθετες πληροφορίες

Κατά το ήμισυ αληθής - Η δήλωση είναι εν μέρει ακριβής αλλά παραλείπει σημαντικές λεπτομέρειες ή τοποθετεί τα γεγονότα εκτός συγκειμένου

Ως επί το πλείστον λανθασμένη - Η δήλωση περιέχει μια δόση αλήθειας αλλά παραβλέπει κρίσιμα στοιχεία τα οποία θα έδιναν διαφορετική εντύπωση

Λανθασμένη - Η δήλωση δεν είναι ακριβής

Κατάφωρο ψεύδος - Η δήλωση δεν είναι ακριβής και εκφέρει έναν γελοίο ισχυρισμό.

Οι κλίμακες αξιολόγησης δεν είναι απαραίτητο να είναι γραμμικές, όπως αυτές που χρησιμοποιεί το PolitiFact, στις οποίες οι δείκτες επιδεινώνονται βαθμικώς σε μια κλίμακα από το «Αληθής» στο «Κατάφωρο ψεύδος». Για παράδειγμα, η *El Sabueso* στο Μεξικό,¹⁴ περιλαμβάνει δείκτες όπως «Δεν μπορεί να αποδειχθεί» για ισχυρισμούς για τους οποίους δεν υπάρχουν τεκμήρια με τον ένα ή τον άλλο τρόπο ή «Συζητήσιμο» για ισχυρισμούς των οποίων η ακρίβεια εξαρτάται από τη μέθοδο που επιλέγεται. Ενθαρρύνετε τις σπουδάστριες να γίνουν δημιουργικές με τις κλίμακές τους, ώστε να αντιληφθούν το εύρος των χαρακτηρισμών που μπορούμε να δώσουμε σε μια δήλωση που αφορά γεγονότα. Ανάλογα με τον διαθέσιμο χρόνο και τους διαθέσιμους πόρους, οι εκπαιδευτρίες μπορούν να ζητήσουν από τις σπουδάστριες να εκπονήσουν την αναφορά τους σε μη κειμενική μορφή. Memes, σύντομα βίντεο, GIFs, Snapchat – όλα αυτά αποτελούν εν δυνάμει καλά εργαλεία αντιμετώπισης των αληθειών. Μάλιστα, μια μελέτη κατέδειξε ότι η ίδια διασταύρωση ήταν πιο αποτελεσματική όταν παρουσιαζόταν ως χιουμοριστικό βίντεο παρά όταν παρουσιαζόταν ως άρθρο.¹⁵

¹⁴ AnimalPolitico (2015). Διαθέσιμο στο: <http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

¹⁵ Young, D., Jamieson, K., Poulsen, S. & Goldring, A. (2017). Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating FactCheck.org and FlackCheck.org. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), σελ. 49-75.

Για ορισμένα παραδείγματα δημιουργικής μορφής, οι εκπαιδευτές μπορούν να μελετήσουν τα ακόλουθα άρθρα από το Poynter:

Mantzaris, A. (2016). Fact-checkers experiment with Snapchat, GIFs and other stuff millennials ♥. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/fact-checkers-experiment-with-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials-%E2%99%A5/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Mantzaris, A. (2016). How (and why) to turn a fact check into a GIF. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/how-and-why-to-turn-a-fact-check-into-a-gif/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].



Βιβλιογραφία

Επιπρόσθετα της βιβλιογραφικής λίστας, το Poynter έχει αφιερώσει μια ενότητα στη διασταύρωση πληροφοριών διαθέσιμη στο: <https://www.poynter.org/channels/fact-checking>, η οποία επικαιροποιείται αρκετές φορές την εβδομάδα. Εδώ θα δείτε ορισμένους επίκαιρους χρήσιμους πόρους, οι οποίοι προέρχονται κυρίως από αυτή την ενότητα.

Funke, D. (2017α). Where there's a rumour, there's an audience. This study sheds light on why some take off. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/where-theres-a-rumor-theres-an-audience-this-study-sheds-light-on-why-some-take-off/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Funke, D. (2017β). Want to be a better online sleuth? Learn to read webpages like a fact-checker. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/want-to-be-a-better-online-sleuth-learn-to-read-webpages-like-a-fact-checker/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Funke, D. (2017γ). These two studies found that correcting misperceptions works. But it's not magic. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/these-two-studies-found-that-correcting-misperceptions-works-but-it%C2%92s-not-magic/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Mantzaris, A. (2015α). 5 things to keep in mind when fact-checking claim about science. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2015/5-things-to-keep-in-mind-when-fact-checking-claims-about-science/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- Mantzaris, A. (2015β). 5 tips for fact-checking datasets. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2015/5-tips-for-fact-checking-datasets/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Mantzaris, A. (2015γ). 5 studies about fact-checking you may have missed last month (Poynter). Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Mantzaris, A. (2016α). 5 tips for fact-checking claims about health. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/5-tips-for-fact-checking-claims-about-health/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2018].
- Mantzaris, A. (2016β). Should journalists outsource fact-checking to academics? Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/should-journalists-outsource-fact-checking-to-academics/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Mantzaris, A. (2017α). Repetition boosts lies — but it could help fact-checkers too Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/repetition-boosts-lies-but-could-help-fact-checkers-too/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Mantzaris, A. (2017β). French and American voters seem to respond to fact-checking in a similar way. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/french-and-american-voters-seem-to-respond-in-a-similar-way-to-fact-checking/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Mantzaris, A. (2017γ). What does the “Death of Expertise” mean for fact-checkers? Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/what-does-the-death-of-expertise-mean-for-fact-checkers/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Mantzaris, A. (2017δ). Journalism can’t afford for corrections to be the next victim of the fake news frenzy. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/journalism-cant-afford-for-corrections-to-be-next-victim-of-fake-news-frenzy/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Poynter (2018). How to fact-check a politician’s claim in 10 steps. Διαθέσιμο στο: <https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Van Ess, H. (2017). The ultimate guide to bust fake tweeters: A video toolkit in 10 steps. Διαθέσιμο στο: <https://www.poynter.org/fact-checking/2017/the-ultimate-guide-to-bust-fake-tweeters-a-video-toolkit-in-10-steps/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Βιβλία

Ball, J. (2017). *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World*. London: Biteback Publishing.

Gladstone, B. (2017). *The Trouble with Reality: A Ruminant on Moral Panic in Our Time*. New York: Workman Pu.

Graves, L. (2016). *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking Movement in American Journalism*. New York: Columbia University Press.

Διαδικτυακοί πόροι

Στον ακόλουθο σύνδεσμο: <http://factcheckingday.com/lesson-plan> είναι διαθέσιμο ένα προσχέδιο μαθήματος του International Fact-checking Day, το οποίο στηρίζεται σε ένα παιχνίδι ρόλων με κάρτες (σχεδιασμένο για μαθήτριες ηλικίας 14-16 ετών). Ο ιστοχώρος περιλαμβάνει επίσης συμβουλές, έναν σύνδεσμο για διαδικτυακό μάθημα για σπουδάστριες πανεπιστημίου και μια λίστα αναγνωσμάτων σχετικά με τις πληροφορίες και τη διασταύρωσή τους.

ΕΠΑΛΗΘΕΥΣΗ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ: ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΗΓΩΝ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ

των Tom Trewinnard και Fergus Bell

ΕΝΟΤΗΤΑ 6

Η ενότητα αυτή έχει δημιουργηθεί με στόχο να βοηθήσει τις συμμετέχουσες να αναγνωρίζουν και να επαληθεύουν την πρωτογενή πηγή μιας ψηφιακής πληροφορίας που είναι διαθέσιμη στο διαδίκτυο. Θα παρουσιαστούν διαφορετικές στρατηγικές προσδιορισμού της αυθεντικότητας πηγών, φωτογραφιών και βίντεο, ειδικά όταν πρόκειται για περιεχόμενο που παράγεται από τους χρήστες και έχει διανεμηθεί διαμέσου των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Με την ολοκλήρωση αυτής της ενότητας, οι συμμετέχουσες θα είναι σε θέση να αναγνωρίζουν διαφορετικά είδη λανθασμένου και παραπλανητικού περιεχομένου που συχνά διανέμεται κατά τη διάρκεια έκτακτων ειδήσεων και γεγονότων σε πλατφόρμες όπως το Facebook, το Twitter, Instagram και το YouTube.¹ Τέτοιου είδους περιεχόμενο χρησιμοποιείται και αναπαράγεται περιοδικά από αξιόπιστους ειδησεογραφικούς οργανισμούς, γεγονός που οδηγεί στη δυσφήμιση των ίδιων. Επίσης, μπορεί ακούσια να αναδιανέμεται και να πολλαπλασιάζεται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από δημοσιογράφους, οι οποίες αποτελούν πολλές φορές στόχο κακόβουλων δρώντων που επιζητούν να επηρεάσουν τον δημόσιο διάλογο,² εκμεταλλευόμενες τη φήμη των δημοσιογράφων ως αξιόπιστων πηγών.³

Οι συμμετέχουσες καλούνται να δοκιμαστούν σε πραγματικά σενάρια και παραδείγματα, προτού θέσουν σε εφαρμογή βασικές ερευνητικές τεχνικές και στρατηγικές για την επαλήθευση περιεχομένου, όπως:

- Να προσδιορίσουν και να αξιολογήσουν πρωτογενείς πηγές, σύμφωνα με τις δεοντολογικές αρχές που καθοδηγούν τη δημοσιογραφική χρήση περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες⁴
- Να εντοπίσουν και να αποκλείσουν ψεύτικους λογαριασμούς ή bots^{5 6}
- Να επιβεβαιώσουν ότι το οπτικό περιεχόμενο αποδίδεται σωστά στην πρωτογενή πηγή

1 Alejandro, J. (2010). Journalism In The Age Of Social Media. Reuters Institute Fellowship. Διαθέσιμο στο: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/journalism-age-social-media> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

2 Paulussen, S. & Harder, R. (2014). Social Media References in Newspapers. *Journalism Practice*, 8(5), σελ. 542-551.

3 Η Ενότητα 7 παρουσιάζει μια λεπτομερή συζήτηση για το συγκεκριμένο πρόβλημα και την αντιμετώπισή του.

4 Βλ. τον κώδικα δεοντολογίας για περιεχόμενο που παράγεται από χρήστες του Online News Association: <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

5 Woolley, S.C. & Howard, P.N. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary. Samuel Woolley & Philip N. Howard (Eds) Working Paper 2017.11. Oxford, UK: Ερευνητικό σχέδιο στην προπαγάνδα υπολογιστικών μεθόδων. [comprop.oii.ox.ac.uk](https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf). Διαθέσιμο στο: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

6 Joseph, R. (2018). Guide. How to verify a Twitter account. Africa Check. Διαθέσιμο στο: <https://africacheck.org/fact-checks/guides/guide-how-verify-twitter-account> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- Να επαληθεύσουν τον χρόνο εγγραφής και φόρτωσης του περιεχομένου στο διαδίκτυο
- Να εντοπίσουν γεωγραφικά φωτογραφίες και βίντεο

Η δυνατότητα αναγνώρισης και επαλήθευσης του πρωτογενούς περιεχομένου επιτρέπει στις δημοσιογράφους να ζητούν άδεια για τη δημοσίευση περιεχομένου που παράγεται από χρήστες, σύμφωνα με δεοντολογικές και νομικές αξιώσεις.



Περίγραμμα

Οι συγγραφείς Bill Kovach και Tom Rosenstiel, στο *The Elements of Journalism*,⁷ επιβεβαιώνουν ότι: «Εν τέλει, η αρχή της επαλήθευσης είναι αυτό που διαφοροποιεί τη δημοσιογραφία από την ψυχαγωγία, την προπαγάνδα, τη μυθοπλασία ή την τέχνη... Μόνο η δημοσιογραφία επικεντρώνεται στο να καταγράψει, πρώτα απ' όλα, τι ακριβώς συνέβη...». Σε αυτό το πνεύμα, η συγκεκριμένη ενότητα εξετάζει «την αρχή της επαλήθευσης» στη σύγχρονη εποχή.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν αλλάξει την άσκηση της δημοσιογραφίας. Η εμπλοκή του κοινού σε αυτή σε πραγματικό χρόνο έχει αυξήσει το περιεχόμενο που παράγεται από τους χρήστες, ενώ ακόμη και δημοσιογραφικές πρακτικές όπως η επαλήθευση μπορούν πλέον να ανατεθούν στο κοινό.⁸ Ενώ η αρχή της επαλήθευσης⁹ βρίσκεται στον πυρήνα της δημοσιογραφίας, οι μέθοδοι επαλήθευσης του περιεχομένου και των πηγών χρειάζονται συνεχή επικαιροποίηση για να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των ταχέως μεταβαλλόμενων ψηφιακών τεχνολογιών, των συμπεριφορών που εκδηλώνονται στο διαδίκτυο και των τεχνικών συλλογής ειδήσεων. Για παράδειγμα, κατά τη διάρκεια της Αραβικής Άνοιξης, η έννοια της «ανοικτής επαλήθευσης» - μια διαδικασία δημόσιας, συνεργατικής επαλήθευσης σε πραγματικό χρόνο - άρχισε να έρχεται στο προσκήνιο. Ωστόσο, αυτή η διαδικασία παραμένει αμφιλεγόμενη λόγω των κινδύνων που σχετίζονται με την παραπληροφόρηση που διαχέεται ευρέως στην προσπάθεια επαλήθευσης των πληροφοριών, βήμα προς βήμα, σε ένα δημόσιο φόρουμ (για παράδειγμα, μία δημοσιογράφος κοινοποιεί μη επαληθευμένες πληροφορίες με σκοπό να εμπλέξει άλλους χρήστες στη διαδικασία επαλήθευσης).¹⁰

7 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Crown Publishers.

8 Carvin, A. (2012). *Distant Witness: Social Media's Journalism Revolution*. New York, NY: CUNY Journalism Press.

9 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). ό.π.

10 Posetti, J. & Silverman, S. (2014). When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification at Mediashift, 24 Ιουλίου 2014. Διαθέσιμο στο: <http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Σήμερα, οι αυτόπτες μάρτυρες και το οπτικό περιεχόμενο συγκαταλέγονται στα πιο σημαντικά και ισχυρά εργαλεία μιας δημοσιογράφου ή ενός ειδησεογραφικού οργανισμού για να ειπωθεί μια ιστορία με υψηλό αντίκτυπο. Στην περίπτωση μιας έκτακτης είδησης, η ταχύτητα είναι κρίσιμος παράγοντας στην επαλήθευση πληροφοριών από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.¹¹

Οι δημοσιογράφοι πρέπει να είναι σε θέση να «πλοηγηθούν» σε τεράστιες ποσότητες πληροφοριών για να φτάσουν σε πηγές, πληροφορίες και φωτογραφίες που έχουν αξία. Η ραγδαία αύξηση του όγκου οπτικού περιεχομένου (φωτογραφίες, βίντεο και GIF) που αναρτάται σε κοινωνικές πλατφόρμες, οφείλεται σε τρεις κύριους παράγοντες:

- ▶ στον πολλαπλασιασμό έξυπνων τηλεφώνων με δυνατότητα χρήσης κάμερας σε όλο τον κόσμο¹²
- ▶ στην αυξημένη πρόσβαση σε φθηνά (και σε ορισμένα σημεία, δωρεάν) δεδομένα κινητής τηλεφωνίας
- ▶ στην άνοδο των παγκόσμιων μέσων κοινωνικής δικτύωσης και των πλατφορμών κοινωνικής επικοινωνίας, στις οποίες μπορεί οποιοσδήποτε να δημοσιεύσει περιεχόμενο και να «χτίσει» κοινό.

Σε πολλά σενάρια έκτακτης επικαιρότητας, οι πρώτες μαρτυρίες, φωτογραφίες και βίντεο που προκύπτουν από ένα περιστατικό - είτε πρόκειται για διαμαρτυρία, συντριβή τρένου, τυφώνα ή τρομοκρατική επίθεση - θα δημοσιευθούν πιθανότατα από μια αυτόπτη μάρτυρα, συμμετέχουσα ή παρευρισκόμενη με «έξυπνο» κινητό τηλέφωνο. Οι τεχνικές επαλήθευσης αυτού του περιεχομένου διαφέρουν ανάλογα με τους πόρους, τους κανόνες και τα πρότυπα των αιθουσών σύνταξης και τις πρακτικές των ίδιων των δημοσιογράφων. Αυτή η ενότητα θα παρουσιάσει στις φοιτήτριες μερικές από τις αποτελεσματικότερες μεθόδους, διαδικτυακά εργαλεία και πηγές, αλλά όπως συμβαίνει με την τεχνολογία, τα εργαλεία εξελίσσονται γρήγορα.¹³

Σε κάθε προσπάθεια επαλήθευσης, κάποιες γενικές κατευθυντήριες γραμμές, όπως προτάθηκαν από τους Kovach και Rosentiel (2014),¹⁴ είναι:

11 Brandtzaeg, P., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L. & Følstad, A. (2015). Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media. *Journalism Practice*, 10(3), σελ. 323-342.

12 Βλ. διαφάνεια 5 στην παρουσίαση της Mary Meeker «Internet Trends Report»: <https://techcrunch.com/2019/06/11/internet-trends-report-2019/> [Τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

13 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. & Martin, C. (2014). Identifying and Verifying News through Social Media. *Digital Journalism*, 2(3), σελ. 406-418.

14 Kovach & Rosentiel (2014). ό.π.

- επεξεργαστείτε με σκεπτικισμό
- δημιουργήστε λίστα πληροφοριών προς έλεγχο ακρίβειας
- μην κάνετε καμία εικασία - μην παραπλανάστε από σημάδια που σχετίζονται με την αληθοφάνεια¹⁵
- διαχειριστείτε με προσοχή τις ανώνυμες πηγές

Εντοπίζοντας την προέλευση των πληροφοριών ή των εικόνων και εφαρμόζοντας ένα σύστημα ελέγχων τόσο της πηγής όσο και του περιεχομένου που έχει διανεμηθεί, θα πρέπει να είστε σε θέση να επιβεβαιώσετε την πηγή, εφόσον οι έλεγχοι σας έδωσαν τα απαραίτητα αποτελέσματα.¹⁶

Αυτοί οι έλεγχοι υποκαθιστούν τη δουλειά που θα μπορούσε να κάνει μία δημοσιογράφος αν ήταν φυσικά παρούσα στη σκηνή ενός γεγονότος και έπαιρνε συνεντεύξεις από αυτόπτες μάρτυρες. Η δημοσιογράφος που θα έπαιρνε μια προσωπική συνέντευξη θα εξέταζε εξονυχιστικά τις δηλώσεις των αυτοπτών μαρτύρων, θα παρακολουθούσε σημαντικές λεπτομέρειες και διασταυρώνοντας τις πληροφορίες θα κατέληγε σε συμπέρασμα σχετικά με την αξιοπιστία τους. Το ένστικτο επίσης μπορεί εν μέρει να αποτελέσει οδηγό – σε συνδυασμό με προσεκτική παρατήρηση στοιχείων της συμπεριφοράς. Η διαδικασία διασταύρωσης μιας ψηφιακής πηγής πρέπει να επιτρέπει την εξαγωγή συμπερασμάτων, ακόμη και αν δεν είναι δυνατόν να μιλήσουμε με ένα άτομο άμεσα ή σε πραγματικό χρόνο.¹⁷

Πολλοί μεγάλοι ειδησεογραφικοί οργανισμοί διαθέτουν ομάδες και ακριβή τεχνολογία ή συνεργάζονται με πρακτορεία που παρέχουν υπηρεσίες σχετικές με την εύρεση αυτού του περιεχομένου το ταχύτερο δυνατό,¹⁸ ενώ παράλληλα αποκτούν δικαίωμα δημοσίευσης και μετάδοσης και επαληθεύουν το περιεχόμενο πριν από τη δημοσίευσή του. Οι περισσότεροι μικροί ειδησεογραφικοί οργανισμοί και πολλοί μεμονωμένοι δημοσιογράφοι δεν διαθέτουν τους ίδιους πόρους¹⁹ και βασίζονται στη δική

15 Zimmer, B (2010). Truthiness, *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2010/10/17/magazine/17FOB-onlanguage-t.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

16 Bell, F. (2015). Verification: Source vs Content [online]. Medium. Διαθέσιμο στο: <https://medium.com/1st-draft/verficiation-source-vs-content-b67d6eed3ad0> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

17 Kovach & Rosenstiel (2014). ό.π.

18 Diakopoulos, N., De Choudhury, M. & Naaman, M. (2012). Finding and assessing social media information sources in the context of journalism. Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, σελ. 2451-2460. Διαθέσιμο στο: <http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

19 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Goker, A.S. & Martin, C. (2014). Identifying and verifying news through social media: Developing a user-centred tool for professional journalists. *Digital Journalism*, 2(3), σελ. 406-418. Διαθέσιμο στο: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/30711/1/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

τους εξελισσόμενη, συστηματική μεθοδολογία για την επίτευξη της αξιοπιστίας.²⁰ Γιατί η επαλήθευση της πηγής και του οπτικού περιεχομένου είναι τόσο σημαντική; Με απλά λόγια, επειδή αυτό είναι καλή δημοσιογραφία. Στον σύγχρονο ψηφιακό κόσμο είναι εύκολο για κακόβουλους φορείς να δημιουργήσουν και να διανείμουν πειστικές και δύσκολα ανιχνεύσιμες ψευδείς ειδήσεις. Υπάρχουν πολλές περιπτώσεις, στις οποίες επαγγελματίες δημοσιογράφοι και ειδησεογραφικοί οργανισμοί έβλαψαν τη φήμη τους κοινοποιώντας ή αναδημοσιεύοντας παραπλανητικές πληροφορίες, φωτογραφίες, βίντεο ή πληροφορίες από άτομα με ψεύτικο προφίλ. Σε άλλες περιπτώσεις παρερμήνευσαν σατιρικό περιεχόμενο, κοινοποιώντας ή δημοσιεύοντάς το ως γεγονός.²¹

Το πρόβλημα επιδεινώνεται από τον όγκο του οπτικού περιεχομένου που διατίθεται στο διαδίκτυο, το οποίο μπορεί να αποκοπεί από τα συμφραζόμενα και να επαναχρησιμοποιηθεί σε μελλοντικές ειδήσεις, κάτι που βλέπουμε να συμβαίνει καθημερινά σε ολόκληρο τον κόσμο καθώς απατεώνες παγιδεύουν πολιτικούς και επαγγελματίες δημοσιογράφους.

Υπάρχουν, ωστόσο, πολλοί τρόποι με τους οποίους μπορεί να αξιολογηθεί η αξιοπιστία μιας συγκεκριμένης πηγής που έχει να πει μια ιστορία ή περιεχόμενο προς κοινοποίηση. Θα πρέπει να τεθούν σημαντικά ερωτήματα, άλλα ευθέως και άλλα που μπορούν να απαντηθούν χρησιμοποιώντας αποδεικτικά στοιχεία που προκύπτουν μέσω έρευνας. Για τον εντοπισμό του σημείου από όπου μια πηγή αναρτά περιεχόμενο μπορούν να χρησιμοποιηθούν εργαλεία επαλήθευσης, αλλά είναι επίσης εφικτό η επαλήθευση να τριγωνοποιηθεί χωρίς αυτοματοποιημένες μεθόδους - δηλαδή, αναλύοντας. Ειδικότερα, αναλύοντας τη διαδρομή της πηγής στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με στόχο την αναζήτηση στοιχείων που θα υποδείξουν αν μπορούσε πράγματι να βρίσκεται σε συγκεκριμένο τόπο σε συγκεκριμένη χρονική στιγμή.

Η μελέτη του ιστορικού των αλληλεπιδράσεων της πηγής με άλλους χρήστες και ο έλεγχος των συνδέσμων που υπάρχουν στο περιεχόμενο των αναρτήσεων της μπορεί επίσης να συμβάλλει στη διαδικασία εμπειρικής επαλήθευσης και να βοηθήσει στον αποκλεισμό πληροφοριών που κοινοποιούνται από bots.

Η επεξεργασία με επιφυλάξεις είναι απαραίτητη, αλλά η μεγάλη πλειονότητα των από-μων που εμπλέκονται σε ειδησεογραφικά γεγονότα και μοιράζονται τις ιστορίες τους

20 Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & Følstad, A. (2016). Emerging journalistic verification practices concerning social media. *Journalism Practice*, 10(3), 323-342.

21 Deutsche Welle (2018). Germany's "Bild" falls for hoax, unleashes debate on fake news (22/02/2018). Διαθέσιμο στο: <http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

δεν προσπαθούν να εξαπατήσουν - απλά μοιράζονται τις εμπειρίες τους. Εάν προκύψει παραπληροφόρηση, ενδέχεται να μην είναι κακόβουλη. Μπορεί απλά να είναι αποτέλεσμα του ότι ένα άτομο δεν μπορεί να θυμηθεί σωστά τα γεγονότα ή ίσως επέλεξε να εμπλουτίσει την ιστορία. Αυτό θα μπορούσε επίσης να συμβεί εάν είχατε την ευκαιρία να διεξάγετε μια συνέντευξη διά ζώσης, όπως παρατηρείται συχνά σε αντικρουόμενες αναφορές και δηλώσεις από σκηνές εγκλημάτων ή ατυχημάτων, όπου οι μαρτυρίες τραυματισμένων μαρτύρων ή θυμάτων μπορούν να διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους.

Μολονότι μπορεί να μην είναι δυνατόν να εξακριβωθεί με απόλυτη βεβαιότητα η προέλευση του οπτικού περιεχομένου, υπάρχουν αρκετά «προειδοποιητικά σήματα κινδύνου» που ενεργοποιεί μια απλή διαδικασία επαλήθευσης, ρωτώντας:

- ▶ Είναι το περιεχόμενο αυθεντικό ή έχει αποσπαστεί από παλαιότερο ειδησεογραφικό υλικό και επαναχρησιμοποιείται για να αποπροσανατολίσει;
- ▶ Έχει υποστεί το περιεχόμενο κάποιου είδους ψηφιακή παραποίηση;²²
- ▶ Μπορούμε να επιβεβαιώσουμε τον χρόνο και τον τόπο λήψης φωτογραφιών/βίντεο χρησιμοποιώντας διαθέσιμα μεταδεδομένα;
- ▶ Μπορούμε να επιβεβαιώσουμε τον χρόνο και τον τόπο της λήψης φωτογραφιών/ βίντεο, με βάση οπτικά στοιχεία του περιεχομένου;

Προκειμένου να εντοπίσουμε τα προειδοποιητικά σήματα κινδύνου πρέπει να κατανοήσουμε τα διαφορετικά είδη οπτικού περιεχομένου που θεωρείται ψευδές ή παραπλανητικό:

- ▶ **Λάθος ώρα/Λάθος μέρος:** ο πιο συνηθισμένος τύπος παραπλανητικού οπτικού υλικού είναι παλαιό οπτικό υλικό που αναδιανέμεται με νέους ισχυρισμούς για το τι δείχνει. Η ευρεία διάχυση του υλικού σε αυτές τις περιπτώσεις προκαλείται συχνά μέσω της τυχαίας κοινοποίησης περιεχομένου που μπορεί εύκολα να αποκαλυφθεί και να καταρριφθεί, αλλά είναι δύσκολο να σταματήσει η διάδοσή του²³

22 Μαθητές που επέζησαν του μαζικού πυροβολισμού σε σχολείο στο Parkland της Φλόριντας των Η.Π.Α. και οργάνωσαν μια επιτυχημένη εθνική διαμαρτυρία για τον περιορισμό της οπλοκατοχής παρουσιάστηκαν σε παραποιημένες εικόνες που κυκλοφόρησαν ευρέως σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης ιδεολογικά χρωματισμένα. <https://www.buzzfeednews.com/article/janeltyvnenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

23 Αυτό το βίντεο που χρησιμοποιήθηκε ως απόδειξη για την πλημμύρα στο Διεθνές Αεροδρόμιο της Bengaluru στην Ινδία ήταν στην πραγματικότητα ένα ανακατασκευασμένο βίντεο μιας πλημμύρας σε ένα αεροδρόμιο του Μεξικό. <https://www.thequint.com/news/webqoof/fake-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- **Παραποιημένο περιεχόμενο:** περιεχόμενο που έχει υποστεί ψηφιακή παραποίηση με τη χρήση λογισμικού επεξεργασίας φωτογραφιών ή βίντεο
- **Σκηνοθετημένο περιεχόμενο:** πρωτότυπο περιεχόμενο που δημιουργήθηκε και διανεμήθηκε με σκοπό να παραπλανήσει²⁴

Σε αυτή την ενότητα, οι φοιτήτριες θα έρθουν σε επαφή με βασικά εργαλεία και τεχνικές εκμάθησης και εξάσκησης στην επαλήθευση των πηγών και του περιεχομένου (παρέχονται διαφάνειες, συμπεριλαμβανομένων των σημειώσεων των εκπαιδευτριών, και πρόσθετη βιβλιογραφία) όπως:²⁵

Ανάλυση λογαριασμών του Facebook: Χρησιμοποιώντας ένα διαδικτυακό εργαλείο της Intel Techniques,²⁶ μπορείτε να ανιχνεύσετε περισσότερα στοιχεία για μια πηγή, αναλύοντας τον λογαριασμό της στο Facebook.

Ανάλυση λογαριασμών του Twitter: Χρησιμοποιώντας τον οδηγό Africa Check μπορείτε να ανιχνεύσετε περισσότερα στοιχεία για μια πηγή, αναλύοντας το ιστορικό της στο Twitter και να διαπιστώσετε αν οι σχετικές αναρτήσεις γίνονται από bot ή όχι.²⁷

Αντίστροφη αναζήτηση εικόνων: Χρησιμοποιώντας είτε το Google Reverse Image Search²⁸, ή το TinEye²⁹ ή το RevEye³⁰ μπορείτε να ελέγξετε αν μια εικόνα ανακυκλώνεται για να υποστηρίξει έναν νέο ισχυρισμό ή συμβάν. Η αντίστροφη αναζήτηση εικόνων σας επιτρέπει να δείτε εάν μία ή περισσότερες βάσεις δεδομένων εικόνων (με δισεκατομμύρια εικόνες) περιέχουν μια προγενέστερη έκδοση της εικόνας. Εάν η αντίστροφη αναζήτηση εικόνων εμφανίσει μια εικόνα να υπάρχει πριν από το προβαλλόμενο γεγονός, αυτό είναι ένα «προειδοποιητικό σήμα κινδύνου» και είναι πιθανό η εικόνα να έχει ανακυκλωθεί από προηγούμενο γεγονός. Εάν η αντίστροφη αναζήτηση εικόνων δεν αποφέρει κάποια αποτελέσματα, αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα ότι η εικόνα είναι πρωτότυπη και θα πρέπει να κάνετε επιπλέον ελέγχους.

- 24 Η τεχνητή νοημοσύνη και τα εξελιγμένα εργαλεία επεξεργασίας βίντεο καθιστούν δύσκολη τη διάκριση των πλαστών βίντεο, όπως φαίνεται στο πλάνο με τον Μπαράκ Ομπάμα, <https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 25 Σημειώστε ότι τα ειδησεογραφικά εργαλεία συνεχίζουν να εξελίσσονται και η εκπαιδευτρια μαζί με τις εκπαιδευόμενες μπορούν να ανακαλύψουν και να δοκιμάσουν τις νέες τεχνολογίες και τεχνικές.
- 26 Τα δωρεάν διαδικτυακά εργαλεία έπαυσαν να είναι διαθέσιμα τον Μάιο του 2010 και αντικαταστάθηκαν από μία έκδοση εκτός διαδικτύου που συμπεριλαμβάνεται στο νέο βιβλίο περί OSINT (<https://inteltechniques.com/book1.html>).
- 27 Joseph (2018). ό.π.
- 28 Πώς να κάνετε αντίστροφη αναζήτηση εικόνας σε Google: <https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 29 Βλ. <https://www.tineye.com/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 30 <https://chrome.google.com/webstore/detail/reveye-reverse-image-sear/keaaclicjhehbbapnphnmpiklalfhelgf?hl=en> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Πρόγραμμα προβολής δεδομένων του YouTube (YouTube Data Viewer): Δεν υπάρχει μέθοδος «αντίστροφης αναζήτησης βίντεο» διαθέσιμη στο κοινό αλλά εργαλεία όπως το YouTube Data Viewer της Amnesty,³¹ το InVID³² και το NewsCheck³³ μπορούν να ανιχνεύσουν μικρογραφίες βίντεο στο YouTube και μια αντίστροφη αναζήτηση εικόνων σε αυτές τις μικρογραφίες μπορεί να αποκαλύψει αν έχουν αναρτηθεί προγενέστερες εκδόσεις του βίντεο. (Τα εργαλεία δείχνουν επίσης την ακριβή ώρα μεταφόρτωσης στο δίκτυο.)

Πρόγραμμα Προβολής EXIF (EXIF Viewer): Τα EXIF είναι μεταδεδομένα προσαρτημένα σε οπτικό περιεχόμενο που περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα σημείων δεδομένων που δημιουργούνται από ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές και κάμερες τηλεφώνου στο σημείο λήψης. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν την ακριβή ώρα και ημερομηνία, μεταδεδομένα τοποθεσίας, δεδομένα συσκευών και πληροφορίες ρύθμισης φωτός. Τα μεταδεδομένα EXIF είναι, επομένως, εξαιρετικά χρήσιμα στη διαδικασία επαλήθευσης, αλλά ένας σημαντικός περιορισμός είναι ότι τα κοινωνικά δίκτυα αφαιρούν τα μεταδεδομένα από το οπτικό περιεχόμενο. Αυτό σημαίνει ότι οι εικόνες που κοινοποιούνται στο Twitter ή στο Facebook δεν εμφανίζουν δεδομένα EXIF. Εάν, ωστόσο, είστε σε θέση να επικοινωνήσετε με τον πρώτο χρήστη που μεταφόρτωσε το υλικό στα κοινωνικά δίκτυα και να αποκτήσετε το αρχικό αρχείο της εικόνας, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τα δεδομένα EXIF για να επαληθεύσετε το περιεχόμενο. Είναι, επίσης, σημαντικό να σημειωθεί ότι τα δεδομένα EXIF μπορούν να τροποποιηθούν, οπότε απαιτείται περαιτέρω επαλήθευση.

Οι συμμετέχουσες θα παρακολουθήσουν μια βασική εισαγωγή σε πιο προηγμένες τεχνικές, με πρόσθετους πόρους για περαιτέρω ενασχόληση και μελέτες περίπτωσης. Αυτές οι τεχνικές περιλαμβάνουν:

- **Γεωτοποθεσία:** πρόκειται για τη διαδικασία προσδιορισμού του τόπου καταγραφής ενός βίντεο ή μιας εικόνας. Αυτό μπορεί να είναι απλό όταν υπάρχουν διαθέσιμα επαρκή μεταδεδομένα: Τα δεδομένα EXIF από κινητά τηλέφωνα αποκαλύπτουν συχνά τις συντεταγμένες και το περιεχόμενο των κοινωνικών δικτύων (για παράδειγμα, το Instagram, το Facebook και το Twitter) είναι, πολλές φορές, γεωγραφικά προσδιορισμένο (είναι σημαντικό ωστόσο να επισημανθεί ότι τέτοια μεταδεδομένα είναι επεξεργάσιμα και μπορεί να είναι παραπλανητικά). Συχνά, η γεωτοποθεσία απαιτεί τη διασταύρωση οπτικών χαρακτηριστικών και σημείων

31 Πώς να χρησιμοποιήσετε το Πρόγραμμα Προβολής Δεδομένων της Amnesty: <https://citizenevidence.amnestyusa.org/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

32 Το εργαλείο επαλήθευσης βίντεο InVID είναι διαθέσιμο στο: <https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

33 Σχετικά με το NewsCheck βλ.: <https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

αναφοράς του περιεχομένου με δορυφορικές απεικονίσεις, απεικονίσεις των δρόμων και οπτικό περιεχόμενο που διατίθενται από άλλες πηγές (όπως άλλο οπτικό υλικό που αναρτήθηκε στο Twitter, το Instagram, το Facebook και το YouTube).

- ▶ **Επιβεβαίωση καιρικών συνθηκών:** Πηγές όπως το WolframAlpha³⁴ μπορούν να αποκαλύψουν ιστορικά δεδομένα καιρού, επιτρέποντάς μας να ελέγξουμε εάν ο καιρός που παρατηρείται στο οπτικό περιεχόμενο επιδειχίνει βροχή μια μέρα που δεν παρατηρήθηκε βροχή από τις μετεωρολογικές πηγές;)
- ▶ **Ανάλυση σκιών:** Ένας τρόπος διερεύνησης μιας φωτογραφίας ή ενός βίντεο είναι να εξετάσουμε την εσωτερική συνέπεια κάθε ορατής σκιάς (δηλ. υπάρχουν σκιές όπου θα περίμενε κανείς να τις δει; Και υπάρχουν ορατές σκιές συνεπείς με τις σχετικές πηγές φωτός;)
- ▶ **Έλεγχος εικόνας:** Ορισμένα εργαλεία είναι σε θέση να ανιχνεύσουν ασυνέπειες στα μεταδεδομένα μιας εικόνας που υποδηλώνουν παραποίησης της. Η εγκυρότητα αυτών των τεχνικών εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το πλαίσιο και την εφαρμογή, αλλά τα εργαλεία όπως το Forensically,³⁵ το Photo Forensics³⁶ και το IziTru³⁷ μπορούν να διεξάγουν ανίχνευση κλώνων και ανίχνευση επιπέδων σφαλμάτων που θα μπορούσαν να δώσουν χρήσιμες πληροφορίες.



Στόχοι ενότητας

- ▶ Να επιστήσει την προσοχή στο ρόλο του περιεχομένου που παράγεται από χρήστες (UGC) και κοινοποιείται μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη σύγχρονη δημοσιογραφία, καθώς επίσης στους κινδύνους και τις παγίδες που συνδέονται με την αξιοποίησή του
- ▶ Να γίνει βαθιά κατανοητή η σημασία διασφάλισης της πρόσβασης και της πληροφόρησης από την κύρια πηγή μιας ιστορίας και της διαδικασίας για να επιτευχθεί αυτό

34 Εργαλείο WolframAlpha, διαθέσιμο στο: <https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

35 Wagner, J. (2015). Forensically, Photo Forensics for the Web. [Blog] 29a.ch. Διαθέσιμο στο: <https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

36 Εργαλείο FotoForensics, διαθέσιμο στο: <http://fotoforensics.com/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

37 Εργαλείο IziTru, διαθέσιμο στο: <https://www.izitru.com/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- ▶ Να τονίσει την ανάγκη επαλήθευσης του περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες και εξαίρεσης διαφορετικών τύπων ψευδούς και παραπλανητικού περιεχομένου
- ▶ Να ενημερώσει για βασικές μεθόδους που χρησιμοποιούνται στην επαλήθευση εικόνων και βίντεο και στην αποκάλυψη και κατάρριψη ψευδούς οπτικού περιεχομένου



Μαθησιακά Αποτελέσματα

1. Βαθύτερη κατανόηση του ρόλου του περιεχομένου που παράγεται από τους χρήστες στη σύγχρονη δημοσιογραφία
2. Κατανόηση της ανάγκης επαλήθευσης του ψηφιακού περιεχομένου
3. Κατανόηση και τεχνική κατάρτιση για τη χρήση εργαλείων για την επαλήθευση μιας πρωτογενούς πηγής
4. Ικανότητα διεξαγωγής βασικών βημάτων επαλήθευσης του φωτογραφικού και οπτικοακουστικού περιεχομένου
5. Κατανόηση προηγμένων τεχνικών και μεταδεδομένων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στις διαδικασίες επαλήθευσης
6. Συνειδητοποίηση της ανάγκης να ζητείται άδεια χρήσης για περιεχόμενο που παράγεται από χρήστες, καθώς και για άλλο διαδικτυακό περιεχόμενο, και γνώση του τρόπου με τον οποίο μπορεί να γίνει κάτι τέτοιο



Μορφή της ενότητας

Η συγκεκριμένη ενότητα περιλαμβάνει θεωρητική διάλεξη 60 λεπτών και πρακτική παρουσίαση 120 λεπτών, που χωρίζεται σε τρία μέρη. Ωστόσο, η εφαρμοσμένη λογική του αντικειμένου προσφέρεται για μεγαλύτερης διάρκειας διαδραστικό εργαστήριο με πρακτικές ασκήσεις που λειτουργούν συμπληρωματικά στις παρουσιάσεις.

Στη θεωρία: Χρησιμοποιώντας τις παραπάνω σημειώσεις, σχεδιάστε μια διάλεξη με θέμα την επαλήθευση ως αναπόσπαστο αλλά εξελισσόμενο μέρος της δημοσιογραφικής μεθόδου στην ψηφιακή εποχή.

Στην πράξη: Το πρακτικό μέρος των 120 λεπτών προσφέρεται για διαδραστική παρουσίαση και εργαστήριο. Μπορεί να χωριστεί σε τρία διαφορετικά μέρη.

Οι εκπαιδευτές θα πρέπει να χρησιμοποιήσουν τις παραπάνω σημειώσεις και να επεξεργαστούν τις διαφάνειες που είναι διαθέσιμες στους ακόλουθους συνδέσμους. Σημειώστε ότι υπάρχουν πρόσθετες σημειώσεις εκπαιδευτριών που επισυνάπτονται στις διαφάνειες:

- i. **Αναγνώριση και επαλήθευση πηγής.** Έλεγχος της διαδρομής των πηγών στα κοινωνικά δίκτυα: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
- ii. **Βασική επαλήθευση εικόνας.** Κοινοί τύποι ψευδών απεικονίσεων και βασικών σταδίων επαλήθευσης: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf
- iii. **Προηγμένη επαλήθευση.** Προσεγγίσεις για ανάλυση περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένης της ανάλυσης μεταδεδομένων και γεωτοποθεσίας: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

Σύνδεση του πλάνου με μαθησιακά αποτελέσματα

A. Στη θεωρία

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Διάλεξη: Ιστορικό και θεωρία για την επαλήθευση και την εξέλιξη των μεθόδων της	1 ώρα	1, 2, 6

B. Πρακτική εφαρμογή

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
i) Επαλήθευση πηγής – κοινωνικά δίκτυα (Άσκηση)	30 λεπτά	2, 3
ii) Αντίστροφη αναζήτηση εικόνων (Παρουσίαση & άσκηση)	15 λεπτά	2, 3, 4
ii) Ανάλυση βίντεο (Παρουσίαση)	30 λεπτά	2, 3, 4

iii) Εισαγωγή σε διάφορους τύπους μεταδεδομένων (Παρουσίαση)	15 λεπτά	2, 5
iii) Γεωτοποθεσία (Παρουσίαση + άσκηση)	20 λεπτά	2, 4, 5
iii) Επιβεβαίωση καιρικών συνθηκών, ανάλυση σκιών και έλεγχος εικόνας (Παρουσίαση)	10 λεπτά	2, 4, 5



Μαθησιακά Αποτελέσματα

- Οι συμμετέχουσες θα πρέπει να σχεδιάσουν μια ροή εργασίας για επαλήθευση πηγής χρησιμοποιώντας το γενικό πρότυπο που παρουσιάζεται στη διαφάνεια 8 του πρώτου αρχείου διαφανειών. Οι συμμετέχουσες πρέπει να χρησιμοποιήσουν ή έναν πραγματικό ρόλο ή έναν τόπο στον οποίο εργάζονται ή έναν οργανισμό ειδήσεων που γνωρίζουν.
- Επιλέξτε έναν ενεργό λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενός δημοφιλούς ατόμου και ζητήστε από τις συμμετέχουσες να χρησιμοποιήσουν τα εργαλεία που έχουν παρουσιαστεί στην ενότητα για να προσδιορίσουν αν είναι αυθεντικός λογαριασμός και να εντοπίσουν άλλους παρόμοιους αλλά όχι αυθεντικούς λογαριασμούς.
- Επιλέξτε και μοιράστε στην τάξη ένα αρχείο εικόνας και ζητήστε από τις συμμετέχουσες να προσδιορίσουν συγκεκριμένα πληροφοριακά στοιχεία χρησιμοποιώντας το διαδικτυακό πρόγραμμα προβολής EXIF και ένα εργαλείο αντίστροφης αναζήτησης εικόνας για να σας αναφέρουν την πρωτογενή πηγή.



Πόροι

Διαφάνειες

1. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
2. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf

3. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf



Βιβλιογραφία

Επαλήθευση πηγής

Ayala Iacucci, A. (2014). Case Study 3.1: Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election, Verification Handbook. European Journalism Centre. Διαθέσιμο στο: <http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Bell, F. (2015). Verification: Source vs. Content, First Draft News. Διαθέσιμο στο: <https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Carvin, A. (2013), Distant Witness. *CUNY Journalism Press*. Διαθέσιμο στο: <https://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Toler, A. (2017). Advanced Guide on Verifying Video Content. Διαθέσιμο στο: <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Trewinnard, T. (2016). Source verification: Beware the bots, First Draft News. Διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Βίντεο

Real or Fake: How to verify what you see on the internet (2015). France24. Διαθέσιμο στο: <http://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=youtu> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Knight, W. (2018). The Defense Department has produced the first tools for catching deepfakes, MIT Technology Review. <https://www.technologyreview.com/2018/08/07/66640/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Μέσα Αυτοπτών Μαρτύρων

- Brown, P. (2015). A global study of eyewitness media in online newspaper sites. Eye witness Media Hub. Διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.org/articles/global-study-eyewitness-media-online-newspaper-sites/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Hermida, A. (2013). #JOURNALISM: Reconfiguring journalism research about Twitter, one tweet at a time. *Digital Journalism*, 1(3), σελ. 295-313.
- Koettl, C. (2016, January 27). Citizen Media Research and Verification: An Analytical Framework for Human Rights Practitioners. Centre of Governance and Human Rights, University of Cambridge. Διαθέσιμο στο: <https://www.repository.cam.ac.uk/handle/1810/253508> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Kuczerawy, A. (2016, December 13). Pants on fire: content verification tools and other ways to deal with the fake news problem. Διαθέσιμο στο: <https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Novak, M. (n.d.). 69 Viral Images From 2016 That Were Totally Fake. Διαθέσιμο στο: <https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Online News Association: UGC Ethics Guide, <https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Pierre-Louis, K. (2017). You're probably terrible at spotting faked photos. Διαθέσιμο στο: <http://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Rohde, D. (2013). Pictures That Change History: Why the World Needs Photo Journalists. *The Atlantic*. Διαθέσιμο στο: <https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I. & Mychajlowcz, K. (2013). Verification as a strategic ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy. *Journalism Practice*, 7(6), σελ. 657-673.

Smidt, J. L., Lewis, C. & Schmidt, R. (2017). Here's A Running List of Misinformation About Hurricane Irma. Διαθέσιμο στο: <https://www.buzzfeednews.com/article/janelytvynenko/irma-misinfo> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Wardle, C. (2015). 7/7: Comparing the use of eyewitness media 10 years on. Διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.org/latest/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Wardle, C., Dubberley, S. & Brown, P. (2014). Amateur Footage: A Global Study of User-Generated Content in TV and Online News Output. Διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.org/articles/amateur-footage-global-study-user-generated-content-tv-online-news-output/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Zdanowicz, C. (2014). "Miracle on the Hudson" Twitpic changed his life. Διαθέσιμο στο: <http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Αντίστροφη Αναζήτηση Εικόνων

First Draft News. Visual Verification Guide - Photos. Διαθέσιμο στο: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

First Draft News. Visual Verification Guide - Videos. Διαθέσιμο στο: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_videos.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Seitz, J. (2015). Manual Reverse Image Search With Google and TinEye. Διαθέσιμο στο: <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Suibhne, E. (2015). Baltimore "looting" tweets show importance of quick and easy image checks. Διαθέσιμο στο: <https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Πρόγραμμα Προβολής Δεδομένων του YouTube

First Draft News. (n.d.). Using YouTube Data Viewer to check the upload time of a video. Διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.org/en/education/curriculum-resource/youtube-data-viewer> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Toler, A. (2017). Advanced Guide on Verifying Video Content. Διαθέσιμο στο: <https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Ανάλυση Μεταδεδομένων

Honan, M. (2012). How Trusting in Vice Led to John McAfee's Downfall. Διαθέσιμο στο: <https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Wen, T. (2017). The hidden signs that can reveal a fake photo. Διαθέσιμο στο: <https://www.bbc.com/future/article/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Ανάλυση Περιεχομένου

Ess, H. van (2017). Inside the trenches of an information war. Medium. Διαθέσιμο στο: <https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Farid, H. (n.d.-c). Photo Forensics: In the Shadows - Still searching - Fotomuseum Winterthur. Διαθέσιμο στο: http://www.fotomuseum.ch/en/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

First Draft News. (2016). Watch Eliot Higgins demonstrate advanced verification techniques at #FDLive. Διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.org/latest/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Higgins, E. (2015, July 24). Searching the Earth: Essential geolocation tools for verification. Διαθέσιμο στο: <https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d960bb8fba> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Πηγές στο διαδίκτυο

First Draft Interactive: Geolocation Challenge. Διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.org/en/education/curriculum-resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

First Draft Interactive: Observation Challenge. Διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.org/en/education/curriculum-resource/5-observation-challenge/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

First Draft Online Verification Course. Διαθέσιμο στο: <https://firstdraftnews.org/training/verification/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020]

ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΩΝΤΑΣ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΚΑΚΟΠΟΙΗΣΗ: ΟΤΑΝ ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΟΙ ΚΑΙ ΟΙ ΠΗΓΕΣ ΤΟΥΣ ΣΤΟΧΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ

της Julie Posetti



ΕΝΟΤΗΤΑ 7



Σύνοψη

Το πρόβλημα της σκόπιμης και μη παραπληροφόρησης,¹ που υπονομεύει την έγκριτη δημοσιογραφία και την αξιόπιστη πληροφόρηση, έχει κλιμακωθεί δραματικά στην εποχή των μέσων κοινωνικών δικτύωσης. Οι συνέπειές του περιλαμβάνουν την εσκεμμένη στοχοποίηση τόσο δημοσιογράφων και άλλων ατόμων που δημοσιεύουν πληροφορίες στο διαδίκτυο και επιδιώκουν να διασταυρώσουν ή να μοιραστούν πληροφορίες και σχόλια, όσο και των πηγών τους. Οι σχετιζόμενοι κίνδυνοι ενδέχεται να οδηγήσουν σε περαιτέρω υπονόμηση της εμπιστοσύνης προς τη δημοσιογραφία, αλλά και να πλήξουν την ασφάλεια των δημοσιογράφων και των πηγών τους.

Σε κάποιες περιπτώσεις, δημοσιογράφοι έχουν στοχοποιηθεί μέσω ψευδεπίγραφης ευρείας υποστήριξης από πολίτες («astroturfing»)² και «trolling»³ – πρακτικές που εσκεμμένα επιδιώκουν «να αποπροσανατολίσουν, να παραπληροφορήσουν, να φέρουν σύγχυση ή να θέσουν σε κίνδυνο δημοσιογράφους»⁴ μέσω της διασποράς πληροφοριών που είναι σχεδιασμένες έτσι ώστε να αποσπάσουν την προσοχή τους ή να παραπλανήσουν τους δημοσιογράφους ή τις δυνητικές πηγές τους. Εναλλακτικά, η στοχοποίηση των δημοσιογράφων έγκειται στο να προσπαθήσει να τους ωθήσει να μοιραστούν ανακριβείς πληροφορίες, οι οποίες είτε οδηγούν σε ψευδή ερμηνεία των γεγονότων είτε, όταν αποκαλυφθούν ως ανακριβείς, μειώνουν την αξιοπιστία τους (καθώς και του οργανισμού με τον οποίο συνεργάζονται). Σε άλλες δε περιπτώσεις, οι δημοσιογράφοι έρχονται αντιμέτωποι με ψηφιακές απειλές, οι οποίες είναι σχεδιασμένες έτσι ώστε να στοχοποιήσουν τις πηγές τους, αποκαλύπτοντας προσωπικές τους πληροφορίες ή παραβιάζοντας την ιδιωτικότητά τους και εκθέτοντάς τους σε κίνδυνο ή ακόμα αποκτώντας πρόσβαση σε σχετικό ανέκδοτο υλικό.

Παρατηρείται, επίσης, το φαινόμενο κυβερνήσεις να κινητοποιούν «ψηφιακές ομάδες μίσους» προκειμένου να σταματήσουν τυχόν κριτικά σχόλια και να καταστείλουν την ελευθερία της έκφρασης.⁵ Υπάρχουν και τα σοβαρά ζητήματα της διαδικτυακής

- 1 Για ορισμούς βλ.: Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making (Council of Europe). <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 2 Ο όρος «Astroturfing» προέρχεται από τη μάρκα ψεύτικου γρασιδιού που χρησιμοποιείται για να καλύψει εξωτερικές επιφάνειες δίνοντας την εντύπωση του φυσικού γρασιδιού. Στο πλαίσιο της σκόπιμης παραπληροφόρησης αναφέρεται στη διάχυση ψευδών πληροφοριών σε κοινό και δημοσιογράφους με την πρόθεση να τους αποπροσανατολίσει και να τους παραπλανήσει, συγκεκριμένα με την παροχή «πειστηρίων» τα οποία δίνουν την εντύπωση ευρείας υποστήριξης σημαντικού μέρους της κοινωνίας προς κάποιο άτομο, κάποια ιδέα ή συγκεκριμένη πολιτική. Βλ. επίσης τον ορισμό στην Technopedia: <https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 3 Coco, G. (2012). Why does nobody know what trolling means? A quick reference guide for the media, *Vice*. <https://www.vice.com/en/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 4 Posetti, J. (2013). The “Twitterisation” of investigative journalism, στο S. Tanner & N. Richardson (Eds.), *Journalism Research and Investigation in a Digital World* (σελ. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. <https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=ihapapers> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- 5 Riley M., Etter, L. & Pradhan, B. (2018). A Global Guide To State-Sponsored Trolling, Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

παρενόχλησης και βίας (τα οποία κάποιες φορές αναφέρονται λανθασμένα ως «trolling»)⁶ που ενίοτε βιώνονται σε δυσανάλογη συχνότητα από γυναίκες και συχνά διέπονται από μισογυνισμό. Τα παραπάνω μπορούν να εκθέσουν τις δημοσιογράφους, τις πηγές τους και τις σχολιάστριες σε διαδικτυακή κακοποίηση, ψευδείς ισχυρισμούς για τη συμπεριφορά τους, παραχάραξη της ταυτότητάς τους ή ακόμη και σε απειλές που έχουν πρόθεση να εξευτελίσουν και να υπονομεύσουν την αυτοπεποίθησή τους, να τις δυσφημίσουν και να αποσπάσουν την προσοχή τους με τελικό αποτέλεσμα την ανάσχεση του δημοσιογραφικού τους έργου.⁷ Ταυτόχρονα σε διάφορα μέρη του κόσμου, απειλές κατά της σωματικής τους ακεραιότητας, με στόχο την υπονόμευση της κριτικής δημοσιογραφίας, συνεχίζουν να υπάρχουν, συνεπικουρούμενες και ενισχυόμενες από διαδικτυακές προκλήσεις και εκφοβισμό.

Μπορεί οι δημοσιογράφοι να είναι τα άμεσα θύματα εκστρατειών σκόπιμης παραπληροφόρησης, αλλά ταυτόχρονα αντιστέκονται. Πέρα από την ενίσχυση της άμυνας ενάντια σε ψηφιακές απειλές, πολλοί έχουν αρχίσει να ασχολούνται ενεργά με την αποκάλυψη τέτοιων επιθέσεων και των ατόμων που εμπλέκονται σε αυτές. Επιπλέον, ειδησεογραφικοί οργανισμοί και ΜΚΟ του χώρου συμμετέχουν σε πρωτοβουλίες Παιδείας στα Μέσα και την Πληροφορία, διαδραματίζοντας τον δικό τους ρόλο στην εκπαίδευση του κοινού και στην εξάπλωση της ιδέας πως η δημοσιογραφία είναι άξια εκτίμησης και προστασίας.



Περίγραμμα

Αναλύοντας τα διάφορα θέματα

ι) Αναγνώριση και αντιμετώπιση του «trolling» και της ψευδεπίγραφης ευρείας υποστήριξης από πολίτες («astroturfing»)⁸

Το φαινόμενο αυτό περιλαμβάνει την κατασκευή χαρακτήρων και γεγονότων, σχεδιασμένων να εξαπατήσουν δημοσιογράφους και κοινό, σε συνδυασμό με οργανωμένες εκστρατείες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι οποίες προσπαθούν να προσομοιάσουν αληθινές, οργανικές αντιδράσεις της κοινωνίας. Ενδέχεται να

⁶ Σημείωση: το «Trolling» στη διαδικτυακή εκδοχή του αναφέρεται σε πράξεις που εκτείνονται από το ευγενικό πείραγμα, τις φάρσες και την προκλητικότητα ως τη συνειδητή εξαπάτηση. Ωστόσο, χρησιμοποιείται ολοένα και περισσότερο ως όρος που καλύπτει όλες τις ενέργειες διαδικτυακής κακοποίησης. Κάτι τέτοιο είναι, ενδεχομένως, προβληματικό, αφού συμπυκνώνει σε έναν όρο μια πολύ ευρεία γκάμα συμπεριφορών και τείνει να υποβαθμίζει τη σοβαρότητα και την έκταση που μπορεί να πάρει η διαδικτυακή κακοποίηση.

⁷ Για παράδειγμα βλ.: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html>.

⁸ Για επεξήγηση του όρου «astroturfing» για εκπαιδευτικούς σκοπούς, ο παρακάτω σύνδεσμος είναι χρήσιμος: <https://youtu.be/Fmh4RdlwswE>.

είναι δύσκολο να μπορεί κανείς να διακρίνει έκτακτες ειδήσεις και έγκυρες μαρτυρίες από το πλαστό περιεχόμενο που είτε είναι ψευδεπίγραφο είτε περιέχει ανακρίβειες με σκοπό να παραπλανήσει εσκεμμένα ή να υπονομεύσει την αξιοπιστία των δημοσιογράφων και άλλων διαδικτυακών σχολιαστριών, καθώς και του έργου τους, εξαπατώντας τες και παρασύροντάς τες στη διασπορά ψευδών πληροφοριών.

Παραδείγματα τέτοιου είδους συμπεριφορών περιλαμβάνουν:

- ▶ Την κατασκευή λογαριασμών θυμάτων φυσικών καταστροφών και τρομοκρατικών επιθέσεων (βλ. το παράδειγμα των βομβιστικών επιθέσεων στο Μάντσεστερ)⁹ με σκοπό να ξεγελάσουν άλλους ανθρώπους ώστε να διαμοιραστούν περιεχόμενο το οποίο μπορεί να βλάψει τη φήμη και/ή την αξιοπιστία ατόμων, συμπεριλαμβανομένων δημοσιογράφων, που ενδεχομένως αναφέρονται ονομαστικά μέσω tags κατά τη διαδικασία κοινοποίησης του υλικού.
- ▶ Τη δημοσίευση περιεχομένου που παρουσιάζεται ως άξιο δημοσίευσης, ενώ έχει παραχθεί από φανταστικούς χαρακτήρες, όπως η περίπτωση του «ομοφυλόφιλου κοριτσιού της Δαμασκού».¹⁰ Το 2011 τα διεθνή μέσα κατήγγειλαν τη σύλληψη μίας μπλόγκερ που παρουσίαζε τον εαυτό της ως ομοφυλόφιλη που κατοικούσε στη Συρία, ενώ τελικά αποδείχθηκε ότι επρόκειτο για χαρακτήρα που δημιούργησε αμερικάνος σπουδαστής που κατοικούσε στο εξωτερικό. Το θέμα ανατέθηκε στη δημοσιογράφο Jess Hill του ραδιοφωνικού προγράμματος PM της Australian Broadcasting Corporation, η οποία αναφέρει πως οι παραδοσιακές μέθοδοι διασταύρωσης πληροφοριών και οι δημοσιογραφικές αξίες απέτρεψαν την ενίσχυση της πλαστής αυτής είδησης από το πρόγραμμά της. «Δεν αναφερθήκαμε στη σύλληψή της για έναν απλό λόγο - δεν καταφέραμε να βρούμε ούτε ένα άτομο που να την είχε συναντήσει προσωπικά. Ούτε συγγενείς, ούτε φίλους. Ξοδέψαμε δύο μέρες αναζητώντας ανθρώπους, ζητώντας από τις πηγές μας στη Συρία να μας παραπέμπουν σε ανθρώπους που μπορεί να είχαν έρθει σε επαφή μαζί της, αλλά όλες οι προσπάθειες οδηγούσαν σε αδιέξοδο. Το γεγονός ότι δεν μπορούσαμε να εντοπίσουμε κανέναν, ο οποίος να την έχει συναντήσει προσωπικά, κινούσε υποψίες, οπότε δεν αναφερθήκαμε στην είδηση. [...] Τα πρακτορεία ειδήσεων που έσπευσαν να δημοσιεύσουν την είδηση δεν προέβησαν στη βασική ενέργεια, δηλαδή να ανατρέξουν

9 Για την περίπτωση της βομβιστικής επίθεσης στο Μάντσεστερ βλ.: <https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

10 Young, K. (2017). How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus, 9 Νοεμβρίου 2017, *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

στην πηγή της πληροφορίας. Δημοσίευσαν την είδηση βασιζόμενοι σε μια ανάρτηση σε κάποιο μπλογκ».¹¹

Άλλα κίνητρα περιλαμβάνουν την προσπάθεια αποπροσανατολισμού και απόσπασης της προσοχής των δημοσιογράφων από μία έρευνα καθοδηγώντας τους σε ερευνητικές αναζητήσεις οι οποίες θα αποβούν άκαρπες και θα καταλήξουν σε αδιέξοδο, ανακόπτοντας τελικά την αναζήτηση της αλήθειας.¹²

Παραδείγματα αυτού του τύπου παραπλάνησης περιλαμβάνουν:

- ▶ Την απόπειρα αναδιατύπωσης των σχετικών ισχυρισμών αναφορικά με το μέγεθος του πλήθους κατά την ορκωμοσία του Ντόναλντ Τραμπ τον Ιανουάριο του 2017 ως «εναλλακτικά γεγονότα».
- ▶ Τη σύγχρονη πολεμική προπαγάνδα, όπως, για παράδειγμα, οι αναρτήσεις των Ταλιμπάν μέσω του Twitter προς δημοσιογράφους στο Αφγανιστάν, με ψευδείς και παραπλανητικές λεπτομέρειες των μαχών.¹³
- ▶ Βάσεις δεδομένων που παραχωρούνται σε δημοσιογράφους, οι οποίες παρέχουν ορισμένες επαληθεύσιμες πληροφορίες σχετικά με θέματα δημοσίου συμφέροντος αλλά έχουν αλλοιωθεί εσκεμμένα προσθέτοντας και στοιχεία παραπληροφόρησης.

Πιο πρόσφατα, η προπαγάνδα μέσω υπολογιστικών μεθόδων¹⁴ έχει αυξήσει τους κινδύνους της ψευδεπίγραφης ευρείας υποστήριξης από πολίτες («astroturfing») και του «trolling» που αντιμετωπίζουν οι δημοσιογράφοι. Τέτοιου είδους πρακτικές περιλαμβάνουν τη χρήση bots με σκοπό τη διάχυση καλά στοχευμένων ψευδών πληροφοριών και προπαγανδιστικών μηνυμάτων σε τέτοια κλίμακα ώστε να προσομοιάζει σε αυτόχθονο κίνημα.¹⁵ Ταυτόχρονα, η τεχνολογία τεχνητής νοημοσύνης αξιοποιείται για τη δημιουργία «βαθιά ψευδούς οπτικοακουστικού υλικού» (deep

11 Posetti, J. (2013). ό.π.

12 NBC News (2017). Video: <https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

13 Cunningham, E (2011). In shift, Taliban embrace new media, *GlobalPost*. <https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

14 Woolley, S. & Howard, P. (2017). Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary, Working Paper No. 2017.11 (Oxford University). <http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

15 Σημείωση: περιορισμένες αναφορές για τις εκστρατείες μέσω διαδικτυακών bots κατά τις εθνικές εκλογές του 2017 στο Ηνωμένο Βασίλειο αναδεικνύουν τη δυσκολία να γίνουν ρεπορτάζ για τέτοια ζητήματα. Πρβ. Dias, N. (2017). Reporting on a new age of digital astroturfing, *First Draft News*. <https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

fake videos)¹⁶ και άλλων μορφών περιεχομένου σχεδιασμένων για να δυσφημίσουν τους εκάστοτε στόχους, συμπεριλαμβανομένων δημοσιογράφων, και ειδικά τις γυναίκες δημοσιογράφους.

Παραδείγματα τέτοιων πρακτικών περιλαμβάνουν:

- ▶ Ο ανεξάρτητος ενημερωτικός ιστοχώρος Rappler.com και το προσωπικό του, που σε μεγάλο βαθμό είναι γυναίκες, στοχοποιήθηκαν μέσω μιας εκστρατείας πρωτοφανούς διαδικτυακής κακοποίησης. «Η κοινή γνώμη των Φιλιππίνων σχετικά με καίρια ζητήματα χειραγωγήθηκε μέσω μισθωμένων τrol καθώς επίσης μέσα από μια σειρά από λογικές πλάνες, συλλογιστικά άλματα και μη συναφείς προσωπικές επιθέσεις,¹⁷ οι οποίες αποτελούν γνωστές τεχνικές προπαγάνδας που χρησιμοποιήθηκαν» (βλ. αναλυτικότερη συζήτηση παρακάτω).
- ▶ Μια εύπορη οικογένεια της Νότιας Αφρικής, η οποία κατηγορήθηκε για υπαρπαγή βασικών κρατικών δομών και διαπλοκή με πολιτικούς, προσέλαβε τη βρετανική εταιρεία δημοσίων σχέσεων Bell Pottinger για να σχεδιάσει μια πολύπλοκη εκστρατεία προπαγάνδας. Διέσπειρε τα μηνύματά της μέσω μιας «αυτοκρατορίας» σκόπιμης παραπληροφόρησης που περιελάμβανε ιστοχώρους, μέσα ενημέρωσης και έναν πληρωμένο «στρατό» χρηστών του Twitter που στοχοποίησε δημοσιογράφους, επιχειρηματίες και πολιτικούς χρησιμοποιώντας υβριστικά, επιθετικά μηνύματα και αλλοιωμένες φωτογραφίες με σκοπό να εξευτελίσει και, τελικά, να παρεμποδίσει τις έρευνες σχετικά με την κρατική διαφθορά.¹⁸ Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, η επιφανής εκδότρια Ferial Haffajee στοχοποιήθηκε μέσω μιας εκστρατείας διαδικτυακής παρενόχλησης, η οποία περιλάμβανε τη χρήση αλλοιωμένων φωτογραφιών της, ώστε να δοθεί ψευδής εντύπωση για τον χαρακτήρα της μαζί με τη χρήση της ετικέτας (hashtag) #presstitute.¹⁹

16 Ο όρος deepfake είναι σύνθετο των εννοιών «βαθιά μάθηση» (deep learning) και «ψευδής» (fake). Αναφέρεται στη χρήση τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης με στόχο τη δημιουργία δόλιου περιεχομένου, ενίοτε πορνογραφικής φύσης, το οποίο είναι δύσκολο να ανιχνευθεί ως μη πραγματικό. Χρησιμοποιείται σε κυβερνοεπιθέσεις με στόχο τη δυσφήμιση δημοσιογράφων, μεταξύ άλλων. Βλ.: Cuthbertson, A. (2018). What is “deepfake” porn? AI brings face-swapping to disturbing new level, *Newsweek*, <https://www.newsweek.com/what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

17 Ressa, M. (2016). Propaganda War: Weaponising the Internet. *Rappler*. <https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

18 Εκτεταμένος φάκελος για την «αυτοκρατορία ψευδών ειδήσεων» των Gupta, είναι διαθέσιμος στο: <https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

19 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. *The Huffington Post*. Διαθέσιμο στο: https://www.huffingtonpost.co.uk/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282?ncid=other_saredirect_m2afnz7mbfm [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- ▶ Η περίπτωση της δημοσιογράφου Rana Ayyub προκάλεσε την έκκληση πέντε εντεταλμένων των Ηνωμένων Εθνών και σχετικό αίτημα προς την κυβέρνηση της Ινδίας να της παρέχει προστασία, κατόπιν ευρείας κυκλοφορίας ψευδών πληροφοριών που αποσκοπούσαν στην αναχαίτιση του κριτικού δημοσιογραφικού της έργου. Η ανεξάρτητη δημοσιογράφος είχε γίνει αποδέκτης ενός συνδυασμού παραπληροφόρησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, η οποία περιελάμβανε «βαθιά ψευδές οπτικοακουστικό υλικό» (deepfake videos) που υπαινισσόταν τη συμμετοχή της σε πορνογραφικές ταινίες, καθώς επίσης άμεσες απειλές βιασμού και δολοφονίας της.²⁰
- ▶ Η περίπτωση της Φινλανδής δημοσιογράφου Jessikka Aro, η οποία αναλύεται στο δεύτερο μέρος αυτής της ενότητας με τον τίτλο «Απειλές για την Ψηφιακή Ασφάλεια και Στρατηγικές Άμυνα».

Άλλες ενότητες στο παρόν εγχειρίδιο αναφέρονται συγκεκριμένα σε τεχνικές μεθόδους επαλήθευσης. Ωστόσο, είναι σημαντικό να βοηθηθούν οι συμμετέχουσες ώστε να είναι σε θέση να εντοπίζουν τα κακόβουλα κίνητρα ορισμένων δρώντων στο διαδίκτυο που ενέχονται στη δημιουργία, διανομή και στοχοποίηση δημοσιογράφων χρησιμοποιώντας παραπληροφόρηση, σκόπιμη και μη, ως μέρος ενός συνολικού πλαισίου κακοποίησης.

Κρίσιμες επιπρόσθετες ερωτήσεις σχετικά με τις τεχνικές μεθόδους επαλήθευσης πληροφοριών:

1. Υπάρχει περίπτωση να υπάρχει κακόβουλη πρόθεση, όταν κάποιος/α διαμοιράζεται το εν λόγω περιεχόμενο ή χρησιμοποιεί την εν λόγω ετικέτα (tag);
2. Τι κερδίζει κάποιος/α που δημοσιεύει το εν λόγω περιεχόμενο από την κοινοποίησή του;
3. Ποιες μπορεί να είναι οι συνέπειες για εμένα/την επαγγελματική μου αξιοπιστία/έναν ειδησεογραφικό οργανισμό ή έναν εργοδότη αν διαμοιραστώ το εν λόγω περιεχόμενο;
4. Έχω μπει στη διαδικασία να επιβεβαιώσω την ταυτότητα/ τις διασυνδέσεις/ την αξιοπιστία/ τα κίνητρα κάποιου/ας που χρησιμοποιώ ως πηγή (π.χ. μήπως προσπαθούν να διασπείρουν σκόπιμη παραπληροφόρηση ή επωφεληθούν από την πώληση περιεχομένου που αποκτήθηκε με παράνομο τρόπο, χωρίς να συντρέχει λόγος δημοσίου συμφέροντος);

20

Ειδικό των Ηνωμένων Εθνών καλούν την Ινδία να προστατέψει τη δημοσιογράφο Rana Ayyub από τη διαδικτυακή εκστρατεία μίσους: <https://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E> [τελευταία πρόσβαση: 17/08/2018]. Βλ. επίσης Ayyub, R. (2018). In India, journalists face slut-shaming and rape threats. *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

5. Πρόκειται για άνθρωπο ή για bot;²¹

6. Αν παραλάβετε μια βάση δεδομένων από έναν υποτιθέμενο πληροφοριοδότη δημοσίου συμφέροντος, θα πρέπει να επαληθεύσετε ανεξάρτητα το περιεχόμενό τους πριν δημοσιεύσετε τα δεδομένα στο σύνολό τους; Πόσο πιθανό είναι τα δεδομένα αυτά να περιέχουν παραπληροφόρηση, σκόπιμη και μη, με στόχο να παραπλανήσουν συνειδητά ή να δυσφημίσουν κάποιον/α;

ii) Απειλές κατά της Ψηφιακής Ασφάλειας και Στρατηγικές Άμυνας

Δημοσιογράφοι, υπερασπιστές των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, μπλόγκερς και ακτιβιστές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γίνονται ολοένα πιο ευάλωτοι σε κυβερνοεπιθέσεις. Επιπλέον, το υλικό ή οι πηγές τους ενδέχεται να παραβιαστούν από κακόβουλους δρώντες μέσω μιας σειράς ενεργειών που περιλαμβάνουν το «ψάρεμα» (phishing), τις επιθέσεις με κακόβουλο λογισμικό και την παραποίηση ταυτότητας (identity spoofing).²²

Ένα παράδειγμα αυτής της πρακτικής:

Η βραβευμένη ερευνήτρια δημοσιογράφος Jessikka Aro, η οποία εργάζεται για το φινλανδικό δημόσιο τηλεοπτικό δίκτυο YLE, έγινε στόχος οργανωμένων εκστρατειών troll από το 2014. Έχει βιώσει ηλεκτρονικές απειλές κατά της ασφάλειάς της, μέσω της αποστολής κακόβουλων μηνυμάτων από χρήστες που εμφανίζονται ως φιλικά προσκείμενοι (spoofing) και της αποκάλυψης και δημοσιοποίησης προσωπικών πληροφοριών (doxing).²³ Χρησιμοποιήθηκαν τρολ, τα οποία αποκάλυψαν προσωπικά στοιχεία επικοινωνίας της και διέσπειραν σκόπιμη παραπληροφόρηση για το πρόσωπό της, γεμίζοντας τις εφαρμογές μηνυμάτων της και τα κιβώτια εισερχομένων μηνυμάτων της με οργισμένες αντιδράσεις. «Δέχτηκα ένα τηλεφώνημα κατά το οποίο κάποιος πυροβόλησε με όπλο. Αργότερα, κάποιος μου έστειλε ένα μήνυμα στο οποίο ισχυριζόταν ότι είναι ο νεκρός πατέρας μου και μου είπε ότι με 'παρακολουθεί', ανέφερε η ίδια.²⁴ Η Aro έχει εκφράσει την εκτίμησή της για τους συντάκτριες που

21 Για παράδειγμα, βλ.: <https://botor.no>

22 Από την Technopedia: το «spoofing» είναι μια δόλια ή κακόβουλη πρακτική κατά την οποία μηνύματα στέλνονται από άγνωστη πηγή μεταμφιεσμένα σε οικεία προς τον δέκτη. Το «spoofing» μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι η πιο κοινή μορφή αυτής της πρακτικής. Ένα τέτοιο ηλεκτρονικό μήνυμα ενδέχεται επίσης να περιέχει και άλλες απειλές, όπως Trojans ή άλλους ιούς. Αυτά τα προγράμματα μπορούν να προκαλέσουν σημαντική βλάβη στον υπολογιστή του θύματος πυροδοτώντας απρόβλεπτες δραστηριότητες, δίνοντας εξ αποστάσεως πρόσβαση στον υπολογιστή σε τρίτους, διαγράφοντας αρχεία και άλλα <https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

23 Από την Technopedia: το «doxing» είναι η διαδικασία της ανάκτησης, υποκλοπής και δημοσίευσης δεδομένων άλλων προσώπων, όπως είναι τα ονόματα, οι διευθύνσεις, οι τηλεφωνικοί αριθμοί και τα στοιχεία πιστωτικών καρτών. Το «doxing» μπορεί να στοχοποιεί ένα συγκεκριμένο άτομο ή μια οργάνωση. Υπάρχουν πολλοί λόγοι για τη χρήση του «doxing», όμως ένας από τους δημοφιλέστερους είναι ο εξαναγκασμός. Το «doxing» είναι ένας όρος της αργκό που προέρχεται από το λήμμα «.doc», καθώς συνήθως αυτό που υποκλέπτεται και δημοσιεύεται είναι αρχεία (documents). Οι χάκερς έχουν αναπτύξει διάφορους τρόπους να κάνουν «doxing», με συχνότερη την απόκτηση της ηλεκτρονικής διεύθυνσης του θύματος και κατόπιν την εύρεση του κωδικού πρόσβασης ώστε να αντλήσουν επιπρόσθετες προσωπικές πληροφορίες. <https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

24 Aro, J. (2016). The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools. *European View*. First Published: June 1. <http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

προστατεύουν δημοσιογράφους από απειλές και παροτρύνει τους συναδέλφους της να διερευνούν και να αποκαλύπτουν εκστρατείες προπαγάνδας.

Είναι λοιπόν κρίσιμο για τις δημοσιογράφους να είναι ενήμερες και να μπορούν να αντιμετωπίζουν τις παρακάτω απειλές:

12 καίριες απειλές για την ψηφιακή ασφάλεια:²⁵

- ▶ Στοχευμένη και μαζική παρακολούθηση
- ▶ Εκμετάλλευση από τρίτους του λογισμικού και του υλισμικού (hardware) χωρίς τη γνώση του στόχου
- ▶ Επιθέσεις τύπου «ψαρέματος» (Phishing)²⁶
- ▶ Ψεύτικοι ιστοχώροι που μιμούνται υπαρκτούς μέσω της χρήσης του ονόματός τους (domain)
- ▶ Επιθέσεις μυστικής παρακολούθησης της επικοινωνίας από τρίτους («Man-in-the-Middle»)²⁷
- ▶ Επιθέσεις τύπου Denial of Service (DoS) (άρνησης εξυπηρέτησης) και Distributed Denial of Service (DDOS) (κατανεμημένης άρνησης εξυπηρέτησης)²⁸
- ▶ Βανδαλισμός ιστοχώρων
- ▶ Παραβίαση λογαριασμών χρηστών
- ▶ Εκφοβισμός, παρενόχληση και αποκάλυψη δικτύων στο διαδίκτυο
- ▶ Εκστρατείες σκόπιμης παραπληροφόρησης και λασπολογίας
- ▶ Κατάσχεση δημοσιογραφικού υλικού, και
- ▶ Κίνδυνοι σχετιζόμενοι με την αποθήκευση και την εξόρυξη δεδομένων

25 Posetti, J. (2015). New Study: Combating the rising threats to journalists' digital safety (WAN-IFRA). <https://wan-ifra.org/2015/03/new-study-combating-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

26 King, G. (2014). "Spear phishing" attacks underscore necessity of digital vigilance, CPJ. <https://cpj.org/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

27 Ο ορισμός του «Man in the Middle Attack (MITM)» από το Technopedia: «Μια μορφή λαθροακρόασης, κατά την οποία η επικοινωνία μεταξύ δύο χρηστών παρακολουθείται και παραποιείται από ένα τρίτο μη εξουσιοδοτημένο μέλος. Γενικά, ο επιτιθέμενος κρυφακούει υποκλέπτοντας ένα μήνυμα που φέρει το δημόσιο κλειδί ενός χρήστη και αναμεταδίδει το μήνυμα αντικαθιστώντας το δημόσιο κλειδί με το δικό του» <https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

28 Για τους ορισμούς βλ. Technopedia. α. <https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos> β. <https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Για στρατηγικές άμυνας ενάντια σε αυτές τις πρακτικές, βλ. το κείμενο: Building Digital Safety for Journalism.²⁹

Για τις επιπτώσεις των παραπάνω σε εμπιστευτικές πηγές και πληροφοριοδότες δημοσίου συμφέροντος που αλληλεπιδρούν με δημοσιογράφους και άλλους παραγωγούς μέσων ενημέρωσης, βλέπε το κείμενο: Protecting Journalism Sources in the Digital Age.³⁰

Αναγνώριση και διαχείριση της διαδικτυακής βίας και παρενόχλησης

«Με έχουν αποκαλέσει βρομιάρα πόρνη, καταραμένη τσιγγάνα, εβραία, μουσουλμάνο τσούλα, ελληνικό παράσιτο, σιχαμένη μετανάστρια, ηλίθια ψυχοπαθή, άσχημη ψεύτρα, προκατειλημμένη μισάνθρωπο. Λαμβάνω συνεχώς μηνύματα να επιστρέψω στη χώρα μου, να αυτοκτονήσω αλλιώς θα με πυροβολήσουν, θα μου κόψουν τη γλώσσα, θα μου σπάσουν τα δάχτυλα ένα προς ένα. Με απειλούν συνεχώς με ομαδικούς βιασμούς και σεξουαλικά βασανιστήρια».³¹ Πρόκειται για τα λόγια της διάσημης σουηδής δημοσιογράφου Alexandra Pascalidou, η οποία κατέθεσε το 2016 σε μια συνεδρία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στις Βρυξέλλες σχετικά με τις εμπειρίες της στο διαδίκτυο.

Η παγκόσμια εξάπλωση αυτού του είδους διαδικτυακής κακοποίησης που στοχοποιεί γυναίκες δημοσιογράφους και σχολιάστριες έχει οδηγήσει τα Ηνωμένα Έθνη (συμπεριλαμβανομένης της UNESCO)³² και άλλους διεθνείς οργανισμούς να αναγνωρίσουν το πρόβλημα και να απευθύνουν έκκληση για δράσεις και λύσεις.

Ο Οργανισμός για την Ασφάλεια και τη Συνεργασία στην Ευρώπη (ΟΑΣΕ) έχει χρηματοδοτήσει έρευνα που καταδεικνύει τον διεθνή αντίκτυπο της διαδικτυακής κακοποίησης των γυναικών δημοσιογράφων που βρίσκονται στο στόχαστρο των «τρολ μίσους» (hate trolling) με δυσανάλογη συχνότητα.³³

Η παραπάνω έρευνα έγινε κατόπιν μελέτης που διεξήγαγε η βρετανική δεξαμενή σκέψης Demos, η οποία εξέτασε εκατοντάδες χιλιάδες μηνύματα στο Twitter και

29 Henrichsen, J. κ.ά. (2015). Building Digital Safety for Journalism. (UNESCO) Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

30 Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO). Paris. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

31 Posetti, J. (2016). Swedish journalist Alexandra Pascalidou describes online threats of sexual torture and graphic abuse, *The Sydney Morning Herald*, 24/11/2016. <http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

32 Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa. Στο L. Kilman (Ed), ό.π. Βλ. επίσης την 39η Απόφαση του 29ου Γενικού Συνεδρίου της UNESCO που αναφέρεται σε «συγκεκριμένες απειλές προς γυναίκες δημοσιογράφους, συμπεριλαμβανομένης της σεξουαλικής παρενόχλησης και βίας, τόσο εντός και εκτός διαδικτύου», <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260889> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

33 OSCE (2016). Countering Online Abuse of Female Journalists. <http://www.osce.org/fom/220411?download=true> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

ανακάλυψε ότι η δημοσιογραφία ήταν ο μοναδικός τομέας στον οποίο οι γυναίκες δέχονταν συστηματικά περισσότερη κακοποίηση από τους άνδρες «με τις γυναίκες δημοσιογράφους και παρουσιάστριες τηλεοπτικών δελτίων ειδήσεων να δέχονται περίπου τρεις φορές περισσότερη κακοποίηση από τους άνδρες συναδέλφους τους».³⁴ Οι συχνότερες προσβολές περιείχαν τις λέξεις «βρωμοθήλυκο», «βιασμός» και «πόρνη».

Το σήμα κατατεθέν αυτού του είδους διαδικτυακής κακοποίησης γυναικών δημοσιογράφων είναι η χρήση τακτικών σκόπιμης παραπληροφόρησης – διάδοση ψεμάτων για τον χαρακτήρα ή τη δουλειά τους ως μέσο υπονόμησης της αξιοπιστίας τους, εξευτελισμού τους και τελικά αναχαίτισης του δημόσιου λόγου τους.

Η προσθήκη απειλών βίας, που περιλαμβάνει βιασμό και φόνο, και η σωρευτική επίδρασή τους (οργανικές, οργανωμένες ή αυτοματοποιημένες μαζικές επιθέσεις εναντίον ενός ανθρώπου στο διαδίκτυο) επιδεινώνει τις συνέπειές τους.

Η προσωπική φύση αυτών των επιθέσεων που συνήθως λαμβάνονται στις προσωπικές συσκευές επικοινωνίας των θυμάτων και που συχνά αποτελούν το πρώτο πράγμα που θα δουν όταν ξυπνήσουν και το τελευταίο πριν κοιμηθούν, οξύνει την επίδρασή τους. «Είναι μέρες που ξυπνάω με λεκτική βία και κοιμάμαι με σεξιστική και ρατσιστική οργή να αντηχεί στα αυτιά μου. Είναι σαν ένας χαμηλής έντασης διαρκής πόλεμος», αναφέρει η Pascalidou.

Στις Φιλιππίνες, η διευθύνουσα σύμβουλος και αρχισυντάκτρια του Rappler, Maria Ressa,³⁵ αποτελεί περίπτωση μελέτης για την καταπολέμηση της διαδικτυακής παρενόχλησης ευρείας κλίμακας ως μέρος μιας τεράστιας εκστρατείας σκόπιμης παραπληροφόρησης με κρατικές διασυνδέσεις. Πρόκειται για πρώην πολεμική ανταποκρίτρια του CNN, ωστόσο, όπως αναφέρει η ίδια, καμία από τις εμπειρίες της σε πεδία μαχών δεν ήταν αρκετή για να την προετοιμάσει για τη μαζική και επιζήμια εκστρατεία έμφυλης διαδικτυακής κακοποίησης που δέχεται από το 2016. «Με έχουν αποκαλέσει άσχημη, σκυλί, φίδι, με έχουν απειλήσει με βιασμό και δολοφονία», αναφέρει. Η Ressa έχει δεχτεί αμέτρητες απειλές για τη ζωή της. Επιπρόσθετα, έχει αποτελέσει στόχο εκστρατειών που χρησιμοποιούν ετικέτες (hashtags), όπως #ArrestMariaRessa και #BringHerToTheSenate, που σχεδιάστηκαν για να προκαλέσουν την επίθεση διαδικτυακών όχλων εναντίον της, να δυσφημήσουν τόσο την ίδια όσο και το Rappler και να καταστείλουν το δημοσιογραφικό τους έργο. «Ξεκίνησε μία σπειροειδής γραμμή της σιωπής. Όποιος είχε κριτική διάθεση ή έθετε

34 Bartlett, J. κ.ά. (2014). Misogyny on Twitter, Demos. https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

35 Το 2018 η Maria Ressa ήταν Πρόεδρος της επιτροπής για το βραβείο UNESCO-Guillermo Cano World Press Freedom, <https://en.unesco.org/prizes/guillermo-cano/jury>.

ερωτήσεις σχετικά με εξωδικαστικές εκτελέσεις δεχόταν επιθέσεις, επιθέσεις με βάρβαρο τρόπο. Η κατάσταση ήταν χειρότερη για τις γυναίκες. Τελικά καταλάβαμε ότι το σύστημα είναι ρυθμισμένο να φιμώνει τις αντίθετες φωνές – σχεδιασμένο να καταστήσει τις δημοσιογράφους πειθήνιες. Δεν έπρεπε να θέτουμε δύσκολες ερωτήσεις και σε καμία περίπτωση δεν έπρεπε να ασκούμε κριτική», αναφέρει η Ressa.³⁶

Η στρατηγική αντιμεπίθεσης της Maria Ressa περιλαμβάνει:

- ▶ Αναγνώριση της σοβαρότητας του προβλήματος
- ▶ Αναγνώριση των ψυχολογικών επιπτώσεων και διευκόλυνση της παροχής ψυχολογικής υποστήριξης στο προσωπικό που έχει δεχθεί τέτοιες επιθέσεις
- ▶ Χρήση της ερευνητικής δημοσιογραφίας ως όπλου αντιμεπίθεσης³⁷
- ▶ Έκκληση προς το κοινό που παραμένει πιστό να βοηθήσει στην απόκρουση των επιθέσεων και στην απομόνωση των επιτιθέμενων
- ▶ Αυξημένα μέτρα ασφαλείας εντός και εκτός διαδικτύου ως απάντηση στην παρενόχληση
- ▶ Δημόσια έκκληση σε πλατφόρμες (π.χ. Facebook και Twitter) να κάνουν περισσότερα για να περιορίσουν και να διαχειριστούν επαρκώς τη διαδικτυακή παρενόχληση.

Ενώ είμαστε αντιμέτωποι με την ολοένα αυξανόμενη απειλή της διαδικτυακής παρενόχλησης, είναι επίσης σημαντικό να αναγνωρίσουμε τη συνεχιζόμενη παρενόχληση γυναικών δημοσιογράφων και εκτός διαδικτύου, στο πλαίσιο εκστρατειών σκόπιμης παραπληροφόρησης. Για παράδειγμα, η αυστραλή δημοσιογράφος ερευνητικής δημοσιογραφίας Wendy Carlisle υπήρξε θύμα σωματικής και λεκτικής κακοποίησης κατά τη διάρκεια μιας διαδήλωσης ατόμων που αρνούνται την ύπαρξη κλιματικής αλλαγής στον πλανήτη το 2011 στην Αυστραλία, ενώ γύριζε ένα ντοκιμαντέρ για τον ραδιοφωνικό σταθμό ABC. Η κακοποίηση που δέχθηκε την ανάγκασε να απομακρυνθεί από τη διαδήλωση για την ασφάλειά της.³⁸

36 Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa. Στο Kilman, L. (Ed) *An Attack on One is an Attack on All* (UNESCO). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259399> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

37 Αυτή ήταν μια τακτική που χρησιμοποιήθηκε και από τη Ferial Haffajee στην υπόθεση «Gupta leaks» που αναφέρθηκε παραπάνω. Χρησιμοποίησε τεχνικές ερευνητικής δημοσιογραφίας και ειδικούς ερευνητές ψηφιακής ασφάλειας για να ξεσκεπάσει μερικά από τα τrol που την είχαν στοχοποιήσει σε μια προσπάθεια να πλήξουν την αξιοπιστία των ρεπορτάζ της για το σκάνδαλο. Βλ.: <https://www.news24.com/news24/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

38 Carlisle, W. (2011). The Lord Monckton Roadshow, Background Briefing, ABC Radio National. <https://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].



Στόχοι Ενότητας

Αυτή η ενότητα αποσκοπεί να πληροφορήσει τις συμμετέχουσες για τους κινδύνους της διαδικτυακής κακοποίησης στο πλαίσιο της «πληροφοριακής αταξίας», να βοηθήσει τις συμμετέχουσες να αναγνωρίζουν τις απειλές, να συμβάλλει στην ανάπτυξη δεξιοτήτων και να παρέχει εργαλεία που θα βοηθήσουν στην καταπολέμηση της διαδικτυακής κακοποίησης. Οι στόχοι είναι:

- ▶ Να οδηγήσει τις συμμετέχουσες σε μεγαλύτερη επίγνωση του προβλήματος των κακόβουλων δραστών που στοχοποιούν δημοσιογράφους, τις πηγές τους και άλλους διαδικτυακούς επικοινωνητές μέσω εκστρατειών παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη.
- ▶ Να βοηθήσει τις συμμετέχουσες να αναγνωρίζουν περιπτώσεις ψευδεπίγραφης ευρείας υποστήριξης από πολίτες (astroturfing), τρολ, άλλων ψηφιακών απειλών και, γενικότερα, διαδικτυακής κακοποίησης.
- ▶ Να δώσει στις συμμετέχουσες τα κατάλληλα εφόδια ώστε να είναι σε θέση να καταπολεμήσουν την ψευδεπίγραφη ευρεία υποστήριξη από πολίτες (astroturfing), τα τρολ, τις απειλές για την ψηφιακή ασφάλεια και τη διαδικτυακή κακοποίηση, με τη δέουσα ευαισθησία σε έμφυλα ζητήματα.



Μαθησιακά Αποτελέσματα

Ολοκληρώνοντας αυτή την ενότητα, οι συμμετέχουσες θα είναι σε θέση:

1. Να κατανοούν βαθύτερα τις επιδράσεις της διαδικτυακής κακοποίησης σε δημοσιογραφικούς φορείς και δημοσιογράφους, στη διανομή της πληροφορίας και στην ελευθερία της έκφρασης.
2. Να έχουν μεγαλύτερη επίγνωση του προβλήματος των κακόβουλων δρώντων οι οποίοι στοχοποιούν δημοσιογράφους, και άλλων ατόμων που επικοινωνούν στο διαδίκτυο μέσω εκστρατειών παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη.
3. Να κατανοούν τις ιδιαίτερες απειλές σχετικά με την ασφάλεια που αντιμετωπίζουν γυναίκες που ασκούν δημοσιογραφία στο διαδίκτυο.
4. Να αναγνωρίζουν ευκολότερα κακόβουλους διαδικτυακούς δρώντες, καθώς επίσης περιπτώσεις ψευδεπίγραφης ευρείας υποστήριξης από πολίτες (astroturfing), «trolling», απειλών για την ψηφιακή ασφάλεια και διαδικτυακής κακοποίησης.

5. Να αποκτήσουν τα κατάλληλα εφόδια για την καταπολέμηση της ψευδεπίγραφης ευρείας υποστήριξης από πολίτες (astroturfing), του «trolling», των ψηφιακών απειλών και της διαδικτυακής κακοποίησης, δείχνοντας ταυτόχρονα τη δέουσα ευαισθησία σε έμφυλα ζητήματα.



Μορφή ενότητας

Αυτή η ενότητα έχει σχεδιαστεί για να παραδίδεται δια ζώσης ή διαδικτυακά. Η εκτέλεσή της περιλαμβάνει δύο μέρη: το θεωρητικό και το πρακτικό.

Σύνδεση πλάνου με μαθησιακά αποτελέσματα

A. Στη θεωρία

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Διαδραστική διάλεξη ακολουθούμενη από ερωτήσεις και απαντήσεις (90 λεπτών), που μπορεί να παραδοθεί με φυσική παρουσία ή μέσω κάποιας διαδικτυακής πλατφόρμας, η οποία έχει σχεδιαστεί για να παροτρύνει την εξ αποστάσεως συμμετοχή. Το περιεχόμενο της διάλεξης μπορεί να αντληθεί από τη θεωρία και τα παραδείγματα που παρατίθενται παραπάνω. Ωστόσο, οι υπεύθυνες του μαθήματος ενθαρρύνονται να συμπεριλάβουν στην παράδοση και μελέτες περίπτωσης που έχουν τοπική/πολιτισμική συνάφεια με το ακροατήριο.	60-90 λεπτά	1, 2, 3, 4, 5

B. Στην πράξη

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
Διδακτικό εργαστήριο/σεμινάριο (90 λεπτών) το οποίο μπορεί να λάβει χώρα με φυσική παρουσία ή μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας εξ αποστάσεως μάθησης, όπως το Moodle, τα Facebook groups ή άλλες υπηρεσίες που επιτρέπουν την εξ αποστάσεως συμμετοχή. Το σεμινάριο/εργαστήριο μπορεί να έχει την ακόλουθη μορφή:	60 - 90 λεπτά	1, 2, 3, 4, 5

Σχεδιασμός Ενότητας	Αριθμός Ωρών	Μαθησιακά Αποτελέσματα
• Διαχωρισμός των συμμετεχόντων σε ομάδες εργασίας 3-5 ατόμων. • Σε κάθε ομάδα εργασίας παρέχεται κάποιο παράδειγμα κακόβουλου περιεχομένου το οποίο συνδέεται με κάποια εκστρατεία παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, και διαδικτυακής κακοποίησης (αναζήτηση σε ιστολόγια και μέσα κοινωνικής δικτύωσης για εύρεση υλικού που στοχοποιεί, για παράδειγμα, τις Maria Ressa, Jessikka Aro και Alexandra Pascalidou, των οποίων οι περιπτώσεις συζητήθηκαν σε αυτή την ενότητα). • Η κάθε ομάδα εργασίας αναμένεται να: α) αξιολογήσει ομαδικά το υλικό και να ερευνήσει τα άτομα ή τις ομάδες που το παρήγαγαν, β) εντοπίσει κινδύνους και απειλές (αναφερόμενη σε σχετικές έρευνες για τις επιπτώσεις τους, όπως αναφέρονται στην προτεινόμενη βιβλιογραφία), γ) προτείνει κάποιο σχέδιο δράσης ώστε να αντιμετωπιστεί η απειλή (που μπορεί να περιλαμβάνει στρατηγική απόκριση, αναφορά του επιτιθέμενου χρήστη στις υπεύθυνες της διαδικτυακής πλατφόρμας ή και στην αστυνομία, όπου είναι απαραίτητο, συγγραφή μιας είδησης σχετικά με την υπόθεση) δ) γράψει μια περίληψη 250 λέξεων του σχεδίου δράσης της (χρησιμοποιώντας Google Docs ή ανάλογο λογισμικό που επιτρέπει τη συνεργασία) και να την παραδώσει στην επιβλέπουσα για αξιολόγηση.	60 - 90 λεπτά	1, 2, 3, 4, 5

Εναλλακτική δομή

Για μεγαλύτερη εμβάθυνση στα διάφορα θέματα, αυτή η ενότητα μπορεί να επεκταθεί σε τρία ξεχωριστά μαθήματα (το καθένα από τα οποία θα παραδίδεται σε δύο μέρη, όπως περιγράφεται παραπάνω):

- ▶ Αναγνώριση και αντιμετώπιση των τρολ και της ψευδεπίγραφης ευρείας υποστήριξης από πολίτες (astroturfing)

- ▶ Μοντελοποίηση των ψηφιακών απειλών³⁹ και των στρατηγικών άμυνας
- ▶ Αναγνώριση και διαχείριση της έμφυλης διαδικτυακής βίας και παρενόχλησης



Προτεινόμενη Εργασία

Γράψτε ένα άρθρο 1200 λέξεων ή αντίστοιχα δημιουργήστε ένα πεντάλεπτο ηχητικό αρχείο, ένα τρίλεπτο βίντεο ή ένα λεπτομερές διαδραστικό γράφημα (infographic) βασισμένες σε μία συνέντευξη με μία ή περισσότερες δημοσιογράφους σχετικά με τις εμπειρίες τους με τη διαδικτυακή κακοποίηση (π.χ. στοχοποίησή τους με εκστρατείες σκόπιμης παραπληροφόρησης και/ή διαδικτυακών απειλών και/ή διαδικτυακής παρενόχλησης ή κακοποίησης). Οι συμμετέχουσες θα πρέπει να αναφερθούν σε αξιόπιστες έρευνες ως μέρος του υλικού που θα παραδώσουν και να εξηγήσουν τις επιπτώσεις τέτοιων φαινομένων για τη δημοσιογραφία, την ελευθερία της έκφρασης και το δικαίωμα του κοινού να γνωρίζει.



Βιβλιογραφία

- Aro, J. (2016). The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools. *European View*. First Published: June 1. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Haffajee, F. (2017). The Gupta Fake News Factory and Me. *The Huffington Post*. https://www.huffingtonpost.co.uk/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/?ncid=other_saredirect_m2afnz7mbfm [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- OSCE (2016). Countering Online Abuse of Female Journalists. <https://www.osce.org/files/f/documents/c/3/220411.pdf> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Posetti, J. (2017). Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa in L. Kilman (Ed) *An Attack on One is an Attack on All* (UNESCO 2017). <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259399> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

39 Stray, J. (2014). Security for journalists, Part Two: Threat Modelling. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

- Posetti, J. (2016). Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse. *The Sydney Morning Herald*, 24/11/2016. <https://www.smh.com.au/lifestyle/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Reporters Sans Frontieres (2018). Online Harassment of Journalists: Attack of the trolls Reporters Without Borders. https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Riley, M., Etter, L. & Pradhan, B. (2018). A Global Guide To State-Sponsored Trolling. Bloomberg: <https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].
- Stray, J. (2014). Security for journalists, Part Two: Threat Modelling. <https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/> [τελευταία πρόσβαση: 13/10/2020].

Διαδικτυακές πηγές

VIDEO: How to Tackle Trolls and Manage Online Harassment – μία συζήτηση στρογγυλής τραπέζης στο International Journalism Festival, Perugia, Ιταλία (Απρίλιος 2017) με τις Julie Posetti (Fairfax Media), Hannah Storm (International News Safety Institute), Alexandra Pascalidou (Σουηδή δημοσιογράφος), Mary Hamilton (The Guardian), Blathnaid Healy (CNNi). Διαθέσιμο στο: <http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment>.

Η Magda Abu-Fadil είναι διευθύνουσα σύμβουλος του οργανισμού Media Unlimited με έδρα τον Λίβανο.

Ο Fergus Bell είναι ειδικός στη συλλογή ειδήσεων στο διαδίκτυο και στην επαλήθευση υλικού που παράγεται από χρήστες. Είναι ιδρυτής του οργανισμού Dig Deeper Media.

Ο Hossein Derakhshan είναι Ιρανο-Καναδός συγγραφέας, ερευνητής και μέλος του Shorenstein Center του Harvard Kennedy School.

Η Cherilyn Ireton είναι Νοτιοαφρικανή δημοσιογράφος και διευθύνουσα του World Editors Forum του World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA).

Ο Alexios Mantzarlis διευθύνει το International Fact-Checking Network του Ινστιτούτου Poynter.

Η Alice Matthews είναι δημοσιογράφος στον Αυστραλιανό Οργανισμό Ραδιοφωνίας και Τηλεόρασης (Australian Broadcasting Corporation - ABC) στο Σύδνεϋ.

Η Julie Posetti είναι Διευθύντρια Έρευνας στο Διεθνές Κέντρο Δημοσιογραφίας (International Center for Journalists - ICFJ), ερευνήτρια στο Κέντρο για την Ελευθερία του Τύπου (Centre for Media Freedom - CFOM) του University of Sheffield και ερευνητική συνεργάτιδα στο Reuters Institute for the Study of Journalism του University of Oxford.

Ο Tom Trewinnard είναι ο επικεφαλής προγραμματιστής της Meedan για τα εργαλεία ανοιχτού κώδικα Check.

Η Claire Wardle είναι Εκτελεστική Διευθύντρια του οργανισμού First Draft και ερευνήτρια στο Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy στο Harvard Kennedy School.

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ

Εξώφυλλο: **UNESCO/Oscar Castellanos**

Ενότητα 1: Abhijith S Nair στο Unsplash

Ενότητα 2: Christoph Scholz στο Flickr

Ενότητα 3: Samuel Zeller στο Unsplash

Ενότητα 4: Aaron Burden στο Unsplash

Ενότητα 5: The Climate Reality Project στο Unsplash

Ενότητα 6: Olloweb Solutions στο Unsplash

Ενότητα : rawpixel στο Unsplash

Οπισθόφυλλο: rawpixel στο Unsplash

ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Mr. Clinton www.mrclinton.be

Εξωτερικοί κριτές: Καθηγήτρια Ylva Rodny-Gumede, Τμήμα Δημοσιογραφίας, Κινηματογράφου και Τηλεόρασης του University of Johannesburg της Νότιας Αφρικής, Basyouni Hamada, Καθηγητής, Τμήμα Μαζικής Επικοινωνίας, College of Arts and Sciences, Qatar University, Καθηγητής Jayson Harsin, Τμήμα Παγκόσμιας Επικοινωνίας, American University of Paris.



Η παρούσα δημοσίευση επιδιώκει να προσφέρει ένα πρότυπο πρόγραμμα σπουδών με διεθνή εφαρμογή, το οποίο μπορεί να υιοθετηθεί ή να προσαρμοστεί στις εκάστοτε ανάγκες και το οποίο ανταποκρίνεται στο αναδυόμενο παγκόσμιο πρόβλημα της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη, που αντιμετωπίζουν οι κοινωνίες γενικότερα και η δημοσιογραφία ειδικότερα.

Αυτό το πρότυπο πρόγραμμα σπουδών είναι σχεδιασμένο να παρέχει σε καθηγήτριες και εκπαιδευτριες στον τομέα της δημοσιογραφίας ένα γενικό πλαίσιο λειτουργίας και μαθημάτων, ώστε να επιτρέπει σε σπουδάστριες και ασκούμενες στη δημοσιογραφία να διαχειριστούν ζητήματα που άπτονται των «ψευδών ειδήσεων». Ελπίζουμε επίσης ότι θα αποτελέσει έναν χρήσιμο οδηγό και για τις επαγγελματίες δημοσιογράφους.

Είναι το αποτέλεσμα της συμβολής κορυφαίων διδασκόντων, ερευνητών και διανοητών στον τομέα της δημοσιογραφίας σε διεθνές επίπεδο που συνεισφέρουν στην επικαιροποίηση των δημοσιογραφικών μεθόδων και πρακτικών για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης, σκόπιμης και μη. Τα μαθήματα είναι προσαρμοσμένα στο εκάστοτε πλαίσιο, θεωρητικά, και στην περίπτωση της διαδικτυακής επαλήθευσης, σε μεγάλο βαθμό πρακτικά. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν συνολικά ως ύλη ενός μαθήματος ή και ανεξάρτητα, με στόχο να ανανεώσουν υφιστάμενα μαθήματα ή να συμβάλλουν στη δημιουργία νέων μαθημάτων.

Το παρόν εγχειρίδιο είναι μέρος της «Παγκόσμιας Πρωτοβουλίας για Αριστεία στην Εκπαίδευση Δημοσιογράφων» (Global Initiative for Excellence in Journalism Education), η οποία υπάγεται στο Διεθνές Πρόγραμμα για την Ανάπτυξη της Επικοινωνίας (IPDC) της UNESCO. Η πρωτοβουλία αυτή επιδιώκει την ενασχόληση με τη διδασκαλία, την πρακτική και την έρευνα στον τομέα της δημοσιογραφίας θεωρούμενη από παγκόσμια σκοπιά και τη διάχυση διεθνών καλών πρακτικών.

