

Βασίλης Βασιλόπουλος - Κατερίνα Σαρικάκη

Σύστημα διαχείρισης δεοντολογίας & ποιότητας

Διακυβέρνηση των Μ.Μ.Ε.



Ταξιδευτής



Σύστημα διαχείρισης δεοντολογίας & ποιότητας

Διακυβέρνηση των Μ.Μ.Ε.

Βασίλης Βασιλόπουλος και Κατερίνα Σαδικάκη



Αθήνα - Ιούνιος 2023

ISBN: 978-960-579-126-1

DOI: 10.5281/zenodo.8183100

Επιμέλεια-Διόρθωση: Κώστας Παπαδόπουλος

Σελιδοποίηση: Γιάννης Καρδαμίτσης

Εξώφυλλο: Βασίλης Κατωγιάννης

Εκδόσεις «Τ α ξ ι δ ε υ τ ή ς»

Βαλτετσίου 10, 106 80 Αθήνα

τηλ.: 210.3638616 - fax: 210.3638617

email: info@taxideftis.gr

www.taxideftis.gr

With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



FREuDe

JEAN MONNET CENTRE OF EXCELLENCE
COMMUNICATION, FACTS & REGULATION FOR EUROPEAN DEMOCRACY

Σύστημα διαχείρισης δεοντολογίας & ποιότητας

Διακυβέρνηση των Μ.Μ.Ε.

Βασίλης Βασιλόπουλος και Κατερίνα Σαδικάκη



Ταξιδευτής

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

EXECUTIVE SUMMARY	9
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	11
ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΔΟΣΗ	17
ΑΚΡΩΝΥΜΙΑ	19
ΠΙΝΑΚΕΣ	21
ΠΡΟΟΙΜΙΟ	23
ΠΡΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ	25
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	27
ΕΙΣΑΓΩΓΗ: ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ - ΕΧΟΥΝ ΝΟΗΜΑ ΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ;	29

ΠΡΩΤΟ ΜΕΡΟΣ

ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΕΥΡΩΠΑΙΚΑ ΜΜΕ ΚΑΙ Ο ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ Ε.Ε.

Ο ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΕΜΦΑ	43
ΟΡΟΣΗΜΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΜΕ	45
Η μάχη για την παραπληροφόρηση	48
Ο Κανονισμός για τις ψηφιακές υπηρεσίες DSA	50
Η προστασία πνευματικών δικαιωμάτων και η Οδηγία 2019/790	52
Ασφάλεια και προστασία των δημοσιογράφων (SLAPPs)	55
Ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (General Data Protection Regulation - GDPR)	57
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	58

ΔΕΥΤΕΡΟ ΜΕΡΟΣ

ΗΘΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ

ΗΘΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ	63
Αυτορρύθμιση με ηθικά Πρότυπα	70
Η σύγκρουση συμφερόντων και η παραπληροφόρηση	72

Ενδιαφερόμενα Μέρη	75
Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΜΕ ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ του Β. Παπακωνσταντίνου	81
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	82

ΤΡΙΤΟ ΜΕΡΟΣ

ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ

ΠΩΣ ΔΙΑΣΦΑΛΙΖΕΤΑΙ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ	87
Μέθοδος Ποιοτικού ελέγχου περιεχομένου	89
Άλλες αξιολογικές μέθοδοι	98
Διασφάλιση Ποιότητας μέσω της έκθεσης Δημόσιας Αξίας	98
Ο ΕΠΟΠΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΙΩΝ ΤΥΠΟΥ	99
ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗ ΣΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	101
Τα Διεθνή Πρότυπα Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας	102
Τα Πρότυπα Συστήματα διαχείρισης στα Media	102
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	108

ΤΕΤΑΡΤΟ ΜΕΡΟΣ

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

ΗΘΙΚΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ	113
ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ EGMS «ΗΘΟΣ»	116
ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΠΙΤΗΡΕΙΤΑΙ ΕΝΑ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΤΥΠΟ	122
ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ	128
ΠΩΣ ΔΕΣΜΕΥΕΤΑΙ Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ	130
Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ	132
ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	134
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΕΛΙΞΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	135
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ	136
ΚΩΔΙΚΑΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΟΔΗΓΙΕΣ ΣΤΑΘΜΙΣΗΣ	137
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ήθος EGMS	141
ΑΝΑΦΟΡΕΣ	167

EXECUTIVE SUMMARY

Η έκδοση αυτή είναι ένας οδηγός αυτορρύθμισης των Μέσων, ο οποίος περιλαμβάνει και την τεκμηρίωση της ηθικής αυτορρύθμισης *by design & by default* με την πρόταση υιοθέτησης ενός ενιαίου Προτύπου Συστήματος Διαχείρισης Δεοντολογίας και Ολικής Ποιότητας. Η έκδοση, η οποία συνάδει με την ευρωπαϊκή στρατηγική, όπως αυτή εκφράζεται στην πρόταση Κανονισμού EMFA (2022) και τη Σύσταση REC 2022/1634/EC, αφορά κάθε τύπου οργανισμό Μέσων και εμπεριέχει οδηγίες συγκρότησης ενός δεοντολογικού και ποιοτικού προτύπου, εγγυήσεις διαφάνειας και ανεξαρτησίας των Μέσων και των Δημοσιογράφων, συμβουλευτική και υποβοηθητικά εργαλεία για τη διακυβέρνηση του Μέσου και την ποιότητα περιεχομένου.

This publication provides a guide for ethical self-regulation, by design and by default, of the media that includes documentation of self-regulation in the form of adopting an ethical and total quality management system. The publication, which is in line with the European strategy as expressed in the proposal for Regulation EMFA [(European Media Freedom Act) and amending Directive 2010/13/EU] of 2022 and Recommendation (EU) 2022/1634 of 16 September 2022, is intended for all types of media organizations and contains guidelines for establishing ethics and quality standards, assurances of transparency and independence of media and journalists, counseling and a toolbox, which can improve media governance as well as content quality.

Vasilis Vasilopoulos, Katharine Sarikakis

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα έκδοση απευθύνεται στους ενδιαφερόμενους φορείς της Βιομηχανίας των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και ειδικότερα στις εταιρικές και δημοσιογραφικές διοικήσεις των οργανισμών Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης κάθε είδους, θεματικού πλαισίου, μεγέθους και τεχνολογικής ενσωμάτωσης που διανέμουν περιεχόμενο μέσω δικτυακών εφαρμογών και πλατφορμών.

Το εγχειρίδιο ενισχύει την τεκμηρίωση και υποστηρίζει την ανάγκη αυτορρύθμισης με ηθικά και ποιοτικά Πρότυπα για τη δεοντολογική διακυβέρνηση των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Παρουσιάζει τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να αναπτυχθεί ένα Σύστημα Διαχείρισης Ολικής Ποιότητας, το οποίο μπορεί να δώσει μια εποικοδομητική απάντηση στις προκλήσεις της διαφάνειας, της αξιοπιστίας και της ανεξαρτησίας που αντιμετωπίζει ο κλάδος των μέσων ενημέρωσης. Σε αυτό περιλαμβάνεται επίσης ένα σύστημα αυτοαξιολόγησης για τη συμμόρφωση με τον Κώδικα Δεοντολογίας.

Το πρώτο μέρος περιγράφει το σημερινό περιβάλλον, τα προβλήματα και τους κινδύνους για τη βιομηχανία των μέσων ενημέρωσης και τις επιπτώσεις τους στην κοινωνία. Συζητά τις ευρωπαϊκές πολιτικές πρωτοβουλίες για την ελευθερία και την ανεξαρτησία του Τύπου, τα ρυθμιστικά καθεστάτα στο οικοσύστημα των διαδικτυακών μέσων ενημέρωσης και τις ψηφιακές πλατφόρμες, τις σύγχρονες προκλήσεις, όπως η παραπληροφόρηση, η έλλειψη διαφάνειας και λογοδοσίας, και τους κινδύνους για την ελευθερία της έκφρασης και, συνεπώς, για τη δημοκρατική ιδιότητα του πολίτη.

Το δεύτερο μέρος της θεματικής και εννοιολογικής πλαισίωσης εξετάζει την ίδια την έννοια της ηθικής διακυβέρνησης και τη σχέση μεταξύ των αυτορρυθμιζόμενων ηθικών πλαισίων και του ήπιου δικαίου. Περιλαμβάνεται επίσης η εξέταση των εννοιών της δεοντολογίας των μέσων ενημέρωσης και ιδίως της δημοσιογραφίας.

Βάσει των δύο πρώτων μερών, τα οποία θέτουν την αιτιολόγηση και την ανάλυση της ηθικής διακυβέρνησης των μέσων ενημέρωσης σε θέματα οργανωτικής διαχείρισης, τα μέρη τρία και τέσσερα παρέχουν μια επισκόπηση των υφιστάμενων πρακτικών τέτοιων εφαρμογών και το τέταρτο μέρος προσφέρει ένα λεπτομερές αλλά ευέλικτο πλαίσιο που μπορούν να υιοθετήσουν οι οργανισμοί.

Στο τρίτο μέρος παρουσιάζονται ορισμένες από τις σημαντικές πρωτοβουλίες διασφάλισης ποιότητας του κλάδου των μέσων ενημέρωσης και τα διεθνή Πρότυπα που θα μπορούσαν να υιοθετηθούν για τη διακυβέρνηση των μέσων ενημέρωσης. Καθένα από τα Διεθνή Πρότυπα είναι επιθεωρήσιμο και ορισμένα πιστοποιούνται από ανεξάρτητους διαπιστευμένους φορείς, καθώς αποτελούν απόδειξη της συμμόρφωσης με τις αρχές της κοινωνικής ευθύνης.

Στο τέταρτο μέρος παρουσιάζονται προτάσεις για την υιοθέτηση της ηθικής διακυβέρνησης, ο τρόπος θέσπισης ηθικών προτύπων και το σκεπτικό του Προτύπου «**ήθος**», ενός Συστήματος Διαχείρισης Ηθικής και Ποιότητας (EGMS ethos), καθώς και τα κατάλληλα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα για ηθική αυτορρύθμιση εκ σχεδιασμού και εξ ορισμού. Περιλαμβάνονται μέθοδοι ελέγχου ποιότητας περιεχομένου και συμμόρφωσης με τα Πρότυπα δεοντολογίας, προτάσεις αναβάθμισης της δημοσιογραφικής επάρκειας και καλές πρακτικές για την αλληλεπίδραση με το κοινό.

Μεθοδολογική διαδικασία

Εάν η απάντηση σε κάθε ερώτηση για την διασφάλιση της ελευθερίας του Τύπου είναι η ανεξαρτησία, η μελέτη επιχειρεί να την τεκμηριώσει, εστιάζοντας στο πώς μπορεί να ενισχυθεί η θέση ενός αυτορρυθμιζόμενου Μέσου έναντι όσων του ασκούν δυσανάλογες πιέσεις με σκοπό τον επηρεασμό του, όπως των ισχυρών συμφερόντων και των ρυθμιστικών ή κυβερνητικών αρχών.

Η διερευνητική μεθοδολογία “exploratory research” χρησιμοποιήθηκε για τη διερεύνηση ενός θέματος που δεν είχε καθοριστεί με ακρίβεια και το οποίο τώρα διαμορφώνεται βάσει νέων συνθηκών. Για τον λόγο αυτόν, το θεωρητικό πλαίσιο αφορά τη σχετική βιβλιογραφία αναφορικά με την έννοια της αυτορρύθμισης ως ήπιο δίκαιο, την τυποποίηση της διακυβέρνησης των Μέσων, και τη δημοσιογραφική δεοντολογία ως ηθικό Πρότυπο.

Η παρούσα δημοσίευση παρουσιάζει το «**ήθος**» που αφορά την ανάπτυξη ενός συστήματος διαχείρισης δεοντολογίας και ποιότητας στα ψηφιακά μέσα ενημέρωσης. Το έργο αναπτύχθηκε στην τελική του μορφή από τον Δρ. Βασίλη Βασιλόπουλο, συνεργαζόμενο μέλος της ερευνητικής ομάδας του Κέντρου Αριστείας Jean Monnet, FREuDe και την Καθηγήτρια Katharine Sarikakis, Διευθύντρια του FREuDe και τακτική Καθηγήτρια στο Πανεπιστήμιο της Βιέννης.

Η μελέτη διερευνά τους τρόπους με τους οποίους οι απαιτήσεις ενός Κώδικα Δεοντολογίας μπορούν ως διεργασία να συμπληρώσουν τις απαιτήσεις ενός Προτύπου Ποιότητας που βασίζεται στη μεθοδολογία ISO 9001, με τρόπο που να διασφαλίζει ότι η δεοντολογική διακυβέρνηση ενός Μέσου θα αποτελεί κοινό δεσμευτικό σκοπό

εντός του οργανισμού, αλλά οι ρόλοι θα διατηρούνται διακριτοί μεταξύ της εταιρικής και της δημοσιογραφικής διοίκησης, ώστε να ενισχύεται η συντακτική ανεξαρτησία. Οι πρόνοιες αυτές ενσωματώνονται σε ένα πλαίσιο απαιτήσεων που περιλαμβάνει ένα σύνολο παραδοχών, εννοιών, αξιών και ορθών πρακτικών, το οποίο προσφέρει μια ρεαλιστική και ταυτόχρονα ηθική προσέγγιση, ενώ απαντά στη συζήτηση για την ανάκτηση της αξιοπιστίας, της συντακτικής ανεξαρτησίας και του ηθικού πλεονεκτήματος της νόμιμης επιχειρηματικής δραστηριότητας των οργανισμών μέσω ενημέρωσης.

Η συγκρότηση, η διαλειτουργικότητα και η τεκμηρίωση του Προτύπου «Σύστημα Διαχείρισης Ηθικής Διακυβέρνησης Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, **ήθος**» βασίζονται σε ένα σύνολο πρότυπων αναφορών διεθνών προτύπων, όπως τα ISO 9001, 27001, 27035, 22301, 45001 και 31000, καθώς και στον Κώδικα Δεοντολογίας (2023) της Ελληνικής Ένωσης Εκδοτών Διαδικτύου, που καταρτίστηκε το 2016 από το Κέντρο Ερευνών Αθηνά. Το εταιρικό πλαίσιο του ενιαίου προτύπου μπορεί να επιθεωρηθεί (με βάση τα διεθνή Πρότυπα επιθεώρησης) και να πιστοποιηθεί από ανεξάρτητους διαπιστευμένους φορείς. Το δεοντολογικό πρότυπο μπορεί ως διεργασία να αξιολογηθεί είτε εσωτερικά, είτε στο πλαίσιο ενός Συμβουλίου Τύπου, ώστε η συμμόρφωση με τη δεοντολογία να αποτελεί αδιαπραγμάτευτη προϋπόθεση της συμμόρφωσης του Μέσου με τις απαιτήσεις του «ήθους».

Το πεδίο εφαρμογής ενός τέτοιου Συστήματος Διαχείρισης Δεοντολογίας και Ποιότητας είναι σαφές όσον αφορά τις προδιαγραφές πιστοποίησης, τα όρια εφαρμογής και τα σημεία ελέγχου, επιτρέποντας έτσι την υιοθέτηση και την εφαρμογή του από κάθε οργανισμό μέσω ενημέρωσης, ανεξαρτήτως μεγέθους, προσανατολισμού και επιχειρηματικής δραστηριότητας εν γένει. Το σημαντικότερο είναι ότι δεν παρεμβαίνει στις θεμελιώδεις αρχές της ελεύθερης δημοσιογραφίας. Το πεδίο εφαρμογής μπορεί να οριστεί ως όλο το φάσμα των εταιρικών διαδικασιών – από την ίδρυση, οργάνωση και λειτουργία ενός εκδοτικού ομίλου ή οργανισμού, μέχρι την ολοκλήρωση του κύκλου ζωής της επεξεργασίας της πληροφορίας, δηλαδή της δημοσιογραφικής επεξεργασίας και της τελικής δημοσίευσης του περιεχομένου.

Από την άποψη αυτή, έχει ληφθεί υπόψη το πνεύμα και το γράμμα των ευρωπαϊκών νόμων (κανονισμών, οδηγιών, συστάσεων και κατευθυντήριων γραμμών), όπως οι απαιτήσεις που προβάλλονται από τα θεσμικά εργαλεία της ψηφιακής ενιαίας αγοράς για την κάλυψη όλων των τομέων μέχρι και εκείνων που περιγράφονται πρόσφατα στις συστάσεις Bretton¹ και COE² για την ασφάλεια των εργαζομένων

1. COMMISSION RECOMMENDATION (EU) 2021/1534 of 16 September 2021 on ensuring the protection, safety and empowerment of journalists and other media professionals in the European Union

2. Recommendation CM/Rec(2016)4[1] of the Committee of Ministers to member States on the

στον Τύπο, τις πολιτικές κατά των SLAPPs ή τις πολιτικές που προτείνονται στο EMFA και στο REC 2022/1634/EC³.

Με αυτόν τον τρόπο εμπλουτίζεται και καθορίζεται ακριβέστερα το περιεχόμενο των παραπάνω συντακτικών παρεμβάσεων της Ε.Ε. και των εκθέσεων του ευρωκοινοβουλίου για την προστασία της ελευθερίας του Τύπου με θεσμικές πρωτοβουλίες και κίνητρα αυτορρύθμισης. Το «**ήθος**» (EGMS) που έχει περισσότερο χαρακτήρα επιχειρηματικού εργαλείου και διαφέρει από άλλες ακτιβιστικού τύπου προσεγγίσεις, συμπληρώνει την εργαλειοθήκη των υφιστάμενων Συστημάτων Διαχείρισης που θα μπορούσαν να επιλεγούν από τα ευρωπαϊκά μέσα ενημέρωσης (ISAS BCP9001, RSF JTI, Ethical Journalism Network audit), προτείνει μεθόδους για την παρακολούθηση της συμμόρφωσης με τις δημοσιογραφικές αρχές και την ικανοποίηση του κοινού, τη μέτρηση των στόχων ποιοτικού περιεχομένου, τη στάθμιση του δημόσιου συμφέροντος, την επεξεργασία δεδομένων, τον έλεγχο της εγκυρότητας των πληροφοριών, την αποφυγή της λογοκλοπής, τη διάκριση μεταξύ ενημερωτικού και διαφημιστικού περιεχομένου, την υιοθέτηση πολιτικών για την αξιοποίηση του πνευματικού κεφαλαίου και την αναβάθμιση των δημοσιογραφικών δεξιοτήτων, τις μεθόδους δέσμευσης της εταιρικής διοίκησης και την υιοθέτηση περιοδικών εκθέσεων δημόσιας αξίας.

Αυτή η τυποποίηση παρουσιάζει τη σημασία της εκπλήρωσης της δημόσιας αποστολής, τον τρόπο αντιμετώπισης των προκλήσεων της αδιαφάνειας και της παραπληροφόρησης στην ψηφιακή εποχή, τον εντοπισμό των κινδύνων και των ευκαιριών από τη χρήση της τεχνολογίας με εργαλεία υποβοήθησης ή/και τεχνητής νοημοσύνης, καθώς και την αξία της επιστροφής στις ρίζες της δημοσιογραφικής δεοντολογίας ως ενισχυτικού εργαλείου για την ικανοποίηση του κοινού και των ενδιαφερόμενων μερών. Με την εκπλήρωση των απαιτήσεων του «ήθους» του EGMS, ο οργανισμός μέσων ενημέρωσης επιδιώκει τους στόχους της παραγωγής περιεχομένου υψηλής ποιότητας και της εξυπηρέτησης του δημόσιου συμφέροντος με αξιώσεις.

Ο Δρ Βασίλης Βασιλόπουλος είναι DPO στα ελληνικά δημόσια μέσα ενημέρωσης της ΕΡΤ ΑΕ και για επτά χρόνια ήταν Διευθυντής Περιεχομένου Ψηφιακών Μέσων στην ΕΡΤ ΑΕ. Για την υλοποίηση του έργου απαιτήθηκε η πιστοποίηση του συγγραφέα από τον διεθνή οργανισμό IRCA, ως επικεφαλής επιθεωρητής συστημάτων

protection of journalism and safety of journalists and other media actors. (Adopted by the Committee of Ministers on 13 April 2016 at the 1253rd meeting of the Ministers' Deputies)

3. COMMISSION RECOMMENDATION (EU) 2022/1634 of 16 September 2022 on internal safeguards for editorial independence and ownership transparency in the media sector

διαχείρισης ποιότητας σύμφωνα με το πρότυπο ISO 9001:2015. Προκειμένου να εξυπηρετηθεί ο σκοπός της πληρότητας της προσέγγισης, εξετάστηκε η ενσωμάτωση απαιτήσεων από τα παραπάνω ISO, συμπεριλαμβανομένων εκείνων για την ασφάλεια πληροφοριών και την αντιμετώπιση περιστατικών, την επιχειρησιακή συνέχεια και την επαγγελματική υγεία και ασφάλεια.

Η καθηγήτρια Κατερίνα Σαδικάκη είναι διευθύντρια του Εργαστηρίου Έρευνας για τη Διακυβέρνηση και τη Βιομηχανία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης, στο Πανεπιστήμιο της Βιέννης, το οποίο ίδρυσε το 2011. Είναι επίσης διευθύντρια του Κέντρου Αριστείας Jean Monnet FREuDeCommunication, Facts and Regulation for Europe που διερευνά τους τρόπους με τους οποίους το ακαδημαϊκό έργο και το έργο των ενδιαφερόμενων φορέων μπορούν να γεφυρωθούν και να εφαρμοστούν προς όφελος των ευρωπαϊκών δημοκρατιών. Η καθηγήτρια Σαδικάκη είναι επισκέπτης συνεργάτης του University of Witswatersrand της Νότιας Αφρικής και έχει διατελέσει, μεταξύ άλλων, κάτοχος της Έδρας Αριστείας Santander στο UC3M 2018-2019, Ισπανία, καθώς και επισκέπτης Senior Fellow στο London School of Economics and Political Science το 2018. Είναι σύμβουλος διεθνών οργανισμών όπως ο ΟΑΣΕ, τα θεσμικά όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ΜΚΟ, ενώ διετέλεσε πρόεδρος της Επιτροπής Εμπειρογνομώνων Υψηλού Επιπέδου για την Έκθεση για την Ποιότητα της Δημοσιογραφίας και για το ψήφισμα που εγκρίθηκε από το Συμβούλιο της Ευρώπης.

Ο Βαγγέλης Παπακωνσταντίνου είναι καθηγητής στο Δίκαιο Προστασίας Δεδομένων στη Σχολή Νομικής και Εγκληματολογίας του Ελεύθερου Πανεπιστημίου των Βρυξελλών (VUB, Vrije Universiteit Brussel), με ειδίκευση στην κυβερνοασφάλεια, την πνευματική ιδιοκτησία και την τεχνολογική ρύθμιση. Είναι επιστημονικός υπεύθυνος στο εργαστήριο Cyber and Data Security Lab (CDSL), μέλος της ερευνητικής ομάδας του VUB για το Δίκαιο, την Επιστήμη, την Τεχνολογία και την Κοινωνία (LSTS), καθώς και του Brussels Privacy Hub. Έχει διατελέσει αναπληρωματικό μέλος της Ελληνικής Αρχής Προστασίας Δεδομένων Προσωπικού Χαρακτήρα, ενώ διετέλεσε και μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του Ελληνικού Οργανισμού Πνευματικής Ιδιοκτησίας.

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΚΔΟΣΗ

Η έκδοση αυτή απευθύνεται στα ενδιαφερόμενα μέρη της Βιομηχανίας των Μέσων και ειδικά στις εταιρικές και δημοσιογραφικές διοικήσεις των οργανισμών μέσω ενημέρωσης κάθε είδους, θεματικού πλαισίου, μεγέθους και τεχνολογικής ενσωμάτωσης στην ψηφιακή εποχή, οι οποίοι διανέμουν το περιεχόμενό τους μέσω διάφορων εφαρμογών και πλατφορμών του δικτύου.

Η μελέτη απαντά στο πώς οι κανόνες ενός αναλυτικού Κώδικα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας, που λαμβάνει υπόψη τα ηθικά διλήμματα από τη χρήση του διαδικτύου, συμπληρώνουν τις απαιτήσεις ενός Προτύπου Ποιότητας βασισμένου στο ISO 9001. Η διερεύνηση αφορούσε τον τρόπο που αυτή η ενσωμάτωση θα εξασφάλιζε ότι θα διατηρούνταν διακριτοί οι ρόλοι ανάμεσα στην εταιρική και τη δημοσιογραφική διοίκηση, ώστε να διασφαλίζεται η ανεξαρτησία της σύνταξης. Οι προβλέψεις αυτές είναι ενταγμένες σε ένα πλαίσιο απαιτήσεων που ενσωματώνει ένα σύνολο υποθέσεων, εννοιών, αξιών και καλών πρακτικών και το οποίο αποτελεί έναν τρόπο θεώρησης της πραγματικότητας και ταυτόχρονα απάντησης στη συζήτηση για την ανάκτηση της αξιοπιστίας, τη συντακτική ανεξαρτησία και τη θεμιτή επιχειρηματική δραστηριότητα των μιντιακών οργανισμών.

AKΡΩΝΥΜΙΑ

AFP	Agence France Press
AGI	Artificially Generated Intelligence (artificial general intelligence)
AI	Artificial Intelligence
AIPCE	Alliance of Independent Press Councils of Europe
AP	Associated Press
CoE	Council of Europe
DSA	Digital Services Act
DSM	Directive Single Market
EMFA	European Media Freedom Act
EGMS	Ethical Media Governance Management System
EMS	Ethics and Quality Management System
EU	European Union
GPT	Generative Pre-trained Transformer
ICT	Information and Communication Technologies
IPSO	Independent Press Standards Organisation
JTI	Journalism Trust Initiative
KPI	Key Performance Indicators
MEDIA	Mass media
NLG	Natural Language Generated
NLP	Natural Language Processing
NGOs	Non-Governmental Organisations
OSCE	Organisation for Security and Co-operation in Europe
OTT	Over the Top
RSF	Reporters Without Borders

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1. Δεκάλογος Δημοσιογραφικών Αρχών (American Press Institute, 2022)	66
Πίνακας 2. Δείκτες απόδοσης συνάφειας ανά θεματική κατηγορία, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)	90
Πίνακας 3. Δείκτες απόδοσης συνάφειας υποκειμένου, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)	90
Πίνακας 4. Δείκτες αξίας περιεχομένου με βάση τον θεματικό προσανατολισμό, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)	91
Πίνακας 5. Δείκτες απόδοσης στη διαμόρφωση δημόσιας γνώμης, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)	91
Πίνακας 6. Δείκτες απόδοσης αντικειμενικότητας, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)	92
Πίνακας 7. Δείκτες αξίας περιεχομένου με βάση τις πηγές, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)	92
Πίνακας 8. Δείκτες αξίας πρωτογενούς περιεχομένου, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)	93
Πίνακας 9. Σημαντικότητα περιεχομένου ανά κατηγορία των 38 κριτηρίων σύμφωνα με Gladney et al. (2007), με δυνατότητα βαθμολόγησης από το 1 ως καθόλου έως και το 7 ως πολύ σημαντικό (Likert scale)	96
Πίνακας 10. Ενδεικτικά σημεία ελέγχου του EGMS « ήθος »	119
Πίνακας 11. Ενδεικτικές απαιτήσεις του EGMS « ήθος »	121
Πίνακας 12. Εσωτερική αξιολόγηση τήρησης της δεοντολογίας	127
Πίνακας 13. Ανταπόκριση Δημόσιου Συντάκτη σε online εφαρμογή παρακολούθησης τήρησης της δεοντολογίας και επικοινωνίας με το κοινό	129

ΠΡΟΟΙΜΙΟ

Στην εποχή της πλημμυρίδας των πληροφοριών και της ορμητικής τεχνολογίας με μεγάλο ειδικό βάρος στην επικοινωνία, που καθιστά δυσδιάκριτη τη σύγκριση και σημασία τους, οι πολίτες, οι κοινωνίες, οι δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς, καθώς και οι επιχειρηματικές οντότητες, αναζητούν έγκυρη ενημέρωση για να λάβουν κρίσιμες αποφάσεις.

Η γενικευμένη κρίση εμπιστοσύνης σε θεμελιώδεις αρχές και αξίες, θεσμούς και φορείς, αφορά και τα μέσα ενημέρωσης στην Ευρώπη και ολόκληρο τον κόσμο. Αυτή η κρίση αξιοπιστίας σχετίζεται με τις οικονομικές, κοινωνικές και θεσμικές κρίσεις, οι οποίες προκάλεσαν σοβαρή χαλάρωση στα ιδεώδη και εξασθένηση της υποστήριξης της Δημοκρατίας έναντι της επιβίωσης και της ιδιοτέλειας.

Στο πλαίσιο αυτό τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας (ΜΜΕ) αναζητούν λύσεις τόσο για την επιχειρηματική επιβίωση και το νέο οικονομικό μοντέλο, όσο και στρατηγικές ενίσχυσης της επιχειρησιακής ικανότητας για να κεφαλαιοποιήσουν τα οφέλη της τεχνολογίας. Σε αυτή τη διαδικασία μετασχηματισμού, οι τυποποιημένες διαδικασίες που εισάγουν οι πρωτοβουλίες αυτορρύθμισης στη βιομηχανία των Μέσων παίζουν τον πιο καθοριστικό ρόλο, καθώς εγγυώνται βελτίωση της λειτουργίας, του υγιούς ανταγωνισμού, της επιχειρηματικής επιτυχίας, του δημοσίου συμφέροντος και των προσδοκιών του κοινού. Στα ΜΜΕ το θεμελιώδες πρότυπο, που αποτελεί σταθερά και όχι μεταβλητή, είναι ο Κώδικας Δεοντολογίας. Συνεπώς, η ηθική θα πρέπει να διέπει εξ αρχής κάθε πρότυπο σύστημα αυτορρύθμισής τους.

Με το σκεπτικό αυτό, στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) οι αναφορές σε συστήματα διαχείρισης ποιότητας στα ΜΜΕ στο σχέδιο του Κανονισμού MFA (2022) και τη REC 2022/1634/EC, είναι ρηξικέλευθες. Το πνεύμα του νόμου στα ευρωπαϊκά κείμενα αντιμετωπίζει τη δεοντολογία ως ήπιο δίκαιο έννομα με αποτελέσματα, επί του οποίου απαιτείται αυτορρύθμιση. Ταυτόχρονα, η αυτορρύθμιση που παροτρύνεται με υποχρεωτική νομοθεσία, όπως ένας ευρωπαϊκός Κανονισμός, γίνεται αποδεκτή από τις ρυθμιστικές αρχές και παραπέμπει σε συρρύθμιση. Αυτό είναι το μοντέλο που υιοθετεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σχεδόν για το σύνολο των Κανονισμών της ενιαίας ψηφιακής αγοράς. Ζητεί αυτορρύθμιση με Πρότυπα επιθεωρούμενα σε ανεξάρτητο βαθμό.

Είναι ιδιαίτερως σημαντική η πρωτοπορία της Ε.Ε., διότι στο πνεύμα και το γράμμα του νόμου για τη ρύθμιση της βιομηχανίας των Μέσων, εισάγει την έννοια των αυτορρυθμιστικών προτύπων και της αξίας των πιστοποιήσεων δεοντολογίας και

ποιότητας (EMFA⁴, DSA⁵, DMA⁶ και Κώδικας κατά της Παραπληροφόρησης⁷) ως απόδειξη συμμόρφωσης με τις απαιτήσεις υπηρετήσης του δημοσίου συμφέροντος σε μια ενιαία ψηφιακή αγορά. Στη Σύσταση REC 2022/1634/EC⁸ παραπέμπει σε καλές πρακτικές και στο σχέδιο Κανονισμού EMFA σε ένα μοντέλο Συστήματος Διαχείρισης, ορίζοντας εννοιολογικά την αυτοδέσμευση των Μέσων. Συγκεκριμένα, αναφέρεται το σύστημα Journalism Trust Initiative (JTI) της μη κερδοσκοπικής οργάνωσης, των Ρεπόρτερ Χωρίς Σύνορα, που αυτοπροσδιορίζεται ότι δεν είναι συνδικαλιστική οντότητα, ούτε εκπρόσωπος εταιρειών ΜΜΕ.

Σε αυτή την περίοδο της ραγδαίας εξέλιξης της αλγοριθμικής παραγωγής περιεχομένου και της αγωνιώδους προσπάθειας ρύθμισης από υπευθύνους χάραξης πολιτικής αποκτά ζωτικά χαρακτηριστικά η ρύθμιση της τεχνητής νοημοσύνης στην κατεύθυνση προστασίας της αυθεντικής πληροφορίας, της ελευθερίας της έκφρασης, των δικαιωμάτων της ιδιωτικής ζωής και της πνευματικής ιδιοκτησίας. Οι εφαρμογές παραγωγής φυσικής γλώσσας (NLP) με corpus περιεχόμενο από τα ΜΜΕ και δημόσια ή κλειστά δεδομένα, απειλούν να κατακλύσουν το διαδίκτυο με παραπληροφόρηση, φαντασιώσεις, προκαταλήψεις, παραφράσεις και παραβίαση του νομικού πλαισίου για τα προσωπικά δεδομένα. Οι υπό συζήτηση ρυθμιστικές πρωτοβουλίες είναι αυτονόητο να συμπεριλαμβάνουν στη θεσμική ασπίδα της νομιμότητας την ηθική δημοσιογραφία, καθώς τα υπεύθυνα Μέσα ως πυλωροί, υπηρετούν τις θεμελιώδεις αρχές των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και του δημοκρατικού πολιτεύματος. Σε κάθε περίπτωση, είτε ρυθμιστεί, είτε παραμείνει αρρύθμιστο το τεχνολογικό τοπίο της ρομποτικής παραγωγής περιεχομένου, είναι πολύ σημαντικός ο ρόλος των Μέσων για τον έλεγχο εγκυρότητας της πληροφορίας, την ακρίβεια των ειδήσεων, την προστασία του κοινού από ασύμμετρη πληροφόρηση και την προστασία των πνευματικών δικαιωμάτων στο όνομα του δημοσίου συμφέροντος.

4. Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL establishing a common framework for media services in the internal market (European Media Freedom Act) and amending Directive 2010/13/EU <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52022PC0457>

5. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065&qid=1666857835014>

6. Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R1925>

7. European Commission. (2022). The Strengthened Code of Practice on Disinformation 2022. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan/strengthened-eu-code-practice-disinformation_en

8. Commission Recommendation (EU) 2022/1634 of 16 September 2022 on internal safeguards for editorial independence and ownership transparency in the media sector <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1664779252884&uri=CELEX%3A32022H1634>

ΠΡΟΛΟΓΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

ΘΕΟΧΑΡΗ ΦΙΛΙΠΠΟΠΟΥΛΟΥ

Πρόεδρος Ένωσης Εκδοτών Διαδικτύου Ελλάδας

Το 2015 η ΕΝΕΔ, μολοντί ένωση ιδιωτικών ψηφιακών Μέσων, αναζήτησε μια κοινή ηθική πυξίδα της δημοσιογραφίας για τα μέλη της. Απευθύνθηκε για αυτό στο Ερευνητικό Κέντρο Αθηνά και ζήτησε τη χαρτογράφηση των δεοντολογικών προτύπων με σκοπό της ερευνητικής μελέτης τη σύνταξη του Κώδικα Δεοντολογίας των μελών της. Από το 2016 υιοθέτησε τον Κώδικα, ο οποίος επικαιροποιείται συνεχώς, περιλαμβάνοντας κάθε ηθική πτυχή που αναδύεται στην εποχή της online δημοσιογραφίας.

Με αυτό το Handbook αποδεικνύεται ότι η επένδυση της ΕΝΕΔ σε αρχές και αξίες έχει αποδώσει καρπούς, καθώς ο Δρ. του ΑΠΘ, στην Ηθική Διακυβέρνηση των Μέσων, Βασίλης Βασιλόπουλος, μαζί με την καθηγήτρια του πανεπιστημίου της Βιέννης Katharine Sarikakis και τον καθηγητή του πανεπιστημίου VUB των Βρυξελλών Βαγγέλη Παπακωνσταντίνου, παρουσιάζουν την αξία της αυτορρύθμισης, το πρότυπο δεοντολογίας και ποιότητας EGMS και το δεοντολογικό πρότυπο “ethos”.

Διαχρονικά το κοινό έχει απαίτηση από τα μέσα ενημέρωσης για αμερόληπτη ενημέρωση με σεβασμό προς τον αναγνώστη και ειλικρινή δημοσιογραφία χωρίς σκοπιμότητες.

Σήμερα, τα ψηφιακά μέσα κυριαρχούν είτε στις συσκευές, είτε με το περιεχόμενό τους και την ταχύτητα και αρτιότητα της πληροφόρησης επηρεάζουν την ειδησεογραφία. Παρέχουν στους πολίτες, τις επιχειρήσεις και την κοινωνία την απαραίτητη ενημέρωση για να λαμβάνουν αποφάσεις στη δημόσια σφαίρα. Ο τεχνολογικός κατακλυσμός κάνει τις προκλήσεις να αυξάνονται με γεωμετρική πρόοδο και δημιουργεί την ανάγκη στη βιομηχανία των ψηφιακών μέσων ενημέρωσης να θέσει τα κατάλληλα Πρότυπα που θα ανταποκρίνονται στον αυξανόμενο κοινωνικό τους ρόλο. Στο σημερινό οικοσύστημα, τα Μέσα οφείλουν να εξετάσουν την ηθική και ποιοτική διακυβέρνησή τους και την προτυποποίηση της εταιρικής και δημοσιογραφικής φύσης τους με υψηλά στάνταρτς και πιο απαιτητικά πλαίσια στα επιχειρηματικά μοντέλα.

Προς αυτή την κατεύθυνση κινείται και η Ευρωπαϊκή Ένωση με τον κανονισμό Media Freedom Act, μιλώντας για συστήματα διαχείρισης ολικής ποιότητας και τυ-

ποποποιημένα συστήματα μέτρησης, εστιάζοντας στην ανεξάρτητη δημοσιογραφία ως ασπίδα του δημοκρατικού κεκτημένου που μπορούν να εγγυηθούν τα online media.

Όπως έγραψε ο σπουδαίος εκδότης της Manchester Guardian, CP Scott, τον Μάιο του 1921, στο δοκίμιο με τον τίτλο «Εκατό χρόνια»:

«Ένα Μέσο έχει δύο όψεις. Είναι μια επιχείρηση, όπως κάθε άλλη, και πρέπει να εισπράττει για να επιβιώσει. Αλλά είναι πολύ περισσότερο από μια επιχείρηση, είναι θεσμός. (...) Είναι, με τον τρόπο του, ένα όργανο διακυβέρνησης. Επηρεάζει το μυαλό και τις συνειδήσεις των ανθρώπων. Μπορεί να εκπαιδεύσει, να τονώσει, να βοηθήσει, ή μπορεί να κάνει και το αντίθετο. Έχει, λοιπόν, ηθική αλλά και υλική ύπαρξη, και ο χαρακτήρας και η επιρροή του καθορίζονται κυρίως από την ισορροπία αυτών των δύο δυνάμεων.»

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Οι συγγραφείς οφείλουν ευχαριστίες στους:

Βαγγέλη Παπακωνσταντίνου, καθηγητή VUB για την τεκμηρίωση του χαρακτήρα του ηπίου δικαίου και εν γένει τη νομική σημασία των δεοντολογικών προτύπων.

Γιάννη Οικονομίδη, ειδικό στα Πρότυπα Ποιότητας, γιατί ενέπνευσε την ιδέα να θεωρηθούν απαιτήσεις προτύπου τα περιοριστικά και προληπτικά μέτρα ενός Κώδικα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας.

Σταύρο Δρούγκα, ειδικό σύμβουλο στα Διεθνή Πρότυπα για την συμβουλευτική του στην αρχιτεκτονική του “ήθος”.

Ιωάννη Χατζηιωαννίδη, επικεφαλής επιθεωρητή Διεθνών Προτύπων για την συμβουλευτική του ως προς την ενσωμάτωση των τεχνολογικών απαιτήσεων.

Χρήστο Ζαγκανά, δικηγόρο, μέλος της Homo Digitalis, ειδικό στο DMA, DSA, GDPR

Τον πρόεδρο του Δ.Σ. της Ένωσης Εκδοτών Διαδικτύου Ελλάδος, Θεοχάρη Φιλιππόπουλο και τον αντιπρόεδρο Δημήτρη Ηλιόπουλο για την υποστήριξη και τη χρήση του εταιρικού Κώδικα Δεοντολογίας των μελών της Ένωσης στο πιλοτικό έργο.

Τον Αιμίλιο Περδικάρη, Πρόεδρο του Αθηναϊκού και Μακεδονικού Πρακτορείου Ειδήσεων, για την δυνατότητα να γίνει πιλοτική επεξεργασία του “ήθος” στο amna.gr.

Τον Πρόεδρο του IAB Hellas (Interactive Advertising Bureau – Hellas), Σπύρο Παπαγεωργίου, καθώς και τα μέλη της διοικούσας επιτροπής του Οργανισμού για τη θερμή υποστήριξη της μελέτης «ήθος» για τη σημασία της αυτορρύθμισης της Βιομηχανίας των Μέσων.

Τον δημοσιογράφο Χρήστο Παναγόπουλο, ειδικό στα Ψηφιακά Μέσα.

Κώστα Παπαδόπουλο, εκδότη των εκδόσεων “ΤΑΞΙΔΕΥΤΗΣ” και τους συνεργάτες του για την συμβολή τους στην έκδοση.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΧΟΥΝ ΝΟΗΜΑ ΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ;

Καθώς η Βιομηχανία των ΜΜΕ αναπτύσσεται μετασχηματιζόμενη, όπως αναφέρει η Cherubini (2022), σε βιομηχανία εντάσεως υπεύθυνης τεχνολογίας, που μετατρέπει τις παραδοσιακές αίθουσες σύνταξης σε υβριδικές μονάδες παραγωγής και διάθεσης περιεχομένου, μέσα δηλαδή σε ενοποιημένες αίθουσες και με σύγκλιση των Μέσων διανομής, εντείνεται το ενδιαφέρον για τα κοινά Δεοντολογικά και Ποιοτικά Πρότυπα και τα κριτήρια επιθεώρησης, μέτρησης και αξιολόγησης αυτής της επιχειρηματικής δραστηριότητας αλλά και της δημοσιογραφίας μέσα από αυτή την εξέλιξη. Η πιο πρόσφατη συζήτηση αφορά στην ανάγκη ρύθμισης των τεχνολογιών παραγωγής φυσικής γλώσσας από την τεχνητή νοημοσύνη και τη μηχανική μάθηση⁹, ενώ και η παραγωγή ενημερωτικού περιεχομένου και η δημοσιογραφία ως επάγγελμα, αντιμετωπίζουν με επιφύλαξη την τεχνολογικό πρόοδο Bell (2023). Για την ώρα παρατηρείται μια πλημμυρίδα από περιεχόμενο με λάθη, προκαταλήψεις, διακρίσεις, παραπληροφόρηση και εικασίες από τις απαντήσεις του αλγορίθμου των γλωσσικών μοντέλων. Είναι πάντως σημαντικό ότι εδώ και χρόνια η ρομποτική παραγωγή ενημερωτικού περιεχομένου εφαρμόζεται σε μεγάλα Μέσα και κυρίως Πρακτορεία ειδήσεων, όπως για παράδειγμα τα Associated Press (AP), Agence France Press (AFP) και Reuters. Το ζήτημα εντοπίζεται στην ικανότητα της παραγωγικής τεχνητής νοημοσύνης (AGI) να τροφοδοτείται από μεγάλα γλωσσικά μοντέλα ικανά να παράγουν αφηγηματικό κείμενο σε κλίμακα. Επιπρόσθετα, δημιουργείται σοβαρό ζήτημα πνευματικής ιδιοκτησίας των εκπαιδευτικών δεδομένων σε εφαρμογές όπως αυτές της OPEN AI, της Google και άλλων κολοσσών. Το ζήτημα παραμένει ανεπίλυτο, καθώς δεν έχει απαντηθεί εάν ο χρήστης μέσω prompts δίνει πνευματική ιδιοκτησία και προσωπικά δεδομένα, εάν η μηχανή έχει με την απάντηση την ιδιοκτησία των πνευματικών δικαιωμάτων και εάν τα εκπαιδευτικά δεδομένα των

9. Pause Giant AI Experiments: An Open Letter. (2023, March 22) Future of Life Institute https://futureoflife.org/open-letter/pause-giant-ai-experiments/?fbclid=IwAR1jZ4rZAwMztgrh6WCqVLXkZIM-j5oj7kGH613ik_fWW9I5_R-tw9gqYsy8

εφαρμογών αυτών έτυχαν παράνομης συλλογής και επεξεργασίας, καθώς ανήκουν ως προστατευμένο πνευματικό έργο σε ανθρώπους και οντότητες.

Υπό αυτά τα δεδομένα, η δημοσιογραφία και τα Μέσα Ενημέρωσης βλέπουν την απειλή και σταθμίζουν τον κίνδυνο έχοντας τη βεβαιότητα ότι η μηχανή δεν μπορεί να υποκαταστήσει τα έγκυρα, ηθικά, ποιοτικά και ανεξάρτητα Μέσα, καθώς και την αξιόπιστη ερευνητική δημοσιογραφία. Ωστόσο, αυτό ακριβώς είναι το ζητούμενο σε αυτή την εποχή και για αυτόν τον λόγο αναζητείται το πλαίσιο μιας ισχυρής αυτορρύθμισης της βιομηχανίας.

Σύμφωνα με τους Ytre-Arne & Moe (2021) τα scrolling news απαιτούν ιδιαίτερη προσέγγιση για τα νέα ζητήματα δεοντολογίας και για τον λόγο αυτόν έχει ιδιαίτερη σημασία η προτυποποίηση με ηθικά Πρότυπα όπως αυτά που υιοθετούν τα Συμβούλια Τύπου στις ευρωπαϊκές χώρες. Ο ρόλος των Συμβουλίων αφορά στην απονομή σημάτων αξιοπιστίας σε επιχειρήσεις που ικανοποιούν τις απαιτήσεις ενός διαρκώς βελτιούμενου Κώδικα, στην αξιολόγηση της ανταπόκρισης τυχόν παραβιάσεων των δεοντολογικών αρχών από τα μέλη, στη συγκρότηση ενδιάμεσου διαιτητικού μηχανισμού για την απομείωση του ρίσκου για τις επιχειρήσεις και την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των μελών. Είναι ενδεικτική της σημασίας που έχουν για την ηθική διακυβέρνηση των Μέσων και τη συμμόρφωση με κοινά Πρότυπα η δραστηριότητα που αναπτύσσουν τα ΜΜΕ σε πολλές χώρες της Ε.Ε., καθώς μέσω των Συμβουλίων Τύπου αυτορρυθμίζονται τόσο για την τήρηση των ηθικών αρχών, όσο και για την επιρροή ή την αντιμετώπιση της πίεσης από κυβερνήσεις και ρυθμιστικές αρχές. Το δίκτυο The Alliance of Independent Press Councils of Europe (AIPCE)¹⁰ που αποτελεί Συμμαχία 21 Ανεξάρτητων Συμβουλίων Τύπου της Ευρώπης και οκτώ μελών με την ιδιότητα παρατηρητή, έχει ως καταστατικούς σκοπούς την ανεξαρτησία του περιεχομένου από τις κυβερνήσεις, στην πολιτισμική διαφορετικότητα, τη διασφάλιση ότι τα δεοντολογικά Πρότυπα και ειδικά οι Ηθικοί Κώδικες είναι αποκλειστική υπόθεση των δημοσιογράφων και των εκδοτών και κυρίως ότι ο Κώδικας Δεοντολογίας δεν μπορεί να είναι υπερεθνικός. Στα δεδομένα από τη δράση των Συμβουλίων Τύπου τεκμηριώνεται η σημασία της κοινής στάσης έναντι των ρυθμιστικών αρχών, του συντονισμού επί των κοινών αξιακών Προτύπων αλλά και η ανάγκη να διατηρείται σε κάθε χώρα η δεοντολογία που συνάδει με την πολιτισμική ιδιαιτερότητα. Από την ερευνητική τους δραστηριότητα για τις ηθικές αρχές σε κάθε χώρα, τις ψηφιακές ηθικές προκλήσεις, την επίγνωση και ευαισθητοποίηση των δημοσιογράφων, τους αυτορρυθμιστικούς φορείς σε κάθε χώρα – και ειδικά στην εποχή της υιοθέτησης της ρομποτικής, της Artificial General Intelligence (AGI) Lutkevich (2023) και των

10. AIPCE (2023) <https://presscouncils.eu/index>

προγραμμάτων παραγωγής φυσικής γλώσσας Natural Language Generation (NLG) Kanlakoglu (2020, 12 November), την ποικιλομορφία δράσης των εθνικών Συμβουλίων Τύπου, συνάγεται ότι παραμένει ζητούμενο η κάλυψη της απόστασης από την ικανοποίηση του επιδιωκόμενου σκοπού σύστασής τους. Ειδικότερα, όπως αναφέρεται από τη Συμμαχία, η λειτουργία των Συμβουλίων Τύπου στην Ευρώπη δεν είναι ικανοποιητικά κατανοητή, υπάρχει έλλειψη δημόσιας πληροφόρησης σχετικά με αυτά, εντοπίζονται διαφορές στη χρηματοδότηση και το απασχολούμενο προσωπικό, ενώ ορισμένα εξ' αυτών έχουν βήμα άσκησης πίεσης προς τους ρυθμιστές και τις κυβερνήσεις.

Η Βιομηχανία των Μέσων διαφέρει από κάθε άλλη βιομηχανική παραγωγή, καθώς το προϊόν δεν είναι τυποποιημένο και κάθε φορά το ίδιο, αλλά εξαρτάται από τη δέσμευση της διοίκησης, τη δήλωση αποστολής, τις αρχές και αξίες του οργανισμού, τους ενδογενείς και εξωγενείς παράγοντες που επηρεάζουν τη λειτουργία του, τις πιέσεις από τα ενδιαφερόμενα μέρη, τις πληροφορίες και τα γεγονότα αυτά καθαυτά, τη δημοσιογραφική επάρκεια και την τήρηση της ηθικής διακυβέρνησης και της δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Τούτο σημαίνει ότι η παραγωγή σε έναν οργανισμό Μέσων επηρεάζεται ήδη από την εκκίνηση της διαδικασίας, κλιμακώνεται η πίεση σε κάθε νέο στάδιο και επηρεάζεται ακόμη περισσότερο έως την αποδέσμευση του περιεχομένου προς το κοινό. Επιβεβαιωτικά αναφέρει η Oikkonen (2018) ότι η ενοποίηση της εταιρικής με τη δημοσιογραφική ευθύνη σχετίζεται με την εταιρική κοινωνική ευθύνη των Μέσων.

Με βάση τα παραπάνω και την παραδοχή ότι η Βιομηχανία των ΜΜΕ διαφέρει από κάθε άλλη, θα πρέπει να είναι ξεκάθαρο εκ σχεδιασμού ενός Προτύπου Σύστασης Διαχείρισης για τα Μέσα ότι οι ποιοτικές απαιτήσεις της εταιρικής διακυβέρνησης διαπνέονται αλλά δεν περιλαμβάνουν και τις συγκεκριμένες απαιτήσεις που έχει το Δεοντολογικό Πρότυπο, καθώς αυτό πρέπει να θεωρείται, αποκλειστικά, ως απαίτηση της δημοσιογραφικής διοίκησης και να επιθεωρείται ξεχωριστά. Συνεπώς, η ενοποίηση δεοντολογικών και ποιοτικών απαιτήσεων δεν σημαίνει ότι η ηθική εμφανίζεται στο Πρότυπο Σύστημα Διαχείρισης ως μία από τις απαιτούμενες διεργασίες, αλλά πρέπει να επηρεάζει καθολικά τη διακυβέρνηση ως *συμπληρωματικό ήπιο δίκαιο*. Η δεοντολογική απαίτηση για τη δημοσιογραφία επιθεωρείται και επιβεβαιώνεται από τον Υπεύθυνο Δεοντολογίας της δημοσιογραφικής διοίκησης, ώστε να μην εκλαμβάνεται ως αυτονόητη η παρέμβαση της εταιρικής διοίκησης στην αίθουσα σύνταξης. Αυτονόητως, το περιεχόμενο που παράγεται με σεβασμό στη δεοντολογία, εκλαμβάνεται ως ποιοτικό περιεχόμενο.

Η βασικότερη μεταβλητή θα μπορούσε να είναι η ποιοτική δημοσιογραφία και κατ'έπекταση η ποιότητα του περιεχομένου που παράγουν και μεταδίδουν τα Μέσα.

Η διακύμανση των τιμών \pm σε ένα μετρικό σύστημα για το ποιοτικό περιεχόμενο εξαρτάται απολύτως από τη δημόσια αξία που έχει αυτό το παραγόμενο περιεχόμενο με βάση τις θεμελιώδεις δημοσιογραφικές αρχές και συγκεκριμένους δείκτες απόδοσης (KPIs), όπως η συνάφεια του περιεχομένου, η θεματική πλαισίωσή του, ο επαγγελματισμός στην επεξεργασία και η ποικιλομορφία με τη συμπερίληψη απόψεων, ιδεών και θέσεων. Το κατά πόσο, δηλαδή, καλύπτει και ικανοποιεί τις ανάγκες και τις προσδοκίες των ενδιαφερόμενων μερών και εν τέλει υπηρετεί το δημόσιο συμφέρον.

Υπό αυτές τις συνθήκες η άσκηση για τον ορισμό σταθερών μεθόδων προτυποποίησης συνιστά ένα δύσκολο μαθηματικό και φιλοσοφικό ζήτημα που πρέπει να επιλυθεί. Ο διττός χαρακτήρας των Προτύπων (μετρήσιμα και ποιοτικά αποτελέσματα) σχετίζεται με τη φύση της Βιομηχανίας και το χαρακτήρα του δημοσιογραφικού επαγγέλματος, καθώς από τη μια πλευρά θεωρούνται τεκμήρια οι επιθεωρήσιμοι και μετρήσιμοι επιχειρηματικοί δείκτες, και από την άλλη αναζητούνται αποδείξεις ποιότητας με την παρακολούθηση της τήρησης των ηθικών αξιών που δεσμεύουν εν γένει τη δημοσιογραφία, καθώς και των σχετικών καταστατικών κατευθύνσεων και εταιρικών δεοντολογικών κανόνων.

Σε ό,τι αφορά την επιχειρηματική διακυβέρνηση των Μέσων, οι κοινοί κανόνες που ορίζονται από νόμους και ρυθμίσεις των Αρχών εποπτείας, ενδέχεται να εξαντλούν τα όριά τους χωρίς να διασφαλίζουν απαραίτητα ότι ο εταιρικός σκοπός περιλαμβάνει και την εξυπηρέτηση του δημοσίου συμφέροντος, ή ότι η διοίκηση έχει διακηρύξει την αφοσίωσή της στην ηθική δημοσιογραφία. Τελεολογικά, όπως δείχνει και η εμπειρία, δεν επαρκεί καμία πράξη των ρυθμιστών, ενώ μια ρυθμιστική πολιτική είναι λάθος, εάν πιέζει την εταιρική διοίκηση να παρεμβαίνει στο περιεχόμενο περιορίζοντας τη δημοσιογραφική ανεξαρτησία, ή μεταβάλλει τη δημοσιογραφική επεξεργασία σε ιμάντα επικοινωνιακής ροής προϊόντων ενημέρωσης και επιχειρηματικού κέρδους από την πώληση πληροφοριών.

Ταυτόχρονα, η μονόπλευρη προσέγγιση των ρυθμιστικών Αρχών τείνει να καταλαμβάνει μεγάλο μέρος της ρουτίνας της εταιρικής διακυβέρνησης, σε σημείο που να δημιουργεί ισχυρές πιέσεις και επηρεασμούς λόγω γραφειοκρατικών απαιτήσεων. Ειδικά όταν οι οργανισμοί Μέσων δεν αναπτύσσουν αυτορρυθμιστικές πρωτοβουλίες και τυποποιήσεις, δυσκολεύονται να προστατέψουν έστω και ένα ελάχιστο επίπεδο ανεξαρτησίας διατηρώντας την αυτονομία τους, πόσο μάλλον να ανακτήσουν το ηθικό πλεονέκτημα. Σύμφωνα με guidebook του OSCE, Haraszti (2018) η αυτορρύθμιση των Μέσων Ενημέρωσης είναι θετική για τον Τύπο, γιατί συμβάλλει στη διατήρηση της αξιοπιστίας των Μέσων Ενημέρωσης. Η αυτορρύθμιση βοηθά να πειστεί το κοινό ότι τα ελεύθερα Μέσα Ενημέρωσης δεν είναι ανεύθυνα,

και προστατεύει το δικαίωμα των δημοσιογράφων να παραμένουν ανεξάρτητοι και να κρίνονται για τα επαγγελματικά τους λάθη όχι από την εξουσία, αλλά από την επαγγελματική τους κοινότητα. Για το κοινό είναι επωφελής η αυτορρύθμιση, διότι οι πολίτες ζητούν εγγυήσεις για την αξία μιας πληροφορίας. Οι κώδικες δεοντολογίας παρέχουν μια εγγύηση για τα συντακτικά Πρότυπα. Εξάλλου, η αυτορρύθμιση των Μέσων Ενημέρωσης είναι μια προσπάθεια επιβολής της πολιτικής κουλτούρας της δημοκρατίας, ανεξάρτητα από πολιτικές δυνάμεις και πιέσεις που ασκούνται. Εν πολλοίς, η αυτορρύθμιση των Μέσων δύναται να προστατεύει τη συντακτική ελευθερία, να ελαχιστοποιεί την κρατική παρέμβαση, να προωθεί την ποιότητα των Μέσων Ενημέρωσης, να αποδεικνύει τη λογοδοσία τους και να βελτιώνει τη σχέση με το κοινό. Λαμβάνοντας υπόψη το τεχνολογικό περιβάλλον στο οποίο λειτουργούν τα Μέσα, θα μπορούσε αναλογικά να ειπωθεί ότι η αυτορρύθμιση θα έπρεπε να περιλαμβάνει ένα ισχυρό δεοντολογικό πρότυπο προστασίας της ανεξάρτητης διαδικτυακής δημοσιογραφίας, διεθνώς αποδεκτά Πρότυπα ποιότητας πρωτογενούς ψηφιακού περιεχομένου, καθώς και Πρότυπα διαχείρισης τεχνολογιών προστασίας πνευματικών δικαιωμάτων, προσωπικών δεδομένων και ασφάλειας πληροφοριών.

Στα δεοντολογικά Πρότυπα απαιτείται να τεθούν ευθύς εξαρχής οι κατευθυντήριες γραμμές, να επιβλέπεται από τη δημοσιογραφική διοίκηση η εφαρμογή τους σε κάθε στάδιο που σχετίζεται με την ανεξαρτησία της αίθουσας σύνταξης, την προστασία των πηγών, τη στάθμιση υπέρ του δημοσίου συμφέροντος και την ικανοποίηση του σημαντικότερου ενδιαφερόμενου μέρους, του κοινού. Σύμφωνα με τον Hammarberg (2011), Επίτροπο των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του Συμβουλίου της Ευρώπης, η Βιομηχανία των Μέσων Ενημέρωσης, για να αντιμετωπίσει τα προβλήματα που ενθαρρύνουν μια κουλτούρα ανήθικης δραστηριότητας στην αίθουσα σύνταξης, πρέπει να αναπτύξει ένα σύστημα αποτελεσματικής αυτορρύθμισης – με βάση τον κώδικα δεοντολογίας και έναν κοινό μηχανισμό παραλαβής και αντιμετώπισης αιτημάτων διόρθωσης και καταγγελιών, για παράδειγμα μέσω ενός διαμεσολαβητή ή ενός συμβουλίου Μέσων Ενημέρωσης. Αυτό σημαίνει ότι η τήρηση της δεοντολογίας μπορεί να εξασφαλίσει περισσότερο ζωτικό «χώρο» για τη διακυβέρνηση του Μέσου από αυτόν που καταλαμβάνει το ενδιαφέρον του μικρού ή μεγάλου κοινού του, όπως αυτό αποτυπώνεται σε αναγνωσιμότητα, επισκεψιμότητα, ακροαματικότητα και θεαματικότητα.

Ακόμη μεγαλύτερο ζωτικό χώρο στη δημόσια σφαίρα εξασφαλίζει η αυτονομία, η ανεξαρτησία και η διακυβέρνηση που βασίζεται σε επιτυχή εφαρμογή και των Προτύπων Ποιότητας, επιχειρησιακής συνέχειας, διαχείρισης της εσωτερικής γνώσης, διακυβέρνησης των δεδομένων και ασφάλειας πληροφοριών. Η συνύπαρξη όλων των Προτύπων σε ένα αυτορρυθμιστικό Σύστημα Διαχείρισης Δεοντολογίας

και Ποιότητας που έχει ως άξονα ανάπτυξης το ISO 9001, μπορεί να εγγυηθεί την επίτευξη των επιδιωκόμενων σκοπών των οργανισμών Μέσων και το ηθικό πλεονέκτημα που αναλογεί στον πυλωρό της δημόσιας ζωής, ο οποίος στο πλαίσιο της 4^{ης} Εξουσίας, ελέγχει τις δημόσιες υποθέσεις. Η σημασία των Προτύπων αναδεικνύεται με την εφαρμογή συστημάτων διακυβέρνησης όπως αυτό που ανέπτυξε το Ethical Journalism Network (EJN), το οποίο αφορά σε ένα απλό εργαλείο που μπορεί να βοηθήσει τα Μέσα Ενημέρωσης να παρακολουθούν τις δικές τους επιδόσεις και επίσης να συμβάλει στην ανάπτυξη τρόπων βελτίωσης της εμπιστοσύνης του κοινού και της εμπιστοσύνης της αγοράς.

Ασφαλώς το θέμα της αυτορρύθμισης έχει δύο οπτικές στη δημόσια συζήτηση. Υπάρχουν επιχειρήματα υπέρ και κατά της αυτορρύθμισης των Μέσων Ενημέρωσης από την άποψη της ελευθερίας τους. Σύμφωνα με τον Hulin (2014), η μία οπτική θεωρεί ότι η απομάκρυνση της ρύθμισης από τα χέρια των κυβερνήσεων είναι επωφελής για την ελευθερία των Μέσων Ενημέρωσης, ενώ η άλλη άποψη είναι ότι η έλλειψη νομικής προστασίας και αναγνώρισης της αυτορρύθμισης καθώς και τα ασαφή όρια μπορεί να συμβάλουν στην καταστολή της ελευθερίας του λόγου. Υπό αυτό το δεδομένο τίθεται προς προβληματισμό η συρρύθμιση, δηλαδή η νομοθετική αναγνώριση της αυτορρύθμισης για να συμβάλει στη διασφάλιση της ανεξαρτησίας του φορέα από τα συμφέροντα της Βιομηχανίας των Μέσων Ενημέρωσης και να αποτρέψει την «ιδιωτικοποίηση της λογοκρισίας». Η νομοθετική αναγνώριση μπορεί επίσης να προσφέρει κίνητρα για τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης να συμμετάσχουν στο εθελοντικό σύστημα αυτορρύθμισης των Μέσων Ενημέρωσης. Ωστόσο, υπάρχει πάντοτε ο κίνδυνος να είναι προβληματική υπόθεση η αναγνώριση ενός αυτορρυθμιζόμενου Μέσου από κρατικές αρχές σε ανελεύθερες χώρες που επιχειρούν να μετατρέψουν την αυτοδέσμευση σε υποχρεωτικό σύστημα που ελέγχεται από πολιτικά συμφέροντα. Σε χώρες όπου η κουλτούρα του ανεξάρτητου Τύπου έχει νόημα, όπως τη Μεγάλη Βρετανία, ο Ανεξάρτητος Οργανισμός Προτύπων Τύπου (Independent Press Standards Organisation, IPSO)¹¹ με το σήμα του αποδεικνύει ότι οι εκδότες μέλη δείχνουν την υπευθυνότητά τους και τη δέσμευσή τους για τα επαγγελματικά Πρότυπα.

Ένα σημαντικό πλεονέκτημα της τυποποίησης μπορεί να είναι η αποφυγή της μίμησης τόσο της μεθόδου διανομής όσο και του ίδιου του περιεχομένου. Η έλλειψη πρωτοτυπίας είναι δυνατόν να ικανοποιεί, ή να μη δυσχεραίνει, την εμπορική πολιτική, αλλά, εάν εμποδίζει την καθολική πρόσληψη της πληροφορίας, μπορεί να θεωρηθεί ότι αδιαφορεί για μέρος του κοινού, για το οποίο θα πρέπει να παράγεται,

11. Independent Press Standards Organisation (IPSO). <https://www.ipso.co.uk/>

με βάση τα ενδιαφέροντά του από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού, το περιεχόμενο.

Όμως η διαδικασία ενσωμάτωσης ενός κοινού Προτύπου δεν οδηγεί απαραίτητα σε ομοιογένειες και μιμητισμούς, ούτε δικαιολογεί την παραγωγή και διάθεση πανομοιότυπου περιεχομένου. Έχει τη δυνατότητα να φωτίσει τα πλεονεκτήματα ενός οργανισμού και να αναδείξει το πνευματικό του κεφάλαιο. Θα μπορούσε να οδηγήσει σε διαδικασίες που θα προσδίδουν αξία στο τελικό περιεχόμενο, κυρίως επειδή κάθε Μέσο έχει, ή διεκδικεί να δεσμεύσει δικό του κοινό, και η αξιοποιημένη δημοσιογραφική ικανότητα μπορεί να αποδειχθεί πετράδι στο στέμμα ενός Μέσου.

Ένας δείκτης επιτυχίας στον κόσμο της ψηφιακής αναδιανομής και των μηχανών αναζήτησης των τεχνολογικών πλατφορμών, είναι η αφοσίωση του κοινού, που συνιστά κρίσιμο μέγεθος για όλες τις ψηφιακές πλατφόρμες που συνεργάζονται οι εκδοτικοί οργανισμοί σε παγκόσμια κλίμακα. Αυτό οδηγεί σε επενδύσεις τεχνολογικού εκσυγχρονισμού και προτυποποιήσεις σε οντότητες που ικανοποιείται η απαίτηση για ισχυρή βούληση της διοίκησης για ψηφιακό εκσυγχρονισμό. Η πιθανότητα να είναι ασθενής η πρόθεση και σημαντική η έλλειψη πόρων, οδηγεί σε κατακερματισμό και πρωτοβουλίες ψηφιοποίησης χωρίς αρχές και συνεκτικότητα, με άμεσο αντίκτυπο στην ποιότητα της δημοσιογραφίας.

Στην ενσωμάτωση ενός Προτύπου και πιστοποίησης ενός Μέσου με βάση συγκεκριμένες απαιτήσεις, αναδεικνύονται ζητήματα υψηλής σημασίας, όπως η ικανή διοίκηση, η χρηστή διακυβέρνηση, η δημόσια αξία του Μέσου, οι κίνδυνοι και οι ευκαιρίες, τα κρυμμένα προβλήματα λειτουργικότητας, η αξιοποίηση της εσωτερικής γνώσης, ο πλούτος που μπορεί να κρύβουν τα δεδομένα του κοινού, το έξυπνο μάρκετινγκ, οι ιδέες και πρωτοβουλίες καινοτομίας και η ευκαιρία πρωτοπορίας του Οργανισμού μέσα στον ανταγωνισμό. Γενικώς τα Πρότυπα θα μπορούν να βοηθήσουν τους οργανισμούς:

- Να συμβάλλουν στη δημιουργία ποιοτικών ειδήσεων.
- Να προσφέρουν στον πολίτη, την κοινωνία και την οικονομία ακριβή πληροφόρηση για να διαμορφώνεται αυθεντική δημόσια άποψη και να λαμβάνονται αποφάσεις ζωτικού συμφέροντος.
- Να υπερασπίζονται θεμελιώδεις αρχές και αξίες όπως η δημοκρατία.
- Να ολοκληρώσουν με την πιστοποίηση το σύνολο των ποιοτικών στρατηγικών στόχων.
- Να αποτυπώνουν με την πιστοποίηση τη συνολική αξιολόγηση της απόδοσης.
- Να διαχωρίζουν με επισήμανση το διαφημιστικό από το ενημερωτικό περιεχόμενο.
- Να προστατεύουν την πληροφορία, τις πηγές και τα πληροφοριακά συστήματα.
- Να χτίζουν ισχυρές βάσεις επιχειρησιακής συνέχειας.
- Να βοηθούν το κοινό στη διάκριση μεταξύ γνώμης, αλήθειας και ψεύδους.

Το γεγονός ότι η Ε.Ε. συμμερίζεται αυτή την προσέγγιση και πρωτοστατεί για τα ΜΜΕ, θεωρείται ιδιαίτερος σημαντικό τόσο για την ανεξαρτησία των οργανισμών, όσο και για την αντιμετώπιση των σύγχρονων προκλήσεων διαφάνειας, λογοδοσίας, ηθικής δημοσιογραφίας, παραπληροφόρησης, λογοκλοπής, στρατηγικών εκφοβισμού των δημοσιογράφων και κυρίως, αξιοπιστίας, το οποίο είναι και το νόμισμα αξίας σε αυτή τη Βιομηχανία.

Η δομή του βιβλίου

Στο HandBook ενισχύεται η τεκμηρίωση για την ανάγκη αυτορρύθμισης με Πρότυπα δεοντολογίας και ποιότητας για την ηθική διακυβέρνηση των Μέσων και παρουσιάζεται ο τρόπος ανάπτυξης ενός Συστήματος Διαχείρισης Ολικής Ποιότητας, το οποίο δύναται να δώσει μια εποικοδομητική απάντηση στα προβλήματα διαφάνειας, αξιοπιστίας και ανεξαρτησίας που αντιμετωπίζει η Βιομηχανία. Παράλληλα, περιλαμβάνεται ένα σύστημα αυτοαξιολόγησης τήρησης του Κώδικα Δεοντολογίας.

Στο πρώτο μέρος περιγράφεται η σημερινή κατάσταση, τα προβλήματα και οι κίνδυνοι για τη Βιομηχανία των Μέσων και αντίστοιχα ο αντίκτυπος αυτών στην κοινωνία. Παρατίθενται οι ευρωπαϊκές πολιτικές πρωτοβουλίες για την ελευθερία και ανεξαρτησία του Τύπου, οι ρυθμιστικοί κανονισμοί στο οικοσύστημα των επιγραμμικών Μέσων και των ψηφιακών πλατφορμών, οι σύγχρονες προκλήσεις όπως η παραπληροφόρηση, η έλλειψη διαφάνειας και λογοδοσίας και οι κίνδυνοι για την ελευθερία της έκφρασης και συνεπώς για το δημοκρατικό πολίτευμα.

Στο δεύτερο μέρος της θεματικής και εννοιολογικής πλαισίωσης εξετάζεται ο όρος της δεοντολογικής διακυβέρνησης και της σχέσης των αυτορρυθμιστικών ηθικών πλαισίων με το ήπιο δίκαιο. Περιλαμβάνεται επίσης η εξέταση των εννοιών της ηθικής των Μέσων και ειδικά της δημοσιογραφίας.

Στο τρίτο μέρος παρουσιάζονται ορισμένες από τις σημαντικότερες πρωτοβουλίες Διασφάλισης Ποιότητας της Βιομηχανίας των media και τα Διεθνή Πρότυπα που θα μπορούσαν να υιοθετηθούν για τη διακυβέρνηση των Μέσων. Κάθε ένα από τα διεθνή Πρότυπα είναι επιθεωρήσιμο και ορισμένα πιστοποιούνται από ανεξάρτητους διαπιστευμένους φορείς, καθώς συνιστούν αποδεικτικό στοιχείο της συμμόρφωσης με τις αρχές της κοινωνικής υπευθυνότητας.

Στο τέταρτο μέρος παρουσιάζονται οι προτάσεις για την υιοθέτηση της ηθικής διακυβέρνησης, του τρόπου συγκρότησης δεοντολογικών προτύπων και το Πρότυπο Σύστημα Διαχείρισης Δεοντολογίας και Ποιότητας «**ήθος**» (EGMS ethos), καθώς και κατάλληλα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα για ηθική αυτορρύθμιση από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού. Περιλαμβάνονται καλές πρακτικές για τη μέτρηση

της ποιότητας περιεχομένου. Παρατίθενται επίσης μέθοδοι παρακολούθησης της τήρησης των δεοντολογικών κανόνων, συστάσεις αναβάθμισης της δημοσιογραφικής επάρκειας και ορθές πρακτικές για τη διάδραση και την ικανοποίηση του κοινού.

Στο Παράρτημα παρατίθεται το EGMS «**ἦθος**» όπως συγκροτήθηκε προκειμένου να ανταποκρίνεται στις προδιαγραφές ενός επιθεωρήσιμου και πιστοποιήσιμου Συστήματος Διαχείρισης Δεοντολογίας και Ποιότητας στη διακυβέρνηση των Μέσων.

Μεθοδολογική διαδικασία

Με τη μέθοδο *exploratory research* και ανάλυση ρυθμιστικών πλαισίων διερευνήθηκε ένα ζήτημα το οποίο δεν έχει επακριβώς οριστεί. Συμπεριέλαβε συνεντεύξεις με *resource individuals* και *stakeholders*, συγκριτική και αναλυτική μελέτη υπαρχόντων προτύπων και μελέτη της βιβλιογραφίας προς καθορισμό αξιών στον χώρο των ΜΜΕ. Για την ανάπτυξη των συγκεκριμένων προτάσεων, η μελέτη βασίστηκε επίσης στη συνεργία προτάσεων και πλαισίων ποιότητας συστημάτων διαχείρισης με τη λογική ISO επιχειρώντας έτσι μια συνδυαστική και μεταμορφωτική αυτο-ρυθμιστική προσέγγιση. Το θεωρητικό πλαίσιο πάνω στο οποίο επαφίονται τα κριτήρια αξιών του πλαισίου όπως αναπτύχθηκε εδώ αφορά στη σχετική βιβλιογραφία της αυτορρύθμισης, της προτυποποίησης της διακυβέρνησης, της ηθικής των ΜΜΕ και της δημοσιογραφικής δεοντολογίας.

Η συγκρότηση, η διαλειτουργικότητα και η τεκμηρίωση του “Ethical Media Governance Management System, **ἦθος**” βασίζονται σε ένα σύνολο από τυποποιητικές παραπομπές διεθνών προτύπων όπως τα ISO 9001, 27001, 27035, 22301, 45001 και 31000, και του Κώδικα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας των Online Publishers Association Greece που συνέταξε το 2016 το Ερευνητικό Κέντρο Αθηνά (ENED, 2016). Τόσο το εταιρικό όσο και το δεοντολογικό πλαίσιο του ενιαίου Προτύπου είναι δυνατόν να επιθεωρηθούν (με βάση τα διεθνή Πρότυπα επιθεωρήσεων) και να πιστοποιηθούν από ανεξάρτητους διαπιστευμένους φορείς κατά τρόπο τέτοιο, ώστε η τήρηση της δεοντολογίας να αποτελεί αδιαπραγμάτευτη προϋπόθεση συμμόρφωσης του Μέσου με τις απαιτήσεις του «**ἦθος**».

Το πεδίο εφαρμογής ενός τέτοιου Προτύπου Συστήματος Διαχείρισης Δεοντολογίας και Ποιότητας είναι αγνωστικό ως προς την έκταση και το πεδίο εφαρμογής. Σαφές ως προς τις προδιαγραφές πιστοποίησης, τα όρια εφαρμογής και τα σημεία ελέγχου, επιτρέποντας έτσι την υιοθέτηση και εφαρμογή του από οποιονδήποτε μιντιακό οργανισμό, ανεξαρτήτως μεγέθους, προσανατολισμού και εν γένει επιχειρηματικής δραστηριότητας. Το σημαντικότερο είναι ότι δεν παρεμβαίνει στις

θεμελιώδεις αρχές της ελεύθερης δημοσιογραφίας. Μπορεί να οριστεί ως πεδίο το σύνολο των εταιρικών διαδικασιών - επεξεργασιών, από τη σύσταση, την οργάνωση και λειτουργία ενός εκδοτικού ομίλου ή οργανισμού, έως και την ολοκλήρωση των επεξεργασιών του κύκλου ζωής μιας πληροφορίας, δηλαδή της δημοσιογραφικής επεξεργασίας και της τελικής δημοσίευσης του περιεχομένου.

Σε αυτή την τυποποίηση παρουσιάζεται η σημασία της εκπλήρωσης της δημόσιας αποστολής, η μέθοδος αντιμετώπισης των προκλήσεων αδιαφάνειας και παραπληροφόρησης της ψηφιακής εποχής, η αναγνώριση κινδύνων και ευκαιριών, καθώς και η αξία της επιστροφής στις ρίζες της δημοσιογραφικής δεοντολογίας ως ενισχυτικού εργαλείου για την ικανοποίηση του κοινού και των ενδιαφερόμενων μερών. Εκπληρώνοντας τις απαιτήσεις του EGMS «**ήθος**», ο Οργανισμός επιδιώκει με αξιώσεις τους σκοπούς της παραγωγής περιεχομένου υψηλής ποιότητας και της υπηρετήσης του Δημοσίου Συμφέροντος.

Περιορισμοί

Η μελέτη δεν περιλαμβάνει **Συστήματα και Τυποποιήσεις** που δεν ακολουθούν το μοντέλο του οργανισμού ISO ή άλλες καλές πρακτικές από όλο τον κόσμο, καθώς κινήθηκε κατά βάση στο ευρωπαϊκό πλαίσιο.

Πρώτο Μέρος

**ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΜΕ
και
Ο ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ
ΤΗΣ Ε.Ε.**

Οι προκλήσεις, τα προβλήματα και οι κίνδυνοι για τη βιομηχανία των Μέσων και αντιστοίχως ο αντίκτυπος αυτών στον πολίτη, την κοινωνία και τη Δημοκρατία, βρίσκονται στις πρώτες θέσεις της λίστας ενδιαφέροντος της Ε.Ε.. Οι ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες για την ελευθερία και ανεξαρτησία των ΜΜΕ, οι ρυθμιστικοί κανονισμοί, Οδηγίες και Συστάσεις, στο οικοσύστημα των επιγραμμικών Μέσων και των ψηφιακών πλατφορμών αποσκοπούν να δώσουν μια κατάλληλη απάντηση στις σύγχρονες απειλές όπως η παραπληροφόρηση, η ανήθικη εκμετάλλευση της ασύμμετρης πληροφόρησης μέσω εξελιγμένων τεχνολογικών δυνατοτήτων, η έλλειψη διαφάνειας και λογοδοσίας, καθώς και οι κίνδυνοι για την ελευθερία της έκφρασης. Στο μέρος αυτό παρατίθενται οι ευρωπαϊκές νομοθετικές πρωτοβουλίες και εξετάζεται η αποτελεσματικότητα και η αποδοτικότητα αυτών, ειδικά για τα ζητήματα της παραπληροφόρησης, των προσωπικών δεδομένων, της ασφάλειας των δημοσιογράφων και των πνευματικών δικαιωμάτων στην εποχή της τεχνητής νοημοσύνης.

Το δημοκρατικό πολίτευμα συνιστά βασική ευρωπαϊκή αξία και η προστασία θεμελιωδών ανθρωπίνων δικαιωμάτων που αυτό πρεσβεύει, είναι εξίσου σημαντικό στοιχείο για τη διασφάλιση της εύρυθμης λειτουργίας των κρατών μελών της Ε.Ε.. Ωστόσο σε αυτή την εποχή η Δημοκρατία στην Ε.Ε. αντιμετωπίζει προκλήσεις, κυριότερες εκ των οποίων είναι η άνοδος του εξτρεμισμού, η παραπληροφόρηση και η αίσθηση απόστασης ανάμεσα στους λαούς και τους εκλεγμένους αντιπροσώπους τους. Οι συνθήκες κάτω από τις οποίες οι κοινωνίες μας έχουν την ελευθερία της δημιουργικότητας, της ανταλλαγής ιδεών και της υπεύθυνης πληροφόρησης, στοιχεία που αποτελούν κεντρικούς πυλώνες της Δημοκρατίας, καθορίζονται σ' έναν ολοένα μεγαλύτερο βαθμό από την επικοινωνία και την ενημέρωση. Η σημασία της ακριβούς και ανεξάρτητης πληροφόρησης είναι προφανής, καθώς, μεταξύ άλλων, επιτρέπει στους πολίτες να ενημερώνονται πληρέστερα για τα πολιτικά δρώμενα μέσω αξιόπιστων πληροφοριών και να κάνουν πιο συνειδητές και ενημερωμένες πολιτικές επιλογές. Υπό το πρίσμα αυτό, η διασφάλιση της ελευθερίας και ανεξαρτησίας των οργανισμών μέσων ενημέρωσης (ΜΜΕ), αλλά και της λογοδοσίας των πολιτικών παραγόντων, αποτελούν κομβικά στοιχεία των δημοκρατικών συστημάτων. Διαχρονικά, ο κλάδος των μέσων ενημέρωσης (οργανισμοί – πάροχοι ΜΜΕ και δημοσιογράφοι), έχει αναλάβει πρωτοβουλίες αυτορρύθμισης σε μια προσπάθεια μετριασμού και αντιμετώπισης των προκλήσεων. Στις πρωτοβουλίες αυτές περιλαμβάνονται και πρακτικές εθελοντικού αυτοελέγχου και τήρησης εσωτερικών διαδικασιών, οι οποίες επιλέγονται ελεύθερα και ταιριάζουν στις ιδιαίτερες ανάγκες κάθε οργανισμού. Ωστόσο, παρά τις υφιστάμενες και, ενδεχομένως, μεμονωμένες προσπάθειες αυτορρύθμισης, οι οποίες οδηγούν σε εκούσια συμμόρφωση

των οργανισμών ΜΜΕ και των στελεχών τους, η ελευθερία των ΜΜΕ σε όλο τον κόσμο περιορίζεται ολοένα και περισσότερο, καθώς υπόκειται είτε σε αθέμιτες εμπορικές επιρροές, είτε σε κρατικές παρεμβάσεις. Στο συμπέρασμα αυτό κατέληξε και η έκθεση για το κράτος δικαίου για το 2022 (EC COM 2022/500 final) και η πλατφόρμα Mapping Media Freedom¹², οι οποίες αναφέρουν ότι η ελευθερία του Τύπου μειώνεται σε ολόκληρη την Ευρώπη. Ως εκ τούτου, η εφαρμογή της αυτορρύθμισης των ΜΜΕ στην πράξη, εάν δεν υποστηριχθεί με συρρυθμιστική βούληση σε επίπεδο Ένωσης, δεν επαρκεί για να περιορίσει και να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά τις τρέχουσες απειλές του κλάδου όπως ενδεικτικά: έλλειψη διαφάνειας ή συγκέντρωση στην ιδιοκτησία, εξάρτηση από τις μεγάλες πλατφόρμες διαμοιρασμού περιεχομένου και διαφήμισης, πτώση της ποιότητας περιεχομένου, ρητορική μίσους, παραπληροφόρηση και έλλειψη ανεξαρτησίας και προστασίας των δημοσιογράφων. Αντλώντας στοιχεία από σχετικές πρόσφατες μελέτες όπως την έκθεση Παρατηρητηρίου για την πολυφωνία στα μέσα ενημέρωσης (CMPMF 2022), η Ε.Ε. επιχειρεί να απαντήσει στις προκλήσεις πρωταγωνιστώντας στο παγκόσμιο τεχνολογικό και μιντιακό τοπίο ασκώντας τον πλανητικό της ρόλο. Οι Κανονισμοί, οι Οδηγίες και οι Συστάσεις της Ε.Ε., αλλά και οι κατευθυντήριες γραμμές του Συμβουλίου της Ευρώπης στοχεύουν στο να επηρεάσουν καθοριστικά τόσο την ψηφιακή οικονομία, όσο και τη Βιομηχανία των Μέσων, θέτοντας κανόνες και όρια, προτάσσοντας δικαιώματα και προϋποθέσεις υγιούς επιχειρηματικής ανάπτυξης. Προς επίρρωση, με τα όσα προτείνονται στο πλαίσιο του European Media Freedom Act (European Commission, 2022), η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εμβαθύνει στην ηθική διακυβέρνηση των Μέσων με μια ρηξικέλυθη πρόταση αυτορρύθμισής τους με Πρότυπα Συστήματα Διαχείρισης. Η ευρωπαϊκή νομοθετική πρωτοβουλία αφορά σε αυτορρύθμιση που προσλαμβάνει χαρακτηριστικά co-regulation (συρρυθμίσως). Στην ουσία η Ε.Ε. προάγει ζητήματα ηθικής αναδεικνύοντας τη σημασία που έχει για την κοινωνία και το δημοκρατικό πολίτευμα η κάθε διάσταση της λέξης **ἦθος** όπως ορίστηκε από τον Αριστοτέλη και τον Πλάτωνα. Κατ' αρχήν η ελευθερία του Τύπου ή η ελευθερία έκφρασης είναι θεμελιώδεις αξίες, η αντικειμενική αξία της δικαιοσύνης για την κοινωνία, η οποία πρέπει να ορίζεται μέσω μιας σειράς κοινωνικά αποδεκτών κανονισμών. Επίσης ο σεβασμός προς τους πολίτες και το δημοκρατικό αντιπροσωπευτικό σύστημα διακυβέρνησης, η κοινωνική ευθύνη με συνειδητό και δεσμευτικό τρόπο, καθώς και η τιμιότητα και η ειλικρίνεια που απαιτείται για την κοινωνική συνοχή.

12. Mapping Media Freedom. <https://www.mappingmediafreedom.org/>

Ο ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΚΑΝΟΝΙΣΜΟΣ ΕΜΦΑ

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η βιομηχανία των Μέσων αποτελεί μέλος του οικοσυστήματος των τομέων του πολιτισμού και της δημιουργικότητας (European Commission, 2021). Οι υπηρεσίες τους είναι απαραίτητες για τις οικονομικές ελευθερίες και τα θεμελιώδη δικαιώματα, συμπεριλαμβανομένης της ισότητας (European Parliament & Council, 2019). Τα ανεξάρτητα Μέσα συμβάλλουν στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και βοηθούν τους πολίτες και τις επιχειρήσεις να διαμορφώνουν απόψεις και να κάνουν συνειδητές επιλογές. Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν εμπόδια που δυσχεραίνουν τη λειτουργία τους στην εσωτερική αγορά, η ομάδα των ευρωπαϊκών ρυθμιστικών αρχών για τις υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων (ERGA¹³) έχει, όπως αναφέρεται, περιορισμένο πεδίο δράσης και η ανεπαρκής κανονιστική σύγκλιση επηρεάζει τους παράγοντες της αγοράς των Μέσων και βλάπτει το δημόσιο συμφέρον. Στο σκεπτικό της ευρωπαϊκής επιτροπής αναφέρεται ότι ο ρόλος των ρυθμιστικών αρχών είναι καθοριστικός για την προστασία από αναξιόπιστους παρόχους υπηρεσιών μέσων ενημέρωσης, συμπεριλαμβανομένων εκείνων από τρίτες χώρες που ενδέχεται να βλάψουν ή να θέσουν σε κίνδυνο τη δημόσια ασφάλεια και άμυνα. Οι Ευρωπαίοι πάροχοι υπηρεσιών μέσων ενημέρωσης αντιμετωπίζουν επίσης αυξανόμενη παρέμβαση στις συντακτικές αποφάσεις τους και στην ικανότητά τους να παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες μέσων ενημέρωσης, όπως αποδεικνύεται από τις ετήσιες εκθέσεις της Επιτροπής για το κράτος δικαίου (European Commission, 2022) και το Παρατηρητήριο για την πολυφωνία στα μέσα ενημέρωσης. Ως προβλήματα εντοπίζονται η αδιαφάνεια και οι προκαταλήψεις στα ιδιόκτητα συστήματα μέτρησης κοινού που στρεβλώνουν τις ροές των διαφημιστικών εσόδων, αλλά και από την αδιαφανή και αθέμιτη κατανομή της κρατικής διαφήμισης. Στην τελική έκθεση της Διάσκεψης για το μέλλον της Ευρώπης, που δημοσιεύτηκε στις 9 Μαΐου 2022, στις προτάσεις τους, οι πολίτες κάλεσαν την Ε.Ε. να προωθήσει περαιτέρω την ανεξαρτησία και την πολυφωνία των μέσων ενημέρωσης, ιδίως με τη θέσπιση νομοθεσίας για την αντιμετώπιση των απειλών κατά της ανεξαρτησίας των μέσων ενημέρωσης μέσω των ελάχιστων προτύπων σε επίπεδο Ε.Ε.. Ζήτησαν επίσης από την Ε.Ε. να προασπιστεί και να στηρίξει τα ελεύθερα, πλουραλιστικά και ανεξάρτητα μέσα ενημέρωσης, να εντείνει την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης και των ξένων παρεμβάσεων και να διασφαλίσει την προστασία των δημοσιογράφων (The Conference on the Future of Europe, 2022). Η

13. European Regulators Group of Audiovisual Media Services. <https://erga-online.eu/>

Κομισιόν στοχεύει στην κανονιστική ρύθμιση του οικοσυστήματος με τρόπο που να συμπληρώνει την Οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο (Directive 2000/31) και τον κανονισμό (REG, 2019/1150) για τις σχέσεις μεταξύ πλατφορμών και επιχειρήσεων (P2B). Να συνάδει με την πράξη για τις ψηφιακές υπηρεσίες (REG 2022/2065) και την πράξη για τις ψηφιακές αγορές (REG 2022/1925), οι οποίες παρέχουν οριζόντια πλαίσια που καθορίζουν εναρμονισμένους κανόνες για τις επιγραμμικές υπηρεσίες. Οι πολιτικές που προωθεί με πρόταση Κανονισμού, η ΕΕ, συμπληρώνουν τις διατάξεις για την κρατική διαφήμιση και τη στόχευση της πολιτικής διαφήμισης (European Commission, 2021), είναι συμβατές με το πρωτόκολλο για το σύστημα δημόσιας ραδιοτηλεόρασης της Συνθήκης του Άμστερνταμ (European Union Treaty, 1997), τη στρατηγική πυξίδα για την ασφάλεια και την άμυνα και τα σχετικά συμπεράσματα του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου¹⁴, ενώ συνάδουν με τη σύσταση της Επιτροπής Υπουργών του Συμβουλίου της Ευρώπης σχετικά με τη διακυβέρνηση των δημόσιων μέσων ενημέρωσης (COE, 2012/1). Η πολιτική της ευρωπαϊκής επιτροπής προσθέτει μια στοχευμένη εγγύηση κατά της ανάπτυξης κατασκοπευτικού λογισμικού σε συσκευές που χρησιμοποιούνται από παρόχους υπηρεσιών μέσων ενημέρωσης ή δημοσιογράφους, με βάση την προστασία που παρέχεται από την οδηγία 2002/58/EK (οδηγία για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες), την οδηγία 2016/680/ΕΕ (οδηγία για την επιβολή του νόμου) και την οδηγία 2013/40/ΕΕ για τις επιθέσεις κατά συστημάτων πληροφοριών, τη σύσταση για την προστασία, την ασφάλεια και την ενδυνάμωση των δημοσιογράφων (European Commission, 2021), καθώς και την πρόταση Οδηγίας “Strategic lawsuits against public participation” (European Parliament & European Council, 2022) και τη σύσταση (European Commission, 2022) για την προστασία των προσώπων που προβαίνουν σε ενέργειες συμμετοχής του κοινού από προδήλως αβάσιμες ή καταχρηστικές δικαστικές διαδικασίες («στρατηγικές αγωγές προς αποθάρρυνση της συμμετοχής του κοινού»). Επίσης η Κομισιόν υλοποιεί πολιτικές που βασίζονται στο ευρωπαϊκό σχέδιο δράσης για τη δημοκρατία (European Commission, 2020) και την ευρωπαϊκή διακήρυξη για τα ψηφιακά δικαιώματα και τις αρχές για την ψη-

14. Συμπεράσματα του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου. Συμπληρωματικές προσπάθειες για την ενίσχυση της ανθεκτικότητας και την αντιμετώπιση υβριδικών απειλών, 14972/19, 10.12.2019, <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-14972-2019-INIT/en/pdf>. Συμπεράσματα του Συμβουλίου σχετικά με την ενίσχυση της ανθεκτικότητας και την αντιμετώπιση υβριδικών απειλών, περιλαμβανομένης της παραπληροφόρησης στο πλαίσιο της πανδημίας COVID-19, 14064/20, 15.12.2020, <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-14064-2020-INIT/en/pdf>, και συμπεράσματα του Συμβουλίου σχετικά με τη χειραγώγηση των πληροφοριών και τις παρεμβάσεις από το εξωτερικό, 11429/22, 18.7.2022, <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-11429-2022-INIT/en/pdf>.

φιακή δεκαετία (European Commission, 2022). Υπογραμμίζεται ότι το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ζήτησε την ενίσχυση των δυνατοτήτων χρηματοδότησης για τον τομέα των ειδησεογραφικών μέσων ενημέρωσης, ιδίως μέσω ενός μόνιμου ταμείου στο πλαίσιο του προγράμματος «Δημιουργική Ευρώπη» (CULT, 2021). Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο κάλεσε επίσης την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να ενισχύσει τη χρηματοδότηση της ανεξάρτητης δημοσιογραφίας.

Όπως αναφέρεται στα κείμενα διαβούλευσης του EMFA, οι παγκόσμιες επιγραμματικές πλατφόρμες είναι πάροχοι επιγραμματικής διαφήμισης και εκτρέπουν οικονομικούς πόρους με αποτέλεσμα να επηρεάζεται η οικονομική βιωσιμότητά του. Ορισμένοι πάροχοι πλατφορμών διαμοιρασμού βίντεο ή πολύ μεγάλων επιγραμματικών πλατφορμών δύναται να χαρακτηριστούν και ως πάροχοι υπηρεσιών μέσων ενημέρωσης. Η παρέμβαση στις συντακτικές αποφάσεις μπορεί να είναι άμεση ή έμμεση, από το κράτος ή άλλους παράγοντες, έως μετόχους που μπορεί να ενεργούν με τρόπους που υπερβαίνουν την αναγκαία ισορροπία. Τα δημόσια μέσα ενημέρωσης είναι ιδιαίτερα εκτεθειμένα στον κίνδυνο παρεμβάσεων, ενώ στα ιδιωτικά είναι ζωτικής σημασίας για το κοινό να γνωρίζει το ποιος τα κατέχει. Η ισχυρή αυτορρύθμιση αποτελεί αποτελεσματική εγγύηση για την ποιότητα και τον επαγγελματισμό των υπηρεσιών μέσων ενημέρωσης.

ΟΡΟΣΗΜΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΜΕ

Η πρώτη απόπειρα διαμόρφωσης δεοντολογικού Προτύπου στην Ευρώπη ήταν, μέσω της στρατηγικής κατά της παραπληροφόρησης που παρουσίασε η Κομισιόν (European Commission, 2023), με τον Κώδικα Δεοντολογίας (European Commission, 2022). Η πρωτοβουλία εκείνη που αφορούσε στο ψηφιακό περιβάλλον και στόχευε στη ρύθμιση των μεγάλων πλατφορμών αλλά και αυτονοήτως σε κάθε παράγοντα στο οικοσύστημα, τέθηκε σε διαδικασία ανασκόπησης και αξιολόγησης (European Commission 2020) εστιάζοντας μάλιστα και στα infodemics (European Commission 2020), η οποία οδήγησε στην αναθεώρηση με την εισαγωγή μιας μεθόδου διαρκούς βελτίωσης στη φάση που ξεκίνησε τον Ιούνιο του 2021. Ο Κώδικας ισχυροποιήθηκε τον Ιούνιο του 2022 (European Commission 2022) συμπεριλαμβάνοντας προβλέψεις για την παρακολούθηση τήρησής του, την παρουσίαση απολογιστικών εκθέσεων όσων πλατφορμών προσχώρησαν στο ηθικό πλαίσιο με τα αποτελέσματα από την εφαρμογή του, τη δημιουργία ειδικών ομάδων task force για την ανασκόπηση και τη διαρκή βελτίωση των απαιτήσεων, και σαφείς κανονιστικές συνδέσεις (edges & nodes) με τον κανονισμό Digital Services Act (DSA) και εσχάτως με τον Κανονισμό

MFA. Το ηθικό αυτό πλαίσιο έχει τις υπογραφές των κολοσσών της τεχνολογίας διαμοιρασμού περιεχομένου, συνοδεύεται από κατευθυντήριες οδηγίες ενσωμάτωσης, περιλαμβάνει 44 δεσμεύσεις και 128 μέτρα στα πεδία της αποφυγής εκμετάλλευσης της παραπληροφόρησης, διαφάνειας στην πολιτική διαφήμιση, περιορισμού της χειραγώγησης της συμπεριφοράς του κοινού, σκοτεινών μοτίβων και ψευδών λογαριασμών, διάθεση εργαλείων ανίχνευσης ψευδών πληροφοριών στους χρήστες και ενδυνάμωση της κοινότητας fact checking σε όλες τις γλώσσες της Ε.Ε.. Ουσιαστικά το ευρωπαϊκό αυτό πλαίσιο θα μπορούσε να αφορά στο σύνολο των actors παραγωγής και διακίνησης ενημερωτικού περιεχομένου και να διαθέτει μορφή, συγκρότηση και εφαρμογή όπως τα όλα Πρότυπα και οι απαιτήσεις τους. Η ευρωπαϊκή νομοθεσία εστιάζει την προσοχή της για τη συμπλήρωση κρίσιμων πεδίων της ενιαίας ψηφιακής αγοράς και στα MME, προχωρώντας σε κανονισμούς και συστάσεις που λειτουργούν συμπληρωματικά και θεσπίζουν συνεκτικά πλαίσια. Ειδικά για τους Κώδικες Δεοντολογίας και τα Ηθικά Πρότυπα συνδυαστικά τόσο η DSA, η MFA και οι σχετικές Συστάσεις 1534/21 και 1634/22 τονίζουν τη σημασία της ηθικής αυτορρύθμισης για την ποιότητα του περιεχομένου των Μέσων, την ανεξαρτησία και την προστασία της δημοσιογραφίας, την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης, την προτεραιότητα του δημοσίου συμφέροντος, τη διαφανή λειτουργία των μιντιακών οργανισμών, την αποφυγή της συγκέντρωσης και την ικανοποίηση του κοινού με αξιόπιστα τεχνικά Πρότυπα. Η φιλοσοφία πίσω από κάθε πρωτοβουλία της ενιαίας ψηφιακής αγοράς συμπυκνώνεται στο εννοιολογικό πλαίσιο της συρρύθμισης μέσω υπέρτερων κανονιστικών νομοθετημάτων στο όνομα του δημοσίου συμφέροντος και αυτορρύθμισης υψηλών απαιτήσεων δεοντολογίας και ποιότητας στα MME. Η ερμηνεία πίσω από αυτή την προσέγγιση μπορεί να δοθεί μόνο εάν αντιμετωπιστούν τα μίντια ως οργανισμοί που παίζουν βασικό ρόλο τόσο στην παραγωγή περιεχομένου που διανέμεται από τα ίδια ή ενδιάμεσους παρόχους, αλλά και στο ότι υποβοηθούν σημαντικά άλλες βιομηχανίες όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο και η διαφήμιση, ειδικά η ψηφιακή, όπου απαιτείται η συλλογή προσωπικών δεδομένων του κοινού. Το σύνολο των συστάσεων και προτεινόμενων συνεκτικών πολιτικών της Ευρώπης, που δείχνουν το πνεύμα του νομοθέτη, αντλεί νομική βάση από το ενωσιακό δίκαιο και το βασικό σκεπτικό ότι στο ψηφιακό περιβάλλον εν γένει θα πρέπει να προστατεύονται τα δικαιώματα που έχει ο χρήστης, καταναλωτής, πολίτης ακόμη και από περιεχόμενο που διανέμεται από ενδιάμεσους παρόχους (για παράδειγμα η σχετική αναφορά στην DSA) και αποσκοπεί στη δημιουργία Προτύπων ηθικής ευθύνης, ανεξαρτησίας της δημοσιογραφίας και διαφάνειας της διακυβέρνησης των Μέσων. Στη Σύσταση REC 1634 (2022) η Επιτροπή αναφέρει στα σημεία 12 και 14 τη σημασία των αυτορρυθμιστικών Προτύπων για την ανεξαρτησία και

τη διαφάνεια στην ιδιοκτησία, όπως δείχνει η εμπειρία από παρόχους υπηρεσιών μέσων ενημέρωσης που έχουν θέσει σε εφαρμογή εταιρικά πρότυπα ή μηχανισμούς διακυβέρνησης, όπως συντακτικές κατευθυντήριες γραμμές ή κώδικες δεοντολογίας ή επιτροπές δεοντολογίας για την προστασία της συντακτικής ανεξαρτησίας.

Στις επισημάνσεις των αιτιολογικών εκθέσεων οδηγιών και κανονισμών αναφέρονται ακόμη και καλές πρακτικές αυτορρύθμισης που μπορεί να απαιτούνται ως διασφαλίσεις αδειοδότησης και επιχορηγήσεων για συγκεκριμένους τύπους παρόχων υπηρεσιών μέσων ενημέρωσης. Στο πεδίο 13 της Σύστασης αναφέρεται ότι, ενώ είναι θεμιτό για τους ιδιοκτήτες ιδιωτικών μέσων ενημέρωσης να επιλέγουν και να αποφασίζουν τις μακροπρόθεσμες συντακτικές κατευθύνσεις, είναι σημαντικό να διασφαλιστεί ότι οι συντάκτες/συντάκτριες μπορούν να καλύπτουν με ανεξαρτησία τις ειδήσεις. Οι συντάκτες/συντάκτριες θα πρέπει να είναι σε θέση να σταθμίζουν και να ισορροπούν μεταξύ των εταιρικών κανόνων και της ελευθερίας της έκφρασης. Η σύσταση περιλαμβάνει προτάσεις όπως αυτή με τις ρήτρες συνείδησης για την προστασία από πειθαρχικές κυρώσεις ή αυθαίρετες απολύσεις των μελών του συντακτικού προσωπικού που αρνούνται την ανάθεση καθηκόντων, τα οποία θεωρούν ότι αντιβαίνουν στα επαγγελματικά πρότυπα. Η αναφορά στο πεδίο 14 υπογραμμίζει ότι η αυτορρύθμιση των μέσων ενημέρωσης και τα πρότυπα δημοσιογραφικής δεοντολογίας είναι αποτελεσματικά εργαλεία για να ενδυναμώσουν τους δημοσιογράφους, διότι τους βοηθούν να αντιστέκονται σε αδικαιολόγητη πολιτική ή εμπορική πίεση, ενισχύοντας έτσι την εμπιστοσύνη του κοινού στα μέσα ενημέρωσης. Στην αιτιολογημένη σκέψη 34 του προτεινόμενου Κανονισμού MFA αναφέρεται ότι ο Κανονισμός MFA αναγνωρίζει τη σημασία των μηχανισμών αυτορρύθμισης στο πλαίσιο της παροχής υπηρεσιών μέσων ενημέρωσης σε πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες. Αυτοί οι μηχανισμοί αυτορρύθμισης αντιπροσωπεύουν ένα είδος εθελοντικών πρωτοβουλιών, οι οποίες επιτρέπουν στους παρόχους υπηρεσιών ενημέρωσης ή στους εκπροσώπους τους να υιοθετήσουν διαδικασίες και κοινές κατευθυντήριες γραμμές, μεταξύ άλλων σχετικά με τα πρότυπα δεοντολογίας, τη διόρθωση λαθών ή το χειρισμό καταγγελιών, μεταξύ τους και για τους ίδιους. Προτείνει δε μια στιβαρή, περιεκτική και ευρέως αναγνωρισμένη αυτορρύθμιση των μέσων ενημέρωσης, η οποία θα αποτελεί αποτελεσματική εγγύηση ποιότητας και επαγγελματισμού των υπηρεσιών των ΜΜΕ και κλειδί για τη διασφάλιση της ακεραιότητας της σύνταξης. Σημειώνεται ότι τόσο το Συμβούλιο της Ευρώπης (COE 2023) όσο και η Κομισιόν (2022), αλλά και το Ευρωκοινοβούλιο, εκδηλώνουν έντονο ενδιαφέρον προστασίας της ελευθερίας της έκφρασης, της ανεξαρτησίας των Μέσων, της αντιμετώπισης της παραπληροφόρησης, της ρητορικής του μίσους, των Strategic lawsuits against public participation (SLAPPs), (European Commission

2022), της προστασίας δεδομένων και της προστασίας και ασφάλειας των δημοσιογράφων. Το ευρωκοινοβούλιο (2022) σε διάφορα ψηφίσματά του αναπτύσσει δράσεις για την υποστήριξη της ανεξάρτητης δημοσιογραφίας και την προστασία των δημοσιογράφων.

Η μάχη για την παραπληροφόρηση

Τα «άνθη του κακού» στα ευρωπαϊκά ΜΜΕ, όπως η παραπληροφόρηση, η λανθασμένη πληροφόρηση, η προπαγάνδα, η υπερσυγκέντρωση, η λογοκλοπή, τα διαφυγόντα έσοδα από τα πνευματικά δικαιώματα, ο εκφοβισμός της ερευνητικής δημοσιογραφίας, το εμπόριο προσωπικών δεδομένων και η διαπλοκή με τα κέντρα εξουσίας, τράβηξαν την προσοχή των αρμόδιων κοινοτικών οργάνων, όπως της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, του Ευρωκοινοβουλίου και του Συμβουλίου της Ευρώπης, όταν κατά τη διαδικασία ρύθμισης της ευρωπαϊκής ψηφιακής ατζέντας διαπιστώθηκε με πολλές αφορμές, όπως η οικονομική κρίση, η παραπληροφόρηση για την πανδημία COVID 19 και η ρωσική εισβολή στην Ουκρανία, ότι πολλαπλασιάστηκαν οι απειλές και οι επιθέσεις σε δημοσιογράφους, καθώς και στρεβλώθηκε η αγορά από τη σαρωτική επικράτηση των αμερικανικών και κινεζικών τεχνολογικών κολλοσσών. Σχεδόν το σύνολο αυτών των προκλήσεων περιλαμβάνονται σε πολλά κοινοτικά έγγραφα, ψηφίσματα, αποφάσεις, οδηγίες και συστάσεις, με την παραπληροφόρηση να δεσπόζει ως το σημαντικότερο όλων. Η ευρωπαϊκή επιτροπή δημοσίευσε το 2018 έναν Κώδικα Δεοντολογίας (European Commission 2022) για την Παραπληροφόρηση και στο πλαίσιο αυτορρυθμιστικής προσέγγισης ζήτησε από τις ψηφιακές πλατφόρμες, τις εταιρείες τεχνολογίας γενικότερα και τη βιομηχανία της διαφήμισης, να δεσμευτούν για την τήρησή του.

Το 2019 οι εκθέσεις αυτοαξιολόγησης των οντοτήτων που προσχώρησαν στον Κώδικα (European Commission 2019), δείχνουν εκτεταμένες προσπάθειες των υπογραφόντων για την υλοποίηση των δεσμεύσεών τους. Ωστόσο, η πανδημία αποκάλυψε την ανεπάρκεια του πλαισίου (European Commission 2020) και την ανάγκη ενδυνάμωσής του (European Commission 2020). Το πλαίσιο αυτό εστιάζει στα ζητήματα της αποφυγής τοποθέτησης διαφήμισης δίπλα σε περιεχόμενο που παραπληροφορεί ή σε Μέσο που παραπληροφορεί, ώστε να μην συνδέεται με οικονομικό όφελος η διακίνηση ψευδών πληροφοριών, σε ενίσχυση της διαφάνειας στην πολιτική διαφήμιση, ώστε να είναι διακριτή, σε αποφυγή της χειραγώγησης και των σκοτεινών μοτίβων, σε διάθεση εργαλείων αναγνώρισης της παραπληροφόρησης από τους χρήστες, σε διάθεση δεδομένων για ερευνητικούς σκοπούς, σε ενίσχυση του ελέγχου των δεδομένων και πληροφοριών, σε συγκρότηση ομάδας εργασίας για

την επισκόπηση τήρησης του Κώδικα και αναθεώρησής του, σε υιοθέτηση δεικτών για την παρακολούθηση των υπηρεσιών και σε περιοδικές εκθέσεις.

Το πόσο σημαντικό να έχει θετική έκβαση αυτή η προσπάθεια για την οργάνωση στοιχειώδους άμυνας απέναντι στην οργανωμένη, κακόβουλη παραπληροφόρηση το επιβεβαιώνει και η προσέγγιση από τη σκοπιά των τεχνολογικών εργαλείων. Η Ε.Ε. έχει διαθέσει τεράστια κονδύλια για την ανάπτυξη υποβοηθητικών συστημάτων της αίθουσας σύνταξης για τις διαδικασίες επιβεβαίωσης και εξακρίβωσης των πληροφοριών. Στο σύνολό τους απαιτούν υψηλής εξειδίκευσης δημοσιογραφικό moderation, κάτι που σημαίνει ότι απαιτούνται επιπλέον πόροι από τα Μέσα και ειδικά διάθεση σημαντικού χρόνου στην παραγωγή περιεχομένου, δαπάνες για τεχνολογικές εφαρμογές και κόστη εκπαίδευσης των χρηστών. Σε κάθε περίπτωση, ακόμη και η επένδυση σε μια τέτοια στρατηγική δεν θεωρείται η μόνη ικανή και αναγκαία συνθήκη για να αντιμετωπιστούν τα “fake news”¹⁵, ενώ η ανάπτυξη εφαρμογών επεξεργασίας φυσικής γλώσσας με τεράστιες βάσεις δεδομένων από τα ΜΜΕ όλου του κόσμου, έφερε στην «αγορά εφαρμογών» την υπηρεσία αυτόματου εντοπισμού της παραπληροφόρησης. Ωστόσο, όπως αναφέρει και η μελέτη THE AI INDEX REPORT-Measuring trends in Artificial Intelligence του Stanford (Maslej et al., 2023) η δικαιοσύνη, η μεροληψία και η ηθική στη μηχανική μάθηση συνεχίζουν να αποτελούν θέματα ενδιαφέροντος τόσο για τους ερευνητές όσο και για τους επαγγελματίες, αλλά σε έρευνες διαπιστώνεται σοβαρό πρόβλημα ακρίβειας των αποτελεσμάτων των μηχανών.

Στη μελέτη, που επικαλείται και το Stanford, Missing Counter-Evidence Renders NLP Fact-Checking Unrealistic for Misinformation των Glockner et al. (2022) διαπιστώνεται ότι εκ κατασκευής, οι υπάρχοντες ορισμοί εργασιών NLP για τον έλεγχο γεγονότων δεν μπορούν να αντικρούσουν την παραπληροφόρηση όπως κάνουν οι επαγγελματίες ελεγκτές γεγονότων για την πλειονότητα των ισχυρισμών. Ειδικότερα, οι ερευνητές που σύγκριναν τα αποτελέσματα από fact checking μεταξύ ειδικών websites και αυτοματοποιημένων εφαρμογών, διαπιστώνουν ότι 11 από τα 16 τέτοια σύνολα δεδομένων βασίζονται σε στοιχεία που «διέρρευσαν» από εκθέσεις ελέγχου των γεγονότων, τα οποία δεν υπήρχαν κατά τη στιγμή της εμφάνισης του ισχυρισμού. Υπό αυτά τα δεδομένα, επιβεβαιώνεται ότι είναι μάλλον σωστότερο να συγχρονιστούν οι επεξεργασίες με NLPs με την ανθρώπινη διαδικασία

15. Fake News: αδόκιμος όρος για να περιγραφεί η ψευδής πληροφορία. Η φράση χρησιμοποιείται ως επί το πλείστον στο πολιτικό λεξιλόγιο για να αποδώσει τον χαρακτήρα αβάσιμων ισχυρισμών μεταξύ των πολιτικών αντιπάλων.

επαλήθευσης και να βελτιωθούν οι διαδικασίες και οι στρατηγικές επαλήθευσης. Παραμένει σημαντική και η σημείωση ότι ο factchecker με την υποκειμενική του προσέγγιση επηρεάζει και το αποτέλεσμα της επεξεργασίας και αυτό δείχνει την αξία της διαρκούς επιμόρφωσης των στελεχών των Μέσων που ασχολούνται με το verification και το fact checking.

Ο Κανονισμός για τις ψηφιακές υπηρεσίες DSA

Στον Κανονισμό για τις ψηφιακές υπηρεσίες και ενδιάμεσες υπηρεσίες (DSA), που αφορά κατά βάση τις πολύ μεγάλες ψηφιακές πλατφόρμες και τίθεται σε ισχύ από το 2024, δεν υφίστανται ρητές αναφορές σε κάποια έννομη διευκόλυνση ή προτεραιότητα που απαιτείται να παρέχεται από πάροχο ενδιάμεσων υπηρεσιών σε χρήστες που ανήκουν σε ή καθιστούν δημοσιογραφικούς οργανισμούς. Πάρα ταύτα, υφίστανται εντός του Κανονισμού κάποιες υποχρεώσεις, η τήρηση των οποίων παρέχει επιπλέον νομικά εργαλεία σε δημοσιογράφους και δημοσιογραφικούς οργανισμούς ώστε να προστατέψουν τη δουλειά τους αλλά και την ελευθερία της έκφρασης των μέσων ενημέρωσης εν γένει. Βασικές διατάξεις/υποχρεώσεις στα παραπάνω πλαίσια:

- Στο Αρθ.14, προβλέπεται πως οι περιορισμοί ως προς τη χρήση της υπηρεσίας που εμπεριέχονται στους «Όρους και προϋποθέσεις χρήσης» της εκάστοτε ενδιάμεσης υπηρεσίας θα πρέπει να εφαρμόζονται με τρόπο που να σέβεται, μεταξύ άλλων, το δικαίωμα ελευθερίας της έκφρασης, καθώς και την ελευθερία και πολυφωνία των μέσων ενημέρωσης. Δεδομένου ότι η συγκεκριμένη διάταξη εφαρμόζεται και ως προς τα εδάφια των όρων χρήσης που αφορούν στον έλεγχο περιεχομένου (content moderation), συνάγεται ότι οιαδήποτε ενέργεια ληφθεί από τις πλατφόρμες επί δημοσιογραφικού περιεχομένου -π.χ. ban, strike down- και διενεργηθεί χωρίς να έχει ληφθεί δεόντως υπόψη και χωρίς να έχει σταθμισθεί ως προς την πιθανή παραβίαση των ως άνω θεμελιωδών δικαιωμάτων, είναι δυνητικά παράνομη.
- Εισάγονται επίσης σειρά υποχρεώσεων που αποσκοπούν στην παροχή εργαλείων διαφάνειας και επίλυσης διαφορών στα χέρια των χρηστών σε ό,τι αφορά τυχόν παράνομους ή άδικους περιορισμούς που ετέθησαν, επί του περιεχομένου των συγκεκριμένων χρηστών, από hosting providers και πλατφόρμες. Συγκεκριμένα, όταν ένας hosting provider επιβάλλει κάποιον από τους περιορισμούς περιεχομένου σε κάποιον χρήστη, οφείλει να αιτιολογήσει αναλυτικά και με διαφανή τρόπο την απόφασή του αυτή στον θιγόμενο χρήστη. Ταυτόχρονα, οι πλατ-

φόρμες οφείλουν να παρέχουν στους θιγόμενους χρήστες εύκολη πρόσβαση σε εσωτερικό σύστημα διαχείρισης καταγγελιών, μέσω του οποίου θα μπορεί να επιχειρηθεί η επίλυση τυχόν ενστάσεων των θιγόμενων χρηστών. Τέλος, οι πλατφόρμες οφείλουν να δίνουν επίσης την επιλογή στον θιγόμενο χρήστη να προσφύγει σε πιστοποιημένο, από τον Συντονιστή Ψηφιακών Υπηρεσιών- Νέα Εποπτική Αρχή, όργανο εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών για να αποφύγουν τις χρονοβόρες δικαστικές διαδικασίες. Οι τρεις παραπάνω υποχρεώσεις μπορούν να αξιοποιηθούν από τα μέσα ενημέρωσης για να επιτευχθεί πιο γρήγορη και αποτελεσματική προστασία τους σε περιπτώσεις που το περιεχόμενο που ανεβάζουν στις πλατφόρμες λογοκρίνεται παρανόμως (DSA, Αρθ.17-21).

- Στο Αρθ.34 (DSA) εισάγεται υποχρέωση στις πολύ μεγάλες επιγραμμικές πλατφόρμες προς διενέργεια ετήσιων Εκτιμήσεων Κινδύνων, οι οποίες θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη όλες τις εκφάνσεις της λειτουργίας της πλατφόρμας, όπως λ.χ. τον σχεδιασμό των συστημάτων και των αλγορίθμων τους, τα συστήματα content moderation που χρησιμοποιούν, τους όρους χρήσης τους, τα συστήματα διαφήμισεων, και τις πρακτικές τους ως προς την επεξεργασία ΠΔ. Οι συστημικοί κίνδυνοι που θα πρέπει να εξετάζονται είναι:
 - α. η διάδοση παράνομου περιεχομένου μέσω της υπηρεσίας,
 - β. ο περιορισμών των θεμελιωδών δικαιωμάτων από τον τρόπο λειτουργίας της - μεταξύ των οποίων και η ελευθερία έκφρασης και πολυφωνίας των media,
 - γ. τυχόν αρνητικές επιπτώσεις στον πολιτικό διάλογο, τις εκλογικές διαδικασίες και τη δημόσια ασφάλεια, και
 - δ. αρνητικές επιπτώσεις σε σχέση με την έμφυλη βία, τη προστασία της δημόσιας υγείας και τους ανηλίκους.

Από τις εισαγωγικές σκέψεις του Κανονισμού γίνεται σαφές πως για να κριθούν αυτοί οι κίνδυνοι θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το πώς συμβάλλει σε αυτούς η διασπορά παραπληροφόρησης εντός της πλατφόρμας (disinformation), ενώ οι πλατφόρμες οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τη γνώμη και να διαβουλεύονται με εκπροσώπους των κοινωνικών και επαγγελματικών ομάδων που δυνητικά επηρεάζονται από την ορθή -ή μη- λειτουργία της πλατφόρμας (μεταξύ των οποίων συμπεριλαμβάνονται και εκπρόσωποι του κλάδου της ενημέρωσης).

Στο άμεσο μέλλον δεν αποκλείεται κάποιο online news ή media service να αποτελεί και πλατφόρμα, κατά την έννοια του DSA, και να πρέπει να συμμορφωθεί και το ίδιο με τις σχετικές διατάξεις. Κάτι τέτοιο μπορεί να συμβεί μόνο αν το μοντέλο λειτουργίας του Μέσου βασίζεται στη διάθεση περιεχομένου των χρηστών του/ληπτών της υπηρεσίας στο κοινό (και όχι στις περιπτώσεις που το Μέσο είναι ο ερ-

γοδότης των δημοσιογράφων που δημιουργούν το περιεχόμενο). Το πόσο κοντά βρίσκονται τα μίντια στο να τα αφορά ο Κανονισμός σχετίζεται με την αυξανόμενη χρήση UGC Barbosa (2021), την άντληση πληροφοριών από τους ενδιαμέσους παρόχους όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την αλληλεπίδραση με τους χρήστες εντός των ιστοτόπων τους.

Η προστασία πνευματικών δικαιωμάτων και η Οδηγία 2019/790

Το πρόβλημα της λογοκλοπής αυτό καθ' εαυτό αλλά και κάθε παραλλαγή του όπως η παράφραση μέσω της ανασύνταξης για την αλλοίωση ή η αθέμιτη πρακτική του churnalism¹⁶ σύμφωνα με τον Davies (2008), που εισήγαγε στις ειδήσεις με δημοσιογραφική υπογραφή περιεχόμενο δημοσίων σχέσεων από κυρίαρχους μηχανισμούς, θα μπορούσαν να εντοπίζονται και να είναι διαχειρίσιμα περιστατικά -με την αναλογική προσέγγιση σε μια αίθουσα σύνταξης- εφόσον οι δημοσιογράφοι είναι σε θέση, έχουν τον απαιτούμενο χρόνο εξακρίβωσης και διαθέτουν τα κατάλληλα τεχνικά μέσα.

Ωστόσο, ο διαθέσιμος χρόνος επεξεργασίας, εξακρίβωσης της αλήθειας, τεκμηρίωσης και φίλτρου αποφυγής παραβίασης του δικαιώματος της πνευματικής ιδιοκτησίας, δεν υπάρχει στην εποχή του καταϊγιστικού ρυθμού ψηφιακών δημοσιεύσεων. Παράλληλα, απαιτούνται συνεχώς περισσότερες δεξιότητες από τους συντάκτες, ενώ και η διάθεση μέσων παρουσιάζει χαρακτηριστικά planned obsolescence, καθώς μέρα με τη μέρα η καινοτομία απαξιώνει ακόμη και τη μέχρι χθες κατάλληλη τεχνολογία. Σε αυτό το περιβάλλον οι μεγάλες τεχνολογικές πλατφόρμες ανέλαβαν να αναδημοσιεύουν το ειδησεογραφικό περιεχόμενο των μέσων ενημέρωσης με σκοπό την εμπορική εκμετάλλευση μέσω της διαφήμισης και δη αυτής που απαιτεί ως προϋποθέσεις αφενός την αθέμιτη προσπέλαση της πνευματικής περιουσίας και αφετέρου τη συλλογή προσωπικών δεδομένων των χρηστών στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες. Η σχέση εκδοτών και πλατφορμών (και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης), χαρακτηρίζεται ως σχέση frenemies λόγω, έστω και ασήμαντης, ανταπόδοσης εσόδων στα ΜΜΕ. Ακριβώς αυτή την προβληματική συνθήκη επιχείρησε να διορθώσει με δυο νομοθετικές παρεμβάσεις η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Ο Κανονισμός GDPR, ο οποίος απαιτεί τη νομιμότητα της επεξεργασίας και η Οδηγία 790 (European Commission 2019), η οποία ορίζει ότι ο εκδότης παρα-

16. Χρήση (υπερβολική ενδεχομένως) χωρίς κριτική προσέγγιση των δελτίων τύπου από τους δημοσιογράφους. Το churnalism είναι όρος που ήρθε στο προσκήνιο το 2008 με τη δημοσίευση του Flat Earth News από τον Nick Davies.

γωγός ψηφιακού περιεχομένου και οι δημοσιογράφοι δικαιούνται να αποκομίζουν τα ίδια οφέλη με αυτά που τους αναγνωρίζονται στο αναλογικό περιβάλλον.

Όπως προβλέπεται στην Οδηγία 790, οι δημοσιογράφοι πρέπει να εισπράττουν έμμεσα από τις ψηφιακές πλατφόρμες για τη χρήση της δουλειάς τους μέρος της πληρωμής για δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας που καταβάλλονται από τις μεγάλες τεχνολογικές πλατφόρμες διακίνησης περιεχομένου και πώλησης διαφήμισης στον εκδότη τους.

Μετά την εμφάνιση των αλγορίθμων παραγωγής φυσικής γλώσσας, τύπου GPT της Open AI και των συνακόλουθων εφαρμογών, η πνευματική ιδιοκτησία του δημοσιογραφικού έργου ξεκινά να ισχύει από την ενσωμάτωσή του στα εκπαιδευτικά δεδομένα ενός NLP. Σε δεύτερο επίπεδο από το prompt (εισαγωγικό κείμενο χρήστη με το κίνητρο να δοθεί απάντηση από τη μηχανή), συνεχίζεται στην απάντηση του chat και διευρύνεται με το περιεχόμενο αυτής της απάντησης, η οποία ενδεχομένως βασίζεται σε προστατευμένο πνευματικό έργο ψηφιακών μέσων ενημέρωσης και συνοδεύεται από τα προσωπικά δεδομένα των δημιουργών και των χρηστών. Συνεπακόλουθα προκύπτει σημαντικό θέμα με την πνευματική ιδιοκτησία του έργου των μηχανών τεχνητής νοημοσύνης. Μολονότι δεν είναι νομικά εδραιωμένη και είναι λογικά έωλη μια θετική προσέγγιση ως προς το χαρακτηρισμό της AI ως δημιουργού, δεν λείπουν και οι απόψεις που κατατίθενται στον ευρωπαϊκό διάλογο για τη ρύθμιση της τεχνητής νοημοσύνης να γίνει μια προσέγγιση και αυτής της πιθανότητας ώστε να μην εμποδιστεί η καινοτομία. Δηλαδή, ο γραπτός λόγος ή ένα εικαστικό δημιούργημα να μπορεί να εξετάζεται ως προς το πώς και σε ποιον βαθμό θα μπορούσε να θεωρηθεί ως πνευματική δημιουργία.

Υπενθυμίζεται ότι τα χαρακτηριστικά στοιχεία για τη διαχείριση του ψηφιακού περιεχομένου είναι η μορφή του, το μέγεθος, η συχνότητα ανανέωσης και προσαρμογής του, η κρισιμότητα, η σημασία του, η διαβαθμισμένη πρόσβαση σε αυτό, οι ανάγκες διανομής του, οι τρόποι ανάγνωσής του και η συμβατότητά του με άλλες μορφές περιεχομένου. Με βάση τα δεδομένα στην ευρωπαϊκή νομική σκέψη η λογοκλοπή έστω και σαν ανασύνταξη και σύνθεση πολλών πηγών μέσα στο corpus ενός εργαλείου παραγωγής φυσικής γλώσσας, δεν συνιστά δημιουργία, πόσο μάλλον τέχνη. Άλλωστε, οι βαθιές δομικές ομοιότητες και ομοιότητες φράσεων με άρθρα που είχαν δημοσιευτεί στο παρελθόν αλλού, οδήγησαν Μέσα¹⁷ αλλά κυρίως σχολεία¹⁸

17. <https://www.engadget.com/cnet-corrected-41-of-its-77-ai-written-articles-201519489.html?guccounter=1>

18. <https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/new-york-city-public-schools-ban-chatgpt-devices-networks-rcna64446>

και πανεπιστήμια να αντιμετωπίσουν αρνητικά τη χρήση τέτοιων τεχνολογιών, μολονότι δεν έχει επιλυθεί αποτελεσματικά ο τεχνικός τρόπος ακριβούς εντοπισμού αυτής της λογοκλοπής με τα υπάρχοντα εργαλεία. Μια άλλη ιδιαίτερη περίπτωση είναι η διαρροή αναζητήσεων-συζητήσεων χρηστών σε άλλους χρήστες. Μολονότι αυτό το φαινόμενο δείχνει να σχετίζεται με τα προσωπικά δεδομένα, εντούτοις αφορά και πνευματική εργασία ή ακόμη, όπως συνέβη με εργαζόμενους της Samsung¹⁹, και εταιρικά μυστικά, τα οποία συγκεντρώνει ένα τέτοιο εργαλείο τεχνητής νοημοσύνης όπως αυτό της τεχνολογίας Generative Pre-trained Transformer 4 (GPT-4). Όλες αυτές οι διαπιστώσεις, μαζί με τη σκέψη ενδεχόμενης χρήσης των AGI από δημοσιογράφους, προκαλούν εύλογα ανησυχία για την ασφάλεια των πληροφοριών που επεξεργάζεται εμπιστευτικά μια αίθουσα σύνταξης, την εξέταση της αξιοπιστίας των πηγών και την προστασία τους από λανθασμένη αποκάλυψη απόρρητων ή και γενικά τις μη δημοσιεύσιμες πληροφορίες από τα ΜΜΕ. Έναντι όλων των παραπάνω, η επιλεγείσα νομική μορφή της ευρωπαϊκής πολιτικής προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας ως Οδηγία, μάλλον δεν πρέπει να αναμένεται να συμμορφώσει τις εταιρείες τεχνολογίας ή έστω να επηρεάσει κατά τι την προσέγγισή τους για μια πιο ηθική διαχείριση του πνευματικού έργου των εταιρειών ΜΜΕ και των δημοσιογράφων. Προς επιβεβαίωση οι ευρωπαίοι νομοθέτες, στη διαβούλευση για το σχέδιο Κανονισμού ρύθμισης των εφαρμογών Τεχνητής Νοημοσύνης, προτείνουν να λογοδοτεί κάθε κατασκευαστής εργαλείων όπως το ChatGPT αποκαλύπτοντας από πού αντλούν το περιεχόμενο και την πνευματική τους ιδιοκτησία. Αυτή η προσέγγιση εμπλουτίζει τη συζήτηση για τα δικαιώματα εκδοτών και δημοσιογράφων από τη χρήση του πνευματικού έργου που δημοσιεύουν τα Μέσα.

Πνευματικά δικαιώματα, χρήστες και δημοσιογράφοι

Οι Οργανισμοί Μέσων σέβονται τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας άλλων και αναμένουν από τους τρίτους να κάνουν το ίδιο. Αποτελεί πολιτική του Μέσου, σε κατάλληλες περιπτώσεις και κατά την κρίση του, να απενεργοποιεί ή/και να αναστέλλει τις υπηρεσίες σε συνδρομητές που παραβιάζουν επανειλημμένα ή κατηγορούνται επανειλημμένα για παραβίαση των πνευματικών δικαιωμάτων ή άλλων δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας του ή/και τρίτων. Οι αναγνώστες-χρήστες-θεατές ενθαρρύνονται να συμμετάσχουν σε ασφαλή και συμβατή με το νόμο κοινή χρήση αρχείων υλικού που προστατεύεται από πνευματικά δικαιώματα. Ο χρήστης λαμβάνει άδεια να χρησιμοποιήσει το περιεχόμενο του Μέσου με συγκεκριμένο

19. <https://www.techradar.com/news/samsung-workers-leaked-company-secrets-by-using-chatgpt>

τρόπο και για νόμιμη χρήση αυτού, κατανοώντας την αξία που είναι εγγενής σε αυτό το περιεχόμενο, την εργασία των δημοσιογράφων και την επένδυση που έγινε για την παραγωγή του. Όταν το περιεχόμενο χρησιμοποιείται χωρίς εξουσιοδότηση, υπονομεύει την ικανότητα του Μέσου να υποστηρίξει τις ειδήσεις του.

Η προστασία της εργασίας των δημοσιογράφων από κακή και παράνομη χρήση είναι πρωταρχικής σημασίας. Το Μέσο υποχρεούται από τη νομοθεσία να ενημερώνει τους χρήστες του σχετικά με τους νομικούς κινδύνους που σχετίζονται με την παραβίαση των ψηφιακών πνευματικών δικαιωμάτων. Το νομικά προστατευμένο υλικό μπορεί να περιλαμβάνει ειδησεογραφικό ρεπορτάζ, φωτο-ρεπορτάζ, ομιλίες, ντοκιμαντέρ, τηλεοπτικές εκπομπές και δημοσιευμένο υλικό. Η χρήση ιστοτόπων του Μέσου και προγραμμάτων λογισμικού κοινής χρήσης αρχείων peer-to-peer (P2P) ενδέχεται να οδηγήσει σε παράνομη μεταφόρτωση ή λήψη έργων που προστατεύονται από πνευματικά δικαιώματα (**curators & creators**), ακόμη και εν αγνοία του χρήστη. Η Οδηγία 2019/790 για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και τα συγγενικά δικαιώματα στην ψηφιακή ενιαία αγορά εκσυγχρονίζει τους κανόνες για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας. Η σημασία για τα ψηφιακά πνευματικά δικαιώματα έγκειται στο γεγονός ότι σε νομικό επίπεδο επιτρέπουν στον δικαιούχο να ελέγξει το έργο του σε όλα τα στάδια διαδρομής τους στο Διαδίκτυο. Το Μέσο προσπαθεί να εφαρμόζει, όπου είναι τεχνολογικά εφικτό (με υπογραφή δημιουργού και επιμελητή αλλά και με content management systems που χωρίς υπογραφή δεν επιτρέπουν τη δημοσίευση), όλα τα νέα τεχνολογικά μέσα προστασίας με σκοπό να αποτρέψει την προσβολή ή να περιορίσει τις παράνομες πράξεις. Τα Μέσα που φιλοξενούν ή παραπέμπουν σε περιεχόμενο από τρίτα μέρη έχουν την ευθύνη του παρόχου. Στους Όρους Χρήσης πρέπει να γίνεται πλήρης αναφορά σε κάθε δικαίωμα και υποχρέωση. Για να εφαρμοστεί η Οδηγία απαιτείται να υπάρξει συμφωνία των τεχνολογικών κολοσσών και των πλατφορμών NLP με τους εκδότες, η οποία θα βασίζεται σε συγκεκριμένη μέθοδο αποτίμησης της υπεραξίας για τους πρώτους από την αναδιανομή ενημερωτικού περιεχομένου και συμφωνημένου ποσοστού επί των πνευματικών δικαιωμάτων (συγγενικό δικαίωμα). Αντίστοιχα, θα πρέπει η συμφωνία εκδοτών και δημιουργών να βασίζεται σε τυποποιημένη διαδικασία αποτίμησης επί συμφωνημένου ποσοστού του δικαιώματος που εισπράττεται από τις πλατφόρμες.

Ασφάλεια και προστασία των δημοσιογράφων (SLAPPs)

Μια διάσταση των ευρωπαϊκών πρωτοβουλιών που προσδίδει μεγαλύτερα πλεονεκτήματα στην αυτορρύθμιση της Βιομηχανίας των Μέσων, είναι το πώς το νομοθετικό σώμα του Ευρωκοινοβουλίου, το Συμβούλιο της Ευρώπης και η Ευ-

ρωπαϊκή Επιτροπή, αντιμετωπίζουν τις σύγχρονες προκλήσεις που απειλούν την ελευθερία της έκφρασης. Με άλλα λόγια, η αυτορρύθμιση των Μέσων προσδίδει δυνατότητα ευρύτερης θεσμικής ισχύος στους οργανισμούς, επιτυγχάνοντας σοβαρό ηθικό πλεονέκτημα έναντι κρατικών αρχών, όταν οι πρωτοβουλίες τους αφορούν σε προστασία θεμελιωδών δικαιωμάτων όπως η ελευθερία της έκφρασης, δια της ασφαλούς άσκησης της ερευνητικής δημοσιογραφίας.

Σε σύστασή του το Συμβούλιο της Ευρώπης (Rec 2016/4) σχετικά με την προστασία της δημοσιογραφίας και την ασφάλεια των δημοσιογράφων και άλλων παραγόντων των μέσων ενημέρωσης, παραθέτει κατευθυντήριες οδηγίες και στις Οδηγίες προστασίας (COE 2020) θέτει emphaticά το ζήτημα του εκφοβισμού, των απειλών, των μηνύσεων και της ατιμωρησίας υπευθύνων για βία κατά των επαγγελματιών στα ΜΜΕ που ασκούν την ερευνητική δημοσιογραφία. Μέσα από τις βασικές κατευθύνσεις προκύπτουν, εκτός της ευθύνης της οργανωμένης Πολιτείας και των Ρυθμιστικών Αρχών, οι ευθύνες των ίδιων των Οργανισμών Μέσων, όπως η αναγνώριση κινδύνων, τα ατομικά μέτρα προστασίας, η νομική κάλυψη και η ειδική εκπαίδευση του προσωπικού. Το ευρωκοινοβούλιο σε ψήφισμά του (2020), με θεματική «Ελευθερία των μέσων ενημέρωσης, πολυφωνία των μέσων ενημέρωσης και προστασία των δημοσιογράφων στην Ευρώπη», εκφράζει τη βαθιά ανησυχία του σώματος για τη βία και τις απειλές κατά των δημοσιογράφων και των άλλων παραγόντων των Μέσων, τη ρητορική του μίσους στο διαδίκτυο, την παραπληροφόρηση και την επιτάχυνση που αυτή σημειώνει μέσω των πλατφορμών και πάντως την έλλειψη ψηφιακού εγγραμματισμού στους χρήστες. Στο πλαίσιο για την ασφάλεια και προστασία της αποκαλυπτικής δημοσιογραφίας και με παραδοχή της σημασίας που έχει για τη δημοκρατία η ελευθερία του Τύπου, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε τη Σύσταση 1534 (European Commission, 2021) στην οποία αναφέρεται ότι οι φορείς αυτορρύθμισης των Μέσων έχουν κεντρικό ρόλο για την αύξηση της ευαισθητοποίησης, της ψηφιακής εκπαίδευσης των δημοσιογράφων και άλλων παραγόντων και στη συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς όπως η δικαιοσύνη, οι διωκτικές Αρχές και οι ρυθμιστικές Αρχές.

Προς επίρρωση, τα ΜΜΕ και οι δημοσιογραφικές ενώσεις έχουν το κίνητρο να αυτορρυθμιστούν κατάλληλα για την ανεξάρτητη και ηθική λειτουργία τους, όταν οι υπερεθνικές Αρχές αναγνωρίζουν ότι μπορούν να συνδράμουν σε σειρά νομοθετικών αλλαγών και πρακτικών όπως αυτές προτείνονται από τα παραπάνω θεσμικά όργανα της Ε.Ε. όπως να θεσπίζουν τα κράτη πλαίσια συνεργασίας μεταξύ Αρχών επιβολής του Νόμου και δημοσιογράφων, να ενισχύσουν τη συνεργασία με τους οργανισμούς Eurorol και Eurojust, να δημιουργήσουν ανεξάρτητα σημεία επαφής και συνδρομής σε δημοσιογράφους και άλλους εργαζόμενους των ΜΜΕ, να αναπτύ-

ξουν πρόγραμμα επιμόρφωσης των στελεχών των διωκτικών Αρχών και της δικαιοσύνης, να συνδράμουν στην αναβάθμιση των δεξιοτήτων των εργαζομένων στα ΜΜΕ, να διεκπεραιώνουν ταχύτατα τις υποθέσεις επιθέσεων και απειλών, να λάβουν μέτρα για την αποφυγή διαδικτυακής παρακολούθησης των δημοσιογράφων και να αναλάβουν πρωτοβουλίες για την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση της κοινωνίας.

General Data Protection Regulation (GDPR)

Η εξαίρεση (Reg 2016/679) της δημοσιογραφικής επεξεργασίας από τον GDPR προϋποθέτει Κώδικες Δεοντολογίας Επεξεργασίας Προσωπικών Δεδομένων, επίγνωση του Κανονισμού 679/2016, και κατάλληλη τήρηση αρχείων για ιδιαίτερα αμφιλεγόμενες αποφάσεις. Σκοπός της εξαίρεσης είναι η διασφάλιση του δικαιώματος στην ελευθερία της έκφρασης, όπως ορίζεται στο άρθρο 10 της ΕΣΔΑ (2009). Καλύπτει τους «ειδικούς σκοπούς» της δημοσιογραφίας και το πεδίο εφαρμογής της εξαίρεσης είναι πολύ ευρύ. Δίνει στα μέσα ενημέρωσης ένα σημαντικό περιθώριο να αποφασίσουν τα ίδια για το ποια πληροφορία μπορεί να σχετίζεται με το δημόσιο συμφέρον. Υπό αυτό το δεδομένο, ο Οργανισμός Μέσων είναι σε θέση να αιτιολογεί τις ενέργειες των δημοσιογράφων προς το δημόσιο συμφέρον. Ακόμα και αν η δημοσίευση είναι σαφώς προς το δημόσιο συμφέρον, αυτό εξακολουθεί να μην σημαίνει ότι αγνοείται εντελώς ο ΓΚΠΔ.

Η εξαίρεση αναλύεται σε τέσσερα στοιχεία:

- (1) τα δεδομένα υποβάλλονται σε επεξεργασία μόνο για δημοσιογραφία,
- (2) με σκοπό τη δημοσίευση κάποιου υλικού,
- (3) με εύλογη πεποίθηση ότι η δημοσίευση είναι προς το δημόσιο συμφέρον και
- (4) με εύλογη πεποίθηση ότι η συμμόρφωση με το αυστηρό πνεύμα του ΓΚΠΔ είναι ασυμβίβαστη με τη δημοσιογραφία.

Η εστίαση θα πρέπει να αφορά κυρίως στα στοιχεία 3 και 4. Στην ουσία, θα πρέπει να υπάρχει εύλογο επιχειρήμα ότι το δημόσιο συμφέρον δικαιολογεί την παραβίαση της νομοθεσίας. Εάν η μέθοδος έρευνας ή οι λεπτομέρειες που πρόκειται να δημοσιευθούν είναι ιδιαίτερα ενοχλητικές ή επιζήμιες για ένα άτομο, θα απαιτηθεί ισχυρότερο και πιο συγκεκριμένο επιχειρήμα δημόσιου συμφέροντος για να δικαιολογηθεί αυτό, πέρα από το γενικό δημόσιο συμφέρον για την ελευθερία της έκφρασης.

Σημαντική διάσταση της επιχειρηματικής λειτουργίας των οργανισμών Μέσων αποτελεί η διαφήμιση ως βασική πηγή εσόδων. Η ζωτική αυτή δραστηριότητα στο ψηφιακό οικοσύστημα σχετίζεται άμεσα με τη δέσμευση του κοινού των χρηστών, τη συλλογή δηλαδή των προσωπικών τους δεδομένων και τη στοχευμένη διαφή-

μιση με βάση τα ενδιαφέροντα και τις προτιμήσεις τους. Αυτό το επιχειρηματικό μοντέλο διαφήμισης αμφισβητείται ως προς τη νομιμότητά του από τον GDPR. Ειδικά η νομική βάση για την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων, η διαβίβαση αυτών των προσωπικών δεδομένων σε τρίτους για την αυτοματοποιημένη προβολή προσωποποιημένων διαφημιστικών μηνυμάτων στους ανθρώπους με τα εικαζόμενα ως σχετικά προσωπικά ενδιαφέροντα και η δυνατότητα ακόμη και από πλατφόρμες που δεν συμμορφώνονται με τον Κανονισμό 679/2016 να διατηρούν εκτός Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου αυτά τα δεδομένα με στόχο την πλήρη αξιοποίηση των ευκαιριών χειραγώγησης των καταναλωτών και των πολιτών σε κάθε περιήγησή τους σε οποιαδήποτε άλλη πλατφόρμα. Υπό αυτή την έννοια, τα ΜΜΕ έχουν μεγάλη ευθύνη, διότι είναι η κύρια μέθοδος συγκομιδής προσωπικών δεδομένων των χρηστών ακόμη και από δρώντες με αθέμιτους σκοπούς.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ατζέντα της Ευρωπαϊκής Ένωσης περιλαμβάνει μια πρωτοφανή δέσμη θεσμικών παρεμβάσεων ρύθμισης της ενιαίας ψηφιακής αγοράς με σημαντική απήχηση στο παγκόσμιο τεχνολογικό οικοσύστημα που αφορά μεταξύ άλλων στην επικοινωνία, την ελευθερία της έκφρασης και την προστασία από κακόβουλο περιεχόμενο όπως η παραπληροφόρηση και η προπαγάνδα. Η επικρατούσα νομική θεώρηση εστιάζει στη νομιμότητα, τη διαφάνεια και τα ανθρώπινα δικαιώματα όπως η ελευθερία της έκφρασης, η προστασία της ιδιωτικής ζωής και η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας. Η φιλοσοφία πίσω από αυτές τις παρεμβάσεις είναι η θέση ότι ό,τι είναι παράνομο στον αναλογικό, φυσικό κόσμο, είναι παράνομο και στο ψηφιακό περιβάλλον.

Στο πλαίσιο αυτό, εντάσσονται Κανονισμοί, Οδηγίες, καθώς και Συστάσεις από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Συμβούλιο της Ευρώπης, που σχετίζονται με την προστασία των προσωπικών πληροφοριών των Ευρωπαίων και την ελεύθερη διακίνηση των προσωπικών δεδομένων, τους όρους θεμιτής επιχειρηματικής δραστηριότητας των τεχνολογικών κολοσσών στον τομέα των υπηρεσιών, τη διακυβέρνηση των Μέσων, την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης ως ψηφιακής απειλής για το ευρωπαϊκό οικοδόμημα και της διασφάλισης των πνευματικών δικαιωμάτων από την αθέμιτη εκμετάλλευση των μεγάλων πλατφορμών, μεταξύ των οποίων και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης.

Με βάση αφενός την εμπειρία από τη θέσπιση του Γενικού Κανονισμού Προστασίας Δεδομένων και αφετέρου τη ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη και την έλευση της

Τεχνητής Νοημοσύνης στο χώρο της επικοινωνίας και της ενημέρωσης, τα ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα εντείνουν τη στρατηγική της ρυθμιστικής παρέμβασης που επιχειρείται σε όλα τα πεδία, ελλείψει κανόνων στην παγκόσμια ψηφιακή αγορά. Σε τρεις τομείς όπου η Ευρώπη έθεσε βασικούς όρους, εμφανίζεται απόκλιση από τον επιδιωκόμενο σκοπό και για το λόγο αυτόν δεν θα πρέπει να αποκλειστεί το ενδεχόμενο βελτιωτικών αναθεωρήσεων. Πρόκειται για την παραπληροφόρηση, την ελευθερία του Τύπου και τα πνευματικά δικαιώματα.

Στην περίπτωση της παραπληροφόρησης δεν απέδωσε τα αναμενόμενα ο Κώδικας Δεοντολογίας και τα αρμόδια όργανα επόπτευσης, λόγω αθέμιτων ή κακόβουλων πρακτικών μέσω των τεχνολογικών εξελίξεων, είτε διότι η ρευστότητα του οικονομικού, κοινωνικού και γεωπολιτικού περιβάλλοντος πολλαπλασίασε τις απαιτήσεις για την άμυνα απέναντι στη μετατροπή των ψευδών πληροφοριών σε όπλα στα χέρια ανθρώπων, μηχανισμών προπαγάνδας ή ακόμη και κρατών, όπως αναφέρεται σε ευρωπαϊκές εκθέσεις με αφορμή τη δραστηριότητα της Ρωσίας στην περίοδο του πολέμου στην Ουκρανία.

Στη θεματική της ελευθερίας της έκφρασης, η ανεξαρτησία του Τύπου, η αποφυγή της συγκέντρωσης, η αντιμετώπιση των πολιτικών και οικονομικών συμφερόντων και η υπεύθυνη και προστατευόμενη από απειλές δημοσιογραφία, μολοντί ήταν θέματα που απασχολούσαν επί χρόνια τα θεσμικά όργανα, όπως το Ευρωκοινοβούλιο, την Κομισιόν και το Συμβούλιο της Ευρώπης, διαπιστώθηκε με καθυστέρηση ότι επειδή αποτελούν ακρογωνιαίους λίθους του ευρωπαϊκού οικοδομήματος, δεν επαρκούν οι Οδηγίες και οι Συστάσεις ως παρεμβάσεις, αλλά απαιτείται η θέσπιση υποχρεωτικού Κανονισμού για όλες τις χώρες μέλη.

Άλλη μια προβληματική υπόθεση που διαφαίνεται η ανεπάρκεια επιλεγείσας παρεμβάσεως με τη μορφή Οδηγίας, είναι η ρύθμιση της πνευματικής ιδιοκτησίας έναντι των παγκόσμιων πλατφορμών. Στην περίπτωση αυτή παρατηρείται καθυστέρηση στις εθνικές νομοθετικές πρωτοβουλίες για την ενσωμάτωση της Οδηγίας και δεν ωρίμασε ακόμη μια κεντρική διαπραγμάτευση με τις πλατφόρμες διακίνησης περιεχομένου με σκοπό την εμπορική εκμετάλλευση, ώστε να εισπράξουν οι ψηφιακοί εκδότες και οι δημοσιογράφοι τα ανάλογα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας. Σε αυτή την κατάσταση προστίθεται η εισβολή της τεχνητής νοημοσύνης και των εφαρμογών παραγωγής φυσικής γλώσσας που, χρησιμοποιώντας κατά βάση το περιεχόμενο των ψηφιακών ΜΜΕ, κατέκλυσαν το διαδίκτυο με αλγοριθμικό περιεχόμενο, το οποίο αποτελεί προϊόν σύνθεσης και συνεπαγωγών και από πηγές που διασπείρουν κακόβουλο περιεχόμενο γεμάτο προκαταλήψεις και ψεύδη.

Όλα αυτά επιτρέπουν την εξαγωγή συμπεράσματος για το πόσο μεγάλη είναι η ευθύνη των Μέσων και της δημοσιογραφίας για την προάσπιση πρωτίστως των

θεσμών, των ανθρώπινων αξιών, της κοινωνίας και των πολιτών. Η διακυβέρνηση των Μέσων με πρόνοιες που θα παρότρυναν σε ηθική αυτορρύθμιση θα εξασφάλιζαν τη ζωτική ανάγκη επιβίωσης των ανεξάρτητων επιχειρήσεων και η υπεύθυνη δημοσιογραφία που θα τηρεί τις βασικές ηθικές αρχές του επαγγέλματος δύναται να επιτελέσει στο ακέραιο την αποστολή της στο όνομα του δημοσίου συμφέροντος. Στο δεύτερο μέρος εξετάζονται τόσο η εφαρμοσμένη ηθική στη δημοσιογραφία, όσο και η υπεύθυνη διακυβέρνηση των ανεξάρτητων οργανισμών, ως θεμελιώδεις έννοιες για την ηθική αυτορρύθμιση στη Βιομηχανία των Μέσων.

Δεύτερο Μέρος

**ΗΘΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ
ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ**

ΗΘΙΚΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ

Η ηθική είναι εργαλείο τόσο για τους οργανισμούς Μέσων, όσο και για τη δημοσιογραφία. Χωρίς δεοντολογικά Πρότυπα είναι μάλλον αδύνατο να αναπτυχθεί πρωτοβουλία αυτορρύθμισης και να περιγραφεί μια ενάρετη δημόσια αποστολή ενός Μέσου. Η αντιμετώπιση των κινδύνων, των απειλών επί της ανεξαρτησίας των Μέσων και της αίθουσας σύνταξης ή η αποφυγή σύγκρουσης συμφερόντων, επιτυγχάνονται με την αξιοποίηση των ευκαιριών, όταν οι ηθικές δεσμεύσεις ρυθμίζουν με ισχυρό τρόπο τη Βιομηχανία του Τύπου. Η κουλτούρα της συμμόρφωσης με τους κώδικες δεοντολογίας ενισχύει την άμυνα στην απόπειρα χειραγώγησης Μέσων και δημοσιογράφων, ενώ ως ήπιο δίκαιο διαμορφώνει συνθήκες ισχυρής αυτοδέσμευσης έναντι πιέσεων των ρυθμιστικών Αρχών, αποφεύγοντας την ηθική ήττα στη διελκυστίδα συμφερόντων. Η ικανοποίηση του κοινού που λαμβάνει ζωτικές αποφάσεις με βάση την ενημέρωση, δεν μπορεί ως έννοια να υπηρετηθεί, εάν δεν βασίζεται σε ηθικούς κανόνες αληθείας, όπως θα μπορούσε να ερμηνευτεί με σύγχρονους όρους το έργο “the market for lemons”, του Akerlof (1970) ή όπως περιγράφεται στην οικονομετρία και την ασφαλιστική αγορά, η σχέση του ηθικού κινδύνου και της ασύμμετρης πληροφόρησής τους σύμφωνα με τον Ruan (2019)²⁰. Οι προκλήσεις της εποχής και ειδικώς οι τεχνολογικές εξελίξεις επαυξάνουν την ανάγκη να προστατευτεί το δημόσιο συμφέρον από την ιδιοτέλεια του κερδοσκοπικού επιχειρηματικού συμφέροντος ή την άποψη ότι τα Μέσα είναι πολιτικά εργαλεία που υπηρετούν αλλότριους οικονομικούς στόχους.

Στην εποχή της ψηφιακής μετάβασης και της αναζήτησης νέων επιχειρηματικών μοντέλων, είτε για τεχνολογικό εκσυγχρονισμό, είτε για λόγους συμμόρφωσης με νέους ρυθμιστικούς κανόνες, οι οργανισμοί Μέσων αναζητούν τρόπους να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους χαλιναγωγώντας τα κόστη, αλλά κατά βάση να αντιμετωπίσουν τον αθέμιτο ανταγωνισμό αντικαθιστώντας την άναρχη πραγματικότητα με κοινούς επιχειρηματικούς κανόνες. Αυτό οδηγεί σε κρίσιμα αποτελέσματα για τη ζωτική λειτουργία και την επιβίωση των Μέσων. Η επέκταση του χρόνου ζωής ενός οργανισμού και η διατήρηση ενός ηθικού πλεονεκτήματος, όπως αυτό που δίνει η αυτορρύθμιση, στρέφει τις επιχειρήσεις στην αναζήτηση εκείνων των Προτύπων, η πιστοποίηση με τα οποία δίνει τους καταλληλότερους δείκτες απόδοσης σε ένα ανώτερο επίπεδο αξιοσύνης, εμπιστοσύνης, ικανοποίησης του κοινού και αναγνώ-

20. Asymmetric information in insurance refers to a market situation in which one party in a transaction has insufficient information about the other party which leads to market failure.

ρισης της συμβολής τους στην κοινωνία. Το σημαντικότερο από αυτά τα Πρότυπα είναι το δεοντολογικό, δηλαδή ο Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας όπως συμπληρώνεται από τις Κατευθυντήριες Εκδοτικές Οδηγίες των Οργανισμών. Σήμερα η ενημέρωση των πολιτών σε παγκόσμιο επίπεδο γίνεται μέσω ψηφιακών Μέσων, είτε απευθείας από εκδοτικούς οργανισμούς, είτε μέσω πλατφορμών συνάθροισης και διαμοιρασμού, είτε μέσω ψηφιακών κοινωνικών δικτύων. Η εμπειρία έχει αποδείξει σε μια σειρά από αδιαμφισβήτητα περιστατικά όπως η χρήση ψηφιακών εργαλείων επηρεασμού εκλογών, ότι στα επιγραμμικά ΜΜΕ ο ηθικός κίνδυνος που αφορά στους πολίτες μεγεθύνεται όταν αντιμετωπίζουν μια καταιγίδα αποσπασματικού λόγου και πληροφοριών χωρίς διαβάθμιση σπουδαιότητας και έλεγχο εγκυρότητας, πανομοιότυπο περιεχόμενο λόγω υπερσυγκέντρωσης ή και προπαγανδιστικών πρακτικών, παραπληροφόρηση ή και σκοτεινά μοτίβα που στρεβλώνουν τις εντυπώσεις και επηρεάζουν την ελεύθερη κρίση. Ο κίνδυνος αφορά σε ζωτικά συμφέροντα της κοινωνίας και ο μετριασμός του επιτυγχάνεται μόνο στην περίπτωση κατά την οποία τα Μέσα λειτουργούν με βάση κανόνες σύμφωνους με το δημόσιο συμφέρον. Οι κανόνες αυτοί μπορεί να έχουν τόσο αυτορρυθμιστικό χαρακτήρα ενός Μέσου ή συνόλων ομοειδών Μέσων σε κοινώς αποδεκτά αυτοδεσμευτικά πλαίσια, όσο και συρρυθμιστικό χαρακτήρα, όταν οι εκδοτικές πρωτοβουλίες συνάδουν με τις κανονιστικές προβλέψεις των εθνικών και υπερεθνικών ρυθμιστικών Αρχών.

Ορισμοί:

- **Ηθική:** Είναι η διερεύνηση των πρωταρχικών ηθικών παραδοχών που έχουν άτομα, οργανώσεις ή επαγγέλματα, οι οποίες χρησιμοποιούνται για να βοηθήσουν τα μέλη των κοινοτήτων να λάβουν ορθές αποφάσεις σχετικά με το τι είναι σωστό και τι λάθος.
- **Δεοντολογία:** Η δεοντολογία είναι ένα σύνολο ηθικών κανόνων που βασίζονται στις αρχές και αξίες και μπορεί να οριστεί ως ένα μέσο ή μια προσέγγιση αρχών στη λήψη ηθικών αποφάσεων.
- **Κώδικας Δεοντολογίας:** Αποτυπώνει κωδικοποιημένα τους κανόνες και τις καλές πρακτικές που δεσμεύουν όλους σε έναν επαγγελματικό χώρο ή κοινότητα.
- **Κατευθυντήρια Οδηγία:** Είναι ήπιο δίκαιο και περιλαμβάνει κανόνες λειτουργίας, διαδικασιών και συμπεριφοράς, ενώ μπορεί να περιλαμβάνει και τους κοινώς αποδεκτούς Κώδικες Δεοντολογίας.

Σύμφωνα με τον Ndhlou (2020), ο όρος της ηθικής αναφέρεται στη συμπεριφορά που κατευθύνεται από κανόνες για τις ανθρώπινες πράξεις και τη συμπεριφορά με μια κατηγοριοποίηση καλού (σωστού) και κακού. Η ηθική είναι κλάδος της φιλοσοφίας και κατά το λεξικό της Οξφόρδης είναι οι ηθικές αρχές που κατευθύνουν ή επηρεάζουν τη συμπεριφορά. Οι αγγλικοί όροι «ethics» & «moral» προέρχονται

από τα λατινικά και είναι συνώνυμες. Όταν αναφέρονται σε Κώδικες Συμπεριφοράς σε επίπεδο ευρύτερων κοινωνικών συνόλων, χρησιμοποιείται η λέξη *ethics*. Όταν πρόκειται για την ηθική ενός ατόμου ή ομάδας ανθρώπων χρησιμοποιείται η λέξη *moral* (ελληνική λέξη «**ἠθος**»). Στην εφαρμοσμένη ηθική εξετάζεται η επίδραση μιας ειδησεογραφικής πληροφορίας. Η εστίαση δεν γίνεται μόνο στην ταυτότητα και τη δράση του/της δημοσιογράφου αλλά και στις αντιδράσεις/επιπτώσεις από τη δημοσίευση αυτής της δημοσιογραφικής πληροφορίας.

Σύμφωνα με την Anita Allen (2019), η ηθική είναι το εργαστηριακό πείραμα επαλήθευσης του σωστού και του λάθους, του δίκαιου και του άδικου. Συχνά, η προσωπική ηθική των δημοσιογράφων και τα επαγγελματικά δεοντολογικά Πρότυπα μπορεί να χρειαστεί να σταθμιστούν ως υπέρτερες αξίες ακόμη και από το ποινικό δίκαιο, διότι η ηθική μπορεί να συγκλίνει με το νόμο αλλά οι όροι είναι διακριτοί. Ένα μεγάλο σύνολο κανόνων που εμπεριέχει κοινωνικούς μηχανισμούς όπως οι νόμοι και τα δεοντολογικά Πρότυπα μπορεί να επιμεριστεί σε νόμους που προβλέπουν τιμωρία και ηθικές παραβάσεις που οδηγούν σε ντροπή και απαξία. Παράλληλα, ο δεοντολογικός μηχανισμός με το σύνολο κανόνων ηθικής μπορεί να γίνει αξιολογητικός μηχανισμός για τη νομιμότητα του νόμου, καθώς η ηθική μπορεί να γίνει κριτήριο για τη νομιμότητα του δικαίου και αυτή η παραδοχή χρησιμοποιείται ως άμυνα από τα ΜΜΕ, όταν για να διερευνήσουν και να δημοσιεύσουν, συγκρούονται με νομοθετικές απαγορεύσεις. Ο Durkheim (1992 [1957]) ισχυρίζεται ότι αυτό το σκεπτικό για την εστίαση του δημοσιογράφου στον κοινωνικό κανόνα και το δημόσιο συμφέρον εξηγεί γιατί καμία επαγγελματική δραστηριότητα δεν μπορεί να επιτελεστεί χωρίς τους δικούς της ηθικούς κανόνες.

Οι ηθικοί κανόνες αυτορρύθμισης, όπως οι Κώδικες Δεοντολογίας στα ΜΜΕ, εστιάζουν κυρίαρχα σε ορισμένες αποδεκτές αρχές, όπως υπογραμμίζεται σε έκθεση του Puddephatt (2011: 11) για τα Ηνωμένα Έθνη, βασιζόμενος σε αναφορά για τους Kovach & Rosenstiel²¹ για το σεβασμό στην αλήθεια και το δικαίωμα του κοινού στην αλήθεια, το δικαίωμα σε δίκαιο σχόλιο και κριτική, την πραγματική και αντικειμενική αναφορά, τη χρήση δίκαιων μεθόδων για τη λήψη πληροφοριών και την προθυμία για διόρθωση λαθών με σεβασμό στην εμπιστευτικότητα των πηγών.

Παρουσιάζοντας το βιβλίο “The Elements of Journalism”, των Bill Kovach και Tom Rosenstiel, Το Αμερικανικό Ινστιτούτο Τύπου που συνδράμει τους εκδότες να κατανοήσουν και να προσελκύσουν το κοινό, να αυξήσουν τα έσοδά τους και να

21. Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2021). *The elements of journalism, revised and updated 4th edition: What newspeople should know and the public should expect*. Crown.

βελτιώσουν τη δημοσιογραφία²² αναφέρεται διεξοδικά στον δεκάλογο με τις αρχές στις οποίες βασίζεται η δημοσιογραφία.

Δημοσιογραφικές αρχές	
1.	Η πρώτη υποχρέωση της δημοσιογραφίας είναι η αλήθεια
2.	Η πρωταρχική πίστη της είναι στους πολίτες
3.	Η ουσία της είναι η πειθαρχία στην επαλήθευση
4.	Όσοι την ασκούν πρέπει να διατηρούν την ανεξαρτησία τους
5.	Πρέπει να λειτουργεί ως ανεξάρτητος παράγοντας ελέγχου της εξουσίας
6.	Πρέπει να παρέχει ένα φόρουμ για δημόσια κριτική και συμβιβασμό
7.	Πρέπει να επιδιώκει να κάνει τις ειδήσεις σημαντικές και σχετικές
8.	Πρέπει να διατηρεί τις ειδήσεις περιεκτικές και αναλογικές
9.	Να επιτρέπεται στους δημοσιογράφους να λειτουργούν με τη συνείδησή τους
10.	Η δημοσιογραφία των πολιτών έχει δικαιώματα και ευθύνες

Πίνακας 1 Δεκάλογος Δημοσιογραφικών Αρχών (American Press Institute, 2022)

Σύμφωνα με τον Kent (2013), θα συνέβαλλε στην κατανόηση του λειτουργήματος της δημοσιογραφίας η θέσπιση ενός νομικά κατοχυρωμένου ορισμού για τη διασφάλισή του. Οι παράγοντες που θα λαμβάνονταν υπόψη, θα μπορούσαν να προκύπτουν από τα ερωτήματα, εάν το παραγόμενο περιεχόμενο προορίζεται για το ευρύ κοινό, εάν είναι αποτέλεσμα δημιουργικής εργασίας, εάν βασίζεται σε γεγονότα, εάν μεταφέρει πολλές απόψεις, εάν οι δημοσιογράφοι προστατεύονται από συγκρούσεις συμφερόντων, εάν αποκαλύπτει ο/η δημοσιογράφος την ταυτότητά του/της και εάν διορθώνει δημοσίως τα λάθη;

Εξετάζοντας την ηθική και τη δεοντολογία από την οπτική γωνία των εκδοτικών επιχειρήσεων, χωρίς τα μέσα ενημέρωσης δεν υφίσταται η κοινωνική και η πολιτική ζωή όπως τη γνωρίζουμε σήμερα. Αναγνωρίζονται, όπως αναφέρει ο Carlyle (1993), ως η «τέταρτη εξουσία» πλάι στις συνταγματικά κατοχυρωμένες εξουσίες, τη νομοθετική, τη δικαστική και την εκτελεστική. Ο ρόλος τους δεν περιορίζεται αποκλειστικά στην αναπαραγωγή των γεγονότων αλλά ταυτόχρονα μεταφέρουν πολιτικές, κοινωνικές, ηθικές, πολιτιστικές και άλλες ιδέες. Ως εκ τούτου, συμβάλουν σημαντικά στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Μόνο όμως εκείνα τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης που είναι ελεύθερα και ανεξάρτητα από τον κυβερνητικό ή

22. American Press Institute. (2022, August 24). The elements of journalism - American Press Institute. <https://www.americanpressinstitute.org/journalism-essentials/what-is-journalism/elements-journalism/>

άλλον έλεγχο. Σε αντίθετη περίπτωση, κατά τους Handzhiyska & Mackay (2017), μεγιστοποιούν τους κοινωνικούς διαχωρισμούς, εγκαταλείπουν τις κύριες λειτουργίες τους και, χρησιμοποιώντας την επιρροή τους, ενισχύουν τις κρατικές ή οικονομικές δυνάμεις και αποκλείουν τις κρίσιμες «φωνές» από τον δημόσιο λόγο. Από τη σκοπιά των δημοσιογράφων, οι Κώδικες επαγγελματικής συμπεριφοράς κατά το Συμβούλιο της Ευρώπης²³ (COE, 2015) είναι ο εγγυητής της δημοσιογραφίας που ασκείται υπό τη σκέπη των ηθικών αξιών. Είναι μια δήλωση δέσμευσης των δημοσιογράφων να είναι υπεύθυνοι και αξιόπιστοι. Παρέχουν δε προστασία στους ιδιοκτήτες των μέσων ενημέρωσης και τους δημοσιογράφους απέναντι σε οποιαδήποτε αδικαιολόγητη κριτική και νομική δράση. Συντάσσονται από δημοσιογραφικές ενώσεις, μιντιακούς οργανισμούς (δημόσιους και ιδιωτικούς) και άλλους ρυθμιστικούς φορείς, ενώ αντίθετα το κράτος δεν διαδραματίζει κανένα ρόλο σε αυτή τη διαδικασία. Πριν από 100 χρόνια καταρτίστηκαν οι πρώτοι Κώδικες στην Ευρώπη ειδικά για να αποτρέψουν τις προσπάθειες των κυβερνήσεων να νομοθετήσουν για τις συντακτικές υπερβολές ενός λεγόμενου «Κίτρινου Τύπου» όπως αναφέρεται στην έκθεση του Επιτρόπου των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων του Συμβουλίου της Ευρώπης²⁴.

Οι δύο προσεγγίσεις, του ατόμου που δημοσιογραφεί και της εταιρικής διοίκησης, η ανεξαρτησία και αμεροληψία που βασίζονται σε αναγνωρισμένους κανόνες ηθικής και από τις δύο πλευρές, κάνουν την ποιοτική διαφορά. Η αμερόληπτη δημοσιογραφία είναι εξαιρετικά ισχυρή και ανθεκτική παρά τις «επιθέσεις» και τα στερεότυπα που έχουν αναπτυχθεί. Το αξιακό στοιχείο του «χαρακτήρα» της αναδεικνύεται μέσα από τη δίκαιη παρουσίαση διαφορετικών απόψεων, που όχι μόνο δεν συρρικνώνει την αλήθεια, αλλά αντίθετα είναι ο μόνος ειλικρινής τρόπος αναφοράς ενός θέματος. Η ορθώς ασκούμενη δημοσιογραφία αναδεικνύει τις ηθικές αρχές και αξίες ενισχύοντας παράλληλα την προσήλωση σε αποδεκτά Πρότυπα συμπεριφοράς. Εξελίσσεται σε έναν ισχυρό σύμμαχο όλων αυτών που αγωνίζονται για τη δημοκρατία και την προστασία των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Στα μέσα του 19ου αιώνα οι κορυφαίοι Ευρωπαίοι συντάκτες/συντάκτριες διατύπωσαν ηθικούς Κώδικες για τις εφημερίδες τους. Εκατό χρόνια αργότερα, την ίδια χρονιά που υιοθετήθηκε η Ευρωπαϊκή Σύμβαση για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα, η Διεθνής Ομοσπονδία Δημοσιογράφων συμφώνησε τον πρώτο διεθνή Κώδικα αρχών για τη

23. Committee on Culture, Science, Education and Media. (2015). Media responsibility and ethics in a changing media environment. *Council of Europe* <https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XM-L2HTML-en.asp?fileid=21805&lang=en>

24. CommDH/IssuePaper(2011)1. <https://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/mars/source/resources/references/04%20-%20CM%20ComDH%20Ethical%20Journalism%20and%20Human%20Rights%202011.pdf>

συμπεριφορά της ηθικής δημοσιογραφίας. Αρχές, γνωστές και ως Διακήρυξη του Μπορντώ, υιοθετήθηκαν για πρώτη φορά το 1954 από το Παγκόσμιο Συνέδριο της Διεθνούς Ομοσπονδίας και τροποποιήθηκαν το 1986. Έχουν σχηματίσει το θεμέλιο της ασυμβίβαστης στάσης της Ομοσπονδίας (IFJ, Declaration of Principles)²⁵ για την υπεράσπιση μιας ποιοτικής και ηθικής δημοσιογραφίας. Δημοσιογραφία και ανθρώπινα δικαιώματα τέμνονται υπό το βάρος αξιολογήσεων και ιστορικών αλλαγών. Το 1997 η Committee of Concerned Journalists, υπό τη διοικητική σκέπη του Προγράμματος Αριστείας στη Δημοσιογραφία (Project for Excellence in Journalism), εξέδωσε μια Δήλωση Κοινού Σκοπού (Statement of Shared Purpose)²⁶, η οποία ορίζει ως κεντρικό σκοπό της δημοσιογραφίας την παροχή στους πολίτες ακριβών και αξιόπιστων πληροφοριών. Το σύνολο των αρχών συνοψίζονται σε τρεις βασικές ηθικές υποχρεώσεις του Τύπου:

- Να «μιλάει» με τη γλώσσα της αλήθειας και με ακρίβεια.
- Να διατηρεί την ανεξαρτησία του και την πίστη του στο κοινωνικό σύνολο.
- Να αποφεύγει τον εντυπωσιασμό και τα ασήμαντα πράγματα προστατεύοντας την ιδιωτική ζωή εις βάρος της διάδοσης «άξιων προς δημοσίευση» πληροφοριών.

Στη βάση της ιδέας της «Τέταρτης Εξουσίας» αναπτύχθηκε τον 19ο αιώνα η φιλελεύθερη θεωρία του Τύπου που υποστηρίζει ότι ένας ελεύθερος και ανεξάρτητος Τύπος είναι απαραίτητος για την προστασία των ελευθεριών του κοινού και την προώθηση της φιλελεύθερης μεταρρύθμισης. Η φιλελεύθερη ιδέα ενός «κοινωνικού συμβολαίου» του Τύπου χρησιμοποιήθηκε για να υποστηρίξει ότι η κοινωνία επιτρέπει σε επαγγελματίες δημοσιογράφους να ασκούν ελεύθερα το λειτούργημά τους με αντάλλαγμα την υπεύθυνη κάλυψη σημαντικών κοινωνικών θεμάτων. Το φιλελεύθερο «κοινωνικό συμβόλαιο» ανέδειξε δύο τύπους αρχών στους επαγγελματικούς κώδικες δεοντολογίας: προληπτικές και περιοριστικές. Οι προληπτικές αρχές υποστηρίζουν ότι οι δημοσιογράφοι δεν έχουν απλώς ελευθερία δημοσίευσης, αλλά έχουν επίσης καθήκον να δημοσιεύουν την πιο ακριβή και περιεκτική αλήθεια σε θέματα δημοσίου συμφέροντος. «Αναζητήστε την αλήθεια και αναφέρετέ το» και «ενεργείτε ανεξάρτητα» είναι πρωταρχικές προληπτικές αρχές των περισσότερων δυτικών κωδικών δεοντολογίας. Αντίστοιχα, οι περιοριστικές αρχές καλούν τους δημοσιογράφους να χρησιμοποιήσουν αυτήν την ελευθερία για δημοσίευση με υπευθυνότητα. Οι αρχές περιορισμού περιλαμβάνουν το καθήκον «ελαχιστοποίη-

25. (Global Charter of Ethics for Journalists. (n.d.-c).) <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html>

26. Leighton, W. K. (2009, November 26). Committee of Concerned Journalists: The principles of journalism. Ανάκτηση από <https://journalistsresource.org/home/principles-of-journalism/>

σης της βλάβης» σε ευάλωτα θέματα ιστοριών, όπως παιδιά ή τραυματισμένα άτομα, και το καθήκον να λογοδοτούν στο κοινό για συντακτικές αποφάσεις. Για οποιαδήποτε κατάσταση, οι δημοσιογράφοι αναμένεται να σταθμίσουν τις αρχές, τα Πρότυπα, τα γεγονότα, τις αναμενόμενες συνέπειες, τα δικαιώματα και τον αντίκτυπο στην προσωπική φήμη. Όταν οι κανόνες συγκρούονται, όπως, στην περίπτωση που αν αναφέρουν την αλήθεια, συγκρούονται με την επιθυμία να ελαχιστοποιηθεί η βλάβη, αν αναφερθεί ένα ευαίσθητο γεγονός, οι δημοσιογράφοι θα πρέπει να αποφασίσουν σταθμίζοντας ποιες αρχές έχουν προτεραιότητα. Η λογική στη δημοσιογραφική ηθική σύμφωνα με τον Ward (n.d.) προκαλεί τους δημοσιογράφους να επιτύχουν μια «αντανακλαστική ισορροπία» μεταξύ των διαισθήσεων και των αρχών. Όπως αναφέρουν οι Ireton & Posetti (2018) κάνοντας χρήση αποφθέγματος της καθηγήτριας του Tower Center for Digital Journalism του Πανεπιστημίου Columbia, Emily Bell (2023), «να έχετε γνώση ότι διαθέτετε ισχυρή άμυνα υπέρ του δημοσίου συμφέροντος προκειμένου να παραβιάσετε το νόμο και να είστε προετοιμασμένοι να πάτε στη φυλακή για να υπερασπιστείτε την ιστορία και τις πηγές σας».

Η πιο εμβληματική παρέμβαση στην ηθική διακυβέρνηση των Μέσων και την αξία της τήρησης των δημοσιογραφικών αρχών στη διαδρομή του χρόνου ήταν αυτή του Scott (1921), ο οποίος ανέφερε σε εκδοτικό του σημείωμα με τον τίτλο «εκατό χρόνια» ότι «μια εφημερίδα έχει δύο όψεις. Είναι μια επιχείρηση, όπως κάθε άλλη, και πρέπει να πληρώσει με την υλική έννοια για να ζήσει. Αλλά είναι πολύ περισσότερο από μια επιχείρηση, καθώς είναι θεσμός και αντανακλά και επηρεάζει τη ζωή μιας ολόκληρης κοινότητας. Μπορεί να επηρεάσει ακόμη ευρύτερα πεπερωμένα. Είναι, με τον τρόπο της, ένα όργανο διακυβέρνησης. Παιζει με το μυαλό και τις συνειδήσεις των ανθρώπων. Μπορεί να εκπαιδεύσει, να τονώσει, να βοηθήσει ή μπορεί να κάνει το αντίθετο. Έχει, λοιπόν, ηθική αλλά και υλική υπόσταση και ο χαρακτήρας και η επιρροή της καθορίζονται κυρίως από την ισορροπία αυτών των δύο δυνάμεων. Μπορεί να κάνει το κέρδος ή την εξουσία πρωταρχικό σκοπό της, ή μπορεί να θεωρήσει τον εαυτό της ότι εκπληρώνει μια υψηλότερη και πιο απαιτητική λειτουργία». Ο Scott τόνιζε ότι η κύρια αρετή (ψυχή) του Μέσου είναι η ανεξαρτησία, τα γεγονότα είναι ιερά, τα σχόλια δωρεάν και η προπαγάνδα είναι μίσος.

Εκατό χρόνια μετά τον Scott, οι θεαματικές εξελίξεις στα ψηφιακά Μέσα έχουν επαναπροσδιορίσει τον τρόπο εργασίας των δημοσιογράφων και τον τρόπο οργάνωσης των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης. Οι σύγχρονες ειδησεογραφικές συνθήκες δοκιμάζουν την κρίση και την τιμιότητα του/της δημοσιογράφου όχι με έναν ριζικά διαφορετικό τρόπο σε σχέση με το παρελθόν, αλλά με έναν τρόπο πιο συστηματικό και με ταχύτητα μεγαλύτερη από ποτέ. Ο Karcher (2009) υποστηρίζει ότι οι ηθικοί δημοσιογραφικοί κανόνες ορίζονται ως ένα σύστημα ηθικών αρχών

και αξιών που ερμηνεύονται υπό το πρίσμα της δημοσιογραφικής κουλτούρας. Το αναγκαίο της εφαρμογής αυτών των κανόνων συνοψίζεται στα λόγια του καθηγητή Blake Morant (2005) «η δημοκρατία, που καλλιεργεί τον αμοιβαίο σεβασμό για τα αναφαίρετα δικαιώματα των άλλων, σιωπηλά ενθαρρύνει τους πολίτες, συμπεριλαμβανομένων των επαγγελματιών του Τύπου, να ασκούν τα δικαιώματά τους με υπευθυνότητα». Ο συμβιβασμός στο περιρρέον «περιβάλλον» και η μη τήρηση των ηθικών δεοντολογικών κανόνων κατά τον Karcher (2009), δεν μπορεί να είναι μια αποδεκτή «συνθήκη» στη βιομηχανία των μέσων ενημέρωσης.

Με βάση τα παραπάνω τίθεται το ερώτημα για το εάν σήμερα οι Κώδικες δεοντολογίας έχουν προσαρμοστεί στο νέο περιβάλλον του διαδικτύου και της εντατικής χρήσης τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών στις αίθουσες σύνταξης, καθώς είναι βέβαιο όπως αποφαίνονται οι Deuze & Yeshua (2001: 276) ότι αυτές οι τεχνολογικές εξελίξεις διαμορφώνουν και επαναπροσδιορίζουν μια σειρά από ηθικά και δεοντολογικά ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι δημοσιογράφοι, όταν δραστηριοποιούνται στο διαδίκτυο ή χρησιμοποιούν πηγές από αυτό. Όπως αναφέρουν οι Diaz-Campo and Segado-Boj (2015), από το 2001 έχουν συνταχθεί ή αναθεωρηθεί 31 κώδικες, αλλά μόνο 9 από τους 99 Κώδικες που αναλύθηκαν έχουν προσθέσει συγκεκριμένες αναφορές στο Διαδίκτυο και τις ΤΠΕ.

Οι κώδικες δεοντολογίας που αναλύθηκαν αντικατοπτρίζουν μια στάση απέναντι στο διαδίκτυο και την ψηφιακή δημοσιογραφία που μπορεί να χαρακτηριστεί, εν ολίγοις, ως μια ευρέως διαδεδομένη έλλειψη ενδιαφέροντος και έλλειψη συνοχής. Στους περισσότερους από αυτούς τους 9 κώδικες που μελετήθηκαν και οι οποίοι περιλαμβάνουν αναφορές στις ΤΠΕ, δεν υπάρχει τίποτα περισσότερο από μια δήλωση ότι η διαδικτυακή δημοσιογραφία υπόκειται στις ίδιες αρχές με την παραδοσιακή δημοσιογραφία. Δεν υπάρχουν ομοιόμορφες τάσεις ως προς τον τρόπο με τον οποίο οι πτυχές που αφορούν ειδικά την ψηφιακή δημοσιογραφία ενσωματώνονται στους κώδικες δεοντολογίας. Οι κώδικες των δημοσιογράφων καθορίζουν με σαφήνεια, για το κοινό, τους βασικούς κανόνες του επαγγέλματος, το οποίο θα δυσκολευτεί να διατηρήσει την αξιοπιστία του, αν αυτοί οι βασικοί κανόνες είναι ξεπερασμένοι.

Αυτορρύθμιση με ηθικά Πρότυπα

Ηθική Διακυβέρνηση

Στην Επιστήμη της Επικοινωνίας, ο Lameiras (2017) υποστηρίζει ότι η θεωρητική δομή της διακυβέρνησης των Μέσων τονίζει ένα σύνολο χαρακτηριστικών τα οποία δύνανται να συνοψιστούν στην αναγνώριση του πολλαπλασιασμού των κέντρων λήψης αποφάσεων, την αναγνώριση πολλαπλών πιθανών σχέσεων μεταξύ διαφο-

ρετικών ομάδων ενδιαφερομένων μερών, την προοπτική διαμοιρασμένης δύναμης (αντί της ηγεμονικής δύναμης, συνήθως από το κράτος) και την προοπτική κοινών ρόλων και ευθυνών. Αυτή η προσέγγιση επιτρέπει να διακριθούν τα τέσσερα επίπεδα στα οποία μπορεί να επιτευχθεί ρύθμιση βάσει των ακόλουθων κατευθυντήριων αρχών και τα οποία είναι η δέσμευση, η αμοιβαία συμφωνία, η ευθύνη και λογοδοσία και ο εθελοντισμός στην τήρηση κοινών πρακτικών.

Διερευνώντας το ρόλο της διακυβέρνησης των Μέσων ως μια πολυεπίπεδη και ακατάστατη διαδικασία αλληλεπίδρασης και πάλης για την εξουσία οι Sarikakis & Winter (2021) επισημαίνουν ότι η ηθική ως παράγοντας της διακυβέρνησης σημαίνει την εκτίμηση των τρόπων με τους οποίους θεωρητικοί και άυλοι παράγοντες, όπως οι αρχές, οι αξίες και οι ιδεολογίες, διαμορφώνουν τη δημοσιογραφία μαζί με τις διαρθρωτικές και θεσμικές διαστάσεις. Όπως επισημαίνουν, η διακυβέρνηση των Μέσων γίνεται καλύτερα κατανοητή ως μια πολιτική διαδικασία της οποίας το σύνολο των θεσμών και δράσεων, καθώς και το ιδεολογικό υπόβαθρο, έχει ρυθμιστική επίδραση στην επικοινωνία και τους επικοινωνιακούς χώρους. Αυτή είναι μια διαφορετική προσέγγιση από αυτή του Purpiss (2010) περί ρυθμιστικής δομής ή του Freedman (2008) ως σύνολο μηχανισμών οργάνωσης των Μέσων. Κατά τον Lameiras (2017) ο ορισμός της διακυβέρνησης των Μέσων «περιλαμβάνει το σύνολο των μορφών συλλογικών κανόνων στον τομέα των Μέσων Ενημέρωσης». Όπως αναφέρει, η χρησιμότητά της συνοψίζεται στο ότι επιτρέπει σε έναν ευρύτερο προβληματισμό να συμπεριλάβει την επιρροή περιφερειακών και παγκόσμιων παραγόντων χωρίς να απορρίπτει τη σημασία των εθνικών συνόρων. Έχει τη δυνατότητα να ενσταλάξει ή να οδηγήσει σε περισσότερη ευθύνη, από τη στιγμή που οι εξουσίες μονομερώς επιβάλλουν συμπεριφορές, όταν τα όρια ή οι κυρώσεις είναι αντίθετα με την ιδέα της διακυβέρνησης, επιτρέπει την ένταξη ιδιωτικών φορέων αλλά και πολιτών στο σχεδιασμό και την εφαρμογή δημόσιων πολιτικών και τους επιτρέπει να παρεμβαίνουν στη λήψη των αποφάσεων και καλεί σε διαβούλευση, ανταλλαγή και συνεργασία.

Εφόσον η διακυβέρνηση, κατά τους Sarikakis & Winter (2021), προϋποθέτει τη δεοντολογία για να επιτευχθεί η αυτορρύθμιση, είναι μάλλον σωστό να θεωρείται η ρύθμιση της δημοσιογραφίας ως ένα μοντέλο αυτό- και συν- ρύθμισης, όπου οι αρχές είναι καλό να κρατούνται σε απόσταση από την καθημερινότητα της αίθουσας σύνταξης και κυρίως όπου η δεοντολογία συνδέεται με τα Πρότυπα αυτορρύθμισης του κλάδου, όπως ορίζονται από τα Συμβούλια Τύπου. Σύμφωνα με τον Purpiss (2010:≡, p. 142), η συλλογική διακυβέρνηση των Μέσων περιλαμβάνει τη νομοθετική ρύθμιση, τη συρρύθμιση και την αυτορρύθμιση που αφορούν σε όλους τους οργανισμούς μέσων ενημέρωσης σε μια δεδομένη βιομηχανία (π.χ. τον Τύπο ή τα

ραδιοτηλεοπτικά μέσα) καθώς και τα κανονιστικά πλαίσια για την αυτο-οργάνωση. Ωστόσο, οι Sarikakis and Winter (2021) υποστηρίζουν ότι η δημοσιογραφική δεοντολογία υπό το πρίσμα της διακυβέρνησης φωτίζει την ευθύνη που βαρύνει τη βιομηχανία των Μέσων και τα κράτη, συμπεραίνοντας ότι απαιτείται διεύρυνση των αντιλήψεων για τη λειτουργία της δημοσιογραφίας. Οι συγγραφείς υπερτονίζουν ότι μια βασική πτυχή είναι η ανάλυση της ηθικής ως διακυβέρνησης, όπου εντοπίζεται η δυνατότητα μη παραδοσιακών πρακτικών και ηθικής που απορρέουν από την πίστη προς το κοινό, να προηγούνται της αίσθησης πίστης στους «χρυσούς δεοντολογικούς κανόνες».

Η ασθενής δεοντολογική διακυβέρνηση επιτρέπει ιστορικά στις κυβερνήσεις να ελέγχουν τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης για να ενισχύσουν την εξουσία ενός καθεστώτος. Κατά των Chakravartty & Sarikakis (2006), αυτό επιτυγχάνεται όταν συνδέουν την επικοινωνιακή πολιτική με τα οικονομικά συμφέροντα, από την επιβολή των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας έως τη διασφάλιση ότι οι ιδιωτικές εταιρείες έχουν πρόσβαση στην τελευταία τηλεπικοινωνιακή υποδομή, στην προώθηση των εξαγωγών με βάση την τεχνολογία πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ), έως την επιδότηση ξένων επενδύσεων σε κλάδους που σχετίζονται με τις επικοινωνίες ως αναπτυξιακή στρατηγική. Υπό αυτή τη συνθήκη παρατηρείται συγκέντρωση των Μέσων σε λίγα χέρια, κάτι το οποίο ήταν πάντοτε σημαντικό ζήτημα, όπως αναφέρει ο Παπαθανασόπουλος (1997, p.221).

Η σύγκρουση συμφερόντων και η παραπληροφόρηση

Στην ηθική διακυβέρνηση των Μέσων δεν μπορεί να γίνει αποδεκτή καμία μορφή αποδοχής ρίσκου από τη σύγκρουση συμφερόντων ή να γίνεται πλημμελής έλεγχος για παραπληροφόρηση. Πολύ περισσότερο, δεν μπορεί να μη ληφθεί υπόψη ότι η τεχνολογία έφερε νέα δεδομένα και ανέδειξε νέες ψηφιακές ηθικές προκλήσεις που πρέπει να χαρακτηρίζουν την όποια απόπειρα αυτορρύθμισης για διακυβέρνηση των Μέσων.

Εστιάζοντας στο κακόβουλο και ψευδές περιεχόμενο και τις θεωρίες συνωμοσίας, κάθε καλόπιστος παρατηρητής δεν μπορεί να διακρίνει, πίσω από τον αδόκιμο όρο fake news, το μεγαλύτερο παράδοξο της εποχής των scrolling news. Σήμερα είναι μάλλον αποδεκτό να θεωρηθεί ότι είναι δεοντολογικά αποδεκτό να μεταφέρει κάποιος έναν ψευδή ισχυρισμό τρίτου, όπως έλεγε ο Ηρόδοτος, ή να τεκμηριώσει ως είδηση μια γκριζα διαφήμιση προϊόντων λόγω καινοτομίας ή ευκαιρίας προς το καταναλωτικό κοινό. Οι δημοσιογράφοι, ωστόσο, έχουν το καθήκον ελέγχου των πηγών, της μη άκριτης υιοθέτησης πληροφόρησης από μηχανισμούς προπαγάνδας,

το καθήκον να αποφεύγουν να διαφημίζουν προϊόντα ή απόψεις, και το καθήκον να αποφεύγουν συγκρούσεις συμφερόντων. Στην περίπτωση της moonlighting δημοσιογραφίας, ο δημοσιογράφος εκπροσωπεί κρυφά μια άποψη ή κάποιο πολιτικό ή οικονομικό συμφέρον και φροντίζει να το προωθή εξαπατώντας ότι πρόκειται για κάτι που μπορεί να ληφθεί ως γυμνή αλήθεια. Εάν δεχθούμε ότι η μισή αλήθεια είναι ένα ολόκληρο ψέμα, τότε παρουσιάζουν ελλιπή στοιχεία για τα 5 W & 1 H της δημοσιογραφίας (ποιος, πού, τι, γιατί, πότε και πώς). Ενισχυτικά για το πρόβλημα, ο Muller (2016) εντοπίζει ότι τα MME λόγω προσπορισμού οικονομικού οφέλους αλλά και σχέσεων με τα συμφέροντα, υιοθετούν τέτοιες πρακτικές news - like & conflict of interest περιεχομένου, μέσω της υβριδικής δημοσιογραφίας, για να προωθήσουν προϊόντα, πολιτική άποψη, ιδεολογία, θρησκεία και άλλα. Με τα περιθώρια που αφήνει η υβριδική δημοσιογραφία των πολλών media assets, πλατφορμών και εργαλείων, όπως ισχυρίζονται οι Splendore & Brambilla (2021), οι εκδότες εντάσσουν στην εμπορική τους πολιτική ή ακόμη και στο media governance αυτές τις πρακτικές αδιαφορώντας για το υψηλό ρίσκο αξιοπιστίας που αναλαμβάνουν. Υπό αυτά τα δεδομένα, είναι μάλλον χρήσιμο να θεωρείται ότι στην προσπάθεια αντιμετώπισης της παραπληροφόρησης εντάσσονται και η ελλιπής ενημέρωση και η προπαγάνδα.

Στο πεδίο της ηθικής υβριδικής δημοσιογραφίας και των Μέσων εγείρονται σημαντικά ερωτήματα, όπως, ποιος είναι ο ρόλος των ηθικών κανόνων της δημοσιογραφίας στο σημερινό μιντιακό τοπίο, το οποίο καθοδηγείται από τη χαμηλή οικονομική δύναμη και τον έντονο ανταγωνισμό μεταξύ πολλών πηγών ενημέρωσης που μεταδίδουν νέα σε διάφορες μορφές επιδιώκοντας να τραβήξουν την προσοχή του κοινού; Εξ αυτού είναι αμφισβητήσιμο εάν οι ηθικοί κανόνες της δημοσιογραφίας μπορούν να συνυπάρχουν σε ένα περιβάλλον με πίεση χρόνου, στο οποίο οι πηγές των μέσων ενημέρωσης έχουν την πρόσθετη πίεση να «ξεπουλήσουν», να δράσουν εις βάρος των ανταγωνιστών τους.

Τα MME και τα social media ως ενδιάμεσοι πάροχοι, είναι άσπονδοι φίλοι (frenemies). Ανταλλάσσουν περιεχόμενο και έχουν μια κάποια συναλλαγή (έστω ανισοβαρής), η οποία, χωρίς εγγύηση ουσιαστικής βελτίωσης αλλά μάλλον μικροδιόρθωσης στην οικονομική σχέση, ισχυροποιείται ακόμη περισσότερο στην Ευρώπη από το νομικό πλαίσιο (Οδηγία 790 ΕΕ)²⁷ για τα συγγενικά δικαιώματα των εκδοτών και το μερίδιο των δημοσιογράφων (παραγωγών περιεχομένου). Ωστόσο, είναι κοινή παραδοχή ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τα επιχειρηματικά μοντέλα που

27. EU COM Directive 2019/790 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC. Strasbourg. Ανάκτηση από <https://eur-lex.europa.eu/>. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj>

έχουν οικοδομηθεί γύρω από αυτά, δεν έχουν σχεδιαστεί για να προωθούν ή να αναδεικνύουν ροές αξιόπιστων και έγκυρων πληροφοριών όπως το επιτυγχάνει η δημοσιογραφία. Τα ΜΜΕ κινούνται με πιο αργή ταχύτητα έναντι της αστραπιαίας δημοσίευσης πληροφοριών στα social media. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να εκτροχιάζονται τα ΜΜΕ, όταν επιχειρούν να γίνουν πιο ανταγωνιστικά συγχρονιζόμενα με τα κοινωνικά δίκτυα. Την ίδια ώρα, πολλές ενώσεις Ευρωπαίων εκδοτών μελετούν τρόπους ανάπτυξης εναλλακτικών επιχειρηματικών μοντέλων, αλλά οι περισσότεροι ακόμη προσβλέπουν στους δισεκατομμύρια χρήστες των πλατφορμών. Παραταύτα, όπως εύγλωττα σημειώνει ο Frederic Filloux (2018), Γάλλος σχολιαστής μέσων ενημέρωσης στις ΗΠΑ, μια αλλαγή πλεύσης από τη βιομηχανία των ΜΜΕ θα τους έδινε την δυνατότητα να επανεπενδύσουν χρόνο και πόρους σε πράγματα που πραγματικά δημιουργούν καλή δημοσιογραφία, κατά τον White (2018). Ένα κεντρικό ερώτημα που αναδύεται από την ανάπτυξη των ψηφιακών μέσων είναι σε ποιον βαθμό οι ισχύοντες ηθικοί κανόνες δεοντολογίας είναι κατάλληλοι για τα παρόντα και τα μελλοντικά μέσα ενημέρωσης, τα οποία είναι άμεσα, διαδραστικά και πάντα εν λειτουργία, ήτοι μια δημοσιογραφία για επαγγελματίες και ερασιτέχνες. Κατά τον Karcher (2009), οι Κώδικες δεοντολογίας είναι επιτακτικό να επαναξιολογηθούν και να επανασχεδιαστούν με βάση τα μέσα ενημέρωσης του σήμερα και όχι του χθες, καθώς η ψηφιακή «επανάσταση» δημιούργησε τάσεις ηθικής σε δύο επίπεδα. Στο πρώτο επίπεδο συναντάται η αντιδιαστολή μεταξύ της παραδοσιακής και της διαδικτυακής δημοσιογραφίας. Η κουλτούρα της παραδοσιακής δημοσιογραφίας –οι αξίες της ακρίβειας, της επιβεβαίωσης πριν τη δημοσίευση, της ισορροπίας, της αμεροληψίας και ο ρόλος του «φύλακα» των πυλών της ενημέρωσης– έρχεται αντιμέτωπη με τα «ήθη» της διαδικτυακής δημοσιογραφίας, ήτοι την αμεσότητα, την αδιαφάνεια, τη μεροληψία, τους μη επαγγελματίες δημοσιογράφους και τη, μετά τη δημοσίευση, ανύπαρκτη πολιτική διόρθωσης. Αντίστοιχα, στο δεύτερο επίπεδο αναδεικνύεται η αντιπαράθεση μεταξύ της τοπικής και της παγκόσμιας δημοσιογραφίας. Ανακύπτουν κατά τον Karcher τα εξής ερωτήματα, για το εάν η δημοσιογραφία έχει παγκόσμιο αντίκτυπο και ποιες είναι οι παγκόσμιες ευθύνες της. Επίσης, εάν πρέπει οι κώδικες δεοντολογίας να επαναδιατυπώσουν τους σκοπούς και τους κανόνες τους, έτσι ώστε να καθοδηγούν τον δημοσιογράφο που τώρα έχει παγκόσμια ανταπόκριση και επιρροή.

Οι κανόνες δεοντολογίας του δημοσιογραφικού λειτουργήματος αντιμετωπίζουν την πρόκληση να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις όπως αυτές διαμορφώνονται στο πλαίσιο της ανάπτυξης της τεχνολογίας των διαστάσεων, της επαυξημένης πραγματικότητας και της διάδρασης εντός τέτοιων περιβαλλόντων επαυξημένης πραγματικότητας. Οι Madary και Metzinger (2016) υποστηρίζουν ότι η πιθανότη-

τα βαθιάς χειραγώγησης της συμπεριφοράς διαμέσου τέτοιου είδους τεχνολογιών είναι υψηλή, καθώς επίσης ότι η επίδραση των εμπειριών στο εικονικό περιβάλλον πάνω στη συμπεριφορά στον πραγματικό κόσμο θα μπορούσε να είναι σημαντική. Προς τούτο κατατείνει και το γεγονός ότι οι τρέχουσες κατευθυντήριες γραμμές προς το κοινό είναι συχνά ασαφείς, γι' αυτό θα πρέπει σύμφωνα με Laws και Utne (2019) να συζητηθούν οι νέες ευθύνες που αναλαμβάνουν οι δημοσιογράφοι και οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί, όταν τοποθετούν το κοινό στο επίκεντρο του γεγονότος με τη χρήση εικονικών μέσων, αλλά και η ιδέα του κοινού ως παθητικού αποδέκτη που είναι απαλλαγμένος από το βάρος της ανάληψης ηθικής ευθύνης κατά την κατανάλωση των ειδήσεων. Τόσο η ανάπτυξη της τεχνολογίας όσο και η επιρροή της διαφημιστικής «αγοράς» στη λειτουργία των μέσων ενημέρωσης εξασθενεί προοδευτικά τη δημόσια εμπιστοσύνη στη δημοσιογραφία αλλά και την προώθηση αξιόπιστων πληροφοριών. Εντούτοις, η «συνθήκη» αυτή αποτελεί μια ευκαιρία για την υποστήριξη μιας νέας ατζέντας για αλλαγή στη δημοσιογραφία. Κατά τον White (2018), το Δίκτυο Ηθικής Δημοσιογραφίας (Ethical Journalism Network) υπογραμμίζει ότι βασικές προτεραιότητες σε οποιαδήποτε στρατηγική για την ενίσχυση της δημοσιογραφίας θα πρέπει να είναι η ηθική, η ψηφιακή γνώση, η βιωσιμότητα, η αφοσίωση και η ευθύνη. Με βάση τα παραπάνω και το γεγονός ότι κυριαρχούν τα ψηφιακά μέσα, η ηθική διακυβέρνηση δεν μπορεί να μην αφορά στην ανάγκη επικαιροποίησης των Κωδίκων Δεοντολογίας υπό τα νέα δεδομένα.

Ενδιαφερόμενα Μέρη

Σε μια δημοκρατική κοινωνία συνυπάρχουν πολλοί και ετερόκλητοι παράγοντες που, ωστόσο, είναι απαραίτητα απαιτούμενοι για την ομαλή λειτουργία της. Βασικό και αναπόσπαστο συστατικό στοιχείο είναι τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης που αποτελούν και εκφράζουν τη “φωνή” των πολιτών και διαμορφώνουν, σε μεγάλο βαθμό, όχι μόνο την κοινή γνώμη αλλά και το πλαίσιο λειτουργίας της κοινωνίας τόσο στο σύνολό της, όσο και στα επιμέρους στοιχεία της. Τον πιο πλούσιο κατάλογο ενδιαφερομένων μερών έχουν τα δημόσια μέσα ενημέρωσης.

Τα Μέσα επιδιώκουν την παραγωγή ή μετάδοση ειδήσεων και μηνυμάτων ψυχαγωγίας. Δύνανται να εκτελέσουν και τα δύο καθήκοντα: να δημιουργήσουν το προϊόν περιεχομένου ή την υπηρεσία και να το τοποθετήσουν στη διάθεση του κοινού. Ανάλογα με τη θέση τους στην αλυσίδα αξίας, ορισμένες είναι ενδιάμεσες εταιρείες, όπως εταιρείες παραγωγής και πρακτορεία ειδήσεων, των οποίων οι πελάτες είναι άλλες εταιρείες μέσων ενημέρωσης, ενώ άλλες έχουν άμεση σχέση με το κοινό, τους ιδιοκτήτες end-user media. Τόσο οι ενδιάμεσες εταιρείες όσο και τα end-

user media καταφέρνουν να επιβιώσουν στην αγορά, εάν αποκτήσουν ένα διαρκές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Και τούτο επιτυγχάνεται αν προσφέρουν κάτι που έχει αξία για το κοινό και το οποίο δεν αντιγράφεται εύκολα από τους πραγματικούς ή πιθανούς αντιπάλους. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα κατά Sánchez-Taberner (1998) πηγάζει από την τεχνογνωσία ή τις δεξιότητες μιας ομάδας: εμπειρία στην παραγωγή περιεχομένου, εγγύτητα στην αγορά, τεχνολογική ικανότητα, καινοτόμο πνεύμα, ικανότητα να διακρίνει και να εντοπίζει τι κάνουν οι ανταγωνιστές.

Ως φορέας συλλογής και μεταφοράς πληροφοριών στο κοινό, έχουν εξελιχθεί σε σημαντικό παράγοντα στην κοινωνία και σε έναν κεντρικό ενδιαφερόμενο φορέα (stakeholder) εντός ενός διφορούμενου κοινωνικού, πολιτιστικού, πολιτικού και επιχειρηματικού πλαισίου. Έχοντας ισχυρή επιρροή στις ανταλλαγές πληροφοριών και τις ασυμμετρίες μεταξύ των επιχειρήσεων και της κοινωνίας, τα μέσα ενημέρωσης, λένε οι Voinea & van Kranenburg (2017), έχουν καταστεί πρωταρχικός ενδιαφερόμενος φορέας για οργανισμούς επειδή α) δίνουν μια κοινωνική κατεύθυνση σε άλλους ενδιαφερόμενους που αντιμετωπίζουν μια κατάσταση αβεβαιότητας εξαιτίας του αμφίσημου χαρακτήρα των πληροφοριών που προσλαμβάνουν, β) χειρίζονται θέματα υψίστης σημασίας και τις πιέσεις διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών μέσω της διαμόρφωσης του agenda setting, γ) επηρεάζουν την κοινωνική κατασκευή της πραγματικότητας όσον αφορά στις δραστηριότητες άλλων οργανισμών, δ) προβάλλουν τις γνώσεις και τις απόψεις του κοινού για τους οργανισμούς και ε) επηρεάζουν με τη γνώση και τις απόψεις τους τους οργανισμούς.

Ο ιδιόρρυθμος χαρακτήρας των μιντιακών οργανισμών εδράζεται στο γεγονός ότι οι δραστηριότητές τους είναι άρρηκτα οικονομικές και πολιτικές και εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από τις συνεχώς μεταβαλλόμενες τεχνολογίες. Αυτές οι δραστηριότητες περιλαμβάνουν την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών που συχνά είναι ιδιωτικές (κατανάλωση για ατομική προσωπική ικανοποίηση) και δημόσιες (θεωρούνται απαραίτητες για τη λειτουργία της κοινωνίας στο σύνολό της καθώς επίσης και στον δημόσιο τομέα). Ό,τι κάνουν ή δεν κάνουν τα μέσα ενημέρωσης έχει σημασία για τις κοινωνίες και αυτό αντικατοπτρίζεται σε πολύπλοκα συστήματα ιδεών και ποικίλους μηχανισμούς για την ενθάρρυνση, την προστασία ή τον περιορισμό τους για λογαριασμό ενός υποτιθέμενου «δημόσιου συμφέροντος». Παρ' όλα αυτά, τα μέσα ενημέρωσης καλούνται να λειτουργούν πλήρως ή εν μέρει σύμφωνα με τις οδηγίες της οικονομίας της αγοράς. Ακόμη και σε αυτήν την πτυχή, ενδέχεται, κατά τον McQuail (2008), να προσελκύσουν την προσοχή των κυβερνήσεων για τους ίδιους λόγους που άλλες ιδιωτικές επιχειρήσεις υπόκεινται σε διάφορες μορφές νομικής και οικονομικής ρύθμισης.

Επηρεάζουν την οικονομική και κοινωνική αλληλεπίδραση μέσω της ανταλλαγής

πληροφοριών μεταξύ διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών και της κοινωνίας γενικότερα. Διαδίδουν και παρουσιάζουν τις ιστορίες, τις ιδέες και τις πληροφορίες σχετικά με επιχειρηματικές πρακτικές διαμορφώνοντας την εικόνα, τη φήμη και τη νομιμότητα άλλων ομάδων συμφέροντος. Από μια ορθολογική άποψη τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να αλληλεπιδράσουν με τα μέσα ενημέρωσης σε *ad hoc* βάση, όταν επηρεάζονται οι δραστηριότητές τους. Ωστόσο, κατά τους Voinea & van Kranenburg (2017), από την οπτική της στρατηγικής των ενδιαφερόμενων μερών προκρίνεται ότι μια διαρκής διαχείριση είναι απαραίτητη, επειδή τα μέσα ενημέρωσης είναι ένα πρωταρχικό ενδιαφερόμενο μέρος που δύναται να βοηθήσει άλλα μέρη να επιτύχουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Οι μιντιακοί οργανισμοί γνωρίζουν όλο και περισσότερο τις αδυναμίες οποιουδήποτε βρίσκεται σε θέση ισχύος. Ανταγωνίζονται με πολλούς άλλους αντιπάλους που σκέφτονται διαρκώς νέους τρόπους να προσφέρουν την ενημέρωση και την ψυχαγωγία στο κοινό. Αναπόφευκτα, λοιπόν, η έλλειψη πρωτοβουλίας και δυναμισμού μπορεί πολύ γρήγορα να οδηγήσει σε στασιμότητα και παρακμή. Μικροί οργανισμοί, με χαμηλό διεθνές προφίλ, δεν μπορούν να ανταγωνιστούν σε ορισμένους τομείς –μουσική, βιομηχανία ταινιών, καλωδιακή και δορυφορική τηλεόραση– με τα μεγάλα μιντιακά συγκροτήματα. Προς τούτο οι στρατηγικές ανάπτυξης είναι η πορεία που επιλέγουν στην προσπάθειά τους να αποφύγουν να βρεθούν εκτός του «παιχνιδιού» από μεγαλύτερους ανταγωνιστές. Οι προτεραιότητες και το μοντέλο ανάπτυξης, κατά τον Sánchez-Tabernero (1998), μπορούν να αποφασιστούν μόνο μετά από εσωτερική και εξωτερική ανάλυση. Και η ανάπτυξη οδηγεί συχνά σε νέες αγορές, οι οργανισμοί Μέσων τείνουν να «ανοίγουν» νέες περιοχές για τη διανομή των μηνυμάτων τους.

Τα μέσα ενημέρωσης αναπτύσσουν σχέσεις ευθύνης και αξιοπιστίας με άλλες ομάδες συμφερόντων. Διακρίνονται δύο ξεχωριστά στάδια των αναφερόμενων σχέσεων: το εσωτερικό και το εξωτερικό. Το εσωτερικό περιλαμβάνει μια αλυσίδα ελέγχου μέσα στα μέσα ενημέρωσης, έτσι ώστε συγκεκριμένες πράξεις δημοσίευσης (ειδησεογραφικά κείμενα, τηλεοπτικά προγράμματα κ.λπ.) να περιέρχονται στην ευθύνη του μιντιακού οργανισμού και των ιδιοκτητών του. Επί του πλαισίου αυτού, ωστόσο, εγείρονται σημαντικά ζητήματα σχετικά με το βαθμό αυτονομίας ή την ελευθερία της έκφρασης όσων εργάζονται στα μέσα ενημέρωσης (π.χ. δημοσιογράφοι, συγγραφείς, συντάκτες/συντάκτριες, παραγωγοί). Οι όποιες εντάσεις προκαλούνται για τα ζητήματα αυτά «μέσα στα τείχη» των μέσων ενημέρωσης συχνά επιλύονται υπέρ των ιδιοκτητών τους. Δύναται ο εσωτερικός έλεγχος να είναι υπερβολικά αυστηρός (προστασία του οργανισμού από αξιώσεις) και να συνοδεύεται από μια μορφή λογοκρισίας ή να εξελίσσεται σε υπερβολικά προσανατολισμένο στην εξυπηρέτηση των συμφερόντων των μέσων ενημέρωσης και όχι της κοινωνίας.

Οι εξωτερικές σχέσεις ευθύνης και αξιοπιστίας των μέσων ενημέρωσης αναπτύσσονται με εκείνα τα ενδιαφερόμενα μέρη που επηρεάζονται ή έχουν συμφέρον από μια δημοσίευση. Από μια απλή απαρίθμηση των κύριων πιθανών εταιρών (McQuail, 2008), οι σχέσεις που προκύπτουν συνήθως είναι μεταξύ των Μέσων και του δικούς τους κοινού, των πελατών και προμηθευτών, αυτών που αποτελούν αντικείμενο αναφοράς, των ιδιοκτητών και μετόχων, των ρυθμιστικών και κυβερνητικών Αρχών των κοινωνικών οργανώσεων της κοινής γνώμης και διαφόρων ομάδων πίεσης και ειδικού ενδιαφέροντος που επηρεάζονται από τις δημοσιεύσεις.

Ομάδες συμφερόντων (stakeholders) ορίζονται, σύμφωνα με την προσέγγιση του R. Freeman (1984) «κάθε ομάδα ή άτομο που επηρεάζεται ή μπορεί να επηρεάσει την επίτευξη των στόχων ενός οργανισμού». Τούτο αποτελεί την ευρεία αίσθηση ενός ενδιαφερόμενου, ενώ αντίστοιχα η στενή αίσθηση περιγράφεται ως «κάθε αναγνωρίσιμη ομάδα ή άτομο από το οποίο ο οργανισμός εξαρτά τη διαρκή επιβίωσή του». Σταδιακά ο ορισμός του Freeman επεκτάθηκε για να συμπεριλάβει ομάδες που έχουν συμφέροντα σε έναν οργανισμό ανεξάρτητα από το ενδιαφέρον του για εκείνες, ή αντίθετα, να περιορίσει τις ομάδες σε εκείνες που συμβάλλουν στην οικονομική γραμμή του οργανισμού. Ταυτόχρονα, επικριτές της θεωρίας ισχυρίζονται ότι δεν καθιστά σαφές ποιος είναι ενδιαφερόμενος και ποιος όχι, και ειδικότερα ότι επικεντρώνεται σε μεγάλο βαθμό στη σημασία της κάλυψης των αναγκών όλων των ενδιαφερομένων, χωρίς να διευκρινίζει ποιοι είναι πραγματικά οι ενδιαφερόμενοι ή πώς να μπορούν να αναγνωριστούν. Ως εκ τούτου, η διαχείριση των ενδιαφερομένων μερών πρέπει να κινηθεί προς έναν προσανατολισμό «ονομάτων και προσώπων» με συγκεκριμένη ταυτοποίηση και επικοινωνία με τα ενδιαφερόμενα μέρη. Εξάλλου, σύμφωνα με τον Rawlins (2006), οι εργαζόμενοι, οι πελάτες, οι μέτοχοι, οι κοινότητες και οι προμηθευτές είναι εκείνοι που συνήθως ταξινομούνται ως ομάδες συμφερόντων σε έναν οργανισμό.

Τα ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders) είναι όλοι εκείνοι που έχουν συμφέρον σε ένα θέμα με το οποίο έχουν αναπτύξει μια άμεση σχέση. Τυπικές και εύκολες στην ανάπτυξη τους σχέσεις υφίστανται για πρωταρχικά ενδιαφερόμενα μέρη, ήτοι εσωτερικά (υπάλληλοι) και ορισμένα εξωτερικά, συμπεριλαμβανομένων πελατών, συνεργατών ή μετόχων. Ωστόσο, ο ορισμός επεκτείνει τις σχέσεις πέρα από τους πρωταρχικούς ενδιαφερόμενους και περιλαμβάνει όλους τους φορείς ή δευτερεύοντες ενδιαφερόμενους που επηρεάζονται από τα έργα και τις δραστηριότητες ενός οργανισμού. Παραταύτα, ενώ η κλασική θεωρία των ενδιαφερομένων μερών προσδιορίζει ένα σύνολο σχετικών ενδιαφερομένων, οι μελέτες αναδεικνύουν ότι η προσοχή εστιάζεται κυρίως στους πελάτες. Η βάση για μια σταθερή και επιτυχημένη συμμετοχή των ενδιαφερομένων είναι η προσανατολισμένη και αμφίδρομη

επικοινωνία με τις ομάδες-στόχους. Επ' αυτού, η συμμετοχή των ενδιαφερομένων απαιτεί μια δομημένη προσέγγιση που βασίζεται στις ανάγκες τους, επηρεασμένη από τη σχέση τους με τον οργανισμό. Πέρα από τη συγκεκριμένη, οι Krutmay & Geyer (2016) σημειώνουν ότι διαφορετικοί παράγοντες επηρεάζουν την επιτυχία της συμμετοχής των ενδιαφερομένων, όπως για παράδειγμα το επίπεδο επικοινωνίας, την προθυμία του οργανισμού να ενσωματώσει τα ενδιαφερόμενα μέρη στη λήψη αποφάσεων και τις ανάγκες της συγκεκριμένης ομάδας ενδιαφερομένων. Έχουν την εξουσία οι ενδιαφερόμενοι, όταν μπορούν να επηρεάσουν άλλα ενδιαφερόμενα μέρη να λάβουν αποφάσεις που διαφορετικά δεν θα είχαν πάρει. Η εξουσία κατηγοριοποιείται σε α) καταναγκαστική δύναμη με βάση τις φυσικές πηγές δύναμης, β) βίας ή περιορισμού, γ) χρηστική δύναμη με βάση υλικούς ή οικονομικούς πόρους, δ) κανονιστική δύναμη βασισμένη σε συμβολικούς πόρους. Ως προς τη νομιμότητά της, αυτή καθορίζεται από το εάν ο ενδιαφερόμενος έχει νομική, ηθική ή τεκμαιρόμενη αξίωση που μπορεί να επηρεάσει τη συμπεριφορά, την κατεύθυνση, τη διαδικασία ή το αποτέλεσμα του οργανισμού. Επιπλέον, τα ενδιαφερόμενα μέρη είναι κατά τον Rawlins (2006) φορείς κινδύνου που «έχουν επενδύσει κάποια μορφή κεφαλαίου, ανθρώπινο ή οικονομικό, κάτι πολύτιμο σε μια επιχείρηση». Στο επίπεδο της θεωρητικής ανάλυσης διακρίνονται τρεις γενιές διάδρασης με τις ομάδες συμφερόντων. Στην πρώτη γενιά οι εταιρείες δεν αλληλεπιδρούσαν αλλά περισσότερο ανταποκρίνονταν σε συγκεκριμένες ομάδες συμφερόντων που ασκούσαν πίεση σε αυτές. Τούτη η αντιδραστική προσέγγιση είχε ως στόχο να αποτρέψει την κακή δημοσιότητα και τις διαμαρτυρίες από αυτές τις ομάδες, προσπαθώντας παράλληλα να ηρεμήσει τις επικριτικές φωνές. Η δεύτερη γενιά χαρακτηρίστηκε από μια πιο ενεργητική προσέγγιση, κατά την οποία οι εταιρείες επιθυμούσαν να αυξήσουν το βαθμό κατανόησης σχετικά με τις ανταγωνιστικές δυνάμεις διαμέσου της αλληλεπίδρασης με τις ομάδες ενδιαφερομένων. Σε μια τρίτη γενιά ομάδας ενδιαφερομένων, οι εταιρείες θα δημιουργήσουν ή θα διατηρήσουν τη στρατηγική ανταγωνιστικότητά τους ευθυγραμμίζοντας τις κοινωνικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές επιδόσεις. Ως εκ τούτου, αναφέρουν οι Hoffman & Lutz (2013), η εμπλοκή των ενδιαφερομένων μπορεί να γίνει κατανοητή ως μια αναδυόμενη λειτουργία διαχείρισης.

Στην εποχή του παραδοσιακού τρόπου μετάδοσης ειδήσεων τα ενδιαφερόμενα μέρη περιορίζονταν σε τέσσερις κύριους συμμετέχοντες α) τα τηλεοπτικά δίκτυα, β) το κοινό που καταναλώνει το τηλεοπτικό περιεχόμενο, γ) τις εταιρείες μέτρησης τηλεθέασης, οι οποίες δημιούργησαν έναν κοινό παρονομαστή για εκείνους που παρακολουθούσαν τα τηλεοπτικά προγράμματα και δ) τις διαφημιστικές εταιρείες που διαπραγματεύονταν με τα δίκτυα για να αγοράσουν διαφημίσεις στα προγράμματά τους. Ωστόσο, όταν η διανομή του τηλεοπτικού περιεχομένου εξελίχθηκε υπό

τη μορφή ενός καλωδιακού/δορυφορικού μοντέλου, ο διανομέας αναδείχθηκε σε έναν νέο και σημαντικό συμμετέχοντα. Καθώς η τηλεόραση εισάγεται στην εποχή του OTT - υπηρεσία πολυμέσων ροής που προσφέρεται απευθείας στους θεατές μέσω του διαδικτύου, η οποία παρακάμπτει τις πλατφόρμες καλωδιακής, ραδιοφωνικής μετάδοσης και δορυφορικής τηλεόρασης που παραδοσιακά ενεργούν, κατά τους Malthouse, Maslowska & Franks (2018), ως ελεγκτές ή διανομείς τέτοιου περιεχομένου – εμφανίζονται νέοι διανομείς, όπως υπηρεσίες ροής και εφαρμογές έξυπνης τηλεόρασης, καθώς και νέοι πάροχοι δεδομένων κοινού που προέρχονται έξω από εγκαθιδρυμένο ολιγοπώλιο εταιρειών μέτρησης μέσων ενημέρωσης. Οι ρυθμιστικές κυβερνητικές Αρχές αλλά και οι αντίστοιχες της βιομηχανίας των μέσων ενημέρωσης αποτελούν δύο ακόμα ομάδες συμφέροντος που επηρεάζουν το μιντιακό σύστημα υπό το πρίσμα του μοντέλου DAD (Decide - Announce - Defend)²⁸. Ένα ευρύ σύνολο τεχνολογικών, κοινωνικών, πολιτιστικών και οικονομικών παραγόντων επηρεάζουν την τρέχουσα κατάσταση αλλά και τις διαφορές εν δυνάμει εναλλακτικές της. Προς την κατεύθυνση τούτη ίσως ο πιο σημαντικός κανονισμός είναι ο Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων (GDPR) της Ευρωπαϊκής Ένωσης²⁹, ο οποίος εφαρμόζει αυστηρές δικλείδες προστασίας της ιδιωτικής ζωής, οι οποίες επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο τα δεδομένα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη λήψη αυτοματοποιημένων αποφάσεων.

Η μαζική επέκταση της προσφοράς πολυμέσων και υπηρεσιών τα τελευταία χρόνια, μαζί με την έκρηξη πλούσιου οπτικοακουστικού περιεχομένου που διανέμεται στο διαδίκτυο, διευκολύνει νέες μορφές ανταγωνισμού με στόχο το κέρδος και την καταξίωση. Αναδεικνύει επίσης νέα σημεία αναφοράς για την ποιότητα και την καινοτομία που είναι κατά τους Lowe & Martin (2014) πολύ μακριά από τις γνωστές αρμοδιότητες των παραδοσιακών ραδιοτηλεοπτικών φορέων και των κανονισμών για τις παραδοσιακές ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές.

28. DAD (Decide-Announce-Defend): Είναι μια ελάχιστα συμμετοχική μέθοδος δημόσιας διοίκησης. Χρησιμοποιείται συχνά για την αντιμετώπιση καταστάσεων έκτακτης ανάγκης, καθώς οι αποφάσεις λαμβάνονται μέσω μιας ιεραρχίας και δεν απαιτούν συναίνεση. Σε γενικές γραμμές, την κορυφή αυτής της αλυσίδας διοίκησης κατέχει μια ομάδα εμπειρογνομόνων που βασίζουν την απόφασή τους σε επιστημονική ή τεχνική ανάλυση. <http://www.asset-scienceinsociety.eu/pages/decide-announce-defend-dad#:~:text=DAD%20is%20the%20Decide%2DAnnounce,not%20everyone%20agrees%20with%20them>

29. GDPR (Γενικός Κανονισμός Προστασίας Δεδομένων): Κανονισμός της νομοθεσίας της Ε.Ε. για την προστασία των δεδομένων και την ιδιωτική ζωή στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο. Απευθύνεται επίσης στη μεταφορά προσωπικών δεδομένων εκτός των περιοχών της Ε. και του EOX. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>

Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΜΕ ΤΟ ΔΙΚΑΙΟ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ

Διακυβέρνηση ως «ήπιο δίκαιο»

Βαγγέλης Παπακωνσταντίνου

Η έννοια του «ήπιου δικαίου» προέρχεται, κατά τον Boyle (2019), από τον τομέα του δημόσιου διεθνούς δικαίου. Αρχικά, αποτελούσε μια πρόσφορη περιγραφή για τα μη δεσμευτικά κανονιστικά διατυπωμένα νομικά έγγραφα που σχετίζονται με τις διεθνείς σχέσεις. Οι Peters & Pagotto (2006) εντοπίζουν ότι η πρακτική εισαγωγή του αποδίδεται στην έλλειψη επίσημης δυνατότητας νομοθέτησης μεταξύ των υποκειμένων της διεθνούς έννομης τάξης. Στο πεδίο εφαρμογής του δικαίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Senden (2005) καταγράφει ότι το «ήπιο δίκαιο» ορίζεται ως «κανόνες συμπεριφοράς που θεσπίζονται σε πράξεις στις οποίες δεν έχει αποδοθεί νομικά δεσμευτική ισχύς ως τέτοιες, αλλά που μπορούν ωστόσο να έχουν ορισμένα –έμμεσα– νομικά αποτελέσματα, και οι οποίοι αποσκοπούν και μπορούν να παράγουν ουσιαστικά αποτελέσματα».

Στο πλαίσιο του εσωτερικού δικαίου, μια ουσιαστική προσπάθεια ορισμού του «ήπιου δικαίου» έγινε από την ετήσια μελέτη του Συμβουλίου Επικρατείας της Γαλλίας για το έτος 2013, με τίτλο «Le droit souple» («Το ήπιο δίκαιο»), η οποία όριζε ότι τα Μέσα «ήπιου δικαίου» πρέπει να έχουν τρεις σωρευτικές προϋποθέσεις. Συγκεκριμένα, τα Μέσα αυτά (α) σκοπεύουν να τροποποιήσουν ή να κατευθύνουν τη συμπεριφορά των αποδεκτών τους, εξασφαλίζοντας την υποστήριξή τους (β) δεν δημιουργούν καθ' εαυτά δικαιώματα ή υποχρεώσεις για τους αποδέκτες τους και (γ) η τυποποίηση και η δομή τους είναι παρόμοια με τους κανόνες δικαίου. Όπως διευκρινίστηκε περαιτέρω στη μελέτη, το πρώτο κριτήριο διακρίνει το «ήπιο δίκαιο» από τις γνώμες, το δεύτερο κριτήριο σηματοδοτεί το όριο μεταξύ «ήπιου» και σκληρού δικαίου, ενώ το τρίτο σκοπεύει να διακρίνει το «ήπιο δίκαιο» από το μη δίκαιο.

Μια συγκριτική μελέτη μεταξύ δεκατριών νομικών συστημάτων των κρατών μελών της Ε.Ε. έδειξε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εθνικών δικαστηρίων θεωρεί ότι οι προσφυγές που ασκούνται κατά Μέσων «ήπιου δικαίου» είναι καταρχήν απαράδεκτες. Ωστόσο, στις περισσότερες από αυτές τις έννομες τάξεις (περιφέρειες), ένα πρόσωπο μπορεί να ασκήσει αγωγή κατά διοικητικής πράξης επικαλούμενο ένα «ήπιο» Μέσο δικαίου. Υπάρχουν επίσης περιπτώσεις στις οποίες μια διοικητική πράξη είναι εκ πρώτης όψεως μη δεσμευτική, αλλά στην πραγματικότητα έχει δεσμευτικό αποτέλεσμα για τους ιδιώτες. Σχετικά με αυτό, το Συμβούλιο Επικρατείας του Βελγίου αποφάσισε ότι μια αίτηση ακύρωσης ακόμη και κατά μιας *de facto* υποχρεωτικής διοικητικής πράξης θα μπορούσε να είναι παραδεκτή, υπό ορισμένα κριτήρια.

Η αντιμετώπιση των Μέσων «ήπιου δικαίου» ως κατ' εξαίρεση παραδεκτών Μέσων ενώπιον των εθνικών δικαστηρίων δεν πρέπει να μειώνει τη σημασία του δικονομικού τους δικαίου. Ειδικότερα, τα κείμενα του μη δεσμευτικού δικαίου χρησιμοποιούνται τακτικά από τους διαδίκους ως σημείο αναφοράς για την απόδειξη της συμμόρφωσης προς έναν νόμιμο τύπο λειτουργίας. Στα διοικητικά δικαστήρια, οι δημόσιες Αρχές υπερασπίζονται τις πράξεις τους ως βασισμένες σε ορισμένα διοικητικά κείμενα «ήπιου δικαίου», όπως οι εγκύκλιοι. Αντίστοιχα, στο πλαίσιο της αστικής ή ποινικής δικαστικής δικαιοδοσίας, οι διάδικοι συνήθως αποδεικνύουν τα κατάλληλα Πρότυπα που ακολουθούνται σε έναν συγκεκριμένο τομέα της αγοράς, βασιζόμενοι στις διατάξεις των κειμένων μη δεσμευτικού δικαίου. Τέλος, σύμφωνα με τους Hartlapp & Hofmann (2020), το μη δεσμευτικό δίκαιο χρησιμοποιείται επίσης συχνά από τα εθνικά δικαστήρια ως μέσο ερμηνείας των κανόνων δικαίου που εξετάζονται στο δικαστήριο.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η τεκμηρίωση μιας ενάρετης δημόσιας αποστολής, είτε των Μέσων, είτε των δημοσιογράφων θα μπορούσε να βασίζεται σε μια ηθική αυτορρύθμιση. Χωρίς αυτή, και ειδικά την τήρηση της δεοντολογίας, τα Μέσα, λόγω του ισχυρού τους ρόλου, μπορεί να επηρεάζουν αρνητικά το κοινό και οι πολίτες να αντιμετωπίζουν τον ηθικό κίνδυνο από μια κακή ή ελλιπή πληροφόρηση. Αυτή η ασυμμετρία στην πρόσβαση έγκυρης πληροφορίας πλήττει τον πυρήνα της έννοιας της ηθικής στη Βιομηχανία των Μέσων, αφού δεν είναι εμφανής η διάκριση ανάμεσα στο καλό και το κακό, το σωστό και το λάθος. Η κοινωνία, ωστόσο, έχει ανάγκη να μπορεί να εκτελεί το εργαστηριακό πείραμα του σημαντικού και του ασήμαντου. Τις διασφαλίσεις που έχει ανάγκη ο πολίτης για να διαμορφώσει ελεύθερα άποψη και να λάβει κρίσιμες αποφάσεις για τη ζωή του, τις δίνει μόνο μια δημοσιογραφία που εστιάζει στον κοινωνικό κανόνα και το δημόσιο συμφέρον. Αυτό διότι η δημοσιογραφία μεταφέρει πολιτικές, κοινωνικές, ηθικές, πολιτιστικές και άλλες ιδέες. Η ανεξάρτητη δημοσιογραφία αποφεύγει τους κοινωνικούς διαχωρισμούς χωρίς αποκλεισμούς στον δημόσιο λόγο. Το απόφθεγμα του C.P. Scott (1921), ότι το Μέσο δεν είναι μόνο μια επιχείρηση που πρέπει να επιβιώσει, αλλά ένας θεσμός που αντανάκλα και επηρεάζει τη ζωή μιας ολόκληρης κοινότητας, πολλαπλασιάζει στο σημερινό παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον της επικοινωνίας, την ευθύνη και για το Μέσο και για τους λειτουργούς της ενημέρωσης. Συνεπώς η δέσμευση, η αμοιβαία συμφωνία, η ευθύνη και λογοδοσία και η εθελοντική προχώρηση σε κοινές πρακτικές, ορίζουν μια υπεύθυνη διακυβέρνηση που αναγνωρίζει το ρόλο της Βιομηχανίας των Μέσων,

λαμβάνοντας υπόψη τα πολλαπλά κέντρα λήψης αποφάσεων, την ικανοποίηση των προσδοκιών πλειάδας ενδιαφερομένων μερών, τα κοινά σημεία συμφέροντος μεταξύ αυτών των ενδιαφερομένων μερών, αλλά και τις προοπτικές της διαμοιρασμένης δύναμης και των κοινών ευθυνών. Σε διαφορετική περίπτωση, τα Μέσα χωρίς σθεναρή δεοντολογική διακυβέρνηση ενισχύουν κατά τους Chakravartty & Sarikakis (2006) την εξουσία καθεστώτων και οικονομικών συμφερόντων.

Σε ό,τι αφορά το χαρακτήρα που προσλαμβάνει το εκάστοτε δεοντολογικό πλαίσιο, είναι σημαντικό ότι στο ευρωπαϊκό δίκαιο ερμηνεύεται είτε ως κανόνες συμπεριφοράς που μπορούν να έχουν έμμεσα νομικά αποτελέσματα, είτε ως αποτέλεσμα τριών σωρευτικών προϋποθέσεων, όπως να κατευθύνουν τη συμπεριφορά, να δημιουργούν δικαιώματα και υποχρεώσεις και να προσομοιάζουν με κανόνες δικαίου.

Η έννοια της ηθικής διακυβέρνησης δεν είναι αυτοτελής στα οικοσυστήματα των Μέσων. Ομοίως δεν είναι αυθύπαρκτη και ανεξάρτητη έννοια διακυβέρνησης ενός μέσου ενημέρωσης. Είναι μια διάσταση της έννοιας της ποιότητας και ακριβέστερα, είναι απαραίτητο συστατικό μιας διακυβέρνησης ολικής ποιότητας, καθώς στη Βιομηχανία των Μέσων δεν επαρκεί η δεοντολογική δέσμευση των δημοσιογράφων, αλλά η εταιρική προσήλωση στην κοινωνική υπευθυνότητα, η οποία θα πρέπει να καθορίζει ολόκληρο το σύστημα διαχείρισης σε όλες τις διεργασίες εντός του οργανισμού. Άλλωστε, η σύνδεση του ανθρώπινου στοιχείου και του οράματος της εταιρείας είναι αυτό που ονομάζεται κουλτούρα του οργανισμού, όπως υπογραμμίζεται κατά τον Mitra (2016). Η κουλτούρα περιλαμβάνει τις πεποιθήσεις, τις αξίες, τους κανόνες και τα Πρότυπα που διέπουν έναν οργανισμό. Με βάση αυτά, η ηθική στη δημοσιογραφική διαχείριση δεν μπορεί να εγγυηθεί ότι δεν θα υφίσταται πιέσεις η αίθουσα σύνταξης, χρονικά πρωτίστως από τους μετόχους και δευτερευόντως ουσιαστικά από τα ενδιαφερόμενα μέρη. Επίσης, εννοιολογικά, η ηθική δεν προστίθεται στην ποιότητα αλλά την επικυρώνει. Είναι σημαντικό να υπογραμμιστεί ότι τα ΜΜΕ είναι οργανισμοί που συνδέονται κατά κύριο λόγο με την ηθική ευθύνη και τη δεοντολογία. Ωστόσο, η τεχνολογία διαμορφώνει το προϊόν και τον τρόπο που αυτό διατίθεται στο κοινό.

Οι Κώδικες δεοντολογίας και οι Κατευθυντήριες οδηγίες έχουν ως όργανα διακυβέρνησης έναν δυσπρόστατο ρόλο. Είναι εσωτερικοί νόμοι με εφαρμογή που αφορά έμμεσα (ορισμένες φορές και άμεσα) και το εξωτερικό περιβάλλον της οντότητας που θα τους εφαρμόζει. Είναι κάτι σαν νόμοι χωρίς επιπτώσεις και υποχρέωση τήρησης με τη λογική της καταναγκαστικής εφαρμογής. Αυτός ο διττός χαρακτήρας τους δίνει το χαρακτηρισμό «ήπιο δίκαιο». Ορισμένες πρόνοιες του ήπιου δικαίου έχουν άμεση σχέση με το δίκαιο. Ωστόσο, το ήπιο δίκαιο, δηλαδή ο ηθικός κανόνας, είναι συστατικό στοιχείο του δικαίου και ενδεχομένως προϋπόθεση.

Στα ΜΜΕ πολλές από τις οδηγίες συμπεριφοράς ενός δημοσιογράφου στον Κώδικα

Δεοντολογίας σχετίζονται με το ποινικό και αστικό δίκαιο. Η πρόκληση βλάβης στο κοινό και η λήψη από το άτομο ακατάλληλων αποφάσεων ζωής λόγω κακής πληροφόρησης (παραπληροφόρηση) ωστόσο, δεν αντιμετωπίζεται ως κανόνας δικαίου, μολοντί μεταφέρει τον ηθικό κίνδυνο στον άνθρωπο. Ωστόσο, σε ένα δικαστήριο ελέγχεται το περιεχόμενο ενός Μέσου για διασπορά ψευδών ειδήσεων, δημοσίευση προσωπικών δεδομένων, έκθεση ανηλίκου σε κίνδυνο, και άλλα. Συνεπώς, οι δημοσιογραφικές αξίες συνάδουν με το δίκαιο. Η απουσία της έννοιας της επιβολής βοηθά τελικώς να γίνεται η πρόβλεψη ενός κώδικα σημαντική αξία και να οδηγεί σε ασφάλεια δικαίου.

Η νομιμότητα, συνεπώς, επηρεάζεται από τις ηθικές αξίες που μεταφέρθηκαν και εφαρμόστηκαν εθελοντικά μέσω μιας κατευθυντήριας οδηγίας ή μιας διάταξης ενός κώδικα δεοντολογίας. Η ηθική, είναι ικανή να επηρεάζει τη διαμόρφωση άποψης σχετικά με τον καλό και κακό νόμο, όπως το κάνει για το σωστό και το λάθος ή γενικώς για το δίκαιο και το άδικο. Άλλωστε, ακόμη και όταν ένας δικαστής κρίνει ερμηνεύοντας ή ένας νομικός γνωμοδοτεί, συμπεριφέρεται απειθαρχα στο νόμο εστιάζοντας με κριτήριο τις ηθικές αξίες στο δίκαιο και το άδικο.

Σε κάθε περίπτωση, όπως και σε άλλες δημόσιες υποθέσεις, η πληροφόρηση του κοινού χωρίς αρχές και αξίες ηπίου δικαίου διευρύνει το χάσμα από την υπηρετήση του δημοσίου συμφέροντος. Αυτό είναι σαφώς ζήτημα που εξετάζει και ο δικαστής. Συνεπώς, οι αυτοδεσμεύσεις είναι κρίσιμο να εκπληρώνονται από τα ΜΜΕ και αυτό μπορεί να συμβεί μόνον όταν γίνονται σεβαστές από τους αυτορρυθμιζόμενους οργανισμούς Μέσων, την εταιρική και δημοσιογραφική διοίκηση και έναν προς έναν τους δημοσιογράφους.

Άρα η δημοσιογραφική δεοντολογία, έχοντας τον χαρακτήρα του ηπίου δικαίου, όταν τηρείται, αποκτά αμφίδρομη σχέση ενδυνάμωσης με το δίκαιο και υποβοηθά την εφαρμογή του νόμου. Υπό αυτή την έννοια, και επειδή η δεοντολογία είναι συστατικό στοιχείο της ποιότητας της αποδεσμευμένης πληροφορίας, η ηθική του Μέσου συνδέεται με την ποιότητα της είδησης και η αυτορρύθμιση της βιομηχανίας με τις ρυθμιστικές και νομικές κανονιστικές διατάξεις. Η συρρύθμιση που παράγεται από αυτόν το διάλογο ενός αυτορρυθμιζόμενου με δεοντολογικά και ποιοτικά Πρότυπα Μέσου, οδηγεί σε ικανοποίηση του δημοσίου συμφέροντος και των προσδοκιών των ενδιαφερομένων μερών και δη του κοινού. Οι παραπάνω διαπιστώσεις δεν αφορούν μόνον στη δημοσιογραφική ηθική αλλά και στην ηθική διακυβέρνηση ενός Μέσου. Για παράδειγμα, η διαφάνεια στο ιδιοκτησιακό καθεστώς των Μέσων σχετίζεται ευθέως με το κράτος δικαίου. Αυτό γιατί η υπερσυγκέντρωση πλήττει ευθέως τον πλουραλισμό, στοιχείο απαραίτητο για την ενημέρωση του πολίτη και την ικανοποίηση της συνταγματικής υποχρέωσης να του παρέχονται όλες οι δυνατότητες ενημέρωσης ώστε να διαμορφώνει ελεύθερα δημόσια θέση.

Τρίτο Μέρος

**ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
ΣΤΗ ΔΙΑΚΥΒΕΡΝΗΣΗ**

Η διαχείριση ολικής ποιότητας συγκροτείται σε τρία επίπεδα. Η έννοια «Ολική» αναφέρεται στο ότι όλες οι δραστηριότητες μιας επιχείρησης περιλαμβάνονται στη διαδικασία βελτιστοποίησης, δηλαδή οι διαδικασίες, το προσωπικό, η διοικητική δραστηριότητα, οι προμηθευτές και το κοινό. Η «Ποιότητα» αναφέρεται στον στόχο της αύξησης της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας της εταιρείας. Η διαχείριση αποσκοπεί στο να ευθυγραμμιστεί ολόκληρη η επιχείρηση με τις προσδοκίες των πελατών και αναφέρεται στη συνεχή αναδιάρθρωση των διαδικασιών της εταιρείας. Ως διοικητικό εργαλείο, ένα ολοκληρωμένο σχέδιο ηθικής διακυβέρνησης θα πρέπει να λειτουργεί ως μέσο περιορισμού του κόστους στο βαθμό που μειώνεται η απάτη, η σπατάλη και η κατάχρηση. Μια μέθοδος παρακολούθησης και ελέγχου της οργανωτικής απόδοσης και της συμμόρφωσης στα Πρότυπα, όπως τα συστήματα διασφάλισης ποιότητας και τα Πρότυπα διαχείρισης ποιότητας που εξετάζονται στο επόμενο μέρος.

Τα διοικητικά εργαλεία χωρίζονται σε δύο κατηγορίες με βάση την επιλογή χρήσης τους. Αυτά που ενσωματώνει εθελοντικά με δική του πρωτοβουλία στρατηγικής ποιότητας ένας Οργανισμός Μέσων και αυτά στα οποία προσχωρούν μεγαλύτερα σύνολα Οργανισμών με κοινές αξίες και στοχεύσεις και κυρίως κοινά συμφέροντα. Στην πρώτη κατηγορία εντάσσονται εσωτερικά συστήματα διασφάλισης ποιότητας, με συγκεκριμένες καταστατικές κατευθυντήριες οδηγίες, απαιτήσεις και διαδικασίες όπως αυτές της τήρησης της δεοντολογίας, τις πρακτικές διαφάνειας και λογοδοσίας και τα τεκμήρια μιας υπεύθυνης δημοσιογραφίας. Στη δεύτερη περίπτωση πρόκειται για κοινά πλαίσια αυτοδέσμευσης πολλών ομοειδών επιχειρήσεων Μέσων Ενημέρωσης, που συναποφασίζουν κοινούς κανόνες λειτουργίας, δεοντολογικών προτύπων, θεμιτού ανταγωνισμού και ηθικής αυτορρύθμισης, και τα οποία είναι επιθεωρήσιμα και πιστοποιήσιμα από ανεξάρτητους διαπιστευμένους φορείς. Στο τρίτο μέρος εξετάζονται τα συστήματα διασφάλισης ποιότητας, εντοπίζονται μελέτες περιπτώσεων μεμονωμένων Μέσων και συλλογικών οργανισμών και παρατίθενται Διεθνή και Ευρωπαϊκά Πρότυπα που μπορούν να επιθεωρηθούν και να πιστοποιηθούν.

ΠΩΣ ΔΙΑΣΦΑΛΙΖΕΤΑΙ Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ

Η ποιότητα, ευρύτερη έννοια που ενσωματώνει την ηθική, μπορεί να αφορά στη διακυβέρνηση του Μέσου και συνεπώς να προϋποθέτει ικανοποίηση απαιτήσεων ολικής ποιότητας στο σύνολο του Οργανισμού, ή να αφορά μόνον τα θέματα

ποιότητας περιεχομένου όπου η έννοια της ηθικής σχετίζεται με την τήρηση των δημοσιογραφικών κανόνων. Οι έννοιες της διαχείρισης της ποιότητας σύμφωνα με τους Wyss & Keel (2009), υπάρχουν σε διάφορες μορφές: ένα παράδειγμα είναι το μοντέλο αυτοαξιολόγησης του Ευρωπαϊκού Ιδρύματος για τη Διαχείριση της Ποιότητας (EFQM 2008), το οποίο, κατά τον Wyss (2002), ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της φιλοσοφίας της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας (TQM) και θεωρήθηκε ως το πλαίσιο για τη συνεχή βελτίωση της οργανωτικής διαχείρισης της ποιότητας. Η προσέγγιση TQM ορίζει την ποιότητα ως στόχο μιας ολοκληρωμένης διαχείρισης στρατηγικής, στην οποία όλες οι επιμέρους στρατηγικές αποσκοπούν στην αύξηση της ποιότητας με την ανάπτυξη κριτηρίων ποιότητας, την εφαρμογή τους στην πράξη και τη διατήρησή τους. Οι τρεις κύριοι στόχοι είναι η πληρότητα, οι τακτοποιημένες διαδικασίες και η αξιολόγηση της απόδοσης. Η διαχείριση της ποιότητας απαιτεί μια διαδικασία ελέγχου. Μια βελτίωση μπορεί να αναγνωριστεί ως τέτοια μόνο αν διατυπωθούν εξαρχής συγκεκριμένοι στόχοι ποιότητας, με τους οποίους μπορεί να μετρηθεί το εκάστοτε επιτευχθέν επίπεδο ποιότητας. Όλες οι έννοιες της διαχείρισης ποιότητας έχουν ως κοινό χαρακτηριστικό ότι η αξιολόγηση της ποιότητας, μέσω πρακτικών διασφάλισης ποιότητας, πρέπει να επικεντρώνεται σε ορισμένα Πρότυπα. Εάν οι οργανισμοί μέσω ενημέρωσης θέλουν να συμβάλουν στη διαδικασία της διασφάλισης ποιότητας συστηματικά, πρέπει να υιοθετήσουν αυτά τα Πρότυπα. Με την εφαρμογή ενός συστήματος διαχείρισης ποιότητας κατά τον Wyss (2002), οι οργανισμοί μέσω ενημέρωσης πρέπει να δεσμευτούν σε μια κουλτούρα υπευθυνότητας, καθώς και να προσδιορίσουν και να επιδιώξουν κρίσιμους ποιοτικούς προσανατολισμούς και διαδικασίες. Ένα σύστημα διαχείρισης ποιότητας περιλαμβάνει, επομένως, τουλάχιστον:

(1) Πολιτική ποιότητας, όπου η διοίκηση θα πρέπει να παρέχει αποδείξεις για τη δέσμευσή της σε σαφώς καθορισμένες βασικές αξίες. Η πολιτική της διοίκησης θα πρέπει να έχει τη μορφή ενός δημόσιου εγγράφου, το οποίο αναθεωρείται τουλάχιστον μία φορά το χρόνο. Το έγγραφο αυτό θα μπορούσε να περιλαμβάνει συντακτικό χάρτη δεσμεύσεων ανεξαρτησίας, διαφάνειας και λογοδοσίας, Κώδικα Δεοντολογίας, δήλωση αποστολής, κώδικα διαφήμισης και περιγραφή των σχέσεων με τους stakeholders.

(2) Πόρους και διαδικασίες, όπου η διοίκηση θα προσδιορίζει και θα τεκμηριώνει όλες τις διαδικασίες που έχουν άμεσο αντίκτυπο στην ποιότητα του συντακτικού περιεχομένου, τη σχέση με τους διαφημιζόμενους, τη σχέση με τους προμηθευτές περιεχομένου, τη μέτρηση των ποσοστών ακροαματικότητας και της ικανοποίησης των ακροατών/θεατών, καθώς και τη διαχείριση των ανθρώπινων πόρων. Ο οργανισμός θα πρέπει να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στη μέτρηση ικανοποίησης του

κοινού, να καθιερώσει έλεγχο αξιολόγησης περιεχομένου, να διαθέτει Public Editor ή επιτροπή ποιότητας & δεοντολογίας.

Μέθοδος Ποιοτικού ελέγχου περιεχομένου

Η μέτρηση της ποιότητας των μέσων ενημέρωσης είναι, κατά τους Bachmann et al. (2022), δύσκολη διαδικασία από τη στιγμή που τα κριτήρια αξιολόγησης συνδέονται με μεταβλητές πεποιθήσεις για το ιδανικό, καθώς και τις προσδοκίες που καλλιεργεί το κοινό. Μια αυθόρμητη απάντηση που παρουσιάζουν, είναι η έγκυρη πληροφόρηση, το ποσοστό πρωτότυπου περιεχομένου, η συμπερίληψη και η συμβολή στην κοινωνία και τη δημοκρατία. Είναι, ωστόσο, λίγο πιο σύνθετη η πρόκληση και απαιτεί μετρήσεις και αποδεικτικά δεδομένα. Η ποιότητα των Μέσων μπορεί να γίνει κατανοητή με ουσιαστικό τρόπο, εάν βασίζεται στο ιδεώδες του Habermas για τη διαβουλευτική δημοκρατία. Επιπλέον, η Δημόσια Αξία είναι μια μέθοδος αποτίμησης της ποιότητας ενός Μέσου, καθώς αυτή αποτυπώνει τη συμβολή του Μέσου σε μια λειτουργική, ζωντανή δημοκρατική κοινωνία. Στο ερευνητικό έργο των Gladney et al. (2007) επιχειρήθηκε να αξιολογηθεί η ποιότητα στο περιεχόμενο επιγραμμικών Μέσων με βάση 38 κριτήρια με διαφορετική βαρύτητα. Η μεθοδολογία του ARTT analysis framework του πανεπιστημίου της Ουάσιγκτον περιελάμβανε 15 κριτήρια διαφορετικής διαβάθμισης. Για να μετρηθεί όμως η ποιότητα του περιεχομένου και κατ'επέκταση του Μέσου σύμφωνα με τη μεθοδολογία μελέτης στα ελβετικά MME των Bachmann et al. (2022), απαιτείται η παραδοχή ότι η ποιότητα των μέσων ενημέρωσης (Jandura & Friedrich 2014:352), είναι μια σχεσιακή κατασκευή. Σε αυτή τη μεθοδολογία η ποιότητα μετράται με βάση τις παραμέτρους της συνάφειας, της θεματικής πλαισίωσης, του επαγγελματισμού & της συμπερίληψης. Η συνάφεια (Relevance) αναφέρεται στο ιδεώδες ότι τα γενικά ζητήματα πρέπει να υπερισχύουν των ειδικών ζητημάτων και τα κοινωνικά ζητήματα των ιδιωτικών. Περιλαμβάνει τις διαστάσεις: α) συνάφεια θέματος και β) συνάφεια οντότητας/υποκειμένου που αφορά το γεγονός.

Η βαθμολογία Συνάφειας του ειδησεογραφικού Μέσου σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022), υπολογίζεται ως δείκτης συνάφειας θέματος και οντότητας/υποκειμένου, ο οποίος λαμβάνει υπόψη ότι οι δύο διαστάσεις δεν έχουν σκοπό να αντισταθμίσουν η μία την άλλη. Για παράδειγμα, μια είδηση σχετικά με την πολιτική (10 βαθμοί) η οποία παρουσιάζει ιδιωτικές πτυχές ενός πολιτικού (1 βαθμός) λαμβάνει χαμηλή βαθμολογία συνάφειας (δηλ. 1 κατ'εφαρμογή του τύπου) και όχι μέση τιμή 5,5 [δηλ. $[10+1]/2$]. Όλες οι βαθμολογίες μετασχηματίζονται επίσης με τέτοιο τρόπο ώστε να κυμαίνονται και πάλι από 0 έως 10. Για τους πολλαπλασιαστικούς δείκτες, αυτό επιτυγχάνεται διαιρώντας τις βαθμολογίες με το 10:

Κατηγορία – Θέμα	Βαθμοί Συνάφειας
Πολιτική	10
Κοινωνία-οικονομία	9
Πολιτισμός	9
Αθλητισμός	4
Ανθρώπινο Ενδιαφέρον	3

Πίνακας 2 Δείκτες απόδοσης συνάφειας ανά θεματική κατηγορία, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)

Κατηγορία οντότητας/υποκειμένου	Βαθμοί Συνάφειας
Κοινωνία (συνολικά κ λειτουργικά συστήματα)	10
Οργανισμοί – Θεσμικοί φορείς	8
Άτομα (σε λειτουργικούς ρόλους)	6
Άτομα – ιδιωτικές πτυχές	1

Πίνακας 3 Δείκτες απόδοσης συνάφειας υποκειμένου, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)

Με βάση τη μεθοδολογία των Bachmann et al. (2022) προκύπτει ο μαθηματικός τύπος:

$$\text{Δείκτης Συνάφειας} = \frac{\text{Συνάφεια Θέματος} \times \text{Συνάφεια Υποκειμένου}}{10}$$

Κατά τους Bachmann et al. (2022), δυο είναι οι διαστάσεις στη Θεματική Πλαισίωση [contextualization]:

- Ο θεματικός προσανατολισμός: παρουσίαση περιεχομένου που παρέχει στο κοινό επαρκείς πληροφορίες για το ευρύτερο πλαίσιο και υπόβαθρο.
- Ερμηνευτική απόδοση: παρουσίαση περιεχομένου που παρέχει ερμηνείες, με τρόπο που να υποστηρίζεται η δημοκρατική διαδικασία διαμόρφωσης γνώμης, καθώς και η κατανόηση των ερμηνειών και των απόψεων των φορέων που συμμετέχουν σε μια είδηση.

Η βαθμολογία όσον αφορά στην ποιότητα της Θεματικής Πλαισίωσης υπολογίζεται από τους Bachmann et al. (2022) ως προσθετικός δείκτης των προαναφερόμενων μεταβλητών. Δίνεται ελαφρώς μεγαλύτερη βαρύτητα στη μεταβλητή θεματικός προσανατολισμός, δεδομένου ότι η μεταβλητή αυτή αντανακλά ακόμη περισσότερο την επένδυση των δημοσιογράφων στο ερευνητικό ρεπορτάζ. Ο προσθετικός δείκτης θεωρεί ότι οι δύο μεταβλητές συμπληρώνουν και αντισταθμίζουν η μία την άλλη:

Θεματικός Προσανατολισμός / Θεματική Ταξινόμηση Lyengar [1991]	Αξία περιεχομένου σε Βαθμούς
Παρουσίαση γεγονότων με αναφορά στις σχέσεις αξίας – αποτελέσματος (κοινωνική επίπτωση)	10
Παρουσίαση μεμονωμένων γεγονότων μη εντασόμενων σε ευρύτερο πλαίσιο	2

Πίνακας 4 Δείκτες αξίας περιεχομένου με βάση τον θεματικό προσανατολισμό, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)

Ερμηνευτική Απόδοση (είδος / μορφή είδησης)	Δείκτης μέτρησης διαμόρφωσης γνώμης σε Βαθμούς
Έρευνα	10
Ερμηνευτική παρουσίαση και ανάλυση	10
Σχόλια – Άρθρα, όπου παρουσιάζονται και αιτιολογούνται υποκειμενικές απόψεις	10
Συνηντεύξεις	9
Δελτία ειδήσεων	8
Ειδήσεις που περιέχουν εξωτερικό υλικό που έχει μόνο εν μέρει επεξεργαστεί	5
Ειδήσεις που περιέχουν μόνο εξωτερικό περιεχόμενο (π.χ. αντίγραφα πρακτορείων)	1

Πίνακας 5 Δείκτες απόδοσης στη διαμόρφωση δημόσιας γνώμης, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)

Οι παραπάνω παραδοχές και τα KPIs των Bachmann et al. (2022), οδηγούν στον μαθηματικό τύπο της θεματικής πλαισίωσης:

$$\text{Θεματική Πλαισίωση} = (\text{Θεματικός προσανατολισμός} \times 0,6) + (\text{Ερμηνευτική απόδοση} \times 0,4)$$

Το κριτήριο του επαγγελματισμού αναφέρεται σε κοινωνικά και δημοκρατικά θεμελιωμένα Πρότυπα ποιότητας που έχουν τις ρίζες τους στην ίδια αντίληψη της επαγγελματικής δημοσιογραφίας. Ο επαγγελματισμός του ρεπορτάζ μετράται από τους Bachmann et al. (2022) από τις μεταβλητές:

- Αντικειμενικότητα (είδηση με κυρίαρχο ύφος επιχειρηματολογίας)
- Επίκληση των πηγών στο ρεπορτάζ (άλλοι συντάκτες, Μέσα ή πρακτορεία ειδήσεων)

- Πρωτογενές Ρεπορτάζ (αναλόγως του βαθμού που εστιάζει σε εξωτερικές υπηρεσίες, όπως η χρήση ύλης πρακτορείων, ή πραγματοποιείται με ίδια μέσα)

Η βαθμολογία της ποιότητας στη διάσταση του επαγγελματισμού υπολογίζεται ως ο πολλαπλασιαστικός δείκτης της μεταβλητής “αντικειμενικότητα” και ο προσθετικός δείκτης της “επίκλησης των πηγών” και του “πρωτογενούς ρεπορτάζ”. Η μέθοδος αυτή θεωρεί ότι η επίκληση των πηγών και η ανεξάρτητη αναφορά θεωρούνται συμπληρωματικές μεταβλητές, ενώ η αντικειμενικότητα θεωρείται μη αντισταθμιστική των άλλων δύο μεταβλητών. Αυτό σημαίνει ότι μια είδηση χαμηλής γνωστικής- επιχειρηματολογικής αξίας θα πρέπει, σε κάθε περίπτωση, να βαθμολογείται χαμηλά, ακόμη και αν αναφέρεται η πηγή και η είδηση παράγεται από μέλος του προσωπικού:

Αντικειμενικότητα	Αξία Μεταβλητής σε Βαθμούς
Είδηση στην οποία τα επιχειρήματα πρέπει να σταθμίζονται αντικειμενικά μεταξύ τους	10
Είδηση με ηθικο-συναισθηματικά μηνύματα που εστιάζουν σε συναισθήματα	2

Πίνακας 6 Δείκτες απόδοσης αντικειμενικότητας, σύμφωνα με τους *Bachmann et al. (2022)*

Αναφορά των πηγών	Αξία Μεταβλητής σε Βαθμούς
Σαφής αναφορά των πηγών του ειδησεογραφικού περιεχομένου (π.χ. όνομα του συντάκτη, συντομογραφία, αναφορά σε πρακτορείο ειδήσεων)	10
Μη σαφής αναφορά των πηγών του ειδησεογραφικού περιεχομένου (καμία αναφορά σε όνομα του συντάκτη κ.λπ.)	1

Πίνακας 7 Δείκτες αξίας περιεχομένου με βάση τις πηγές, σύμφωνα με τους *Bachmann et al. (2022)*

Πρωτογενές Ρεπορτάζ	Αξία Μεταβλητής σε Βαθμούς
Κάλυψη από εσωτερικούς συντάκτες/συντάκτριες (ανεξάρτητο από εξωτερικές υπηρεσίες των προμηθευτών περιεχομένου.	10
Ενημέρωση και από (άλλα) μέλη του προσωπικού	9
Κείμενα από προσκεκλημένους συντάκτες/συντάκτριες ή εξωτερικούς εμπειρογνώμονες	7
Ειδήσεις που παράγονται στο πλαίσιο διατμηματικής εκδοτικής συνεργασίας	5
Ειδησεογραφικά στοιχεία που επιμελούνται μόνο εν μέρει από μέλη του προσωπικού βάσει εξωτερικού υλικού (π.χ. ύλη πρακτορείων)	3
Ειδησεογραφικά στοιχεία που βασίζονται εξ ολοκλήρου σε εξωτερικές υπηρεσίες περιεχομένου (π.χ. ύλη πρακτορείων)	1

Πίνακας 8 Δείκτες αξίας πρωτογενούς περιεχομένου, σύμφωνα με τους Bachmann et al. (2022)

Η επιλεγμένη από τους Bachmann et al. (2022) μέθοδος, δίνει τον τύπο υπολογισμού του δείκτη επαγγελματισμού:

$$\text{Επαγγελματισμός} = \frac{[\text{Αντικειμενικότητα} \times \frac{(\text{Αναφορά Πηγών} + \text{Πρωτογενές Ρεπορτάζ})}{2}]}{10}$$

Η Διαφορετικότητα (ισότητα, πολυμέρεια, ποικιλομορφία, συμπερίληψη) είναι μια διάσταση ποιότητας, η οποία, όπως αναφέρουν οι Bachmann et al. (2022), δεν μετράται σε επίπεδο ειδησεογραφικού στοιχείου (της οι προηγούμενοι Δείκτες), δεν εμφανίζεται σε κάθε είδηση, αλλά στο σύνολο όλων των ειδήσεων ενός συγκεκριμένου μέσου ενημέρωσης. Οι δείκτες που χρησιμοποιούνται για τη τηρηση της Διαφορετικότητας ενός μέσου ενημέρωσης είναι η διαφορετικότητα περιεχομένου και η χωρική διαφορετικότητα. Η διαφορετικότητα περιεχομένου βασίζεται σε κωδικούς σε επίπεδο ειδήσεων. Διαμορφώνεται μέσω συνδυασμών κατηγοριών των μεταβλητών θεματική συνάφεια, συνάφεια με τον φορέα και πλαισίωση (θεματικός προσανατολισμός). Για να ποσοτικοποιηθεί η ποιότητα της διαφορετικότητας περιεχομένου, καθορίζουν μια κατανομή αναφοράς, η οποία θα πρέπει να αντικατοπτρίζει μια ιδανική κανονιστική κατανομή, αλλά και να αποτελεί έναν εμπειρικό-

ρεαλιστικό στόχο που ένα ειδησεογραφικό μέσο ενημέρωσης μπορεί να επιτύχει στην πραγματικότητα.

Ορίζουν οι συγγραφείς Bachmann et al. (2022) μια ισορροπημένη ιδανική κατανομή, η οποία αποδίδει βάρος 12,5% σε καθεμία από οκτώ κατηγορίες Πολιτική/Μάκρο Τρέχουσες ειδήσεις 12.5% - Πολιτική/Μάκρο Γενικό πλαίσιο 12.5% - Πολιτική/Μέσο 12.5% - Πολιτική/Μίκρο 12.5% - Οικονομία/Μάκρο 12.5% - Οικονομία Μέσο/Μίκρο 12.5% - Τέχνες & Πολιτισμός 12.5% - Αθλητισμός & Ανθρώπινο ενδιαφέρον 12.5% (Politics Macro Current news 12.5% - Politics Macro General context 12.5% - Politics Meso 12.5% - Politics Micro 12.5% - Economy Macro 12.5% - Economy Meso/Micro 12.5% - Arts & Culture 12.5% - Sports & Human interest 12.5). Σύμφωνα με τη διαβουλευτική θεωρία, δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στον τομέα της πολιτικής όσον αφορά στη διαφορετικότητα του περιεχομένου. Αυτό εκδηλώνεται με τέσσερις εκδοχές της πολιτικής (micro, meso, macro general context, macro general news), οι οποίες πρέπει να καλύπτονται με ισορροπημένο τρόπο, δηλαδή 12,5% η καθεμία. Λόγω της κεντρικής σημασίας του θέματος της οικονομίας, δίνουν επίσης υψηλή βαρύτητα στον τομέα αυτόν και του αναθέτουν δύο κατηγορίες (meso-micro), οι οποίες πρέπει να καλύπτονται με ισορροπημένο τρόπο, δηλαδή 12,5% η καθεμία. Οι τομείς του πολιτισμού (τέχνες και πολιτιστικά, спор και ανθρώπινη δραστηριότητα) και του ανθρώπινου ενδιαφέροντος είναι επίσης ιδανικά σταθμισμένοι με 12,5% ο καθένας. Η βαθμολόγηση θεωρεί έτσι το περιεχόμενο ανθρώπινου ενδιαφέροντος ως θεμιτή θεματική περιοχή για ρεπορτάζ. Το κανονιστικό σκεπτικό πίσω από αυτό είναι ότι τα μέσα ενημέρωσης πρέπει να προσελκύουν την προσοχή του κοινού, για το οποίο το περιεχόμενο ανθρώπινου ενδιαφέροντος είναι απαραίτητο. Ωστόσο, το περιεχόμενο ανθρώπινου ενδιαφέροντος δεν θα πρέπει να καταλαμβάνει την πρωτοκαθεδρία στο ρεπορτάζ.

Ο δεύτερος δείκτης διαφορετικότητας, η χωρική διαφορετικότητα, μετρά τον βαθμό στον οποίο ένα ειδησεογραφικό μέσο καλύπτει διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές αναφοράς. Γίνεται διάκριση μεταξύ των χαρακτηριστικών τιμών:

- (1) περιφερειακή,
- (2) εθνική & πολυμερής,
- (3) διεθνής
- (4) πολυεθνική.

Προκειμένου όλα τα εξεταζόμενα ειδησεογραφικά μέσα ενημέρωσης (τοπικά και εθνικά ειδησεογραφικά μέσα ενημέρωσης) να καταστούν συγκρίσιμα όσον αφορά αυτή τη διάσταση ποιότητας, η «τοπική κάλυψη» μπορεί να αποκλειστεί από την αξιολόγηση της χωρικής διαφορετικότητας, και ο σχετικός δείκτης να μετρηθεί

ως προς τη σύγκλιση προς μια ισορροπημένη κάλυψη των τριών γεωγραφικών χαρακτηριστικών: εθνική/διμερής, ξένη και πολυεθνική. Στην ισορροπημένη ιδανική κατανομή, τα τρία χαρακτηριστικά λαμβάνουν βαρύτητα 33,3% το καθένα. Σύμφωνα με τη διαβουλευτική θεωρία της δημοκρατίας, υποθέτουμε ότι τα μέσα ενημέρωσης θα πρέπει να αναφέρουν με ισορροπημένο τρόπο τα γεγονότα σε αυτά τα διαφορετικά γεωγραφικά επίπεδα αναφοράς. Η ποσοτικοποίηση και των δύο δεικτών διαφορετικότητας βασίζεται στον τύπο του δείκτη Shannon (1948) για τη μέτρηση της διαφορετικότητας. Η διαφορετικότητα περιεχομένου και η χωρική διαφορετικότητα, υπολογίζονται σύμφωνα με τον ακόλουθο τύπο:

$$\text{Διαφορετικότητα} = \frac{\text{Διαφορετικότητα Περιεχομένου} \times \text{Γεωγραφική Διαφορετικότητα}}{10}$$

Άλλες αξιολογικές μέθοδοι

Στο ερευνητικό έργο των Gladney et al. (2007) στις ψηφιακές ειδήσεις επιχειρήθηκε με τη συμμετοχή συντακτών από αίθουσες σύνταξης διαφόρων τύπων Μέσων να αξιολογηθεί η μέθοδος ποιοτικής αξιολόγησης στο περιεχόμενο επιγραμμικών Μέσων.

Τα 38 κριτήρια συμμετείχαν με διαφορετική βαρύτητα (τα 12 πρώτα αξιολογήθηκαν ως πιο σημαντικά από ό,τι τα 12 τελευταία).

Μολονότι είναι μια μέθοδος αξιολογησης να μελετηθεί, εντούτοις απαιτεί μεγαλύτερη προσπάθεια και μεγαλύτερο και αντιπροσωπευτικότερο δείγμα ερωτώμενων που να γνωρίζουν πολύ καλά τη διάκριση μεταξύ ορισμένων κριτηρίων. Επίσης απαιτεί το ίδιο υψηλό επίπεδο δημοσιογραφικής ικανότητας και ηθικής συγκρότησης. Αυτό σημαίνει ότι όσο πιο υψηλή εξειδίκευση απαιτείται για τη βαθμολόγηση τόσων πολλών σημαντικών κριτηρίων, τόσο μεγαλώνει η απόσταση από τη δυνατότητα να μπορεί εξωτερικό μέρος ή ακόμη καλύτερα και το κοινό να κατανοεί τις διαφορές και να αξιολογεί το περιεχόμενο.

Στα σημαντικότερα ευρήματα από μια τέτοια μεθοδολογική προσέγγιση θα μπορούσε να συγκαταλέξει κανείς τη διαπίστωση ότι η εγκυρότητα και η χρησιμότητα (χρησιμότητα) παραμένουν πολύ σημαντικά ποιοτικά κριτήρια τόσο για τα παραδοσιακά Μέσα όσο και για το περιεχόμενο στα ψηφιακά Μέσα.

<p>CONTENT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αξιοπιστία • Χρησιμότητα • Αμεσότητα • Συνάφεια • Διαχωρισμός γεγονότων και γνώμης • Αποκλειστικότητα • Καλή γραφή • Καλή εικονογράφηση • Βάθος • Ευρύτητα • Εξωτερικός σχολιασμός • Συντακτικό σθένος <p>NAVIGATION</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ευκολία χρήσης • Καθαρές διαδρομές • Ταχύτητα και αποτελεσματικότητα • Εξοικείωση • Επιλογή χρήστη/έλεγχος • Γρήγορη ανάγνωση 	<p>LOOK AND FEEL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Απλότητα • Πρωταρχικό περιεχόμενο • Κατάλληλος σχεδιασμός • Προσληψιμότητα • Αιχμή του δόρατος <p>FUNCTIONALITY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Αναζήτηση ισχύος • Απαιτήσεις χρηστών • Τεχνολογική συνάφεια • Προσέγγιση • Εύρος <p>COMMUNITY RELEVANCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Υπερτοπικό • Κοινότητα • Συμμετοχή των πολιτών • Πολιτικός/δημόσιος διάλογος <p>INTERACTIVITY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Πρόσβαση στο συντακτικό προσωπικό • Χώρος ιδεών • Πλούτος πολυμέσων • Προσαρμογή • Διαδραστική ανάγνωση • Κοινωνικός διάλογος
---	---

Πίνακας 9 Σημαντικότητα περιεχομένου ανά κατηγορία των 38 κριτηρίων σύμφωνα με Gladney et al. (2007), με δυνατότητα βαθμολόγησης από το 1 ως καθόλου έως και το 7 ως πολύ σημαντικό (Likert scale)

Μια άλλη προσέγγιση μέτρησης της ποιότητας των ειδήσεων είναι η μεθοδολογία του ARTT analysis framework του πανεπιστημίου της Ουάσιγκτον, που προέρχεται σε μεγάλο βαθμό από τα παραδοσιακά δημοσιογραφικά Πρότυπα και μπορεί να εφαρμοστεί σε ειδήσεις οποιουδήποτε θέματος ή είδους. Η μέθοδος με τελευταία επικαιροποίηση τον Ιούνιο του 2022 (επ αφορμή των infodemics και της παραπληροφόρησης για τα εμβόλια), αντιπροσωπεύει, όπως αναφέρεται, μια ολοκληρωμένη προσέγγιση της ποιότητας, δίνοντας έμφαση στον τρόπο με τον οποίο η ακρίβεια, η διαφάνεια, η αμεροληψία, η αξιοπιστία της πηγής και η γλώσσα, συνεργάζονται για τη δημιουργία δημόσιων πληροφοριών υψηλού επιπέδου.

Μεθοδολογία και αναφορές

Η ανάπτυξη αυτής της μεθόδου για την αξιολόγηση της ποιότητας της δημοσιογραφίας των εμβολίων βασίστηκε σε ακαδημαϊκή έρευνα, διαβούλευση με δημοσιογράφους και τεχνολόγους και σε συνεισφορά από συνεργατικά εργαστήρια. Η δομή προέκυψε τόσο από προηγούμενες εργασίες ταξινόμησης όσο και από συνεισφορές που προέκυψαν από πάνελ που φιλοξενήθηκαν από την [Πρωτοβουλία για την Ποιότητα των Ειδήσεων το 2020](#).

Με βάση αυτά τα ευρήματα, η ομάδα ARTT καθόρισε ένα αρχικό σύνολο δεικτών και συνέταξε ένα αντίστοιχο ερωτηματολόγιο. Στη συνέχεια, ζητήθηκε η γνώμη εμπειρογνομώνων σε διάφορους συναφείς τομείς για επανεξέταση και ανατροφοδότηση, είτε απευθείας είτε σε ημιδομημένα εργαστήρια. Στην ομάδα αυτή συμμετείχαν δημοσιογράφοι της επιστήμης και της δημόσιας υγείας, μέλη του Δικτύου Ασφάλειας Εμβολίων (VSN) του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας, έμπειροι συντάκτες στην κοινότητα της Wikipedia και ένας ενδιαφερόμενος από μια τεχνολογική πλατφόρμα. Το ερωτηματολόγιο παρουσιάστηκε επίσης σε εργαστήριο στο Διεθνές Φεστιβάλ Δημοσιογραφίας (IJF) στην Περούτζια της Ιταλίας τον Απρίλιο του 2022. Κατά τη διάρκεια αυτής της επαναληπτικής διαδικασίας, οι κατηγορίες και οι δείκτες του ερωτηματολογίου αναθεωρούνταν και επικυρώνονταν συνεχώς, με αποτέλεσμα την παρακάτω πρώτη έκδοση αυτού του πλαισίου.

Η μέθοδος της αξιολόγησης του δημοσιογραφικού περιεχομένου γενικώς, δείχνει να εντοπίζει τα βασικότερα ζητήματα και δείκτες απόδοσης στο ψηφιακό ενημερωτικό περιεχόμενο.

- Ακρίβεια (άρθρο) – Μπορεί να βρεθεί απόδειξη ανακρίβειας;
- Πολλαπλές (ανεξάρτητες) πηγές (άρθρο) – Παρατίθενται περισσότερες από μία πηγές;
- Κυκλικότητα (άρθρο) – Αποφεύγεται η κυκλικότητα στην πηγή;
- Τεκμηρίωση ισχυρισμού (άρθρο) – Τεκμηριώνονται οι ισχυρισμοί;
- Δελτίο Τύπου (άρθρο) – Μήπως είναι δελτίο Τύπου;
- Επισήμανση ειδήσεων/γνώμης (άρθρο) – Επισημαίνεται εάν είναι γνώμη;
- Γλωσσική γραμματική και ύφος (άρθρο) – Είναι καλογραμμένο;
- Καταλληλόλητα τίτλου (άρθρο) – Αποτυπώνει την κύρια είδηση; Είναι ουδέτερος;
- Αξιόπιστη πηγή (Πηγή) – Προέρχεται από πηγή με ιστορικό ανακριβειών;
- Διαχωρισμός ειδήσεων/γνώμης (Πηγή) – Προέρχεται από πηγή που επισημαίνει τη γνώμη;
- Διαφάνεια – Έκτακτες ειδήσεις (Πηγή)- Αναφέρεται ότι τα γεγονότα εξελίσσονται;
- Αποκάλυψη (Πηγή) – Υπάρχει πρόσφατη πηγή με την αποκάλυψη;

- Διόρθωση/Κοινοποίηση παραπόνων(Πηγή) – Υπάρχει τρόπος ειδοποίησης για διόρθωση ή καταγγελία;
- Αποδεικτικά στοιχεία διορθωτικής πρακτικής (Πηγή) – Υπάρχουν πολλές περιπτώσεις διόρθωσης από το Μέσο;
- Πίνακας κριτηρίων αξιολόγησης ποιότητας ψηφιακού περιεχομένου art Analysis Framework <https://artt.cs.washington.edu/analysis-framework-vaccine-news-quality/> retrieved 19/4/23

Διασφάλιση Ποιότητας μέσω της έκθεσης Δημόσιας Αξίας

Ένα άλλο μοντέλο διασφάλισης ποιότητας είναι αυτό που ακολουθούν μέχρι σήμερα τα Δημόσια Μέσα και το οποίο έχει σαν βασικό κορμό την ετήσια έκθεση δημόσιας αξίας. Πρόκειται για μία αναλυτική έκθεση με χαρακτηριστικά καθολικού απολογισμού, λογοδοσίας και διαφάνειας, που παρουσιάζει τα πλεονεκτήματα από τη λειτουργία των φορέων ενός σημαντικού θεσμού για τον πολίτη, την κοινωνία, το δημοκρατικό πολίτευμα, την οικονομία, τον πολιτισμό και εν γένει, τη χώρα. Οι εκθέσεις αυτές δεν δικαιολογούν μόνο τη δημόσια δαπάνη ή το κόστος από την παρεχόμενη συνδρομητική υπηρεσία, αλλά κρατούν στο βάθος τους τις αξίες και τα ιδανικά, την ηθική και την εθνική ταυτότητα, τον γλωσσικό πλούτο, το ευρωπαϊκό ιδεώδες και τον πολιτισμό. Μέσω του τρόπου παρουσίασης της χρηστής διακυβέρνησης και της παραγωγής υψηλής αξίας περιεχομένου προκύπτει και η υπεραξία που παίρνει πίσω το κοινό των δημοσίων ραδιοτηλεοράσεων και ψηφιακών Μέσων.

Η φιλοσοφία των εκθέσεων δημόσιας αξίας είναι να παρουσιάζουν σε ετήσια βάση κάθε πτυχή της δραστηριότητας, κάθε μεταβολή προσανατολισμού και κάθε καινοτομία των δημοσίων Μέσων. Η μεγάλη κλίμακα και το ιστορικό βάθος της αποτύπωσης των δεδομένων συνάδει με τη διαχρονικότητα της δημόσιας αποστολής τους, όπως το BBC που πρωτοπόρησε στην τεκμηρίωση του ισχυρισμού ότι τα δημόσια Μέσα παράγουν υπεραξία για τον πολίτη και την κοινωνία στην ετήσια έρευνά του “BBC³⁰ Group Annual Report and Accounts” (2022), η EPT³¹ που το 2016 ξεκίνησε, μετά την επαναλειτουργία της το 2013, την αποτύπωση της δημόσιας αξίας (Έκθεση Δημόσιας Αξίας, 2021) που προσφέρει στην ελληνική κοινωνία και

30. Department for Digital, Culture, Media & Sport. (2022). BBC Group Annual Report and Accounts for 2021/22. GOV.UK. <https://www.gov.uk/government/publications/bbc-group-annual-report-and-accounts-for-202122>

31. EPT AE. (2021, December 14). Έκθεση Δημόσιας Αξίας - ERT.GR. www.ert.gr. <https://www.ert.gr/dimosia-axia/>

η ORF³². Σύμφωνα με αυτό το μοντέλο, ετησίως θα πρέπει να υποβάλλεται στη Διοίκηση απολογιστική έκθεση, η οποία θα αποτελεί και τη βασική τεκμηρίωση της Έκθεσης Δημόσιας Αξίας του Οργανισμού.

Η Έκθεση Δημόσιας Αξίας, με βάση το παράδειγμα των τριών φορέων, οργανώνεται με βάση 5 διαστάσεις. Την ατομική Αξία, που μεταφράζεται στα οφέλη για τον πολίτη (αξιόπιστο Μέσο, αξιόπιστη πληροφόρηση για όλους, ενημέρωσης χωρίς φραγμούς) όπως οι: α) Εμπιστοσύνη, β) Εξυπηρέτηση, γ) Ψυχαγωγία, δ) Επιμόρφωση και ε) Υπευθυνότητα. Την κοινωνική Αξία και τα κοινωνικά οφέλη (ενημερωμένος πολίτης, εξυπηρέτηση του πολίτη) στις: α) Διαφορετικότητα, β) Προσανατολισμός, γ) Κοινωνική Ενσωμάτωση, δ) Ανταπόκριση στις προκλήσεις και ε) Πολιτισμός και Τέχνη. Την εθνική Αξία (τέχνες, καθολικότητα, περιφέρεια) όπως: α) Εθνική ταυτότητα και ταυτότητα του πολίτη, β) Προστιθέμενη αξία. Τη διεθνή αξία και την εταιρική αξία που μεταφράζεται σε προστιθέμενη αξία της εταιρείας, νέες τεχνολογίες, εξωστρέφεια, διαφάνεια και λογοδοσία, ανάπτυξη του προσωπικού, καινοτομία και ικανότητα.

Στα περιεχόμενα της Έκθεσης Δημόσιας Αξίας ενδεικτικά μπορεί να περιλαμβάνονται το προφίλ και το όραμα του Οργανισμού, τα οικονομικά δεδομένα, οι δαπάνες προγράμματος, η έκθεση διαφάνειας και λογοδοσίας, η αναφορά αμεροληψίας, η ικανοποίηση του κοινού, στοιχεία για το ανθρώπινο δυναμικό, στοιχεία για το περιεχόμενο, αναφορά για την καινοτομία και τη δημιουργικότητα, αναφορά για την εταιρική κοινωνική ευθύνη και στοιχεία ελέγχου ποιότητας.

Ο ΕΠΟΠΤΙΚΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΙΩΝ ΤΥΠΟΥ

Η αποστολή των Συμβουλίων Τύπου συνάδει με τον επιμέρους έλεγχο ενός συστήματος διασφάλισης ποιότητας της δημοσιογραφίας των Μέσων, μελών του και εν γένει στην ανεξαρτησία και την εγγύηση της ελευθερίας του Τύπου. Ελέγχουν τη δέσμευση των οργανισμών Μέσων στις αρχές του δημοσιογραφικού έργου, εξετάζουν τη σχέση με το κοινό, τα παράπονα και τις καταγγελίες, επιβάλλουν κυρώσεις και αξιώνουν διαφάνεια και λογοδοσία από τα μέλη τους. Υπό αυτή την έννοια η σύσταση ενός τέτοιου οργάνου υποβοηθά σημαντικά την αυτορρύθμιση των Μέσων στη λογική της ηθικής διακυβέρνησης και επιτηρεί σημαντικές διαστάσεις της λειτουργίας τους που σχετίζονται με τα εταιρικά συστήματα διασφάλισης ποιότητας.

32. ORF Public Value. (2023). *ORF quality assurance system*. ORF Public Value: https://zukunft.orf.at/show_content.php?hid=40&language=en

Τα Συμβούλια Τύπου είναι κατά βάση ενδιάμεσοι, διαιτητικού χαρακτήρα, οργανισμοί που συγκροτούνται από τον Τύπο (Μέσα και δημοσιογράφοι) για θέματα κοινής αντιμετώπισης και αποφυγής παρεκκλίσεων από τους ηθικούς κανόνες και τους κανόνες ανταγωνισμού. Ένα Συμβούλιο Τύπου είναι ένα σύγχρονο όργανο αυτορρύθμισης του Τύπου, το οποίο χρησιμεύει για τη διασφάλιση της ποιότητας της σύνταξης και την εγγύηση της ελευθερίας του Τύπου. Η λειτουργία τους εστιάζει στην ανάκτηση του ηθικού πλεονεκτήματος και τη διαμόρφωση καλής σχέσης με την κοινωνία των πολιτών, την ενδυνάμωση των Μέσων έναντι υπερβολικών ρυθμιστικών πιέσεων και την προώθηση των συμφερόντων της βιομηχανίας των Μέσων στους φορείς άσκησης πολιτικής.

Στο πλαίσιο λειτουργίας τους τυποποιούν τη μεθοδολογία παρακολούθησης εφαρμογής της ηθικής και ποιοτικής δημοσιογραφίας στα μέλη τους, ορίζοντας τις διαστάσεις όπου θα πρέπει να αποδίδεται ιδιαίτερη σημασία σε κάθε οργανισμό. Αυτό σημαίνει ότι είναι όργανα επόπτευσης της αυτορρύθμισης για τη θέσπιση κοινά αποδεκτών μεθοδολογιών, μεταξύ των οποίων αυτές των μετρήσεων κοινού, αλλά και της ικανοποιητικής ανταπόκρισης στα παράπονα και τις διορθώσεις από όλα τα μέλη. Σε ορισμένες από τις απαιτήσεις της αυτορρύθμισης των μελών ενός Συμβουλίου (press councils), όπως το να τίθεται στο επίκεντρο η δεοντολογία, μπορεί να θεωρηθεί ότι υπάρχει ολοκληρωμένη προσέγγιση που φτάνει έως και τη διαρκή βελτίωση ενός Κώδικα Ηθικής. Το ίδιο αφορά και στην ικανοποίηση του κοινού, ειδικά όταν αυτή σχετίζεται με διαστάσεις της ποιότητας του περιεχομένου. Σύμφωνα με έρευνα της AIPCE (2023) σε 29 Συμβούλια Τύπου, ένα τέτοιο όργανο έχει υποχρέωση σε πλήρη και διαφανή εικόνα ως προς τα θέματα ανεξαρτησίας του οργάνου και κατ'επέκταση των Μέσων, μελών. Τη διαφάνεια, την ικανοποίηση των προσδοκιών του κοινού, τη σχέση με τις ρυθμιστικές και κρατικές Αρχές, την απόδοση χαρακτήρα ηπίου δικαίου στις αποφάσεις του Συμβουλίου και των μελών του και τέλος, επιβεβαιώνει τη συμμόρφωση με βάση τις δημοσιογραφικές αρχές και τις αρχές της νομιμότητας.

Προς επίρρωση στους ιστοτόπους των Συμβουλίων Τύπου αναρτώνται με λεπτομερή τρόπο οι εκθέσεις δραστηριότητας, οι αποφάσεις και τα στατιστικά στοιχεία κρουσμάτων στα Μέσα που είναι μέλη των οργάνων. Στο αυστριακό Συμβούλιο Τύπου (Der Österreichische Presserat) τα δημοσιευμένα στατιστικά³³ προσφέρουν και τη δυνατότητα συγκριτικής ανάλυσης μεταξύ των Μέσων, μελών.

Ένα δεύτερο παράδειγμα για το πώς ένα Συμβούλιο Τύπου εποπτεύει σημαντικά

33. Der Österreichische Presserat, Statistiken 2011-2022 https://www.presserat.at/show_content.php?hid=12

μέρη από τα συστήματα διασφάλισης ποιότητας των Μέσων μελών του είναι το βρετανικό The Independent Press Standards Organisation (IPSO), στο οποίο επίσης δημοσιοποιούνται τα στατιστικά που αφορούν σε καταγγελίες και παραβιάσεις του Κώδικα Δεοντολογίας. Σύμφωνα με την έκθεση στρατηγικής 2023-2028, ο ανεξάρτητος οργανισμός δημοσιογραφικών προτύπων³⁴ απονέμει το σήμα πιστοποίησης του IPSO, το οποίο συμβολίζει ότι τα Μέσα που το φέρουν αποδεικνύουν ότι η δημοσιογραφία τους ρυθμίζεται από τις ηθικές αρχές του Κώδικα Δεοντολογίας. Το Συμβούλιο διαδηλώνει την ανεξαρτησία του, αλλά χρησιμοποιεί και τον όρο για να νοηματοδοτήσει την ανεξαρτησία των εκδόσεων και της δημοσιογραφικής αποστολής.

ΧΑΡΤΟΓΡΑΦΗΣΗ ΣΤΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Η ετυμολογία της λέξης ποιότητα προέρχεται από την αρχαία ελληνική λέξη ποιότης (ποιός - τι λογής) που σημαίνει: τη φύση, την κατάσταση, την υπόσταση σε σχέση με την αξία του. Τα Πρότυπα ποιότητας, συνεπώς, θέτουν τους απαραίτητους κανόνες για την παραγωγή και τα χαρακτηριστικά που πρέπει να έχει κάποιο προϊόν ή υπηρεσία. Σύμφωνα με τον ορισμό των οργανισμών τυποποίησης: Ποιότητα είναι το σύνολο των χαρακτηριστικών ενός προϊόντος ή υπηρεσίας που τους αποδίδουν την ικανότητα να ικανοποιούν εκφρασμένες και συνεπαγόμενες ανάγκες του χρήστη των προϊόντων ή υπηρεσιών. Η διαχείριση ποιότητας προσπαθεί να εξασφαλίσει υψηλό επίπεδο ποιότητας σε όλους τους τομείς που έχουν άμεσο ή έμμεσο αντίκτυπο στην ικανοποίηση των πελατών. Με τον προσδιορισμό των κατευθυντήριων γραμμών, η Διαχείριση Ολικής Ποιότητας αποτελεί τη βάση για την ελάχιστη απόρριψη και τη μέγιστη ικανοποίηση των πελατών. Κατά τη διασφάλιση της ποιότητας αναλύονται μόνο οι δυνητικά αρνητικές επιδράσεις στην ποιότητα του τελικού προϊόντος και στη συνέχεια, στην καλύτερη περίπτωση, εξαλείφονται. Με τον τρόπο αυτόν διασφαλίζεται ότι τηρούνται και εφαρμόζονται σωστά οι προδιαγραφές της διαχείρισης ποιότητας. Τα Πρότυπα είναι διεθνή όπως τα ISO, ευρωπαϊκά από τον οργανισμό CEN και εθνικά από τις Αρχές τυποποίησης κάθε χώρας.

34. <https://www.ipso.co.uk/media/2308/ipso-corporate-strategy-2023-28.pdf>

Τα Διεθνή Πρότυπα Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας

Τα Πρότυπα Συστήματα Διαχείρισης Δεοντολογίας και Ποιότητας που εξετάζονται σε αυτή τη μελέτη βασίζονται κατά κύριο λόγο στο ISO 9001:2015 (Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας). Στην πιστοποίηση ISO 9001³⁵ το σήμα αποδεικνύει την τήρηση της δέσμευσης για άριστες υπηρεσίες ειδησεογραφικών Μέσων. Ως αποτέλεσμα, ο Οργανισμός επωφελείται μέσω της ικανοποίησης του κοινού, της δέσμευσης του προσωπικού, της συνεργασίας των ομάδων, της ηθικής διακυβέρνησης της αξιοποίησης της εσωτερικής γνώσης, της διαρκούς εκπαίδευσης του προσωπικού, των καινοτομιών στην παραγωγή, της έρευνας και της λήψης αποφάσεων.

Ένα άλλο Πρότυπο από το οποίο δανείζεται απαιτήσεις και διαδικασίες κάθε βιομηχανία είναι το ISO 27001 (Διαχείριση ασφάλειας πληροφοριών). Ειδικά η προστασία των δεδομένων και των πληροφοριακών συστημάτων είναι ζωτικής σημασίας και για τη βιομηχανία των Μέσων ενημέρωσης, μολονότι δεν εντάχθηκε ευθύς εξ αρχής στις κρίσιμες υποδομές που χρήζουν επείγουσας και εντατικής ασφάλειας. Η βιομηχανία των Μέσων είναι ευάλωτη σε κινδύνους που σχετίζονται με την παραβίαση της ιδιωτικής ζωής, την παραπληροφόρηση στο ψηφιακό οικοσύστημα, την απάτη και τις κακόβουλες επιθέσεις. Για την εξάλειψη των επιθέσεων στον κυβερνοχώρο η βιομηχανία μπορεί να εφαρμόσει την πιστοποίηση ISO 27001³⁶.

Τα Πρότυπα Συστήματα διαχείρισης στα Media

ISAS BCP9001:2016

Η υιοθέτηση του συστήματος διαχείρισης ποιότητας ISAS MEDIA³⁷ από έναν οργανισμό μέσων ενημέρωσης (ραδιόφωνο, τηλεόραση, εφημερίδα, περιοδικό, διαδικτυακός ή άλλος) είναι αυστηρά εθελοντική. Είναι μια κίνηση για να διασφαλιστεί ότι η διαχείριση του οργανισμού γίνεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να πληροί τα υψηλότερα Πρότυπα ποιότητας στην εξυπηρέτηση του δημόσιου συμφέροντος, την εξυπηρέτηση του κοινού και των διαφημιζομένων του και τη συνεργασία με άλλους σημαντικούς ενδιαφερόμενους φορείς, συμπεριλαμβανομένων ενδεικτικά:

35. ISO 9001:2015. Quality Management Systems – Requirements. (2015). International Organization for Standardization. Retrieved from: <https://www.iso.org/standard/62085.html>

36. ISO/IEC 27001 and related standards Information security management. (n.d.). <https://www.iso.org/>. <https://www.iso.org/isoiec-27001-information-security.html>

37. ISAS BCP9001:2016 (Media). (2016). isas.org. https://www.isas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=209&Itemid=100020

- Προσωπικό,
- Παραγωγοί περιεχομένου και άλλοι εξωτερικοί πάροχοι και υπεργολάβοι,
- Ιδιοκτήτες και μέτοχοι,
- Κοινωνία των πολιτών,
- Δημόσιες αρχές.

Σύμφωνα με το Πρότυπο, κάθε σύστημα διαχείρισης ποιότητας που εφαρμόζεται σε έναν οργανισμό μέσω ενημέρωσης πρέπει να αναγνωρίζει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της βιομηχανίας των μέσων ενημέρωσης, όπως ο κοινωνικός της ρόλος, ότι υπόκειται σε πιέσεις από τα ισχυρά ενδιαφερόμενα μέρη που μπορεί να επιδιώκουν να επηρεάσουν το περιεχόμενό του και ότι το επιχειρηματικό του μοντέλο εξαρτάται συνήθως από την υποστήριξη του κοινού και των διαφημιστών, των οποίων τα συμφέροντα δεν συγκλίνουν απαραίτητα. Η ποιότητα ενός οργανισμού Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης δεν μπορεί να αξιολογηθεί απλώς στα δεδομένα που χρησιμοποιούνται συνήθως στις επιχειρήσεις, όπως η διανομή περιεχομένου, τα έσοδα ή τα κέρδη. Κάθε οργανισμός που φιλοδοξεί να αποκτήσει ένα πρότυπο ποιότητας πρέπει πάνω απ' όλα να έχει ακεραιότητα, να είναι ειλικρινής, δίκαιος, αξιόπιστος και να στοχεύει στην εξυπηρέτηση του δημόσιου συμφέροντος. Ήτοι, να είναι ανεξάρτητος, να αντανakλά την ποικιλομορφία της κοινωνίας, να ακούει τα ενδιαφερόμενα μέρη του, να είναι διαφανής όσον αφορά στην ιδιοκτησία, να διέπεται από συντακτικές κατευθυντήριες γραμμές, να λαμβάνει υπόψη τα διεθνή Πρότυπα που αφορούν στις συνθήκες εργασίας και τον κοινωνικό διάλογο.

Η εσωτερική κουλτούρα και οι διαδικασίες ενός οργανισμού μέσω ενημέρωσης θα πρέπει κατά το ISAS Media να περιλαμβάνουν:

- Σαφή αποστολή και εκδοτική άποψη για κάθε εκδοτική ή ραδιοτηλεοπτική πλατφόρμα εντός του οργανισμού. Υψηλής ποιότητας πληροφορίες και άλλο περιεχόμενο.
- Ακριβή αναφορά των γεγονότων.
- Εμπιστευτικότητα των πηγών πληροφόρησης.
- Διάκριση μεταξύ γνώμης και γεγονότων.
- Διαχωρισμός διαφημιστικού και συντακτικού περιεχομένου.
- Ευρέως δημοσιοποιημένες κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με τη δεοντολογία.
- Αποτελεσματικοί μηχανισμοί για τον εντοπισμό και τη διόρθωση λαθών.
- Ανταπόκριση στην ανατροφοδότηση από το κοινό, τους διαφημιζόμενους και άλλους ενδιαφερόμενους.
- Υψηλής ποιότητας κατάρτιση και αξιολόγηση του προσωπικού.
- Μια μεθοδολογία βασισμένη στον κίνδυνο που επιτρέπει τον μετριασμό των επιπτώσεων των αβεβαιοτήτων και των απειλών.

Κάθε διαδικασία του οργανισμού μέσωσν ενημέρωσης που έχει άμεσο ή έμμεσο αντίκτυπο στην ποιότητα του περιεχομένου θα πρέπει να ορίζεται με σαφήνεια όσον αφορά στις εισροές, τις δραστηριότητες, τις εκροές (προστιθέμενη αξία) και τους ελέγχους.

Journalism Trust Initiative (JTI)

Το 2021 παρουσιάστηκε το Journalism Trust Initiative (JTI) των Ρεπόρτερς Χωρίς Σύνορα (RSF). Το Journalism Trust Initiative (JTI)³⁸ είναι ένα διεθνές πρότυπο για την προβολή και την προώθηση της αξιόπιστης δημοσιογραφίας. Στόχος του είναι να παρέχει έναν διαφανή μηχανισμό για τον περιορισμό της παραπληροφόρησης και την παροχή απτών ανταμοιβών για την ηθική και επαγγελματική δημοσιογραφία. Τα οφέλη του σύμφωνα με την πρωτοβουλία ανάπτυξής του, έχουν θετικές επιπτώσεις σε όλα τα επίπεδα της αλυσίδας παραγωγής πληροφοριών. Τα μέσα ενημέρωσης αξιολογούν τη συμμόρφωσή τους με το πρότυπο, δημοσιεύουν τις εκθέσεις διαφάνειας και στη συνέχεια λαμβάνουν ανεξάρτητη πιστοποίηση. Με αυτόν τον τρόπο, το JTI παρέχει ένα κίνητρο στα μέσα ενημέρωσης να βελτιώσουν τον τρόπο λειτουργίας τους και ειδικά της παραγωγής περιεχομένου στην αίθουσα σύνταξης. Οι ρυθμιστικές Αρχές και οι κρατικοί φορείς βλέπουν το πρότυπο ως έναν ανεξάρτητο ρυθμιστικό μηχανισμό για την κατανομή επιχορηγήσεων και παροχών στα μέσα ενημέρωσης. Το JTI ως μηχανισμός αυτορρύθμισης βασίζεται σε αντικειμενικά κριτήρια, τα οποία σχετίζονται με τη διαφάνεια των μέσων ενημέρωσης και τον επαγγελματισμό των διαδικασιών σύνταξης, όπως την εφαρμογή μιας συντακτικής κατευθυντήριας γραμμής, την ύπαρξη μηχανισμών διόρθωσης περιεχομένου, τη διαχείριση του αυτόματα παραγόμενου περιεχομένου, τον εσωτερικό/εξωτερικό έλεγχο, τη διαφάνεια στην ταυτότητα των ιδιοκτητών Μέσων, την οικονομική αυτοτέλεια και ανεξαρτησία, την απόδειξη συμμόρφωσης με ρυθμιστικές και επαγγελματικές εγγυήσεις.

Η δομή του Προτύπου στον επαγγελματισμό και την υπευθυνότητα είναι:

- Λογοδοσία για Δημοσιογραφικές Αρχές
- Ακρίβεια
- Ευθύνη για το περιεχόμενο που παρέχεται από το κοινό
- Ευθύνη για Πηγές
- Επαγγελματισμός για Συνεργασίες

38. Journalism Trust Initiative: JTI. (2023). *Journalism Trust Initiative*: <https://www.journalismtrustinitiative.org/>

- Εσωτερική Λογοδοσία
- Εξωτερική Λογοδοσία
- Επαγγελματισμός στα ΜΜΕ
- Εκπαίδευση
- Δημοσίευση Αυτοαξιολόγησης

Στην Εισαγωγή και το Προοίμιο του Προτύπου αναφέρεται ότι ο απώτερος στόχος της «Πρωτοβουλίας Δημοσιογραφίας Εμπιστοσύνης» (JTI) είναι να υποστηρίξει την καθολική, ατομική ελευθερία γνώμης μέσω της πρόσβασης σε πληροφορίες και ανεξάρτητα, πλουραλιστικά μέσα ενημέρωσης. Εκτιμάται ότι με τη διασφάλιση των επαγγελματικών προτύπων, θα αναδυθεί ένα υγιέστερο τοπίο ψηφιακών μέσων, από το οποίο θα μπορούσε να επωφεληθεί κάθε πολίτης και εργαζόμενος στα μέσα ενημέρωσης, αλλά και οι κοινωνίες γενικότερα. Για να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις, η Πρωτοβουλία στοχεύει να ενισχύσει και να διαφυλάξει τη δημοσιογραφία, να υποβοηθήσει τη συμμόρφωση με κανόνες δεοντολογίας, εγκεκριμένες δημοσιογραφικές μεθόδους και εγγυήσεις ανεξαρτησίας. Όπως αναφέρεται, η Πρωτοβουλία πιστεύει στην αυτορρύθμιση, η οποία απαιτεί συμφωνημένους κανόνες, Πρότυπα ή ισοδύναμα που λειτουργούν ως ένα επαληθεύσιμο σύνολο κανόνων και σημείων αναφοράς και που καθορίζουν την καλύτερη πρακτική του επαγγέλματος. Στο προοίμιο των Κατευθυντηρίων Γραμμών αναφέρεται ότι το Πρότυπο Πρωτοβουλίας Δημοσιογραφίας Εμπιστοσύνης (JTI) μπορεί να προσφέρει ένα χρήσιμο εργαλείο για την ενεργοποίηση της αξιόπιστης δημοσιογραφίας, εάν εφαρμοστεί σύμφωνα με τους επιδιωκόμενους στόχους της. Το JTI πιστοποιείται προαιρετικά μετά από εξωτερικό, ανεξάρτητο έλεγχο από διαπιστευμένο φορέα.

EJN audit

Το Δίκτυο Ηθικής Δημοσιογραφίας³⁹ έχει αναπτύξει ένα εργαλείο που μπορεί να βοηθήσει τα μέσα ενημέρωσης να παρακολουθούν τις δικές τους επιδόσεις και να βοηθήσουν επίσης στην ανάπτυξη τρόπων βελτίωσης της εμπιστοσύνης του κοινού και εμπιστοσύνης της αγοράς. Πρόκειται για μια μορφή εσωτερικού ελέγχου, η οποία όμως αναπτύσσεται και εφαρμόζεται από τα ίδια τα Μέσα. Στην πρώτη ενότητα απαιτήσεων περιλαμβάνεται η κατανόηση του πλαισίου και της λειτουργίας του Οργανισμού, όπως η εταιρική δέσμευση για τη χρηστή διακυβέρνηση και τα ακολουθούμενα ηθικά Πρότυπα, όπως η Δήλωση αποστολής, οι Κώδικες των δημο-

39. Law, T. (2022, August 22). *The EJN Ethical Media Audit*. Ethical Journalism Network. <https://ethicaljournalismnetwork.org/the-ejn-ethical-media-audit?swcfcpc=1>

σιογράφων και οι εταιρικοί Κώδικες, οι δεσμεύσεις για διαφάνεια και προστασία της συντακτικής ανεξαρτησίας, η ακεραιότητα της σύνταξης και της εμπορικής δραστηριότητας, οι σχέσεις με εξωτερικούς ρυθμιστικούς φορείς, η πολιτική ποιότητας και η επιβράβευσή της. Επιπρόσθετα, περιλαμβάνονται ποιοτικά και αριθμητικά στοιχεία παραγωγής περιεχομένου, περιπτώσεις τεκμηρίωσης της δημοσιογραφικής ευθύνης και μεγάλα θέματα που ανέδειξε το Μέσο. Σε άλλη απαίτηση της πρώτης ενότητας ζητούνται αποδεικτικά στοιχεία προστασίας της συντακτικής ανεξαρτησίας, πολιτική διαχωρισμού εμπορικού περιεχομένου και ειδήσεων, ανεξαρτησία του αρχισυντάκτη και κατευθυντήριες οδηγίες στους δημοσιογράφους να σέβονται τους Κώδικες δεοντολογίας. Το σχέδιο αυτοαξιολόγησης περιλαμβάνει την κορυφαία απαίτηση ύπαρξης πολιτικών ικανοποίησης του κοινού, ποιοτικών και αριθμητικών δεδομένων και μηχανισμών διάδρασης και υποδοχής καταγγελιών.

Στη δεύτερη ενότητα περιλαμβάνονται τα στοιχεία της επιχείρησης, όπως διοίκηση και ιδιοκτησία, επωνυμία και διεύθυνση, φάσμα δραστηριοτήτων, Διοικητικό συμβούλιο, οργανόγραμμα, οικονομικό προφίλ και συμμετοχές της εταιρείας και των ιδιοκτητών της, κανόνες εσωτερικής διακυβέρνησης, εταιρική δήλωση αυτοδέσμευσης κατά της διαφθοράς, έσοδα από κρατικές πηγές, τυχόν πολιτικές θέσεις της εταιρείας, στοιχεία για οικονομικές επιδόσεις και απήχησης, καθώς και οι εκθέσεις προς τους φορείς που εποπτεύουν τη λειτουργία των Μέσων. Επίσης, απαιτούνται δεδομένα για τις εργασιακές σχέσεις, τον συνδικαλισμό, την κατάρτιση των εργαζομένων, την ισότητα των φύλων, ποιοτικά και αριθμητικά δεδομένα προσωπικού και στοιχεία για την ποικιλομορφία και τη συμπερίληψη. Απαιτούνται επίσης δεδομένα για την ασφάλεια και προστασία των δημοσιογράφων και του προσωπικού, προγράμματα κατάρτισης και ευαισθητοποίησης για ρεπορτάζ σε επικίνδυνες ζώνες, ειδικές πρόνοιες υποστήριξης για το γυναικείο προσωπικό, ιατρική ασφάλιση και ασφάλιση ζωής, ευαισθητοποίηση για τις διαδικτυακές απειλές και τη διαδικτυακή κακοποίηση. Στην τρίτη ενότητα περιλαμβάνονται οι εταιρικοί σκοποί και στόχοι, η κατανόηση του περιβάλλοντος και των κινδύνων αλλά και των ευκαιριών και το πώς το εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον επηρεάζουν τον οργανισμό στην επίτευξη των επιδιωκόμενων στόχων του.

Με την ολοκλήρωση των παραπάνω, ο οργανισμός συντάσσει έκθεση που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την προώθηση του σήματος της επιχείρησης και της αξιόπιστης δημοσιογραφίας του. Τα χαρακτηριστικά διαφάνειας και λογοδοσίας της έκθεσης (τύπου Δημόσιας Αξίας) αξιοποιούνται και ως εργαλείο μάρκετινγκ για να ενθαρρύνει τη διαφήμιση, την εμπορική εμπιστοσύνη και την εμπιστοσύνη του κοινού. Ειδικότερα, η έκθεση περιλαμβάνει τις συντακτικές επιδόσεις και το πώς αυτές έχουν ενισχύσει το ρόλο της ηθικής δημοσιογραφίας. Επίσης, το πώς διασφα-

λίζει το Μέσο το δικαίωμα ανεξαρτησίας του συντακτικού προσωπικού, δηλαδή να εργάζεται ηθικά και σύμφωνα με τη συνειδησή του. Ακόμη, τις υποχρεώσεις τήρησης του κώδικα δεοντολογίας, τον τρόπο επιλογής αρχισυντάκτη και την εγγύηση ανεξαρτησίας του, το σύστημα παρακολούθησης και διόρθωσης των λαθών, δομή που ορίζει τη συντακτική πολιτική και την αντιμετώπιση των εσωτερικών παραβιάσεων των κωδίκων και των κατευθυντήριων γραμμών, καθώς και πολιτική για τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Στην έκθεση πρέπει να περιλαμβάνονται οι πληροφορίες για το εξωτερικό περιβάλλον, οι τάσεις και προκλήσεις και μια διαφανής περιγραφή των οικονομικών στοιχείων από διαφήμιση και από κρατικές πηγές. Το Μέσο υποχρεούται να αποτυπώνει στην έκθεση πληροφορίες σχετικά με το εργατικό δυναμικό ανά τύπο απασχόλησης, σύμβαση εργασίας και περιοχή, καταμεμημένες ανά φύλο και άλλα χαρακτηριστικά, καθώς και δεδομένα των συλλογικών συμβάσεων. Τα δεδομένα υγείας, ασφάλειας και προστασίας πρέπει να αποτυπώνονται επίσης. Ειδική αναφορά πρέπει να συμπεριλαμβάνεται σχετικά με το γυναικείο προσωπικό, δεδομένου του ενδεχομένου παρενόχλησης και εκφοβισμού. Η κατάρτιση του προσωπικού είναι επίσης ένα σημαντικό κεφάλαιο της έκθεσης. Ειδικά, απαιτείται η δημοσίευση της πολιτικής με την οποία οι εργαζόμενοι αξιολογούνται και εξελίσσονται. Η συμμετοχή των γυναικών και γενικώς η συμπερίληψη για λόγους τεκμηρίωσης της ποικιλομορφίας, όπως αποτυπώνεται στις θέσεις ευθύνης αλλά και η συμμετοχή εργαζομένων από μειονοτικές ομάδες. Στην ενότητα αυτή πρέπει να περιλαμβάνονται και στοιχεία για την αναλογία μισθού σε άντρες και γυναίκες. Σε άλλη ενότητα της έκθεσης πρέπει να αναφέρονται διακηρύξεις για το σεβασμό των εθνικών και διεθνών προτύπων, αλλά και τους περιορισμούς των δικαιωμάτων του προσωπικού που σχετίζονται με την εργασία του (για παράδειγμα, χρήση των κοινωνικών δικτύων και πολιτικές αναφορές), καθώς και τους τρόπους διαχείρισης των εννοιών της Ελευθερίας της έκφρασης, τα Ανθρώπινα δικαιώματα, του Πολιτισμού, τα Πνευματικά Δικαιώματα, της Προστασίας της ιδιωτικής ζωής, της Διαφθοράς, της Αλληλεπίδρασης με το κοινό, της Διαφήμισης και της Εκπαίδευσης.

Επιπρόσθετα, απαιτείται να συμπεριλαμβάνονται στην έκθεση οι εταιρικές πολιτικές για τον ελεύθερο συνδικαλισμό και τις συλλογικές διαπραγματεύσεις, καθώς και της πολιτικής εσωτερικών παραπόνων που σχετίζονται με διακρίσεις ή άλλα κοινωνικά και πολιτικά δικαιώματα των εργαζομένων. Η δημόσια δήλωση πολιτικής θέσης είναι απαίτηση να αναφέρεται στην έκθεση διαφάνειας. Επίσης απαιτούνται στοιχεία για το παραγόμενο περιεχόμενο, τη διάχυσή του και τον συνολικό αντίκτυπο που έχει, καθώς και εάν υπήρξαν θέματα ακατάλληλου περιεχομένου ή περιστατικά που προκάλεσαν καταγγελίες. Η έκθεση είναι υποχρεωτικό να περι-

λαμβάνει κάθε πληροφορία που σχετίζεται με την αλληλεπίδραση με το κοινό και την ικανοποίησή του. Περιλαμβάνεται επίσης η εμπορική πολιτική παραθέτοντας στοιχεία δραστηριότητας αλλά και περιγράφοντας την εταιρική διαδικασία διαχωρισμού των επικοινωνιών μάρκετινγκ (διαφήμιση και εμπορικές δραστηριότητες) από τη συντακτική εργασία. Οι δράσεις επιμόρφωσης και ευαισθητοποίησης του κοινού και των εργαζομένων πρέπει επίσης να αποτυπώνονται.

Τέλος, απαιτείται να δημοσιοποιούνται οι εταιρικές πολιτικές προστασίας δεδομένων και δημοσιογραφίας, καθώς και στοιχεία από τυχόν καταγγελίες σχετικά με παραβιάσεις της ιδιωτικής ζωής ή αγωγές κατά της εταιρείας για συκοφαντική δυσφήμιση.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στην ψηφιακή εποχή η αυτορρύθμιση, με οποιαδήποτε τυπολογία και μορφή, συμβάλλει στην αξιοπιστία των Μέσων, τη στήριξη της βιομηχανίας στην ανάκτηση της εμπιστοσύνης του κοινού, τη μετάβαση σε επιχειρηματικά μοντέλα που εξασφαλίζουν βιωσιμότητα και στην ποιότητα του περιεχομένου. Η κάθε πρωτοβουλία βάζει ένα ακόμη εχέγγυο για την ελευθερία της έκφρασης και την προαγωγή του δημοσίου συμφέροντος. Τα προγράμματα διασφάλισης ποιότητας που εστιάζουν στον περιορισμό των αποκλίσεων και των κινδύνων με τις ελάχιστες δυνατές προδιαγραφές, τα συμβούλια Τύπου που ενισχύουν τις ηθικές διαστάσεις και το ρόλο των Μέσων στην κοινωνία και τη δημοκρατία, αλλά και οι εφαρμογές ελέγχου ποιότητας περιεχομένου και οι πιστοποιημένες μέθοδοι μετρήσεων του κοινού, ορθώνουν τείχη άμυνας απέναντι στην παραπληροφόρηση και την προπαγάνδα, την εξυπηρέτηση αλλότριων συμφερόντων δια του Τύπου και εμβαθύνουν τη δημοκρατία.

Ταυτόχρονα, η Βιομηχανία των ΜΜΕ έχει στη διάθεσή της και όλα τα εργαλεία ορθής διακυβέρνησης, διαρκούς βελτίωσης και επίτευξης μιας βιώσιμης ανάπτυξης, όπως τα διεθνή Πρότυπα ποιότητας. Με τα θεμέλια του Οργανισμού Διεθνών Προτύπων, ISO, και ειδικά το τροχοδεικτικό Πρότυπο ISO9001, τα ΜΜΕ διαθέτουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν από μόνα τους ή μέσω ομίλων, ενώσεων και κλαδικών συμμετοχών, δικά τους Πρότυπα. Προς επίρρωση, μετά την αρχική προσπάθεια του οργανισμού ISAS με το BCP 9001 που ενσωματώθηκε και οδήγησε σε πιστοποίηση χιλιάδες media σε δεκάδες χώρες, ακολούθησαν πλειάδα από πλαίσια αυτοδέσμευσης και αυτορρύθμισης με βάση τις ίδιες αξίες, μολοντί δεν είχαν ως αυτοσκοπό την τυποποίηση και πιστοποίηση, αλλά την αποδοχή των οντοτήτων χάραξης πολιτικής και των ρυθμιστικών Αρχών. Πρόσφατα στην Ε.Ε. οι Δημοσιογράφοι χωρίς

Σύνορα παρουσίασαν το JTI (Journalism Trust Initiative), που αποτελεί ένα διαρθρωμένο στο ISO 9001 πιστοποιήσιμο σύστημα διαχείρισης, το οποίο μετά την έγκρισή του από τον ευρωπαϊκό φορέα διαπίστευσης CEN, αναφέρθηκε ως ένα παράδειγμα προτύπου στο σχέδιο πρότασης του Κανονισμού EMFA της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Την ίδια περίοδο στο πλαίσιο διεθνών πρωτοβουλιών του για την προώθηση της ηθικής δημοσιογραφίας και της υπεύθυνης διακυβέρνησης των Μέσων, το Δίκτυο Ηθικής Δημοσιογραφίας (Ethical Journalism Network) παρουσίασε το EJM Audit, το οποίο προσομοιάζει με σύστημα διαχείρισης βασισμένο σε λογικές διάρθρωσης των προτύπων του οργανισμού ISO.

Υπό αυτά τα δεδομένα προκύπτει ότι ακόμη και η πιστοποίηση ενός Μέσου με το βασικό πρότυπο ποιότητας διαδικασιών ISO 9001 υποβοηθά τη διακυβέρνησή του χωρίς βεβαίως να εγγυάται την ηθική του διακυβέρνηση στο οικοσύστημα των Μέσων.

Τα οφέλη όλων αυτών είναι σημαντικά, αλλά τα σημαντικότερα αφορούν ασφαλώς στα συστήματα διαχείρισης δεοντολογίας και ποιότητας. Ειδικότερα, ο πιστοποιημένος οργανισμός γίνεται ισχυρότερος έναντι του πιεστικού εξωτερικού περιβάλλοντος αποκτώντας ηθικό πλεονέκτημα στις συγκρούσεις συμφερόντων αλλά και στις δυσανάλογες απόπειρες περιοριστικών ρυθμίσεων. Ανταποκρίνεται καλύτερα στις προσδοκίες του κοινού, αντεπεξέρχεται στις αλλαγές και τις προκλήσεις, επιτυγχάνει την ψηφιακή μετάβαση σε βιώσιμα μοντέλα επιχειρηματικότητας. Σε ό,τι αφορά τη δημοσιογραφία, αποκτά σαφώς καλύτερη πρόσβαση σε πηγές και ικανούς δημοσιογράφους με σημαντικές υπογραφές, ενώ του αναγνωρίζεται η κοινωνική συμβολή και η συμμετοχή στις δυνάμεις της κοινωνικής ανάπτυξης και της δημοκρατίας.

Στο επιχειρηματικό μοντέλο είναι αυτονόητο ότι ένα πιστοποιημένο Μέσο με αξιόπιστη δημοσιογραφία ξεχωρίζει από αυτά τα Μέσα που διαμοιράζουν, ενίοτε και με ανήθικη χρήση της τεχνολογίας, κακόβουλο περιεχόμενο για τους πολίτες, τους καταναλωτές αγαθών και υπηρεσιών, την κοινωνία και τη δημοκρατία. Στο επόμενο μέρος γίνεται μια συνοπτική περιγραφή των βασικών στοιχείων του project «**ήθος**», το οποίο αποτελεί την πρόταση της μελέτης για την ηθική διακυβέρνηση των Μέσων. Περιλαμβάνονται επίσης προτάσεις για τη συγκρότηση δεοντολογικών προτύπων, μεθόδων επιτήρησής τους, καθώς και προτάσεις για την βέλτιστη δυνατή συμμόρφωση με τις απαιτήσεις ενός προτύπου συστήματος διαχείρισης δεοντολογίας και ποιότητας στα ΜΜΕ.

Τέταρτο Μέρος

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η μελέτη των δεδομένων, των συνθηκών και των προτεινόμενων πρακτικών κατατείνει στη διαμόρφωση προτάσεων αυτορρύθμισης που βασίζονται στον πυρήνα της πρότασης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την εθελοντική αυτορρύθμιση της Βιομηχανίας των Μέσων και συνακόλουθα τη δέσμευση του συνόλου του οικοσυστήματος των Μέσων Επικοινωνίας όπως οι μεγάλες τεχνολογικές πλατφόρμες αναδιανομής, οι συναθροιστές και η διαφημιστική αγορά. Οι προτάσεις που παρατίθενται έχουν λάβει υπόψη τόσο την ιδιαιτερότητα της Βιομηχανίας όσο και τις ζωτικές ανάγκες σε έναν κόσμο που αλλάζει ακούσια πιο γρήγορα με βάση τη ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη. Με συνεκτικό τρόπο, η πρόταση για ένα πρότυπο σύστημα διαχείρισης δεοντολογίας και ποιότητας και η πρόταση για τον εκσυγχρονισμό του Κώδικα Δεοντολογίας με στοιχεία που αφορούν στα νέα ηθικά διλήμματα που επιβάλλει το διαδίκτυο και οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, μπορούν να συμβάλουν στην αλλαγή παραδείγματος μιας ηθικής διακυβέρνησης με σοβαρό ηθικό πλεονέκτημα στη διεκυστίνδα των ρυθμιστών και φορέων άσκησης πολιτικής με τους υπό ρύθμιση εκδοτικούς οργανισμούς. Η ολοκληρωμένη πρόταση αφορά στην από τον σχεδιασμό ενσωμάτωση της ηθικής στην εταιρική διακυβέρνηση, την ανεξαρτησία της δημοσιογραφικής διοίκησης να επιτρέπει την αυτορρύθμιση της υπεύθυνης δημοσιογραφίας, τη διαμόρφωση δεοντολογικών πλαισίων με τρόπο που να εντοπίζεται η ανάγκη αναθεώρησης και διαρκούς βελτίωσης, καθώς και στην ανάγκη να ενσαρκώνεται από τον ορισμό Public Editor η υπεύθυνη διακυβέρνηση ενός Μέσου.

ΗΘΙΚΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ

Ο κύριος σκοπός μας είναι να ενσωματωθεί από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού στη νέα περίοδο των Μέσων υψηλής τεχνολογίας η ηθική. Δηλαδή η υποχρέωση του Μέσου να εφαρμόζει τα κατάλληλα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα, καθώς και τις αναγκαίες εγγυήσεις:

Να εφαρμόζει κατάλληλα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα σχεδιασμένα για την εφαρμογή και επίτευξη των αρχών δημοσιογραφικής δεοντολογίας και την ενσωμάτωση των απαραίτητων εγγυήσεων στη σύνταξη. Οι επαυξημένες δεξιότητες και γνώσεις των δημοσιογράφων σε συνδυασμό με τα κατάλληλα μέτρα και εγγυήσεις αποσκοπούν στην εξυπηρέτηση του ίδιου σκοπού. Της υπηρετήσης του δημοσίου συμφέροντος και της ικανοποίησης των προσδοκιών του κοινού για έγκυρη ενημέρωση. Ως τέτοια θεωρούνται οι μέθοδοι, οι πολιτικές, οι κώδικες και τα μέσα που

χρησιμοποιούνται για το σκοπό της δημοσιογραφικής επεξεργασίας. Το σύνολο αυτό είναι αδιαίρετο και πρέπει να επιθεωρούνται συνεχώς, ώστε να βεβαιώνεται η καταλληλότητά τους ή να βελτιώνονται. Πρέπει να αποδεικνύεται η αξία τους με βάση την αποτελεσματικότητάς τους.

Τα τεχνολογικά εργαλεία, οι εκδοτικές πολιτικές και η δεοντολογία μαζί με την εκπαίδευση των συντακτών είναι τα επαρκή τεχνικά και οργανωτικά μέτρα, όταν περιλαμβάνουν προβλέψεις για το δημοσιογραφικό απόρρητο, την προστασία των πηγών, την ασφαλή διατήρηση των πληροφοριών, την εύκολη επεξεργασία τους, τη διαρκή επιμόρφωση των εργαζομένων.

Οι βασικές αρχές της ηθικής από τον σχεδιασμό θα μπορούσαν να είναι:

1. Προληπτικά μέτρα

Τα προληπτικά μέτρα είναι οι προβλέψεις του κώδικα δεοντολογίας, αλλά επιπλέον απαιτείται να συμπληρώνονται και από ανάλογο χαρακτήρα προβλέψεις απειλών και κινδύνων που παραβιάζουν την εταιρική πολιτική του οργανισμού. Η αναγνώριση αυτών σημαίνει ότι ο σχεδιασμός προλαμβάνει και δεν λαμβάνει μόνο εκ των υστέρων μέτρα επανόρθωσης. Συνεπώς, η ηθική διακυβέρνηση γίνεται από τον σχεδιασμό και πριν από την επιχειρηματική δραστηριότητα. Η αρχή αυτή σημαίνει επίσης ότι το Μέσο δεσμεύεται δημοσίως για ένα υψηλό επίπεδο δημοσιογραφίας, για σεβασμό των ενδιαφερομένων μερών και ιδίως του κοινού, καθώς και για υπηρετήρηση του δημοσίου συμφέροντος, αντιλαμβανόμενο τον κοινωνικό του ρόλο.

2. Η δεοντολογία ως προεπιλεγμένη ρύθμιση

Η δημοσιογραφική δεοντολογία επιδιώκει να παρέχει την ποιοτικότερη ενημέρωση του πολίτη. Άλλωστε, το κοινό έχει την προσδοκία ότι λαμβάνεται πρόνοια για την έγκυρη ενημέρωσή του και η ηθική διάσταση είναι ενσωματωμένη στο σύστημα των ΜΜΕ εξ ορισμού. Συνεπώς, είναι σημαντικό να διακηρύττονται οι αρχές, οι αξίες και τα προληπτικά και περιοριστικά μέτρα του κώδικα δεοντολογίας που τηρεί το ΜΜΕ.

3. Δεοντολογία ενσωματωμένη στον σχεδιασμό

Η δεοντολογία ενσωματώνεται στον σχεδιασμό παραγωγής περιεχομένου και την αρχιτεκτονική των συστημάτων επεξεργασίας κειμένου, ήχου και εικόνας. Αυτό διασφαλίζει τη λειτουργικότητα και την ανεξαρτησία της σύνταξης. Οι δημοσιευμένες εταιρικές πολιτικές τεκμηριώνουν την ενσωμάτωση και ειδικά αυτές που αφορούν σε κινδύνους όπως η παραπληροφόρηση και τα προληπτικά μέτρα που λαμβάνονται για το σύνολο των απειλών εις βάρος της αξιοπιστίας του Μέσου.

4. Πλήρης λειτουργικότητα

Η δεοντολογία από τον σχεδιασμό επιδιώκει την ικανοποίηση όλων των νόμιμων συμφερόντων χωρίς να εξυπηρετούνται περιττοί συμβιβασμοί, διακρίσεις και δια-

χωρισμοί. Η ενσωμάτωση των ηθικών κανόνων θα πρέπει να γίνεται με τρόπο που δεν θα περιορίζει τη λειτουργικότητα και θα βελτιώνει τη λειτουργία. Αυτό πρέπει να τεκμηριώνεται και με μετρικά συστήματα και μεθόδους.

5. Πλήρης ηθική διακυβέρνηση των πληροφοριών

Η ηθική από τον σχεδιασμό, έχοντας ενσωματωθεί στη διακυβέρνηση, κάθε δομή και τμήμα ενός οργανισμού ή στο σύστημα πριν από τη δημοσιογραφική επεξεργασία, αλλά και στην παραγωγή εντός της αίθουσας σύνταξης, καλύπτει το σύνολο του ΜΜΕ από άκρη σε άκρη. Τα εφαρμοζόμενα Πρότυπα απορρήτου, προστασίας πηγών και ασφαλείας πληροφοριών πρέπει να διασφαλίζουν την εμπιστευτικότητα, την ακεραιότητα και τη διαθεσιμότητα των πληροφοριών.

6. Διαφανής λειτουργία και λογοδοσία

Η ηθική διακυβέρνηση από τον σχεδιασμό επιδιώκει να ικανοποιήσει όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη, ανεξάρτητα από την επιχειρηματική πρακτική ή την τεχνολογία που εμπλέκεται, καθώς λειτουργεί σύμφωνα με τις δηλώσεις αποστολής και τους διακηρυγμένους στόχους. Υπευθυνότητα και λογοδοσία στην κοινωνία σημαίνουν ότι όλες οι πολιτικές και οι διαδικασίες τεκμηριώνονται. Η ανοιχτότητα και η διαφάνεια είναι το κλειδί για τη λογοδοσία. Οι μηχανισμοί καταγγελιών, παραπόνων και προσφυγής πρέπει να τεθούν σε λειτουργία και να παρέχονται στο κοινό πληροφορίες.

7. Σεβασμός στον πολίτη

Τα συμφέροντα του πολίτη είναι πάνω απ' όλα. Τα ΜΜΕ προσφέρουν έγκαιρα έγκυρη πληροφορία για να ικανοποιήσουν τις προσδοκίες του κοινού και εν γένει, το δημόσιο συμφέρον. Η ηθική δημοσιογραφία του Οργανισμού αποδεικνύεται από τον σεβασμό στην κοινωνία, τους πολίτες, τα δημόσια πρόσωπα και τους θεσμούς, την ακρίβεια των πληροφοριών, τη διάθεση στοιχείων τεκμηρίωσης των δημοσιεύσεων, τη δημοσίευση της «άλλης» άποψης ή τις αμφισβητήσεις της ακρίβειας και της πληρότητας της ενημέρωσης, καθώς και τον σεβασμό στα θέματα καταγγελιών.

Η ηθική διακυβέρνηση των ΜΜΕ εξ ορισμού

Σημαντική παράμετρος της ηθικής δημοσιογραφίας και εν γένει της διακυβέρνησης των Οργανισμών της Βιομηχανίας είναι τα περιοριστικά μέτρα που προβλέπουν οι εταιρικές πολιτικές και οι κώδικες δεοντολογίας καθώς και τα τεχνικά και οργανωτικά μέτρα επανόρθωσης. Αυτό σημαίνει ότι οι διαδικασίες δημοσιογραφικής επεξεργασίας έχουν ηθικό προσανατολισμό από προεπιλογή.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ EGMS «ἦθος»

Ανάλυση - Απαιτήσεις εφαρμογής

Το «ἦθος» διεκδικεί να χαρακτηριστεί από τα αρμόδια θεσμικά όργανα ως ένα ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης δεοντολογίας και ποιότητας των ΜΜΕ (εφεξής EGMS, ΣΔΔΠ), προδιαγράφει τις γενικές απαιτήσεις για την ικανότητα, την ποιότητα, την αμεροληψία, την εμπιστευτικότητα και τη συνεπή λειτουργία των ενημερωτικών Μέσων για το δημόσιο συμφέρον. Το σύστημα θα είναι εφαρμόσιμο σε όλους τους οργανισμούς που διενεργούν δημοσιογραφικές δραστηριότητες, ανεξαρτήτως του αριθμού του προσωπικού και του είδους διανομής του περιεχομένου. Εποπτεύοντες φορείς, κανονιστικές Αρχές, οργανισμοί και σχήματα που εφαρμόζουν αξιολόγηση, φορείς διαπίστευσης και άλλοι, μπορούν να εφαρμόζουν το παρόν ΣΔΔΠ για επιβεβαίωση ή αναγνώριση της ικανότητας των Μέσων να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις εγκυρότητας, ποιότητας, αμεροληψίας, εμπιστευτικότητας, δεοντολογίας και συνεπούς, ως προς το δημόσιο συμφέρον, λειτουργίας. Το συγκεκριμένο πρότυπο είναι καθολικό ως προς την απαίτηση της ηθικής διάστασης της Ποιότητας στα ΜΜΕ. Στις τυποποιητικές παραπομπές αναφέρονται τα ακόλουθα πλαίσια με τέτοιο τρόπο, ώστε κάποιο μέρος ή όλο το περιεχόμενό τους να διαμορφώνει τις απαιτήσεις του παρόντος εγγράφου: 1) ISO 9000:2015 Συστήματα διαχείρισης της Ποιότητας, 2) Εκδοτικοί Κώδικες και Κώδικας Δεοντολογίας Δημοσιογράφων, 2) ISO 45001:2016, 3) ISO 27001:2013, 4) ISO 22301:2019, 5) ISO 31000:2018.

Προσέγγιση του «ἦθος»

Τρέχουσα κατάσταση

Αρρυθμιστη αγορά στα ψηφιακά ΜΜΕ, αδιευκρίνιστος κοινός σκοπός, έλλειψη αντικειμενικών κριτηρίων διανομής της κρατικής διαφήμισης, παρέμβαση των ενδιαφερόμενων μερών, απουσία αυτοδεσμεύσεων και μηχανισμών ικανοποίησης κοινού, ελέγχου των ισχυρών μηχανισμών προπαγάνδας, προστασίας του δημοσίου συμφέροντος και υποστήριξης του δημοκρατικού ιδεώδους, φαινόμενα ατεκμηρίωτης ειδησεογραφίας με χαμηλή ποιότητα περιεχομένου, παραπληροφόρηση, απουσία μηχανισμών διόρθωσης και λογοδοσίας.

Ανάγκη

Ανάκτηση του ηθικού πλεονεκτήματος της αξιοπιστίας, εταιρική και δημοσιογραφική διαφάνεια μέσω διάκρισης των πλαισίων αυτορρύθμισης της εταιρικής και της δημοσιογραφικής διοίκησης, ανεξαρτησία και οριοθέτηση των σχέσεων με τα

ενδιαφερόμενα μέρη, αναγνώριση φυσικών και τεχνολογικών κινδύνων, αποφυγή συγκέντρωσης, προστασία πνευματικών δικαιωμάτων, αντιμετώπιση πιέσεων από τα ισχυρά συμφέροντα, ενίσχυση της ερευνητικής δημοσιογραφίας και προστασία των ανθρώπων του Τύπου, καθώς και τήρηση της νομιμότητας και προστασίας δικαιωμάτων.

Πρόταση λύσης

Ένα εθελοντικό πλαίσιο ηθικής αυτορρύθμισης, που με πνεύμα ασφάλειας δικαίου, λαμβάνει υπόψη αλλά και διευρύνει με αυτοδεσμεύσεις ηπίου δικαίου τον εταιρικό ζωτικό χώρο από τους περιοριστικούς ρυθμιστικούς κανόνες και τη νομοθεσία, κοινά αποδεκτό από τη Βιομηχανία των Μέσων με βασικό χαρακτηριστικό τη διακριτή διαδικασία συμμόρφωσης στην εταιρική διακυβέρνηση και την ανεξαρτησία της αίθουσας σύνταξης, το οποίο θα αξιοποιεί την τεχνολογική εξέλιξη και θα μετατρέπει την απειλή σε ευκαιρία.

Το πλαίσιο αυτορρύθμισης

Υιοθέτηση ενός Πλαισίου επιθεωρούμενου και πιστοποιήσιμου από ανεξάρτητους διαπιστευμένους φορείς και βασισμένο σε διεθνώς αναγνωρισμένα Πρότυπα, τις βασικές αρχές της δημοσιογραφίας και την ορθή ενσωμάτωση και διαχείριση του τεχνολογικού παράγοντα. Απαιτεί ειδική εκπαίδευση εμπειρογνομόνων δημοσιογράφων συμβούλων ενσωμάτωσης των απαιτήσεων, καθώς και εκπαίδευση των επιθεωρητών πιστοποίησης με βάση το framework EGMS «**ήθος**».

Πλεονεκτήματα

Εσωτερική οργάνωση και τυποποίηση με βάση τις πλέον σύγχρονες απαιτήσεις που λαμβάνουν υπόψη τον τεχνολογικό παράγοντα, εσωτερικός έλεγχος και πιστοποίηση για την έξωθεν καλή μαρτυρία της τήρησης των αξιωματικών αρχών όπως η ελευθερία της έκφρασης και η προστασία του δημοσίου συμφέροντος. Ενσωματώνεται εύκολα σε περιπτώσεις πιστοποιημένων με ISO οργανισμών, επιβεβαιώνει με αντικειμενική διαδικασία την ανεξαρτησία της δημοσιογραφικής από την εταιρική διακυβέρνηση και εφαρμόζεται σε Μέσα ανεξάρτητα από την κλίμακα ή τον τύπο διανομής του περιεχομένου τους. Προσδίδει στον Οργανισμό σημαντικό πλεονέκτημα στην επιχειρηματική ανάπτυξη, τη δέσμευση κοινού και την βελτίωση των διαφημιστικών εσόδων.

Το Πλαίσιο Λειτουργίας

Βασίζεται σε διεθνώς αποδεκτές αρχές Διαχείρισης Ποιότητας, του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης (ISO), καθώς και σε θεμελιώδεις Αρχές Δεοντολογίας, μέσω

τεκμηριωμένων Πολιτικών και Διαδικασιών του εκάστοτε οργανισμού ΜΜΕ, καθώς και στο νομοθετικό πλαίσιο της ενιαίας ψηφιακής αγοράς της Ε.Ε.. Ενσωματώνεται με γνώμονα να γίνεται καθολικός κοινός σκοπός η ηθική διάσταση της δημόσιας αποστολής του Μέσου, να συνδέει την ποιοτική δημοσιογραφία με τη ζωτική επιχειρηματική δραστηριότητα και να διασφαλίζει τον προσανατολισμό στον πολίτη και το δημόσιο συμφέρον.

Σημεία Ελέγχου του Προτύπου «ἦθος»

Το προτεινόμενο Πρότυπο Σύστημα Διαχείρισης εξετάζει τις πτυχές υλοποίησης της προσφερόμενης ειδησεογραφικής υπηρεσίας ως προς:

- Το κοινό, ως προς την αντικειμενικότητα, φερεγγυότητα και αξιοπιστία των ειδήσεων.
- Τις διαδικασίες, ως προς την ηθική, διαφανή, εταιρική διακυβέρνηση και παράλληλα τη διασφάλιση της προστασίας των πηγών, της επαλήθευσης, της πληρότητας και της εγκυρότητας.
- Την τεχνολογία, ως προς την αξιοποίησή της από το ανθρώπινο δυναμικό, τον περιορισμό των προκλήσεων, τη διασφάλιση του απορρήτου και τη διατήρηση της ακεραιότητας.
- Το περιβάλλον, όπου η δημοσιογραφική δραστηριότητα μπορεί να ασκείται απρόσκοπτα, ανεξάρτητα και αμερόληπτα.

Μέσα από τα Σημεία Ελέγχου, μπορούν να τεκμηριωθούν με αντικειμενικά κριτήρια τα απαιτούμενα στοιχεία της χρηστής διακυβέρνησης με δημόσια αποστολή την ικανοποίηση της ανάγκης του πολίτη για έγκυρη πληροφόρηση, το δημόσιο συμφέρον και τη δημοκρατία, της υποστήριξης της ανεξάρτητης αίθουσας σύνταξης, της ποιότητας περιεχομένου, της εγκυρότητας, του δημοσιογραφικού απορρήτου, της διατήρησης της ιστορικότητας των δημοσιευμάτων, καθώς και της φυσικής και ψηφιακής ασφάλειας των ανταποκριτών και σχολιαστών των ειδήσεων.

Τα Σημεία Ελέγχου του Συστήματος Διαχείρισης εξετάζουν και απαιτούν για την Πιστοποίησή τους την αντικειμενική τεκμηρίωση για τουλάχιστον:

Ενδεικτικά Σημεία Ελέγχου του Συστήματος Διαχείρισης:

- Τον προσδιορισμό του πλαισίου επιχειρησιακής λειτουργίας του οργανισμού ΜΜΕ.
- Τα στοιχεία ιδιοκτησίας, συγκέντρωσης, αυτονομίας και τις σχέσεις με εξωτερικά ενδιαφερόμενα μέρη.
- Τη δέσμευση της Διοίκησης για τις αρχές του Προτύπου και τις ηθικές αρχές των Μέσων και της δημοσιογραφίας.
- Την ανάλυση πιθανών κινδύνων για την ανεξάρτητη και αντικειμενική δημοσιογραφία αλλά και την τεχνολογική υποδομή, καθώς και την πρόνοια αντιμετώπισής τους στο ψηφιακό περιβάλλον.
- Τον σαφή σχεδιασμό της παροχής ποιοτικών δημοσιογραφικών υπηρεσιών.
- Τη βούληση διάθεσης πόρων και τον ορισμό ρόλων για τη διεξαγωγή του έργου του οργανισμού και την υλοποίηση του συστήματος διαχείρισης δεοντολογίας και ποιότητας.
- Την απαίτηση επαρκών προσόντων του εμπλεκόμενου προσωπικού και τη διαρκή επιμόρφωσή του.
- Την τήρηση τεκμαρτών αρχείων (τεκμηριωμένες πληροφορίες).
- Τον Σχεδιασμό, Ανάπτυξη, Έλεγχο και Τελική αποδέσμευση των δημοσιευμάτων.
- Την τήρηση του απορρήτου πηγών και μη αποδεσμευμένων πληροφοριών, την ακεραιότητα και αυτονομία των συντακτικών διαδικασιών και την τήρηση αρχείων.
- Τον έλεγχο των διεργασιών της παραγωγής, της πολιτικής σχολιασμού και δημοσίευσης.
- Τον εσωτερικό έλεγχο τήρησης των πολιτικών και διαδικασιών του οργανισμού ΜΜΕ.
- Τη διαρκή ποιοτική βελτίωση των παρεχόμενων ειδησεογραφικών υπηρεσιών.

Πίνακας 10 Ενδεικτικά σημεία ελέγχου του EGMS «*ἦθος*»

Σύμφωνα με το EGMS «*ἦθος*», ο Οργανισμός θα πρέπει να προσδιορίσει τις ακόλουθες απαιτήσεις όπως αυτές εντάσσονται στο πρότυπο σύστημα διαχείρισης δεοντολογίας και ποιότητας:

EGMS «ἦθος»: Απαιτήσεις

1. Το πώς το εξωτερικό και εσωτερικό περιβάλλον μπορεί να επηρεάσει τη λειτουργία του και την ικανότητα επίτευξης των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων του ΣΔΔΠ.
2. Ποιες είναι οι ανάγκες και προσδοκίες των ενδιαφερομένων μερών.
3. Τις δεοντολογικές απαιτήσεις και άλλες απαιτήσεις εφαρμογής του Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας.
4. Η Ηγεσία θα πρέπει να διαθέτει τους πόρους που θα συμβάλουν στην επίτευξη του κοινού σκοπού.
5. Στον καθορισμό της Πολιτικής Δεοντολογίας & Ποιότητας να αναφέρονται οι ελάχιστες υποχρεωτικές απαιτήσεις στη διατύπωση/υιοθέτηση Πολιτικής Ποιότητας-Δεοντολογίας. Θα πρέπει να ενσωματώνονται και συγκεκριμένες αναφορές σε ζητήματα όπως η ανεξαρτησία-Οικονομική αυτοτέλεια, η διαφάνεια-Λογοδοσία, η δεοντολογία, η αποστολή του Μέσου, η ικανοποίηση του κοινού και το δημόσιο συμφέρον-Κοινωνική προσφορά.
6. Ο Κώδικας Διαφήμισης να ορίζει τις δεσμεύσεις για τη συμβατότητα της διαφήμισης με το περιεχόμενο.
7. Η Πολιτική Στάθμισης & Προστασίας Δεδομένων να βασίζεται στις θεμελιώδεις αυτοδεσμεύσεις του Κώδικα Δεοντολογίας και του GDPR.
8. Οι δραστηριότητες να υλοποιούνται, να σχεδιάζονται, να εκτελούνται και να διαχειρίζονται αμερόληπτα.
9. Η εμπιστευτικότητα να τηρείται για την αξιοπιστία του Μέσου.
10. Απαιτείται ο Οργανισμός να έχει προκαθορισμένους ρόλους σε σχέση με το Πρότυπο. Το ΜΜΕ θα πρέπει να διαθέτει έναν Υπεύθυνο Δεοντολογίας & Ποιότητας.
11. Το Μέσο να καθιερώνει, να εφαρμόζει και να διατηρεί μια διεργασία (διεργασίες) για τον εντοπισμό απειλών και να διαθέτει διαδικασία διαχείρισης κρίσεων.
12. Το Μέσο πρέπει να διαθέτει προσωπικό που έχει την αρμοδιότητα και τους πόρους που απαιτούνται.
13. Ο Οργανισμός να καταγράφει τη μεθοδολογία με την οποία διασφαλίζει τα θέματα Υγείας & Ασφάλειας στην Εργασία. Οι εγκαταστάσεις του Οργανισμού να πληρούν κάποιες ελάχιστες προϋποθέσεις.
14. Ο Οργανισμός οφείλει να ορίζει την εμπειρογνώσια, την επάρκεια και την τεχνική ικανότητα που απαιτείται από το προσωπικό.
15. Ο Οργανισμός να διασφαλίζει ότι διατηρούνται αρχεία σχετικά με τις απαιτήσεις του Προτύπου.
16. Ο Οργανισμός οφείλει να σχεδιάζει, να υλοποιεί και να ελέγχει τις διεργασίες, με σκοπό τη συμμόρφωση του ενημερωτικού περιεχομένου και των υπηρεσιών.
17. Το Μέσο να εξασφαλίσει συμμόρφωση με το Νομικό Πλαίσιο ασφάλειας πληροφοριών. Εάν το ΜΜΕ παρέχει οικονομικές συναλλαγές πάνω από Δημόσια Δίκτυα (πληρωμές, συνδρομές, κ.λπ.), να εφαρμόζονται τεχνολογίες ασφάλειας.
18. Να διασφαλίσει τη συμμόρφωση με τις απαιτήσεις που συνδέονται με την προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας.

19. Το κάθε ΜΜΕ ως οντότητα που βρίσκεται στο επίκεντρο διασποράς κακόβουλων παραγόντων (και της κακόβουλης παραπληροφόρησης), να διαθέτει σαφείς διαδικασίες για την αντιμετώπιση περιστατικών.
20. Εάν το Μέσο απασχολεί δημοσιογράφους ερευνητικού ρεπορτάζ που χειρίζονται απόρρητες και ευαίσθητες πληροφορίες, να διαθέτει εκπαιδευτικό πρόγραμμα και πόρους για ασφαλή επικοινωνία.
21. Το ΜΜΕ να έχει ελέγξει τεχνικά τις υποδομές Πληροφορικής του, (π.χ. penetration & vulnerability tests).
22. Ο Οργανισμός οφείλει να καθιερώσει μια τυποποιημένη διαδικασία σχεδιασμού και ανάπτυξης ενός Νέου Περιεχομένου-Προγράμματος ή/και Υπηρεσίας.
23. Ο Οργανισμός να έχει αναπτυγμένο σύστημα αξιολόγησης όλων των εξωτερικών μερών που παρέχουν υπηρεσίες ή προϊόντα που σχετίζονται με το παραγόμενο προϊόν του Οργανισμού.
24. Ο Οργανισμός να διαθέτει πολιτική ανάθεσης παραγωγής προγράμματος σε τρίτους.
25. Ο Οργανισμός να καθιερώσει, να εφαρμόζει και να διατηρεί μια διεργασία-σίες για τον έλεγχο της προμήθειας προϊόντων και υπηρεσιών, προκειμένου να διασφαλιστεί η συμμόρφωσή τους με το σύστημα διαχείρισής του.
26. Για την αποδέσμευση του περιεχομένου να τηρούνται αποδεικτικά στοιχεία συμμόρφωσης ως προς τα καθορισμένα κριτήρια αποδοχής.
27. Ο Οργανισμός να διαθέτει αξιόπιστο, αντικειμενικό σύστημα μέτρησης της ικανοποίησης του κοινού.
28. Ο Οργανισμός να διενεργεί εσωτερικούς ελέγχους για την εσωτερική αξιολόγησή του.
29. Η ανασκόπηση να περιλαμβάνει αναφορά της Επιτροπής Δεοντολογίας & Ποιότητας, αναφορά του μηχανισμού επικοινωνίας με το κοινό και Έκθεση Δημόσιας Αξίας.
30. Ο Οργανισμός να επιδιώκει τη διαρκή βελτίωση.

Πίνακας 11 Ενδεικτικές απαιτήσεις του EGMS «ἦθος»

Βασική πρόβλεψη του «ἦθος» είναι να αντιμετωπίζει τη δημοσιογραφική διοίκηση ως μόνη αρμόδια για την προστασία της ανεξαρτησίας της δημοσιογραφίας και αυτόνομα να ορίζει τη διαδικασία που επιλέγει τόσο για την επιτήρηση εφαρμογής του Κώδικα, όσο και για την ανάγκη επικαιροποίησής του. Συνεπώς, προβλέπει ότι μία από τις απαιτήσεις του EGMS είναι η έκθεση ποιότητας περιεχομένου και τήρησης της δεοντολογίας από συγκεκριμένο δημοσιογραφικό ρόλο που έχει το σχετικό καθήκον.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΠΙΤΗΡΕΙΤΑΙ ΕΝΑ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΚΟ ΠΡΟΤΥΠΟ

Στο μήνυμά του για την εκατονταετηρίδα του Οργανισμού The Guardian, ο Scott (1921) ανέφερε το πόσο σημαντικό είναι να μην μολυνθεί η ψυχή του Μέσου Ενημέρωσης. Εκείνο το οποίο άφησε ως κληρονομιά ο εκδότης Manchester Guardian είναι ότι τα media και η δημοσιογραφία πρέπει να μην εφησυχάζουν και να διατηρήσουν ως προτεραιότητά τους να ερευνούν συνεχώς για την αλήθεια. Οι κανόνες και οι δεξιότητές τους θα πρέπει να συνοδεύουν κάθε δημόσια αποστολή.

Από τότε μέχρι σήμερα έχουν αλλάξει πολλά στη δημοσιογραφία και μολονότι η Βιομηχανία και οι δημοσιογράφοι αρέσκονται να αναφέρονται στους διαχρονικούς Κώδικες Δεοντολογίας, εντούτοις συναντούν όλο και πιο σύνθετα ηθικά διλήμματα, κυρίως λόγω της συμμετοχής της τεχνολογίας στη ρουτίνα του επαγγέλματος. Ως γνωστόν, οι Κώδικες δεν αποτελούν συγκεκριμένες ρήτρες στα επαγγελματικά συμβόλαια, αλλά συνιστούν τις βασικές αιτίες υπονόμησης της ανεξαρτησίας και του κύρους τους.

Σήμερα το βασικό πρόβλημα είναι ότι οι Κώδικες Δεοντολογίας δεν επικαιροποιούνται με βάση τη ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη, μολονότι το διαδίκτυο και οι τεχνολογικές εφαρμογές επικοινωνιών και πληροφορικής συμμετέχουν σε πολύ μεγάλο βαθμό στην επεξεργασία πληροφοριών και την παραγωγή περιεχομένου, όπως έδειξε η μελέτη των Diaz-Campo and Segado-Boj (2015). Αξιοσημείωτη είναι η μελέτη της Laitila (1995) που εντόπισε αναθεωρήσεις σε 21 από τους 30 ευρωπαϊκούς Κώδικες που μελέτησε, σε μια εποχή που ο κόσμος άλλαζε με κοσμογονικές πολιτικές εξελίξεις, όπως η πτώση του τείχους στο Βερολίνο. Σήμερα, πάντως, υπάρχει ένας τεράστιος αριθμός Μέσων, κατά βάση ψηφιακών και ηλεκτρονικών, όπου απασχολούνται δημοσιογράφοι χωρίς να επιβεβαιώνεται ότι διαθέτουν δεξιότητες, αλλά είναι αμφίβολο εάν έχουν και τις απαιτούμενες γνώσεις και την ευαισθητοποίηση για θέματα ηθικής. Σχετικά με τα όσα αναφέρονται παραπάνω είναι αξιοσημείωτο ότι στην Ελλάδα οι ψηφιακοί εκδότες συνέταξαν εταιρικό Κώδικα Δεοντολογίας το 2016.

Δεοντολογικό πρότυπο

Απαιτήσεις ηθικής από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού

Ο εκδοτικός οργανισμός πρέπει να τηρεί απαρέγκλιτα τον οικείο Κώδικα Δεοντολογίας των επαγγελματιών δημοσιογράφων.

Πέραν αυτού, θεσπίζει, ύστερα από εσωτερική διαβούλευση, το σύνολο των ηθικών κανόνων αυτοδέσμευσης, επαγγελματικών αρχών, συνθηκών εργασίας,

δημόσιας παρουσίας του προσωπικού. Τα παραπάνω συγκροτούν μια Πολιτική Δεοντολογίας και κάθε άρθρο είναι μια διαδικασία.

Οι παραδοχές - αιτιολογικές σκέψεις σε κάθε ηθικό κανόνα είναι οι αφετηρίες προσέγγισης για κάθε σύγχρονη περίπτωση έγερσης δεοντολογικών ζητημάτων, καθώς έχουν ληφθεί υπόψη οι νέες συνθήκες και οι τεχνολογίες, υπό τις οποίες ασκείται η δημοσιογραφία σήμερα, καθώς και μελέτες περίπτωσης που οδήγησαν σε ανάκτηση της αξιοπιστίας, ικανοποίησης του κοινού και αποφυγής των ηθικών κινδύνων της εποχής.

Βήματα συγκρότησης Δεοντολογικού Προτύπου

1. Πολιτική Δεοντολογίας - Εισαγωγή

Τα Μέσα Ενημέρωσης υπηρετούν το δημόσιο συμφέρον και τις ανάγκες ενημέρωσης, επιμόρφωσης και ψυχαγωγίας του πολίτη. Υιοθετούν και εφαρμόζουν απόλυτα τους κώδικες δεοντολογίας των δημοσιογράφων και τις ειδικές κατευθυντήριες οδηγίες των Ρυθμιστικών Αρχών. Στο πλαίσιο της Πολιτικής Δεοντολογίας και Ποιότητας που εφαρμόζουν, προτάσσουν τη διαφάνεια και τη λογοδοσία ως τις βασικότερες συντεταγμένες της λειτουργίας τους στην παραγωγή και διάθεση στο κοινό περιεχομένου υψηλής αξίας, υιοθετούν ένα πλήρες πλαίσιο Εταιρικών Κωδίκων Δεοντολογίας. Επιπροσθέτως, ακολουθούν βέλτιστες πρακτικές, εντάσσοντας αυτές σε μια καμπάνια εξωστρέφειας, καινοτομίας και πρωτοπορίας, ώστε ο πολίτης να λαμβάνει υψηλού επιπέδου υπηρεσίες ενημέρωσης, ψυχαγωγίας και επιμόρφωσης. Το πλαίσιο αυτοδέσμευσης αφορά στο σύνολο της δραστηριότητας των Μέσων του κάθε Οργανισμού και όλων των τύπων διανομής περιεχομένου (τηλεόραση, ραδιόφωνο, web, εκδόσεις). Ο κάθε Οργανισμός θεσπίζει τους ρόλους και τις ευθύνες (public editor, επιτροπή προγράμματος και Επιτροπή Δεοντολογίας), για να διασφαλίσει την τήρηση των δεσμεύσεων, την ανεξαρτησία, τη διαφάνεια και τη λογοδοσία. Ο κάθε Οργανισμός επιμορφώνει το προσωπικό και θεσπίζει διαδικασίες αναγνώρισης εγκυρότητας και αποφυγής ψευδών πληροφοριών και ισχυρισμών για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης.

2. Αξιοματικές Αρχές - Κώδικας

Στην ενότητα αυτή εντάσσεται ο Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας και ο εταιρικός εκδοτικός Κώδικας ενός Μέσου. Πρέπει να περιλαμβάνει κατ' ελάχιστο το σύνολο των επαγγελματικών αρχών σύμφωνα με τον Κώδικα του Μπορντό, όπως α) ο σεβασμός προς την αλήθεια και το δικαίωμα του κοινού να ενημερώνεται για την αλήθεια, β) η υποχρέωση των δημοσιογράφων να υπερασπίζονται πάντα τις αρχές της ελευθερίας στην έντιμη συλλογή και δημοσίευση των πληροφοριών,

καθώς και το δικαίωμα για δίκαιο σχόλιο και κριτική, γ) να αναφέρονται μόνο σε γεγονότα των οποίων γνωρίζουν την προέλευση, δ) να μην αποκρύπτουν, παραποιούν, πλαστογραφούν ή κατασκευάζουν πληροφορίες και ντοκουμέντα, ε) να χρησιμοποιούν μόνο νόμιμα μέσα για την απόκτηση πληροφοριών, στ) να κάνουν ό,τι μπορούν για να επανορθώσουν τη ζημία που προκάλεσαν ειδήσεις που ήταν ανακριβείς, ζ) να τηρούν πάντα το απόρρητο θ) να αποφεύγουν τις διακρίσεις σε φυλή, φύλο, σεξουαλικό προσανατολισμό, γλώσσα, θρησκεία, πολιτική πεποίθηση ή άλλου είδους γνώμη, κοινωνική ή εθνική καταγωγή, ι) να θεωρούν ως σοβαρά επαγγελματικά παραπτώματα τη συκοφαντία, κακοήθη παρουσίαση, αντιγραφή, λαϊκισμό ή αθεμελίωτες κατηγορίες, κ) να μην αποδέχονται δωροδοκία.

3. Δήλωση Αποστολής - Ιδιοκτησία - Ανεξαρτησία και Οικονομική Αυτοτέλεια Το Μέσο πρέπει να διακηρύττει:

- Δήλωση Αποστολής
- Ιδιοκτησιακό καθεστώς
- Οργανόγραμμα
- Πόρους
- Εταιρικές πολιτικές για τους όρους χρήσης, τα προσωπικά δεδομένα, τη διαφήμιση, τους συνεργάτες, τα πνευματικά δικαιώματα και το νομικό πλαίσιο που διέπει τη λειτουργία του
- Κώδικα Δεοντολογία από τον σχεδιασμό και εξ ορισμού με προληπτικά, περιοριστικά μέτρα και διορθωτικές ενέργειες.
- Πως επιτηρεί τον Κώδικα Δεοντολογίας που έχει αποδεχτεί και ποιες είναι οι επιπτώσεις απόκλισης

4. Απαιτήσεις Κώδικα Δεοντολογίας

Οι δεοντολογικές απαιτήσεις θα πρέπει να διατίθενται σε εγχειρίδιο με αναλυτική περιγραφή (αιτιολογικές σκέψεις και συνιστώμενες πρακτικές) για τους δημοσιογράφους και θα πρέπει να αφορούν σε όλες τις διαστάσεις ηθικών ζητημάτων. (βλέπε Κώδικας Δεοντολογίας ΕΝΕΔ)⁴⁰.

40. Δεοντολογικό Πρότυπο ΕΝΕΔ Κώδικας Δεοντολογίας ΕΝΕΔ 2023 <http://www.ened.gr/i-enosi/kodikas-deodologias/>

Έλεγχος τήρησης προληπτικών και περιοριστικών κανόνων του Κώδικα Δεοντολογίας

Ο έλεγχος γίνεται από τον Public Editor - Υπεύθυνο Ποιότητας με την εξής μεθοδολογία:

1. Μηνιαίως από κάθε θεματική κατηγορία περιεχομένου αντλείται δείγμα άρθρων αναλογικά ως προς τα κριτήρια ενδιαφέροντος που θέτει το Μέσο, στα οποία γίνεται επισκόπηση τήρησης των δημοσιογραφικών δεοντολογικών αρχών με βάση τον παρακάτω πίνακα. Σε περίπτωση γεγονότων υψηλής σημασίας και μεγάλης κλίμακας ή διάρκειας ενδιαφέροντος της κοινής γνώμης, αντλούνται δειγματοληπτικά προς ανάλυση επιπλέον δημοσιεύσεις. Για την ανάλυση των περιπτώσεων παρεκκλίσεων, συγκεντρώνονται τα στατιστικά από διορθώσεις, καταγγελίες εποπτικών οργάνων και διαμαρτυρίες κοινού. Το σύνολο των 12 μηνιαίων αναφορών συγκροτούν την ετήσια Έκθεση Δεοντολογίας του Μέσου.

2. Εσωτερική αξιολόγηση

Ενότητα	Αιτιολογική σκέψη	Απαίτηση
ΚΑΘΗΚΟΝ ΑΠΕΝΑΤΙ ΣΤΟ ΚΟΙΝΟ	Εγκυρότητα και Ακρίβεια Είδησης	Δήλωση σεβασμού καθήκοντος αληθείας. Διαδικασία Πολιτικής προστασίας της εγκυρότητας.
	Ισορροπία και Αμεροληψία	Διακήρυξη αμεροληψίας και αποφυγής διακρίσεων. Διαδικασία Πολιτικής Δεοντολογίας.
	Στάθμιση μεταξύ ιδιωτικότητας και ελευθερίας της έκφρασης	Εκπαίδευση συντακτών για το δημόσιο συμφέρον, τα δημόσια πρόσωπα και τους ιδιώτες. Εγχειρίδιο στάθμισης. Μηχανισμός διατήρησης ιχνών απόδειξης στάθμισης. Πολιτική προστασίας δεδομένων (GDPR).
	Παιδιά: Προστασία της παιδικής ηλικίας κατά την κάλυψη, τη λήψη εικόνας και τις συνεντεύξεις	Διαδικασία Πολιτικής Προστασίας των παιδιών.
	Διαδραστικές πλατφόρμες	Ποιες διατίθενται και πώς διαδρά ο χρήστης. Διαδικασία εταιρικής Πολιτικής διάδρασης.
	Σχολιασμός online	Σε ποια πεδία είναι ανοικτός ο σχολιασμός. Κατευθυντήριες Οδηγίες στο προσωπικό. Όροι για το κοινό.
	Κατασκευασμένες ειδήσεις & παραπλανητικοί τίτλοι	Δήλωση αποποίησης κάθε λογικής αλλοίωσης, κατασκευής και clickbaiting. Διαδικασία Πολιτικής επιβεβαίωσης των πληροφοριών.

ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΠΗΓΩΝ	Εμπιστευτικές πηγές	Δήλωση σεβασμού των πηγών. Διαδικασία Πολιτικής προστασίας πηγών.
	Αξιοπιστία και Απόδοση	Διαδικασία πολιτικής διερεύνησης της αξιοπιστίας των πηγών.
	Αποσιώπηση ονομάτων και πληροφοριών	Διαδικασία πολιτικής προστασίας της ανωνυμίας.
	Συνεντεύξεις και τρόπος διεξαγωγής τους	Διαδικασία πολιτικής συνεντεύξεων.
	Φωτογραφίες και βίντεο - drones - Πρακτικές λήψης και επεξεργασίας	Διαδικασία εταιρικής πολιτικής και κατευθυντήριες οδηγίες λήψης και επεξεργασίας.
ΟΥΔΕΤΕΡΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΜΕΣΟΥ	Διακρίσεις	Διαδικασία εταιρικής πολιτικής έναντι των διακρίσεων με βάση τη φυλή, το χρώμα, τη θρησκεία, το φύλο, την πολιτική προτίμηση, την υγεία και τον σεξουαλικό προσανατολισμό.
	Λογοκρισία	Διαδικασία πολιτικής κατά της λογοκρισίας.
	Αποσπάσματα Λόγου	Διαδικασία πολιτικής διαχείρισης αποσπασμάτων λόγου.
	Υποθέσεις Ομηρίας	Διαδικασία πολιτικής διαχείρισης υποθέσεων ομηρίας.
	Τρομοκρατικές -Βομβιστικές και άλλες απειλές	Διαδικασία πολιτικής διαχείρισης απειλών και συνεργασία με τις Αρχές.
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΑ ΣΦΑΙΡΑ	Απόκρυψη δημοσιογραφικής ταυτότητας	Διαδικασία πολιτικής απόκρυψης ταυτότητας - δημοσίευσης οργανογράμματος - υποχρεωτικής υπογραφής συντάκτη.
	Δημοσιογραφία και Πολιτική	Διαδικασία πολιτικής εμπλοκής προσωπικού με πολιτικά κόμματα.
ΕΥΑΙΣΘΗΤΟ ΥΛΙΚΟ ΚΑΙ ΑΚΡΑΙΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ	Αισχρολογίες, ύβρεις και συκοφαντίες	Διαδικασία πολιτικής αποφυγής μεταφοράς μέσω του ρεπορτάζ αισχρολογίας, συκοφαντίας και χυδαιότητας.
	Αισθησιακό υλικό και σκληρό περιεχόμενο	Διαδικασία πολιτικής προβολής σκηνών βίας και γυμνού.
	Επιθετικός λόγος και πράξεις βίας	Διαδικασία διαχείρισης ρητορικής μίσους και παρακίνησης σε βία.
	Αυτοκτονίες	Διαδικασία πολιτικής αναφορών υποθέσεων αυτοκτονίας.

ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΑ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ – ΛΟΓΟΚΛΟΠΗ	Υπογραφή Συντάκτη	Διαδικασία πολιτικής για την ευθύνη του συντάκτη
	Λογοκλοπή - Χρήση υλικού από άλλα ΜΜΕ	Δήλωση αποποίησης λογοκλοπής και churnalism– Αναφορές από άλλες δημοσιογραφικές πηγές - Διαθέσιμο λογισμικό αποφυγής παράφρασης και λογοκλοπής ή περιεχομένου από αυτοματοποιημένες εφαρμογές τύπου AGI.
	Εικόνα - Ήχος - Μοντάζ	Δήλωση αποποίησης χρήσης υλικού χωρίς άδεια. Λογισμικό εξακρίβωσης αυθεντικότητας υλικού.
ΣΥΓΚΡΟΥΣΗ ΣΥΜΦΕΡΟΝΤΩΝ	Αποδοχή χρημάτων από ιδρύματα και δωρεές	Διαδικασία πολιτικής αποδοχής βραβείων και δώρων.
	Οικονομικά συμφέροντα εργαζομένων	Διαδικασία πολιτικής αποφυγής σύγκρουσης συμφερόντων.
ΚΑΝΟΝΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ	Κοινωνικά Δίκτυα και Ειδήσεις	Διαδικασία και οδηγίες verification για τη χρήση περιεχομένου από UGC - SoMe/Πολιτική άδειας χρήσης υλικού.
	Τεκμηρίωση Περιεχομένου από χρήστες (UGC)	Διαδικασία και Πολιτική δημοσιογραφίας των πολιτών. Δήλωση αποποίησης ευθύνης και σήμανση δημοσιεύσεων.
ΔΙΑΓΡΑΦΗ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	Διορθώσεις αναρτήσεων - Διαγραφές αρχείων	Διαδικασία και Πολιτική διορθώσεων. Διαδικασία Πολιτικής διαγραφής αρχείων.
ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	Ειδήσεις και Διαφήμιση: πού και πώς τίθενται τα όρια	Διαδικασία Πολιτικής διάκρισης ενημερωτικού περιεχομένου και εμπορικού περιεχομένου - Ειδική σήμανση ξένων και διαφημιστικών δημοσιεύσεων.
ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ ΜΕΣΟΥ	Εταιρική Διαφάνεια και Λογοδοσία	Διαδικασία Πολιτικής εταιρικής κοινωνικής ευθύνης – λογοδοσίας.
	Εργασιακές Σχέσεις	Διαδικασία και Πολιτική για πλήρη καταγραφή απασχολούμενου προσωπικού. Τήρηση της εργατικής νομοθεσίας – Κυβερνοασφάλεια και ψηφιακό καταφύγιο.
	Προσωπικοί Κώδικες Δεοντολογίας	Διαδικασία Πολιτικής για Προσωπικούς Κώδικες Δεοντολογίας. Ρήτρα συνείδησης δημοσιογράφου να αρνείται να υπογράψει θέμα με το οποίο δεν συμφωνεί.
	Freelancers και Fixers	Διαδικασία πολιτικής συνεργασιών με εξωτερικούς και ανεξάρτητους συντάκτες.
	Εμφανίσεις σε άλλα Μέσα	Διαδικασία εταιρικής πολιτικής για εμφανίσεις δημοσιογράφων σε άλλα Μέσα.
ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΔΡΑΣΤΙΚΑ	Δεδομένα και γραφήματα - Αλγοριθμική δημοσιογραφία	Διαδικασία παραγωγής δημοσιογραφίας δεδομένων. Οδηγίες για το εξειδικευμένο προσωπικό της αίθουσας σύνταξης. Κατευθυντήριες οδηγίες παραγωγής περιεχομένου μέσω συστημάτων AI/ immersive journalism.

Πίνακας 12 Εσωτερική αξιολόγηση τήρησης της δεοντολογίας

ΕΠΙΘΕΩΡΗΣΗ ΤΗΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΔΕΟΝΤΟΛΟΓΙΑΣ

Η επιτυχής δέσμευση του κοινού, η ανοιχτότητα του Μέσου και η τεχνολογία μπορούν, χωρίς να απαιτηθούν επιπλέον πόροι, να συστηματοποιηθούν βοηθώντας τον Οργανισμό να μετρά και με αυτόν τον τρόπο την ικανοποίηση του κοινού και να διαπιστώνει παραβάσεις στην τήρηση του κώδικα ή το βαθμό ευαισθησίας των χρηστών σε θέματα και πτυχές της ειδησεογραφίας. Μια εύκολη και απλή λύση είναι η χρήση ευρέως διαδεδομένων στο management εφαρμογών που, όταν ενταχθούν σε μια τυποποιημένη εταιρική διαδικασία, προσφέρουν πολύτιμη πληροφόρηση σε χρόνο που κυμαίνεται από τα πρώτα λεπτά της δημοσίευσης μέχρι και ολόκληρο τον κύκλο ζωής της δημοσιευμένης πληροφορίας. Η τυποποιημένη διαδικασία είναι απλή. Ο Δημόσιος Συντάκτης ή ο Υπεύθυνος Δεοντολογίας πρέπει να μπορεί να έχει απευθείας επικοινωνία με το κοινό για ηθικά και δεοντολογικά ζητήματα, αλλά και για να εξηγεί την εταιρική πολιτική δημοσιογραφικής επεξεργασίας. Μια τέτοια δυνατότητα κουμπιού call to action (ή correction button) κάτω από κάθε δημοσίευση μπορεί, για παράδειγμα, να βασίζεται σε εφαρμογή που προσομοιάζει με φόρμα ticketing. Ο ενδιαφερόμενος χρήστης ανακατευθύνεται στην εφαρμογή και αφού δηλώνει ένα στοιχείο επικοινωνίας, επιλέγει το πεδίο δεοντολογίας και το πεδίο της θεματικής (ενταγμένη στο περιβάλλον της εφαρμογής γνωσιακή βάση ενημερώνει για τους ηθικούς κανόνες και τις αυτοδεσμεύσεις του Μέσου), απευθύνει ερώτηση, εκφράζει διαμαρτυρία για διόρθωση, ή κάνει καταγγελία. Ο χρήστης έχει επιπρόσθετα τις δυνατότητες να τεκμηριώσει το αίτημα με το να περιγράψει σε ειδικό πεδίο ή να αναρτήσει σχετικό αρχείο, ή να συνεισφέρει σε δημοσίευση με πρόσθετες πληροφορίες. Η συγκεκριμένη εφαρμογή ενημερώνει σε πραγματικό χρόνο τον εκπρόσωπο του Μέσου (Public Editor) για κάθε νέο αίτημα (claim). Ο υπεύθυνος λαμβάνει αμέσως ειδοποίηση (notification) να εξετάσει το ζήτημα, να αναλάβει πρωτοβουλία, να διερευνήσει και να απαντήσει στον χρήστη σε εύλογο χρόνο. Την εφαρμογή με τα δεδομένα σε πραγματικό χρόνο μπορεί να χρησιμοποιεί ως κρίσιμη πληροφορία η δημοσιογραφική διεύθυνση, ενώ μπορεί να χρησιμοποιηθεί και ως άμεσος τρόπος ελέγχου τήρησης της δεοντολογίας του Μέσου. Με βάση τα παραπάνω μπορεί να προκύπτουν τα εξής αναλυτικά δεδομένα σε πραγματικό χρόνο, όπως:

- Αιτήματα διόρθωσης δημοσιεύσεων.
- Καταγγελίες για παραβίαση του Εταιρικού Κώδικα Δεοντολογίας.
- Σημαντικότητα καταγγελιών ανά κατηγορία παραβίασης.
- Συνεισφορές σε πηγές, θέματα προς κάλυψη και media assets.

- Ερωτήσεις διευκρίνησης ή ανάγκης πρόσθετης πληροφόρησης.
- Θέματα με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το κοινό.
- Βαθμός και χρόνος αντίδρασης εκπροσώπου επί των ληφθέντων αιτημάτων.
- Βασιμότητα καταγγελιών.
- Συχνότητα παραβιάσεων σε κάθε κατηγορία του Κώδικα Δεοντολογίας.
- Ικανοποίηση κοινού.

Στις δυνατότητες μιας σχετικής αλγοριθμικής αρχιτεκτονικής εντάσσονται και:

- Λειτουργία whistleblowing.
- Εκπαίδευση και αξιολόγηση συντακτών επί διαπιστωμένων αναγκών.
- Καμπάνια αξιοπιστίας στο κοινό.

Ο πίνακας ελέγχου του διαχειριστή (Public Editor) περιλαμβάνει τη δυνατότητα να αναθέσει την επίλυση-απάντηση σε άλλον agent, να χαρακτηρίσει το θέμα ως σοβαρό, βάσιμο ή λάθος ως προς τη θεματική και αβάσιμο ως ισχυρισμό. Του δίνει επίσης τη δυνατότητα διάδρασης με τον χρήστη για περισσότερα στοιχεία, αλλά και εν γένει για να αντλήσει την άποψη της κοινής γνώμης και τον βαθμό ικανοποίησης από την επίλυση του claim. Η Δημοσιογραφική Διοίκηση έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί από το BI της εφαρμογής τα σημαντικότερα στατιστικά για την τήρηση της Δεοντολογικής Πολιτικής και να πληροφορείται σε πραγματικό χρόνο για την αντίδραση του κοινού και την ανταπόκριση του μηχανισμού διαχείρισης, όπως δείχνει ο πίνακας:

Δημόσιος Συντάκτης	Χρόνος Καταχώρησης	Υποβολές σε εκκρεμότητα	Βασιμότητα αιτήματος	Χρόνος εκκίνησης εξέτασης	Επίλυση σε χρόνο
--------------------	--------------------	-------------------------	----------------------	---------------------------	------------------

Πίνακας 13 Ανταπόκριση Δημόσιου Συντάκτη σε online εφαρμογή παρακολούθησης τήρησης της δεοντολογίας και επικοινωνίας με το κοινό

ΠΩΣ ΔΕΣΜΕΥΕΤΑΙ Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Διάθεση πόρων

Βασικό ζήτημα στην εφαρμογή του Προτύπου EGMS είναι η βούληση της Διοίκησης να δεσμεύεται με σαφήνεια ότι η ανεξαρτησία της σύνταξης και η τήρηση της δεοντολογίας είναι ευθύνη εξίσου σημαντική με την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αυτή η διακήρυξη δεν μπορεί να αποκτήσει περιεχόμενο, εάν η διακυβέρνηση του Μέσου επηρεάζεται δυσανάλογα από τα αντικρουόμενα συμφέροντα των εξωτερικών ενδιαφερομένων μερών, όπως συχνά συμβαίνει στα ρεπορτάζ που σχετίζονται με αποκαλύψεις για τα οικονομικά και πολιτικά συμφέροντα ή επηρεάζουν τη σχέση με τους διαφημιστές. Αντιθέτως, τόσο οι μέτοχοι και τα ενδιαφερόμενα μέρη στο εσωτερικό του Οργανισμού, όσο και οι stakeholders θα πρέπει να θεωρούν δεδομένη τη συμβατότητα μιας αυτορρυθμισής στη βάση της ηθικής δημοσιογραφίας. Η διακήρυξη αρχών πρέπει να ορίζει ότι η δημοσιογραφία είναι ένα λειτούργημα που εκ της «γεννέσεώς» της καλείται να υπηρετεί αρχές και αξίες προς όφελος της κοινωνίας και των πολιτών. Να αναγνωρίζει ότι οι εκπρόσωποί της, οι δημοσιογράφοι, για να μπορούν να εκφράζουν κρίσεις ηθικά και νομικά υπερασπίσιμες, οφείλουν να είναι καλά εκπαιδευμένοι, ενημερωμένοι και, πάνω απ' όλα, ότι μπορούν να λειτουργούν ελεύθερα σε συνθήκες που τους ενθαρρύνουν να ενεργούν ηθικά. Εξετάζοντας την ηθική και τη δεοντολογία από την οπτική γωνία των εκδοτικών επιχειρήσεων, η διακήρυξη θα πρέπει να εμπεριέχει την αναγνώριση ότι ο ρόλος τους δεν περιορίζεται αποκλειστικά στην αναπαραγωγή των γεγονότων, αλλά ταυτόχρονα μεταφέρουν πολιτικές, κοινωνικές, ηθικές, πολιτιστικές και άλλες ιδέες. Ως εκ τούτου συμβάλλουν σημαντικά στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Στο πλαίσιο αρχών της διακήρυξης της Διοίκησης θα πρέπει να αναγνωρίζεται η ανάγκη για περισσότερο ενημερωμένους, εξειδικευμένους και καλά εκπαιδευμένους δημοσιογράφους ως πολύ σημαντικότερη επένδυση από τη ρομποτική και την αυτοματοποιημένη επεξεργασία των πληροφοριών που "παρουσιάζονται" ως ικανές να αντικαταστήσουν το δημοσιογραφικό λειτούργημα, παραβλέποντας τους ηθικούς κανόνες. Θα πρέπει να δηλώνεται ότι η σύγχρονη τεχνολογία δεν είναι μέθοδος για να παρεκκλίνει των ηθικών κανόνων η δημοσιογραφία, αλλά εργαλείο που συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση των δυνατοτήτων του/της δημοσιογράφου να συλλέξει, να επεξεργαστεί και να δημοσιεύσει τις πληροφορίες του/της. Επιπρόσθετα, ότι η τεχνολογία δίνει περισσότερες ευκαιρίες αντιμετώπισης απειλών και κινδύνων, φωτίζει το εσωτερικό του Μέσου και τις απαιτήσεις διαφάνειας και λογοδοσίας εμφανίζοντας την εξωστρέφεια ως πλεονέκτημα στον ανταγωνισμό. Υπό αυτά τα

δεδομένα είναι αναγκαίο να περιγράφονται, ήδη από τη διακήρυξη της βούλησης της Διοίκησης για την αυτορρύθμιση με βάση ένα ηθικό πρότυπο, οι πόροι, οι ρόλοι και οι αρμοδιότητες για την εφαρμογή του Συστήματος Διαχείρισης Δεοντολογίας και Ποιότητας. Οι πόροι σχετίζονται με τα μέσα που θα χρησιμοποιηθούν για την ανάπτυξη του ΣΔΔΠ και την ενσωμάτωσή του ως διεργασίας κοινού σκοπού αλλά και με την υποβοήθηση μιας ανεξάρτητης αίθουσας σύνταξης που λειτουργεί ανεπηρέαστη από προσκόμματα, μέσα εργασίας και χρηματοδοτικές πηγές.

Με βάση τα παραπάνω, οι ελάχιστοι δυνατοί πόροι είναι:

- Χρηματοδότηση για την κάλυψη των απαιτήσεων του EGMS.
- Ρητή εγγύηση για την ανεξαρτησία της αίθουσας σύνταξης.
- Υλικοτεχνική υποδομή και εγκαταστάσεις.
- Επένδυση στην τεχνολογία αιχμής.
- Συνδρομητικές υπηρεσίες πληροφοριών – Πηγές – Πρακτορεία.
- Χρηματοδοτικοί πόροι διαρκούς επιμόρφωσης, επιβράβευσης και ανέλιξης.
- Μέσα υποστήριξης, μετακίνησης, παραστάσεως.
- Αναλώσιμα και ατομικές συσκευές.
- Εργαλεία διαφάνειας, λογοδοσίας και διάδρασης με το κοινό.
- Μέτρα ατομικής προστασίας.
- Νομική και ασφαλιστική κάλυψη.

Ρόλοι, Αρμοδιότητες και Υπευθυνότητες

Απαιτείται ο Οργανισμός να έχει προκαθορισμένους ρόλους σε σχέση με το Πρότυπο. Με αυτό τον τρόπο, ο κάθε εργαζόμενος γνωρίζει τις αρμοδιότητές του. Η Διοίκηση του ΜΜΕ πρέπει να εξασφαλίσει ότι οι διάφοροι ρόλοι και υπευθυνότητες ασφάλειας έχουν ανατεθεί και ανακοινωθεί με σκοπό κάθε εργαζόμενος που χειρίζεται ευαίσθητα στοιχεία να επιβεβαιώνει ότι λαμβάνει γνώση των κινδύνων και ότι τηρεί αυστηρά τις οδηγίες. Αυτή η υποχρέωση αφορά τόσο σε πληροφορίες και υποδομές, όσο και σε ορθή χρήση συσκευών και εφαρμογών. Το κάθε ΜΜΕ θα πρέπει να διαθέτει έναν Υπεύθυνο Ποιότητας (QUALITY MANAGER), ο οποίος διευθύνει την Επιτροπή Ποιότητας του Μέσου. Υπεύθυνος ποιότητας στη Βιομηχανία των Μέσων μπορεί να είναι και ο Public Editor. Αυτός, υποχρεωτικά, θα πρέπει να είναι δημοσιογράφος με κύρος, αξιοπιστία και κατάλληλη εμπειρογνώσια, αναγνωρισμένος από το κοινό και τους συναδέλφους του. Η Διοίκηση πρέπει να του εξασφαλίσει ανεξαρτησία και το δικαίωμα στη διατήρηση της εμπειρογνώσιας, κάτι που σημαίνει ότι διαθέτει δικό του budget για τα θέματα που αφορούν στην εκτέλεση των καθηκόντων του. Ο Υπεύθυνος Δεοντολογίας και Ποιότητας (Public Editor) αναφέρεται απευθείας στην ανώτατη διοίκηση και είναι αρμόδιος για τη σύνταξη,

τόσο των Οδηγιών προς το προσωπικό, όσο και της Ετήσιας Απολογιστικής Έκθεσης (Έκθεση Τήρησης των Κανόνων Ηθικής) στην αρχή κάθε νέου έτους. Ο Υπεύθυνος συλλέγει τα δεδομένα από τους Υπευθύνους των Τμημάτων Προγράμματος, Προμηθειών-Διαφήμισης, Παραπόνων, Διορθώσεων, Ελέγχου Παραγωγής, Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων (DPO) για τα θέματα που σχετίζονται με τις απαιτήσεις του ΣΔΔΠ. Το Μέσο θα πρέπει να ορίζει προϊστάμενους για κάθε μονάδα και οντότητα εντός του Οργανισμού, η οποία έχει σαφή και προσδιορισμένα καθήκοντα που επηρεάζουν την επίτευξη των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων του ΣΔΔΠ.

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΥΝΤΑΚΤΩΝ

Σημαντικό ζήτημα για το οποίο πρέπει να μεριμνά ένα Μέσο είναι η διάθεση πόρων και η εκπαίδευση των στελεχών της αίθουσας σύνταξης για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης. Στο πλαίσιο αυτό κάθε σύνταξη ειδήσεων θα πρέπει να διαθέτει ένα ανθρωποκεντρικό τεχνολογικό εργαλείο εντοπισμού της παραπληροφόρησης, της κακής πληροφόρησης και της προπαγάνδας. Το κακόβουλο περιεχόμενο διακινείται αστραπιαία και σε πραγματικό χρόνο και για αυτόν τον λόγο απαιτούνται ειδικά πληροφοριακά συστήματα που δίνουν το πλεονέκτημα ελέγχου μετά από μια πρώτη, κρίσιμη, αυτοματοποιημένη διαδικασία ανάλυσης με βάση την τεχνολογία φυσικής γλώσσας και ελέγχου μεταδεδομένων εικόνας. Οι δημοσιογράφοι έχοντας στη διάθεσή τους την πρώτη επεξεργασία αλγορίθμων φυσικής γλώσσας μπορούν να ορίσουν τις δικές τους παραδοχές και τα δικά τους έγκυρα ΜΜΕ για τη συνέχεια επεξεργασιών verification & fact checking. Παράλληλα, τα ΜΜΕ αντιμετωπίζουν σοβαρότατο πρόβλημα διακίνησης του περιεχομένου τους χωρίς άδεια, με αποτέλεσμα διαφυγόντα έσοδα από τα πνευματικά δικαιώματα του περιεχομένου.

Με αυτά τα δεδομένα είναι χρήσιμο να τεθεί και πάλι το ζήτημα της θέσπισης εσωτερικής οντότητας για τη δεοντολογία, την ποιότητα του περιεχομένου και τη διαχείριση της πολιτικής ικανοποίησης του κοινού και αντιμετώπισης των παραπόνων. Τον ρόλο αυτόν θα μπορούσε κάλλιστα να υπηρετεί ο Public Editor.

Ο ρόλος του Δημόσιου Συντάκτη⁴¹ ήταν από την πρώτη στιγμή να αξιολογεί την κάλυψη των ειδήσεων από έναν Οργανισμό Μέσων Ενημέρωσης για να διασφαλίσει

41. Συμβουλευτική δεοντολογίας, επικοινωνία με το κοινό, έλεγχος για παραπληροφόρηση και παραβίαση πνευματικής ιδιοκτησίας (όταν προβλέπεται, είναι και υπεύθυνος παρακολούθησης ποιότητας περιεχομένου).

τη δημοσιογραφική ακεραιότητα και τη δίκαιη αναφορά. Ως ethicist είναι εκπρόσωπος των αναγνωστών, στοχεύει πάντα στο να γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ μιας αίθουσας σύνταξης και του κοινού, όπως αναφέρεται σε άρθρο των Public Editors του Yale News (2020)⁴².

Την ίδια προσέγγιση για τη σημαντικότητα του ρόλου έχει και η Kathy English (2020), Public Editor της εφημερίδας Toronto Star από το 2007 έως το 2020. Όπως αναφέρει, ο ρόλος του δημόσιου συντάκτη είναι κρίσιμος για την αξιόπιστη δημοσιογραφία. Υποστηρίζει ότι αυτή η λογοδοσία θα πρέπει να περιλαμβάνει την ευθύνη και τη δύναμη να θέτει τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς προ των ευθυνών τους για την ποικιλομορφία, την ένταξη και τη δημοσιογραφία της ισότητας που εκπροσωπεί τα συμφέροντα του ευρύτερου κοινού. Αυτό απαιτεί, κατά την English (2020) έναν ισχυρό, ανεξάρτητο ρόλο⁴³ που να απευθύνεται στο κοινό, με εντολή προληπτικής εποπτείας και κάποιο μέτρο εκτελεστικής εξουσίας για τη διερεύνηση, τον εντοπισμό και την ανάδειξη συστημικών ζητημάτων που φέρουν τη δημοσιογραφία να υπολείπεται των επαγγελματικών της προτύπων και των δημόσιων ευθυνών της.

Σε αυτό το HandBook υποστηρίζουμε ότι ο ρόλος του Δημόσιου Συντάκτη πρέπει να διευρυνθεί για να μπορεί ως ανεξάρτητος σύμβουλος ηθικής διακυβέρνησης του Μέσου να ελέγχει τη συμμόρφωση με τα Συστήματα Διαχείρισης Δεοντολογίας και Ποιότητας, να συμβουλεύει την εταιρική αλλά και τη δημοσιογραφική διοίκηση, να υποστηρίζει τις ανάγκες της αίθουσας σύνταξης σε συμβουλευτική και ευαισθητοποίηση και να διαθέτει τους πόρους για τη διαχείριση της επικοινωνίας με το κοινό. Τα σύγχρονα ζητήματα που αφορούν στην εταιρική ευθύνη, τον ηθικό χαρακτήρα του επιχειρηματικού μοντέλου, την ανεξαρτησία και την αποφυγή συγκρούσεων με εξωτερικά των οργανισμών συμφέροντα, καθώς και οι προκλήσεις της παραπληροφόρησης, της λογοκλοπής και της ανήθικης χρήσης της τεχνολογίας, είναι πεδία στα οποία μια οντότητα όπως ο Δημόσιος Συντάκτης θα μπορούσε να συνεισφέρει. Μολονότι η αντίθετη άποψη οδηγεί στην κατάργηση του ρόλου, κυρίως λόγω της καταγιγιστικής μορφής που έχει λάβει η διάδραση του κοινού με την αίθουσα σύνταξης, εντούτοις, η απρόσωπη εκπροσώπηση του Μέσου απέναντι στο κοινό ή η διάχυση της ευθύνης στους συντάκτες ή ακόμη χειρότερα στις νομικές υπηρεσίες, απομακρύνει ακόμη περισσότερο τη δημοσιογραφία και τα Μέσα από την κοινωνία των πολιτών.

42. THE YALE DAILY NEWS PUBLIC EDITORS: Introducing the News' public editors <https://yaledailynews.com/blog/2020/11/12/public-editors-introducing-the-news-public-editors/>

43. English K. (2020) <https://www.slideshare.net/ReutersInstitute/reckoning-for-relevance-journalist-fellowship-paper-by-kathy-english-246140279>

Ωστόσο, είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι στις ΗΠΑ και στην Ε.Ε. είναι ελάχιστες πλέον οι περιπτώσεις Μέσων που έχουν ορίσει Δημόσιο Συντάκτη. Η ηθική προσέγγιση ενδεχομένως παράγει συγκρούσεις, όταν μέτοχοι και ενδιαφερόμενα μέρη επιχειρούν παρεμβάσεις στη δημοσιογραφική δραστηριότητα και ο ethicist διαφωνεί. Έτσι μπορεί να εξηγηθεί η αμφισβήτηση του ρόλου. Κάτι ανάλογο συμβαίνει στις μεγάλες τεχνολογικές πλατφόρμες που απολύουν τους ethicists μολοντί λειτουργούν αλγορίθμους με σημαντικό αντίκτυπο για τους χρήστες και διακινούν τεράστιους όγκους περιεχομένου που βρίθουν από παραπληροφόρηση, προκαταλήψεις και διακρίσεις.

ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

Ο Οργανισμός ΜΜΕ ίσως να πρέπει να επενδύει περισσότερο στο ανθρώπινο δυναμικό της Εταιρείας και στο πνευματικό κεφάλαιο που κινητοποιεί τις δραστηριότητές της, προκειμένου να φέρει εις πέρας την αποστολή της να υπηρετήσει το δημόσιο συμφέρον και να ικανοποιήσει τα ενδιαφερόμενα μέρη, κοινό, εργαζόμενους και συνεργάτες. Αυτό είναι κάτι που λογικά συνάδει με το να εκσυγχρονίζει και να αναβαθμίζει τον τεχνολογικό εξοπλισμό. Για να είναι επιτυχής η προσπάθεια, πρέπει να συγχρονίζονται το πνευματικό κεφάλαιο, οι υποδομές και οι τεχνολογικές δυνατότητες, ώστε να επιτυγχάνονται οι κοινοί στόχοι. Αυτός ο συγχρονισμός προϋποθέτει την αναβάθμιση του ανθρώπινου παράγοντα, τη βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος και των σχέσεων εργασίας, επικοινωνίας και συνεργασίας. Το Μέσο μπορεί να υλοποιεί αυτή την πολιτική παρέχοντας ακριβή περιγραφή καθηκόντων και αυτονομία ρόλων. Η Διοίκηση δύναται να καθορίζει από κοινού με τους εργαζόμενους τις προσδοκίες απόδοσης και να διαθέτει τους πόρους, το χρόνο και το χώρο να επιτύχουν τους στόχους τους. Ο Οργανισμός χρειάζεται να εμπιστεύεται τους εργαζόμενους και τα στελέχη του ώστε οι προσπάθειες εκσυγχρονισμού να ευθυγραμμίζονται με τους επιχειρηματικούς ποιοτικούς στόχους, οι εργαζόμενοι να χτίζουν σχέσεις συνεργασίας αλλά και ικανοποίησης για τη δουλειά τους, την προσωπική τους ανέλιξη και ανάπτυξη, η σύνθεση ομάδων εργασίας να βασίζεται σε περισσότερη εμπιστοσύνη και αλληλεγγύη και η Διεύθυνση να δεσμεύεται να υποστηρίζει τους υπαλλήλους να βελτιώνονται προβάλλοντας μόνον ρεαλιστικούς στόχους.

Η διαχείριση ανά στόχο είναι ένα μοντέλο διαχείρισης που στοχεύει στη βελτίωση της απόδοσης ενός οργανισμού μεταφράζοντας τους οργανωτικούς στόχους σε συγκεκριμένους επιμέρους στόχους. Ο εργαζόμενος εργάζεται για την επίτευξη αυτών των στόχων και υποβάλλει εκθέσεις στον άμεσο προϊστάμενό του σχετικά με

την πρόδοδό του. Οι εργαζόμενοι αξιολογούνται με διάφορα κριτήρια, αλλά με την ποιότητα της εργασίας τους να είναι η πιο σημαντική. Οι εργαζόμενοι που κατατάσσονται ψηλά, τόσο στην απόδοση όσο και στις δυνατότητες, έχουν την προοπτική να προχωρήσουν γρήγορα στην ιεραρχία, καθώς προσδίδουν προστιθέμενη αξία στην Εταιρεία. Μέσα στο χώρο εργασίας όπου οι ρόλοι και οι στόχοι είναι ξεκάθαροι, οι πάντες αναγνωρίζουν την απόδοση, τις δεξιότητες και τα σημεία βελτίωσης όλων. Σκοπός είναι η παραγωγικότητα σε υπηρεσίες ποιότητας από ικανοποιημένους εργαζόμενους.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΕΛΙΞΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Μία από τις πιο σημαντικές παραμέτρους είναι η ευαισθητοποίηση του στελεχιακού δυναμικού και ειδικά των δημοσιογράφων επί του κοινού σκοπού για την επίτευξη των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων του εκδοτικού οργανισμού. Η επιμόρφωση-ευαισθητοποίηση βασίζεται σε ένα διακηρυγμένα δημόσια σύστημα αξιολόγησης και ανέλιξης των στελεχών και προηγείται της όποιας διαδικασίας εξέτασης της δημοσιογραφικής επάρκειας. Η βελτίωση της ικανότητας και των δεξιοτήτων των στελεχών του οργανισμού με προγράμματα επιμόρφωσης, οδηγούν στην πρώτη φάση της αξιολόγησης του ανθρώπινου δυναμικού. Στη δεύτερη φάση της αξιολόγησης τα στελέχη συμμετέχουν σε διαδικασία αξιολόγησης επί της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας στην τήρηση των καθηκόντων τους κρινόμενα με βάση πάγιο σύστημα αξιολόγησης που στηρίζεται στη βαθμολόγηση ενός εκάστου από τον πρώτο φυσικό προϊστάμενό του και τον πρώτο φυσικό προϊστάμενο του πρώτου αξιολογητή. Σημαντικό είναι το σύστημα αξιολόγησης να καλεί τον αξιολογούμενο να συνεισφέρει με πληροφορίες για το εργασιακό περιβάλλον, τα καθήκοντα που υπηρετεί, την υπηρεσιακή μονάδα, τα προβλήματα που αντιμετωπίζει και τις προτάσεις για την επίλυσή τους, καθώς και τις προσδοκίες του για την ανέλιξη ή μετακίνησή του. Η μέθοδος αξιολόγησης μπορεί να ακολουθεί τα παρακάτω βήματα:

- Σύνταξη εταιρικής πολιτικής εξέλιξης εργαζομένων.
- Σύνταξη προγράμματος επιμόρφωσης.
- Επιμόρφωση για α) τις εταιρικές πολιτικές, τις Κατευθυντήριες εκδοτικές γραμμές, τον Κώδικα Δεοντολογίας, τους Κανόνες συμπεριφοράς και Ηθικής και β) για τις τεχνικές δημιουργίας και διανομής περιεχομένου.
- Εξέταση των εργαζομένων μετά τον κύκλο εκπαίδευσης για κάθε πεδίο ξεχωριστά με ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών.

- Συνέντευξη των εργαζομένων για την ικανοποίηση από το εργασιακό αντικείμενο και το περιβάλλον στο πλαίσιο του προγράμματος ανέλιξης.
- Αξιολόγηση των εργαζομένων, με βάση την ποιότητα της δουλειάς τους, κλιμακωτά από την ιεραρχία των φυσικών προϊσταμένων τους.

Οι στόχοι ενός συστήματος αξιολόγησης των υπαλλήλων είναι να βελτιώσει την παραγωγικότητα, να λαμβάνει η διοίκηση αποφάσεις που αφορούν στην προαγωγή, αλλαγή θέσης εργασίας ή τερματισμό της συνεργασίας, να προσδιορίσει το τι απαιτείται για την εκτέλεση μιας εργασίας και να εργαστεί για τη βελτίωση της απόδοσης του υπαλλήλου.

Όλοι αυτοί οι στόχοι μπορούν να επιτευχθούν ευκολότερα, εάν ο εργοδότης καταβάλλει προσπάθειες να καθιερώσει τη διαδικασία αξιολόγησης της απόδοσης ως διάλογο στον οποίο ο τελικός σκοπός είναι η βελτίωση όλων των μερών. Για να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν αυτό το πλαίσιο, οι εργοδότες πρέπει να ενημερώσουν τους εργαζομένους για την αξία τους, να τους επαινέσουν για τα επιτεύγματά τους, να δημιουργήσουν ένα ιστορικό δίκαιης και ειλικρινούς ανατροφολογίας, να είναι συνεπείς στη μεταχείριση όλων των εργαζομένων και να ζητήσουν από τους εργαζομένους τις δικές τους ιδέες για τις διαδικασίες και λειτουργίες της εταιρείας.

ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ

1. Να προτάσσουν τα ΜΜΕ τα θέματα ασφάλειας σε κάθε ευκαιρία, φόρουμ, επιτροπή δεοντολογίας ή/και Συμβούλιο Τύπου στο οποίο συμμετέχουν.
2. Να συμμετέχουν σε κάθε ενδιαμέσο μηχανισμό συντονισμού και προστασίας των δημοσιογράφων και των άλλων εργαζομένων τους (ειδικώς τις γυναίκες, τους μειονοτικούς, τους ανεξάρτητους και τους ερευνητές για υποθέσεις οργανωμένου εγκλήματος).
3. Να δημιουργήσουν συνθήκες ψηφιακού καταφυγίου και να εκπαιδεύσουν το προσωπικό για τα μέτρα ασφάλειας επικοινωνιών.
4. Να διαθέτουν μέτρα ατομικής προστασίας για τους δημοσιογράφους στο πεδίο.
5. Να αναπτύσσουν με επιμορφωτικό έργο τις δεξιότητες του προσωπικού.
6. Να εκπαιδεύσουν τους εργαζόμενους στις νομοθεσίες προστασίας δεδομένων και κυβερνοασφάλειας.
7. Να παροτρύνουν τους εργαζόμενους να συμμετέχουν σε fora υπέρ της ελευθερίας του Τύπου και κατά της ρητορικής του μίσους.
8. Να διαθέτουν τα Μέσα δομή διαχείρισης απειλών και επιθέσεων κατά εργαζομένων τους και να παρέχουν νομική υποστήριξη.

9. Να αναλάβουν πρωτοβουλίες για την ενημέρωση και ευαισθητοποίηση της κοινωνίας για την ασφάλεια και την προστασία των δημοσιογράφων.

ΚΩΔΙΚΑΣ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΚΑΙ ΟΔΗΓΙΕΣ ΣΤΑΘΜΙΣΗΣ

Κώδικας Δεοντολογικής Επεξεργασίας Δεδομένων

Ο Κώδικας Δεοντολογίας Επεξεργασίας Δεδομένων, στο πλαίσιο εφαρμογής του άρθρου 40 του Γενικού Κανονισμού (ΕΕ) 2016/679 «για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών», πρέπει να έχει την έγκριση των Διοικητικών Συμβουλίων των Οργανισμών. Να αποτελεί επιπρόσθετο εχέγγυο διαφάνειας και προστασίας της προσωπικότητας των δημοσιογράφων, των συνεργατών αλλά και του κοινού. Να θέτει με σαφήνεια τις βασικές αρχές της διαφάνειας, της συνέπειας, της υπευθυνότητας και της λογοδοσίας, που πρέπει να διέπουν την επεξεργασία των προσωπικών δεδομένων και να συμβάλλει στην ισχυροποίηση της ασφάλειας δικαίου στις σχέσεις των ειδησεογραφικών οργανισμών με τους πολίτες. Πρέπει να ενισχύει ο Κώδικας τις εταιρικές πολιτικές προστασίας μέσω της Πολιτικής Στάθμισης των Δικαιωμάτων της Ελευθερίας της Έκφρασης και της Ιδιωτικότητας, αλλά και την Πολιτική Πνευματικής Ιδιοκτησίας. Η σύνδεση του Κώδικα δεοντολογίας με τις εταιρικές πολιτικές ενισχύεται επίσης και με τις προβλέψεις στις συμβατικές υποχρεώσεις των Μέσων και τις συμβάσεις εργασίας και συνεργασίας. Γενικώς, πρέπει να περιλαμβάνει και τυχόν πρόσθετες συμβατικές υποχρεώσεις των ειδησεογραφικών οργανισμών. Αυτές οι συμβατικές υποχρεώσεις διασφαλίζουν ένα υψηλότερο επίπεδο προστασίας στους αποδέκτες της ενημέρωσης από τους ίδιους τους οργανισμούς σε σχέση με τον παρόντα Κώδικα. Εάν εντοπίζονται κενά ρύθμισης ως προς τα προσωπικά δεδομένα, αυτά ορίζεται ότι θα καλύπτονται από τις διατάξεις του κώδικα επεξεργασίας δεδομένων, ακόμη και εάν η σύμβαση δεν περιλαμβάνει ρητή αναφορά σε αυτόν. Όσον αφορά στους δημοσιογράφους και τους εργαζόμενους στα Μέσα, ο Κώδικας ισχύει συμπληρωματικά με τον όποιο Κώδικα Εργαζομένων, καθώς και με τυχόν ειδικότερες διατάξεις που διέπουν τη λειτουργία και τα θέματα κατάστασης του προσωπικού άλλων δημόσιων ή ιδιωτικών φορέων.

Σε τι απαντά ο Κώδικας

Ο Κώδικας απαντά στο πώς δημιουργούνται ή συλλέγονται δεδομένα, πώς αποθηκεύονται και διακρατούνται, πώς και με ποιους μοιράζονται. Απαντά στο πώς τα πληροφοριακά συστήματα συμμετέχουν στην επεξεργασία.

Νομικές απαιτήσεις

Σύμφωνα με το άρθρο 5 του ΓΚΠΔ 2016/679, για να είναι νόμιμη η επεξεργασία προσωπικών δεδομένων (απλών και ειδικών κατηγοριών), πρέπει η επεξεργασία να διέπεται από τις αρχές επεξεργασίας. Επίσης, η επεξεργασία είναι σύννομη, μόνο εάν και εφόσον ισχύει τουλάχιστον μία από τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

- το υποκείμενο των δεδομένων έχει συναινέσει στην επεξεργασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα του για έναν ή περισσότερους συγκεκριμένους σκοπούς,
- η επεξεργασία είναι απαραίτητη για την εκτέλεση σύμβασης, της οποίας το υποκείμενο των δεδομένων είναι συμβαλλόμενο μέρος, ή για να ληφθούν μέτρα κατ' αίτηση του υποκειμένου των δεδομένων πριν από τη σύναψη σύμβασης,
- η επεξεργασία είναι απαραίτητη για τη συμμόρφωση με έννομη υποχρέωση του υπευθύνου επεξεργασίας,
- η επεξεργασία είναι απαραίτητη για τη διαφύλαξη ζωτικού συμφέροντος του υποκειμένου των δεδομένων ή άλλου φυσικού προσώπου,
- η επεξεργασία είναι απαραίτητη για την εκπλήρωση καθήκοντος που εκτελείται προς το δημόσιο συμφέρον ή κατά την άσκηση δημόσιας εξουσίας που έχει ανατεθεί στον υπεύθυνο επεξεργασίας,
- η επεξεργασία είναι απαραίτητη για τους σκοπούς των έννομων συμφερόντων που επιδιώκει ο υπεύθυνος επεξεργασίας ή τρίτος, εκτός εάν έναντι των συμφερόντων αυτών υπερισχύει το συμφέρον ή τα θεμελιώδη δικαιώματα και οι ελευθερίες του υποκειμένου των δεδομένων που επιβάλλουν την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, ιδίως εάν το υποκείμενο των δεδομένων είναι παιδί.

Ο πολίτης των δεδομένων πίσω από την πληροφορία

Το Μέσο πρέπει να δηλώνει μέσω του Κώδικα ότι «Σέβεται το άτομο που διαθέτει τις πληροφορίες του, τις επεξεργάζεται το Μέσο με ιδιαίτερη προσοχή για τις επιπτώσεις προστατεύοντας τα δεδομένα από κρυφές παγίδες, παρεμβάσεις και προκαταλήψεις. Ότι διαθέτει ξεκάθαρο σχέδιο για τη διαχείριση των δεδομένων. Ποτέ δεν εξαπατώνται τα υποκείμενα. Να παρουσιάζονται με σαφήνεια οι σκοποί επεξεργασίας και οι προθέσεις του Μέσου και ζητείται η ελεύθερη συγκατάθεση. Πρέπει να αποκαλύπτεται πάντα η αλλαγή του σκοπού επεξεργασίας. Λειτουργεί το Μέσο με διαφάνεια αξιώνοντας την εμπιστοσύνη. Να ακολουθεί διαδικασίες ελέγχου και επιθεώρησης για να διασφαλίσει την εγκυρότητα και την ποιότητα των δεδομένων αλλά και του πλαισίου συλλογής τους και διακράτησής τους προστατεύοντάς τα από χειραγώγηση. Να διεξάγονται συνεχώς έλεγχοι δεοντολογίας και ελαχιστοποίησης τους κινδύνου καθ' όλη τη διάρκεια ζωής των

δεδομένων. Να προσφεύγει το Μέσο σε ειδικούς σε κάθε περίπτωση που υπάρχει αμφιβολία σχετική με πιθανές παραβιάσεις των νόμων ή του κανονισμού. Να χρησιμοποιείται τεχνολογία που επιτρέπει να προστατεύεται η εμπιστευτικότητα και η ιδιωτικότητα. Να διακηρύσσεται η πίστη στην αρχή της ελαχιστοποίησης και στην αρχή της αναλογικότητας. Να λειτουργεί το Μέσο με υπευθυνότητα χωρίς να επαφίεται η διαδικασία λήψης αποφάσεων της Εταιρείας σε αυτοματοποιημένες αποφάσεις χωρίς την ανθρώπινη παρέμβαση. Να ακολουθούνται όλες οι μέθοδοι εντοπισμού κινδύνου για την αντιμετώπισή τους και την ασφάλεια των δεδομένων. Να προστατεύεται η πληροφορία για το άτομο. Να αναζητούνται συνεχώς πληροφορίες που κρύβουν προσωπικά δεδομένα και τα οποία εκτίθενται σε κίνδυνο. Τέλος, οι διεργασίες να υπακούν στις αποφάσεις των Αρχών προστασίας δεδομένων για τον κατάλογο με τα είδη των δραστηριοτήτων επεξεργασίας που υπόκεινται στην απαίτηση για διενέργεια εκτίμησης αντικτύπου».

Συνθήκες διευκόλυνσης της στάθμισης ελευθερίας του τύπου και ιδιωτικότητας

Τα Μέσα Ενημέρωσης είναι χρήσιμο να υιοθετήσουν έναν κοινό Κώδικα Δεοντολογίας για την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων και να εστιάσουν σε κατευθυντήριες οδηγίες στάθμισης της ιδιωτικότητας και της δημοσιογραφικής επεξεργασίας για το Δημόσιο Συμφέρον. Οι οδηγίες αυτές θα πρέπει να είναι σε γνώση των δημοσιογράφων στην αίθουσα σύνταξης, ώστε να προβλέπεται ως διαδικασία του εκδοτικού οργανισμού. Για την εφαρμογή, θα μπορούσαν να ανατεθούν ειδικά καθήκοντα και ρόλοι ευθύνης, αλλά και να διατεθεί σχετικό επιμορφωτικό υλικό σε όλους τους δημοσιογράφους, συμπεριλαμβανομένων της νομολογίας και των μελετών περίπτωσης που λειτουργούν ως παραδείγματα. Με τον τρόπο αυτόν, οι δημοσιογράφοι, όταν λειτουργούν εκτός του πλαισίου που έχει ταχθεί από το Μέσο στο οποίο εργάζονται και, ως εκ τούτου καθορίζουν οι ίδιοι το σκοπό και τον τρόπο επεξεργασίας, κινδυνεύουν να θεωρηθούν υπεύθυνοι επεξεργασίας με συνέπεια η ευθύνη της λογοδοσίας που προβλέπει ο ΓΚΠΔ Ε.Ε. 2016/679 και η σχετική νομοθεσία, να βαρύνει τους ίδιους. Δηλαδή, στην περίπτωση αυτή οι δημοσιογράφοι έχουν προσωπικά την ευθύνη για την ορθή στάθμιση υπέρ του Δημοσίου Συμφέροντος εφόσον το μέσο ενημέρωσης διαθέτει κώδικα δεοντολογίας, εταιρικές πολιτικές και διαδικασίες, με τις οποίες καθορίζονται με τρόπο συγκεκριμένο τα κριτήρια της στάθμισης με τους κανόνες για την προστασία των προσωπικών δεδομένων δημοσίων προσώπων και ιδιωτών. Σημειώνεται ότι σε περίπτωση παραβίασης από τον/τη δημοσιογράφο του κώδικα δεοντολογίας, των οδηγιών κ.λπ., το ΜΜΕ δεν απαλλάσσεται της ευθύνης, εφόσον το κείμενο, ρεπορτάζ κ.λπ. του/της δημοσιογράφου δημοσιευθεί. Θα έχει πραγματοποιηθεί παράνομη επεξεργασία δια της δημοσίευσης.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ



EGMS «ἦθος»

4. Γενικές απαιτήσεις – Πλαίσιο λειτουργίας του Μέσου

4.1. Κατανόηση του Οργανισμού και του πλαισίου του

Καθορισμός των παραγόντων που επηρεάζουν το Μέσο. Το Μέσο πρέπει να καθορίζει τα εσωτερικά και τα εξωτερικά θέματα που σχετίζονται με τον σκοπό του και τα οποία επηρεάζουν την ικανότητά του να επιτύχει τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα του Συστήματος Διαχείρισης.

4.2. Ανάγκες και Προσδοκίες Ενδιαφερομένων Μερών

Κατανόηση των αναγκών και προσδοκιών του κοινού, των εργαζομένων και άλλων ενδιαφερόμενων μερών- Καθορισμός του Πεδίου Εφαρμογής.

Το Μέσο πρέπει να καθορίζει:

- 1) τα λοιπά ενδιαφερόμενα μέρη, επιπλέον των εργαζομένων, που σχετίζονται με το Σύστημα Διαχείρισης,
- 2) τις σχετικές ανάγκες και προσδοκίες των εργαζομένων και των άλλων ενδιαφερόμενων μερών,
- 3) ποιες από αυτές τις ανάγκες και τις προσδοκίες είναι ή θα μπορούσαν να γίνουν νομικές ή άλλες απαιτήσεις.

4.2.1. Προσδιορισμός των δεοντολογικών απαιτήσεων και άλλων απαιτήσεων

Ο Οργανισμός καλείται να προδιαγράψει τη μέθοδο με την οποία καθορίζει τις δεοντολογικές απαιτήσεις του. Με αυτό τον τρόπο ελέγχεται η μέθοδος που έχει αναπτύξει για τον καθορισμό τους.

Ο Οργανισμός πρέπει να καθιερώσει, να εφαρμόζει και να διατηρεί μια διεργασία ή διεργασίες για:

- α) να καθορίζει και να έχει πρόσβαση σε επικαιροποιημένες δεοντολογικές, νομικές απαιτήσεις και άλλες απαιτήσεις που ισχύουν για τις επικινδυνότητες, τους κινδύνους και το σύστημα διαχείρισης,

β) να καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο ισχύουν αυτές οι δεοντολογικές, νομικές και άλλες απαιτήσεις για τον Οργανισμό και τι είναι αναγκαίο να γνωστοποιηθεί,

γ) να λαμβάνει υπόψη αυτές τις δεοντολογικές, νομικές και άλλες απαιτήσεις κατά τη δημιουργία, την εφαρμογή, τη διατήρηση και τη διαρκή βελτίωση του συστήματος διαχείρισης.

Ο Οργανισμός πρέπει να τηρεί και να διατηρεί τεκμηριωμένες πληροφορίες σχετικά με τις δεοντολογικές, νομικές και άλλες απαιτήσεις του και πρέπει να εξασφαλίζει ότι ενημερώνεται για να αντικατοπτρίζει τυχόν αλλαγές.

4.2.2. Δεοντολογικές απαιτήσεις

Το Μέσο πρέπει να διακηρύξει στις Αξιωματικές Αρχές Δεοντολογίας το πως προσεγγίζει τα ζητήματα ηθικής και δεοντολογίας στις παρακάτω θεματικές ενότητες και να ορίσει τις πολιτικές, τις διαδικασίες, τα βήματα και τις κατευθυντήριες οδηγίες.

4.3. Πεδίο Εφαρμογής

Καθορισμός των δραστηριοτήτων για τις οποίες ενδιαφέρεται να εφαρμόσει το Πρότυπο ο Οργανισμός.

Ο Οργανισμός Μέσων πρέπει να καθορίζει τα όρια και τη δυνατότητα εφαρμογής του Συστήματος Διαχείρισης για να προσδιορίσει το Πεδίο Εφαρμογής του. Κατά τον καθορισμό του Πεδίου Εφαρμογής, ο Οργανισμός Μέσων:

α) εξετάζει τα εσωτερικά και εξωτερικά ζητήματα που σχετίζονται με τον σκοπό του και επηρεάζουν την ικανότητά του,

β) λαμβάνει υπόψη τις απαιτήσεις 1, 2, 3 της παρ. 4.2.,

γ) λαμβάνει υπόψη τις προγραμματισμένες ή πραγματοποιούμενες δραστηριότητες που σχετίζονται με τη δημοσιογραφική επεξεργασία.

Το ΣΔΔΠ περιλαμβάνει τις δραστηριότητες, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες στο πλαίσιο του ελέγχου ή της επιχείρησης, που μπορούν να επηρεάσουν τις επιδόσεις του οργανισμού. Το Πεδίο Εφαρμογής θα πρέπει να είναι διαθέσιμο ως τεκμηριωμένη πληροφορία. Ο Οργανισμός Μέσων καθιερώνει, εφαρμόζει, διατηρεί και βελτιώνει συνεχώς ένα Σύστημα Διαχείρισης, συμπεριλαμβανομένων των απαιτούμενων διεργασιών και των αλληλεπιδράσεών τους, σύμφωνα με τις απαιτήσεις του παρόντος προτύπου.

Σημείωση: Πεδίο εφαρμογής θα μπορούσαν να είναι το σύνολο των διεργασιών συλλογής, ελέγχου εγκυρότητας, επεξεργασίας και διανομής ενημερωτικού περιεχομένου.

5. Ηγεσία - Απαιτήσεις δομής

Η Ηγεσία θα πρέπει να διαθέτει τους πόρους που θα συμβάλλουν στην επίτευξη του κοινού σκοπού, θα εμπλέξει τους εργαζόμενους και θα ευθυγραμμίσει τις στρα-

τηγικές του Μέσου, τις πολιτικές και τις διαδικασίες για να επιτευχθούν οι σκοποί του Συστήματος Διαχείρισης.

5.1. Ηγεσία και Δέσμευση Διοίκησης

Η Ηγεσία πρέπει να δημιουργήσει την απαιτούμενη ενότητα του σκοπού, όσον αφορά την κατεύθυνση και την εμπλοκή των εργαζομένων, να ευθυγραμμίσει τις στρατηγικές του Οργανισμού, τις Πολιτικές, τις διαδικασίες και τους πόρους που πρέπει, ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι του.

Η Ηγεσία πρέπει να ανακοινώσει την αποστολή, το όραμα του Οργανισμού, τη στρατηγική, τις πολιτικές και τις διαδικασίες σε ολόκληρο τον Οργανισμό. Να δημιουργήσει και να διατηρήσει κοινές αξίες και ηθικά μοντέλα συμπεριφοράς σε όλα τα επίπεδα του Οργανισμού. Να δημιουργήσει μια κουλτούρα εμπιστοσύνης και ακεραιότητας και να ενθαρρύνει μια δέσμευση σε ολόκληρο τον Οργανισμό για δεοντολογία και ποιότητα.

5.2. Καθορισμός Πολιτικής Δεοντολογίας & Ποιότητας

Ελάχιστες υποχρεωτικές απαιτήσεις στη διατύπωση/υιοθέτηση Πολιτικής Ποιότητας-Δεοντολογίας.

- Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας
- Εκδοτικό καταστατικό που δεσμεύει όλους τους εργαζόμενους του Μέσου
- Δήλωση Αποστολής του Μέσου
- Πολιτική Διαφήμισης του Μέσου
- Κώδικας Επεξεργασίας Προσωπικών Δεδομένων
- Τήρηση Αρχείου Δημοσιεύσεων

Το κάθε ΜΜΕ θα πρέπει να έχει συντάξει τη δική του Πολιτική Δεοντολογίας & Ποιότητας, στην οποία, μεταξύ άλλων, θα πρέπει να ενσωματώνονται και συγκεκριμένες αναφορές σε ζητήματα, όπως:

- Ανεξαρτησία-Οικονομική αυτοτέλεια
- Διαφάνεια-Λογοδοσία
- Δεοντολογία (κώδικες, κατευθυντήριες οδηγίες, εταιρικές πολιτικές)
- Αποστολή του Μέσου
- Ικανοποίηση του κοινού
- Δημόσιο συμφέρον-Κοινωνική προσφορά

Θα πρέπει να προσδιοριστεί με σαφήνεια ο υιοθετούμενος επαγγελματικός Κώδικας Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας και να αναρτηθεί στον εταιρικό ιστότοπο. Το Εκδοτικό Καταστατικό του Μέσου, δηλώνει ρητά ότι υιοθετεί απόλυτα το εκάστοτε δημοσιογραφικό Δεοντολογικό Πλαίσιο των επαγγελματικών ενώσεων.

Η Δήλωση Αποστολής αποσαφηνίζει την ταυτότητα και τους στόχους του Οργανισμού Μέσων.

Ο Κώδικας Διαφήμισης ορίζει τις δεσμεύσεις για τη συμβατότητα της διαφήμισης με το περιεχόμενο του Μέσου.

Η Πολιτική Προστασίας Δεδομένων βασίζεται στις θεμελιώδεις αυτοδεσμεύσεις του Κώδικα Δεοντολογίας, ο οποίος ορίζει και τις σχέσεις με τρίτους εκτελούντες την επεξεργασία. Η Πολιτική αυτή λαμβάνει όλες τις προβλέψεις για την ιδιωτικότητα και την προστασία της παιδικής ηλικίας και ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του ΓΚΠΔ 679/2016 της Ε.Ε. και τη σχετική νομοθεσία. Η Πολιτική αυτή πρέπει να συνοδεύεται από κατευθυντήριες γραμμές για τη στάθμιση ανάμεσα στα δικαιώματα της ελευθερίας της έκφρασης και της ιδιωτικότητας.

5.2.1. Αμεροληψία και Εμπιστευτικότητα του Μέσου

Αμεροληψία

Οι δημοσιογραφικές δραστηριότητες πρέπει να υλοποιούνται, σχεδιάζονται, εκτελούνται και διαχειρίζονται αμερόληπτα.

Η Διοίκηση πρέπει να δεσμεύεται για την αμεροληψία και την ειλικρινή πληροφόρηση. Αναγνωρίζει και διακηρύττει ότι η αμεροληψία και η αντικειμενικότητα συμβάλλουν στην αξιοπιστία του Μέσου.

Ο δημοσιογραφικός Οργανισμός πρέπει να είναι υπεύθυνος για την αμεροληψία των δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων και πρέπει να μην επιτρέπει σε πολιτικές, εμπορικές, οικονομικές ή άλλες πιέσεις να υπονομεύουν την αμεροληψία.

Το Μέσο πρέπει να εντοπίζει τη διακινδύνευση στην αμεροληψία του σε συνεχή βάση. Αυτό πρέπει να περιλαμβάνει εκείνη τη διακινδύνευση που προκύπτει από τις δραστηριότητές του ή από τις σχέσεις του ή από τις σχέσεις του προσωπικού του. Ωστόσο, οι σχέσεις αυτές δεν παρουσιάζουν απαραίτητα διακινδύνευση στην αμεροληψία. Η διακινδύνευση στην αμεροληψία του Μέσου οδηγεί και στην απειλή εναντίον του κύρους του Μέσου.

Εάν εντοπίζεται διακινδύνευση στην αμεροληψία, το Μέσο πρέπει να είναι σε θέση να αποδεικνύει τον τρόπο εξάλειψης ή ελαχιστοποίησης της διακινδύνευσης αυτής.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: Η σχέση που αποτελεί απειλή για την αμεροληψία του Μέσου μπορεί να βασίζεται στο ιδιοκτησιακό καθεστώς, στη διακυβέρνηση, στη διοίκηση, στο προσωπικό, στους κοινούς πόρους, στα πολιτικά και στα οικονομικά συμφέροντα, στις συμβάσεις, στο μάρκετινγκ και στην πληρωμή προμήθειας πώλησης ή άλλου κινήτρου για την απόκτηση νέων πελατών.

5.2.2. Εμπιστευτικότητα & Αξιοπιστία

Το Μέσο πρέπει να είναι υπεύθυνο δεσμευτικά για τη διαχείριση όλων των πληροφοριών που λαμβάνονται ή που δημιουργούνται κατά την εκτέλεση των δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων. Η εμπιστευτικότητα πρέπει να τηρείται για την αξιοπιστία του Μέσου. Η διακινδύνευση στην εμπιστευτικότητα έχει ως αποτέλεσμα την απειλή εναντίον του κύρους του Μέσου.

Το προσωπικό, συμπεριλαμβανομένων οποιωνδήποτε μελών επιτροπών, αναδόχων, προσωπικού εξωτερικών φορέων ή φυσικών προσώπων που ενεργούν εκ μέρους του Μέσου, πρέπει να τηρεί τον εμπιστευτικό χαρακτήρα όλων των πληροφοριών που λαμβάνονται ή δημιουργούνται κατά την εκτέλεση της δημοσιογραφικής δραστηριότητας, εκτός όπως απαιτείται από τον Νόμο.

Εκτός από τις πληροφορίες που το Μέσο και η κάθε πηγή του διαθέτουν στο κοινό, όλες οι άλλες πληροφορίες νοούνται ως αποκλειστικές και πρέπει να θεωρούνται εμπιστευτικές.

Όταν το Μέσο υποχρεούται από τον Νόμο ή εξουσιοδοτείται από συμβατικές διευθετήσεις να παρέχει εμπιστευτικές πληροφορίες, οι πληροφορίες που παρέχονται πρέπει να κοινοποιούνται στην πηγή ή στο ενδιαφερόμενο άτομο, εκτός εάν απαγορεύεται από τον Νόμο.

Οι πληροφορίες σχετικά με πηγή που λαμβάνονται από άλλες πηγές πρέπει να είναι εμπιστευτικές. Η ταυτότητα της πηγής αυτής δεν πρέπει να μοιράζεται με άλλη πηγή, εκτός εάν έχει συμφωνηθεί με αυτή που έδωσε τις αρχικές πληροφορίες.

5.3. Ρόλοι, Αρμοδιότητες και Υπευθυνότητες

Απαιτείται ο Οργανισμός να έχει προκαθορισμένους ρόλους σε σχέση με το Πρότυπο. Με αυτό τον τρόπο, ο κάθε εργαζόμενος γνωρίζει τις αρμοδιότητές του.

Η Διοίκηση του ΜΜΕ πρέπει να εξασφαλίσει ότι οι διάφοροι ρόλοι και υπευθυνότητες ασφάλειας έχουν ανατεθεί και ανακοινωθεί. Κάθε εργαζόμενος που χειρίζεται ευαίσθητα στοιχεία υπογράφει ότι λαμβάνει γνώση των κινδύνων και τηρεί αυστηρά τις οδηγίες χρήσης. Αυτή η υποχρέωση αφορά τόσο σε πληροφορίες και υποδομές όσο και σε ορθή χρήση συσκευών και εφαρμογών.

Το κάθε ΜΜΕ θα πρέπει να διαθέτει έναν Υπεύθυνο Δεοντολογίας & Ποιότητας (ETHICS & QUALITY COMPLIANCE OFFICER), ο οποίος και προεδρεύει της Επιτροπής Δεοντολογίας και Ποιότητας του Μέσου. Ως εκ τούτου, υπεύθυνος ποιότητας μπορεί να είναι και ο Public Editor.

Ο Υπεύθυνος Δεοντολογίας και Ποιότητας του συγκεκριμένου Προτύπου, υποχρεωτικά, θα πρέπει να είναι δημοσιογράφος με κύρος, αξιοπιστία και κατάλληλη εμπειρογνώσια, αναγνωρισμένος από το κοινό και τους συναδέλφους του.

Ο Υπεύθυνος αναφέρεται απευθείας στην ανώτατη διοίκηση και είναι αρμόδιος

για τη σύνταξη, τόσο των Οδηγιών προς το προσωπικό όσο και της Ετήσιας Απολογιστικής Έκθεσης στην αρχή κάθε νέου έτους.

Ο Υπεύθυνος Δεοντολογίας και Ποιότητας είναι αρμόδιος για τη συλλογή των Εκθέσεων Ποιότητας από τους Υπευθύνους των Τμημάτων Προγράμματος, Προμηθειών-Διαφήμισης, Παραπόνων, Διορθώσεων, Ελέγχου Παραγωγής, GRC manager.

Ο Υπεύθυνος συστήνεται να είναι επικεφαλής της σύνταξης της Ετήσιας Έκθεσης Δημόσιας Αξίας (Έκθεση Διαφάνειας και Λογοδοσίας).

6. Σχεδιασμός - Πόροι

6.1. Αντιμετώπιση κινδύνων & Αξιοποίηση ευκαιριών - Προσδιορισμός επικινδυνοτήτων

Ο Οργανισμός πρέπει να καθιερώσει, να εφαρμόζει και να διατηρεί μια διεργασία (διεργασίες) για τον εντοπισμό απειλών, που να είναι συνεχής και ενεργητική. Η (οι) διεργασία (-ες) πρέπει να λαμβάνεται υπόψη, χωρίς να περιορίζεται (ονται) ως προς:

α) Τον τρόπο με τον οποίο οργανώνεται η εργασία, τους κοινωνικούς παράγοντες (συμπεριλαμβανομένου του φόρτου εργασίας, των ωρών εργασίας, της θυματοποίησης, της παρενόχλησης και του εκφοβισμού), την ηγεσία και την κουλτούρα στον Οργανισμό.

β) Τις συνήθεις και μη συνήθεις δραστηριότητες και καταστάσεις, συμπεριλαμβανομένων των επικινδυνοτήτων που προκύπτουν από:

β.1) την υποδομή, τον εξοπλισμό, τα υλικά, τις ουσίες και τις φυσικές συνθήκες του χώρου ή του πεδίου εργασίας,

β.2) τον σχεδιασμό προγραμμάτων ενημερωτικού περιεχομένου και υπηρεσιών, τη δημοσιογραφική έρευνα, την ανάπτυξη υποδομών και συστημάτων, τη δοκιμή, την παραγωγή, τη συναρμολόγηση, την κατασκευή, την παράδοση υπηρεσιών, τη συντήρηση και τη διάθεση του περιεχομένου,

β.3) τους ανθρώπινους παράγοντες,

β.4) το πώς εκτελείται η εργασία.

γ) Τα παρελθόντα σχετικά περιστατικά, εσωτερικά ή εξωτερικά του Οργανισμού, συμπεριλαμβανομένων των καταστάσεων έκτακτης ανάγκης, και των αιτιών τους.

δ) Τις πιθανές καταστάσεις έκτακτης ανάγκης.

ε) Τα άτομα, συμπεριλαμβανομένης της εξέτασης:

ε.1) σε όσους έχουν πρόσβαση στον χώρο εργασίας και στις δραστηριότητές τους, συμπεριλαμβανομένων των εργαζομένων, των εργολάβων, των επισκεπτών και άλλων ατόμων,

ε.2) σε όσους βρίσκονται κοντά στον χώρο εργασίας και μπορούν να επηρεαστούν από τις δραστηριότητες του Οργανισμού,

ε.3) σε εργαζόμενους σε αποστολή και τοποθεσία που δεν υπάγεται στον άμεσο έλεγχο του Οργανισμού.

στ) Άλλα θέματα, συμπεριλαμβανομένης της εξέτασης:

στ.1) για τον σχεδιασμό χώρων εργασίας, διεργασιών, εγκαταστάσεων, μηχανμάτων/εξοπλισμού, διαδικασιών λειτουργίας και οργάνωσης της εργασίας, συμπεριλαμβανομένης της προσαρμογής τους στις ανάγκες και στις ικανότητες των εμπλεκόμενων εργαζομένων,

στ.2) για καταστάσεις που συμβαίνουν στην περιοχή του εργασιακού χώρου και προκαλούνται από δραστηριότητες που σχετίζονται με την εργασία υπό τον έλεγχο του Οργανισμού,

στ.3) για καταστάσεις που δεν ελέγχονται από τον Οργανισμό, συμβαίνουν κοντά στον χώρο εργασίας και μπορούν να προκαλέσουν τραυματισμούς και κακή υγεία σε άτομα στον χώρο ή στο πεδίο εργασίας.

ζ) Τις πραγματικές ή προτεινόμενες αλλαγές στην οργάνωση, στις λειτουργίες, στις διεργασίες, στις δραστηριότητες και στο Σύστημα Διαχείρισης.

η) Τις αλλαγές στις γνώσεις και πληροφορίες σχετικά με τις επικινδυνότητες.

Αξιολόγηση των κινδύνων για το Σύστημα Διαχείρισης:

Ο Οργανισμός Μέσων πρέπει να καθιερώσει, να εφαρμόζει και να διατηρεί μια διεργασία ή διεργασίες για να:

α) αξιολογεί τους κινδύνους από τις προσδιορισμένες επικινδυνότητες, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη την αποτελεσματικότητα των υφιστάμενων ελέγχων,

β) καθορίζει και να αξιολογεί τους λοιπούς κινδύνους που σχετίζονται με τη δημιουργία, την υλοποίηση, τη λειτουργία και τη συντήρηση του Συστήματος Διαχείρισης.

Η μεθοδολογία και τα κριτήρια της οργάνωσης και τα κριτήρια για την αξιολόγηση των κινδύνων, πρέπει να καθορίζονται σε συνάρτηση με το πεδίο εφαρμογής, τη φύση και το χρονοδιάγραμμα, ώστε να εξασφαλίζεται ότι είναι προληπτικά και όχι αντιδραστικά και ότι χρησιμοποιούνται με συστηματικό τρόπο. Τεκμηριωμένες Πληροφορίες πρέπει να διατηρούνται και να διατηρούνται για τη μεθοδολογία (-ες) και για τα κριτήρια.

6.2. Στόχοι Ποιότητας & Σχεδιασμός για την επίτευξή τους

Οι στόχοι ποιότητας παραγωγής προγράμματος ενημερωτικού περιεχομένου προσδιορίζονται και διατηρούνται εγγράφως (τεκμηριωμένη πληροφορία).

Οι στόχοι ποιότητας πρέπει να:

- συνάδουν με την πολιτική ποιότητας και τη δεοντολογία
- είναι μετρήσιμοι

- λαμβάνουν υπόψη τις εφαρμοστέες απαιτήσεις
- σχετίζονται με τη συμμόρφωση του περιεχομένου και των υπηρεσιών ενημέρωσης και την ενίσχυση της ικανοποίησης του κοινού
- κοινοποιούνται
- αναθεωρούνται όταν κρίνεται απαραίτητο
- τεκμηριώνονται και τα μέσα τεκμηρίωσης να φυλάσσονται

6.3. Σχεδιασμός Αλλαγών

Εάν πρέπει να γίνουν αλλαγές στο ΣΔΔΠ, αυτές θα πρέπει να γίνουν με συστηματικό τρόπο. Ο Οργανισμός θα πρέπει να λάβει υπόψη:

- τον σκοπό της αλλαγής και οποιαδήποτε εκ των ενδεχόμενων συνεπειών της
- τη διαθεσιμότητα πόρων
- την ανάθεση ευθυνών και αρμοδιοτήτων

7. Υποστήριξη - Απαιτήσεις διεργασιών

Γενικά

Ο Οργανισμός οφείλει να παρέχει τους απαραίτητους πόρους για τη λειτουργία του ΣΔΔΠ. Πρέπει να λαμβάνονται υπόψη:

- Οι δυνατότητες αλλά και οι περιορισμοί των υφιστάμενων πόρων
- Οι ανάγκες χρήσης εξωτερικών παρόχων

7.1. Απαιτήσεις Μέσων και υποδομών

Το Μέσο πρέπει να είναι νομικό πρόσωπο ή καθορισμένο τμήμα Νομικού Προσώπου, που είναι νομικά υπεύθυνο για τις δημοσιογραφικές του δραστηριότητες. Πρέπει να ταυτοποιεί τη Διοίκηση, που έχει τη συνολική ευθύνη, τόσο της εταιρικής διοίκησης όσο και της δημοσιογραφικής διοίκησης. Το Μέσο πρέπει να ορίζει και να τεκμηριώνει το εύρος των δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων για τις οποίες συμμορφώνεται με το παρόν πρότυπο. Το Μέσο πρέπει να αξιώνει συμμόρφωση για εκείνο το εύρος των δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων από το οποίο εξαιρούνται οι εξωτερικά παρεχόμενες δημοσιογραφικές δραστηριότητες σε συνεχή βάση.

Το Μέσο πρέπει:

α) να ορίζει την επιχειρησιακή και διοικητική δομή του, τη θέση του σε οποιονδήποτε μητρικό Οργανισμό και τις σχέσεις μεταξύ της διοίκησης, των τεχνικών λειτουργιών και των υπηρεσιών υποστήριξης,

β) να καθορίζει τις υπευθυνότητες, τις αρμοδιότητες και τις σχέσεις όλου του προσωπικού το οποίο διαχειρίζεται, εκτελεί ή επαληθεύει εργασίες, οι οποίες επηρεάζουν τα αποτελέσματα των δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων,

γ) να τεκμηριώνει τις διαδικασίες του στον βαθμό που είναι απαραίτητο για να

διασφαλίζεται η συνεπής εφαρμογή των δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων του και η εγκυρότητα των αποτελεσμάτων.

Η Διοίκηση πρέπει να διασφαλίζει ότι:

- α) πραγματοποιείται επικοινωνία με τα μέρη που σχετίζονται με την επίτευξη των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων και την αποτελεσματικότητα του ΣΔΔΠ και τη σημαντικότητα της ικανοποίησης των απαιτήσεων του κοινού και άλλων απαιτήσεων,
- β) διατηρείται η ακεραιότητα του ΣΔΔΠ, όταν σχεδιάζονται και υλοποιούνται αλλαγές στο πρότυπο.

7.1.1. Προσωπικό

Το Μέσο πρέπει να διαθέτει προσωπικό, το οποίο ανεξάρτητα από άλλες υπευθυνότητες, έχει την αρμοδιότητα και τους πόρους που απαιτούνται για την εκτέλεση των καθηκόντων του, που περιλαμβάνουν:

- α) την υλοποίηση, συντήρηση και βελτίωση του ΣΔΔΠ,
- β) τον εντοπισμό αποκλίσεων από το ΣΔΔΠ ή από τις διαδικασίες για την εκτέλεση δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων,
- γ) την έναρξη ενεργειών για την πρόληψη ή την ελαχιστοποίηση τέτοιων αποκλίσεων,
- δ) τη σύνταξη αναφορών προς τη Διοίκηση σχετικά με τις επιδόσεις του ΣΔΔΠ και κάθε ανάγκη βελτίωσης, καθώς και τη διασφάλιση της αποτελεσματικότητας των δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων.

Σε κάθε ΜΜΕ πρέπει, πλέον των οριζόμενων στο ισχύον Νομοθετικό Πλαίσιο, να υφίσταται η ελάχιστη σύνθεση στελεχιακού δυναμικού σε αριθμό και ειδικότητες, ώστε να διασφαλίζεται η επάρκεια λειτουργίας του Μέσου και να αποδεικνύεται ότι έχει διάρθρωση που συνάδει με την κάλυψη των αναγκών και την ποικιλία ειδικοτήτων.

Το Μέσο πρέπει να διαθέτει Φάκελο Εργαζομένου (όλα τα δεδομένα της εργασιακής σχέσης όπως υπαγορεύει η νομοθεσία) για το σύνολο του στελεχιακού του δυναμικού.

Για κάθε εργαζόμενο πρέπει να υφίσταται σύστημα αξιολόγησης προσωπικού και οι σχετικές αξιολογήσεις θα διενεργούνται κάθε χρόνο μετά την υλοποίηση προγραμμάτων επιμόρφωσης, με βασικό στόχο την ενίσχυση της γνώσης, της εμπειρίας, των δεξιοτήτων, τη βαθμολογική και μισθολογική εξέλιξη των εργαζομένων.

Το Μέσο πρέπει να διαθέτει το προσωπικό, τις εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό, τα συστήματα και τις υπηρεσίες υποστήριξης που απαιτούνται για τη διαχείριση και την εκτέλεση των δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων του.

Όλο το προσωπικό του Μέσου, ή εξωτερικοί συνεργάτες, που θα μπορούσαν να επηρεάζουν τις δημοσιογραφικές δραστηριότητες, πρέπει να ενεργούν αμερόληπτα, να είναι επαγγελματικά επαρκείς, να τηρούν τον Εταιρικό Κώδικα Δεοντολογίας και να εργάζονται σύμφωνα με το ΣΔΔΠ του Μέσου.

Το Μέσο πρέπει να τεκμηριώνει τις απαιτήσεις επαγγελματικής επάρκειας για κάθε λειτουργία που επηρεάζει τα αποτελέσματα δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων, συμπεριλαμβανομένων των απαιτήσεων για εκπαίδευση, προσόντα, κατάρτιση, τεχνικές γνώσεις, δεξιότητες και εμπειρία.

Το Μέσο πρέπει να διασφαλίζει ότι το προσωπικό έχει την επαγγελματική επάρκεια να εκτελεί δραστηριότητες για τις οποίες είναι υπεύθυνο και να αξιολογεί τη σημαντικότητα των αποκλίσεων.

Η Διοίκηση του Μέσου πρέπει να γνωστοποιεί στο προσωπικό τα καθήκοντα, τις υπευθυνότητες και τις αρμοδιότητές του.

Το Μέσο πρέπει να διαθέτει διαδικασία(ες) και να τηρεί αρχεία για:

- α) τον προσδιορισμό των απαιτήσεων επαγγελματικής επάρκειας,
- β) την επιλογή του προσωπικού,
- γ) την κατάρτιση του προσωπικού,
- δ) την επίβλεψη του προσωπικού,
- ε) την εξουσιοδότηση του προσωπικού και
- στ) την παρακολούθηση της επαγγελματικής επάρκειας του προσωπικού.

Το Μέσο πρέπει να εξουσιοδοτεί το προσωπικό για την εκτέλεση συγκεκριμένων δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων, που περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, τα εξής:

- α) τη συλλογή και επεξεργασία πληροφοριών, τη δημοσίευση, τον έλεγχο αξιοπιστίας πηγών και πληροφοριών,
- β) την ανάλυση των αποτελεσμάτων, που περιλαμβάνει δηλώσεις συμμόρφωσης ή γνώμες και ερμηνείες, και
- γ) την αναφορά, την ανασκόπηση και την έγκριση αποτελεσμάτων.

7.1.1.1. Ασφάλεια και Υγεία

Ο Οργανισμός πρέπει να καταγράφει τη μεθοδολογία με την οποία διασφαλίζει τα θέματα Υγείας & Ασφάλειας στην Εργασία.

Πρόγραμμα ασφάλειας εργαζομένων (τεχνικός ασφάλειας, γιατρός εργασίας).

Το Μέσο οφείλει να συντάξει μελέτη εκτίμησης επαγγελματικού κινδύνου και να συνεργάζεται με γιατρό εργασίας, όταν αυτό προβλέπεται από την κείμενη νομοθεσία. Πρέπει να ασφαλίσει το προσωπικό στο οποίο αναθέτει αποστολές σε ζώνες συγκρούσεων.

Τα ΜΑΠ (Μέτρα Ατομικής Προστασίας) πρέπει να περιγράφονται όπως και οι πρόνοιες, νομικές, οικονομικές, διοικητικές, για τις περιπτώσεις όπου η δημοσιογραφική δραστηριότητα διενεργείται σε πεδίο που κρίνεται ως επικίνδυνο.

7.1.2. Εγκαταστάσεις

Οι εγκαταστάσεις του Οργανισμού πρέπει να πληρούν κάποιες ελάχιστες προϋποθέσεις.

Οι δημοσιογραφικές δραστηριότητες πρέπει να διενεργούνται έτσι ώστε να ικανοποιούνται οι απαιτήσεις του παρόντος προτύπου, το κοινό, οι κανονιστικές αρχές και οι οργανισμοί που χορηγούν αναγνώριση. Αυτό πρέπει να περιλαμβάνει δημοσιογραφικές δραστηριότητες που εκτελούνται σε όλες τις μόνιμες εγκαταστάσεις του, σε θέσεις εκτός των μόνιμων εγκαταστάσεών του, σε συναφείς προσωρινές ή κινητές εγκαταστάσεις ή σε εγκατάσταση της πηγής. Ο Οργανισμός οφείλει να παρέχει και να διατηρεί το περιβάλλον που απαιτείται για τη λειτουργία των δημοσιογραφικών διεργασιών του και για την επίτευξη της συμμόρφωσης του ενημερωτικού περιεχομένου του, π.χ. φυσικοί, κοινωνικοί, ψυχολογικοί και περιβαλλοντικοί παράγοντες, όπως η εργονομία και η καθαριότητα.

7.1.2.1. Ελάχιστες Απαιτήσεις Υποδομών

Το ΜΜΕ οφείλει να παρέχει και να διατηρεί την απαραίτητη ελάχιστη υποδομή για τη λειτουργία του. Παραδείγματα υποδομής αποτελούν τα κτήρια, ο εξοπλισμός, τα συστήματα Πληροφορικής, optimization (Soft & Hardware). Σε κάθε περίπτωση, δεν επιτρέπεται χρήση υποδομών πληροφοριακών συστημάτων τρίτων, υπηρεσιών πρακτορείου (ειδησεογραφικού-φωτογραφικού) χωρίς άδεια-συνδρομή.

Σημείωση: Υποδομές εννοούνται εγκαταστάσεις, εξοπλισμός, εφαρμογές λογισμικού, πηγές πληροφόρησης και πρακτορεία ειδήσεων, άδειες χρήσης κ.λπ.

7.1.3. Εξοπλισμός

Ο Οργανισμός πρέπει να καθορίζει τον εξοπλισμό που χρησιμοποιεί και να τον ελέγχει.

Το Μέσο πρέπει να διαθέτει κάθε πρόσφορο και κατάλληλο τεχνολογικό ή άλλο μέσο στους εργαζομένους, προκειμένου να υλοποιούν τις εργασίες που αναλαμβάνουν. Οι δημοσιογράφοι πρέπει να έχουν στη διάθεσή τους κάθε κατάλληλο μέσο για τη δημοσιογραφική έρευνα και την επεξεργασία των πληροφοριών (γραφεία, έπιπλα, Η/Υ, λογισμικά), καθώς και την απρόσκοπτη τεχνικά δυνατότητα να δημοσιεύσουν το ρεπορτάζ τους.

7.2. Απαιτούμενα Προσόντα Προσωπικού

Ο Οργανισμός οφείλει να:

- καθορίζει την απαιτούμενη τεχνική ικανότητα των υπαλλήλων/προσώπων που εκτελούν δημοσιογραφικές εργασίες ή εργασίες παραγωγής περιεχομένου, που επηρεάζουν την ποιότητα του ενημερωτικού περιεχομένου ή/και των υπηρεσιών

- διασφαλίζει ότι οι συγκεκριμένοι υπάλληλοι/πρόσωπα είναι κατάλληλοι από άποψη γενικής εκπαίδευσης, πρακτικής εκπαίδευσης ή εμπειρίας. Όταν προβλέπεται, θα προβαίνει σε ενέργειες για την απόκτηση της απαιτούμενης τεχνικής ικανότητας και θα διασφαλίζει την αποτελεσματικότητα των ενεργειών που πραγματοποιήθηκαν. Θα πρέπει να τηρεί τις κατάλληλες τεκμηριωμένες πληροφορίες, ως αποδεικτικά στοιχεία τεχνικής ικανότητας.

Ο Οργανισμός οφείλει να ορίζει τη γνώση που απαιτείται για τη λειτουργία του και την επίτευξη της συμμόρφωσης του ενημερωτικού περιεχομένου και των υπηρεσιών.

Η γνώση αυτή θα πρέπει να τηρείται και να καθίσταται διαθέσιμη στον βαθμό που απαιτείται. Στην περίπτωση νέων αναγκών και τάσεων, ο Οργανισμός θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη του τη γνώση που ήδη κατέχει και να ορίζει πώς θα αποκτήσει ή θα έχει πρόσβαση στην απαιτούμενη πρόσθετη γνώση.

7.3. Εκπαίδευση και Ευαισθητοποίηση Προσωπικού

Το Μέσο πρέπει να διατηρεί αρχεία Εκπαίδευσης Προσωπικού στα θέματα δραστηριότητας του Μέσου και να ευαισθητοποιεί τους εργαζόμενους για τους σκοπούς της ηθικής διακυβέρνησης, της διαφάνειας, της λογοδοσίας και της υπηρετήσης του δημοσίου συμφέροντος.

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα πρέπει να συνάδουν με την αποστολή και τον χαρακτήρα του Μέσου, ενώ θα πρέπει όλες οι ειδικότητες (δημοσιογράφοι, τεχνικοί, διοικητικό προσωπικό) να βελτιστοποιούν τις υφιστάμενες δεξιότητές τους και ταυτόχρονα να αποκτούν νέες σε, κατάλληλα για το Μέσο, πεδία.

7.3.1. Συγκρότηση Επιτροπής Προγραμμάτων-Διεύθυνση Σύνταξης (Αρμοδιότητες, σύνθεση)

Το ΜΜΕ πρέπει να διαθέτει Διεύθυνση Σύνταξης και Υπεύθυνο ή Επιτροπή Ενημερωτικού Προγράμματος με καθορισμένες αρμοδιότητες και με καθορισμένη σύνθεση μελών.

Ο Υπεύθυνος ή η Επιτροπή Προγράμματος έχει ευθύνη να αξιολογεί κάθε οπτικοακουστικό υλικό που παράγει ή προμηθεύεται ο Οργανισμός, προκειμένου να διασφαλίζεται η ποιότητα του περιεχομένου που διατίθεται στο κοινό.

Στην περίπτωση που συγκροτείται επιτροπή (η οποία μπορεί να στελεχώνεται από εργαζομένους του περιεχομένου, του εμπορικού τμήματος και της τεχνικής υποστήριξης), προεδρεύει ο Υπεύθυνος Διεύθυνσης Σύνταξης ή ο Public Editor.

7.4. Αρχεία

Ο Οργανισμός πρέπει να διασφαλίζει ότι διατηρούνται αρχεία σχετικά με τις απαιτήσεις του Προτύπου.

Σύστημα Αποθήκευσης και Διατήρησης Παραγόμενων Υπηρεσιών, Ασφάλεια Πληροφοριών. Το κάθε Μέσο θα πρέπει να τηρεί και να διατηρεί σύστημα ασφαλούς αποθήκευσης των παραγόμενων προγραμμάτων περιεχομένου, των ειδήσεων και αρχειακού υλικού, ώστε αυτά να μη χάνονται, αλλοιώνονται ή καταστρέφονται.

8. Λειτουργία

8.1. Επιχειρησιακός Σχεδιασμός και Έλεγχος

Ο Οργανισμός οφείλει να σχεδιάζει, να υλοποιεί και να ελέγχει τις διεργασίες, με σκοπό τη συμμόρφωση του ενημερωτικού περιεχομένου και των υπηρεσιών.

Θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη:

- οι απαιτήσεις εγκυρότητας του περιεχομένου και ποιότητας των υπηρεσιών
- τα κριτήρια αποδοχής του περιεχομένου και των υπηρεσιών
- οι πόροι που απαιτούνται για την επίτευξη συμμόρφωσης του περιεχομένου και των υπηρεσιών
- ο έλεγχος σύμφωνα με τα οριζόμενα κριτήρια δεοντολογίας
- αποδεικτικά στοιχεία, ώστε ο έλεγχος των διαδικασιών να είναι αξιόπιστος και να καταδεικνύει τη συμμόρφωση του περιεχομένου και των υπηρεσιών ως προς τις απαιτήσεις. Το αποτέλεσμα του σχεδιασμού πρέπει να είναι κατάλληλο για τις λειτουργίες του Οργανισμού.

8.2. Ειδικές απαιτήσεις

8.2.1. Τήρηση του Κώδικα Δεοντολογίας

Το Μέσο θα πρέπει να τηρεί απαρέγκλιτα τη δεοντολογία, τις κατευθυντήριες γραμμές του εκδοτικού καταστατικού και του κώδικα επαφής και συμπεριφοράς, να διατηρεί τεκμηριωμένες πληροφορίες για αποκλίσεις, αναθεωρήσεις και διορθωτικές ενέργειες, στα επιμέρους πεδία και κριτήρια ελέγχου.

Το Μέσο επιθεωρεί τα προληπτικά μέτρα και εφαρμόζει σύστημα παρακολούθησης αποκλίσεων στα περιοριστικά δεοντολογικά μέτρα του Κώδικα.

8.2.2. Προσωπικά Δεδομένα – ασφάλεια πληροφοριών

8.2.2.1. Πολιτική διαχείρισης προσωπικών δεδομένων

Το Μέσο θα πρέπει να δηλώνει ξεκάθαρα το είδος των προσωπικών δεδομένων που συλλέγει, πως τα διασφαλίζει, τα επεξεργάζεται και εάν τα διαβιβάζει. Να επεξεργάζεται νόμιμα και διαφανώς τα δεδομένα τηρώντας την αρχή της αναλογικότητας.

Πως ο χρήστης έχει πρόσβαση στο προφίλ του. Πως ο χρήστης έχει τη διαβεβαίωση ότι διαγράφονται κατ' απαίτησή του τα δεδομένα του.

Διασφάλιση της προστασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα, σε περιπτώσεις όπου αυτά διατηρούνται ή/και επεξεργάζονται από το ΜΜΕ.

Πρέπει το Μέσο να διαθέτει κατευθυντήριες οδηγίες στάθμισης των δυο μη απόλυτων δικαιωμάτων της ελευθερίας της έκφρασης και της ιδιωτικότητας και να κάνει κάθε προσπάθεια συμμόρφωσης μες τον GDPR λαμβάνοντας τα κατάλληλα οργανωτικά και τεχνικά μέτρα.

8.2.3. Μη Αποποίηση ευθύνης

Σε περίπτωση που το ΜΜΕ διατηρεί Φόρουμ ανταλλαγής πληροφοριών και δημοσίευσης μέσω ανοίγματος λογαριασμών χρηστών, τότε θα πρέπει:

- Να εξασφαλίσει τον έλεγχο στις δημοσιεύσεις, σύμφωνα με δημοσιευμένη πολιτική (π.χ. moderation).
- Να μπορεί να ταυτοποιήσει τον χρήστη σε περιπτώσεις δημοσιεύσεων κατόπιν εισαγγελικής εντολής και να διαγράψει τις προσωπικές πληροφορίες όταν αρθεί η εντολή δημοσίευσης.

8.2.4. Ασφάλεια Πληροφοριών

Συμμόρφωση με το Νομικό Πλαίσιο και τις οδηγίες των Ρυθμιστικών Αρχών.

- Διασφάλιση της συμμόρφωσης περιεχομένου ιστοσελίδων, σύμφωνα με τις υποχρεώσεις του νόμου.
- Εξασφάλιση των απαιτήσεων που συνδέονται με την Προστασία της Πνευματικής ιδιοκτησίας (κανόνες αναδημοσίευσης, προστασία από οικειοποίηση περιεχομένου).

8.2.4.1. Κυβερνοασφάλεια

Απαιτείται η λήψη οργανωτικών και τεχνικών μέτρων καθώς και η ύπαρξη πολιτικής ορθής χρήσης συσκευών και εφαρμογών.

8.2.4.2. Πολιτική και Διαδικασίες Διαχείρισης Περιστατικών Ασφαλείας

Το κάθε ΜΜΕ πρέπει να διαθέτει σαφείς διαδικασίες για την αντιμετώπιση περιστατικών ασφαλείας.

8.2.4.3. Εφαρμογή μεθόδων κρυπτογράφησης & ασφαλούς επικοινωνίας

Εάν το ΜΜΕ παρέχει Οικονομικές Συναλλαγές πάνω από Δημόσια Δίκτυα (πληρωμές, συνδρομές, κ.λπ.), θα πρέπει να εφαρμόζονται τεχνολογίες ασφαλείας, όπως Πρότυπα και πρωτόκολλα ασφαλών συναλλαγών, μέθοδοι κρυπτογραφίας, πιστοποίηση έμπιστων τρίτων μερών, κ.λπ.

Εάν το Μέσο απασχολεί δημοσιογράφους ερευνητικού ρεπορτάζ που χειρίζονται απόρρητες και ευαίσθητες πληροφορίες, πρέπει να διαθέτει εκπαιδευτικό

πρόγραμμα και πόρους λογισμικών επικοινωνίας για ασφαλή διαβίβαση και φύλαξη πληροφοριών.

8.2.4.4. Αντίμετρα για Προστασία Πληροφοριών

Το ΜΜΕ θα πρέπει να έχει ελέγξει τεχνικά τις υποδομές Πληροφορικής του (π.χ. penetration & vulnerability tests).

Το ΜΜΕ θα πρέπει να έχει και να διατηρεί Μελέτη Διακινδύνευσης για τα περιουσιακά στοιχεία πληροφοριών και αντίστοιχα να λαμβάνει όλα τα αντίμετρα (ΚΤΟΜ - Κατάλληλα Τεχνικά και Οργανωτικά Μέτρα) για την προστασία των δεδομένων από τυχαία ή δόλια ενέργεια απώλειας της διαθεσιμότητας ή της ακεραιότητας (παραποίηση).

8.2.4.5. Επιχειρησιακή Συνέχεια

Η Συνέχεια της Ασφάλειας των Πληροφοριών θα πρέπει να ενσωματωθεί στην Επιχειρησιακή Συνέχεια του ΜΜΕ.

Επίσης, θα πρέπει να έχουν εξασφαλιστεί όλες εκείνες οι αναγκαίες εναλλακτικές λύσεις για τη διασφάλιση της διαθεσιμότητας της πληροφορίας στον βαθμό που είναι απαραίτητο.

8.3. Σχεδιασμός και Ανάπτυξη Προγραμμάτων και Υπηρεσιών Ενημέρωσης

Ο Οργανισμός οφείλει να καθιερώσει μια διαδικασία Σχεδιασμού και Ανάπτυξης ενός νέου Περιεχομένου-Προγράμματος ή/και Υπηρεσίας, κατάλληλη για να καταστήσει την επακόλουθη παραγωγή ή παροχή αξιόπιστη και χρήσιμη για τον πολίτη. Κατά τον προσδιορισμό των σταδίων που οφείλει ένας Οργανισμός να ακολουθήσει κατά τον Σχεδιασμό και την Ανάπτυξη ενός Νέου Προγράμματος Περιεχομένου/Υπηρεσίας, θα πρέπει να ληφθούν υπόψη τα εξής:

- η φύση, η διάρκεια και η πολυπλοκότητα των δραστηριοτήτων για Σχεδιασμό και Ανάπτυξη ενός Νέου Προγράμματος Περιεχομένου/Υπηρεσίας
- οι απαιτήσεις των διαφόρων σταδίων στην αίθουσα σύνταξης
- οι μέθοδοι επαλήθευσης και επικύρωσης των πηγών και των αρχικών πληροφοριών
- οι ευθύνες και αρμοδιότητες
- οι ανάγκες για πόρους (ίδιους ή εξωτερικούς)
- οι ανάγκες αλληλεπίδρασης μεταξύ των δημοσιογράφων και των τεχνικών που συμμετέχουν στον Σχεδιασμό και στην Ανάπτυξη ενός Νέου Προγράμματος Περιεχομένου/Υπηρεσίας
- οι ανάγκες συμμετοχής του κοινού, συνεργατών ή άλλων ενδιαφερόμενων μερών στη διαδικασία ανάπτυξης

- οι απαιτήσεις για την επακόλουθη παραγωγή περιεχομένου ή παροχή υπηρεσιών με κριτήριο τη μοναδικότητα σε πλεονεκτήματα για το κοινό
- το επίπεδο ελέγχου εγκυρότητας που αναμένουν οι πολίτες και τα ενδιαφερόμενα μέρη
- αποδεικτικά στοιχεία που απαιτούνται για την τεκμηρίωση ικανοποίησης των απαιτήσεων.

8.4. Προϊόντα και υπηρεσίες παρεχόμενες από εξωτερικά μέρη

Ο Οργανισμός πρέπει να έχει αναπτυγμένο σύστημα αξιολόγησης όλων των εξωτερικών μερών που παρέχουν υπηρεσίες ή προϊόντα που σχετίζονται με το παραγόμενο πρόγραμμα του Οργανισμού.

8.4.1. Σύστημα Διαχείρισης Προμήθειας Υπεργολαβικών Υπηρεσιών

Το Μέσο οφείλει να σχεδιάσει και να διατηρεί διαδικασία διαχείρισης Προμηθευτών, Υπεργολάβων και Διαφημιζομένων, ώστε να διασφαλίζονται η επάρκεια των παραγόμενων υπηρεσιών και το επίπεδο Ποιότητας που προσδιορίζει η Πολιτική Δεοντολογίας και Ποιότητας του Μέσου.

Με βάση τον Κώδικα Δεοντολογίας για τις προμήθειες (ο οποίος θα πρέπει να γίνεται σεβαστός από κάθε προμηθευτή) και τον Κώδικα Διαφήμισης (ο οποίος γίνεται σεβαστός από διαφημιστές και διαφημιζόμενους), οι υπεύθυνοι της εταιρείας επιβεβαιώνουν σε ειδικές εκθέσεις προς τη Διοίκηση ότι τηρήθηκαν οι συγγραφές και οι συμφωνίες και κυρίως οι Κώδικες Δεοντολογίας.

Σε ό,τι αφορά την προμήθεια περιεχομένου (προγράμματος) από εξωτερικές υπεργολαβίες, είναι αναγκαίο να τηρούνται:

- α) ο Κώδικας Δεοντολογίας,
- β) η στρατηγική του Μέσου για το περιεχόμενο,
- γ) η συνάφεια με την αποστολή του Μέσου,
- δ) η διατήρηση της ευθύνης έναντι του κοινού,

ε) η δημόσια αξία που προκύπτει από την προμήθεια και τα μοναδικά στοιχεία που τεκμηριώνουν την αξία αυτή. Την έκθεση αυτή (USP - Public Value Test) συντάσσει η Επιτροπή Προγράμματος.

8.4.2. Εξωτερική ανάθεση

Ο Οργανισμός πρέπει να εξασφαλίζει και συμβατικά ότι ελέγχονται οι εξωτερικά ανατιθέμενες λειτουργίες και διεργασίες. Ο Οργανισμός πρέπει να εξασφαλίζει ότι οι διευθετήσεις εξωτερικής ανάθεσης είναι σύμφωνες με τις νομικές απαιτήσεις και άλλες απαιτήσεις και με την επίτευξη των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων του Συστήματος Διαχείρισης. Ο τύπος και ο βαθμός ελέγχου που πρέπει να εφαρμόζο-

νται σε αυτές τις λειτουργίες και διεργασίες θα καθοριστούν στο πλαίσιο του ΣΔΔΠ του Μέσου.

8.4.3. Έλεγχος Προμήθειας Υπεργολαβικών Υπηρεσιών και αξιολόγηση Προμηθευτών- Διαφημιστών

Ο Οργανισμός πρέπει να καθιερώσει, να εφαρμόζει και να διατηρεί μια διεργασία (-σίες) για τον έλεγχο της προμήθειας προγραμμάτων, προϊόντων και υπηρεσιών, προκειμένου να διασφαλιστεί η συμμόρφωσή τους με το σύστημα διαχείρισής του.

Ο Οργανισμός πρέπει να συντονίζει τις διεργασίες προμήθειας με τους εργολάβους του, προκειμένου να προσδιορίσει τις επικινδυνότητες και να αξιολογήσει και να ελέγξει τους κινδύνους που προκύπτουν από:

α) τις δραστηριότητες και τις λειτουργίες των εργολάβων που επηρεάζουν τον Οργανισμό,

β) τις δραστηριότητες και τις λειτουργίες του Οργανισμού που επηρεάζουν τους εργάτες των εργολάβων,

γ) τις δραστηριότητες και τις λειτουργίες των εργολάβων που επηρεάζουν άλλα ενδιαφερόμενα μέρη στον χώρο εργασίας.

Ο Οργανισμός πρέπει να διασφαλίζει ότι οι απαιτήσεις του συστήματος διαχείρισης τηρούνται από τους εργολάβους και τους εργαζομένους τους.

8.5. Έλεγχος Παραγόμενου Προγράμματος

Το Μέσο πρέπει να τεκμηριώνει τον έλεγχο της παραγόμενης υπηρεσίας και να επιβεβαιώνει τη συμμόρφωση του προϊόντος/υπηρεσίας με τις απαιτήσεις της πολιτικής Ποιότητας και του Κώδικα Δεοντολογίας. Το Μέσο θα πρέπει να διαθέτει εσωτερικό μηχανισμό ελέγχου της γραμμής παραγωγής και των προϊόντων της.

Σημείωση: Ο μηχανισμός αυτός (με συμμετοχή του Public Editor: υπεύθυνος πολιτικής ικανοποίησης κοινού και παραπόνων - υπεύθυνος κωδίκων δεοντολογίας) θα λειτουργεί τόσο δειγματοληπτικά, όσο και με βάση τη διάδραση του κοινού, προκειμένου να εισάγει εγκαίρως τις παρατηρήσεις βελτίωσης. Στα καθήκοντα του ελέγχου είναι οι παραβάσεις και οι παραβιάσεις του Κώδικα Δεοντολογίας του Οργανισμού. Για τον λόγο αυτό, θα πρέπει να συντάσσεται μηνιαία έκθεση με όλες τις αμφισβητούμενες περιπτώσεις, οι οποίες θα τίθενται σε συζήτηση με τους δημοσιογράφους. Για να ενισχυθεί η διαφάνεια και άρα η εμπιστοσύνη του κοινού, να τίθενται αυτές οι περιπτώσεις υπόψη των δημοσιογράφων στις επιμορφώσεις, αλλά και υπόψη του κοινού καλώντας το να εκφέρει άποψη.

8.6. Αποδέσμευση Ενημερωτικού Προγράμματος και Ειδησεογραφικής Υπηρεσίας - Μετάδοση

Για την αποδέσμευση τόσο του ενημερωτικού προγράμματος και περιεχομένου όσο και των υπηρεσιών, θα πρέπει να τηρούνται αποδεικτικά στοιχεία συμμόρφωσης ως προς τα καθορισμένα κριτήρια αποδοχής που έχει ορίσει η δημοσιογραφική Διοίκηση. Η αποδέσμευση των προγραμμάτων και υπηρεσιών στο κοινό δεν θα εκτελείται έως ότου επαληθευτεί η συμμόρφωση του περιεχομένου από δημοσιογραφικό διευθυντικό στέλεχος με ρόλο ελεγκτή (αρχισυντάκτης - διευθυντής σύνταξης).

Τεκμηριωμένες πληροφορίες θα παρέχουν ιχνηλασιμότητα στο πρόσωπο (πρόσωπα) που εγκρίνουν την αποδέσμευση-μετάδοση-δημοσίευση.

8.7. Έλεγχος Μη Συμμορφούμενου Προϊόντος

Τα αποτελέσματα, τα προγράμματα περιεχομένου και οι υπηρεσίες που δεν πληρούν τις απαιτήσεις θα πρέπει να ταυτοποιούνται και να ελέγχονται, έτσι ώστε να μη γίνεται εκ παραδρομής χρήση ή μετάδοση αυτών. Θα πρέπει να λαμβάνονται κατάλληλες διορθωτικές ενέργειες για τα μη συμμορφούμενα προγράμματα περιεχομένου και υπηρεσίες που εντοπίζονται μετά τη μετάδοση των προϊόντων ή κατά τη διάρκεια παροχής της υπηρεσίας. Ο Οργανισμός μπορεί να αντιμετωπίσει τα μη συμμορφούμενα προγράμματα και υπηρεσίες με έναν ή περισσότερους από τους ακόλουθους τρόπους:

- διόρθωση
- απομόνωση, κράτηση, επιστροφή ή αναστολή μετάδοσης του προγράμματος ή της υπηρεσίας
- ενημέρωση του κοινού
- απόκτηση άδειας χρήσης πνευματικής ιδιοκτησίας ως έχει ή συνέχιση ή εκ νέου μετάδοση
- αποδοχή κατόπιν συναίνεσης

Η συμμόρφωση θα επαληθεύεται εκ νέου μετά τις διορθώσεις. Θα πρέπει να διατηρούνται τεκμηριωμένες πληροφορίες, που να περιλαμβάνουν:

- την περιγραφή της μη συμμόρφωσης
- την περιγραφή των επακόλουθων ενεργειών
- την περιγραφή της αποδέσμευσης (κατά περίπτωση και όπου πραγματοποιείται)
- τους αρμόδιους για τις επακόλουθες ενέργειες

8.7.1. Σύστημα Διαχείρισης Κρίσεων και Προβλημάτων

Το ΜΜΕ θα πρέπει να διαθέτει σύστημα/διαδικασία διαχείρισης κρίσεων, με την οποία να εντοπίζονται οι πιθανοί κίνδυνοι/απειλές και ο τρόπος αντιμετώπισής τους.

Ο Οργανισμός Μέσων πρέπει να καθιερώσει, να υλοποιεί και διατηρεί μια δι-

εργασία (-σίες) που είναι αναγκαία/ες για την προετοιμασία και την αντιμετώπιση ενδεχόμενων καταστάσεων έκτακτης ανάγκης, όπως ορίζεται στο σημείο 6.1.1., συμπεριλαμβανομένων των εξής:

- α) καθορισμό προγραμματισμένης ανταπόκρισης σε καταστάσεις έκτακτης ανάγκης, συμπεριλαμβανομένης της παροχής πρώτων βοηθειών,
- β) παροχή κατάρτισης για τη σχεδιαζόμενη ανταπόκριση,
- γ) έλεγχο άσκησης της σχεδιαζόμενης ικανότητας ανταπόκρισης περιοδικά,
- δ) εκτίμηση των επιδόσεων και, εφόσον είναι αναγκαίο, την αναθεώρηση της προγραμματισμένης αντίδρασης, ακόμη και μετά από δοκιμές και, ιδίως, μετά την εμφάνιση καταστάσεων έκτακτης ανάγκης,
- ε) επικοινωνία και παροχή σχετικών πληροφοριών σε όλους τους εργαζομένους σχετικά με τα καθήκοντα και τις ευθύνες τους,
- στ) κοινοποίηση σχετικών πληροφοριών σε εργολάβους, επισκέπτες, υπηρεσίες αντιμετώπισης καταστάσεων έκτακτης ανάγκης, κυβερνητικές αρχές και, κατά περίπτωση, στην τοπική κοινότητα,
- ζ) να λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες και τις δυνατότητες όλων των σχετικών ενδιαφερόμενων μερών και να εξασφαλίζει τη συμμετοχή τους, κατά περίπτωση, στην ανάπτυξη της προγραμματισμένης αντίδρασης.

Ο Οργανισμός διατηρεί τεκμηριωμένες πληροφορίες σχετικά με τις διεργασίες και τα σχέδια για την αντιμετώπιση ενδεχόμενων καταστάσεων έκτακτης ανάγκης.

8.7.2. Διαχείριση Κρίσεων

Απαιτείται να υπάρχει σχέδιο εκ των προτέρων, ώστε ο Οργανισμός να αντιμετωπίσει κάποια κρίση. Το ΜΜΕ θα πρέπει να διαθέτει διαδικασία διαχείρισης κρίσεων, με την οποία να εντοπίζονται οι πιθανοί κίνδυνοι/απειλές και ευκαιρίες.

Αναλυτικά:

Κατά τον σχεδιασμό του Συστήματος Διαχείρισης, ο Οργανισμός πρέπει να εξετάζει τα θέματα που αναφέρονται στο πλαίσιο, τις απαιτήσεις που αναφέρονται στα ενδιαφερόμενα μέρη και στο Πεδίο Εφαρμογής του συστήματος διαχείρισης και να προσδιορίζει τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που είναι αναγκαίες προς διευθέτηση, ώστε:

- α) να εξασφαλίσουν ότι το σύστημα διαχείρισης μπορεί να επιτύχει τα επιδιωκόμενα αποτελέσματά του,
- β) να προλαμβάνει ή να μειώνει ανεπιθύμητα αποτελέσματα,
- γ) να υπάρχει επίτευξη συνεχούς βελτίωσης.

Κατά τον προσδιορισμό των κινδύνων και των ευκαιριών για το Σύστημα Διαχείρισης και των επιδιωκόμενων αποτελεσμάτων που πρέπει να αντιμετωπιστούν, ο Οργανισμός πρέπει να λαμβάνει υπόψη:

- επικινδυνότητες
- κίνδυνους
- ευκαιρίες
- νομικές και άλλες απαιτήσεις

Το Μέσο πρέπει να προσδιορίζει και να αξιολογεί τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που σχετίζονται με τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα του συστήματος διαχείρισης που αφορούν τις αλλαγές στην οργάνωση, τις διεργασίες της ή το σύστημα διαχείρισης. Σε περίπτωση προγραμματισμένων αλλαγών, μόνιμων ή προσωρινών, η αξιολόγηση αυτή θα πραγματοποιηθεί πριν από την εφαρμογή της αλλαγής.

Ο Οργανισμός πρέπει να διατηρεί τεκμηριωμένες πληροφορίες σχετικά με:

- τους κινδύνους και τις ευκαιρίες,
- τις διεργασίες και τις ενέργειες που απαιτούνται για τον προσδιορισμό και την αντιμετώπιση των κινδύνων και των ευκαιριών στον βαθμό που είναι απαραίτητο, για να υπάρχει εμπιστοσύνη ότι πραγματοποιούνται, όπως έχουν προσχεδιαστεί.

9. Απαιτήσεις Συστήματος Διαχείρισης - Αξιολόγηση επιδόσεων

9.1. Παρακολούθηση, Μετρήσεις, Ανάλυση και Αξιολόγηση

Ο Οργανισμός οφείλει να καθορίζει:

- ποιες ανάγκες θα πρέπει να παρακολουθούνται και να μετρούνται
- τις μεθόδους παρακολούθησης, μέτρησης, ανάλυσης και αξιολόγησης (για τη διασφάλιση έγκυρων αποτελεσμάτων)
- τον χρόνο εκτέλεσης παρακολούθησης και μέτρησης
- τον χρόνο ανάλυσης και αξιολόγησης

Εν γένει, η απόδοση της ποιότητας και της αποτελεσματικότητας του Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας θα πρέπει να αξιολογούνται.

9.1.1. Ικανοποίηση κοινού

Ο Οργανισμός πρέπει να διασφαλίζει ότι διαθέτει αξιόπιστο, αντικειμενικό σύστημα μέτρησης της ικανοποίησης του κοινού.

9.1.2. Καθορισμός Συστήματος Μέτρησης Ικανοποίησης Κοινού

Το Μέσο θα πρέπει να σχεδιάσει και να διατηρεί Σύστημα Μέτρησης Ικανοποίησης Κοινού. Αυτό αφορά και ποιοτικές μετρήσεις, πέραν της μέτρησης τηλεθέσης, ακρόασης, αναγνωσιμότητας ή επισκεψιμότητας. Επιπλέον, θεωρείται κρίσιμο να διενεργείται ετησίως μία εσωτερική και μία εξωτερική ποιοτική έρευνα. Η εσωτερική αφορά σε εφαρμογή στην πλατφόρμα του Μέσου και η εξωτερική σε ανάθεση σε τρίτη εξωτερική ελεγκτική οντότητα. Τα αποτελέσματα όλων διατίθενται στον

Public Editor - Υπεύθυνο Ποιότητας, ο οποίος και ενημερώνει τη Διοίκηση και αυτή με τη σειρά της όλους τους τυχόν ενδιαφερόμενους προϊσταμένους. Συστήνεται η λειτουργία ενιαίας υπηρεσίας επικοινωνίας με το κοινό με ευκαιρία και παρακίνηση έκφρασης γνώμης (Call To Action), αλλά και συνεισφοράς, για την ικανοποίηση από το περιεχόμενο και τις υπηρεσίες.

9.1.3. Παράπονα

Σύστημα Παρακολούθησης Παραπόνων:

Το Μέσο θα πρέπει να σχεδιάσει και να διατηρεί Σύστημα Παρακολούθησης Παραπόνων Κοινού ανεξάρτητα από το εάν έχει ορίσει Public Editor, αλλά πάντως πρέπει να ορίσει οπωσδήποτε έναν υπεύθυνο εξέτασης των παραπόνων, ο οποίος θα είναι αρμόδιος να διερευνήσει το θέμα, να ζητήσει από τη διεύθυνση σύνταξης συγκεκριμένη διόρθωση και να απαντήσει στην καταγγελία του χρήστη.

Ο εν λόγω Υπεύθυνος, εάν δεν έχει διοριστεί Public Editor, υποβάλλει μηνιαίες εκθέσεις και μία ετήσια απολογιστική στον υπεύθυνο ποιότητας του ΣΔΔΠ, ο οποίος έχει την επιτελική ευθύνη για την ενσωμάτωση των ευρημάτων στην έκθεση προς τη Διοίκηση. Το Μέσο πρέπει να διαθέτει τεκμηριωμένη διεργασία για να παραλαμβάνει, να αξιολογεί και να λαμβάνει αποφάσεις σχετικά με τα παράπονα.

Η περιγραφή της διεργασίας χειρισμού παραπόνων πρέπει να είναι διαθέσιμη σε κάθε ενδιαφερόμενο μέρος κατόπιν αιτήματος. Κατά την παραλαβή του παραπόνου, το Μέσο πρέπει να επιβεβαιώνει εάν το παράπονο σχετίζεται με τις δημοσιογραφικές δραστηριότητες, για τις οποίες είναι υπεύθυνο και, εάν ναι, πρέπει να το χειριστεί όπως υποδεικνύει η διαδικασία. Το Μέσο πρέπει να είναι υπεύθυνο για όλες τις αποφάσεις σε όλα τα στάδια της διεργασίας χειρισμού παραπόνων.

Στη διεργασία χειρισμού παραπόνων πρέπει να συμπεριλαμβάνονται, τουλάχιστον, τα ακόλουθα στοιχεία και μέθοδοι:

α) περιγραφή της διεργασίας για την παραλαβή, επικύρωση, διερεύνηση του διατυπωθέντος παραπόνου και για τη λήψη απόφασης σχετικά με το ποιες ενέργειες πρέπει να αναλαμβάνονται σε απόκριση αυτού,

β) παρακολούθηση και καταγραφή παραπόνων, συμπεριλαμβανομένων των ενεργειών για την επίλυσή τους και

γ) διασφάλιση ότι αναλαμβάνεται κάθε κατάλληλη ενέργεια.

Το Μέσο που παραλαμβάνει το παράπονο πρέπει να είναι υπεύθυνο για τη συγκέντρωση και την επαλήθευση όλων των απαραίτητων πληροφοριών για την επικύρωση του παραπόνου.

Όποτε είναι δυνατό, το Μέσο πρέπει να επιβεβαιώνει στον παραπονούμενο την παραλαβή του παραπόνου και πρέπει να παρέχει σε αυτόν τις εκθέσεις προόδου και το τελικό αποτέλεσμα.

Τα αποτελέσματα που γνωστοποιούνται στον παραπονούμενο πρέπει να παράγονται ή να ανασκοπούνται και να εγκρίνονται, από άτομο(α) που δεν συμμετείχε στις εν λόγω αρχικές δραστηριότητες. Οι δραστηριότητες αυτές μπορεί να διενεργούνται και από εξωτερικούς συνεργάτες.

Όποτε είναι εφικτό, το Μέσο πρέπει να παρέχει επίσημη ειδοποίηση της ολοκλήρωσης του χειρισμού του παραπόνου στον παραπονούμενο.

Συστήνεται η λειτουργία υπηρεσίας επικοινωνίας με το κοινό. Για τις διορθώσεις, προτείνεται η λειτουργία εφαρμογής correction button. Οι δύο διαδικασίες μπορούν να ενσωματωθούν σε ηλεκτρονική εφαρμογή τύπου ticketing στον εταιρικό ιστότοπο του Οργανισμού Μέσων.

9.1.4. Παρακολούθηση και μετρήσεις ασφάλειας

Το ΜΜΕ θα πρέπει να αξιολογεί την απόδοση και αποτελεσματικότητα των μέτρων ασφάλειας που λαμβάνει. Για τον σκοπό αυτό, θα πρέπει να καθορίσει τι πρέπει να παρακολουθείται και να μετράται, και τις μεθόδους που πρέπει να εφαρμόζονται.

Το ΜΜΕ θα πρέπει να αντιδρά κατάλληλα σε κάθε μη συμμόρφωση σχετικά με τις απαιτήσεις ασφάλειας, να ελέγχει και να διορθώνει άμεσα το πρόβλημα και να προχωράει σε διορθωτικές ενέργειες για αποφυγή μελλοντικής επανάληψής του.

Το ΜΜΕ θα πρέπει συνεχώς να βελτιώνει την καταλληλότητα, επάρκεια και αποτελεσματικότητα της ασφάλειας πληροφοριών του.

9.2. Εσωτερικός έλεγχος

Ο Οργανισμός πρέπει να διενεργεί εσωτερικούς ελέγχους για την εσωτερική αξιολόγησή του και να προλαμβάνει τυχόν προβλήματα. Το Μέσο πρέπει να διεξάγει, σε προγραμματισμένα χρονικά διαστήματα, εσωτερικούς ελέγχους για να παρέχονται πληροφορίες σχετικά με το κατά πόσον το Σύστημα Διαχείρισης συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις:

- του παρόντος,
- τις απαιτήσεις που έχει θέσει το ίδιο το Μέσο.

Το Μέσο θα πρέπει να ενοποιεί τον εσωτερικό έλεγχο με αυτόνομα τεχνικά μέσα, όπου και όταν αυτός μπορεί να εφαρμοστεί. Ο κανόνας ανεξαρτησίας αυτών των υπευθύνων που τηρούν τα στοιχεία και των πεδίων ελέγχου θα πρέπει να τηρείται απαρέγκλιτα. Οι ασκούντες τον έλεγχο θα πρέπει να έχουν τα απαραίτητα προσόντα και θα πρέπει να διασφαλίζεται η αντικειμενικότητα και η αμεροληψία. Το Μέσο θα πρέπει να τηρεί τεκμηριωμένες πληροφορίες ως τεκμήριο της υλοποίησης των εσωτερικών ελέγχων.

9.3. Ανασκόπηση από τη Διοίκηση

Ο Οργανισμός πρέπει να διενεργεί καθορισμένες συναντήσεις, οι οποίες πρέπει να έχουν συγκεκριμένη θεματολογία και να στοχεύουν στη συνεχή βελτίωσή του. Τουλάχιστον μία φορά τον χρόνο, θα πρέπει να γίνεται ανασκόπηση από τη διοίκηση υπό την ευθύνη του επικεφαλής του εκδοτικού Οργανισμού. Ο Υπεύθυνος Ποιότητας (ο Public Editor όταν έχει τον ρόλο, ή η Επιτροπή Διασφάλισης Δεοντολογίας & Ποιότητας) του Οργανισμού θα πρέπει να επικαιροποιεί τα δεδομένα που συλλέγει ανά τρίμηνο.

Ειδικές απαιτήσεις:

- Το ΜΜΕ θα πρέπει να παρακολουθεί με όλα τα διαθέσιμα εργαλεία τα στατιστικά δεδομένα για το αν καλύπτει τον στόχο της ικανοποίησης του κοινού το πρόγραμμα, η έκδοση, η ιστοσελίδα και κάθε άλλο νέο περιεχόμενο.
- Το ΜΜΕ θα πρέπει να χρησιμοποιεί τα αποτελέσματα ως εισερχόμενα δεδομένα στην ανασκόπηση της διοίκησης.

9.3.1. Εισερχόμενα Ανασκόπησης Διοίκησης

Η ανασκόπηση θα πρέπει να περιλαμβάνει:

- Αναφορά της Επιτροπής Διασφάλισης Δεοντολογίας & Ποιότητας (Υπεύθυνος Ποιότητας).
- Αναφορά του μηχανισμού επικοινωνίας με το κοινό και διαμεσολάβησης (Public Editor).
- Αναφορά του ανεξάρτητου φορέα ελέγχου και ρύθμισης των εκδοτικών οργανισμών.
- Έκθεση Δημόσιας Αξίας με περιεχόμενα:
 - Αναφορά αμεροληψίας
 - Αναφορά για την ποικιλία του προγράμματος
 - Αναφορά ανεξάρτητου ρυθμιστικού φορέα
 - Στοιχεία για την ικανοποίηση του κοινού και τις προτιμήσεις του
 - Στοιχεία για την ικανοποίηση των διαφημιστών
 - Αναφορές αξιολόγησης από προμηθευτές και συνεργάτες
 - Στοιχεία για τη γνώμη του προσωπικού
 - Αναφορά για την καινοτομία και τη δημιουργικότητα
 - Αναφορά για την εταιρική κοινωνική ευθύνη
 - Πίνακα ελέγχου ποιότητας

9.3.2. Εξερχόμενα Ανασκόπησης Διοίκησης

Πρέπει να περιλαμβάνει:

- Αναθεωρήσεις για την Πολιτική Ποιότητας και Δεοντολογίας.

- Νέους στόχους για τη βελτίωση της ποιότητας.
- Αναφορά για τον βαθμό ποιότητας προς όλους τους εμπλεκόμενους με αναθεώρηση των σεναρίων κινδύνου.
- Οικονομοτεχνική μελέτη για την επόμενη περίοδο.

10. Βελτίωση

10.1. Γενικά

Ευκαιρίες βελτίωσης θα πρέπει να υλοποιούνται με σκοπό:

- τη βελτίωση προγραμμάτων περιεχομένου ή/και υπηρεσιών, λαμβάνοντας υπόψη τις μελλοντικές ανάγκες και προσδοκίες του κοινού,
- τη μείωση ή την πρόληψη ανεπιθύμητων γεγονότων στο εσωτερικό του Οργανισμού,
- τη βελτίωση της απόδοσης και της αποτελεσματικότητας του Συστήματος Διαχείρισης Ποιότητας.

10.2. Μη συμμορφούμενη εργασία και Διορθωτικές Ενέργειες

Ο Οργανισμός πρέπει να διαθέτει μεθοδολογία για την αντιμετώπιση εργασιών, γεγονότων τα οποία δεν συνάδουν με τις απαιτήσεις του Προτύπου.

Πολιτική Διορθώσεων:

Το κάθε Μέσο θα πρέπει να διαθέτει συγκεκριμένη και διακηρυγμένη πολιτική για τις διορθώσεις. Οι κανόνες αυτοί (που αναφέρονται στο εκδοτικό καταστατικό) θα πρέπει να είναι σε γνώση κάθε δημοσιογράφου. Οι διορθώσεις γίνονται το ταχύτερο και μετά από συνεννόηση με τη Διεύθυνση Σύνταξης.

Τηρείται αυστηρά ο Εκδοτικός Κώδικας Δεοντολογίας.

- Το ΜΜΕ θα πρέπει να επιδιώκει τη συνεχή βελτίωση μέσω του κεντρικού πίνακα ποιοτικής βελτίωσης που τηρείται από τον Υπεύθυνο Ελέγχου Ποιότητας.
- Θα πρέπει να καταγράφονται όλες οι αποφάσεις που λαμβάνονται για τη διόρθωση ενεργειών και την ανάλυση όλων των μετρήσιμων στοιχείων που αφορούν το περιεχόμενο, τη διαδικασία και το σύστημα.
- Θα πρέπει να υπάρχει κάποιο αρχείο/έγγραφο καθολικής ισχύος, που να συνοψίζει διορθωτικές ενέργειες και έργα βελτίωσης.
- Ο Οργανισμός διασφαλίζει την υλοποίηση των αποφάσεων για βελτίωση (αποτελεσματικότητα και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων).

10.2.1. Μη συμμορφούμενη εργασία

Το Μέσο πρέπει να διαθέτει διαδικασία που πρέπει να εφαρμόζεται, όταν οποιαδήποτε πτυχή των δημοσιογραφικών δραστηριοτήτων του ή τα αποτελέσματα των εργασιών αυτών δεν συμμορφώνονται με τις δικές του διαδικασίες ή με τις εύλογες απαιτήσεις του κοινού και των ενδιαφερόμενων μερών.

Η διαδικασία πρέπει να διασφαλίζει ότι:

α) ορίζονται οι υπευθυνότητες και αρμοδιότητες για τη διαχείριση της μη συμμορφούμενης εργασίας,

β) οι ενέργειες (συμπεριλαμβανομένης της διακοπής ή της επανάληψης της εργασίας και της παρακράτησης των εκθέσεων, κατά περίπτωση) βασίζονται στις στάθμες διακινδύνευσης που καθιερώνονται από το Μέσο,

γ) διενεργείται αξιολόγηση της σημαντικότητας της μη συμμορφούμενης εργασίας, συμπεριλαμβανομένης της ανάλυσης των επιπτώσεων σε προηγούμενα αποτελέσματα,

δ) λαμβάνεται απόφαση σχετικά με την αποδοχή της μη συμμορφούμενης εργασίας,

ε) όπου χρειάζεται, το κοινό ή η πηγή ειδοποιείται και η εργασία ανακαλείται και

στ) καθορίζεται η υπευθυνότητα για εξουσιοδότηση της επανεκκίνησης της εργασίας.

Το Μέσο πρέπει να τηρεί αρχεία των μη συμμορφούμενων εργασιών και ενεργειών όπως προδιαγράφεται παραπάνω.

Όπου η αξιολόγηση υποδεικνύει ότι η μη συμμορφούμενη εργασία θα μπορούσε να συμβεί εκ νέου ή ότι εγείρεται αμφιβολία για τη συμμόρφωση των λειτουργιών του Μέσου με το δικό του ΣΔΔΠ, το Μέσο πρέπει να υλοποιεί διορθωτικές ενέργειες.

10.3. Διαρκής Βελτίωση

Ο Οργανισμός πρέπει να καθιερώσει, να εφαρμόζει και να διατηρεί μια διεργασία ή διεργασίες για την αξιολόγηση:

α) των ευκαιριών για τη βελτίωση της επίδοσης του Συστήματος Διαχείρισης, λαμβάνοντας υπόψη τις προγραμματισμένες αλλαγές στον Οργανισμό, τις πολιτικές του, τις διεργασίες του ή τις δραστηριότητές του και:

α.1) τις ευκαιρίες για την προσαρμογή των εργαζομένων στην εργασία, την οργάνωση της εργασίας και το εργασιακό περιβάλλον,

α.2) τις ευκαιρίες για την εξάλειψη των επικινδυνότητων και τη μείωση των κινδύνων,

β) άλλες ευκαιρίες για τη βελτίωση του συστήματος διαχείρισης.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 1: Οι κίνδυνοι και οι ευκαιρίες μπορούν να οδηγήσουν σε άλλους κινδύνους και σε άλλες ευκαιρίες για τον Οργανισμό. Το ελάχιστο αποδεκτό ρίσκο δεν αφορά την εγκυρότητα και την αμεροληψία.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ 2: Συγκεκριμένα για το περιεχόμενο θα πρέπει να έχουν σχεδιαστεί guidelines με καλές πρακτικές για κάθε ιδιαίτερη περίπτωση:

- Το Νομικό Τμήμα θα πρέπει να έχει επιμεληθεί κάθε έκφραση του Οργανισμού που μπορεί να εκθέσει το Μέσο.
- Ο Υπεύθυνος Επικοινωνίας με το κοινό (Public Editor) θα πρέπει να ενημερώνει τη δημοσιογραφική διοίκηση με τακτικό τρόπο για κάθε ιδιαίτερο ζήτημα. Ο Υπεύθυνος Επικοινωνίας με το κοινό, γνώστης των Κωδίκων και των καλών πρακτικών, θα πρέπει να αποτυπώνει μηνιαία κάθε αξιοσημείωτη πληροφορία προς τη διοίκηση.
- Η πολιτική διορθώσεων πρέπει να είναι σαφής και να τη γνωρίζει κάθε στέλεχος, ώστε προληπτικά να αποφεύγεται η έκθεση του Μέσου σε κινδύνους.
- Το Εμπορικό Τμήμα πρέπει να ενημερώνει με τακτικό τρόπο για κάθε αναφορά που δύναται να προκαλέσει ζημία στον Οργανισμό.



ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Directorate-General for Library, Research and Documentation of the European Court of Justice. (2017, June). *Admissibility of Court Actions Against "Soft" Law Measures*. Accessed on: https://curia.europa.eu/jcms/upload/docs/application/pdf/2020-06/ndr-2017-007_synthese_en_neutralisee_finale.pdf
- Arthur, A. G. (1970). The market for lemons: quality, uncertainty and the market mechanism. *The quarterly journal of economics*, 84(3), 488-500.
- Allen, A. L. (2019). *Debating Ethics and Digital Life*. EDPL: *European Data Protection Law Review*, (1st ed., Vol.5). Accessed on: <https://doi.org/10.21552/edpl/2019/1/4>
- Alliance of Independent Press Councils of Europe (AIPCE). (2023). *Comparative Data on Media Councils*. Accessed on Alliance of Independent Press Councils of Europe (AIPCE): <https://presscouncils.eu/Comparative-data-on-media-councils>
- Bachmann, P., Eisenegger, M., & Ingenhoff, D. (2022). Defining and Measuring News Media Quality: Comparing the Content Perspective and the Audience Perspective. *The International Journal of Press/Politics*, 27(1), 9-37. doi:<https://doi.org/10.1177/1940161221999666>
- Barbosa, M. (2021). The "so-called UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media. *Online Information Review*. https://www.researchgate.net/publication/352004122_The_so-called_UGC_an_updated_definition_of_user-generated_content_in_the_age_of_social_media
- BBC. (2022). 100 Years of our BBC. BBC Group Annual report and accounts. *BBC*. Accessed on: <https://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/reports/annualreport/>
- Bell, E. (2023, March 03). A fake news frenzy: why ChatGPT could be disastrous for truth in journalism. *The Guardian*. Accessed on: <https://www.theguardian.com/commentis-free/2023/mar/03/fake-news-chatgpt-truth-journalism-disinformation>
- Boyle, A. (2019). The choice of a Treaty: Hard Law versus Soft Law. In *The Oxford Handbook of United Nations Treaties*. Oxford: Oxford Academic.
- Carlyle, T. (1993). Lecture V: The Hero as Man of Letters. Johnson, Rousseau, Burns. In *On Heroes, Hero-Worship, & the Heroic in History. Six Lectures. Reported with emendations and additions (Dent, 1908 ed.)*. London: James Fraser. p. 392. OCLC 2158602. Berkley: University of California Press.
- Centre for Media Pluralism and Media Freedom. (2022). Monitoring Media Pluralism in the Digital Era. Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the year 2021. *European University Institute*. Accessed on: <https://cmpf.eui.eu/mpm2022-results/>
- Paula Chakravartty and Katharine Sarikakis *Media Policy and Globalization* Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006. 224 pp. ISBN 978 0 7486 1849 1

- Cherubini, F. (2022). Changing Newsrooms 2022: Media Leaders Embrace Hybrid Work Despite Challenges. *Reuters Institute for the study of Journalism*. Accessed on: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/changing-newsrooms-2022-media-leaders-embrace-hybrid-work-despite-challenges>
- Committee on Culture and Education. (2021). Europe's Media in the Digital Decade: An Action Plan to Support Recovery and Transformation. *Legislative Observatory European Parliament*. Accessed on: [https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2021/2017\(INI\)&l=en](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2021/2017(INI)&l=en)
- Committee on Culture, Science, Education and Media. (2015). *Media responsibility and ethics in a changing media environment*. Council of Europe. Accessed on: <https://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=21805&lang=en>
- Conference on the Future of Europe. (2022). *Report on the Final Outcome*. Accessed on: <https://futureu.europa.eu/en/pages/reporting?locale=en>
- Council of Europe. (2012, February 15). *Recommendation CM/Rec(2012)1 of the Committee of Ministers to member States on public service media governance*. Accessed on: https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/committee-of-ministers-adopted-texts/-/asset_publisher/aDXmrol0vvsU/content/recommendation-cm-rec-2012-1-of-the-committee-of-ministers-to-member-states-on-public-service-media-governance-adopted-by-the-committ
- Council of Europe. (2016). *Recommendation CM/Rec(2016)4 of the Committee of Ministers to member States on the protection of journalism and safety of journalists and other media actors*. Council of Europe. Accessed on: https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/committee-of-ministers-adopted-texts/-/asset_publisher/aDXmrol0vvsU/content/recommendation-cm-rec-2016-4-of-the-committee-of-ministers-to-member-states-on-the-protection-of-journalism-and-safety-of-journalists
- Council of Europe. (2016, April 13). *Recommendation CM/Rec(2016)4[1] of the Committee of Ministers to member States of the Committee of Ministers to member States*. Accessed on: https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016806415d9#_ftn1
- Council of Europe. (2020, June). *Implementation Guide to Recommendation CM/Rec(2016)4 on the Protection of journalism and safety of journalists and other media actors*. Council of Europe. Accessed on: <https://rm.coe.int/safety-implementation-guide-en-16-june-2020/16809ebc7c>
- Council of Europe. (2023). *Freedom of Expression*. Accessed on: <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/home>
- Council of the European Union. (2019, December 10). *Complementary efforts to enhance resilience and counter hybrid threats*. 14972/19. Accessed on: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-14972-2019-INIT/en/pdf>
- Council of the European Union. (2020, December 15). *Council conclusions on strengthening resilience and countering hybrid threats, including disinformation in the context of the COVID-19 pandemic*. Accessed on: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-14064-2020-INIT/en/pdf>
- Council of the European Union. (2022, July 18). *Council conclusions on Foreign Information*

- Manipulation and Interference*. FIMI. Accessed on: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-11429-2022-INIT/en/pdf>
- Scott, C. P. (1921). A hundred years. published in *The Manchester Guardian*: <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2002/nov/29/1>.
- Davies, N. (2008). Flat earth news: An award-winning reporter exposes falsehood. *Distortion and Propaganda in the Global Media*, London, Chatto and Windus.
- Deuze, M., & Yeshua, D. (2001). Online journalists face new ethical dilemmas: Lessons from the Netherlands. *Journal of Mass Media Ethics*, 16(4), 273-292.
- Díaz-Campo, J., & Segado-Boj, F. (2015). Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world. *Telematics and informatics*, 32(4), 735-744.
- Durkheim, E. (1992 [1957]). *Professional Ethics and Civil Morals*. ((. B. Ed.), Transl.) London & NY: Routledge Taylor & Francis Group. Accessed on: <http://ndl.ethernet.edu.et/bitstream/123456789/38217/1/13.pdf.pdf>
- ENED: Code of Ethics. (χ.χ.). *Accountable Journalism*. Accessed on: <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/greece-code-online-publishers-association-of-greece-ened>
- English, K. (2020). *A Reckoning for Relevance: Redefining the Role of a Public Editor*. Journalist Fellowship Paper. Accessed on: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-03/RISJ_Final%20Report_Kathy_2020_FINAL.pdf
- EJN. (n.d.). The EJN Ethical Media Audit. Media Standards: A Model for Auditing Transparency, Good Governance and Ethics of Journalism. *Ethical Journalism Network*. Accessed on: <https://ethicaljournalismnetwork.org/the-ejn-ethical-media-audit?swcfpc=1>
- European Commission. (2019, October 2019). *Annual self-assessment reports of signatories to the Code of Practice on Disinformation 2019*. Accessed on Shaping Europe's digital future: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/news/annual-self-assessment-reports-signatories-code-practice-disinformation-2019>
- European Commission. (2020, September 10). *Assessment of the Code of Practice on Disinformation – Achievements and areas for further improvement*. Accessed on Shaping Europe's digital future: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/assessment-code-practice-disinformation-achievements-and-areas-further-improvement>
- European Commission. (2020, September 30). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the regions. 2020 Rule of Law Report. The rule of law situation in the European Union*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0580>
- European Commission. (2020, September 10). *Disinformation: EU assesses the Code of Practice and publishes platform reports on coronavirus-related disinformation*. Accessed on Shaping Europe's digital future: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_1568
- European Commission. (2020, December 03). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of regions on the European democracy action plan*. Accessed on <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2020:790:FIN>

- European Commission. (2020, December 15). *Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC*. Accessed on EUR-Lex: EU law: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=COM%3A2020%3A825%3AFIN>
- European Commission. (2020, December 15). *Regulation of the European Parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act)*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=COM%3A2020%3A842%3AFIN>
- European Commission. (2021, September 16). *Commission Recommendation (EU) 2021/1534 of 16 September 2021 on ensuring the protection, safety and empowerment of journalists and other media professionals in the European Union*. Accessed on EUR-Lex: EU law: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reco/2021/1534/oj>
- European Commission. (2021, September 16). *Commission Recommendation on ensuring protection, safety and empowerment of journalists and other media professionals in the European Union*. Accessed on: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=PI_COM:C\(2021\)6650](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=PI_COM:C(2021)6650)
- European Commission. (2021, September 20). *Commission Recommendation (EU) 2021/1534 on ensuring the protection, safety and empowerment of journalists and other media professionals in the European Union*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reco/2021/1534/oj>
- European Commission. (2021). *COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT Annual Single Market Report 2021 Accompanying the Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions Updating the 2020 New Industrial Strategy: Building a stronger Single Market for Europe's recovery*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX%3A52021SC0351>
- European Commission. (2021, July 20). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the regions. 2021 Rule of Law. The rule of law in the European Union*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52021DC0700>
- European Commission. (2021, November 25). *Regulation of the European Parliament and of the Council on the transparency and targeting of political advertising*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A52021PC0731>
- European Commission. (2022, January 26). *European Declaration on Digital Rights and Principles for the Digital Decade*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2022%3A28%3AFIN>
- European Commission. (2022, June 16). *2018 Code of Practice on Disinformation*. Accessed on Shaping Europe's digital future: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2018-code-practice-disinformation>
- European Commission. (2022, June 16). *2022 Strengthened Code of Practice on Disinformation*. Accessed on Shaping Europe's digital future: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2022-strengthened-code-practice-disinformation>
- European Commission. (2022, September 16). *Commission Recommendation (EU) 2022/1634 of 16 September 2022 on internal safeguards for editorial independence and ownership*

- transparency in the media sector*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1664779252884&uri=CELEX%3A32022H1634>
- European Commission. (2022, April 27). *Commission Recommendation (EU) 2022/758 on protecting journalists and human rights defenders who engage in public participation from manifestly unfounded or abusive court proceedings ('Strategic lawsuits against public participation')*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reco/2022/758>
- European Commission. (2022, July 13). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the regions. 2022 Rule of Law Report. The rule of Law situation in the European Union*. Eur Lex. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1658828718680&uri=CELEX%3A52022DC0500>
- European Commission. (2022, September 16). *European Media Freedom Act - Proposal for a Regulation and Recommendation*. Accessed on Shaping Europe's digital future: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/european-media-freedom-act-proposal-regulation-and-recommendation>
- European Commission. (2022, September 16). *European Media Freedom Act: Commission proposes rules to protect media pluralism and independence in the EU*. Accessed on European Commission: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_5504
- European Commission. (2022, April 27). *Proposal for a Directive of the European Parliament and of the Council on protecting persons who engage in public participation from manifestly unfounded or abusive court proceedings ("Strategic lawsuits against public participation")*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52022PC0177>
- European Commission. (2022). *Regulation of the European Parliament and of the Council establishing a common framework for media services in the internal market (European Media Freedom Act) and amending Directive 2010/13/EU*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52022PC0457>
- European Commission. (2022). *The 2022 Code of Practice on Disinformation*. Accessed on: Shaping Europe's digital future: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>
- European Commission. (2023). *Tackling online disinformation*. Accessed on Shaping Europe's digital future: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/online-disinformation>
- European Communities. (1997). Official Journal of the European Communities, C 340, 10 November 1997. 40. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=OJ%3AC%3A1997%3A340%3ATOC>
- European Parliament and Council. (2019). *Directive (EU) 2019/790 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/>. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/790/oj>
- European Parliament & European Council. (2016, April 27). *Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 on the protection of natural persons with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data, and repealing Directive 95/46/EC.General Da*. Eur Lex. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj>

- European Parliament & European Council. (2019, April 17). *Directive (EU) 2019/882 of the European Parliament and of the Council on accessibility requirements for products and services*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32019L0882>
- European Parliament & European Council. (2019, June 20). *REG (EU) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32019R1150>
- European Parliament & the Council. (2022, September 14). *Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act)*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R1925>
- European Parliament & Council. (2022, October 19). *Regulation (EU) 2022/2065 of the EU Parliament and of the Council on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065&qid=1666857835014>
- European Parliament & The Council of Europe. (2000, June 08). *Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market (Directive on electronic commerce)*. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0031>
- European Parliament. (2020, November 25). *European Parliament resolution of 25 November 2020 on strengthening media freedom: the protection of journalists in Europe, hate speech, disinformation and the role of platforms*. Accessed on European Parliament: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2020-0320_EN.html
- European Parliament. (2022). *Strategic lawsuits against public participation (SLAPPs)*. EPRS. Accessed on: [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI\(2022\)733668](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/EPRS_BRI(2022)733668)
- European Parliament and Council of the European Union. (2019, May 17). *DIRECTIVE (EU) 2019/790 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC and 2001/29/EC*. Accessed on EUR-Lex: EU law: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0790>
- European Union. (1997, November 10). Treaty of Amsterdam amending the Treaty on European Union, the Treaties establishing the European Communities and certain related acts - Contents Official Journal C 340, 10/11/1997. Accessed on: <https://eur-lex.europa.eu/>. <https://eur-lex.europa.eu/eli/treaty/ams/sign>
- European Union Agency for Fundamental Rights. (2009). *EU Charter of Fundamental Rights*. Accessed on: <https://fra.europa.eu/en/eu-charter/article/10-freedom-thought-conscience-and-religion>
- Filloux, F. (2018, January 15). Facebook is done with quality journalism: Deal with it. *Monday Note*. Accessed on: <https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing.

- Gladney, G. A., Shapiro, I., & Castaldo, J. (2007). Online editors rate web news quality criteria. *Newspaper research journal*, 28(1), 55-69.
- Glockner, M., Hou, Y., & Gurevych, I. (2022). Missing Counter-Evidence Renders NLP Fact-Checking Unrealistic for Misinformation. ArXiv (Cornell University). Accessed on: <https://doi.org/10.48550/arxiv.2210.13865>
- IFJ. (2019). *Global Charter of Ethics for Journalists*. International Federation of Journalists. Accessed on: <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html>
- Hammarberg, T. (2011). Ethical journalism: self-regulation protects the independence of media. *Human Rights Comment*. Accessed on: https://www.coe.int/el/web/commissioner/blog/-/asset_publisher/xZ32OPEoxOkq/content/ethical-journalism-self-regulation-protects-the-independence-of-med-1/pop_up
- Handzhiyska, L., & Mackay, C. (2017). *Introduction to Media Law*. Vienna: ORANGE 94.0 – Verein Freies Radio.
- Haraszi, M. (2018). *The Media Self-Regulation Guidebook*. The OSCE Representative. Accessed on: <https://www.osce.org/files/f/documents/1/d/31497.pdf>
- Hartlapp, M., & Hofmann, A. (2020). The use of EU soft law by national courts and bureaucrats: how relation to hard law and policy maturity matter. *West European Politics*, 44(1), pp. 134-154.
- Hoffman, C. P., & Lutz, Ch. (2013). The impact of social media on stakeholder engagement. In *Governance Through Communication: Stakeholder Engagement, Dialogue, and Corporate Social Responsibility*. Washington D.C.: ICA International Communication Association. 2013 Annual ICA Preconference.
- Hulin, A. (2014). *Statutory media self-regulation: beneficial or detrimental for media freedom?* (EUI Working Paper RSCAS 2014/127). Fiesole: European University Institute. Accessed on: https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/34047/RSCAS_WP_2014_127.pdf;sequence=1
- Ireton, Ch., & Posetti, J. (2018). *Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*. Paris: UNESCO.
- Jandura, O., & Friedrich, K. (2014). Quality of Political Media Coverage. (R. Carsten, Επιμ.) *Handbook of Communication Science: Political Communication*, 351–73.
- Journalism Trust Initiative: JTI. (2023). *Journalism Trust Initiative: JTI*. Accessed on Journalism Trust Initiative: JTI: <https://www.journalismtrustinitiative.org/>
- Karcher, R. T. (2009). Tort Law and Journalism Ethics. *Loyola University Chicago Law Journal*, 40, 781. Accessed on: <https://lawecommons.luc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1088&context=luclj>
- Kavlakoglu, E. (2020, November 12). NLP vs. NLU vs. NLG: the differences between three natural language processing concepts. *IBM*. Accessed on: <https://www.ibm.com/blogs/watson/2020/11/nlp-vs-nlu-vs-nlg-the-differences-between-three-natural-language-processing-concepts/>
- Kent, T. (2013, October 9). Who's a journalist?: Closing in on a definition. *INFORMM'S BLOG. The International Forum for Responsible Media Blog*. Accessed on: <https://informm.org/2013/10/09/whos-a-journalist-closing-in-on-a-definition-thomas-kent/>

- Krumay, B., & Geyer, S. (2016). The role of social media for stakeholder involvement: A literature review. At *29th Bled eConference Digital Economy* (pp. 254-265). Bled: eCenter & Center for Education and Consulting, Faculty of Organizational Sciences, University of Maribor in cooperation with European Commission.
- Laitila, T. (1995). Journalistic codes of ethics in Europe. *European journal of communication*, 10(4), 527-544.
- Lameiras, M. (2017, May). Characteristics of Media Governance. In *10th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance (ICEGOV2017)*. ACM Press.(pp. 578-579). doi:<https://doi.org/10.1145/3047273.3047351>
- Laws, A., & Utne, T. (2019). Ethics Guidelines for Immersive Journalism. *Frontiers in Robotics and AI*, 6. doi:10.3389/frobt.2019.00028
- Leighton, W. K. (2009, November 26). *Committee of Concerned Journalists: The principles of journalism*. Accessed on: <https://journalistsresource.org/home/principles-of-journalism/>
- Lowe, G. F., & Martin, F. (2014). *The value of public service media*. Nordicom, University of Gothenburg: RIPE@ 2013.
- Lutkevich, B. (2023). Definition: Artificial General Intelligence (AGI). TechTarget. Retrieved from: <https://www.techtarget.com/searchenterpriseai/definition/artificial-general-intelligence-AGI>
- McQuail, D. (2008). mass communication theory (6th ed.). sage. [http://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-\(McQuails\)-.pdf](http://www.bou.ac.ir/portal/file/?171392/Mass.Communication.Theory.6th.Edition-(McQuails)-.pdf)
- Madary, M., & Metzinger, T. K. (2016). Real Virtuality: A Code of Ethical Conduct. Recommendations for Good Scientific Practice and the Consumers of VR Technology. *Frontiers in Robotics and AI*. doi:<https://doi.org/10.3389/frobt.2016.00003>
- Malthouse, E. C., Maslowska, E., & Franks, J. U. (2018). Understanding programmatic TV advertising. *International Journal of Advertising: The Review of Marketing Communications*, 37(5), pp. 769-784. doi:<https://doi.org/10.1080/02650487.2018.1461733>
- Maslej, N., Fattorini, L., Brynjolfsson, E., Etchemendy, J., Ligett, K., Lyons, T., & Perrault, R. (2023). The AI Index 2023 Annual Report. AI Index Steering Committee, Institute for Human-Centered AI, Stanford University, Stanford, CA.<https://aiindex.stanford.edu/report/>
- Mitra, A. (2016). Fundamentals of Quality Control and Improvement. Fourth Edition. Wiley. Accessed on: <https://industri.fatek.unpatti.ac.id/wp-content/uploads/2019/03/130-Fundamentals-of-quality-control-and-improvement-Amitava-Mitra-Edisi-4-2016.pdf>
- Morant, B. D. (2005). The Endemic Reality of Media Ethics and Self-Restraint. In Symposium on Media Ethics. *Notre Dame Journal of Law, Ethics & Public Policy*, 19(2), pp. 595-636. Accessed on <https://scholarship.law.nd.edu/ndjlepp/vol19/iss2/14/>
- Muller, D. (2016). Conflict of interest: Hybrid journalism's central ethical challenge. *Ethical Space: the international journal of communication ethics*. 13(2/3).
- Ndhlovu, C. (2020). *Book on Deontology of the media*. Emmaus. Accessed on: https://www.academia.edu/41711485/Book_on_Deontology_of_the_media
- Olkkonen, L. (2018). Separation or integration of journalistic and business responsibilities? Corporate responsibility in Finnish media companies. *Journal of Media Business Studies*, 15(3), 169-187. Accessed on: https://www.academia.edu/38506021/Separation_or_inte-

- gration_of_journalistic_and_business_responsibilities_Corporate_responsibility_in_Finish_media_companies
- ORF Public Value. (2023). *ORF quality assurance system*. Accessed on ORF Public Value: https://zukunft.orf.at/show_content.php?hid=40&language=en
- Pahwa, N. (2023, February 26). Chatbots Suck at Journalism: So why is journalism welcoming them? *Slate*. Accessed on: <https://slate.com/technology/2023/02/chatbots-suck-at-journalism-why-is-journalism-welcoming-them.html>
- Pause Giant AI Experiments: An Open Letter. (2023, March 22). *Future of Life Institute*. Accessed on https://futureoflife.org/open-letter/pause-giant-ai-experiments/?fbclid=IwAR1jZ4rZAwMztgrh6WCqVLXkZIMj5oj7kGH613ik_fWW9I5_R-tw9gqYsy8
- Peters, A., & Pagotto, I. (2006). Soft law as a new mode of governance: A legal perspective. *NEWGOV: New Modes of Governance*, p. 26.
- Ponsford, D. (2023, March 09). Journalists: ChatGPT is coming for your jobs (but not in the way you might think): Why publishers and regulators need to wake up to the threat posed by ChatGPT. *PressGazette*. Accessed on: https://pressgazette.co.uk/media_law/journalists-chatgpt-jobs-ai-copyright/
- Press freedom: the European Parliament in support of journalists | News | European Parliament. (2022). Retrieved June 11, 2023, Accessed on: <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20220513STO29508/press-freedom-the-european-parliament-in-support-of-journalists>
- EU Regulation 2016/679. Processing and freedom of expression and information. (2023). Accessed on General Data Protection Regulation (GDPR) – Official Legal Text: <https://gdpr-info.eu/art-85-gdpr/>
- Puddephatt, A. (2011). *The Importance of Self Regulation of the Media in upholding freedom of expression: Communication and Information*. Brazil: United Nations. Accessed on: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000191624>
- Rawlins, B. L. (2006). Prioritizing Stakeholders for Public Relations. *Institute for Public Relations*. Accessed on: https://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2006_Stakeholders_1.pdf
- Reporters Sans Frontiers RSF. (2022). *Journalism Trust Initiative*. Accessed on: <https://rsf.org/en/journalism-trust-initiative>
- Ruan, K. (2019). Digital Asset Valuation and Cyber Risk Measurement. 159-167. Accessed on: <https://www.sciencedirect.com/topics/economics-econometrics-and-finance/asymmetric-information>
- Sánchez-Tabernero, A. (1998). Some controversial ideas about media quality. R. G. Picard, *In Evolving Media Markets: Effects of Economic and Policy Changes* (pp.120-141). Turku: Turku School of Economics and Business Administration.
- Sarikakis, K., & Winter, L. (2021). Journalism codes of conduct and ethics as a form of media governance. *The Routledge Companion to Journalism Ethics*, pp. 427-434 London/New York: Routledge doi:10.4324/9780429262708-55
- Senden, L. A.J. (2005). Soft Law, Self-Regulation and Co-Regulation in European Law: Where Do They Meet?. *Electronic Journal of Comparative Law.*, 9(1), p. 23.
- Shannon, C.E., (1948). A mathematical theory of communication. At *The Bell System Technical Journal* (Vol. 27, pp. 379-423). doi:10.1002/j.1538-7305.1948.tb01338.x

- Splendore S., & Brambilla, M. (2021). The Hybrid Journalism That We Do Not Recognize (Anymore). *Journalism and Media*, 2, 51-61. doi:<https://doi.org/10.3390/journalmedia2010004>
- Voinea, C. L., & Kranenburg, H. (2017). Media Influence and Firms Behaviour: A Stakeholder Management Perspective. *International Business Research*, 10(10), 23-38. doi:<https://doi.org/10.5539/ibr.v10n10p23>
- Ward, S. J. (n.d.). Digital Media Ethics. *Center for Journalism Ethics School of Journalism and Mass Communication*. Accessed on: <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>
- White, A. (2018). Back to Basics: Internet crisis and a golden opportunity for journalism. At *In Trust in Ethical Journalism: The Key to Media Futures*, (pp.. 6-8.). London: Ethical Journalism Network. Accessed on: <https://ethicaljournalismnetwork.org/trust-in-ethical-journalism-the-key-to-media-futures>
- Wyss, V., & Keel, G. (2009). Media Governance and Media Quality Management: Theoretical Concepts and an Empirical Example from Switzerland.
- Wyss, V. (2002), Redaktionelles Qualitätsmanagement. Ziele, Normen, Ressourcen (Forschungsfeld Kommunikation, Band 15), Konstanz: UVK-Medien.
- Ytre-Arne, B. & Moe, H. (2021). Doomscrolling, Monitoring and Avoiding: News Doomscrolling, Monitoring and Avoiding: News. 22(13), 1739 - 1755. Accessed on: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/1461670X.2021.1952475?needAccess=true&role=button>
- Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση. (2021). Έκθεση Διαφάνειας και Δημόσιας Αξίας. *EPT*. Accessed on: <https://www.ert.gr/dimosia-axia/>
- Κώδικας Δεοντολογίας. (2023). ened.gr. <https://ened.gr>
- Παπαθανασόπουλος, Σ. (1997). *Η δύναμη της τηλεόρασης: Η λογική του Μέσου και η αγορά*. Αθήνα: Εκδόσεις Καστανιώτης.

Υποστηρίζουν για το βιβλίο:

«Το handbook των συγγραφέων είναι μια συμβολή στον διάλογο για την προτυποποίηση, βάσει αρχών, των Οργανισμών Μέσων Ενημέρωσης. Προτάσσει τη σημασία της Δεοντολογίας, της ποιότητας περιεχομένου, της διαφανούς διακυβέρνησης στον Τύπο και απαντά στις τεχνολογικές προκλήσεις όπως η προστασία του δημοσιογραφικού έργου από την εκμετάλλευση, την παραπληροφόρηση και τη λογοκλοπή»

Μάχη Νικολάρα

Δημοσιογράφος, Πρόεδρος Δ.Σ. Οργανισμού Συλλογικής Διαχείρισης και Προστασίας Πνευματικών Δικαιωμάτων Δημοσιογράφων, ΞΕΝΟΦΩΝ. (HYPERLINK "<http://xenophonrights.gr/>"<http://xenophonrights.gr/>)

«Η παρούσα μελέτη είναι πολύ σημαντική, καθώς αναδεικνύει την ζωτικής σημασίας αναγκαιότητα ύπαρξης προτύπων δεοντολογίας και της αυτορρύθμισης των οργανισμών Μέσων Ενημέρωσης. Η ύπαρξη αυτών των προτύπων και διαδικασιών έχει ως αποτέλεσμα την προστασία των δημοσιογράφων, την παροχή ανεξάρτητης και πλουραλιστικής ενημέρωσης και την προστασία του πολίτη από κάθε μορφή χειραγώγησης ή παραπληροφόρησης. Όλα αυτά μπορούν να συμβάλουν σε ένα υγιές επιχειρηματικό μοντέλο Μέσων Ενημέρωσης που θα υπηρετεί το δημόσιο συμφέρον και θα συμβάλει στην εύρυθμη λειτουργία της δημοκρατίας».

Δρ. Σωτήριος Τριανταφύλλου

Πρόεδρος Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ενώσεων Συντακτών
Διευθυντής Επικοινωνίας Ελληνικής Ποδοσφαιρικής Ομοσπονδίας
Διδακτικό Προσωπικό Πανεπιστημίου Πατρών

«Το ΑΠΕ-ΜΠΕ, εθνικό πρακτορείο ειδήσεων στην Ελλάδα, είναι το Μέσο στο οποίο υιοθετήθηκε η ενσωμάτωση του συστήματος διαχείρισης ETHOS στο πλαίσιο της μελέτης του Πανεπιστημίου της Βιέννης. Το ΑΠΕ-ΜΠΕ παρουσίασε μάλιστα αναλυτικά τα πλεονεκτήματα του μοντέλου αυτορρύθμισης στα βαλκανικά και ευρωπαϊκά πρακτορεία ειδήσεων, στο πλαίσιο των διεθνών ενώσεων και άλλων οργάνων όπου συμμετέχει θεσμικά. Το μοντέλο υποστηρίζει την αξία της ηθικής και ποιοτικής διακυβέρνησης στα δημόσια και ιδιωτικά Μέσα Ενημέρωσης ως ικανή και αναγκαία συνθήκη για την αντιμετώπιση των σύγχρονων προκλήσεων».

Αιμίλιος Περδικάρης

Πρόεδρος/Γενικός Διευθυντής ΑΠΕ-ΜΠΕ

Πρόεδρος Ένωσης Βαλκανικών Πρακτορείων-ΝΑ Ευρώπης (ABNA-SE)

Ο IAB Hellas, ο μόνος πολυσυλλεκτικός και με διεθνές knowhow οργανισμός της ψηφιακής επικοινωνίας στην Ελλάδα στηρίζει αυτή τη μελέτη, η οποία προάγει την αξία της αυτορρύθμισης από τα ενδιαφερόμενα μέλη στα ΜΜΕ και συμβάλλει στη συζήτηση για την προτυποποίηση αρχών ποιότητας και ηθικής.

Interactive Advertising Bureau

(IAB Hellas, <https://www.iab.gr/>)

With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



FREuDe

JEAN MONNET CENTRE OF EXCELLENCE
COMMUNICATION, FACTS & REGULATION FOR EUROPEAN DEMOCRACY



**universität
wien**



**VRIJE
UNIVERSITEIT
BRUSSEL**



OYSTER
deep dive into the business



Ταξιδευτής