

Έρευνα*: Μεταναστευτικό και θέματα δημόσιας υγείας κυρίαρχα στις ψευδείς ειδήσεις

**Η έρευνα πραγματοποιήθηκε από την Ιωάννα Μ. Κωστοπούλου, Δημοσιογράφο, ΜΑ Δημοσιογραφία & Νέα Μέσα, ΑΠΘ, και ΜΑ European Journalism, ΑΠΘ, και την Σοφία Μαγοπούλου, Πολιτική Επιστήμονα, ΜΑ Διακυβέρνηση-Περιφερειακή Ανάπτυξη, ΑΠΘ, για την αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Ελλάδα.*

Η παρούσα έρευνα με τίτλο «**Προσοχή Πρωτοπριλιά**» αφορά στις ψευδείς ειδήσεις και πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά, με αφορμή την **Πρωταπριλιά 2020** και εν μέσω της κρίσης του **Covid-19**, από την αντιπροσωπεία της **Ευρωπαϊκής Επιτροπής**, στην **Ελλάδα**.

Για την έρευνα επιλέχθηκε η μέθοδος συλλογής πρωτογενών στοιχείων, η οποία είναι γνωστή ως ποσοτική μέθοδος και βασίζεται σε δειγματοληπτική έρευνα με τυποποιημένο ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο, το οποίο στήθηκε στην πλατφόρμα **EuSurvey**¹ αποκλειστικά και μόνο για λογαριασμό της ελληνικής αντιπροσωπείας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, αφορούσε στην **παραγωγή και κατανάλωση ειδησεογραφικού περιεχομένου**, καθώς και στην **αντίληψη ύπαρξης ψευδών ειδήσεων- fake news**. Μέρος του ερωτηματολογίου περιελάμβανε ερωτήσεις που αφορούν σε δημογραφικά στοιχεία.

Αναλυτικότερα, το **ερωτηματολόγιο** περιλάμβανε: κλειστού τύπου ερωτήσεις και σε ορισμένες περιπτώσεις με δυνατότητα πολλαπλής. Κλειστού τύπου ορίζονται οι ερωτήσεις οι οποίες συνοδεύονται από μια σειρά προτεινόμενων στον ερωτώμενο απαντήσεων από τις οποίες καλείται να επιλέξει μια ή και περισσότερες. Περαιτέρω, για το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκε η **πενταβάθμια κλίμακα** τύπου **Likert**, με βάση την οποία ο ερωτώμενος καλείται να εκφράσει τον βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας ως προς μια άποψη.

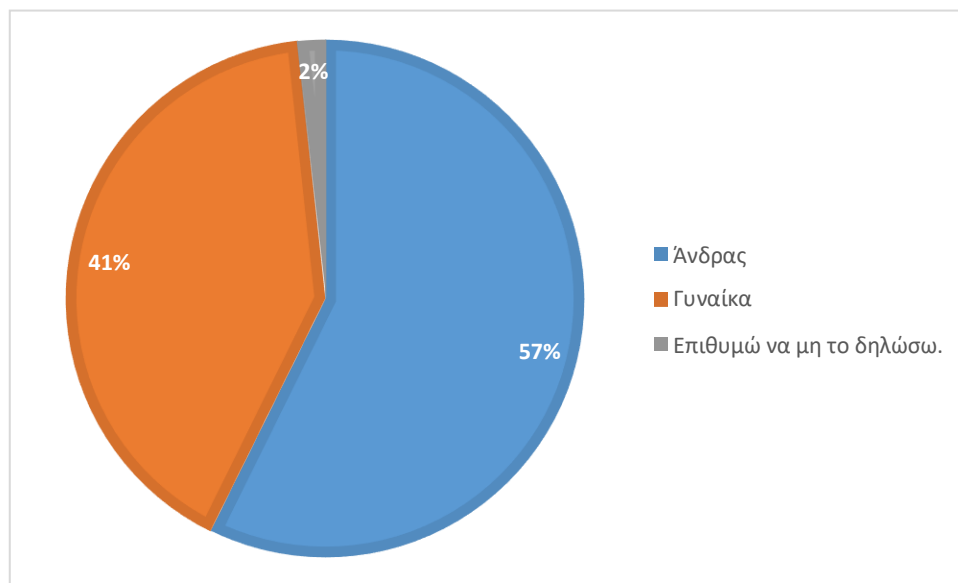
Το **ερωτηματολόγιο** της έρευνας αναρτήθηκε στην σελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Ελλάδα στο Facebook και στον λογαριασμό της στο Twitter, και παρέμεινε ανοιχτό για έξι ημέρες, από την **1η Απριλίου 2020** έως την **6η Απριλίου 2020**, ενώ

¹ Το EuSurvey είναι το διαδικτυακό εργαλείο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, το οποίο παρέχει τη δυνατότητα πρόσβασης για δημιουργία και δημοσίευση ερευνών μέσα από ηλεκτρονικές φόρμες.

ταυτόχρονα διαμοιράστηκε διαδικτυακά μέσω των social media και κυρίως μέσω του **Facebook** και του **Facebook Messenger**. Η στατιστική ανάλυση των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πακέτο **SPSS** (Statistical Package for Social Sciences) έκδοση **25**.

Συγκριμένα, με βάση τα αποτελέσματα από τη συγκέντρωση των ερωτηματολογίων, όπως αυτά προέκυψαν από το **EUSurvey**, πραγματοποιήθηκε κωδικοποίηση των μεταβλητών και έλεγχος του δείγματος. Εν συνεχεία, έγινε η ανάλυση των επιμέρους μεταβλητών με στατιστική επεξεργασία.

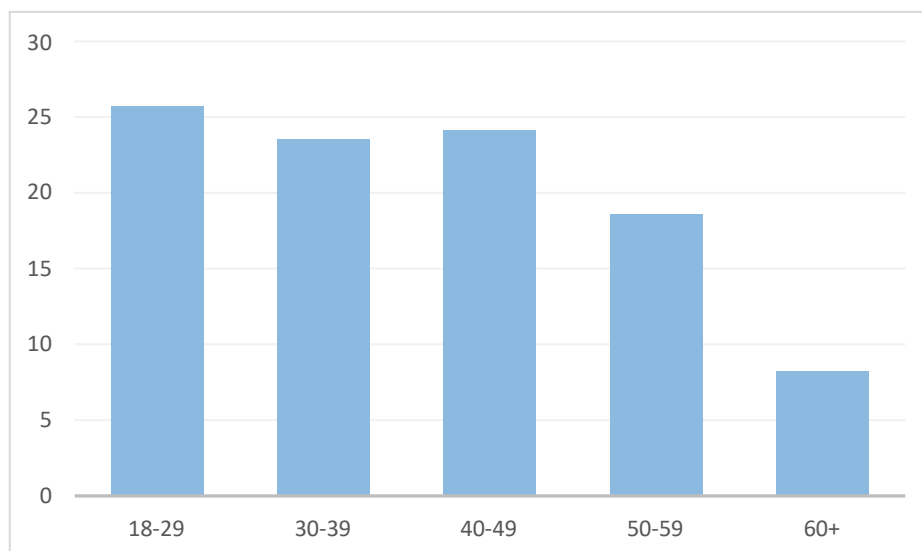
Το **δείγμα** της έρευνας αποτελείται από **1218 ερωτηματολόγια**. Οι άνδρες αποτελούν το **57%** του δείγματος, ενώ το ποσοστό των γυναικών ανέρχεται στο **41%**. Ποσοστό **2%** των ερωτηθέντων της έρευνας δεν θέλησε να δηλώσει το φύλο του.



Γράφημα 1: Το δείγμα ως προς το [φύλο]

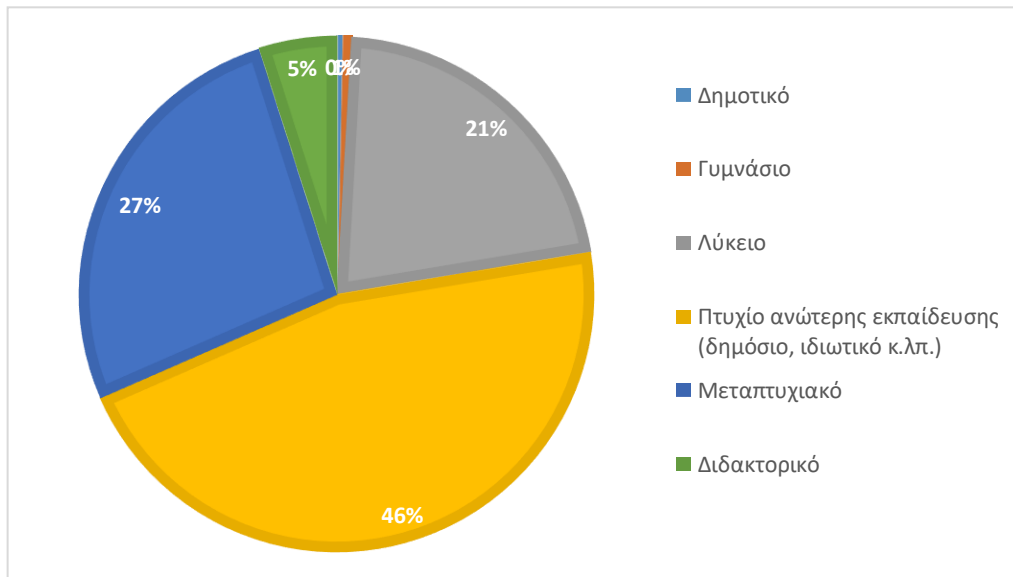
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, σχεδόν το **75%** των ερωτηματολογίων απαντήθηκε από συμμετέχοντες ηλικίας από 18 έως 49 ετών. Αναλυτικότερα, το **25%** των ερωτηθέντων ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα των 18-29 ετών, το **23,5%** στην ομάδα των 30-39 ετών, το **24,1%** στην ομάδα των 40-49 ετών. Στην ηλικιακή ομάδα των 50-59 ετών ανήκουν το **18,6%** των ερωτηθέντων της έρευνας, ενώ στην ομάδα των 60+ ετών ανήκουν μόλις το **8%** των ερωτηθέντων. Το δείγμα με βάση την ηλικιακή

ομάδα κρίνεται αντιπροσωπευτικό των διαδικτυακών ερευνών, καθώς απευθύνονται αποκλειστικά σε χρήστες διαδικτύου.



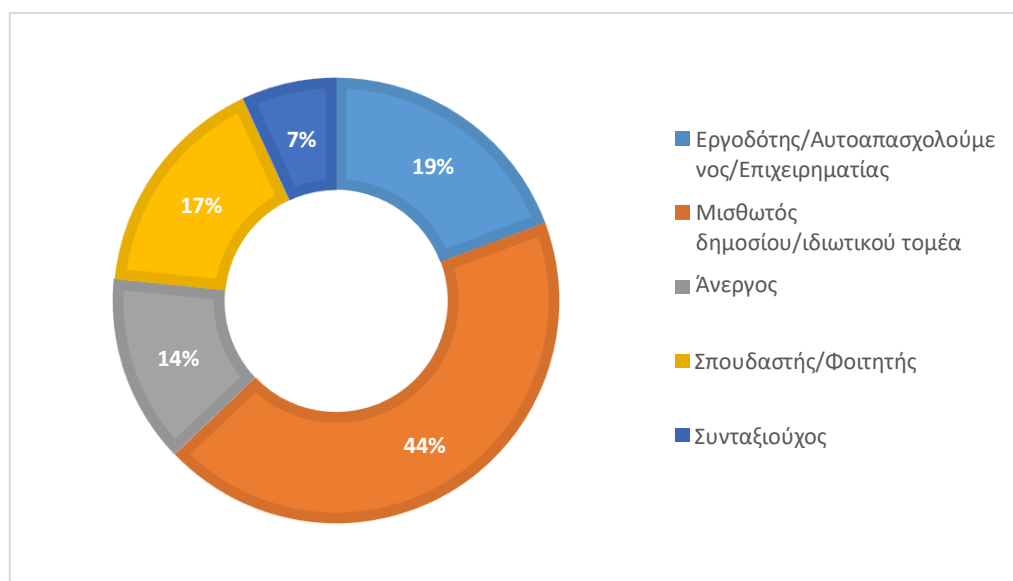
Γράφημα 2: Το δείγμα ως προς την [ηλικιακή ομάδα]

Ως προς το **μορφωτικό επίπεδο** των ερωτηθέντων της έρευνας, σχεδόν **5** στους **10** συμμετέχοντες δηλώνουν κάτοχοι πτυχίου ανώτερης εκπαίδευσης και σχεδόν **3** στους **10** κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών. Αναλυτικότερα, παρατηρούμε πως οι περισσότεροι έχουν πτυχίο ανώτερης εκπαίδευσης, με ποσοστό περίπου 46%, ενώ ακολουθούν με φθίνουσα σειρά εκείνοι που έχουν μεταπτυχιακό (**27%**), εκείνοι που έχουν τελειώσει το λύκειο (**21%**), οι κάτοχοι διδακτορικού (**5%**) και εκείνοι που αποφοίτησαν από το δημοτικό (**1%**).



Γράφημα 3: Το δείγμα ως προς το [μορφωτικό επίπεδο]

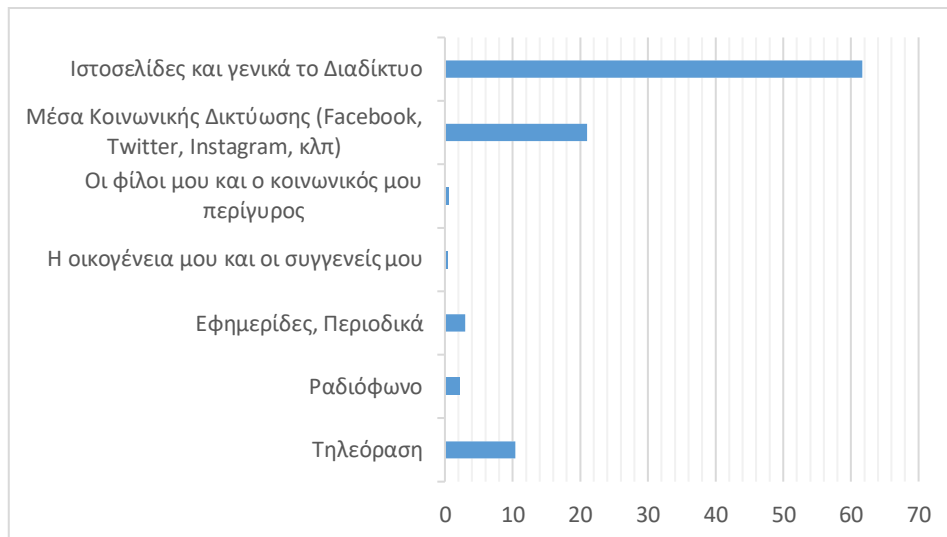
Όσον αφορά στην **απασχόληση** και το μηνιαίο εισόδημα των ερωτηθέντων, παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (**44%**) δηλώνουν μισθωτός δημοσίου/ιδιωτικού τομέα. Παρατηρούμε ακόμη πως το **19%** των ερωτηθέντων δηλώνουν εργοδότες, αυτοαπασχολούμενοι ή επιχειρηματίες, το **17%** σπουδαστές και φοιτητές, το **14%** άνεργοι και το **7%** συνταξιούχοι.



Γράφημα 4: Το δείγμα ως προς την [απασχόληση]

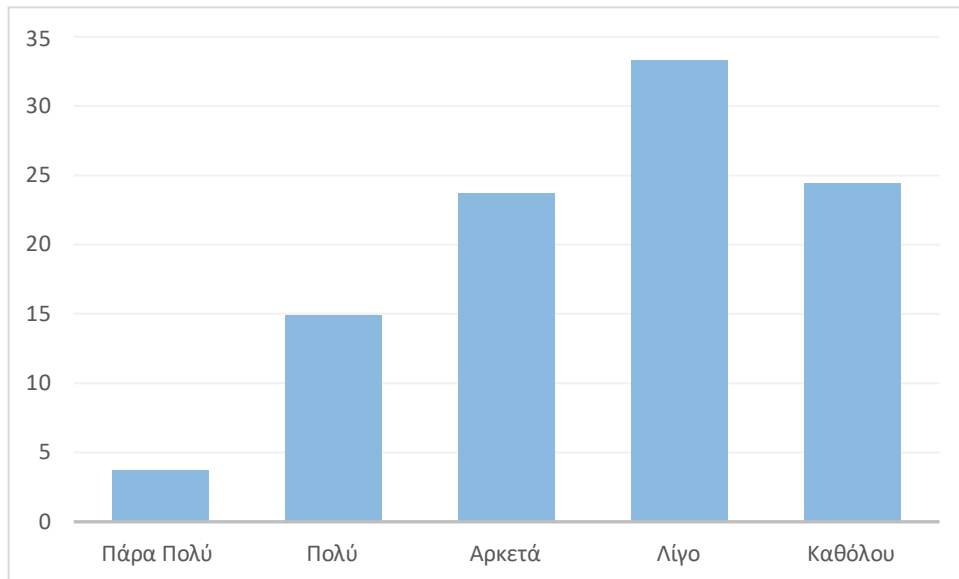
Τα παρακάτω συμπεράσματα του ερωτηματολογίου της έρευνας αφορούν στην παραγωγή και κατανάλωση ειδησεογραφικού περιεχομένου, καθώς και στην αντίληψη ύπαρξης ψευδών ειδήσεων, στην επιρροή που αυτές ασκούν, καθώς και στον αν αποτελούν κίνδυνο για την κοινωνία μας. Ακολουθούν αναλυτικά τα ευρήματα.

Στην ερώτηση «Ποιο είναι το κύριο μέσο ενημέρωσης σας», 6 στους 10 δηλώνουν τις ιστοσελίδες και γενικότερα το διαδίκτυο (62%). Το 21% των ερωτηθέντων επιλέγουν ως κύριο μέσο ενημέρωσής τους τα κοινωνικά δίκτυα και το 10,4% την τηλεόραση. Τα υπόλοιπα μέσα (ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά) ή οι κοινωνικές ομάδες κυμαίνονται σε τιμές κάτω του 3%.



Γράφημα 5: Κύριο Μέσο Ενημέρωσης

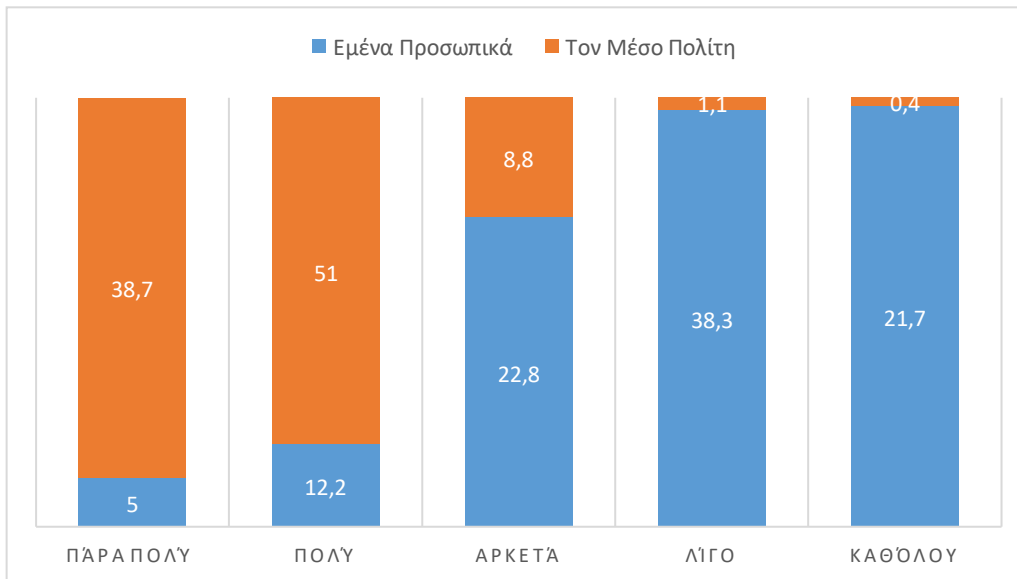
Στην ερώτηση «Έχετε επηρεαστεί από κάποια είδηση που αργότερα αποδείχτηκε ότι ήταν ψευδής», το 67,7% των ερωτηθέντων θεωρούν πως δεν έχουν επηρεαστεί προσωπικά από τέτοια είδηση, το 23,7% δηλώνουν πως έχουν επηρεαστεί αρκετά, ενώ ποσοστό 18,6% έχει επηρεαστεί πολύ.



Γράφημα 6: Επιρροή από ψευδείς ειδήσεις

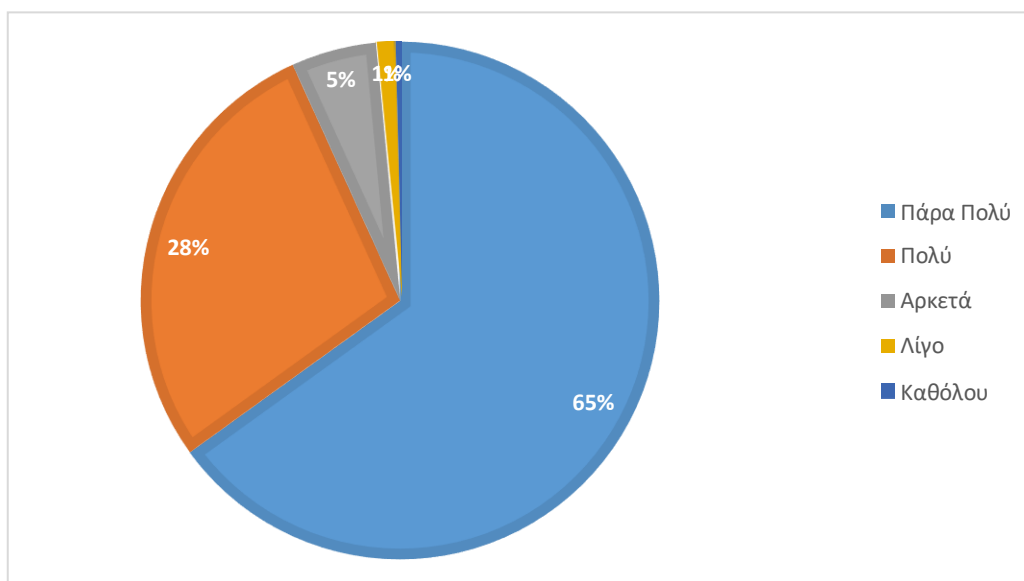
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των ερωτήσεων που αφορούν στον βαθμό τον οποίο οι ψευδείς ειδήσεις επηρεάζουν τον εκάστοτε ερωτώμενο και τον μέσο πολίτη αντίστοιχα (συγκεκριμένα **1. «Γενικά σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι σας επηρεάζουν προσωπικά οι ψευδείς ειδήσεις»** και **2. «Γενικά σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι επηρεάζουν τον μέσο πολίτη οι ψευδείς ειδήσεις»**) παρατηρείται μια αντίθετη πορεία.

Οι συμμετέχοντες στην πλειοψηφία τους θεωρούν ότι οι ψευδείς ειδήσεις δεν επηρεάζουν τους ίδιους προσωπικά, καθώς συγκεκριμένα το **60% των ερωτηθέντων** απαντούν ότι επηρεάζονται “καθόλου” ή “λίγο” από τις ψευδείς ειδήσεις. Αντιθέτως, το **89,7%** των ερωτηθέντων θεωρούν ότι οι ψευδείς ειδήσεις επηρεάζουν “πάρα πολύ” και “πολύ” τον μέσο πολίτη.



Γράφημα 7: Πόσο επηρεάζουν οι ψευδείς ειδήσεις το εκάστοτε άτομο και τον Μέσο Πολίτη

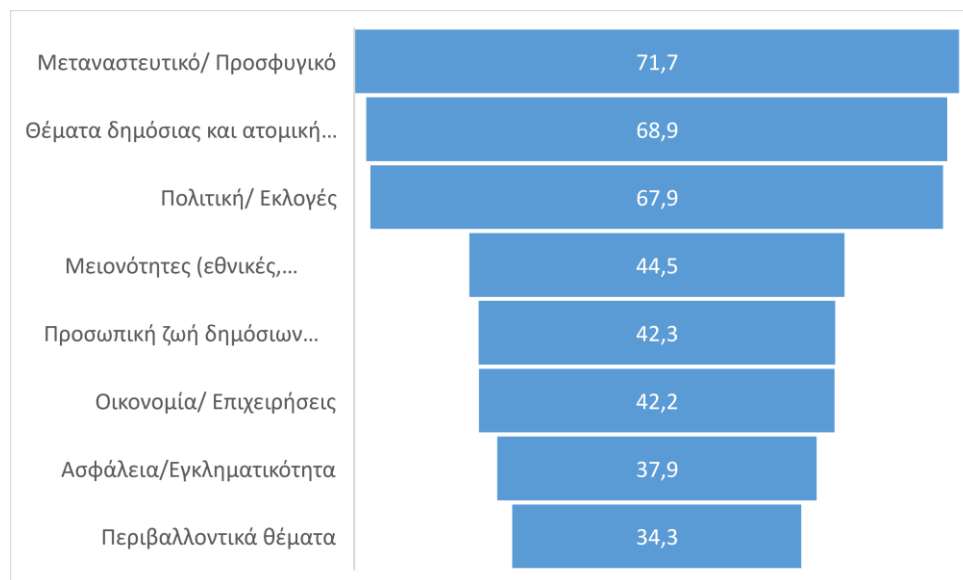
Στην ερώτηση «Γενικά σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι οι «ψευδείς ειδήσεις» αποτελούν κίνδυνο για την κοινωνία μας», το 65% και το 28% των ερωτηθέντων θεωρούν πως οι ψευδείς ειδήσεις αποτελούν “πάρα πολύ μεγάλο” και “πολύ μεγάλο κίνδυνο” αντίστοιχα για τον μέσο πολίτη. Μόλις το 1% των ερωτηθέντων της έρευνας θεωρεί πως ο μέσος πολίτης δεν κινδυνεύει από τις ψευδείς ειδήσεις.



Γράφημα 8: Οι ψευδείς ειδήσεις ως κίνδυνος για την κοινωνία

Στην ερώτηση (πολλαπλής επιλογής) σε «**ποιους τομείς έχετε, κατά την άποψή σας, αντιληφθεί ψευδείς ειδήσεις κατά το τελευταίο έτος**», οι ερωτηθέντες κατέταξαν ως πρώτο τον τομέα του μεταναστευτικού/προσφυγικού (**71,7%**), ενώ δεύτερο, με μικρή διαφορά, (**68,9%**) τα θέματα δημόσιας και ατομικής υγείας (πανδημίες, εμβολιασμοί, κτλ.).

Ακολουθεί ο τομέας της Πολιτικής/Εκλογές με **67,9%**, οι μειονότητες (εθνικές, θρησκευτικές, σεξουαλικές κτλ.) με **44,5%**, η προσωπική ζωή δημοσίων προσώπων (πολιτικοί, καλλιτέχνες κτλ.) και η οικονομία/επιχειρήσεις με **42,3%** και **42,2%** αντίστοιχα. Τελευταίοι έρχονται οι τομείς της ασφάλειας/εγκληματικότητας και των περιβαλλοντικών θεμάτων με **37,9%** και με **34,3%** αντίστοιχα.

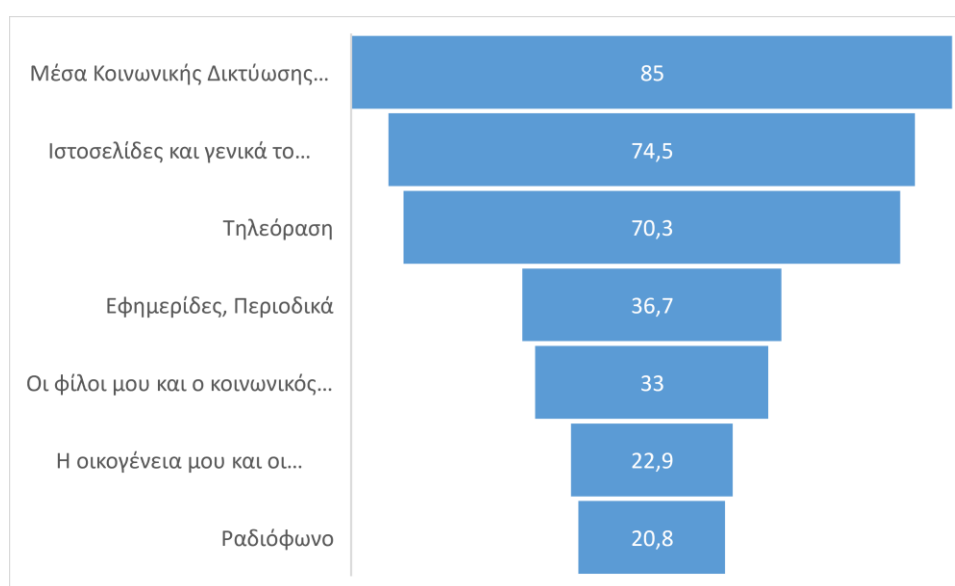


Γράφημα 9: "Σε ποιους τομείς έχετε, κατά την άποψή σας, αντιληφθεί ψευδείς ειδήσεις κατά το τελευταίο έτος;"

Στην ερώτηση (πολλαπλής επιλογής) σε «**ποιο από τα παρακάτω μέσα ενημέρωσης έχετε εντοπίσει ψευδείς ειδήσεις**», οι ερωτηθέντες κατέταξαν ως πρώτο μέσο τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Facebook, Twitter, Instagram, κλπ.) με ποσοστό **85%**, δεύτερο τις ιστοσελίδες και γενικότερα το Διαδίκτυο με **74,5%** και τρίτο την τηλεόραση με **70,3%**.

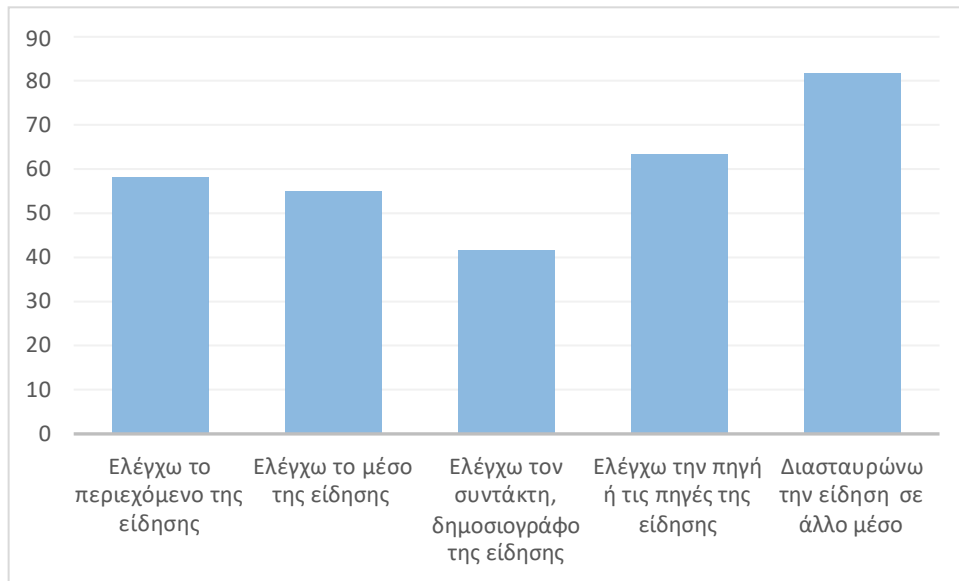
Ακολουθούν οι Εφημερίδες/Περιοδικά με **36,7%**, οι φίλοι/κοινωνικός μου περίγυρος και οικογένεια/συγγενείς μου με **33%** και **22,9%** αντίστοιχα. Τελευταίο έρχεται το ραδιόφωνο με **20,8%**.

Ακολουθούν οι Εφημερίδες/Περιοδικά με **36,7%**, οι φίλοι/κοινωνικός περίγυρος και οικογένεια/συγγενείς με **33%** και **22,9%** αντίστοιχα. Τελευταίο έρχεται το ραδιόφωνο με **20,8%**.



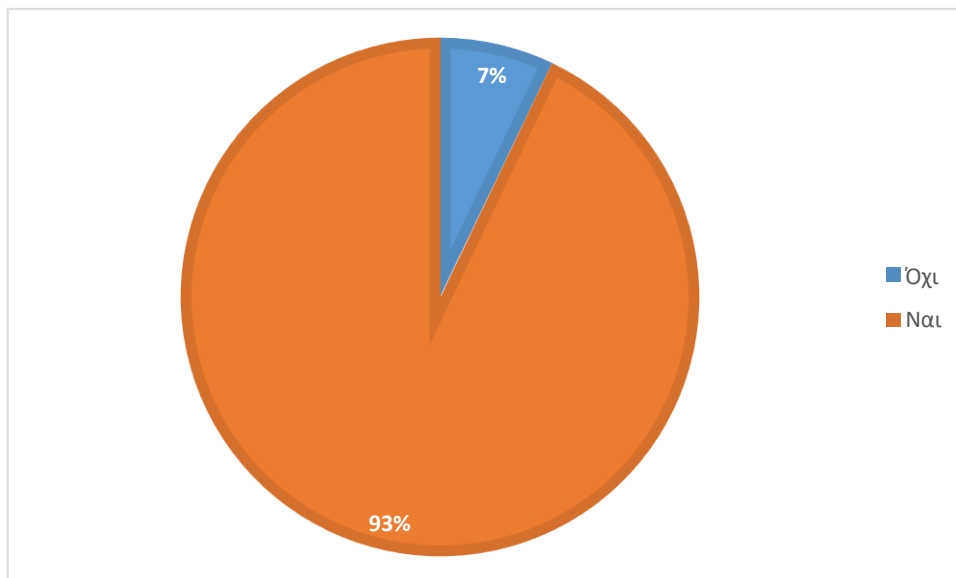
Γράφημα 10: "Σε ποιο/ποια από τα παρακάτω έχετε εντοπίσει ψευδείς ειδήσεις;"

Στην ερώτηση (πολλαπλής επιλογής) «**ποια από τα παρακάτω βήματα ακολουθείτε, στην περίπτωση που αντιληφθείτε ότι μια είδηση, μπορεί να είναι ψευδής**», οι ερωτηθέντες κατέταξαν ως πρώτη βήμα την διασταύρωση της είδησης σε άλλο μέσο με **81,7%**. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας ακολουθούν: ο έλεγχος της πηγής/πηγών της είδησης με **63,3%**, ο έλεγχος του περιεχομένου της είδησης με **58,2%**, ο έλεγχος του μέσου της είδησης με **55%** και τέλος ο έλεγχος του συντάκτη/δημοσιογράφου της είδησης με **41,5%**.



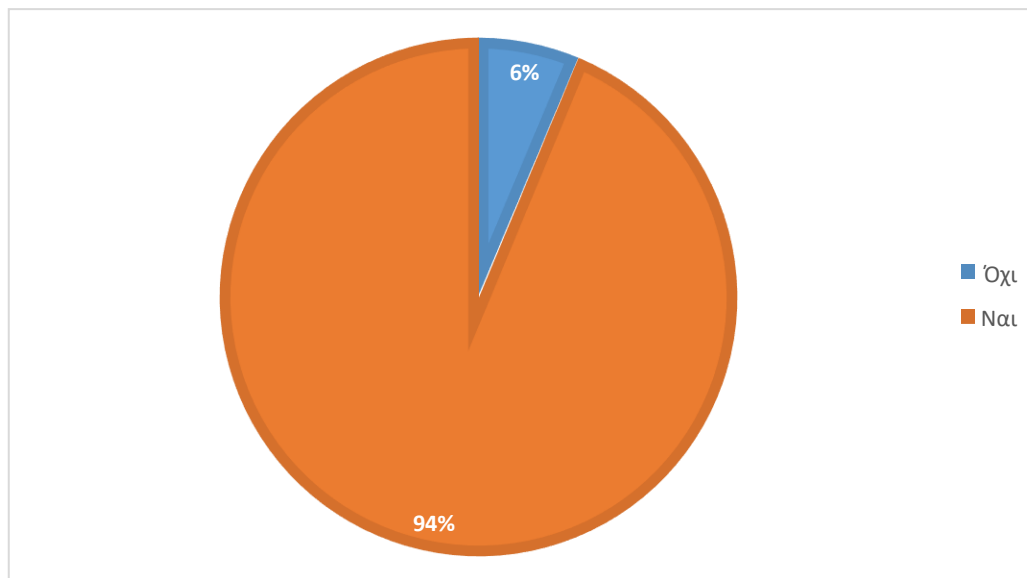
Γράφημα 11: "Ποιο/Ποια από τα παρακάτω βήματα ακολουθείτε, στην περίπτωση που αντιληφθείτε ότι μια είδηση, μπορεί να είναι ψευδής;"

Στην ερώτηση «**Πριν κοινοποιήσετε μια είδηση στα κοινωνικά δίκτυα έχετε διασταυρώσει αν είναι αληθής**», **92,9%** των ερωτηθέντων της έρευνας απαντούν θετικά.



Γράφημα 12: "Πριν κοινοποιήσετε μια είδηση στα κοινωνικά σας δίκτυα έχετε διασταυρώσει, αν είναι αληθής;"

Στην ερώτηση «Θεωρείτε ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να λάβει περαιτέρω πρωτοβουλίες για την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων», το 93,7% των ερωτηθέντων απαντούν θετικά.



Γράφημα 13: “Θεωρείτε ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να λάβει περαιτέρω πρωτοβουλίες για την καταπολέμηση των fake news;”

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω αποτελέσματα, 6 στους 10 απαντούν πως **κύριο μέσο ενημέρωσής τους** είναι οι ιστοσελίδες και γενικότερα το διαδίκτυο (62%). Αναλυτικότερα, το 21% των ερωτηθέντων επιλέγουν ως κύριο μέσο ενημέρωσής τους τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και 10,4% την τηλεόραση. Τα υπόλοιπα μέσα (ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά) ή οι κοινωνικές ομάδες κυμαίνονται σε τιμές κάτω του 3%. **Το διαδίκτυο, οι ιστοσελίδες και τα νέα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διατηρούν ισχυρό προβάδισμα, έναντι των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης, μολονότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρούν πως σε αυτά συναντώνται οι περισσότερες ψευδείς ειδήσεις.**

Το 57,7% των ερωτηθέντων απάντησαν πως έχουν επηρεαστεί “λίγο” ή “καθόλου” από κάποια είδηση που παρακολούθησαν και στην συνέχεια αποδείχτηκε πως ήταν ψευδής, ενώ το 60% απάντησαν πως δεν **επηρεάζονται προσωπικά** γενικότερα από τις ψευδείς ειδήσεις. Παρόλα αυτά, το 89,7% των ερωτηθέντων συμφώνησαν πως οι ψευδείς ειδήσεις **επηρεάζουν** “αρκετά” έως “πάρα πολύ” τον **μέσο πολίτη**, ενώ το

93,3% των ερωτηθέντων συμφώνησαν πως οι ψευδείς ειδήσεις αποτελούν **κίνδυνο για την κοινωνία μας**. Αξιοσημείωτη είναι σε αυτό το σημείο η **αντίστροφη πορεία** των απαντήσεων που οι ερωτηθέντες έδωσαν. Αναλυτικότερα, οι περισσότεροι θεωρούν ότι ο μέσος πολίτης επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τις ψευδείς ειδήσεις, χωρίς ωστόσο να κατατάσσουν τον εαυτό τους στην κατηγορία του «μέσου πολίτη» και χωρίς να θεωρούν πως επηρεάζονται από τις ψευδείς ειδήσεις.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας το μεταναστευτικό/προσφυγικό είναι **ο τομέας στον οποίο κυκλοφορούν οι περισσότερες ψευδείς ειδήσεις**, με ποσοστό **71,7%**, ενώ ακολουθούν, με μικρή διαφορά, **(68,9%)** τα θέματα δημόσιας και ατομικής υγείας (πανδημίες, εμβολιασμοί, κτλ.). **Αξίζει να σημειωθεί πως και οι δυο τομείς απασχολούν, το τελευταίο κυρίως χρονικό διάστημα, την ελληνική και παγκόσμια επικαιρότητα.**

Υπενθυμίζεται πως στα τέλη Φεβρουαρίου 2020 επικράτησε **νέα μεταναστευτική κρίση στα ελληνοτουρκικά σύνορα στον Έβρο**, όταν η τουρκική κυβέρνηση ανακοίνωσε ότι ανοίγει τα σύνορά της προς τους πρόσφυγες και μετανάστες που επιδιώκουν να φτάσουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Το ίδιο ακριβώς χρονικό διάστημα, επικρατούσε ένταση και στα **ελληνικά νησιά του βορειοανατολικού Αιγαίου**, λόγω των νέων αφίξεων προσφύγων. Το θέμα της μεταναστευτική κρίσης στην Ευρώπη βρίσκεται στο προσκήνιο κυρίως από το 2015, οπότε και είχαν σημειωθεί πρωτοφανείς μεταναστευτικές και προσφυγικές ροές.

Παράλληλα με την μεταναστευτική κρίση στα ελληνοτουρκικά σύνορα, εμφανίστηκαν και τα πρώτα κρούσματα **κορονοϊού** στην Ελλάδα. Υπενθυμίζεται πως ο **Covid-19** ξεκίνησε από την πόλη Γιουχάν της Κίνας, τον Δεκέμβριο του 2019, και εξαπλώθηκε με ραγδαίους ρυθμούς σε ολόκληρο τον κόσμο. Ο **Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας (Π.Ο.Υ.)** εκτός από την επιδημία του κορονοϊού, είχε να αντιμετωπίσει και το λεγόμενο **“infodemic”** (επιδημία παραπληροφόρησης).

Αμέσως μετά τα πρώτα δείγματα εξάπλωσης του ιού και τα πρώτα δείγματα παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο, ο **Π.Ο.Υ.** ζήτησε τη συνεργασία των μεγάλων τεχνολογικών και επικοινωνιακών κολοσσών για να αντιμετωπίσει την διασπορά ψευδών ειδήσεων, συνομωσιών και «φαρμάκων» κατά του ιού. Ο Covid-19 ανακηρύχτηκε ως **πανδημία στις 11 Μαρτίου 2020.**

Τέλος, στις **10 Ιουνίου 2020** η **Ευρωπαϊκή Επιτροπή** ανακοίνωσε **νέο πακέτο μέτρων κατά της παραπληροφόρησης** για τον νέο κορονοϊό. Σύμφωνα με όσα ανακοινώθηκαν, η παραπληροφόρηση μπορεί να λάβει την μορφή εσφαλμένων συμβουλών πρόληψης (όπως κατάποση χλωρίνης) επικίνδυνων για την υγεία, θαυματουργών φαρμάκων, θεωριών συνωμοσίας, ρατσιστικών τοποθετήσεων, προβολής πλαστών προϊόντων, on line απάτης.

Ακολουθεί ο τομέας της Πολιτικής/Εκλογές με **67,9%**, οι μειονότητες (εθνικές, θρησκευτικές, σεξουαλικές κτλ.) με 44,5%, η προσωπική ζωή δημοσίων προσώπων (πολιτικοί, καλλιτέχνες κτλ.) και η οικονομία/επιχειρήσεις με **42,3%** και **42,2%** αντίστοιχα. Αξίζει σε αυτό το σημείο να σημειωθεί πως ο όρος **“Fake News”** πρωτοεμφανίστηκε στις αμερικανικές εκλογές του 2016.

Τελευταίοι έρχονται οι τομείς της ασφάλειας/εγκληματικότητας και των περιβαλλοντικών θεμάτων με **37,9%** και με **34,3%** αντίστοιχα, οι οποίοι, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, είναι οι λιγότερο ευάλωτοι στις ψευδείς ειδήσεις.

Οι ερωτηθέντες της έρευνας, χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, συμφωνούν απόλυτα (**85%**) πως οι ψευδείς ειδήσεις κυκλοφορούν κατά βάση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Instagram, Twitter κτλ.). Στο σημείο αυτό φαίνεται ξεκάθαρα πως τα **Social Media** διατηρούν ένα σημαντικό αρνητικό προβάδισμα και ειδικά σε σύγκριση με τα παραδοσιακά μέσα, έντυπα και ραδιοτηλεοπτικά. Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, ακολουθούν τις ιστοσελίδες και γενικότερα το διαδίκτυο με **74,5%**, η τηλεόραση με **70,3%**, οι εφημερίδες/περιοδικά με **36,7%**, οι φίλοι/κοινωνικός περίγυρος και η οικογένεια/συγγενείς με **33%** και **22,9%** αντίστοιχα. Τελευταίο έρχεται το ραδιόφωνο με **20,8%**.

Ελάχιστοι από τους ερωτηθέντες μένουν άπραγοι όταν αντιλαμβάνονται μια ψευδή είδηση. Οι περισσότεροι από αυτούς (**81,7%**) τείνουν να την **διασταυρώνουν** με άλλα μέσα ενημέρωσης. Το **63%** περίπου των ερωτηθέντων ανέφεραν πως ξεχωρίζουν μια αληθή από μια ψευδή είδηση, ελέγχοντας την πηγή/πηγές της είδησης. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, ακολουθεί ο έλεγχος του περιεχομένου της είδησης με **58,2%**, ο έλεγχος του μέσου της είδησης με **55%** και τέλος ο έλεγχος του συντάκτη/δημοσιογράφου της είδησης με **41,5%**.

Αξιοσημείωτο είναι πως το **92,9%** των ερωτηθέντων της έρευνας απάντησαν πως **ελέγχουν** μια είδηση αν είναι αληθής, **πριν την κοινοποιήσουν στα κοινωνικά δίκτυα**. Τέλος, το **93,7%** των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η **Ευρωπαϊκή Ένωση** πρέπει να λάβει περαιτέρω πρωτοβουλίες για την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων.

Υπενθυμίζεται ότι σύμφωνα με το τελευταίο **Ευρωβαρόμετρο** (Μάρτιος, 2018), στο ερώτημα ποιοι πρέπει να σταματήσουν την εξάπλωση των ψευδών ειδήσεων, οι περισσότεροι Έλληνες (40%) απάντησαν “οι δημοσιογράφοι”, ενώ ακολουθούσαν “οι ίδιοι οι πολίτες” (36%), “οι εθνικές αρχές” (34%), “η διεύθυνση των μέσων ενημέρωσης” (30%), “οι θεσμοί της ΕΕ” (25%) και “τα online κοινωνικά δίκτυα” (13%) και ότι το 85% περίπου των Ευρωπαίων θεωρούσαν τις ψευδείς ειδήσεις πρόβλημα στη χώρα τους και πρόβλημα για τη δημοκρατία εν γένει.

Τέλος, και σύμφωνα με όσα ανακοινώθηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή τον Ιούνιο του 2020, το νέο πακέτο μέτρων κατά της παραπληροφόρησης για τον νέο κορονοϊό (βλ. σελ. 13), αναβαθμίζει τον ρόλο των “**fact-checkers**”, καθώς και τον **πλουραλισμό** και την **ανεξαρτησία των μέσων ενημέρωσης**, και εντάσσεται στο πλαίσιο του «**Σχεδίου Δράσης για την Ευρωπαϊκή Δημοκρατία**» και της “Digital Services Act”. Στόχος των μέτρων, τα οποία θα παρουσιαστούν μέχρι το τέλος του έτους από την Κομισιόν, είναι η καλύτερη ρυθμιστική πλαισίωση των μεγάλων εταιρειών του διαδικτύου.