Η Δημοσιογραφία ως Δημόσιο Αγαθό vs fake news - παραπληροφόρηση

Νίκος Παναγιώτου

Σε μια εποχή αυξανόμενων προκλήσεων για τις δημοκρατίες παγκοσμίως, η αξιόπιστη ενημέρωση δεν μπορεί να αντιμετωπίζεται ως ένα ακόμη εμπορικό προϊόν. Αντιθέτως, πρέπει να αναγνωρίσουμε ότι η δημοσιογραφία αποτελεί θεμέλιο της δημοκρατικής ζωής και, ως τέτοιο, πρέπει να ιδωθεί ως δημόσιο αγαθό που χρήζει ενίσχυσης και προστασίας. Η προστασία της ελευθερίας της έκφρασης και της ενημέρωσης κατοχυρώνεται ήδη στο Άρθρο 14 του Συντάγματος της Ελλάδας, το οποίο ορίζει ρητά ότι:
«Καθένας μπορεί να εκφράζει και να διαδίδει προφορικά, γραπτά και διά του Τύπου τους στοχασμούς του τηρώντας τους νόμους του Κράτους.»
Το ίδιο άρθρο διασφαλίζει την ελευθερία του Τύπου και την ανεξαρτησία της ενημέρωσης από κάθε είδους λογοκρισία ή άδεια προληπτικού ελέγχου. Παράλληλα, υπογραμμίζεται η ανάγκη σεβασμού της αντικειμενικότητας της ενημέρωσης και της πολυφωνίας. Η αναγνώριση της δημοσιογραφίας ως δημόσιου αγαθού έρχεται να απαντήσει στις σύγχρονες προκλήσεις και να ενισχύσει θεσμικά την ουσιαστική κατοχύρωση του δικαιώματος όλων των πολιτών στην αξιόπιστη και ανεξάρτητη ενημέρωση. Πρόκειται για τη «φυσική» εξέλιξη και ενδυνάμωση των συνταγματικών μας αρχών.

Τι σημαίνει δημόσιο αγαθό και γιατί αφορά τη δημοσιογραφία

Στην οικονομική και κοινωνική θεωρία, δημόσιο αγαθό χαρακτηρίζεται εκείνο που πληροί δύο βασικές προϋποθέσεις:

- Είναι **μη αποκλειστικό** (κανείς δεν μπορεί να αποκλειστεί από τη χρήση του),
- και **μη ανταγωνιστικό** (η χρήση του από έναν δεν περιορίζει τη χρήση του από άλλον).

Η δημοσιογραφία, ειδικά η ανεξάρτητη και αξιόπιστη, πληροί και αυτή τις ίδιες προϋποθέσεις:

- **Δεν είναι αποκλειστική:** Όταν μια ερευνητική δημοσιογραφική έρευνα αποκαλύπτει σκάνδαλα διαφθοράς, όλοι οι πολίτες ωφελούνται από τη γνώση, ανεξαρτήτως αν πλήρωσαν.
- **Δεν είναι ανταγωνιστική:** Η ενημέρωση ενός πολίτη δεν μειώνει τη δυνατότητα ενημέρωσης άλλων πολιτών.

Η ανάγκη για συλλογική επένδυση στη δημοσιογραφία

Το σημερινό επιχειρηματικό μοντέλο των μέσων ενημέρωσης, βασισμένο στη διαφήμιση και τις συνδρομές, έχει σοβαρές αδυναμίες:

- Δίνει προτεραιότητα στην εμπορική απήχηση αντί της ποιοτικής ενημέρωσης.
- Δημιουργεί φραγμούς πρόσβασης.

Αυτά τα μοντέλα και καθιστούν τα μέσα ευάλωτα σε οικονομικές και πολιτικές πιέσεις. Ταυτόχρονα, οι μεγάλοι τεχνολογικοί κολοσσοί, που ελέγχουν τις κύριες πλατφόρμες διανομής πληροφορίας, επιβάλλουν όλο και περισσότερο ένα ασφυκτικό πλαίσιο οικονομικού και αλγοριθμικού ελέγχου, περιορίζοντας έτσι την ανεξαρτησία των μέσων και την ελεύθερη πρόσβαση του κοινού σε ποιοτική ενημέρωση. Η αναγνώριση της δημοσιογραφίας ως δημόσιου αγαθού προσφέρει απάντηση σε αυτή την κρίση:

- Κατοχυρώνει τη συλλογική υποχρέωση στήριξης της αξιόπιστης ενημέρωσης.
- Ενθαρρύνει τη δημιουργία νέων βιώσιμων μοντέλων χρηματοδότησης, προσανατολισμένων στο δημόσιο συμφέρον και όχι αποκλειστικά στο κέρδος.

Ενώ απαιτεί:

- *Θεσμική στήριξη και προστασία των ανεξάρτητων μέσων.*
- *Δημόσιες και διεθνείς επενδύσεις στη δημοσιογραφία ως κοινωφελή δραστηριότητα.*
- *Εκπαίδευση στα ΜΜΕ (media literacy)* για όλους τους πολίτες.

Ένα νέο κοινωνικό συμβόλαιο για την ενημέρωση

Η εποχή μας χαρακτηρίζεται από πρωτοφανείς όγκους πληροφορίας, όπου το αληθές συνυπάρχει με το ψευδές και το τεκμηριωμένο με το κατασκευασμένο. Για το λόγο αυτό απαιτείται ένα νέο κοινωνικό συμβόλαιο γύρω από την ενημέρωση: ένα πλαίσιο όπου η δημοσιογραφία θα αναγνωρίζεται και θα στηρίζεται ως δημόσιο αγαθό, θεμέλιο της δημοκρατίας και της κοινωνικής ανθεκτικότητας.
Η διασφάλιση της πρόσβασης όλων των πολιτών σε αξιόπιστη πληροφόρηση, ανεξάρτητη από εμπορικές ή πολιτικές πιέσεις, δεν είναι επιλογή· είναι θεμελιώδης υποχρέωση για την προστασία του δημοκρατικού μας μέλλοντος. Η συνταγματική αναγνώριση της δημοσιογραφίας ως δημόσιου αγαθού και η ενεργή επένδυση στην ανεξάρτητη ενημέρωση συνιστούν ουσιαστικές πράξεις υπευθυνότητας απέναντι στις επόμενες γενιές.