



**ΝΑ ΕΙΣΤΕ ΄ΕΞΥΠΝΟΙ, ΝΑ
ΕΙΣΤΕ ΑΝΕΚΤΙΚΟΪ!**





Erasmus+ Έργο Nr 2022-2-RO01-KA220-YOU-000099705



Co-funded by
the European Union

ΝΑ ΕΙΣΤΕ ΞΕΥΠΝΟΙ, ΝΑ ΕΙΣΤΕ ΑΝΕΚΤΙΚΟΪ!



Πρόγραμμα Erasmus+ - Στρατηγική εταιρική σχέση

Αριθ: 2022-2-RO01-KA220-YOU-000099705

Το έργο συντονίζεται από:

Asociația SMART ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΑ ΕΡΓΑ

Strada Calea Severinului, Nr.59, Bl.1, Ap1, TÂRGU JIU, Ρουμανία



<https://bestproject.news/>

Έργα Εταίροι



<https://www.sep-ngo.eu>



<https://dorea.org>



<https://erasmuslearningacademy.weebly.com>



<https://cre-job.com>



Χρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, οι απόψεις και οι γνώμες που εκφράζονται είναι αποκλειστικά του/των συγγραφέα/ων και δεν αντανακλούν κατ' ανάγκη τις απόψεις και τις γνώμες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή της ANPCDEFP. Ούτε η Ευρωπαϊκή Ένωση ούτε η ANPCDEFP μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνες γι' αυτές.

Πίνακας περιεχομένων

1.1 ΚΕΦΑΛΑΙΟ I Παραδοσιακά και ψηφιακά μηνύματα στα μέσα ενημέρωσης - μια ιστορική παρουσίαση	1
1.1.1 Ορισμοί	1
1.1.2 Ιστορία των μέσων ενημέρωσης	2
1.2 Τύποι μέσων ενημέρωσης	8
1.2.1 Παραδοσιακά και ψηφιακά μέσα	8
1.2.2 Παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης	13
1.2.3 Ψηφιακά μέσα	17
1.3 Διαφορετικοί ρόλοι των μέσων ενημέρωσης στην κοινωνία	27
1.4 Πώς η προπαγάνδα διαμόρφωσε την ιστορία μας - Η φιλοσοφία της νοοτροπίας των ΜΜΕ	29
1.4.1 Ιστορία της προπαγάνδας	29
1.4.2 Τεχνικές προπαγάνδας	37
1.4.3 Θετική χειραγώγηση	40
1.5 Από τις πυραμίδες στο Facebook - Εναλλακτική ιστορία	42
1.5.1 Εναλλακτική ιστορία: το επικίνδυνο υποπροϊόν των ψευδών ειδήσεων και των γεγονότων	42
1.5.2 Ιστορική παραμόρφωση	45
1.5.3 Ιστορία και ηθική	48
1.6 Διαστρέβλωση της ιστορίας με προκατειλημμένες ιστοσελίδες - Τι είναι η προκατάληψη; - θεωρία και πράξη	49
1.6.1 Κατανόηση της έννοιας της προκατάληψης	49
1.6.2 Τρόποι με τους οποίους τα μέσα ενημέρωσης διαστρεβλώνουν τις πληροφορίες στην καθημερινή ζωή: Ανάλυση της μεροληψίας των μέσων ενημέρωσης	52
1.6.3 Κύρια ζητήματα με την προκατάληψη των μέσων ενημέρωσης	55
1.6.4 Αναγνώριση της προκατάληψης των μέσων ενημέρωσης	56

1.6.5	Καταπολέμηση των μεροληπτικών πηγών	57
	Αναφορές.....	61
2.1	ΚΕΦΑΛΑΙΟ II Παραπληροφόρηση μέσω παραποίησης στην εποχή των μεγάλων δεδομένων και των κοινωνικών δικτύων	64
2.1.1	Παραπληροφόρηση - παραπληροφόρηση - κακή πληροφόρηση;	65
2.1.2	Οι κύριοι λόγοι για τους οποίους κυκλοφορούν στην αγορά ψευδείς ειδήσεις.....	66
2.1.3	Τι συμβάλλει στην παραπληροφόρηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;	68
2.1.4	Γνωρίζατε ότι.....	70
2.1.5	10 τρόποι για να εντοπίσετε την παραπληροφόρηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.....	71
2.1.6	Τι ακριβώς κάνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης;	75
2.1.7	Μερικά παιχνίδια για την παραπληροφόρηση.....	77
2.2	Ψευδείς ειδήσεις στην εποχή των μεγάλων δεδομένων	78
2.2.1	Τι είναι τα μεγάλα δεδομένα;.....	78
2.2.2	Εντοπισμός και αντιμετώπιση ψευδών ειδήσεων με μεγάλα δεδομένα	79
2.2.3	Τα μεγάλα δεδομένα ως εργαλείο για τη διάδοση ψευδών ειδήσεων	80
2.2.4	Κίνδυνοι που προκύπτουν από τη συλλογή μεγάλων δεδομένων	82
	85
2.3	Η κριτική σκέψη ως το απόλυτο εργαλείο για την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων	85
	Η σημασία της ανάπτυξης της κριτικής σκέψης στη σύγχρονη κοινωνία	85
2.4	Στρατηγικές για τον εντοπισμό της χειραγώγησης	86
2.4.2	Εντοπισμός εσφαλμένης λογικής και συναισθηματικής χειραγώγησης.....	88
2.5	Ανάπτυξη κριτικής στάσης.....	90
2.5.1	Αναγνώριση των προκαταλήψεών σας.....	90
2.5.2	Υγιής σκεπτικισμός και ισορροπία των πληροφοριών	91
2.6	Ψεύτικο ή αληθινό; - είναι τα deepfakes η νέα μορφή των #fakenews;	94

2.6.1	Τι είναι τα deepfakes και πώς λειτουργούν;	94
2.6.2	Ο αντίκτυπος των deepfakes στην κοινωνία και τη δημοκρατία.....	95
2.6.3	Αναγνώριση των deepfakes	96
2.7	Νομική ρύθμιση και συμμετοχή των διαδικτυακών πλατφορμών.....	99
2.8	Μαθηματικά όπλα παραπληροφόρησης.....	100
2.8.1	Πώς τα μαθηματικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για χειριστικούς σκοπούς... ..	100
2.8.2	Μαθηματικά και ψευδείς ειδήσεις	102
2.8.3	Πώς οι ψεύτικες ειδήσεις γίνονται viral - Μαθηματικές εξηγήσεις και μελέτες. ..	104
2.9	Χρήση στατιστικών στοιχείων σε ψευδείς ειδήσεις.....	109
2.9.1	Στατιστικές και ψευδείς ειδήσεις.....	109
2.9.2	Μέθοδοι παραμόρφωσης και χειραγώγησης στατιστικών δεδομένων	111
2.9.3	Ο αντίκτυπος της χειραγώγησης των στατιστικών δεδομένων στην κατανόηση του κοινού ..	119
2.9.4	Ακριβής εκτίμηση των στατιστικών στοιχείων	120
	Αναφορές.....	125
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ III.....	127
3.1	Τι είναι η μη τυπική εκπαίδευση: βασικά στοιχεία και αυξανόμενες τάσεις εφαρμογής ..	128
3.1.1	Η μη τυπική εκπαίδευση και η διαφορά της από την τυπική και την άτυπη εκπαίδευση	128
3.1.2	Ο κύκλος βιωματικής μάθησης του Kolb και η ενημέρωση.....	129
3.1.3	Τα βασικά στοιχεία της μη τυπικής εκπαίδευσης.....	131
3.1.4	Αυξανόμενες τάσεις εφαρμογών.....	133
3.2	Τι είναι το Gamification: κύρια χαρακτηριστικά και οφέλη.....	135
3.2.1	Τι είναι το Gamification;.....	135
3.2.2	Παιχνιδοποίηση και μάθηση βασισμένη σε παιχνίδια.....	136
3.2.3	Ψηφιακά και αναλογικά.....	137

3.2.4	Κύρια χαρακτηριστικά της παιγνιδοποίησης και της μάθησης με βάση το παιχνίδι	139
3.3	Παιγνιδοποιημένες μη τυπικές δραστηριότητες: αύξηση των κινήτρων και της κριτικής σκέψης των νέων μέσω μη τυπικών δραστηριοτήτων εμπλουτισμένων με στρατηγικές παιγνιδοποίησης.	149
3.3.1	Ψυχαγωγία και εκπαίδευση.....	149
3.3.2	Παιγνιδοποίηση στην εκπαίδευση	151
3.3.3	Η παιγνιδοποίηση στην εκπαίδευση: πώς λειτουργεί	151
3.3.4	Η παιγνιδοποίηση ως τρόπος βελτίωσης των δεξιοτήτων κριτικής σκέψης.....	154
3.4	Πώς να σχεδιάσετε μια παιγνιδοποιημένη μη τυπική εργασία για ένα συγκεκριμένο θέμα	156
	Μια προσέγγιση 4 βημάτων για τον σχεδιασμό παιγνιδοποιημένης μάθησης	156
3.5	Παραδείγματα μη τυπικών δραστηριοτήτων που έχουν τροποποιηθεί με παιχνίδι για την ενθάρρυνση της συμμετοχής και των κινήτρων των μαθητών στη μάθηση σχετικά με τις ψευδείς ειδήσεις	160
	Mediarisk.....	161
	Η πραγματικότητα σε 3 γωνίες	163
	Κινέζικος ψίθυρος	165
	Πού βρίσκεστε;.....	167
	2 αλήθειες, 1 ψέμα	169
	2 αλήθειες, 1 ψέμα (ψηφιακή έκδοση).....	170
	Fakebook	171
	Flashcards για τις ψευδείς ειδήσεις (Quizlet).....	173
	Διαγωνισμός ψευδών ειδήσεων.....	174
	Αντιστοίχιση σταυρόλεξα	176
	Δωμάτιο με ψεύτικο τοπίο	177
	Αγώνας προπαγάνδας.....	178
	SexEd Truthguard	179

Συμπεράσματα.....	181
Αναφορές.....	183

Πίνακας αριθμητικών στοιχείων

Εικόνα 1 - Το σπήλαιο Altamira. Προϊστορία και σπηλαιογραφίες. Πηγή: https://www.spain.info/en/	3
Σχήμα 2 - Χρονολόγιο μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Πηγή: https://www.broadbandsearch.net/blog/complete-history-social-media	7
Σχήμα 3- Παραδοσιακά έναντι ψηφιακών μέσων. Συγκριτική ανάλυση από τον Chris Drew. Πηγή: https://helpfulprofessor.com/traditional-media-examples/	13
Εικόνα 4 - Εκστρατεία ασφαλούς οδήγησης από την πολιτειακή περιπολία του Κολοράντο. Πηγή: https://movia.media/moving-billboard-blog/government-spreads-the-word-through-ooh/	16
Σχήμα 5 - Παράδειγμα της βρετανικής κυβέρνησης που χρησιμοποιεί διαφημιστικές πινακίδες για να προετοιμάσει την κοινωνία για το Brexit. Πηγή: https://movia.media/moving-billboard-blog/government-spreads-the-word-through-ooh/	17
Σχήμα 6 - Ψηφιακά μέσα. Πηγή: https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/17895-digital-media.html	19
Σχήμα 7 - Παράδειγμα εκστρατείας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που χρησιμοποιείται από φιλανθρωπικές οργανώσεις. Πηγή: https://www.campaignmonitor.com/resources/knowledge-base/what-is-the-most-important-part-of-an-email/	22
Σχήμα 8 - Τύποι μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Πηγή: https://www.nfi.edu/what-is-social-media/	25
Εικόνα 9 - Αφίσα προπαγάνδας κατά τη διάρκεια του Α' Παγκοσμίου Πολέμου. Πηγή: https://www.metmuseum.org/	33
Εικόνα 10 - Προπαγανδιστική αφίσα "Uncle Sam calls" κατά τη διάρκεια του Α' και Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Πηγή: https://en.wikipedia.org/	33
Εικόνα 11 - Ρωσικές προπαγανδιστικές αφίσες το 2022. Πηγή: https://cera.org/	34
Εικόνα 12 - Προπαγανδιστικά μίμια για το COVID-19. Συγγραφέας: άγνωστος	36
Σχήμα 13 - Παραδείγματα "ωθήσεων". Πηγή: https://blog.vantagecircle.com/nudge-theory/ 41	
Εικόνα 14 - Ψευδείς ειδήσεις. Πηγή: Smithsonian.com	43

Εικόνα 15 - Παραμόρφωση της ιστορίας. Πηγή: timesofindia.indiatimes.com	45
Σχήμα 16 - Παραδείγματα μεροληψίας επιβεβαίωσης. Πηγή: https://www.verywellmind.com/	51
Σχήμα 17 - Μοντελοποίηση της σχέσης μεταξύ των όρων ψευδών ειδήσεων. Source: https://link.springer.com/article/10.1007/s13278-023-01028-5#Sec23	65
Σχήμα 18 - παραπληροφόρηση, παραπληροφόρηση και κακή πληροφόρηση	66
Σχήμα 19 - πώς να εντοπίζετε την παραπληροφόρηση.....	74
Σχήμα 20 - πώς να αντιδράσετε στην παραπληροφόρηση.....	77
Εικόνα 21 - https://medium.com/@haleytaft/ethics-in-data-fa39e965727e	82
Εικόνα 22 - https://ethicaljournalismnetwork.org/fake-news-people-believe-can-done-counter	101
Εικόνα 23 - https://thetrustedweb.org/top-books-about-fake-news-and-misinformation/ Error! Bookmark not defined.	
Εικόνα 24 - https://pvmulher.com.br/o-que-aconteceu-apos-10-anos-de-aborto-legalizado-em-portugal/	112
Εικόνα 25 - https://www.assignmentexpert.com/homework-answers/english/question-262267	113
Εικόνα 26 - https://math.scholastic.com/issues/2017-18/092517/fake-news-fake-data.html?language=english#1120L	114
Σχήμα 27 - ψευδείς συσχετίσεις.....	115
Εικόνα 28 - https://math.scholastic.com/issues/2017-18/092517/fake-news-fake-data.html?language=english#1120L	117
Εικόνα 29 - https://math.scholastic.com/issues/2017-18/092517/fake-news-fake-data.html?language=english#1120L	117
Εικόνα 30 - https://math.scholastic.com/issues/2017-18/092517/fake-news-fake-data.html?language=english#1120L	118

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

1.1 Παραδοσιακά vs. ψηφιακά μηνύματα στα μέσα ενημέρωσης - μια ιστορική παρουσίαση

1.1.1 Ορισμοί

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης διαδραματίζουν βασικό ρόλο στην καθημερινή μας ζωή - μας εκπαιδεύουν και μας επιτρέπουν να παρακολουθούμε τα καθημερινά νέα. Σε αυτόν τον παγκοσμιοποιημένο κόσμο, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι η καλύτερη πλατφόρμα για να πληροφορούμαστε τι συμβαίνει γύρω μας σε τοπικό και παγκόσμιο επίπεδο και να μένουμε σε επαφή μεταξύ μας.

Είναι ασφαλές να πούμε ότι στις μέρες μας οι περισσότεροι από εμάς δεν μπορούμε να ζήσουμε χωρίς τα μέσα μαζικής ενημέρωσης ή, τουλάχιστον, δεν μπορούμε να τα αγνοήσουμε. Επηρεάζουν σχεδόν κάθε πτυχή της ζωής μας και βρίσκονται παντού γύρω μας. Ακόμη και αν επιλέξουμε να μην έχουμε πρόσβαση στο διαδίκτυο ή σε μία ή περισσότερες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, τα μέσα ενημέρωσης εξακολουθούν να μας προσεγγίζουν.

Πριν υποθέσουμε ότι αυτό μπορεί να συμβεί μόνο τώρα, ας ανατρέξουμε σε μια εποχή όπου τα λεγόμενα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης κυριαρχούσαν στο τοπίο της πληροφόρησης. Αν σκεφτόμασταν τα κοινά πληροφοριακά εργαλεία πριν από 20 χρόνια, μπορεί να συμπεράναμε ότι η χειραγώγηση της κοινωνίας, είτε για καλούς είτε για κακούς σκοπούς, ξεκίνησε τον 20ό αιώνα, αλλά αυτό είναι απλώς αναληθές. Έχουμε επίσης μια σειρά από παραδείγματα από την παλαιότερη ιστορία.

Ωστόσο, προτού συζητήσουμε συγκεκριμένα παραδείγματα και παρουσιάσουμε τους δύο μεγαλύτερους τύπους μέσων ενημέρωσης, είναι συνετό να ξεκινήσουμε με την κατανόηση της έννοιας και της εξέλιξης των μέσων ενημέρωσης. Ας σταθούμε λοιπόν σε αυτό. Μερικοί από τους ορισμούς των μέσων ενημέρωσης είναι οι εξής: "Η έννοια των μέσων ενημέρωσης είναι η έννοια του όρου:

"Η λέξη media είναι πληθυντικός της λατινικής λέξης "medium" που σημαίνει "μέσος χώρος ή ενδιάμεσο". Η χρήση της ως λέξης για την περιγραφή των εφημερίδων, του ραδιοφώνου και άλλων πηγών πληροφόρησης πιθανότατα προέρχεται από τον όρο "μέσα μαζικής ενημέρωσης",

ο οποίος ήταν τεχνικός όρος που χρησιμοποιούνταν στη διαφημιστική βιομηχανία από τη δεκαετία του 1920 και μετά".¹

"Πρόκειται για έναν όρο που καλύπτει όλα τα μέσα επικοινωνίας τα οποία έχουν λειτουργίες όπως η ενημέρωση, η ευαισθητοποίηση, η εκπαίδευση, η κοινωνικοποίηση, η ψυχαγωγία και ο καθορισμός της ημερήσιας διάταξης, συμπεριλαμβανομένων όλων των ειδών προφορικών, γραπτών και οπτικών εικόνων."²

"Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης [αμέτρητα, πληθυντικός] οι κύριοι τρόποι με τους οποίους μεγάλος αριθμός ανθρώπων λαμβάνει πληροφορίες και ψυχαγωγία, δηλαδή η τηλεόραση, το ραδιόφωνο, οι εφημερίδες και το Διαδίκτυο"³

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί, ωστόσο, με απλά λόγια, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι ένα κανάλι επικοινωνίας. Χρησιμοποιούμε διάφορα είδη επικοινωνίας (π.χ. εφημερίδες, τηλεόραση κ.λπ.) για να **ενημερώσουμε, να ευαισθητοποιήσουμε, να εκπαιδεύσουμε τους ανθρώπους, να διαφημίσουμε και να προσφέρουμε ψυχαγωγία** κ.λπ.

Όσον αφορά τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, ο ορισμός είναι:

"Μέσα μαζικής ενημέρωσης - οι εφημερίδες, τα περιοδικά, η τηλεόραση και το ραδιόφωνο που απευθύνονται σε μεγάλο αριθμό ανθρώπων".⁴

Η διαφορά μεταξύ των μέσων μαζικής ενημέρωσης και των μέσων ενημέρωσης είναι το κοινό-στόχος στο οποίο προσπαθούν να απευθυνθούν. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν σχεδιαστεί για να μεταδίδουν πληροφορίες σε ένα μεγάλο ακροατήριο. Έτσι, κάθε μέσο ενημέρωσης που προορίζεται για ένα μεγαλύτερο/μαζικό κοινό ονομάζεται μαζικό μέσο ενημέρωσης. Είναι η ουσιαστική κινητήρια δύναμη που μεταφέρει το δεδομένο μήνυμα από ένα άτομο σε ένα άλλο, από μια ομάδα σε μια άλλη ή από μια εταιρεία στη μάζα.

1.1.2 Ιστορία των μέσων ενημέρωσης

Πρώιμες μορφές μέσων ενημέρωσης

Οι ερευνητές πιστεύουν ότι οι σπηλαιογραφίες που βρέθηκαν στο νησί Σουλαουέζι της Ινδονησίας και χρονολογούνται πριν από σαράντα χιλιάδες χρόνια, καθώς και οι ζωγραφιές που ανακαλύφθηκαν σε σπήλαια στη Γαλλία και την Ισπανία είναι τα πρώτα παραδείγματα

¹ <https://www.macmillandictionaryblog.com/media>

² <https://www.igi-global.com/dictionary/media/18142>

³ https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/media

⁴ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/mass-media>

επικοινωνίας μέσω ενός μέσου⁵. Αν και οι ειδικοί δεν συμφωνούν σχετικά με το ποιος ήταν ο σκοπός αυτών των ζωγραφιών, μια θεωρία είναι ότι οι άνθρωποι χρησιμοποιούσαν αυτές τις απεικονίσεις για να στέλνουν μηνύματα στους άλλους σχετικά με το ποια ζώα ήταν ασφαλή για να τα φάνε χωρίς να χρησιμοποιούν λέξεις.

Τα αρχαία αιγυπτιακά ιερογλυφικά, ένα μείγμα εικόνων και ηχητικών συμβόλων, έπαιξαν επίσης σημαντικό ρόλο. Οι ειδικοί πιστεύουν ότι οι αρχαίοι Αιγύπτιοι δημιούργησαν τα ιερογλυφικά όχι μόνο για να μοιράζονται ιστορίες αλλά και ως έναν τρόπο ακριβούς τεκμηρίωσης και επικοινωνίας πληροφοριών που σχετίζονταν με τη θρησκεία και τις κυβερνητικές δομές.

Η Περσική Αυτοκρατορία - περ. 550-330 π.Χ. - έπαιξε επίσης σημαντικό ρόλο στην ιστορία της ανθρώπινης επικοινωνίας μέσω διαφόρων μέσων. Ο Πέρσης αυτοκράτορας Κύρος ο Μέγας (περ. 550 π.Χ.) ανέπτυξε το πρώτο πραγματικό ταχυδρομικό σύστημα. Ήταν ένας αποτελεσματικός μηχανισμός συλλογής πληροφοριών, που ονομαζόταν *Angariae*.⁶

Δεν πρέπει να ξεχνάμε τα λαϊκά παραμύθια, την ποίηση και τα τραγούδια, συμπεριλαμβανομένων των ψαλμών ή των μπαλάντων, που μεταδίδονταν από γενιά σε γενιά από στόμα σε στόμα. Αυτό επέτρεπε στους διάφορους πολιτισμούς να μεταδίδουν προφορικά την ιστορία, τη λογοτεχνία, το δίκαιο και άλλες γνώσεις τους από γενιά σε γενιά. Τελικά, αυτές οι ιστορίες και τα τραγούδια καταγράφονταν, συλλέγονταν και δημοσιεύονταν επιτρέποντας τη διατήρησή τους για τα επόμενα χρόνια.



Σχήμα 1 - Το σπήλαιο Altamira. Προϊστορία και σπηλαιογραφίες. Πηγή: <https://www.spain.info/en/>

⁵ Μέσο - ενικός αριθμός του μέσου.

⁶ <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/media-definition-meaning/>

Η εισαγωγή του έντυπου τύπου

Η επόμενη σημαντική εξέλιξη στα μέσα ενημέρωσης ήταν η μαζική εκτύπωση, η οποία βελτίωσε την πρόσβαση των ανθρώπων στις ειδήσεις και άλλες πληροφορίες, ενώ ταυτόχρονα αύξησε τα ποσοστά αλφαριθμητισμού, καθώς περισσότεροι άνθρωποι είχαν πρόσβαση σε βιβλία και άλλα γραπτά μέσα ενημέρωσης.

Το τυπογραφικό πιεστήριο εφευρέθηκε στην Κίνα γύρω στο 700 μ.Χ.. Το παλαιότερο γνωστό τυπωμένο βιβλίο λέγεται ότι είναι η "Διαμαντένια Σούτρα", ένα βουδιστικό βιβλίο από το Ντουνχουάνγκ της Κίνας, το οποίο χρονολογείται γύρω στο 868 μ.Χ. κατά τη διάρκεια της δυναστείας των Τανγκ.

Η τυπογραφία αναπτύχθηκε περαιτέρω στην Ευρώπη από τον Γιοχάνες Γκούτενμπεργκ με την εφεύρεση του πιεστηρίου Γκούτενμπεργκ τον 15ο αιώνα. Η τυπογραφία επιτάχυνε την επικοινωνία και, ως εκ τούτου, τη διάδοση των πληροφοριών, καθώς η εκτύπωση των βιβλίων απαιτούσε πολύ λιγότερο χρόνο από τη χειρόγραφη συγγραφή τους.

Η άνοδος των μέσων μαζικής ενημέρωσης

Οι πρώτες εφημερίδες άρχισαν να εμφανίζονται στις αρχές του 17ου αιώνα, αλλά υπήρχαν λίγοι αναγνώστες λόγω του χαμηλού ποσοστού αλφαριθμητισμού. Καθώς όλο και περισσότεροι άνθρωποι αποκτούσαν δεξιότητες αλφαριθμητισμού, το κοινό των μέσων ενημέρωσης διευρύνθηκε. Οι εφημερίδες υψηλής κυκλοφορίας, όπως οι Times του Λονδίνου, είχαν τεράστιο αναγνωστικό κοινό στις αρχές του 1800. Μέχρι το τέλος του 1900, τα έντυπα μέσα ενημέρωσης μπορούσαν να βρεθούν με τη μορφή βιβλίων, φυλλαδίων, περιοδικών και εφημερίδων.

Το 1895, ο Ιταλός εφευρέτης Guglielmo Marconi χρησιμοποίησε με επιτυχία ραδιοκύματα για να στείλει ένα μήνυμα μέσω κώδικα Μορς σε απόσταση ενός χιλιομέτρου. Μέχρι το 1914, ο Reginald Fessenden, ένας Καναδός εφευρέτης, ανέπτυξε ένα μηχάνημα που μπορούσε να διατηρήσει ένα ραδιοκύμα και ήταν αρκετά ισχυρό ώστε να μεταδίδει μουσική και φωνές σε απόσταση χιλιάδων χιλιομέτρων⁷. Μετά από αυτές τις εφευρέσεις, ο πρώτος ραδιοφωνικός σταθμός δημιουργήθηκε τη δεκαετία του 1920.

⁷<https://www.techopedia.com/definition/1098/media#:~:text=Media%2C%20%20πληθυντικός%20των%20μέσων,%2C%20περιοδικών%2C%20και%20του%20διαδικτύου.>

Το 1920, το Ντιτρόιτ του Μίσιγκαν έγινε η πρώτη πόλη που μετέδωσε ραδιοφωνικές ειδήσεις. Στη συνέχεια, αθλητικές εκδηλώσεις και συναυλίες μεταδόθηκαν στο ευρύ κοινό. Στα μέσα της δεκαετίας του 1920, υπήρχαν πάνω από 500 ραδιοφωνικοί σταθμοί που μετέδιδαν ειδήσεις, αθλητικά, ποικίλες εκπομπές, μουσική και όλα τα ενδιαμέσα. Επιπλέον, τα περισσότερα σπίτια τόσο στην Ευρώπη όσο και στις ΗΠΑ διέθεταν ραδιόφωνα μέχρι τη δεκαετία του 1930. Ωστόσο, λίγο μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, η τηλεόραση ξεπέρασε το ραδιόφωνο ως το σημαντικότερο ηλεκτρονικό μέσο μαζικής ενημέρωσης παγκοσμίως.

Στην Ευρώπη, την Ασία, την πρώην Σοβιετική Ένωση και την Αμερική, η τηλεόραση εισήχθη για πρώτη φορά ως πειραματική τεχνολογία στις δεκαετίες του 1920 και 1930. Το κινητοσκόπιο, μια εφεύρεση του Ρώσου Βλαντιμίρ Ζβορίκιν που αποτύπωνε εικόνες σε κινηματογραφικό φιλμ, λειτούργησε ως πρόδρομος της σύγχρονης τηλεόρασης τη δεκαετία του 1920. Στη συνέχεια, το 1926, ο John Logie Baird έκανε δημόσια επίδειξη ενός τηλεοπτικού συστήματος στο Λονδίνο. Ωστόσο, μόνο μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο αγκαλιάστηκε εκτενώς ως μέσο μαζικής επικοινωνίας παγκοσμίως.

Ψηφιακή επανάσταση

Η ψηφιακή επανάσταση, που μερικές φορές αποκαλείται και 3η βιομηχανική επανάσταση, αναφέρεται στη μετάβαση από τον μηχανικό και αναλογικό ηλεκτρικό εξοπλισμό στην ψηφιακή τεχνολογία. Η τελευταία εμφανίστηκε για πρώτη φορά τη δεκαετία του 1980 με την εμφάνιση του Διαδικτύου.

Η εφεύρεση του Διαδικτύου και του Παγκόσμιου Ιστού στις δεκαετίες του 1960 και 1970 και η μετέπειτα εμπορευματοποίησή τους μεταμόρφωσαν την ανταλλαγή πληροφοριών και τη διεθνή επικοινωνία και είχαν μεγάλο αντίκτυπο στα μέσα ενημέρωσης. Με την έννοια του Διαδικτύου και των υπολογιστικών συσκευών, ο κόσμος συνδέθηκε παγκοσμίως. Το Διαδίκτυο επιτρέπει τη μεταφορά δεδομένων, πληροφοριών και επικοινωνίας παγκοσμίως, συνδέοντας οργανισμούς, συσκευές και ανθρώπους με αποκεντρωμένο και κατακεντρωμένο τρόπο.

Η ψηφιακή επανάσταση μας έφερε ένα διαφορετικό είδος μέσων ενημέρωσης - τα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης.

"Κοινωνικά μέσα - μορφές μέσων ενημέρωσης που επιτρέπουν στους ανθρώπους να επικοινωνούν και να μοιράζονται πληροφορίες χρησιμοποιώντας το διαδίκτυο ή κινητά τηλέφωνα".⁸

Υπάρχουν πολλές μορφές μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως ιστολόγια, μικρο-ημερολόγια, wikis, ιστότοποι κοινωνικής δικτύωσης, ιστότοποι κοινής χρήσης φωτογραφιών, ιστότοποι ανταλλαγής άμεσων μηνυμάτων, ιστότοποι κοινής χρήσης βίντεο, podcasts, widgets, εικονικοί κόσμοι και άλλα.

Σήμερα, δισεκατομμύρια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να μοιράζονται πληροφορίες, να μαθαίνουν, να διαφημίζονται, να κάνουν επαφές και να διασκεδάζουν.

Ως πρόδρομοι των σημερινών μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τα συστήματα πινάκων ανακοινώσεων αναπτύχθηκαν τη δεκαετία του 1970 και το Talkomatic ήταν ένα δωμάτιο συνομιλίας πολλαπλών χρηστών που ιδρύθηκε το 1973 στο Πανεπιστήμιο του Ιλινόις.

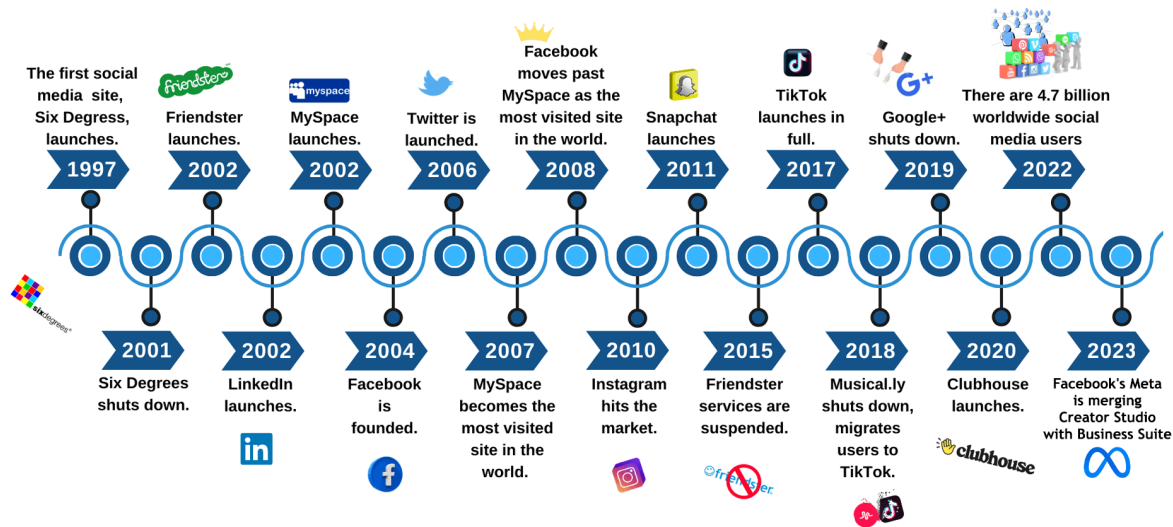
Σύμφωνα με τον πραγματικό ορισμό των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (που υπογραμμίζεται παραπάνω), το πρώτο διαδικτυακό δίκτυο κοινωνικής δικτύωσης ήταν το SixDegrees.com, το οποίο ξεκίνησε το 1997 και συγκέντρωσε εκατομμύρια εγγεγραμμένα μέλη παρά τους πρώιμους περιορισμούς του Διαδικτύου.

Με εκτιμώμενους 85 εκατομμύρια χρήστες παγκοσμίως το 2008, το Friendster, το οποίο έκανε το ντεμπούτο του το 2002, ήταν ο πρώτος ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης που απέκτησε μεγάλη δημοτικότητα.

⁸ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media>



Social Media Timeline



Εικόνα 2 - Χρονολόγιο μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Πηγή: <https://www.broadbandsearch.net/blog/complete-history-social-media>

4th Βιομηχανική επανάσταση

Η τέταρτη βιομηχανική επανάσταση, γνωστή και ως βιομηχανία 4.0, χαρακτηρίζεται από την ενσωμάτωση προηγμένων τεχνολογιών όπως η τεχνητή νοημοσύνη (AI), το διαδίκτυο των πραγμάτων (IoT) και τα μεγάλα δεδομένα σε διάφορες βιομηχανίες. Η ενσωμάτωση αυτή αναμένεται να επιφέρει σημαντικές αλλαγές στον τρόπο με τον οποίο ζούμε και εργαζόμαστε, και ο κλάδος των μέσων ενημέρωσης δεν αποτελεί εξαίρεση⁹.

Η βιομηχανική επανάσταση 4th επηρεάζει και θα συνεχίσει να επηρεάζει κάθε πτυχή των μέσων μαζικής ενημέρωσης, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου με τον οποίο τα καταναλώνουμε (υπερ-ταχεία, κομμάτια μεγέθους byte, εικόνες και βίντεο έναντι κειμένου, δεύτερη προβολή κ.λπ.), τα μέσα που χρησιμοποιούμε (τεχνητή νοημοσύνη, chatbots, άμεσα μηνύματα, μέσα κοινωνικής δικτύωσης) και τις εικόνες και τα μηνύματα που βλέπουμε (όπως η διαφήμιση που δημιουργείται από τεχνητή νοημοσύνη). Επιπλέον, οι τεχνολογίες εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας (VR και AR) πρόκειται επίσης να επηρεάσουν τον τομέα των μέσων ενημέρωσης. Οι τεχνολογίες αυτές θα καταστήσουν εφικτή την παραγωγή πιο καθηλωτικών

⁹ <https://revolution.edu.za/4th-industrial-revolution-in-the-media-industry/#:~:text=Revolution%20Media%20Academy%20Curriculum&text=In%20conclusion%2C%20the%20Fourth%20Industrial, reality%2C%20and%20new%20business%20models.>

και διαδραστικών εμπειριών στα μέσα ενημέρωσης, καθώς και νέων ειδών περιεχομένου μέσω ενημέρωσης, όπως ταινίες και παιχνίδια VR και AR.

Έχουμε ήδη αρχίσει να βλέπουμε την άνοδο νέων τύπων μέσω, όπως τα Immersive media. Τα Immersive media είναι διαδραστικό, κοινωνικό περιεχόμενο που μοιάζει με βιντεοπαιχνίδι και παρέχεται μέσω εικονικών κόσμων.¹⁰ Είναι το αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης μεταξύ των κοινωνικών μέσων και των βιντεοπαιχνιδιών, η οποία παράγει εναλλακτικές πραγματικότητες που επιτρέπουν στους χρήστες να δημιουργήσουν εικονικούς εαυτούς σε εικονικούς κόσμους. Περιλαμβάνει απτικά gadgets, εικονικούς κόσμους, VR και AR καθώς και κοινωνικά βιντεοπαιχνίδια. Ένα σπουδαίο παράδειγμα είναι το "metaverse", ένα δίκτυο διασυνδεδεμένων εικονικών κόσμων όπου οι άνθρωποι μπορούν να δημιουργήσουν και να συμμετάσχουν σε ποικίλες δραστηριότητες και να αναπτύξουν μια εικονική ταυτότητα που είναι εξίσου σύνθετη και διαφοροποιημένη με την ταυτότητά τους στον πραγματικό κόσμο.

Αυτού του είδους τα νέα μέσα κατακτούν γρήγορα την προσοχή της νέας γενιάς, κάνοντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης να χάνουν το ενδιαφέρον τους. Θέλουν όχι μόνο να καταναλώνουν μέσα ενημέρωσης, αλλά να έχουν έναν τρόπο να αλληλεπιδρούν με αυτά: να δημιουργούν φιλίες και συνδέσεις σε εικονικούς κόσμους, να εκφράζονται, να συνδέονται με ομοϊδέατες και να δημιουργούν κοινότητες γύρω από κοινά ενδιαφέροντα.

1.2 Τύποι μέσων ενημέρωσης

1.2.1 Παραδοσιακά έναντι ψηφιακών μέσων

Παραδοσιακά, διαχωρίζουμε τα μέσα σε δύο τύπους, ο πρώτος είναι τα παραδοσιακά μέσα, ενώ ο δεύτερος είναι τα ψηφιακά ή νέα μέσα. Τα πρώτα περιλαμβάνουν όλους τους σημαντικούς παράγοντες των μέσων ενημέρωσης που υπήρχαν πριν από το Διαδίκτυο, όπως οι εφημερίδες, τα περιοδικά, η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και οι διαφημιστικές πινακίδες, ενώ τα ψηφιακά ή νέα μέσα περιλαμβάνουν τα ψηφιακά μέσα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα πολυμέσα και το περιεχόμενο που δημιουργείται από τους χρήστες.

Ενώ τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης παράγονται για ένα ευρύ κοινό και έχουν σχεδιαστεί για να απλώσουν ένα ευρύ δίκτυο, τα νέα μέσα ενημέρωσης τείνουν να σχεδιάζονται για ένα πολύ στοχευμένο διαδικτυακό κοινό. Το διαδίκτυο και οι αλγόριθμοί του επέτρεψαν στα νέα

¹⁰ <https://everyrealm.com/blog/education/evolution-of-media>

μέσα ενημέρωσης να στοχεύουν με ακρίβεια σε συγκεκριμένες θέσεις και δημογραφικές ομάδες. Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης αποδεικνύονται ιδιαίτερα αποτελεσματικά στην προσέγγιση του ηλικιωμένου πληθυσμού, όπως αποδεικνύεται από πολυάριθμες εκθέσεις και έρευνες. Τα άτομα άνω των 50 ετών περνούν σημαντικά περισσότερο χρόνο παρακολουθώντας τηλεόραση και διαβάζοντας εφημερίδες σε σύγκριση με τα άτομα ηλικίας 20 και 30 ετών. Έτσι, οι νεότερες γενιές είναι πιο πιθανό να επιλέξουν τα ψηφιακά μέσα.

Η μέτρηση της αποτελεσματικότητας των εκστρατειών των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης μπορεί να είναι πιο δύσκολη σε σύγκριση με τα ψηφιακά μέσα ενημέρωσης. Παρόλο που υπάρχουν διαθέσιμες μέθοδοι όπως οι ανιχνευτές μάρκας, δεν διαθέτουν το βάθος και την ευφυΐα που παρέχουν τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται στα ψηφιακά μέσα. Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης στερούνται επίσης της άμεσης αλληλεπίδρασης με τους καταναλωτές. Σε αντίθεση με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπου μπορείτε να συμμετάσχετε και να λάβετε άμεση ανατροφοδότηση από το κοινό σας, οι προσπάθειες των παραδοσιακών μέσων ενδέχεται να σας αφήσουν σχετικά απληροφόρητους για τις αντιδράσεις του κοινού σας στα μηνύματά σας.

Το πιο ενδιαφέρον είναι ότι ο καθένας μπορεί να δημιουργήσει μέσα χάρη στις νέες τεχνολογίες και να γίνει δημιουργός περιεχομένου. Αυτό υπονομεύει τη λειτουργία των φρουρών στα μέσα ενημέρωσης. Ο καθένας μπορεί πλέον να εκφράσει τις απόψεις του στο διαδίκτυο χρησιμοποιώντας έναν ιστότοπο κοινωνικής δικτύωσης ή ένα κανάλι στο YouTube. Ωστόσο, αυτό σημαίνει επίσης ότι περισσότερες παραπληροφορήσεις και μεροληπτικές ειδήσεις μπορούν να φτάνουν στην κοινωνία καθημερινά, χωρίς να υπάρχουν πολλά εργαλεία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τον έλεγχο της αξιοπιστίας των παρεχόμενων πληροφοριών.

Αυτό σημαίνει επίσης ότι οι χρήστες μπορεί να αντιμετωπίσουν υπερφόρτωση πληροφοριών. Στον ψηφιακό τομέα, μια σημαντική πρόκληση είναι η πληθώρα πληροφοριών που μας βομβαρδίζει στο διαδίκτυο. Μπορεί να είναι δύσκολο να γνωρίζουμε από πού να ξεκινήσουμε ή ποιες πληροφορίες είναι πραγματικά πολύτιμες κατά την πλοήγηση στη μεγάλη δεξαμενή δεδομένων. Ως αποτέλεσμα, οι άνθρωποι θα μπορούσαν να αισθάνονται συγκλονισμένοι, γεγονός που αυξάνει τα επίπεδα άγχους και δυσκολεύει την εστίαση σε ό,τι είναι πραγματικά σημαντικό.

Η άλλη απειλή που θέτει ο ψηφιακός χώρος είναι η πιθανή παραβίαση της ιδιωτικής ζωής του χρήστη. Συχνά αναγκαζόμαστε να παρέχουμε προσωπικές πληροφορίες, όπως το όνομα, τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και τον αριθμό τηλεφώνου μας, κατά την εγγραφή σε

λογαριασμούς μέσω κοινωνικής δικτύωσης ή τη χρήση συγκεκριμένων προγραμμάτων και εφαρμογών. Δυστυχώς, τα δεδομένα αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να παρακολουθούν τις διαδικτυακές μας συνήθειες, να μας στέλνουν εξατομικευμένες διαφημίσεις ή ακόμη και να πωλούνται σε εξωτερικές εταιρείες. Τέτοιες παραβιάσεις της ιδιωτικής μας ζωής μπορεί να είναι ενοχλητικές και να παρουσιάζουν σοβαρούς κινδύνους αν τα προσωπικά μας δεδομένα καταλήξουν σε λάθος χέρια.

Συνολικά, η διαφορά μεταξύ των δύο τύπων συνήθως περιλαμβάνει: ¹¹

- Πόσο κόστισε: Τα παραδοσιακά μέσα είναι συνήθως πιο ακριβά στην παραγωγή από τα ψηφιακά μέσα.
- Πόσους ανθρώπους μπορεί να προσεγγίσει: καθώς τα άτομα μπορούν να έχουν πρόσβαση σε αυτά από οποιαδήποτε τοποθεσία και συσκευή σε όλο τον κόσμο.
- Πώς παράγεται: Αν και τα παραδοσιακά μέσα παράγονται συνήθως από μεγάλους οργανισμούς μέσω ενημέρωσης, τα νέα μέσα παράγονται συνήθως από μικρές ομάδες.
- Πώς διανέμεται: Ενώ τα παραδοσιακά μέσα διανέμονται μέσω καναλιών όπως το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και τα έντυπα μέσα, τα νέα μέσα διανέμονται γενικά στο διαδίκτυο.
- Πώς καταναλώνεται: Συνήθως, τα άτομα καταναλώνουν παθητικά τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, ενώ τις περισσότερες φορές καταναλώνουν ενεργά τα νέα μέσα ενημέρωσης (δυνατότητα παροχής ανατροφοδότησης).
- Πώς είναι προσβάσιμο: Συνήθως, οι άνθρωποι έχουν πρόσβαση στα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης μέσω ραδιοτηλεοπτικών ή έντυπων μέσων, ενώ στα νέα μέσα ενημέρωσης συνήθως μέσω ψηφιακών καναλιών.

Όψη	Νέα μέσα ενημέρωσης	Παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης
Ορισμός	Τα νέα μέσα αναφέρονται σε ψηφιακές πλατφόρμες και τεχνολογίες που διευκολύνουν την επικοινωνία, τον	Τα παραδοσιακά μέσα περιλαμβάνουν μη ψηφιακά κανάλια επικοινωνίας, όπως έντυπα (εφημερίδες, περιοδικά, βιβλία),

¹¹

<https://www.techopedia.com/definition/1098/media#:~:text=Media%2C%20ο%20πληθυντικός%20των%20μέσων,%2C%20περιοδικών%2C%20και%20του%20διαδικτύου.>

Όψη	Νέα μέσα ενημέρωσης	Παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης
	<p>διαμοιρασμό και τη διάδοση πληροφοριών. Παραδείγματα νέων μέσων περιλαμβάνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τους ιστότοπους, τα ιστολόγια, τα podcast και τις διαδικτυακές πλατφόρμες βίντεο.</p>	<p>ραδιοτηλεοπτικές εκπομπές (τηλεόραση, ραδιόφωνο) και υπαίθρια διαφήμιση (διαφημιστικές πινακίδες, αφίσες).</p>
Προσβασιμότητα	<p>Τα νέα μέσα είναι ιδιαίτερα προσβάσιμα μέσω smartphones, tablets και υπολογιστών με σύνδεση στο διαδίκτυο.</p>	<p>Τα παραδοσιακά μέσα είναι προσβάσιμα μέσω φυσικών αντιγράφων ή συσκευών, όπως οι τηλεοράσεις και τα ραδιόφωνα.</p>
Reach	<p>Τα νέα μέσα ενημέρωσης έχουν παγκόσμια εμβέλεια και μπορούν να συνδέουν ανθρώπους πέρα από τα σύνορα αμέσως.</p>	<p>Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης έχουν περιορισμένη εμβέλεια και συχνά περιορίζονται σε περιφερειακά ή εθνικά όρια.</p>
Διαδραστικότητα	<p>Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα των νέων μέσων είναι ότι επιτρέπουν υψηλά επίπεδα διαδραστικότητας, περιεχόμενο που δημιουργείται από τους χρήστες και εμπλοκή σε πραγματικό χρόνο, οδηγώντας σε μια εντελώς νέα κουλτούρα των μέσων ενημέρωσης.</p>	<p>Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης προσφέρουν περιορισμένη διαδραστικότητα, κυρίως μέσω επιστολών στον συντάκτη ή ραδιοφωνικών εκπομπών με κλήσεις.</p>
Στόχευση	<p>Τα νέα μέσα επιτρέπουν την ακριβή στόχευση του κοινού με</p>	<p>Η παραδοσιακή στόχευση των μέσων ενημέρωσης είναι λιγότερο</p>

Όψη	Νέα μέσα ενημέρωσης	Παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης
	<p>βάση τα ενδιαφέροντα, τα δημογραφικά στοιχεία και τη διαδικτυακή συμπεριφορά.</p>	<p>ακριβής, βασισμένη σε γενικά δημογραφικά στοιχεία και ενδιαφέροντα του κοινού.</p>
<p>Ταχύτητα</p>	<p>Τα νέα μέσα είναι γρήγορα, με ειδήσεις, ενημερώσεις και περιεχόμενο να διαδίδονται γρήγορα μέσω της κοινοποίησης και του virality.</p>	<p>Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης είναι πιο αργά, με τη διάδοση των πληροφοριών μέσω προγραμματισμένων εκπομπών ή έντυπων δημοσιεύσεων.</p>
<p>Κόστος</p>	<p>Τα νέα μέσα μπορούν να είναι πιο αποδοτικά από άποψη κόστους, καθώς υπάρχουν δωρεάν ή χαμηλού κόστους πλατφόρμες για τη δημιουργία και τη διανομή περιεχομένου.</p>	<p>Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης συχνά συνεπάγονται υψηλότερο κόστος για την παραγωγή, τη διανομή και τη διαφήμιση.</p>
<p>Analytics</p>	<p>Τα νέα μέσα παρέχουν λεπτομερή αναλυτικά στοιχεία, βοηθώντας τους δημιουργούς περιεχομένου και τους διαφημιστές να παρακολουθούν τη δέσμευση, τα δημογραφικά στοιχεία του κοινού και άλλες πολύτιμες πληροφορίες.</p>	<p>Τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης προσφέρουν περιορισμένες αναλύσεις, που συχνά βασίζονται σε έρευνες, αριθμούς κυκλοφορίας και ποσοστά τηλεθέασης/ακροαματικότητας.</p>
<p>Αξιοπιστία</p>	<p>Τα νέα μέσα ενημέρωσης μπορεί μερικές φορές να υποφέρουν από ζητήματα αξιοπιστίας, με τη διάδοση της</p>	<p>Τα παραδοσιακά μέσα μαζικής ενημέρωσης, αν και δεν έχουν ανοσία σε θέματα αξιοπιστίας, θεωρούνται γενικά πιο αξιόπιστα λόγω των καθιερωμένων</p>

Όψη	Νέα μέσα ενημέρωσης	Παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης
	παραπληροφόρησης και των "ψευδών ειδήσεων".	δημοσιογραφικών προτύπων και πρακτικών, καθώς και των ισχυρών απαιτήσεων ελέγχου.
Διάρκεια ζωής	Το περιεχόμενο των νέων μέσων ενημέρωσης μπορεί να έχει μικρή διάρκεια ζωής, με τις πληροφορίες να ξεπερνιούνται γρήγορα ή να επισκιάζονται από νέο περιεχόμενο.	Το περιεχόμενο των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης μπορεί να έχει μεγαλύτερη διάρκεια ζωής, ιδίως στα έντυπα, όπου οι πληροφορίες μπορούν να διατηρηθούν και να επανεξεταστούν.

Σχήμα 3- Παραδοσιακά έναντι ψηφιακών μέσων. Συγκριτική ανάλυση από τον Chris Drew. Πηγή: <https://helpfulprofessor.com/traditional-media-examples/>

1.2.2 Παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης

Ας ρίξουμε μια ματιά σε μερικά από τα πιο συνηθισμένα παραδοσιακά εργαλεία μέσων ενημέρωσης.

Εφημερίδες

Οι εφημερίδες είναι η πιο δημοφιλής μορφή έντυπων μέσων ενημέρωσης. Παραδίδονται γενικά στο σπίτι ή διατίθενται σε περίπτερα, καταστήματα κ.λπ. Η πλειονότητα των παραδοσιακών εφημερίδων εκδίδεται καθημερινά ή μία φορά την εβδομάδα και ο κύριος σκοπός τους είναι γενικά η ενημέρωση του κοινού για τα τρέχοντα γεγονότα. Οι εφημερίδες περιλαμβάνουν συχνά αθλητικά και ψυχαγωγικά άρθρα, άρθρα γνώμης και διαφημίσεις εκτός από τοπικές, εθνικές και παγκόσμιες ειδήσεις. Αυτό το έντυπο μέσο μπορεί να απευθύνεται σε ένα γενικό κοινό, να επικεντρώνεται σε μια γεωγραφική περιοχή ή να καλύπτει ένα εξειδικευμένο θέμα, όπως οι εφημερίδες για ένα συγκεκριμένο επάγγελμα, κλάδο ή ενδιαφέρον. Οι εφημερίδες παραδοσιακά υποστηρίζονται από την πώληση διαφημιστικού χώρου, καθώς και από τις πωλήσεις συνδρομών ή μεμονωμένων αντιτύπων των ίδιων των εφημερίδων. Σε όλη τη διάρκεια της ιστορίας, οι εφημερίδες επιχορηγούνταν και εξακολουθούν να επιχορηγούνται

μερικές φορές από οργανισμούς ή ομάδες συμφερόντων, συμπεριλαμβανομένων των πολιτικών κομμάτων.

Περιοδικά

Τα περιοδικά, όπως και οι εφημερίδες, είναι περιοδικά και εκδίδονται τακτικά. Τα συνήθη χρονοδιαγράμματα περιλαμβάνουν εβδομαδιαία, δεκαπενθήμερα, μηνιαία, διμηνιαία, τριμηνιαία ή ακόμη και ετήσια.

Τα περιοδικά παρέχουν λεπτομερή άρθρα για διάφορα θέματα, όπως φαγητό, μόδα, αθλητισμός, οικονομικά, τρόπος ζωής και ούτω καθεξής. Τα περιοδικά, όπως και οι εφημερίδες, μπορούν να απευθύνονται σε ένα γενικό κοινό ή να επικεντρώνονται σε μια συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων με βάση το φύλο, το επάγγελμα ή τα χόμπι τους.

Τα περιοδικά, όπως και οι εφημερίδες, υποστηρίζονται παραδοσιακά από την πώληση διαφημιστικού χώρου καθώς και από τις πωλήσεις συνδρομών ή μεμονωμένων αντιτύπων.

Πανό/αφίσες

Τα πανό και οι αφίσες χρησιμοποιούνται για την προβολή συνθημάτων, λογότυπων ή ορισμένων μηνυμάτων. Μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για τη διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και για την πρόσκληση ανθρώπων σε διάφορες εκδηλώσεις, διαδηλώσεις κ.λπ. Η πρωταρχική χρήση των αφισών και των πανό παρατηρείται στις πολιτικές εκστρατείες.

Η πρωταρχική χρήση των αφισών και των πανό παρατηρείται στις πολιτικές εκστρατείες. Τόσο τα πανό όσο και οι αφίσες προσαρμόζονται και περιλαμβάνουν κείμενο καθώς και γραφικά σε τεράστιο μέγεθος, ώστε το μήνυμα να γίνεται αντιληπτό από μακριά.

Φυλλάδια/Φυλλάδια

Τα φυλλάδια είναι διαφημιστικά φυλλάδια που διανέμονται συχνά σε δημόσιες τοποθεσίες, όπως στάσεις λεωφορείων και γωνίες δρόμων. Θα μπορούσαν ακόμη και να ταχυδρομηθούν απευθείας σε υποψήφιους πελάτες.

Ουσιαστικά, τα φυλλάδια και οι προκηρύξεις είναι έντυπα έγγραφα με γραφικά και κείμενο που προωθούν μια συγκεκριμένη ιδέα, όπως ένα μήνυμα για μια υπηρεσία, μια περίπτωση ή για το πώς να δώσετε την ψήφο σας στις επερχόμενες εκλογές. Περιστασιακά δίνουν επίσης κουπόνια ή εκπτώσεις.

Στόχος των φυλλαδίων και των διαφημιστικών φυλλαδίων είναι να προκαλέσουν ενδιαφέρον για τον σκοπό που υποστηρίζουν και να πείσουν τους άλλους να αναλάβουν δράση, όπως να επισκεφθούν έναν ιστότοπο ή μια εκδήλωση.

Βιβλία

Ο παλαιότερος τύπος έντυπου μέσου που εξακολουθεί να χρησιμοποιείται ως εργαλείο επικοινωνίας και πληροφόρησης είναι το βιβλίο. Παρέχουν στους συγγραφείς την ευκαιρία να εκπαιδεύσουν ολόκληρο τον κόσμο για ένα συγκεκριμένο θέμα. Προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, όπως λογοτεχνία, ιστορία, ιστορίες μυθοπλασίας και πολλά άλλα, που όχι μόνο διευρύνουν την εκπαίδευσή μας αλλά και μας διασκεδάζουν.

Τηλεόραση

Η τηλεοπτική βιομηχανία παρείχε ιστορικά μέσα μετάδοσης. Για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα, η τηλεόραση διατήρησε το υψηλό επίπεδο δημοτικότητάς της. Η πρώτη εκπομπή πραγματοποιήθηκε το 1928, αλλά πριν από την εισαγωγή της έγχρωμης τηλεόρασης στα τέλη της δεκαετίας του 1960, η ασπρόμαυρη τηλεόραση έγινε κοινό στοιχείο στα σπίτια κατά τη δεκαετία του 1950. Από τη δεκαετία του 1990 και μετά, πιο πρόσφατες καινοτομίες όπως η δορυφορική και η ψηφιακή τηλεόραση εισήγαγαν μια ποικιλία προγραμμάτων σε ποιότητα υψηλής ευκρίνειας.

Η εμφάνιση του διαδικτύου έχει επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο καταναλώνεται η τηλεόραση. Σήμερα, οι θεατές έχουν την ευελιξία να παρακολουθούν τηλεοπτικά προγράμματα σε πραγματικό χρόνο μέσω των καναλιών μετάδοσης, σε μεταγενέστερο χρόνο με τη χρήση ψηφιακών συσκευών εγγραφής βίντεο ή σε ένα ευρύ φάσμα συσκευών μέσω ροής βίντεο.

Ραδιόφωνο

Οι ραδιοφωνικοί σταθμοί εξακολουθούν να είναι μια δημοφιλή μορφή μέσων ενημέρωσης. Για παράδειγμα, το BBC Radio 1 έχει πάνω από 8 εκατομμύρια τακτικούς ακροατές.

Μέσω των ραδιοφωνικών κυμάτων, οι ραδιοφωνικοί σταθμοί μεταδίδουν προγράμματα ήχου στους ακροατές τους. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τραγούδια, εκπομπές συζητήσεων, κυκλοφοριακές ενημερώσεις, αθλητικά αποτελέσματα κ.λπ. Το ραδιόφωνο είναι μια ιδιαίτερα αποδοτική μορφή παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης που προσφέρει μεγάλη εμβέλεια. Οι

άνθρωποι ακούν τους αγαπημένους τους σταθμούς ενώ οδηγούν, εργάζονται ή ακόμη και χαλαρώνουν στο σπίτι.

Το ραδιόφωνο δεν χρησιμοποιείται μόνο για την αναπαραγωγή τραγουδιών, αλλά και για να τραβήξει την προσοχή των ακροατών, να προωθήσει μια υπηρεσία ή ένα προϊόν, να καλέσει τους ακροατές σε εκδηλώσεις ή να συζητήσει καυτά θέματα της κοινωνίας.

Πινακίδες

Η διαφημιστική πινακίδα είναι μια ευμεγέθης δομή υπαίθριας διαφήμισης που εμφανίζεται συχνά σε πολυσύχναστα μέρη, όπως δίπλα σε πολυσύχναστους δρόμους. Στις διαφημιστικές πινακίδες προβάλλονται μεγάλες διαφημίσεις για να τις βλέπουν τα αυτοκίνητα και οι πεζοί. Συνήθως, οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τις διαφημιστικές πινακίδες για την προώθηση νέων προϊόντων ή για την ενίσχυση των υφιστάμενων εμπορικών σημάτων και εκδηλώσεών τους. Ωστόσο, δεν χρησιμοποιούνται όλες οι διαφημιστικές πινακίδες για τη διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών: μη κερδοσκοπικές ομάδες και κυβερνητικές υπηρεσίες τις χρησιμοποιούν για να επικοινωνούν με το κοινό. Για παράδειγμα, η κυβέρνηση μπορεί να χρησιμοποιήσει διαφημιστικές πινακίδες για να τονίσει τους κανόνες ασφαλούς οδήγησης. Ορισμένα παραδείγματα μπορείτε να βρείτε παρακάτω.



Σχήμα 4 - Εκστρατεία ασφαλούς οδήγησης από την πολιτειακή περιπολία του Κολοράντο. Πηγή: <https://movia.media/moving-billboard-blog/government-spreads-the-word-through-oooh/>



Σχήμα 5 - Παράδειγμα της βρετανικής κυβέρνησης που χρησιμοποιεί διαφημιστικές πινακίδες για να προετοιμάσει την κοινωνία για το Brexit. Πηγή: <https://movia.media/moving-billboard-blog/government-spreads-the-word-through-oooh/>

1.2.3 Ψηφιακά μέσα

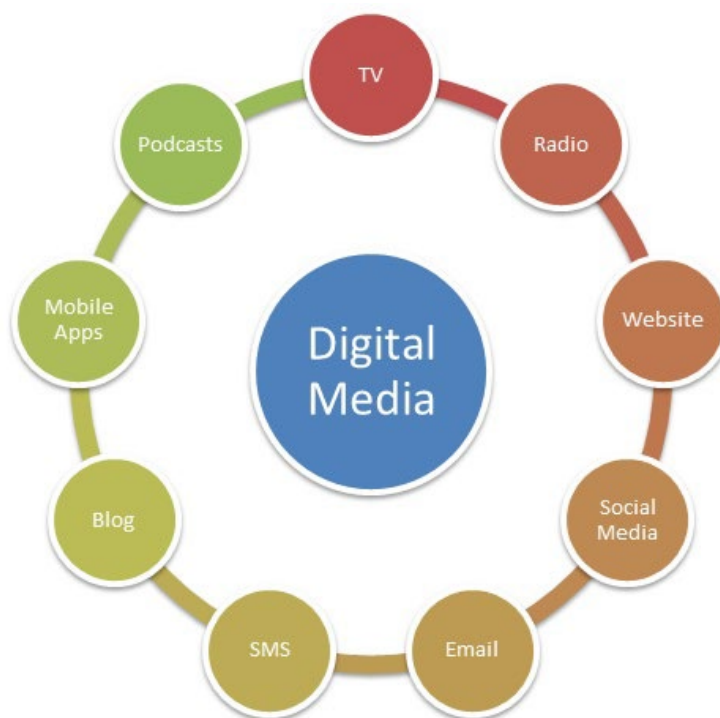
Τα ψηφιακά μέσα, που συνήθως αναφέρονται ως νέα μέσα, αναφέρονται στα διαδικτυακά αντίστοιχα των συμβατικών μέσων, όπως η τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Λαμβάνοντας υπόψη τις συνεχείς αλλαγές στην τεχνολογία, είναι αδύνατο να αγνοήσουμε τον αντίκτυπο που έχουν τα ψηφιακά μέσα στον τρόπο ζωής μας. Μπορούν να καταναλώνονται με τη μορφή ηχητικού, οπτικού και βιντεοσκοπημένου περιεχομένου και μεταμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο ασχολούμαστε τακτικά μεταξύ μας εκπαιδευούμε και διασκεδάζουμε.

Κάθε φορά που χρησιμοποιούμε υπολογιστή, tablet ή κινητό τηλέφωνο, ανοίγοντας συστήματα που βασίζονται στον ιστό και εφαρμογές, καταναλώνουμε ψηφιακά μέσα. Για παράδειγμα, τα podcasts, οι υπηρεσίες ροής μουσικής και βίντεο, οι διαδικτυακές εφημερίδες, τα διαδραστικά παιχνίδια και άλλα προγράμματα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε διάφορες συσκευές μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως ψηφιακά μέσα. Όσον αφορά το πότε μπορούν να έχουν πρόσβαση στο υλικό, τα ψηφιακά μέσα παρέχουν στους χρήστες πολύ μεγαλύτερη ευελιξία από ό,τι τα παραδοσιακά κανάλια μέσων, όπως οι εφημερίδες και τα τηλεοπτικά δίκτυα. Λόγω των τεχνικών εξελίξεων, τα ψηφιακά μέσα ενημέρωσης είναι επίσης απλούστερα στην παραγωγή.

Σήμερα, οι περισσότεροι τύποι ψηφιακών μέσων εντάσσονται σε μία από αυτές τις κύριες υποομάδες :¹²

¹² <https://online.maryville.edu/blog/what-is-digital-media/#:~:text=Σε αντίθεση με τα%20παραδοσιακά%20μέσα%2C%20ψηφιακά%20μέσα,γραφικά%2C%20κείμενο%2C%20και%20περισσότερα.>

- **AUDIO:** Τα podcasts, τα ηχητικά βιβλία και οι ψηφιακοί ραδιοφωνικοί σταθμοί αποτελούν παραδείγματα ηχητικών μορφών ψηφιακών μέσων. Πολυάριθμες ψηφιακές ραδιοφωνικές υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένων των Apple Music, Spotify, Pandora και άλλων, έχουν εκατοντάδες εκατομμύρια συνδρομητές και προσφέρουν μεγάλη ποικιλία μουσικών σταθμών καθώς και πρόσβαση κατά παραγγελία σε βάσεις δεδομένων που περιέχουν εκατομμύρια τραγούδια.
- **ΒΙΝΤΕΟ:** Από τους προσομοιωτές χειρουργικής εικονικής πραγματικότητας που χρησιμοποιούνται στα νοσοκομεία μέχρι τη ροή της τηλεόρασης και τις υπηρεσίες ταινιών όπως το Netflix. Το YouTube, το οποίο φιλοξενεί δισεκατομμύρια βίντεο, είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες στον κλάδο των οπτικών ψηφιακών μέσων. Από την ίδρυσή του το 2005, έχει γίνει ένας από τους πιο δημοφιλείς ιστότοπους.
- **SOCIAL MEDIA:** Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περιλαμβάνουν ιστότοπους όπως το Twitter, το Facebook, το Instagram, το LinkedIn, το Tik Tok και το Snapchat, τα οποία επιτρέπουν στους χρήστες τους να επικοινωνούν μεταξύ τους μέσω μηνυμάτων κειμένου, φωτογραφιών και βίντεο, αφήνοντας "likes" και σχόλια για να ξεκινήσουν συζητήσεις σχετικά με την ποπ κουλτούρα, τον αθλητισμό, τις ειδήσεις, την πολιτική και τα καθημερινά γεγονότα της ζωής τους.
- **ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ:** Με τη βοήθεια των συνεργασιών μάρκετινγκ και του διαθέσιμου διαφημιστικού χώρου, οι διαφημιζόμενοι έχουν προσαρμοστεί στον κόσμο των ψηφιακών μέσων. Η επικράτηση των αναδυόμενων διαφημίσεων και των διαφημίσεων αυτόματης αναπαραγωγής, οι οποίες γέμιζαν τις πρώτες ιστοσελίδες και αποθάρρυναν τους επισκέπτες, έχει μειωθεί στο διαδίκτυο. Αντ' αυτού, οι διαφημιστές κατέφυγαν σε πρωτότυπο περιεχόμενο και άλλες στρατηγικές για να διατηρήσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών χωρίς να υπερπωλούν τα προϊόντα τους.
- **ΕΙΔΗΣΕΙΣ, ΛΟΓΟΤΕΧΝΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΛΑ ΆΛΛΑ:** Παραδοσιακά, οι άνθρωποι διαβάζουν βιβλία, έντυπες εφημερίδες, περιοδικά και άλλα γραπτά έργα. Η ζήτηση για ορισμένα είδη αναγνωστικών εμπειριών έχει επιμείνει, παρόλο που τα ψηφιακά μέσα έχουν γίνει ευρέως διαθέσιμα. Πολλές εφημερίδες έχουν μεταφέρει τις δραστηριότητές τους στο διαδίκτυο και έχει σημειωθεί αύξηση των αποκλειστικά διαδικτυακών ειδησεογραφικών καναλιών. Επιπλέον, η άνοδος των ηλεκτρονικών αναγνωστών όπως το Kindle, η δημοτικότητα της Wikipedia και η πληθώρα λογοτεχνικών ιστότοπων αποτελούν παραδείγματα του πόσο σημαντικό εξακολουθεί να είναι το γραπτό υλικό στα ψηφιακά μέσα.



Σχήμα 6 - Ψηφιακά μέσα. Πηγή: <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/17895-digital-media.html>

Ορισμένες από τις πιο πολύτιμες εταιρείες στον κόσμο ανήκουν στον τομέα της τεχνολογίας, καθώς ο ψηφιακός κόσμος έχει κυριαρχήσει στο σύγχρονο εταιρικό τοπίο. Πολλές από αυτές τις επιχειρήσεις έχουν διάφορα τμήματα και ενδιαφέροντα, συμπεριλαμβανομένων διαφόρων μορφών ψηφιακών μέσων και συναφών επιχειρήσεων. Ως αποτέλεσμα, οι μεγαλύτερες εταιρείες σε όλο τον κόσμο συγκαταλέγονται στις κορυφαίες εταιρείες ψηφιακών μέσων. Μερικά από τα πιο γνωστά παραδείγματα είναι τα εξής:

- Η **Google** ιδρύθηκε το 1998 από τους Larry Page και Sergey Brin. Ξεκίνησε ως μια νέα επαναστατική μηχανή αναζήτησης, η οποία έδωσε ώθηση στην ανάπτυξη ενός από τα πιο πολύτιμα εμπορικά σήματα στον κόσμο (η καθαρή αξία της Google είναι \$1359 δισεκατομμύρια το 2023). Με την ανάπτυξη του προγράμματος περιήγησης στο διαδίκτυο (Chrome), των Chromebooks, των έξυπνων γυαλιών και της online τηλεοπτικής ροής Chromecast, η Google έχει εξελιχθεί σε μια ευμεγέθη, παγκόσμια τεχνολογική εταιρεία.
- Το **Netflix** ξεκίνησε το 1997 ως διαδικτυακή υπηρεσία ενοικίασης ταινιών, όπου οι χρήστες μπορούσαν να παραγγείλουν DVD και να τα παραλάβουν στο σπίτι τους. Οι πελάτες δημιουργούσαν μια λίστα με τις ταινίες που ήθελαν να δουν και το Netflix τους έστελνε DVD από αυτή τη λίστα. Οι χρήστες μπορούσαν να κρατήσουν τα DVD για

όσο χρόνο ήθελαν, και όταν επέστρεφαν ένα, τους έστελναν τον επόμενο τίτλο της λίστας τους. Έκτοτε, το Netflix έχει εξελιχθεί από διανομέας ταινιών τρίτων σε παγκόσμιο ηγέτη στην online ροή, με περισσότερους από 692,10 εκατομμύρια θεατές παγκοσμίως. Σύμφωνα με προβλέψεις, το 2024 θα υπάρχουν επιπλέον 32,9 εκατομμύρια θεατές.

- **Η Apple** έχει εξελιχθεί από μια μικρή εταιρεία υπολογιστών με εξελιγμένο μάρκετινγκ σε μια από τις ισχυρότερες δυνάμεις της τεχνολογίας παγκοσμίως. Η Apple ιδρύθηκε το 1976 από τον Steve Jobs και τον Steve Wozniak. Η Apple ανέβηκε στην κορυφή της βιομηχανίας των gadget με την κυκλοφορία του iMac το 1998 και του iPod τρία χρόνια αργότερα, τα οποία προωθήθηκαν με τη χρήση των δημιουργικών τεχνικών του Jobs για τη δημιουργία ενδιαφέροντος και ζήτησης. Έκτοτε, η Apple παραμένει επιτυχημένη χάρη στα αντικείμενα που κυκλοφόρησε, όπως το iPhone, το iPad και το Apple Watch. Κάθε μέρα, εκατομμύρια Αμερικανοί χρησιμοποιούν προϊόντα της Apple, όπως το iTunes, για να καταναλώνουν ψηφιακά μέσα.
- **Το Facebook** και **το YouTube** είναι δύο από τους μεγαλύτερους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης. Το **Instagram**, το **Twitter**, το **Snapchat** και **το TikTok** έχουν επίσης σημαντικές βάσεις χρηστών - περίπου 3 δισεκατομμύρια χρήστες το καθένα. Οι μάρκες αυτές ανήκουν σε γνωστές εταιρείες. Ενδεικτικά, το Facebook είναι ο ιδιοκτήτης του WhatsApp και του Instagram. Η Google κατέχει επίσης έναν αριθμό ιστότοπων, συμπεριλαμβανομένου του YouTube. Ο αριθμός των χρηστών σε αυτές τις πλατφόρμες πιθανότατα θα συνεχίσει να αυξάνεται καθώς οι γενιές που χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης γερνούν και γεννιούνται νέοι χρήστες.
- **Η Amazon** συνεχίζει να είναι ηγέτης στις ηλεκτρονικές αγορές και έχει σημαντική απήχηση στον κλάδο των ψηφιακών μέσων. Σύμφωνα με την Investopedia, η εταιρεία είναι στην πραγματικότητα μεταξύ των μεγαλύτερων στον κόσμο με βάση την αξία της αγοράς. Η εταιρεία έχει σημαντική διαδικτυακή παρουσία, προσφέροντας τα πάντα, από προσωπικούς βοηθούς, υπολογιστικό νέφος και ψηφιακή διαφήμιση μέχρι το Amazon Prime και τη σχετική υπηρεσία streaming. Τα χαρακτηριστικά των ψηφιακών μέσων είναι αρκετά διαφορετικά, όπως και των παραδοσιακών μέσων.

Στη συνέχεια, περιγράφονται ορισμένα από τα πιο συνηθισμένα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης.

Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο

Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ή "email" είναι ένας γρήγορος τρόπος αποστολής μηνυμάτων σε άτομα οπουδήποτε στον κόσμο με τη χρήση συσκευών πληροφορικής. Στέλνετε ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ενός άλλου ατόμου. Μπορείτε επίσης να στείλετε ένα συνημμένο, για παράδειγμα ένα αρχείο ή φωτογραφίες μαζί με το μήνυμά σας.

Υπάρχουν 4 δισεκατομμύρια καθημερινοί χρήστες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και ο αριθμός αυτός αναμένεται να αυξηθεί σε 4,6 δισεκατομμύρια μέχρι το 2025. Καθημερινά αποστέλλονται και λαμβάνονται περισσότερα από 306 δισεκατομμύρια μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ενώ πολλοί άνθρωποι παραπονιούνται για τον όγκο των email, το Spam και το μάρκετινγκ email, οι άνθρωποι εξακολουθούν να διαβάζουν email. Σύμφωνα με μια έρευνα της Bluecore, το 72 % της Gen X, το 64 % των Millennials και το 60 % της Gen Z θεωρούν το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο το πιο προσωπικό κανάλι για να λαμβάνουν επικοινωνίες με μάρκες. Κατά συνέπεια, σε όλες τις γενιές, υπάρχει υψηλός βαθμός συμπάθειας προς το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ως αξιόπιστη πηγή επικοινωνίας.¹³

Πράγματι, τις περισσότερες φορές χρησιμοποιούμε το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για να επικοινωνήσουμε με έναν συνάδελφο ή για να ρωτήσουμε για μια υπηρεσία. Αλλά η χρήση των μέσων του συστήματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι επίσης δημοφιλής μεταξύ των οργανισμών εταιρειών και των επιχειρηματιών για να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους σε πιθανούς πελάτες, να μοιραστούν πληροφορίες σχετικά με τις δραστηριότητές τους, να τους προσκαλέσουν να συμμετάσχουν σε διάφορες εκδηλώσεις κ.λπ. Πολλές φιλανθρωπικές οργανώσεις χρησιμοποιούν επίσης το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για να ενημερώνουν για τις δραστηριότητές τους, να συγκεντρώνουν υποστηρικτές και να ενθαρρύνουν δωρεές.

¹³ <https://developermedia.com/why-email-marketing-is-more-effective-in-reaching-developers/>



Dear Friend,
Thank you for sharing our passion for supporting Victoria's sickest children.
I am reaching out to you today because families rely on The Royal Children's Hospital (RCH) to provide their children with the best possible healthcare, all in one location.
Help make a sick child's hospital stay as short and enjoyable as possible.

DONATE TODAY

Σχήμα 7 - Παράδειγμα καμπάνιας ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που χρησιμοποιείται από φιλανθρωπικές οργανώσεις. Πηγή: <https://www.campaignmonitor.com/resources/knowledge-base/what-is-the-most-important-part-of-an-email/>

Podcasts

Σύμφωνα με τον ορισμό, τα podcast είναι "ψηφιακά αρχεία ήχου που διατίθενται στο Διαδίκτυο για λήψη σε υπολογιστή ή κινητή συσκευή, συνήθως σε μορφή σειράς, των οποίων οι νέες δόσεις μπορούν να λαμβάνονται αυτόματα από τους συνδρομητές".

Με απλά λόγια, ένα podcast είναι μια σειρά επεισοδίων σε μορφή ήχου που αποθηκεύονται σε μια πλατφόρμα φιλοξενίας podcast. Τα podcast μπορούν να χωρίζονται σε "σεζόν" όπως μια τηλεοπτική εκπομπή ή να είναι επεισοδιακά και συνεχή. Η εβδομαδιαία κυκλοφορία νέων επεισοδίων είναι η πιο τυπική, αλλά υπάρχουν επίσης καθημερινά podcasts, εβδομαδιαία podcasts κ.λπ. Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι podcasts, αλλά οι πιο δημοφιλείς είναι τα podcasts με σόλο, συνεντεύξεις, συζητήσεις, εκπαιδευτικά, μη μυθοπλαστικής αφήγησης και ειδήσεων, καθώς και το podcast θέατρο.

Το podcasting ξεκίνησε ως ένα σε μεγάλο βαθμό ανεξάρτητο μέσο για τα άτομα να διαδίδουν το μήνυμά τους και να δημιουργούν ένα δίκτυο ανθρώπων που μοιράζονται τα ενδιαφέροντά τους. Σήμερα, πολλές μεγάλες και μικρές εταιρείες, ραδιοφωνικά δίκτυα, κωμικοί και παραμυθάδες, ραδιοφωνικά δίκτυα, εκκλησίες και ιδιώτες παράγουν τα podcast τους.

Το podcasting είναι ότι η παραγωγή του είναι σχετικά εύκολη και φθηνή, ενώ η δημοτικότητα των podcasts αυξάνεται καθημερινά.

Ιστοσελίδες και ιστολόγια

Η δημιουργία ιστολογίων και ιστοσελίδων ήταν ένας από τους πρώτους τρόπους με τους οποίους το Διαδίκτυο χρησιμοποιήθηκε για να φέρει επανάσταση στην παραγωγή και την κατανάλωση μέσων ενημέρωσης. Ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα αυτού του νέου μέσου είναι η δυνατότητα δημοσίευσης των ιστολογίων και των πληροφοριών του καθενός σε ολόκληρο τον κόσμο.

Υπάρχουν αμέτρητοι διαφορετικοί τύποι ιστότοπων, όπως ιστότοποι ηλεκτρονικού εμπορίου, ειδησεογραφικοί ιστότοποι, φόρουμ και εκπαιδευτικοί ιστότοποι. Οι ιστοσελίδες περιέχουν συνήθως τόσο κείμενο όσο και άλλους τύπους μέσων.

Ένας δικτυακός τόπος χρησιμεύει συνήθως ως πλατφόρμα για τους οργανισμούς ώστε να παρουσιάζουν το περιεχόμενό τους στους καταναλωτές - να προωθούν τις υπηρεσίες, τα προϊόντα και τις δραστηριότητές τους, να προσφέρουν πληροφορίες και υποστήριξη, να επιτρέπουν στους χρήστες να επικοινωνούν μαζί τους, καθώς και να συγκεντρώνουν οπαδούς και υποστήριξη.

Τα ιστολόγια είναι ένα είδος ιστότοπου που μπορεί να διαχειρίζεται ένα άτομο ή μια μικρή ομάδα ανθρώπων. Τα ιστολόγια αποτελούνται από μεμονωμένες αναρτήσεις για πιο συγκεκριμένα θέματα στον τομέα εξειδίκευσης του ιστολογίου. Μπορούν να καλύψουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων, όπως η μόδα, η μουσική, τα ταξίδια και η γυμναστική. Το επαγγελματικό blogging έχει πρόσφατα αυξήσει τη δημοτικότητά του ως μέσο εισοδήματος από το διαδίκτυο. Αξίζει να αναφερθεί, ότι τα ιστολόγια συνήθως παρουσιάζουν προσωπικές εμπειρίες και τεχνογνωσία, επομένως ενδέχεται να περιλαμβάνουν και να προβάλλουν μεροληπτικές απόψεις.

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένας συλλογικός όρος για ιστότοπους και εφαρμογές που εστιάζουν στην επικοινωνία, την κοινοτική συνεισφορά, την αλληλεπίδραση, την ανταλλαγή περιεχομένου και τη συνεργασία. Με άλλα λόγια, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι κάθε ψηφιακή τεχνολογία που επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργούν και να μοιράζονται άμεσα πληροφορίες με το κοινό. Έτσι, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένα ισχυρό μέσο επικοινωνίας, με ευρεία επιρροή τόσο στις πόλεις όσο και στις απομακρυσμένες περιοχές.

Ωστόσο, η ορολογία που περιβάλλει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συχνά επικαλύπτεται με εκείνη των κοινωνικών δικτύων. Στην πραγματικότητα, η έννοια του κοινωνικού δικτύου υπήρχε πολύ πριν από την εποχή του διαδικτύου, αναφερόμενη σε μια ομάδα ατόμων που μοιράζονται κάποια μορφή σύνδεσης ή οικειότητας. Επί του παρόντος, οι όροι "ιστότοπος κοινωνικής δικτύωσης" ή "υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης" μπορεί να φαίνονται κάπως ξεπερασμένοι, αλλά ουσιαστικά περιλαμβάνουν τις ίδιες λειτουργίες με τα "κοινωνικά μέσα". Καθώς τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος των κυρίαρχων μέσων ενημέρωσης, ο ακριβής ορισμός τους παραμένει πρόκληση λόγω της παρουσίας εξαιρέσεων που αψηφούν την κατηγοριοποίηση. Αυτό που τα ξεχωρίζει είναι ο διαδραστικός τους χαρακτήρας, διευκολύνοντας την αμφίδρομη επικοινωνία. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης περιλαμβάνουν πλατφόρμες που έχουν σχεδιαστεί για σκοπούς κοινωνικής δικτύωσης.

Υπάρχουν πολλοί διαφορετικοί τύποι μέσων κοινωνικής δικτύωσης και παρέχουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών- οι κατηγορίες και τα παραδείγματα μερικών από αυτά παρουσιάζονται παρακάτω:

Τύπος	Πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης	Σκοπός
Πλατφόρμες ήχου	Clubhouse, Twitter Spaces, Spotify	Ακούστε ζωντανές συζητήσεις για συγκεκριμένα θέματα
Πλατφόρμες βίντεο	YouTube, TikTok, Instagram Stories and Reels, Facebook Watch	Παρακολουθήστε βίντεο μικρής και μεγάλης διάρκειας
Εξαφάνιση περιεχομένου	Snapchat, Instagram Stories, Facebook Stories, LinkedIn Stories	Στείλτε σύντομα μηνύματα ιδιαιτέρως και δημοσιεύστε εύκολα, στιγμιαίο περιεχόμενο για όλους τους οπαδούς σας που διαρκεί για 24 ώρες.
Φόρουμ συζητήσεων	Reddit, Quora	Συζητήστε και συζητήστε, δικτυωθείτε, σχηματίστε κοινότητες γύρω από ένα θέμα και ανταλλάξτε απόψεις για θέματα που σχετίζονται με το διαδίκτυο.
Πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης με δυνατότητα αγορών	Pinterest Product Pins, Facebook Shops, Instagram Shops,	Έρευνα και αγορά προϊόντων απευθείας από εταιρείες μέσω πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης

	TikTok, Shopify, Douyin, Taobao	
Ζωντανές ροές	Twitch, YouTube, Instagram Live Rooms, Facebook Live, TikTok	Μεταδώστε ζωντανό βίντεο στους θεατές. Αυτό κυμαίνεται από ένα άτομο που μεταδίδει αυτό που κάνει στην οθόνη μέχρι ηθικά οργανωμένα συνέδρια με πολλούς ομιλητές.
Επιχειρηματικές πλατφόρμες	LinkedIn, Twitter	Συνεργαστείτε με επαγγελματίες της ειδικότητάς σας ή με δυνητικούς πελάτες.
Κλειστές/ Ιδιωτικές κοινοτικές πλατφόρμες	Discourse, Slack, Facebook Groups	Σχηματίζοντας κοινότητες, ενδεχομένως θα πρέπει να εγγραφείτε ή να λάβετε άλλα μέτρα διαλογής για τα νέα μέλη.
Εμπνευσμένες πλατφόρμες	Pinterest, YouTube, Instagram, blogs	Σερφάρετε για πληροφορίες και βρείτε έμπνευση για οτιδήποτε, από φαγητό μέχρι ταξίδια και ψώνια και πολλά άλλα.

Σχήμα 8 - Τύποι μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Πηγή: <https://www.nfi.edu/what-is-social-media/>

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να παράγουν και να ανταλλάσσουν πληροφορίες, ιδέες, μηνύματα και περιεχόμενο μέσω διαφόρων ιστότοπων και εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι οργανισμοί έχουν τη δυνατότητα να συμμετέχουν σε άμεσες συζητήσεις με τους οπαδούς τους, καθώς και να προσελκύουν νέους οπαδούς. Το οργανικό περιεχόμενο, που περιλαμβάνει γραπτές, γραφικές ή βιντεοσκοπημένες αναρτήσεις που κοινοποιούνται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χωρίς πληρωμένη διαφήμιση, έχει τη δυνατότητα να προσεγγίσει ένα σημαντικό κοινό. Οι κυβερνητικοί φορείς χρησιμοποιούν επίσης τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να επικοινωνούν με το κοινό για να ευαισθητοποιήσουν το κοινό για οποιοδήποτε θέμα μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η διαδικτυακή επικοινωνία έχουν φέρει πληροφορίες σε ανθρώπους και ακροατήρια που προηγουμένως δεν μπορούσαν να προσεγγιστούν. Με τον τρόπο αυτό, η ευαισθητοποίηση των ανθρώπων για το τι συμβαίνει σε άλλα μέρη του κόσμου σε πραγματικό χρόνο.

Από την άλλη πλευρά, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ξεχωρίζουν επειδή είναι τόσο ευρύτατα όσο και σχετικά απεριόριστα. Υπάρχουν σημαντικά λιγότεροι περιορισμοί στο τι μπορούν να

δημοσιεύουν οι άνθρωποι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης από ό,τι στις πιο συμβατικές μορφές μέσων μαζικής ενημέρωσης, όπως οι εφημερίδες, οι ραδιοφωνικοί σταθμοί και η τηλεόραση, παρόλο που πολλές εταιρείες μέσων κοινωνικής δικτύωσης επιβάλλουν ορισμένους περιορισμούς, όπως η εξάλειψη εικόνων που απεικονίζουν βία ή γυμνό.

Εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα

Οι τεχνολογίες επαυξημένης πραγματικότητας (AR) και εικονικής πραγματικότητας (VR) εισέρχονται σε πολλές πτυχές της ζωής μας. Ενώ η Εικονική και η Επαυξημένη Πραγματικότητα ήταν αρχικά ιδιαίτερα δημοφιλείς στον κλάδο των παιχνιδιών, πλέον συναντώνται και αλλού. Οι τεχνολογίες αυτές φαίνεται να προσφέρουν τεράστια οφέλη σε διάφορους τομείς, όπως η ψυχαγωγία, η εκπαίδευση και οι ειδησεογραφικές βιομηχανίες, μεταξύ πολλών άλλων.

Οι τεχνολογίες AR και VR παρέχουν καθηλωτικές εμπειρίες στους χρήστες, κάνοντάς τους να αισθάνονται ότι είναι μέρος της δράσης. Για παράδειγμα, το κοινό μπορεί να εισέλθει βαθύτερα στο ειδησεογραφικό περιεχόμενο και να βιώσει την ειδησεογραφική ιστορία σε πρώτο πρόσωπο. Η χρήση τεχνολογιών VR και AR έχει τη δυνατότητα να αυξήσει την ικανότητα ενσυναίσθησης για τα πράγματα που συμβαίνουν σε μακρινά μέρη του κόσμου. Με άλλα λόγια, οι τεχνολογίες AR και VR είναι ικανές να προκαλέσουν συναισθήματα και εγγύτητα με το μήνυμα ή την ιστορία που μεταφέρεται. Μπορούν επίσης να ασκήσουν πίεση και να αναγκάσουν τους ανθρώπους να υπερβούν τις ζώνες άνεσής τους.

1.3 Διαφορετικοί ρόλοι των μέσων ενημέρωσης στην κοινωνία

Οι ρόλοι που διαδραματίζουν τα μέσα ενημέρωσης στην κοινωνία τα περιγράφουν καλύτερα. Μέσω των ειδήσεων, των χαρακτηριστικών και των σχολίων στον Τύπο, καθοδηγούν, ενημερώνουν και διασκεδάζουν τους αναγνώστες. Επιπλέον, δημιουργούν δράματα, ντοκιμαντέρ, εκπομπές επικαιρότητας, PSA, εκπομπές σε περιοδικά και άλλα είδη ραδιοφωνικού και τηλεοπτικού προγράμματος. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης χρησιμεύουν ως διάυλος για την προβολή φωνών, προοπτικών και τρόπων ζωής στο ευρύ κοινό.

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην προώθηση της κοινωνικής αλλαγής και στη διαμόρφωση των απόψεων και των στάσεων των ανθρώπων. Τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να αναδείξουν σημαντικές αλλαγές που έχουν αντίκτυπο στη ζωή των ανθρώπων τόσο σε κακό όσο και σε θετικό επίπεδο μέσω των ρεπορτάζ τους, καθώς και μέσω της ανάδειξης προβληματισμών που συχνά αγνοούνται και φωνών που περιθωριοποιούνται. Ο ρόλος των μέσων ενημέρωσης ως ρυθμιστής της ατζέντας επηρεάζει συχνά τον κοινωνικό διάλογο, τον τρόπο σκέψης και τις προτεραιότητες.

Επιπλέον, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης παρέχουν επίσης ψυχαγωγία στο κοινό τους. Μερικά από τα δημοφιλή μέσα ψυχαγωγίας που έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη διαμόρφωση πολιτιστικών προτύπων και αξιών είναι η μουσική, η τηλεόραση και ο κινηματογράφος. Οι άνθρωποι μπορούν να μάθουν για διάφορους πολιτισμούς, τρόπους ζωής και πεποιθήσεις μέσω των μέσων ψυχαγωγίας, τα οποία μπορούν να υποστηρίξουν την ανεκτικότητα και την ποικιλομορφία. Η απόδραση μπορεί να επιτευχθεί μέσω των μέσων ψυχαγωγίας, τα οποία επιτρέπουν στους ανθρώπους να χαλαρώσουν και να διασκεδάσουν κάνοντας ένα διάλειμμα από την κανονική τους ζωή.

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν επίσης καθοριστικό ρόλο στην εκπαίδευση. Τα ντοκιμαντέρ, τα δελτία ειδήσεων και οι διαδικτυακές πηγές των μέσων ενημέρωσης προσφέρουν εκπαιδευτικό υλικό για διάφορα θέματα, όπως η επιστήμη, η ιστορία και η πολιτική. Για όσους δεν έχουν πρόσβαση σε παραδοσιακά εκπαιδευτικά ιδρύματα, όπως σχολεία και πανεπιστήμια, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης μπορούν να αποτελέσουν σημαντική πηγή πληροφοριών.

Η θέση του παρατηρητή, ωστόσο, είναι αναμφισβήτητα ένα από τα σημαντικότερα καθήκοντα που επιτελούν τα μέσα ενημέρωσης στις σύγχρονες δημοκρατίες. Τα μέσα ενημέρωσης παρακολουθούν τον τρόπο με τον οποίο οι κυβερνήσεις αποδίδουν και ενεργούν για να

βεβαιωθούν ότι τηρούν τις υποσχέσεις και τις προσδοκίες του λαού που τις εξέλεξε. Ως αποτέλεσμα, η λειτουργία αυτή αποτελεί συχνά σημείο διαμάχης μεταξύ των μέσων ενημέρωσης, της κυβέρνησης και των θεσμών της.

Από την άλλη πλευρά, ορισμένοι επικριτές υποστηρίζουν ότι τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να προωθήσουν ψευδείς ή παραπλανητικές πληροφορίες, οι οποίες μπορεί να έχουν αρνητικές συνέπειες, όπως επιβλαβή στερεότυπα και προκαταλήψεις που προκαλούν διακρίσεις και κοινωνική ανισότητα. Οι έρευνες και τα δεδομένα που έχουν συλλεχθεί έχουν καταδείξει πώς τα μέσα ενημέρωσης μπορούν να διαιωνίσουν ιδιαίτερα τα στερεότυπα που αφορούν το φύλο, τη θρησκεία και την κουλτούρα. Για παράδειγμα, ενώ οι άνδρες συχνά παρουσιάζονται ως ισχυροί, πολυμήχανοι ηγέτες και σε άλλες θέσεις που συνδέονται με εξουσία, οι γυναίκες συχνά απεικονίζονται στους παραδοσιακούς τους ρόλους ως σύζυγοι, μητέρες και φροντιστές.

Η ικανότητα των μέσων ενημέρωσης να επιτελούν τις κύριες λειτουργίες τους εξαρτάται από πολλές μεταβλητές, σε μεγάλο βαθμό από το πολιτικό και νομικό περιβάλλον κάθε χώρας. Για παράδειγμα, υπάρχουν πολλοί οργανισμοί και προϊόντα μέσων ενημέρωσης, ποικιλία απόψεων και εύκολη πρόσβαση στην πληροφόρηση όταν το νομικό περιβάλλον είναι ευνοϊκό. Σε περιπτώσεις όπου το νομικό σύστημα είναι περιοριστικό, υπάρχει έλλειψη ποικίλων μέσων ενημέρωσης, προκατάληψη και αποκάλυπτη πολιτική ανάμειξη.

Οι λειτουργίες των μέσων ενημέρωσης επηρεάζονται επίσης από την ιδιοκτησία των μέσων ενημέρωσης. Υπάρχουν συνήθως τρεις τύποι οργανισμών μέσων ενημέρωσης: ιδιωτικοί, δημόσιοι και κρατικοί. Τις περισσότερες φορές, οι εταιρείες μέσων ενημέρωσης λειτουργούν σύμφωνα με τις ανάγκες των ιδιοκτητών τους. Τα ιδιωτικά μέσα ενημέρωσης επηρεάζονται συχνά από επιχειρηματικούς παράγοντες και παράγοντες της αγοράς.

Συνοψίζοντας, τα μέσα μαζικής ενημέρωσης διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην κοινωνία παρέχοντας πληροφορίες, ειδήσεις, ψυχαγωγία, διαφήμιση και εκπαίδευση σε ένα μεγάλο ακροατήριο. Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης έχουν σημαντική επιρροή στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης, των στάσεων και των συμπεριφορών και μπορούν επίσης να λειτουργήσουν ως μηχανισμός παρακολούθησης για την απόδοση ευθυνών στους κυβερνώντες. Η επιρροή των μέσων ενημέρωσης στην κοινωνία, ωστόσο, δεν είναι αδιαμφισβήτητη, και για να διασφαλιστεί η ευεργετική επιρροή των μέσων ενημέρωσης στην κοινωνία, είναι απαραίτητο να προωθηθούν υπεύθυνες και ηθικές πρακτικές των μέσων ενημέρωσης, καθώς και να λαμβάνεται με επιφύλαξη κάθε παρεχόμενη πληροφορία. Είναι απαραίτητο να εκπαιδεύσουμε την κοινωνία

να σκέφτεται κριτικά κατά την κατανάλωση πληροφοριών, ώστε να εντοπίζει τις ψεύτικες ειδήσεις και την προπαγάνδα.

1.4 Πώς η προπαγάνδα διαμόρφωσε την ιστορία μας - Η φιλοσοφία της νοοτροπίας των ΜΜΕ

1.4.1 Ιστορία της προπαγάνδας

Αν σκεφτούμε τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, υπάρχουν κάποιες περιπτώσεις που μας έρχονται αμέσως στο μυαλό οι ψευδείς ειδήσεις και η προπαγάνδα, ειδικά στον 21ο αιώνα.

Παρόλο που σήμερα έχουμε πρόσβαση σε ειδήσεις σε πραγματικό χρόνο από διάφορες πηγές και εργαλεία των μέσων ενημέρωσης, η πιο πρόσφατη τεχνολογία επιτρέπει επίσης τη χειραγώγηση και τις ψεύτικες ειδήσεις, κάνοντάς τες να φαίνονται τόσο επαγγελματικές και αληθινές που πολλά άτομα αδυνατούν να διακρίνουν τις ακριβείς από τις ψεύτικες πληροφορίες.

"Επαναλάβετε ένα ψέμα αρκετά συχνά και γίνεται αλήθεια", είναι ένας νόμος της προπαγάνδας που συχνά αποδίδεται στον ναζί Γιόζεφ Γκέμπελς.

Η επανάληψη πράγματι κάνει ένα γεγονός να φαίνεται πιο ακριβές, ανεξάρτητα από το αν είναι ή όχι. Μεταξύ των ψυχολόγων, το φαινόμενο αυτό είναι γνωστό ως το φαινόμενο της "ψευδαίσθησης της αλήθειας". Στα μέσα μαζικής ενημέρωσης, αναφερόμαστε σε αυτό το είδος επαναλαμβανόμενων μηνυμάτων και χειραγώγησης πληροφοριών ως "προπαγάνδα". Η προπαγάνδα είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται συχνά στα μέσα μαζικής ενημέρωσης στις μέρες μας, ωστόσο δεν είναι μια νέα έννοια. Αυτοκράτορες και κυβερνήσεις την έχουν χρησιμοποιήσει πολλές φορές κατά τη διάρκεια της ιστορίας για να υποστηρίξουν τις πεποιθήσεις και τις πράξεις τους.

Για να κατανοήσουμε πώς η προπαγάνδα διαμόρφωσε και συνεχίζει να διαμορφώνει τις κοινωνίες και τις ζωές μας, ας ξεκινήσουμε με την κατανόηση του τι είναι η προπαγάνδα. Ακολουθούν διάφοροι ορισμοί:

*"Προπαγάνδα - πληροφορίες, ιδέες, απόψεις ή εικόνες, που συχνά δίνουν μόνο το ένα μέρος ενός επιχειρήματος, τα οποία μεταδίδονται, δημοσιεύονται ή διαδίδονται με άλλο τρόπο με σκοπό να επηρεάσουν τις απόψεις των ανθρώπων"*¹⁴

*"Προπαγάνδα - πληροφορίες ή ιδέες που διαδίδονται από μια οργανωμένη ομάδα ή μια κυβέρνηση για να επηρεάσουν τις απόψεις των ανθρώπων, ιδίως με το να μη δίνουν όλα τα γεγονότα ή με το να δίνουν κρυφά έμφαση σε έναν μόνο τρόπο θεώρησης των γεγονότων."*¹⁵

*"Προπαγάνδα -προπαγάνδα, διάδοση πληροφοριών -γεγονότα, επιχειρήματα, φήμες, μισές αλήθειες ή ψέματα- για να επηρεάσει την κοινή γνώμη".*¹⁶

Οι όροι "προπαγάνδα", "παραπληροφόρηση" και "ψευδείς ειδήσεις" συχνά επικαλύπτονται ως προς την έννοιά τους. Χρησιμοποιούνται για να αναφερθούν σε μια σειρά από τρόπους με τους οποίους η ανταλλαγή πληροφοριών προκαλεί ζημιά, εκούσια ή ακούσια - συνήθως σε σχέση με την προώθηση ενός συγκεκριμένου ηθικού ή πολιτικού σκοπού ή άποψης.

Είναι δυνατόν να διακρίνουμε τρεις διαφορετικές χρήσεις των πληροφοριών που εμπίπτουν σε αυτή την κατηγορία:

- **Λανθασμένη πληροφόρηση** - ψευδείς πληροφορίες που κοινοποιούνται χωρίς πρόθεση πρόκλησης βλάβης
- **Παραπληροφόρηση** - ψευδείς πληροφορίες που μοιράζονται σκόπιμα για να προκαλέσουν βλάβη
- **Κακόβουλες πληροφορίες** - αληθινές πληροφορίες που μοιράζονται σκόπιμα για να προκαλέσουν βλάβη.

Όλα αυτά τα φαινόμενα δεν είναι καινούργια, αλλά πρόσφατα, με την ευρεία χρήση της προηγμένης τεχνολογίας των πληροφοριών και των επικοινωνιών, απέκτησαν νέα σημασία.

Συνοπτικά, προπαγάνδα είναι η περισσότερο ή λιγότερο συστηματική προσπάθεια χειραγώγησης των πεποιθήσεων, των στάσεων ή των ενεργειών άλλων ανθρώπων με τη διάδοση ψευδών, ανακριβών ή μονόπλευρων πληροφοριών, ιδεών, απόψεων ή εικόνων.

Οι προπαγανδιστές διαθέτουν συγκεκριμένους στόχους ή ένα καθορισμένο σύνολο στόχων που επιδιώκουν να επιτύχουν. Επιλέγουν σκόπιμα συγκεκριμένα γεγονότα, ιδέες και σύμβολα και τα παρουσιάζουν με τρόπους που πιστεύουν ότι θα έχουν τον μεγαλύτερο αντίκτυπο

¹⁴ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda>

¹⁵ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda>

¹⁶ <https://www.britannica.com/topic/propaganda>

προκειμένου να επιτύχουν αυτούς τους στόχους. Προκειμένου να είναι όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικοί, μπορεί επιλεκτικά να παραλείπουν ή να διαστρεβλώνουν ουσιώδεις πληροφορίες, να στρέφονται σε κατασκευές και να χρησιμοποιούν στρατηγικές για να αποσπάσουν την προσοχή του κοινού-στόχου από οτιδήποτε άλλο εκτός από τη δική τους προπαγάνδα. Ως αποτέλεσμα, μπορεί να είναι αρκετά δύσκολο να προσδιοριστεί αν μια νέα πληροφορία είναι ακριβής ή όχι.

Οι οργανισμοί αλλά και τα άτομα μπορούν να δημιουργήσουν προπαγάνδα για διάφορους λόγους, κυρίως για να προωθήσουν έναν συγκεκριμένο σκοπό, μια φιλοσοφία, μια ομάδα ή ένα πρόσωπο. Αυτό είναι που διαφοροποιεί την προπαγάνδα από την έκφραση μιας προσωπικής γνώμης ή ακόμη και μιας διχαστικής ιδέας. Η επιθυμία για μεγαλύτερη επιρροή τροφοδοτεί την προπαγάνδα.

Η προπαγάνδα και η εκπαίδευση μπορούν επίσης να διακριθούν από τη συγκριτική τους σκοπιμότητα στην επιλογή και τη χειραγώγηση. Οι εκπαιδευτικοί εργάζονται σκληρά για να παρέχουν όλες τις πλευρές ενός θέματος, συμπεριλαμβανομένων των λόγων για να πιστέψει και να απορρίψει κανείς τους ισχυρισμούς που προβάλλονται, καθώς και τα οφέλη και τα μειονεκτήματα κάθε πιθανής πορείας δράσης. Διδάσκοντας στους μαθητές τις απαραίτητες δεξιότητες κριτικής σκέψης, η εκπαίδευση τους ενθαρρύνει να συγκεντρώσουν και να αξιολογήσουν τα δικά τους στοιχεία και στη συνέχεια να λάβουν μια απόφαση σχετικά με το τι θα πιστέψουν.

Η προπαγάνδα ξεχωρίζει επίσης από την περιστασιακή συζήτηση ή τον ανοιχτό διάλογο λόγω της σκόπιμης φύσης της και της σαφούς εστίασης στη χειραγώγηση.

Ενώ μπορεί να νομίζουμε ότι η προπαγάνδα ξεκίνησε από τον 20^ο αιώνα, όταν εμφανίστηκαν και εξελίχθηκαν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, στην πραγματικότητα άρχισε πολύ νωρίτερα. Η προπαγάνδα είναι μαζί μας εδώ και πολύ καιρό, για την ακρίβεια από την αρχαία Ελλάδα. Το 480 π.Χ., ο Θεμιστοκλής, ένας διάσημος Έλληνας διοικητής, χρησιμοποίησε μια στρατηγική εκστρατεία παραπληροφόρησης για να παρασύρει τον Πέρση ηγεμόνα Ξέρξη σε μια ναυτική σύγκρουση στα στενά της Σαλαμίνας. Το στενό πλάτος του στενού¹⁷ αποτελούσε πρόκληση για τον επεκτατικό περσικό στόλο, περιορίζοντας την ευελιξία του. Το πλεονέκτημα αυτό έπαιξε καθοριστικό ρόλο στο να μπορέσουν οι λιγότεροι Έλληνες να εξασφαλίσουν τη νίκη επί του Ξέρξη και των δυνάμεών του.

¹⁷ Στενό είναι ένα στενό πέρασμα νερού που συνδέει δύο θάλασσες ή δύο άλλες μεγάλες υδάτινες περιοχές.

Ένα άλλο καλό παράδειγμα αρχαίας προπαγάνδας είναι όταν το Βατικανό απάντησε στις μεταρρυθμιστικές προσπάθειες του Μαρτίνου Λούθηρου ξεκινώντας μια στρατηγική επικοινωνιακή εκστρατεία κατά τη διάρκεια της Αντιμεταρρύθμισης. Ο πρωταρχικός στόχος ήταν να ενισχυθεί το κύρος της Καθολικής Εκκλησίας και η εκστρατεία αποδείχθηκε εξαιρετικά αποτελεσματική για την επίτευξη αυτού του στόχου.

Υπάρχουν αρκετά παραδείγματα από την παλαιότερη ιστορία, ωστόσο η σύγχρονη προπαγάνδα ξεκίνησε τον περασμένο αιώνα και αναπτύχθηκε ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια των δύο παγκοσμίων πολέμων.

Η παγκόσμια προπαγάνδα χρησιμοποιήθηκε και στους δύο Παγκόσμιους Πολέμους. Σε αυτούς τους πολέμους συμμετείχαν ολόκληρα έθνη και όχι απλώς επαγγελματικοί στρατοί που εμπλέκονταν σε θανατηφόρες συγκρούσεις. Κατά τη διάρκεια αυτών των πολέμων, η προπαγάνδα χρησιμοποιήθηκε για να υποκινήσει τη δυσαρέσκεια κατά του εχθρού, να πείσει τον πληθυσμό ότι ο σκοπός ήταν δικαιολογημένος, να στρατολογήσει νέους στρατιώτες, να προσελκύσει την ενεργό υποστήριξη και συνεργασία ουδέτερων εθνών και να ενισχύσει την υποστήριξη των συμμάχων κατά τη διάρκεια αυτών των πολέμων.

Πολυάριθμες προπαγανδιστικές αφίσες και ειδήσεις από τον Πρώτο και τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο, όπως οι παρακάτω, εμφανίστηκαν εκείνη την περίοδο:



Σχήμα 9 - Προπαγανδιστική αφίσα κατά τη διάρκεια του Α' Παγκοσμίου Πολέμου. Πηγή: <https://www.metmuseum.org/>



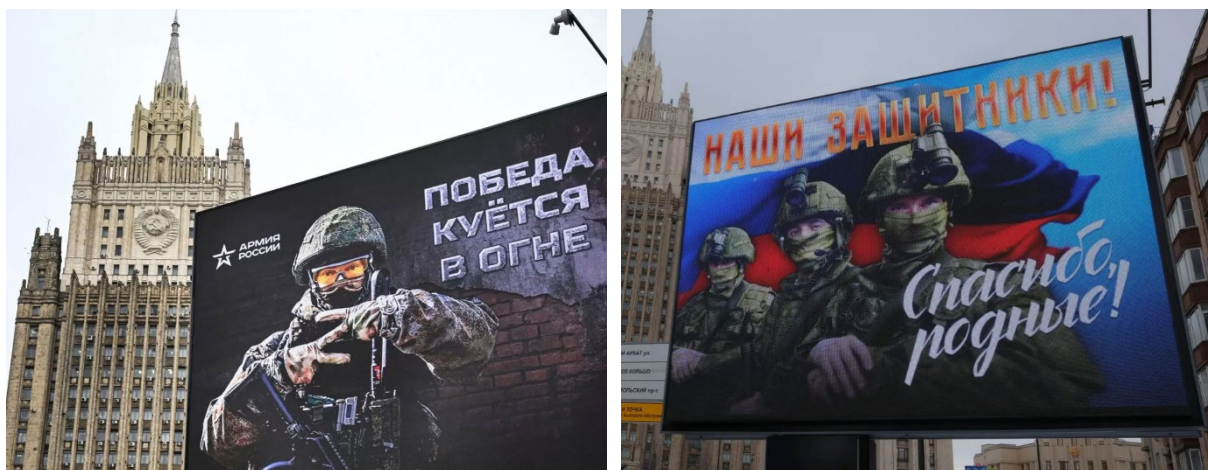
Σχήμα 10 - Προπαγανδιστική αφίσα "Uncle Sam calls" κατά τη διάρκεια του Α' και Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Πηγή: <https://en.wikipedia.org/>

Κατά τη διάρκεια και των δύο Παγκόσμιων Πολέμων, όλες οι συμμετέχουσες δυνάμεις και τα κράτη προσπάθησαν να προσεγγίσουν τους πολίτες των χωρών τους για να τους χειραγωγήσουν και να τους εμπλέξουν στον πόλεμο, καθώς και να συγκεντρώσουν υποστηρικτές από άλλα έθνη. Εξετάζοντας τις αφίσες των πολέμων του περασμένου αιώνα, μπορούμε να δούμε ότι υπήρχε "θετική" και "αρνητική" προπαγάνδα. Για τη θετική προπαγάνδα, το "I Want You for US Army" (εικόνα 10) του θείου Σαμ είναι ένα πολύ γνωστό παράδειγμα. Το οπτικό υλικό απεικόνιζε τις ευνοϊκές πτυχές του πολέμου, με στόχο την ενίσχυση της πολεμικής προσπάθειας, παρουσιάζοντας θαρραλέους, αξιόπιστους και ταπεινούς στρατιώτες στην πρώτη γραμμή, καθώς και απεικονίζοντας ειρηνικές και ενάρετες οικογένειες εντός της πατρίδας. Οι εικόνες αυτές αποσκοπούσαν στο να δημιουργήσουν ενσυναίσθηση για την αιτία του πολέμου και να τον παρουσιάσουν υπό λιγότερο οδυνηρό πρίσμα. Επιπλέον, ο πατριωτισμός και ο εθνικισμός χρησιμοποιήθηκαν ως εργαλεία για την προώθηση συγκεκριμένων πολιτικών προγραμμάτων.

Για την πλευρά της αρνητικής προπαγάνδας, μια αφίσα από τον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο (εικόνα 9) αποτελεί τέλειο παράδειγμα. Αυτές και παρόμοιες εικόνες χρησιμοποιήθηκαν

στρατηγικά για να αποανθρωποποιήσουν τον εχθρό και να προκαλέσουν εχθρότητα απέναντί του. Ο στόχος ήταν να παρουσιαστούν οι ανταγωνιζόμενες χώρες ως επικίνδυνοι εχθροί, αλλά όχι σε σημείο εκφοβισμού. Ο εχθρός απεικονιζόταν ως θανατηφόρος και τρομακτικός, καθώς και ως αδύναμος και ανίκανος ταυτόχρονα.

Δυστυχώς, ο 21οςst αιώνας δεν αποτελεί εξαίρεση όσον αφορά την πολεμική προπαγάνδα. Ο πόλεμος μεταξύ Ουκρανίας και Ρωσίας έχει πυροδοτήσει ένα νέο κύμα πολεμικής προπαγάνδας. Εκτός από τις νέες τεχνικές προπαγάνδας που διατίθενται από τις νέες τεχνολογίες, οι αφίσες χρησιμοποιούνται επίσης για τους ίδιους λόγους - υποκίνηση της δυσαρέσκειας κατά του εχθρού, πειθώ στον πληθυσμό ότι ο σκοπός ήταν δικαιολογημένος και πρόσκληση των ανθρώπων να καταταγούν στο στρατό. Πολλές από τις μεγαλοποιημένες αφηγήσεις που κυκλοφόρησαν μεταξύ 1914 και 1919 εξακολουθούν να χρησιμοποιούνται και τώρα. Μερικά παραδείγματα της "θετικής" προπαγάνδας που ρομαντικοποιεί και δοξάζει την παρουσίαση θαρραλέων στρατιωτών, μπορείτε να δείτε παρακάτω:



Σχήμα 11 - Ρωσικές προπαγανδιστικές αφίσες το 2022. Πηγή: <https://cepa.org/>

Ωστόσο, αν και διατηρεί κάποιες από τις τεχνικές και τα εργαλεία της, όπως βλέπουμε παραπάνω, η προπαγάνδα έχει εξελιχθεί σημαντικά στον 21οst αιώνα. Αυτό οφείλεται κυρίως στην ψηφιοποίηση, τις νέες ψηφιακές τεχνολογίες και τα διαθέσιμα ψηφιακά μέσα. Στον 21ο αιώνα, η προπαγάνδα διαδίδεται σε μεγάλο βαθμό μέσω των ειδήσεων, του Διαδικτύου και των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης. Η σύγχρονη προπαγάνδα μπορεί να πάρει πολλές μορφές, από τα mainstream memes μέχρι τις κομματικές ειδήσεις.

Σήμερα, οι παραδοσιακές μορφές προπαγάνδας, όπως οι αφίσες, τα φυλλάδια και οι ραδιοφωνικές εκπομπές, έχουν αντικατασταθεί από ψηφιακά οπτικά μέσα που μπορούν να

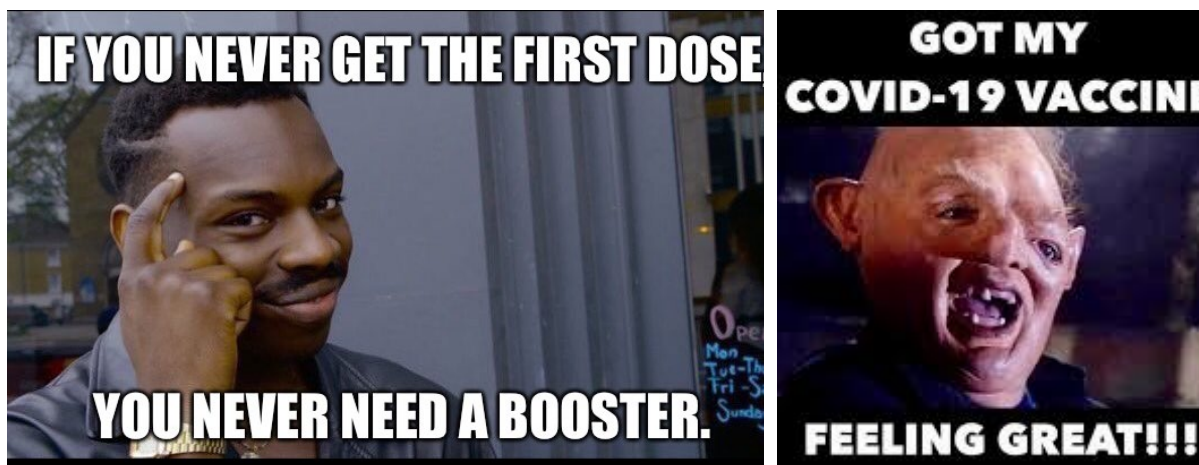
δημιουργηθούν γρήγορα, να μεταφέρουν ισχυρά πολιτικά μηνύματα και να διαδοθούν εύκολα σε διάφορες πλατφόρμες, συχνά με τη μορφή μιμίδων. Αυτά τα ψηφιακά τεχνουργήματα διαθέτουν τη δυνατότητα να προκαλέσουν μεγαλύτερη ζημιά σε σύγκριση με τις αντίστοιχες αφίσες πριν από χρόνια. Τα πολιτικά μιμίδια, τα οποία μοιράζονται συχνά από άτομα του οικογενειακού σας δικτύου σε πλατφόρμες όπως το Facebook, το Instagram κ.λπ. είναι σχεδιασμένα για να χειραγωγούν τις σκέψεις και το υποσυνείδητο των θεατών, ενώ απομυθοποιούν όσους έχουν αντίθετες απόψεις. Σε ορισμένες περιπτώσεις, αυτά τα μιμίδια μπορεί να διαδίδουν ψευδείς πληροφορίες ή παραπλανητικά στατιστικά στοιχεία προκειμένου να προωθήσουν τους αντίστοιχους σκοπούς τους.¹⁸

Τα ψηφιακά μέσα και τα μιμίδια μπορούν να είναι πιο επικίνδυνα από την προπαγάνδα των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης. Ο κίνδυνος που σχετίζεται με τα μιμίδια προέρχεται από την αποκεντρωμένη φύση τους, καθώς δεν κατευθύνονται ή δεν διαχειρίζονται πλέον από μία μόνο φιγούρα (πρόσωπο ή αρχή) με στόχο την προώθηση του δημόσιου συμφέροντος. Τα μιμίδια μπορούν να κοινοποιηθούν εκτενώς από οποιονδήποτε και να διαδοθούν γρήγορα σε πραγματικό χρόνο, έχοντας τη δυνατότητα να γίνουν viral μέσω μαζικής επαναδιανομής.

Η προπαγάνδα εξαπλώνεται επίσης όσον αφορά τους τομείς στους οποίους χρησιμοποιείται. Δεν αφορά πλέον μόνο τον πόλεμο και την πολιτική. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας χρησιμοποίησε τον όρο "infodemic" για να χαρακτηρίσει τον κατακλυσμό πληροφοριών που έπρεπε να φιλτράρουν οι άνθρωποι προκειμένου να λάβουν αποφάσεις σχετικά με την υγεία και την ασφάλειά τους κατά τη διάρκεια της πανδημίας του κοροναϊού. Η προπαγάνδα συναντάται στην ψυχαγωγία, την εκπαίδευση και τη διαχείριση της κοινής γνώμης, όπου οι ιδέες σχετικά με τον ηθικό χαρακτήρα και τις ηθικές αξίες ενσωματώνονται στον ιστό του πολιτισμού.¹⁹

Ορισμένα παραδείγματα μιμίδων που χρησιμοποιούνται για την "infodemic" προπαγάνδα μπορείτε να δείτε παρακάτω.

¹⁹ <https://www.porchlightbooks.com/blog/changethis/2020/propaganda-education>



Σχήμα 12 - Προπαγανδιστικά μινιμάρια για το COVID-19. Συγγραφέας: άγνωστος

Πολλοί άνθρωποι εργάζονται σήμερα για τη δημιουργία αποτελεσματικής προπαγάνδας. Χρησιμοποιείται από τους πολιτικούς ηγέτες σε όλο τον κόσμο για να επηρεάσουν την κοινή γνώμη. Πολιτικοί, κυβερνητικοί αξιωματούχοι και ηγέτες άλλων εθνών έχουν όλοι δυσφημιστεί χρησιμοποιώντας συνωμοσίες και ψέματα. Οι προπαγανδιστές χρησιμοποιούν περιστασιακά την οργή ή την αγανάκτηση για να τραβήξουν την προσοχή. Άλλες φορές, επαναλαμβάνουν απλά συνθήματα μέχρι να μετατραπουν σε αξιομνημόνευτα κλισέ. Άλλοι χρησιμοποιούν πιο προηγμένες μεθόδους. Οι διαδικτυακές προσπάθειες χειραγώγησης που εξαπατούν τους δημοσιογράφους ώστε να δημοσιεύουν ψευδείς πληροφορίες μπορούν να αποδοθούν στις ικανότητες των ειδικών της παραπληροφόρησης. Ορισμένοι προπαγανδιστές ιδρύουν ακόμη και δεξαμενές σκέψης για να αυξήσουν την αξιοπιστία τους, δημιουργώντας μελέτες που προωθούν την ευνοούμενη άποψή τους.

Συνεπώς, δεν υπήρξε ποτέ πιο κρίσιμη στιγμή για να εκπαιδευτούμε σχετικά με τη σύγχρονη προπαγάνδα. Οι νέες ψηφιακές μορφές προπαγάνδας επηρεάζουν τόσο το κοινό όσο και τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, καθώς τα bots ενισχύουν ορισμένες ιδέες για να δημιουργήσουν μια ψευδαίσθηση δημοτικότητας και τα trolls επιτίθενται σε ανθρώπους με στόχο να φιμώσουν ή να περιθωριοποιήσουν τις ιδέες που μισούν. Μέσω της χρήσης της μηχανικής μάθησης και των αλγορίθμων εξατομίκευσης, η προπαγάνδα είναι μια επικερδής βιομηχανία. Οι ψηφιακές πλατφόρμες καθιστούν απλούστερη από ποτέ την ανάπτυξη τακτικών όπως η ανάλυση συναισθήματος, όπου οι προπαγανδιστές μπορούν να αναγνωρίζουν, να αξιολογούν και να αντιδρούν στις συναισθηματικές εκφράσεις των ανθρώπων σε συνθήκες διαδικτυακές συναντήσεις. Συνεπώς, είναι ζωτικής σημασίας να κατανοήσουμε τις διάφορες τεχνικές και τακτικές που χρησιμοποιούνται για να είμαστε σε θέση να αναγνωρίσουμε την προπαγάνδα.

1.4.2 Τεχνικές προπαγάνδας

Οι δημιουργοί της προπαγάνδας προσαρμόζουν τις πληροφορίες τους χρησιμοποιώντας τεχνικές πειθούς για να τις κάνουν πιο αξιοσημείωτες και πιστευτές. Αυτές οι στρατηγικές μπορεί περιστασιακά να βασίζονται στην αλήθεια, αλλά μπορεί επίσης να παραλείπουν ή να αλλάζουν τα γεγονότα προκειμένου να προωθήσουν τους απώτερους στόχους τους.

Το 1939, οι κοινωνικοί επιστήμονες Alfred και Elizabeth Lee ταξινόμησαν για πρώτη φορά την προπαγάνδα ως μια συλλογή επτά συχνά χρησιμοποιούμενων τεχνικών στο βιβλίο τους "The Fine Art of Propaganda". Αυτές οι επτά τεχνικές ορίστηκαν ως ονομαστικές, λαμπερές γενικότητες, μεταφορά, μαρτυρία, απλή λαϊκή, στοίβαγμα καρτών και συρφετός. Αργότερα, ο κατάλογος των τεχνικών προπαγάνδας μεγάλωσε. Μπορείτε να βρείτε τις κύριες τεχνικές παρακάτω : ²⁰

Ονοματοδοσία: Ο χαρακτηρισμός περιλαμβάνει τη χρήση υποτιμητικών όρων για την περιγραφή ενός αντιπάλου ή εχθρού. Είναι μια τακτική που χρησιμοποιείται για την απαξίωση και τον εξευτελισμό ατόμων ή ομάδων καταφεύγοντας σε προσβολές αντί να εμπλακούν σε ουσιαστικά επιχειρήματα ή συζητήσεις.

Επίκληση στα συναισθήματα: Η προπαγάνδα συχνά βασίζεται σε συναισθηματικές εκκλήσεις για να επηρεάσει τις απόψεις των ανθρώπων. Απευθυνόμενοι στο φόβο, το θυμό, τη συμπόνια ή άλλα συναισθήματα, οι προπαγανδιστές στοχεύουν στη δημιουργία μιας ισχυρής συναισθηματικής αντίδρασης που μπορεί να παρακάμψει την κριτική σκέψη και την ορθολογική κρίση. Αυτές οι εκκλήσεις χειραγωγούν τα συναισθήματα των ατόμων για να επηρεάσουν την υποστήριξή τους ή την αντίθεσή τους προς μια συγκεκριμένη υπόθεση ή ιδέα.

Bandwagoning: Bandwagoning είναι μια τεχνική που χρησιμοποιεί την πίεση των συνομηλίκων για να πείσει τους ανθρώπους να κάνουν κάτι. Ο προπαγανδιστής δημιουργεί την εντύπωση ότι "όλοι το κάνουν" ή ότι η πλειοψηφία υποστηρίζει μια συγκεκριμένη άποψη ή δράση. Η στρατηγική αυτή έχει ως στόχο να εκμεταλλευτεί την επιθυμία των ατόμων να συμμορφωθούν και να είναι μέρος της αντιλαμβανόμενης πλειοψηφίας, επηρεάζοντάς τα να ευθυγραμμιστούν με την κοινή γνώμη.

Τακτικές εκφοβισμού: Οι τακτικές εκφοβισμού χρησιμοποιούνται για να τρομάξουν τους ανθρώπους ώστε να υποστηρίξουν έναν συγκεκριμένο σκοπό ή να προβούν σε μια συγκεκριμένη ενέργεια. Δίνοντας έμφαση σε πιθανές απειλές, κινδύνους ή τρομερές συνέπειες,

²⁰ <https://www.verywellmind.com/how-does-propaganda-work-5224974>

οι προπαγανδιστές στοχεύουν να ενσταλάξουν φόβο και άγχος, παρακινώντας τα άτομα να υποστηρίξουν την ατζέντα τους ή να συμμορφωθούν με τις απαιτήσεις τους.

Χειραγώγηση πληροφοριών: Η χειραγώγηση των πληροφοριών περιλαμβάνει τη διαστρέβλωση ή την παραποίηση των γεγονότων για να επηρεαστεί η γνώμη των ανθρώπων. Οι προπαγανδιστές επιλέγουν επιλεκτικά και παρουσιάζουν τις πληροφορίες με μεροληπτικό τρόπο που ευθυγραμμίζεται με την επιθυμητή αφήγηση. Χειραγωγώντας γεγονότα, στατιστικές ή γεγονότα, επιδιώκουν να διαμορφώσουν την αντίληψη του κοινού και να ελέγξουν την αφήγηση γύρω από ένα ζήτημα ή μια κατάσταση.

Χρήση ψευδών στατιστικών στοιχείων: Η χρήση ψευδών ή παραπλανητικών στατιστικών στοιχείων είναι μια κοινή τεχνική προπαγάνδας. Οι στατιστικές σκόπιμα παραποιούνται ή κατασκευάζονται για να εξαπατήσουν το ακροατήριο και να ενισχύσουν το επιχείρημα του προπαγανδιστή. Παρουσιάζοντας ανακριβή στοιχεία, οι προπαγανδιστές στοχεύουν να χειραγωγήσουν την αντίληψη του κοινού και να επηρεάσουν τις απόψεις υπέρ τους.

Δίνοντας μη ρεαλιστικές υποσχέσεις: Η παροχή μη ρεαλιστικών υποσχέσεων είναι μια άλλη κοινή τεχνική που χρησιμοποιείται στην προπαγάνδα. Οι προπαγανδιστές απευθύνονται στις προσδοκίες και τις επιθυμίες των ανθρώπων προσφέροντας μεγαλεπήβολες υποσχέσεις ή εγγυήσεις. Ωστόσο, οι υποσχέσεις αυτές είναι συχνά ανεφάρμοστες ή αδύνατο να πραγματοποιηθούν, χρησιμεύοντας απλώς ως ρητορικά μέσα για να κερδίσουν την υποστήριξη ή την εμπιστοσύνη.

Χρήση συμβόλων: Τα σύμβολα χρησιμοποιούνται συχνά στην προπαγάνδα για να αναπαραστήσουν μια ιδέα ή έννοια. Χρησιμοποιώντας ισχυρά σύμβολα, όπως σημαίες, εικονίδια ή χειρονομίες, οι προπαγανδιστές αξιοποιούν τα υπάρχοντα συναισθήματα και συνειρμούς για να προκαλέσουν την επιθυμητή αντίδραση. Τα σύμβολα μπορούν να αποτελέσουν ισχυρά εργαλεία για τη μετάδοση μηνυμάτων και τη συσπείρωση υποστήριξης πίσω από έναν σκοπό ή ηγέτη.

Συνθήματα: Τα σλόγκαν είναι σύντομες, πιασάρικες φράσεις που χρησιμοποιούνται για να συνοψίσουν μια ιδέα ή έννοια. Έχουν σχεδιαστεί για να είναι αξιομνημόνευτα και να επαναλαμβάνονται εύκολα, χρησιμεύοντας ως αποτελεσματικά εργαλεία για τη διάδοση προπαγανδιστικών μηνυμάτων. Τα σλόγκαν έχουν ως στόχο να συμπυκνώσουν την ουσία μιας εκστρατείας ή ιδεολογίας, δημιουργώντας μια απλή και συναρπαστική κραυγή συσπείρωσης για τους υποστηρικτές.

Απλοί άνθρωποι: Η έκκληση των απλών ανθρώπων είναι μια τεχνική που χρησιμοποιεί μέσους, καθημερινούς ανθρώπους για να υποστηρίξουν ένα προϊόν, έναν υποψήφιο ή μια ιδέα. Με την προβολή συγκρίσιμων ατόμων σε προπαγανδιστικό υλικό, όπως διαφημίσεις ή μαρτυρίες, οι προπαγανδιστές στοχεύουν να δημιουργήσουν μια αίσθηση εμπιστοσύνης και οικειότητας. Η πρόθεση είναι να πεισθεί το κοινό ότι ο προωθούμενος σκοπός ή το πρόσωπο ευθυγραμμίζεται με τις αξίες και τα συμφέροντα των απλών πολιτών.

Μαρτυρίες: Οι μαρτυρίες είναι εγκρίσεις από διάσημους ή σεβαστούς ανθρώπους. Αξιοποιώντας την επιρροή και την αξιοπιστία γνωστών προσώπων, οι προπαγανδιστές επιδιώκουν να επηρεάσουν την κοινή γνώμη και να κερδίσουν την εμπιστοσύνη για τον σκοπό ή το προϊόν τους. Οι μαρτυρίες μπορεί να κυμαίνονται από εγκρίσεις διασημοτήτων μέχρι γνώμες ειδικών, προσθέτοντας ένα πειστικό στοιχείο στο προπαγανδιστικό μήνυμα.

Μεταφορά: Η μεταφορά είναι μια τεχνική που χρησιμοποιεί θετικούς συνειρμούς για να κάνει ένα αντικείμενο ή πρόσωπο να φαίνεται πιο ευνοϊκό. Συνδέοντας μια επιθυμητή έννοια ή ιδιότητα με κάτι ή κάποιον που ήδη χαίρει μεγάλης εκτίμησης, οι προπαγανδιστές στοχεύουν να μεταφέρουν τα θετικά συναισθήματα που συνδέονται με την υπάρχουσα οντότητα στην προωθούμενη υπόθεση ή το άτομο. Η τεχνική αυτή αξιοποιεί τα υπάρχοντα θετικά συναισθήματα ή συσχετισμούς για να ενισχύσει την ελκυστικότητα του προπαγανδιστικού μηνύματος.

Στοιβάγμα καρτών: Η στοιβάξη καρτών είναι μια τεχνική που παρουσιάζει μόνο πληροφορίες που είναι ευνοϊκές για το πρόσωπο ή το πράγμα που προωθείται. Περιλαμβάνει την επιλεκτική προβολή θετικών πτυχών, επιτευγμάτων ή μαρτυριών, ενώ παραλείπονται ή υποβαθμίζονται σκόπιμα τυχόν αρνητικές πληροφορίες. Αυτή η μονόπλευρη παρουσίαση διαστρεβλώνει τη συνολική εικόνα και χειραγωγεί την αντίληψη του κοινού υπέρ της ατζέντας του προπαγανδιστή.

Λαμπερές γενικότητες: Οι λαμπερές γενικότητες είναι λέξεις ή φράσεις που έχουν θετική χροιά αλλά δεν έχουν συγκεκριμένο νόημα ή ουσία. Είναι ασαφείς και συναισθηματικά ελκυστικοί όροι που έχουν σχεδιαστεί για να προκαλέσουν θετικά συναισθήματα χωρίς να παρέχουν σαφείς ορισμούς ή εξηγήσεις. Οι αστραφτερές γενικότητες αποσκοπούν στη δημιουργία μιας ευνοϊκής εντύπωσης χωρίς να εξετάζουν τα ουσιαστικά ζητήματα ή επιχειρήματα που υπάρχουν.

Στερεοτυπία: Στερεοτυποποίηση: Η στερεοτυποποίηση είναι μια τεχνική που χρησιμοποιεί υπεραπλουστευμένα και συχνά ανακριβή στερεότυπα για να περιγράψει έναν

αντίπαλο ή εχθρό. Οι προπαγανδιστές χρησιμοποιούν προκατασκευασμένες αντιλήψεις και γενικεύσεις για ορισμένες ομάδες ή άτομα για να δημιουργήσουν αρνητικές αντιλήψεις. Ζωγραφίζοντας με μια ευρεία πινελιά, επιδιώκουν να δαιμονοποιήσουν ή να απαξιώσουν την αντίπαλη πλευρά, επικαλούμενοι υπάρχουσες προκαταλήψεις και προκαταλήψεις.

Έφεση σνομπ: Είναι μια τεχνική που χρησιμοποιεί την ιδέα της αποκλειστικότητας για να κάνει κάτι να φαίνεται πιο επιθυμητό. Δημιουργώντας μια εντύπωση ανωτερότητας ή πολυτέλειας, οι προπαγανδιστές στοχεύουν να προσελκύσουν άτομα που φιλοδοξούν να είναι μέλη μιας ελίτ ή μιας αποκλειστικής ομάδας. Η σνομπ απήχηση επιδιώκει να συνδέσει ένα προϊόν, μια ιδέα ή έναν υποψήφιο με κύρος και επιθυμητότητα, καθιστώντας το πιο ελκυστικό για ορισμένα τμήματα του πληθυσμού.

Φορτωμένη γλώσσα: Η φορτισμένη γλώσσα είναι μια γλώσσα που είναι φορτισμένη με συναίσθημα ή νόημα. Περιλαμβάνει τη χρήση λέξεων, φράσεων ή συνθημάτων που φέρουν ισχυρούς συναισθηματικούς συνειρμούς για να επηρεάσουν την αντίληψη και την αντίδραση του ακροατηρίου. Η φορτισμένη γλώσσα αποσκοπεί στην πρόκληση συγκεκριμένων συναισθημάτων ή αντιδράσεων και μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη χειραγώγηση της κοινής γνώμης με τη διαμόρφωση θεμάτων υπό συγκεκριμένο πρίσμα.

Λέξεις νυφίτσα: Οι λέξεις-νυφίτσες είναι λέξεις ή φράσεις που έχουν σχεδιαστεί για να παραπλανήσουν ή να εξαπατήσουν τους ανθρώπους. Είναι σκόπιμα διφορούμενες, ασαφείς ή παραπλανητικές, επιτρέποντας στον ομιλητή ή τον συγγραφέα να προβάλλει ισχυρισμούς ή δηλώσεις διατηρώντας εύλογη άρνηση ή αποφεύγοντας την άμεση ευθύνη. Οι λέξεις-νυφίτσα δημιουργούν μια ψευδαίσθηση αξιοπιστίας ή βεβαιότητας, ενώ αποκρύπτουν το πραγματικό νόημα ή την πρόθεση πίσω από το μήνυμα.

Αυτές οι τεχνικές προπαγάνδας χρησιμοποιούνται συνήθως για να διαμορφώσουν την κοινή γνώμη, να επηρεάσουν τη λήψη αποφάσεων και να χειραγωγήσουν τις αντιλήψεις. Η αναγνώριση αυτών των τακτικών μπορεί να βοηθήσει τα άτομα να γίνουν πιο κριτικοί καταναλωτές πληροφοριών και να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις βάσει αντικειμενικής ανάλυσης.

1.4.3 Θετική χειραγώγηση

Μιλώντας για προπαγάνδα, οι σκέψεις πηγαίνουν αμέσως στη χειραγώγηση. Η τελευταία προκαλεί συνήθως αρνητικούς συνειρμούς με τους ανθρώπους. Ωστόσο, η χειραγώγηση μπορεί να είναι και θετικό εργαλείο, αν χρησιμοποιείται για καλό σκοπό. Υπάρχει ένα

ψυχολογικό μέσο/τεχνική που ονομάζεται "Nudge" (παρακίνηση), η οποία είναι μια στρατηγική που έχει τις ρίζες της στη συμπεριφορική επιστήμη και χρησιμοποιεί λεπτές παρεμβάσεις για να βοηθήσει τα άτομα να κάνουν βελτιωμένες επιλογές. Η θεωρία του Nudge προτείνει ότι η συμπεριφορά των καταναλωτών μπορεί να επηρεαστεί μέσω ήπιων προτροπών και θετικών ενισχύσεων. Οι υποστηρικτές της θεωρίας του "σκουντήματος" προτείνουν ότι τα στρατηγικά τοποθετημένα "σκουντήματα" μπορούν να μετριάσουν τις αποτυχίες της αγοράς, να αποφέρουν εξοικονόμηση κόστους για την κυβέρνηση, να προωθήσουν επιθυμητές συμπεριφορές και να ενισχύσουν την αποτελεσματική χρήση των πόρων. Ωστόσο, οι επικριτές υποστηρίζουν ότι τα "σπρωξίματα" μπορούν να υποστούν κατάχρηση και να εξελιχθούν σε μια μορφή κοινωνικής μηχανικής ή σε ένα μέσο για να παρασύρουν τους καταναλωτές στην αγορά περιττών αγαθών.

Στις εικόνες που ακολουθούν, μπορούμε να δούμε μερικά ενδιαφέροντα παραδείγματα σπρωξίματος, τα οποία μπορούν να είναι χρήσιμα για την κοινωνία:



Σχήμα 13 - Παραδείγματα "ωθήσεων". Πηγή: <https://blog.vantagecircle.com/nudge-theory/>

Οι παραπάνω εικόνες είναι καλά παραδείγματα για τη χειραγώγηση και τον έλεγχο της κοινωνίας με καλό τρόπο. Με τον τρόπο αυτό, μπορούμε να δούμε ότι οι διαδικασίες χειραγώγησης μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν για να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των ανθρώπων και να τους βοηθήσουν να κάνουν βελτιωμένες επιλογές, π.χ. να διαμορφώσουν πιο υγιεινές συνήθειες.

Συνολικά, στην εποχή μας είναι αδύνατο να αποφύγουμε την προπαγάνδα. Για το λόγο αυτό, είναι απαραίτητο να εξασκούμε την κριτική σκέψη για να μπορούμε να αναλύουμε τις πληροφορίες και να εξετάζουμε την αξιοπιστία, τα κίνητρα και την πηγή τους. Είναι επίσης ζωτικής σημασίας να προσεγγίζουμε την κατανάλωση ειδήσεων με στρατηγική σε αυτή την εποχή της υπερφόρτωσης πληροφοριών και να αποφεύγουμε να παίρνουμε τα πάντα τοις μετρητοίς. Με την υιοθέτηση μιας σκεπτικιστικής νοοτροπίας και την επιμέλεια στην προσπάθειά μας να ελέγχουμε τα γεγονότα, μπορούμε να εξοπλιστούμε καλύτερα για να περιηγηθούμε στη θάλασσα της παραπληροφόρησης που διαπερνά τον ψηφιακό μας κόσμο.

1.5 Από τις πυραμίδες στο Facebook - Εναλλακτική ιστορία

1.5.1 Εναλλακτική ιστορία: το επικίνδυνο υποπροϊόν των ψευδών ειδήσεων και των γεγονότων

Οι ψευδείς και παραποιημένες ειδήσεις δεν είναι κάτι καινούργιο. Από την ανάπτυξη της τυπογραφίας, ήταν μέρος της ιστορίας των μέσων ενημέρωσης για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα πριν από την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Αυτές οι αναφορές ειδήσεων οδηγούν τις πωλήσεις των ταμπλόιντ. Προσπαθώντας να μας σοκάρουν και να μας καταπλήξουν, οι τίτλοι που είναι γνωστοί ως clickbait στο διαδίκτυο πείθουν τους αναγνώστες να κάνουν κλικ προκειμένου να διαβάσουν περισσότερα.

Οι επιπτώσεις των ψευδών ειδήσεων και των δεδομένων είναι αρκετά πραγματικές. Τα ειδησεογραφικά μέσα έχουν τη δυνατότητα να επηρεάζουν την πολιτική μας, τις κυβερνήσεις μας και τις μελλοντικές πολιτικές που υιοθετούμε χρησιμοποιώντας ανακριβείς ή σκόπιμα παραπλανητικές πληροφορίες. Ωστόσο, με την πάροδο του χρόνου, η γνώση του παρελθόντος έχει την ικανότητα να διαμορφώνει τις ταυτότητες, τα έθνη, τους θεσμούς και τις προοπτικές μας για τους άλλους ανθρώπους. Κάθε προσπάθεια για την καταπολέμηση των "ψευδών ειδήσεων" πρέπει να συνοδεύεται από μια εξίσου ή ακόμη μεγαλύτερη προσπάθεια για την καταπολέμηση της "ψευδούς ή εναλλακτικής ιστορίας"²¹.

Εκτός από τις ψεύτικες ιστορίες, οι ψεύτικες ειδήσεις έχουν εξελιχθεί σε ένα πιο σοβαρό πρόβλημα, που περιλαμβάνει τη διάδοση παραπληροφόρησης για ιστορικά γεγονότα και τη

²¹ <https://www.fpri.org/article/2017/06/fake-news-fake-history/>

δημιουργία εναλλακτικής ή ψεύτικης ιστορίας. Ένα μακροχρόνιο φαινόμενο γνωστό ως "ψεύτικη ιστορία" εκδηλώνεται μπροστά στα μάτια μας. Η "πραγματική ιστορία" που αντιφάσκει με την "ψεύτικη ιστορία" έχει σταδιακά ξεθωριάσει από τη δημόσια θέα, σε αντίθεση με τις "πραγματικές ειδήσεις" που έρχονται καθημερινά αντιμέτωπες με τις "ψεύτικες ειδήσεις" στη δημόσια σφαίρα.



Σχήμα 14 - Ψευδείς ειδήσεις. Πηγή: Smithsonian.com

Η ιστορία - η αναλυτική ερμηνεία του παρελθόντος με βάση την κριτική αξιολόγηση των αποδεικτικών στοιχείων - μετασχηματίζεται από την ψηφιακή επανάσταση και τις αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας.

Σήμερα, ένα μεγάλο ποσοστό των πληροφοριών λαμβάνεται από τα ψηφιακά μέσα, δίνοντας στους δημιουργούς και τους χρήστες αυτών των πλατφορμών την εξουσία να υπαγορεύουν τι πρέπει ή δεν πρέπει να προσέξουμε. Αυτό που περνάει για ιστορία συχνά αποτελείται από θραύσματα του παρελθόντος που διαδίδονται στο διαδίκτυο, αφαιρούνται από τα συμφραζόμενα, χωρίς ανάλυση, και χρησιμοποιούνται για την προώθηση μιας πολιτικής, ιδεολογικής, εμπορικής ή προσωπικής ατζέντας. Με τον ίδιο τρόπο που αυτό το περιβάλλον έχει αλλάξει αυτό που αναφέρεται ως δημοσιογραφία και ειδήσεις, έχει αλλάξει και αυτό που αναφέρεται ως ιστορία. Καλλιεργεί ένα περιβάλλον όπου η "ψεύτικη ιστορία" μπορεί να ευδοκιμήσει.

Υπάρχουν πολλά παραδείγματα χρήσης ψευδών ειδήσεων και ψευδών δεδομένων σε όλη την ιστορία, με ένα από τα πιο αναγνωρίσιμα να αφορά τον Χριστόφορο Κολόμβο.

Οι αρχαίοι πίστευαν ότι η Γη ήταν επίπεδη και ποιος ανακάλυψε την Αμερική

Αν ρωτήσουμε τους ανθρώπους πότε πιστεύουν ότι οι πρόγονοί μας άρχισαν να πιστεύουν ότι ο κόσμος είναι στρογγυλός, οι περισσότεροι από αυτούς θα απαντούσαν πιθανότατα μεταξύ του 15ουth και του 17ουth αιώνα. Αυτό οφείλεται εν μέρει στο γεγονός ότι πολλοί από εμάς εξακολουθούν να πιστεύουν ότι ένας από τους λόγους για τους οποίους ο Χριστόφορος Κολόμβος κατευθύνθηκε δυτικά το 1492 ήταν για να αποδείξει ότι η Γη είναι στρογγυλή. Ωστόσο, αυτό είναι ψευδές. Η απόδειξη ότι η Γη ήταν σφαίρα δεν αποτελούσε προτεραιότητα για τον Κολόμβο εκείνη την εποχή, καθώς η συντριπτική πλειοψηφία των ανθρώπων το γνώριζε ήδη. Στην πραγματικότητα, ο Αριστοτέλης και άλλοι άρχισαν να προσπαθούν να προσδιορίσουν την περιφέρειά της τον πέμπτο αιώνα π.Χ.²² .

Ωστόσο, το γεγονός ότι τόσοι πολλοί άνθρωποι πιστεύουν το αντίθετο μπορεί να οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στον Αμερικανό συγγραφέα Ουάσινγκτον Ίρβινγκ, ο οποίος το 1828 δημιούργησε μια αγιογραφία του Κολόμβου που εδραίωσε τον Ιταλό εξερευνητή ως τον "ανακάλυψη" της Αμερικής (παρά το γεγονός ότι εκεί ζούσαν ήδη περίπου 60 εκατομμύρια άνθρωποι), ενώ προσπαθούσε να αποδείξει ότι η Γη ήταν στρογγυλή.

Αυτό αποδεικνύει επίσης ένα άλλο ψεύτικο ιστορικό γεγονός που οι περισσότεροι άνθρωποι τείνουν να πιστεύουν - ότι ο Χριστόφορος Κολόμβος ανακάλυψε την Αμερική. Ακόμη και πολλοί άνθρωποι εξακολουθούν να πιστεύουν ότι ο Κολόμβος ήταν ένας μεγάλος ναυτικός που ανακάλυψε την Αμερική, στην πραγματικότητα, ο Κολόμβος δεν ήταν. Υπέθεσε ότι βρισκόταν στα ανοικτά των ακτών της Κίνας ή κάπου ανατολικά της Ιαπωνίας όταν έφτασε στην Καραϊβική, επειδή είχε εκτιμήσει λανθασμένα το μέγεθος της Γης κατά περίπου 25%. Η μεταγενέστερη μεταχείρισή του σε όσους ήρθε σε επαφή ήταν τόσο βάνουση που τελικά συνελήφθη από τις ισπανικές αρχές και στάλθηκε πίσω στην Ευρώπη αλυσοδεμένος.

Επειδή ταιριάζει με την αφήγηση των γενναίων και οξυδερκών Ευρωπαίων ναυτικών που έφεραν φως στις σκοτεινές γωνιές της Γης, αποδεικνύοντας παράλληλα ότι αυτή ήταν στρογγυλή καλύτερα, πολλοί προτιμούν να πιστεύουν σε ενοποιητικούς αλλά θεμελιωδώς ψευδείς μύθους που διαστρεβλώνουν την κατανόησή μας για το παρελθόν και τους ανθρώπους που έζησαν εκεί. Μια τέτοια νοοτροπία, δυστυχώς, διαμορφώνει ηθελημένα ή αθέλητα ολόκληρο τον κόσμο.

²² <https://www.historyextra.com/period/modern/fake-history-historical-myths-lies/>

1.5.2 Ιστορική διαστρέβλωση

Προκειμένου να προωθηθούν συγκεκριμένες ιδεολογίες και στόχοι, η ιστορική διαστρέβλωση μπορεί να οριστεί ως η τροποποίηση της ιστορίας μέσω της χειραγώγησης ιστοριών, γεγονότων και δεδομένων. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την επινόηση φανταστικών γεγονότων, την αλλαγή πραγματικών γεγονότων ή την πλήρη διαγραφή συγκεκριμένων γεγονότων. Με την πάροδο του χρόνου, οι άνθρωποι που ήταν πραγματικά μάρτυρες ιστορικών γεγονότων αρχίζουν να λιγοστεύουν και η διαστρεβλωμένη εκδοχή αρχίζει να θεωρείται γεγονός.



Σχήμα 15 - Παραμόρφωση της ιστορίας. Πηγή: timesofindia.indiatimes.com

Μια σημαντική πτυχή της ιστορικής διαστρέβλωσης περιλαμβάνει τη διάδοση μύθων και ψεύτικων αφηγήσεων, προκαλώντας σκόπιμα σύγχυση σε όσους τις συναντούν και απαξιώνοντας τις καθιερωμένες ιστορικές αφηγήσεις, παρουσιάζοντάς τες ως απλές απόψεις.

Η διαδικασία της παραποίησης της ιστορίας αποδεικνύεται αποτελεσματική για τη διαγραφή ορισμένων γεγονότων από τη συλλογική μνήμη, την εξύμνηση επιλεγμένων γεγονότων και προσώπων που ευθυγραμμίζονται με τα κρατικά ιδεώδη και τη διαπόμπευση γεγονότων και προσώπων που έρχονται σε αντίθεση με αυτά τα ιδεώδη. Παρουσιάζοντας την ιστορία με τρόπο που να υποστηρίζει την ατζέντα του κράτους και ενισχύοντάς την μέσω του εκπαιδευτικού συστήματος και των μέσων ενημέρωσης, οι αντιλήψεις του γενικού πληθυσμού μπορούν να χειραγωγηθούν για να αποτρέψουν τη διαφωνία και να ενισχύσουν τα εθνικιστικά συναισθήματα.

Η ιστορική διαστρέβλωση διαστρεβλώνει τα γεγονότα και τις καθιερωμένες αφηγήσεις, οδηγώντας σε εκτεταμένη σύγχυση στην εποχή της διαδικτυακής παραπληροφόρησης. Έχει μετατραπεί σε πολιτικό εργαλείο που χρησιμοποιείται για να διαμορφώσει τις αποφάσεις και

τη συμπεριφορά του κοινού του. Οι πολιτικές και κοινωνικές συνέπειες μιας τέτοιας διαστρέβλωσης εκδηλώνονται ως αντιδιανοητισμός, συμπεριλαμβανομένης της πράξης υποτίμησης της νοημοσύνης (smart shaming), και επιθέσεις κατά των εργαζομένων στα ανθρώπινα δικαιώματα, των δημοκρατικών θεσμών και των μέσων ενημέρωσης. Οι συνέπειες αυτές αποτελούν σημαντικές απειλές για μια δημοκρατική κοινωνία.

Η παραποίηση ή η κατασκευή ιστορικών γεγονότων δεν παραπλανά μόνο τα άτομα, αλλά υπονομεύει και την κατανόηση του παρελθόντος στο σύνολό του, επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο βλέπουμε το παρόν και το μέλλον. Ενώ η παραποίηση, η άρνηση ή ακόμη και η προσπάθεια να ξαναγραφτεί η ιστορία του παρελθόντος είναι πιο εμφανής σε ανελεύθερα ή δικτατορικά καθεστάτα, οι δημοκρατικές χώρες δεν είναι επίσης απρόσβλητες από αυτό. Μερικά παραδείγματα αυτού του φαινομένου στην εποχή μας μπορείτε να βρείτε παρακάτω:

Αμερικανική ιστορία και ιθαγενείς

Υπάρχουν ενδείξεις ιστορικών στρεβλώσεων στην πρώιμη αμερικανική ιστορία, όπως διδάσκεται στα δημόσια σχολεία. Τα σχολικά βιβλία, ακόμη και τα σύγχρονα, είναι γεμάτα μύθους και υπερβολικές ιστορίες ηρώων. Αυτά τα εγχειρίδια παρουσιάζουν συχνά τους ιθαγενείς Αμερικανούς ως απολίτιστους άγριους χρησιμοποιώντας ανακριβείς πληροφορίες και προκαταλήψεις. Οι καταστροφικές συνέπειες των ασθενειών που έφεραν οι άποικοι του Παλαιού Κόσμου, των δολοφονιών και της καταναγκαστικής εργασίας, οι οποίες οδήγησαν σε μια εκτιμώμενη μείωση του πληθυσμού των ιθαγενών κατά 80% μεταξύ 1492-1650, αναφέρονται επίσης ελάχιστα.

Ομιλία του Βίκτορ Όρμπαν με τίτλο "Θα ανήκει η Ευρώπη στους Ευρωπαίους;" το 2017²³

Τον Ιούλιο του 2017, ο Ούγγρος πρόεδρος είχε εκφωνήσει ομιλία προς τους μαθητές. Η ομιλία περιείχε φλύαρα αποσπάσματα σχετικά με το πώς ένα "σχέδιο Σόρος" ήταν σε εφαρμογή για να φέρει "εκατοντάδες χιλιάδες μετανάστες κάθε χρόνο - αν είναι δυνατόν, ένα εκατομμύριο - στο έδαφος της Ευρωπαϊκής Ένωσης από τον μουσουλμανικό κόσμο". Εκτός από την υποκίνηση του μίσους προς τις άλλες θρησκείες και την προώθηση ακροδεξιών θεωριών συνωμοσίας σχετικά με την απειλή της χριστιανικής πλειοψηφίας από τη δημογραφική "αντικατάσταση", προσπάθησε επίσης να χρησιμοποιήσει την ουγγρική ιστορία για να εξυπηρετήσει την ατζέντα του. Στην ομιλία του ανέφερε ότι από τη συνθήκη του Τριανόν και μετά η Ουγγαρία δεν έχει βρεθεί τόσο κοντά όσο σήμερα στο να ανακτήσει τη ζωτικότητα

²³ <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/04/fake-news-fake-history-turkey-china-rewrite-past>

και την ισχύ της. Ο Βίκτορ Όρμπαν αναφερόταν στη συνθήκη μετά τον Πρώτο Παγκόσμιο Πόλεμο που στέρησε από την Ουγγαρία τα δύο τρίτα της επικράτειάς της. Η ιδέα του ήταν ότι η Ουγγαρία πρέπει να επιδιώξει την αποκατάσταση της ιστορικής ταπείνωσης. Λέγεται ότι η κυβέρνησή του εκδικείται για τα παράπονα του 20ούth αιώνα, καθώς διαφωνεί με την ΕΕ για τις ποσοτώσεις μετανάστευσης. Περαιτέρω διαστρεβλώσεις του Όρμπαν περιλαμβάνουν την πλήρη αλλοίωση ενοχλητικών τμημάτων της ιστορίας. Έχει αναφερθεί ότι αποκάλεσε τον Miklós Horthy, τον συνεργαζόμενο με τους Ναζί ηγέτη της Ουγγαρίας, "εξαιρετικό πολιτικό άνδρα".

Δυστυχώς, ο Βίκτορ Όρμπαν δεν είναι ο μόνος πολιτικός που διαστρεβλώνει την ιστορία για να ταιριάζει στη δική του πολιτική ατζέντα. Ένα άλλο παράδειγμα είναι ο Τούρκος πρόεδρος Ρετζέπ Ταγίπ Ερντογάν. Κατά τη διάρκεια της προεδρίας του, ο ιδρυτής της κοσμικής δημοκρατίας, ο Ατατούρκ, έχει ευτελιστεί στο σχολικό πρόγραμμα σπουδών, σε μια προσπάθεια να αντιστραφεί αυτή η κληρονομιά και να δοξαστεί το οθωμανικό παρελθόν.

Άρνηση του ολοκαυτώματος

Κατά τη διάρκεια του Ολοκαυτώματος (1941-1945) σημειώθηκε η συστηματική κρατική δίωξη και η μαζική δολοφονία των Ευρωπαίων Εβραίων από τη ναζιστική δικτατορία. Υπό την αντισημιτική κυριαρχία του Αδόλφου Χίτλερ, περίπου έξι εκατομμύρια Εβραίοι και άλλες μειονότητες σκοτώθηκαν από τους Γερμανούς κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, είτε άμεσα (με θαλάμους αερίων, για παράδειγμα) είτε έμμεσα (με λιμό, για παράδειγμα). Πρόκειται για έναν από τους πιο φρικιαστικούς "λεκέδες στην ευρωπαϊκή ιστορία".

Ωστόσο, παρά τα διαθέσιμα στοιχεία και τις πληροφορίες, συμπεριλαμβανομένων των μαρτυριών των επιζώντων, υπάρχουν άνθρωποι που προσπαθούν να ξαναγράψουν την ιστορία. Μια ερευνητική μελέτη των Ηνωμένων Εθνών και της UNESCO που δημοσιεύθηκε το 2022, αποκάλυψε την έκταση και τη φύση της άρνησης και της διαστρέβλωσης του Ολοκαυτώματος στο Facebook, το Instagram, το Telegram, το TikTok και το Twitter στα αγγλικά, γαλλικά, γερμανικά και ισπανικά. Η έκθεση διαπίστωσε ότι σχεδόν το ήμισυ του συνόλου του περιεχομένου στα δημόσια κανάλια Telegram που συζητά το Ολοκαύτωμα είτε αρνείται είτε διαστρεβλώνει την ιστορία του²⁴. Αυτό περιλαμβάνει πάνω από το 80 % των αναρτήσεων στη γερμανική γλώσσα και περίπου το 50 % των αναρτήσεων στα αγγλικά και τα γαλλικά. Οι αναρτήσεις αυτές είναι συχνά ρητά αντισημιτικές. Είναι εύκολα προσβάσιμες σε άτομα που

²⁴ Μελέτη των Ηνωμένων Εθνών και της Unesco (2022). Ιστορία υπό επίθεση: Η άρνηση του Ολοκαυτώματος και η διαστρέβλωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

αναζητούν πληροφορίες σχετικά με το Ολοκαύτωμα στην πλατφόρμα, καθώς το Telegram δεν έχει καμία πολιτική για την ανάληψη δράσης σχετικά με την άρνηση ή τη διαστρέβλωση του Ολοκαυτώματος.

Είναι σημαντικό να τονιστεί ότι ο αρνητισμός της Γενοκτονίας δεν είναι μόνο μια προσπάθεια αναίρεσης αδιαμφισβήτητων ιστορικών αληθειών, αλλά και μια επίθεση εναντίον όσων επέζησαν της γενοκτονίας και των απογόνων τους.

Συνοψίζοντας, πάντα θα υπάρχουν άνθρωποι στις κοινωνίες μας, οι οποίοι για κάποιους οικονομικούς, πολιτικούς ή άλλους "λόγους" θα προσπαθούν να διαστρεβλώνουν τα γεγονότα και να ξαναγράψουν την ιστορία. Τα ψηφιακά μέσα και οι νέες τεχνολογίες που είναι διαθέσιμες, συμπεριλαμβανομένου του τρόπου που καταναλώνουμε πληροφορίες σήμερα, τους διευκολύνουν να το κάνουν.

Ως χρήστες των μέσων ενημέρωσης, πρέπει να κατανοήσουμε μια βασική αλήθεια - η ιστορία δεν είναι η ιστορία ενός παντογνώστη, απεγάδιαστου ήρωα που έκανε πάντα το σωστό, ούτε μια δοξασμένη βόλτα σε ένα πάρκο όπου σταματάμε να θαυμάζουμε αγάλματα προ πολλού νεκρών μορφών. Η ιστορία υποτίθεται ότι φέρει ένα ηθικό στοιχείο. Είναι μια καταγραφή τόσο των καλών όσο και των κακών, των υψηλών και των χαμηλών σημείων της ιστορίας μας, των νικών και των τραγωδιών. Η ιστορία χρησιμεύει ως υπενθύμιση ότι για να προχωρήσουμε μπροστά, πρέπει πρώτα να αρχίσουμε να παραδεχόμαστε τα λάθη που έκαναν οι προηγούμενες γενιές. Η ιστορία δεν μπορεί να διαγραφεί ή να ξαναγραφτεί. Το μέλλον και ο αντίκτυπος της κοινωνίας σε αυτό, ωστόσο, μπορούν να επηρεαστούν ώστε να αποτραπεί η επανάληψη της ιστορίας.

1.5.3 Ιστορία και ηθική

Είναι αδύνατο να αγνοήσουμε την ηθική συνιστώσα της ιστορίας. Παρά τις καλύτερες προσπάθειες των ιστορικών να κατασκευάσουν ερμηνείες και αφηγήσεις που βασίζονται αποκλειστικά σε ιστορικά γεγονότα, τεκμηρίωση και πλαίσιο, ηθικές εκτιμήσεις εισέρχονται πάντα στην εικόνα.

Η ιστορία είναι επίσης εγγενώς πολιτική, επειδή οι αφηγήσεις της διαμορφώνονται από την άσκηση πολιτικής εξουσίας και την αντίσταση περιθωριοποιημένων ομάδων. Ο κλάδος της ιστορίας αναλύει επίσης τα κενά μέσα στις αφηγήσεις, ενισχύοντας συχνά τις φωνές και τις ιστορίες των μειονοτήτων και των καταπιεσμένων, οι οποίες συχνά συγκρούονται με εκείνους που κατέχουν θέσεις εξουσίας.

Η παραποίηση καθιερωμένων ιστοριών και ιστορικών αληθειών έχει σοβαρές ηθικές επιπτώσεις. Εκτός από την περαιτέρω περιθωριοποίηση των ήδη μειονεκτούντων κοινοτήτων, ιδίως των μειονοτικών ομάδων που υπήρξαν και εξακολουθούν να είναι θύματα κοινωνικής αδικίας, κανονικοποιεί και δικαιολογεί κακή συμπεριφορά όπως η κλοπή και η παραβίαση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Τελικά, η ιστορική διαστρέβλωση δικαιολογεί τα αυταρχικά καθεστάτα και τις καταχρήσεις τους, ενώ ακυρώνει τον ανθρώπινο πόνο.

Νόμιμες και διαστρεβλωμένες αφηγήσεις θα συγκρουστούν αναπόφευκτα, ιδίως σε σχέση με σκοτεινά και αμφιλεγόμενα γεγονότα του παρελθόντος, όπως αυταρχικά καθεστάτα, γενοκτονίες και συγκρούσεις. Στον σημερινό διασυνδεδεμένο κόσμο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο ως πεδίο μάχης για τη σύγκρουση των αφηγήσεων, δεδομένης της ευρείας εμβέλειας και επιρροής τους.

Η επιστήμη και η μελέτη της ιστορίας παραμένουν πιο επίκαιρες από ποτέ. Στον 21^ο αιώνα, η ιστορία ως μάθημα που διδάσκεται στα σχολεία διαδραματίζει ζωτικό ρόλο στην καλλιέργεια δεξιοτήτων κριτικής σκέψης που είναι απαραίτητες για την πλοήγηση σε έναν κόσμο γεμάτο ιστορικές διαστρεβλώσεις, διαδικτυακή παραπληροφόρηση και ανεξέλεγκτους αλγόριθμους. Μέσω της κριτικής εξέτασης, η μελέτη της ιστορίας συμβάλλει στη διάλυση των μύθων και των παρανοήσεων, ενώ παράλληλα τεκμηριώνει γεγονότα που θα πρέπει να χρησιμεύσουν ως βάση για περαιτέρω ιστορική έρευνα.

1.6 Διαστρέβλωση της ιστορίας με προκατειλημμένους ιστότοπους - Τι είναι η προκατάληψη; - θεωρία και πράξη

1.6.1 Κατανόηση της έννοιας της προκατάληψης

Για να καταλάβουμε πώς η ιστορία μας διαστρεβλώνεται από την προκατάληψη, πρέπει πρώτα να κατανοήσουμε την έννοια της προκατάληψης. Η προκατάληψη μπορεί να εξηγηθεί ως "η ενέργεια της υποστήριξης ή της εναντίωσης σε ένα συγκεκριμένο πρόσωπο ή πράγμα με άδικο τρόπο, επειδή επιτρέπεις στις προσωπικές απόψεις να επηρεάσουν την κρίση σου".²⁵

Η προκατάληψη είναι μια προδιατεθειμένη προτίμηση υπέρ ή κατά μιας έννοιας, ενός αντικειμένου, ενός προσώπου ή μιας ομάδας. Συχνά μαθαίνεται και επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από παράγοντες όπως η οικονομική κατάσταση ενός ατόμου, η φυλή, η εθνικότητα, το

²⁵ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bias>

μορφωτικό υπόβαθρο κ.λπ. Η προκατάληψη μπορεί να έχει επιζήμια επίδραση στις διαπροσωπικές και επαγγελματικές αλληλεπιδράσεις ενός ατόμου σε ατομικό επίπεδο και μπορεί να προκαλέσει άδικη ομαδική δίωξη σε κοινωνικό επίπεδο, όπως στο Ολοκαύτωμα και τη δουλεία.

Ορισμένες προκαταλήψεις, όπως η απόφαση να καταναλώνουμε μόνο τρόφιμα που είναι γνωστό ότι είναι υγιεινά ή να αποφεύγουμε όσους έχουν βλάψει σκόπιμα άλλους, είναι εποικοδομητικές και επωφελείς. Ωστόσο, τα στερεότυπα και όχι οι πραγματικές πληροφορίες για ένα άτομο ή μια κατάσταση αποτελούν συχνά τη βάση για την προκατάληψη. Τέτοιες γνωστικές συντομεύσεις, είτε είναι ωφέλιμες είτε επιβλαβείς, μπορεί να δημιουργήσουν προκαταλήψεις που οδηγούν σε βιαστικές κρίσεις ή ενέργειες που κάνουν διακρίσεις. Η δημιουργία στερεοτύπων για τους άλλους με βάση την ομάδα στην οποία ανήκουν ή ένα σταθερό φυσικό χαρακτηριστικό που έχουν, όπως το φύλο, η φυλή ή ο σεξουαλικός προσανατολισμός τους, είναι ένας κοινός ορισμός της προκατάληψης. Ωστόσο, οι άνθρωποι μπορεί να έχουν ή να μην έχουν συνείδηση των προκαταλήψεών τους. Αυτό είναι που ονομάζουμε ασυνείδητη ή σιωπηρή προκατάληψη.

Σιωπηρή ή ασυνείδητη προκατάληψη είναι όταν οι αποφάσεις κάποιου επηρεάζονται ασυνείδητα από προϋπάρχουσες πεποιθήσεις για μια συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων. Από την άλλη πλευρά, η ρητή προκατάληψη είναι όταν κάποιος γνωρίζει τις προϋπάρχουσες πεποιθήσεις του για μια συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων και λαμβάνει σκόπιμα αποφάσεις με βάση αυτές τις πεποιθήσεις. Ενώ ένα ρητά προκατειλημμένο άτομο ελέγχει τις ενέργειές του, το έμμεσα προκατειλημμένο άτομο χρειάζεται καθοδήγηση για να εξαλείψει την προκατάληψη από τη σκέψη του²⁶

Μια άλλη κατηγορία προκαταλήψεων ονομάζεται γνωστικές προκαταλήψεις. Οι γνωστικές προκαταλήψεις είναι επαναλαμβανόμενα, συστηματικά λάθη σκέψης που συμβαίνουν όταν οι άνθρωποι παρερμηνεύουν τις πληροφορίες του κόσμου γύρω τους. Οι γνωστικές προκαταλήψεις μπορούν να επηρεάσουν τον ορθολογισμό της κρίσης των ανθρώπων και να τους οδηγήσουν σε ανακριβή ή παράλογα συμπεράσματα ή αποφάσεις²⁷. Οι γνωστικές προκαταλήψεις μπορεί να είναι αιτία της ελαττωματικής μνήμης, της έλλειψης προσοχής, των φυσικών ορίων στην ικανότητα του εγκεφάλου να επεξεργάζεται πληροφορίες, των συναισθηματικών εισροών, των κοινωνικών πιέσεων, ακόμη και της γήρανσης.

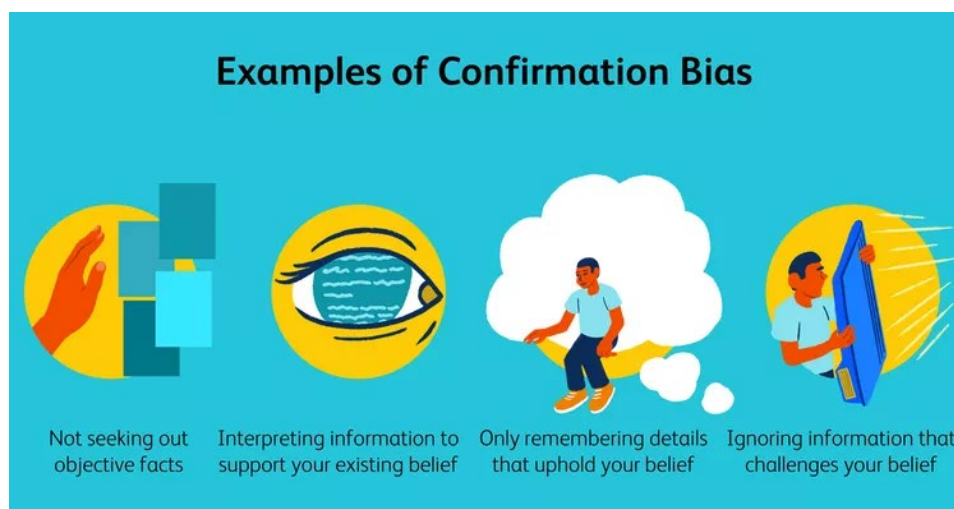
²⁶ <https://www.easylama.com/blog/difference-between-implicit-bias-and-unconscious-bias/>

²⁷ <https://cpdonline.co.uk/knowledge-base/safeguarding/types-of-bias/>

Υπάρχουν 175 διαφορετικοί τύποι γνωστικής προκατάληψης. Ωστόσο, ορισμένες από αυτές τις γνωστικές προκαταλήψεις εμφανίζονται συχνότερα από άλλες. Μερικές από τις πιο συνηθισμένες γνωστικές προκαταλήψεις είναι η προκατάληψη του παράγοντα-παρατηρητή, η προκατάληψη της αγκύρωσης, η προκατάληψη της προσοχής, η ευρετική της διαθεσιμότητας, η προκατάληψη της ιδιοτέλειας και η προκατάληψη της επιβεβαίωσης, μεταξύ άλλων.

Στο πλαίσιο των ψευδών ειδήσεων, της παραπληροφόρησης και της προπαγάνδας, η προκατάληψη επιβεβαίωσης είναι πολύ σημαντική. Η προκατάληψη επιβεβαίωσης είναι η τάση μας να επιλέγουμε πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις υπάρχουσες πεποιθήσεις ή ιδέες μας. Η μεροληψία επιβεβαίωσης εξηγεί γιατί δύο άνθρωποι με αντίθετες απόψεις για ένα θέμα μπορούν να δουν τα ίδια στοιχεία και να φύγουν νιώθοντας επικυρωμένοι από αυτά. Αυτή η γνωστική προκατάληψη είναι πιο έντονη στην περίπτωση των βαθιά ριζωμένων, ιδεολογικών ή συναισθηματικά φορτισμένων απόψεων²⁸.

Οι προκαταλήψεις επιβεβαίωσης επηρεάζουν όχι μόνο τον τρόπο με τον οποίο λαμβάνουμε πληροφορίες, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο τις αναλύουμε και τις θυμόμαστε. Οι άνθρωποι που τάσσονται υπέρ ή κατά ενός συγκεκριμένου θέματος, για παράδειγμα, όχι μόνο αναζητούν υλικό για να το υποστηρίξουν αλλά και ερμηνεύουν τα άρθρα ειδήσεων με τρόπο που να υποστηρίζει τις προκαταλήψεις τους. Επιπλέον, θα διατηρήσουν τις πληροφορίες με τρόπο που να υποστηρίζει τη στάση τους.



Σχήμα 16 - Παραδείγματα μεροληψίας επιβεβαίωσης. Πηγή: <https://www.verywellmind.com/>

28

<https://fs.blog/confirmation-bias/#:~:text=Επιβεβαίωση%20μεροληψίας%20είναι%20η%20τάση%20μας,μακριά%20αίσθημα%20επιβεβαίωσης%20από%20αυτήν.>

Υπάρχουν μερικοί διαφορετικοί τύποι μεροληψίας επιβεβαίωσης που μπορεί να εμφανιστούν. Μερικές από τις πιο συνηθισμένες περιλαμβάνουν τις ακόλουθες :²⁹

- **Μεροληπτική προσοχή** - επιλεκτική εστίαση σε πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις απόψεις μας, ενώ αγνοούμε ή προεξοφλούμε δεδομένα που δεν επιβεβαιώνουν τις απόψεις μας.
- **Μεροληπτική ερμηνεία** - συνειδητή ερμηνεία των πληροφοριών με τρόπο που να επιβεβαιώνει τις πεποιθήσεις μας.
- **Μεροληπτική μνήμη** - επιλεκτική ανάμνηση πληροφοριών που υποστηρίζουν τις απόψεις μας, ενώ ξεχνάμε ή απορρίπτουμε πληροφορίες που δεν υποστηρίζουν τις απόψεις μας.

Δυστυχώς, αυτό το είδος προκατάληψης μπορεί να εμποδίσει τους ανθρώπους να εξετάζουν τις καταστάσεις και να αξιολογούν αντικειμενικά τα μέσα ενημέρωσης. Μπορεί να επηρεάσει τις αποφάσεις τους και να οδηγήσει σε κακές ή λανθασμένες επιλογές, συμπεριλαμβανομένης της πτώσης στην προπαγάνδα και τις ψευδείς ειδήσεις.

1.6.2 Τρόποι με τους οποίους τα μέσα ενημέρωσης διαστρεβλώνουν τις πληροφορίες στην καθημερινή ζωή: Ανάλυση της μεροληψίας των μέσων ενημέρωσης

Ο όρος "μεροληψία των μέσων ενημέρωσης" αναφέρεται σε πραγματικές ή υποτιθέμενες προκαταλήψεις δημοσιογράφων και ειδησεογραφικών οργανισμών. Αντί να αναφέρεται στην προκατάληψη ενός μεμονωμένου δημοσιογράφου ή στην προκατάληψη σε μια μεμονωμένη είδηση, η προκατάληψη των μέσων ενημέρωσης αναφέρεται γενικά στη διάχυτη προκατάληψη που θέτει σε κίνδυνο την ποιότητα της δημοσιογραφίας. Τα γεγονότα που οι συντάκτες επιλέγουν να καλύψουν, τα άρθρα που επιλέγουν να δημοσιεύσουν, η οπτική γωνία από την οποία οι δημοσιογράφοι γράφουν αυτές τις ιστορίες, καθώς και η γλώσσα που χρησιμοποιούν, μπορούν όλα να επηρεαστούν από την προκατάληψη των μέσων ενημέρωσης.

Η ασυνείδητη προκατάληψη είναι παρούσα σε πολλά μέσα ενημέρωσης, η οποία συμβαίνει όταν οι δημοσιογράφοι δεν έχουν πρόσβαση σε όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται για να γράψουν ιστορίες που είναι αμερόληπτες προς όλα τα μέρη. Ωστόσο, ορισμένα μέσα ενημέρωσης περιέχουν κραυγαλέα προκατάληψη, κατά την οποία οι δημοσιογράφοι ή/και οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί επιχειρούν συνειδητά να παρουσιάσουν άτομα, ομάδες ή

²⁹ <https://www.verywellmind.com/what-is-a-confirmation-bias-2795024>

γεγονότα υπό ένα συγκεκριμένο πρίσμα, είτε για χρηματικό όφελος είτε για πολιτικούς στόχους.

Η μεροληψία των μέσων ενημέρωσης αλλάζει τη γνώμη πολλών ανθρώπων. Επηρεάζει τις πεποιθήσεις, τις αξίες, τις εκλογικές αξίες και την πολιτική θέση κάποιου, και οι πληροφορίες που μπορεί να πάρει μπορεί να είναι λανθασμένες.

Τα μέσα ενημέρωσης διαθέτουν διάφορους τρόπους και τεχνικές διαστρέβλωσης των πληροφοριών. Μερικοί από τους πιο συνηθισμένους περιγράφονται παρακάτω³⁰.

Μεροληψία λόγω παράλειψης

Η μεροληψία της παράλειψης ορίζεται ως "η προσωρινή παράλειψη μιας σελίδας από ένα άρθρο ή μια σειρά άρθρων- η αγνόηση γεγονότων που τείνουν να αντικρούουν ή να υποστηρίζουν φιλελεύθερους ή συντηρητικούς ισχυρισμούς ή πεποιθήσεις".

Μεροληψία επιλογής πηγής

Μεροληψία επιλογής πηγών σημαίνει "συμμετοχή περισσότερων πηγών που υποστηρίζουν μια άποψη έναντι μιας άλλης". Για παράδειγμα, σε μια συζήτηση σχετικά με το αν πρέπει να απαγορευτεί το κάπνισμα στα μπαλκόνια πολυκατοικιών, ένας δημοσιογράφος προσκαλεί εννέα καπνιστές και έναν μη καπνιστή. Αυτό θα είχε προφανώς ως αποτέλεσμα μια άδικη συζήτηση, καθώς η πλειοψηφία των πηγών που επιλέγονται πιθανότατα θα ήταν προκατειλημμένες όσον αφορά το θέμα.

Μεροληψία επιλογής ιστορίας

Η μεροληψία επιλογής ιστοριών είναι "ένα μοτίβο κατά το οποίο οι ειδήσεις που συμφωνούν με την ατζέντα είτε της αριστεράς είτε της δεξιάς προβάλλονται, ενώ οι ειδήσεις που συμφωνούν με την αντίθετη άποψη αγνοούνται". Ένα παράδειγμα θα ήταν η παρουσίαση μιας μελέτης που λέει ότι υπάρχει θεραπεία για τον καρκίνο, αλλά μια άλλη μελέτη έδειξε ότι η διαδικασία έχει ποσοστό επιτυχίας ένα στο εκατομμύριο. Είναι ωφέλιμο για το κοινό να ακούει ιστορίες που κάνουν τους ανθρώπους να αισθάνονται καλά, αλλά αν λένε μόνο τη μία πλευρά της ιστορίας - για παράδειγμα, πόσες φορές η διαδικασία ήταν επιτυχής - οι άνθρωποι θα διαδίδουν ψευδείς πληροφορίες.

³⁰ <https://www.allsides.com/media-bias/how-to-spot-types-of-media-bias>

Μεροληψία τοποθέτησης

Η μεροληψία τοποθέτησης είναι "ένα μέτρο του πόσο σημαντικό θεωρεί ο συντάκτης την ιστορία". Μελέτες έχουν δείξει ότι ο μέσος αναγνώστης εφημερίδας διαβάζει μόνο τον τίτλο μιας είδησης. Οι περισσότεροι άνθρωποι θα διαβάσουν τον τίτλο και θα σχηματίσουν γνώμη με βάση αυτόν, αν αργότερα στο άρθρο ο συντάκτης μπορεί να αντικρούσει τον τίτλο χρησιμοποιώντας τα στοιχεία που έχει συγκεντρώσει.

Μεροληψία τοποθέτησης απόψεων

Η μεροληψία από την τοποθέτηση απόψεων είναι ένας συναφής τύπος μεροληψίας από την τοποθέτηση. Αυτό παρατηρείται συχνά σε πολιτικές ιστορίες. Ένα ισορροπημένο κομμάτι δημοσιογραφίας θα περιλαμβάνει απόψεις τόσο από την αριστερά όσο και από τη δεξιά σε ίσο βαθμό. Εάν μια ιστορία περιλαμβάνει μόνο απόψεις από αριστερές πηγές και σχολιαστές ή τις περιλαμβάνει κοντά στην αρχή της ιστορίας/στις πρώτες παραγράφους και δεν περιλαμβάνει απόψεις από τη δεξιά ή τις θάβει στο τέλος μιας ιστορίας, αυτό αποτελεί παράδειγμα μεροληψίας από άποψη.

Μεροληψία επισήμανσης

Ένα από τα μεγαλύτερα είδη προκατάληψης χρησιμοποιείται καθημερινά από τα τηλεοπτικά μέσα ενημέρωσης. Η μεροληψία της επισήμανσης εμφανίζεται σε δύο μορφές. Η πρώτη είναι να χαρακτηρίζονται συντηρητικοί πολιτικοί και ομάδες με ακραίους χαρακτηρισμούς, ενώ δεν χαρακτηρίζονται ή χαρακτηρίζονται πιο επιεικώς, ή το αντίστροφο. Ο δεύτερος τύπος προκατάληψης επισήμανσης εμφανίζεται όταν ένας δημοσιογράφος όχι μόνο χαρακτηρίζει έναν φιλελεύθερο ως μη φιλελεύθερο ή έναν συντηρητικό ως συντηρητικό, αλλά περιγράφει επίσης το πρόσωπο ή την ομάδα με θετικούς χαρακτηρισμούς, όπως "εμπειρογνώμονας" ή "ανεξάρτητη ομάδα καταναλωτών".

Μεροληψία Spin

Η μεροληψία από το spin "συμβαίνει όταν η ιστορία περιλαμβάνει μόνο μία ερμηνεία ενός γεγονότος ή μιας πολιτικής και αποκλείει την άλλη- όλα έχουν να κάνουν με τον τόνο - είναι τα υποκειμενικά σχόλια ενός δημοσιογράφου σε αντικειμενικά γεγονότα που κάνουν την ιδεολογική οπτική της μίας πλευράς να φαίνεται καλύτερη από την άλλη".

Αυτές οι προκαταλήψεις δεν χρησιμοποιούνται μόνο από μεγάλες εταιρείες ή μόνο στην εθνική τηλεόραση, αλλά σε όλο τον κόσμο. Από τη μεγαλύτερη εταιρεία μέχρι την πιο μικρή εφημερίδα, η προκατάληψη αξιοποιείται και δημιουργεί τον κόσμο στον οποίο ζούμε σήμερα.

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης παρέχουν επίσης ένα μονόπλευρο μήνυμα στο κοινό τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν μαθηματικές φόρμουλες, αλγόριθμους, για να δημιουργήσουν μια πλατφόρμα μηνυμάτων που μπορεί να επηρεάσει τη διαδικασία σκέψης του αναγνώστη. Το δυσάρεστο με αυτές τις πληροφορίες είναι ότι στις μέρες μας οι αναγνώστες δεν λαμβάνουν όλες τις πληροφορίες που θα τους επέτρεπαν να αναπτύξουν τη δική τους ερμηνεία των πληροφοριών. Αυτό έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει μια κοινωνία ανεγκέφαλων κηφήνων που πιστεύουν μόνο ό,τι ακούν και βλέπουν.

Μαθαίνοντας πώς να εντοπίζουμε τη μεροληψία των μέσων ενημέρωσης, πώς λειτουργεί και πώς μπορεί να μας τυφλώνει, μπορούμε να αποφύγουμε να ξεγελαστούμε από τη μεροληψία των μέσων ενημέρωσης, τις ψευδείς ειδήσεις και την προπαγάνδα. Μπορούμε να μάθουμε να αναγνωρίζουμε και να εκτιμούμε διαφορετικές οπτικές γωνίες - και τελικά, να δούμε μια "ευρύτερη εικόνα".

1.6.3 Κύρια ζητήματα με την προκατάληψη των μέσων ενημέρωσης

Η μεροληψία των μέσων ενημέρωσης δημιουργεί αρκετά σημαντικά προβλήματα, αν και είναι σε κάποιο βαθμό αναπόφευκτη, ιδίως όταν συμβαίνει ασυνείδητα. Ωστόσο, είναι ζωτικής σημασίας να μην αγνοούμε τα προβλήματα που δημιουργεί. Οι κυριότερες αρνητικές συνέπειες της προκατάληψης των μέσων ενημέρωσης είναι οι εξής:

1. Μπορεί να οδηγήσει σε λογοκρισία: Όταν ένα μέσο ενημέρωσης επιλέγει συστηματικά να παραλείπει ιστορίες που δεν ευθυγραμμίζονται με τις δικές του προκαταλήψεις, αυτό μπορεί να αποτελεί μια μορφή λογοκρισίας. Κατά συνέπεια, οι καταναλωτές του εν λόγω μέσου ενδέχεται να αναπτύξουν μια στρεβλή άποψη για ορισμένα ζητήματα, καθώς δεν τους παρουσιάζεται ένα ευρύ φάσμα προοπτικών.

2. Μπορεί να έχει πολιτικά κίνητρα: Στο μάθημα "Δημοσιογραφία και Δημόσια Σφαίρα" που προσφέρεται από το Πανεπιστήμιο του Strathclyde, οι ειδικοί συζητούν πώς η πολιτική κάλυψη στα μέσα ενημέρωσης συχνά συνεργάζεται με τους επαγγελματίες της κυβερνητικής επικοινωνίας και τα πολιτικά κόμματα. Ως αποτέλεσμα, διαφορετικές εφημερίδες μπορεί να παρουσιάζουν διαφορετικές εκδοχές των γεγονότων με βάση τις πολιτικές τους απόψεις.

3. Η ακραία προκατάληψη μπορεί να μετατραπεί σε προπαγάνδα: Εάν ένα μέσο ενημέρωσης επιδεικνύει ακραία προκατάληψη υπέρ του κυβερνητικού φορέα, οι ειδήσεις που παρουσιάζονται μπορεί όχι μόνο να είναι ανακριβείς, αλλά και να χειραγωγήσουν τους καταναλωτές ώστε να αποδεχτούν αδιαμαρτύρητα τις κυβερνητικές αποφάσεις. Όταν μια τέτοια ακραία προκατάληψη εμφανίζεται σε κυβερνητικό υλικό ή μέσω ενός μόνο πρωτογενούς μέσου ενημέρωσης, μπορεί να θεωρηθεί προπαγάνδα.

4. Μπορεί να προκαλέσει διαχωρισμούς στην κοινωνία: Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε διαχωρισμούς μεταξύ των ανθρώπων όσον αφορά τις ενέργειες που πρέπει να αναλάβουν ή το πώς πρέπει να αισθάνονται για τα θέματα αυτά. Η μεροληπτική πληροφόρηση, γενικά, μπορεί να δημιουργήσει άδικες αναπαραστάσεις ατόμων ή ομάδων στην κοινωνία, με αποτέλεσμα αρνητικά στερεότυπα και άδικη μεταχείριση.

Η αναγνώριση αυτών των προβλημάτων μας βοηθά να αναπτύξουμε δεξιότητες γραμματισμού στα μέσα ενημέρωσης, επιτρέποντάς μας να αξιολογούμε κριτικά τις πληροφορίες και να επιδιώκουμε μια πιο ισορροπημένη κατανόηση των πολύπλοκων θεμάτων. Αναζητώντας ενεργά διαφορετικές απόψεις και συμμετέχοντας σε διάλογο με σεβασμό, μπορούμε να εργαστούμε προς την κατεύθυνση της γεφύρωσης των κοινωνικών διαιρέσεων και της προώθησης μιας πιο ενημερωμένης και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνίας.

1.6.4 Αναγνώριση της μεροληψίας των μέσων ενημέρωσης

Η αναγνώριση της μεροληψίας των μέσων ενημέρωσης μπορεί να επιτευχθεί μέσω διαφόρων προσεγγίσεων. Σύμφωνα με την FAIR, μια εθνική ομάδα παρακολούθησης των μέσων ενημέρωσης στις ΗΠΑ, υπάρχουν διάφορες ερωτήσεις που πρέπει να τίθενται κατά την κατανάλωση των μέσων ενημέρωσης για την αποκάλυψη των προκαταλήψεων. Ορισμένες από αυτές τις βασικές ερωτήσεις είναι οι εξής:

1. Ποιες είναι οι πηγές; Όταν διαβάζετε ένα άρθρο, ένα ιστολόγιο ή μια ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εξετάστε από πού αντλεί ο συγγραφέας τις πηγές του. Προέρχονται όλες οι πηγές αποκλειστικά από εταιρικές και κυβερνητικές οντότητες ή περιλαμβάνουν απόψεις από προοδευτικές, δημόσιου συμφέροντος, μειονοτικές ή γυναικείες φωνές;

2. Υπάρχει έλλειψη ποικιλομορφίας; Αξιολογήστε την ποικιλομορφία στο εργατικό δυναμικό ενός συγκεκριμένου μέσου ενημέρωσης σε σύγκριση με τις κοινότητες που εξυπηρετούν. Διαθέτουν ένα εύρος παραγωγών, συντακτών και διευθυντών με διαφορετικό φυλετικό υπόβαθρο, φύλο και σεξουαλικό προσανατολισμό; Μια δίκαιη εκπροσώπηση θα πρέπει να περιλαμβάνει διαφορετικά άτομα σε ηγετικές θέσεις.

3. Από ποιανού την οπτική γωνία αναφέρονται τα μέσα ενημέρωσης; Η οπτική γωνία παίζει καθοριστικό ρόλο. Συχνά, η πολιτική κάλυψη μπορεί να επικεντρώνεται στο πώς ορισμένα θέματα επηρεάζουν τους πολιτικούς ή τις εταιρείες. Για να διασφαλιστεί η δικαιοσύνη, τα μέσα ενημέρωσης θα πρέπει να παρουσιάζουν τις απόψεις εκείνων που επηρεάζονται περισσότερο από τα θέματα που συζητούνται.

4. Υπάρχουν διπλά πρότυπα; Αναζητήστε πιθανά διπλά πρότυπα εντοπίζοντας παρόμοια παραδείγματα που καλύφθηκαν από την ίδια εταιρεία μέσω ενημέρωσης ή περιπτώσεις όπου παρόμοιες ιστορίες παρουσιάστηκαν με διαφορετικό τρόπο. Για παράδειγμα, εξετάστε αν οι ιστορίες για άνδρες και γυναίκες αντιμετωπίζονται εξίσου όσον αφορά το ύφος και τον τόνο γραφής.

5. Υπάρχει έλλειψη πλαισίου; Οι ιστορίες χωρίς το κατάλληλο πλαίσιο μπορεί να παρουσιάσουν μια διαστρεβλωμένη εικόνα της κοινωνίας ή συγκεκριμένων ομάδων μέσα σε αυτήν. Για παράδειγμα, μια αύξηση των ποσοστών εγκληματικότητας σε μια συγκεκριμένη περιοχή μπορεί να αποδοθεί στην αύξηση της φτώχειας, αλλά αυτή η σύνδεση μπορεί να μην εξηγηθεί επαρκώς, οδηγώντας σε μια παραπλανητική απεικόνιση.

Μερικές άλλες ερωτήσεις που αξίζει να θέσετε:

- Επηρεάζουν τα στερεότυπα την υποβολή εκθέσεων;
- Ταιριάζουν οι τίτλοι και οι ιστορίες;
- Υπάρχει έλλειψη πλαισίου;

Θέτοντας αυτές τις ερωτήσεις, οι άνθρωποι μπορούν να αναπτύξουν μια κριτική προοπτική και να εντοπίσουν καλύτερα πιθανές προκαταλήψεις στα μέσα ενημέρωσης που καταναλώνουν. Αυτό επιτρέπει μια πιο διαφοροποιημένη κατανόηση των πληροφοριών που παρουσιάζονται και συμβάλλει στην προώθηση της παιδείας στα μέσα ενημέρωσης.

1.6.5 Αντιμετώπιση των μεροληπτικών πηγών

Ανάλυση πόρων

Κατά την ανάγνωση πηγών, ιδίως πρωτογενών πηγών, μπορεί κανείς να παρατηρήσει ότι ορισμένες από τις διατυπώσεις που χρησιμοποιεί ο συγγραφέας της πηγής είναι ακραίες ή προφανώς μονόπλευρες. Αν κάποιος το παρατηρήσει αυτό, έχει εντοπίσει μια πιθανή προκατάληψη. Καθώς οι άνθρωποι μαθαίνουν περισσότερο για την προκατάληψη, μπορούν να κάνουν ουσιαστικές κρίσεις για μια πηγή.

Για να αναλύσετε την πηγή, είναι χρήσιμο να θέσετε στον εαυτό σας τις ακόλουθες 4 ερωτήσεις:³¹

- **Ποιος δημιούργησε τον πόρο;** Είτε πρόκειται για βιβλίο, άρθρο περιοδικού, ιστότοπο ή φωτογραφία, οι πηγές επηρεάζονται από τις ιδέες του ατόμου που τις δημιούργησε. Είναι χρήσιμο να σκεφτείτε το ιστορικό των δημιουργών και κατά πόσο ο δημιουργός παρουσιάζει ολόκληρη την ιστορία.
- **Πότε δημιουργήθηκε ο πόρος;** Κάθε τύπος πόρου θα αντικατοπτρίζει την κοινωνία και την εποχή στην οποία δημιουργήθηκε. Έτσι, είναι χρήσιμο να σκεφτείτε τα γεγονότα, τους ανθρώπους και τις ιδέες - ή το ιστορικό πλαίσιο - που τον περιβάλλουν.
- **Γιατί δημιουργήθηκε ο πόρος;** Συγγραφείς, καλλιτέχνες, ιστορικοί, φωτογράφοι και άλλοι δημιουργοί χρησιμοποιούν μερικές φορές το έργο τους για να πείσουν τους ανθρώπους για μια συγκεκριμένη άποψη ή ερμηνεία μιας ιδέας ή ενός γεγονότος. Επομένως, είναι σημαντικό να επεξεργαστείτε γιατί δημιουργήθηκε ο πόρος.
- **Για ποιον δημιουργήθηκε ο πόρος;** Για ένα ευρύ φάσμα καταναλωτών, παράγονται ποικίλοι πόροι, όπως χάρτες, κυβερνητικά έγγραφα, ημερολόγια, εικόνες, ιστότοποι και υλικό μάρκετινγκ. Ως εκ τούτου, είναι ζωτικής σημασίας να εξετάσετε πώς η μορφή και το γενικό μήνυμα του πόρου έχουν επηρεαστεί από το κοινό στο οποίο απευθύνεται.

Εκτός από αυτά τα βασικά ερωτήματα, κατά την ανάλυση μιας πηγής, είναι σημαντικό να επαγρυπνούμε και για άλλους συγκεκριμένους δείκτες :³²

1. Γλώσσα της πηγής: Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στις περιπτώσεις όπου η γλώσσα που χρησιμοποιείται για την περιγραφή προσώπων ή γεγονότων εμφανίζεται υπερβολικά θετική, παραλείποντας κάθε αρνητική πτυχή. Το ίδιο ισχύει και για περιπτώσεις όπου η γλώσσα είναι υπερβολικά αρνητική, παραλείποντας να αναγνωρίσει τυχόν θετικά στοιχεία. Αυτές οι προκαταλήψεις μπορεί να υποδηλώνουν ότι ο δημιουργός της πηγής έχει μια συγκεκριμένη ατζέντα και σκοπεύει να διαμορφώσει την οπτική γωνία του κοινού ανάλογα.

2. Κενά κρίσιμων πληροφοριών: Είναι σημαντικό να αναζητήσετε τυχόν σημαντικές παραλείψεις κρίσιμων πληροφοριών που γνωρίζετε. Μια μεροληψία ή μια προσπάθεια

³¹ <https://ergo.slv.vic.gov.au/learn-skills/research-skills/select-resources/identify-bias>

³² <https://www.historyskills.com/source-criticism/analysis/bias/>

επιηρεασμού της αφήγησης με την επιλεκτική παροχή του υλικού μπορεί να είναι εμφανής εάν η πηγή παραλείπει βασικά γεγονότα ή γεγονότα που είναι κοινώς αναγνωρισμένα ως σημαντικά.

3. Λανθασμένες πληροφορίες: Εάν η πηγή παρουσιάζει πληροφορίες που είναι σαφώς λανθασμένες ή έρχονται σε αντίθεση με αποδεδειγμένα γεγονότα, αυτό μπορεί να αποτελεί σαφές σημάδι προκατάληψης ή προσπάθειας διαστρέβλωσης της αλήθειας ώστε να ταιριάζει σε μια συγκεκριμένη αφήγηση ή ατζέντα.

Η ανεύρεση οποιουδήποτε από αυτά τα σημάδια σε μια πηγή υποδηλώνει ότι ο συγγραφέας έχει μια συγκεκριμένη προκατάληψη και επιδιώκει να επηρεάσει τη γνώμη του ακροατηρίου παρουσιάζοντας τα γεγονότα με τρόπο που να υποστηρίζει αυτή την προκατάληψη. Για να αναπτύξετε μια ολοκληρωμένη αντίληψη του θέματος, είναι ζωτικής σημασίας να αξιολογείτε κριτικά τέτοιες πηγές και να λαμβάνετε υπόψη διάφορες απόψεις.

Αποδεικνύοντας ότι η πηγή είναι μεροληπτική

Αφού εντοπίσετε μεροληψία σε μια πηγή, μπορείτε να προσκομίσετε αποδεικτικά στοιχεία για να υποστηρίξετε την ύπαρξή της ακολουθώντας τα παρακάτω βήματα:

1. Επιλογή ενός άμεσου αποσπάσματος από την πηγή που δείχνει σαφώς είτε υπερβολικά θετική είτε υπερβολικά αρνητική γλώσσα. Το απόσπασμα αυτό πρέπει να παρέχει μια συγκεκριμένη απεικόνιση του τρόπου με τον οποίο η περιγραφή ενός προσώπου ή γεγονότος από τον συγγραφέα είναι μεροληπτική.
2. Ανάλυση του επιλεγμένου αποσπάσματος για να προσδιοριστεί η προοπτική που ο δημιουργός ήθελε να εμφυσήσει στο ακροατήριό του σχετικά με το θέμα. Η γλώσσα που χρησιμοποιήθηκε είχε πρόθεση να δημιουργήσει μια ευνοϊκή ή δυσμενή αντίληψη για το θέμα ή το γεγονός; Πρέπει να ληφθεί υπόψη πώς η γλώσσα και ο τόνος του δημιουργού επηρεάζουν την ερμηνεία του κοινού.
3. Μπορεί να είναι χρήσιμο να διερευνήσετε τα πιθανά κίνητρα πίσω από την προκατάληψη της πηγής. Γιατί ο συγγραφέας να έχει προσωπικό συμφέρον να παρέχει μια συγκεκριμένη άποψη; Πρέπει να ληφθούν υπόψη οι επιρροές που μπορεί να επηρέασαν την επιθυμία του δημιουργού να επηρεάσει την οπτική γωνία του κοινού, όπως οι προσωπικές πεποιθήσεις, η πολιτική πίστη ή η ατζέντα.

Είναι ζωτικής σημασίας να κατανοήσετε ότι η προκατάληψη δεν καθιστά απαραίτητα μια πηγή αναξιόπιστη ή λανθασμένη. Η γνώση των προκαταλήψεων της πηγής μας επιτρέπει να



εντοπίζουμε τα πληροφοριακά κενά και να λαμβάνουμε υπόψη άλλες απόψεις. Μπορούμε να αποκτήσουμε μια πιο εμπειριστατωμένη και μορφωμένη αντίληψη του θέματος εξετάζοντας κριτικά τις προκατειλημμένες πηγές και αναζητώντας μια ισορροπημένη οπτική μέσα από μια ποικιλία πηγών.

Αναφορές

- <http://www.differencebetween.net/technology/difference-between-social-media-and-traditional-media/>
- <https://99designs.com/blog/marketing-advertising/digital-marketing-vs-traditional-marketing/#:~:text=The%20main%20difference%20between%20digital,as%20social%20media%20or%20websites>
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bias>
- <https://dp.la/primary-source-sets/fake-news-in-the-1890s-yellow-journalism>
- <https://edubirdie.com/examples/ways-the-media-distorts-the-information-in-everyday-life-analysis-of-media-bias/>
- <https://medium.com/@isabelle.s.drury/how-propaganda-is-used-in-the-21st-century-news-cycle-d8ff85782a74>
- <https://pediaa.com/difference-between-social-media-and-traditional-media/>
- <https://tommyshek.com/8-major-advantages-and-disadvantages-of-digital-media/>
- <https://vicimediainc.com/why-do-digital-and-traditional-media-work-well-together/>
- <https://www.britannica.com/topic/propaganda>
- <https://www.canva.com/learn/examples-of-propaganda/>
- <https://www.ccaward.com/the-difference-between-traditional-new-media/>
- <https://www.economicshelp.org/blog/glossary/nudges/>
- <https://www.europeana.eu/en/blog/use-of-propaganda-in-wwi-postcards>
- <https://www.historyskills.com/source-criticism/analysis/bias/>
- <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/traditional-media-vs-digital-media>
- <https://www.membershipinnovation.com/insights-and-ideas/an-overview-of-the-various-types-of-nudges>
- <https://www.physics.smu.edu/pseudo/Propaganda/history.html>
- <https://www.psychologytoday.com/us/basics/bias>
- <https://www.simplilearn.com/traditional-marketing-vs-digital-marketing-article>
- <https://www.techfunnel.com/martech/traditional-media-vs-new-media-beneficial/>

- <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/mar/08/forget-alternative-facts-the-trump-administration-is-giving-us-alternative-history>
- <https://www.washingtonpost.com/outlook/2019/03/12/why-propaganda-is-more-dangerous-digital-age/> <https://www.macmillandictionaryblog.com/media>
- <https://www.igi-global.com/dictionary/media/18142>
- https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/media
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/mass-media>
- <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/media-definition-meaning/>
- <https://www.techopedia.com/definition/1098/media#:~:text=Media%2C%20ο%20πληθυντικός%20των%20μέσων,%2C%20περιοδικών%2C%20και%20του%20διαδικτύου.>
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/social-media>
- <https://everyrealm.com/blog/education/evolution-of-media>
- <https://www.techopedia.com/definition/1098/media>
- <https://online.maryville.edu/blog/what-is-digital-media/>
- <https://developermedia.com/why-email-marketing-is-more-effective-in-reaching-developers/>
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/propaganda>
- <https://www.porchlightbooks.com/blog/changethis/2020/propaganda-education>
- <https://www.verywellmind.com/how-does-propaganda-work-5224974>
- <https://www.fpri.org/article/2017/06/fake-news-fake-history/>
- <https://www.historyextra.com/period/modern/fake-history-historical-myths-lies/>
- <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/04/fake-news-fake-history-turkey-china-rewrite-past>
- Μελέτη των Ηνωμένων Εθνών και της Unesco (2022). Ιστορία υπό επίθεση: Η άρνηση του Ολοκαυτώματος και η διαστρέβλωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- <https://www.easylama.com/blog/difference-between-implicit-bias-and-unconscious-bias/>
- <https://cpdonline.co.uk/knowledge-base/safeguarding/types-of-bias/>
- <https://fs.blog/confirmation-bias/>
- <https://www.verywellmind.com/what-is-a-confirmation-bias-2795024>
- <https://www.allsides.com/media-bias/how-to-spot-types-of-media-bias>
- <https://ergo.slv.vic.gov.au/learn-skills/research-skills/select-resources/identify-bias>
- <https://www.spain.info/en/>

- <https://www.broadbandsearch.net/blog/complete-history-social-media>
- <https://helpfulprofessor.com/traditional-media-examples/>
- <https://movia.media/moving-billboard-blog/government-spreads-the-word-through-ooh/>
- <https://www.campaignmonitor.com/resources/knowledge-base/what-is-the-most-important-part-of-an-email/>
- <https://www.nfi.edu/what-is-social-media/>
- <https://www.metmuseum.org/>
- <https://en.wikipedia.org/>
- <https://cepa.org/>
- <https://www.mbaskool.com/business-concepts/marketing-and-strategy-terms/17895-digital-media.html>
- <https://blog.vantagecircle.com/nudge-theory/>
- <https://Smithsonian.com>
- <https://timesofindia.indiatimes.com>
- <https://www.verywellmind.com/>

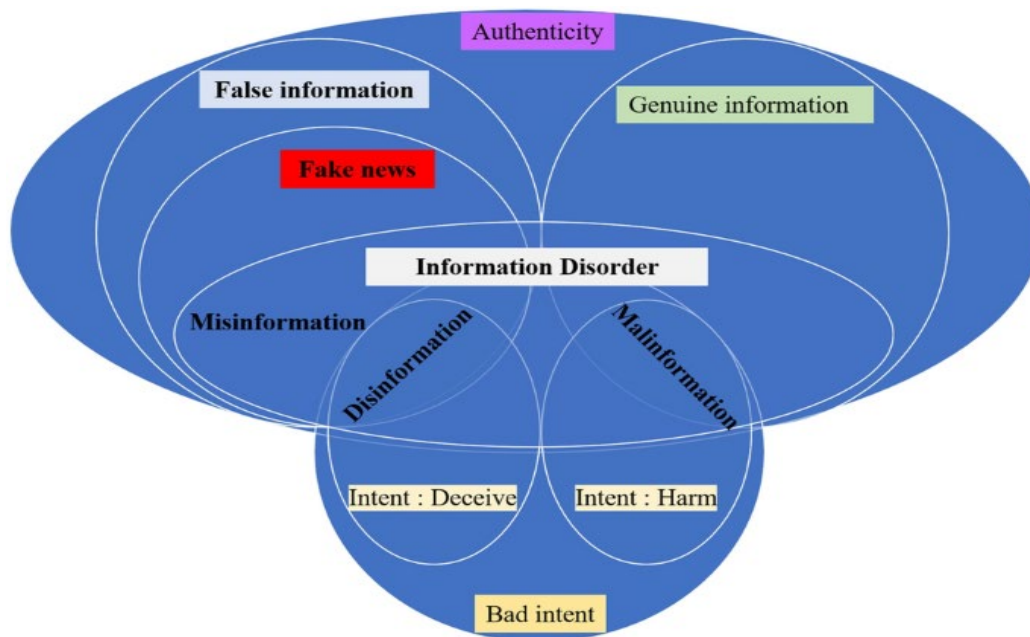
ΚΕΦΑΛΑΙΟ II

2.1 Παραπληροφόρηση μέσω παραποίησης στην εποχή των μεγάλων δεδομένων και των κοινωνικών δικτύων

Οι "ψεύτικες ειδήσεις" ορίζονται στο αγγλικό λεξικό Collins ως ψευδείς και συχνά εντυπωσιακές πληροφορίες που διαδίδονται με το πρόσχημα της είδησης. Ο όρος εξελίχθηκε με την πάροδο του χρόνου και έγινε συνώνυμο της διάδοσης ψευδών πληροφοριών (Cooke, 2017).

Ο πρώτος ορισμός του όρου *ψευδείς ειδήσεις* δόθηκε από τους Allcott και Gentzkow (2017) ως "ειδησεογραφικά άρθρα που είναι σκόπιμα και επαληθεύσιμα ψευδή και είναι πιθανό να παραπλανήσουν τους αναγνώστες". Στη συνέχεια, δόθηκαν και άλλοι ορισμοί στην εξειδικευμένη βιβλιογραφία, αλλά όλοι συμφωνούν στη μη πραγματική φύση των ψευδών ειδήσεων (δεν βασίζονται σε πραγματικά γεγονότα). Ορισμένοι μελετητές διαφωνούν σχετικά με τη συμπερίληψη και τον αποκλεισμό συναφών εννοιών όπως η *σάτιρα*, η *φήμη*, οι *θεωρίες συνωμοσίας*, η *παραπληροφόρηση* και οι *φάρσες* από τον συγκεκριμένο ορισμό. Πιο πρόσφατα, ο Nakon (2020) ανέφερε ότι ο όρος *ψευδείς ειδήσεις* έχει καταλήξει να σημαίνει διαφορετικά πράγματα για διαφορετικούς ανθρώπους και για ορισμένους πολιτικούς σημαίνει ακόμη και "ειδήσεις που δεν μου αρέσουν".

Ως εκ τούτου, δεν υπάρχει ακόμη ένας καθολικά αποδεκτός ορισμός του όρου "ψευδείς ειδήσεις".



Εικόνα 17 - Μοντελοποίηση της σχέσης μεταξύ των όρων fake news. Source: <https://link.springer.com/article/10.1007/s13278-023-01028-5#Sec23>

2.1.1 Παραπληροφόρηση - παραπληροφόρηση - κακή πληροφόρηση;

Όταν μιλάμε για **παραπληροφόρηση**, τις περισσότερες φορές μιλάμε για μια οικογένεια συναφών όρων που είναι σημαντικό να κατανοήσουμε προκειμένου να διακρίνουμε καλύτερα τα είδη των ενεργειών που ορίζουν: **παραπληροφόρηση**, **παραπληροφόρηση** και **κακή πληροφόρηση**. Όλοι αυτοί οι όροι ανήκουν στην οικογένεια των τεχνικών παραπληροφόρησης, τεχνικών που αποσκοπούν στη χειραγώγηση μέσω της πληροφόρησης.

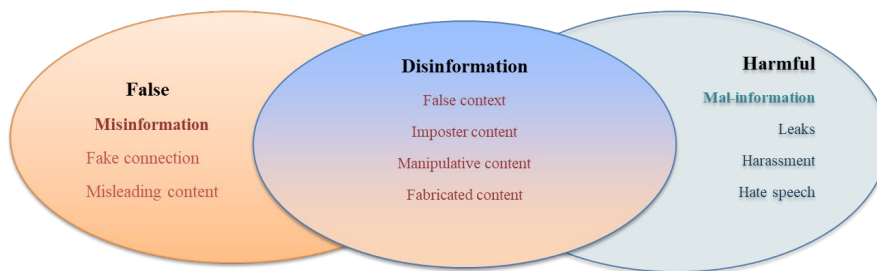
- Η **παραπληροφόρηση** είναι μια τεχνική που περιλαμβάνει την *εσκεμμένη διάδοση εντελώς ψευδούς περιεχομένου (κείμενο, φωτογραφία, βίντεο) ή που αναμειγνύει αληθινές πληροφορίες με ψευδείς πληροφορίες για ένα πρόσωπο, πράγμα, γεγονός ή γεγονός, με σκοπό να προκαλέσει βλάβη ή να αγνοήσει το γεγονός ότι θα μπορούσε να προκαλέσει βλάβη*. Συχνά, η παραπληροφόρηση γίνεται με αυτοματοποιημένους ψηφιακούς λογαριασμούς που χρησιμοποιούνται για το *astroturfing*³³, ψεύτικα δίκτυα οπαδών, κατασκευασμένα ή παραποιημένα βίντεο, στοχευμένη διαφήμιση, οργανωμένο τρολάρισμα, οπτικά μιμίδια κ.λπ.

1. Η **παραπληροφόρηση** είναι ακούσια, γίνεται από λάθος, από λάθος αυτού που διαδίδει την πληροφορία. Πρόκειται για μια τεχνική που περιλαμβάνει την ακούσια διάδοση

³³ Το *Astroturfing* είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται κυρίως στις ΗΠΑ και αναφέρεται σε μια τεχνική προπαγάνδας που χρησιμοποιείται για διαφημιστικούς, πολιτικούς σκοπούς ή για δημόσιες σχέσεις, η οποία έχει ως στόχο να δημιουργήσει την εμφάνιση αυθόρμητης συμπεριφοράς για την υποστήριξη μιας άποψης, προκειμένου να της προσδώσει μια υποτιθέμενη "δημοτικότητα" σε κάποιον που στην πραγματικότητα δεν την κατέχει.

περιεχομένου (κείμενο, φωτογραφία, βίντεο) που είναι εντελώς ψευδές ή που αναμειγνύει αληθινές πληροφορίες με ψευδείς πληροφορίες σχετικά με ένα πρόσωπο, πράγμα, γεγονός ή γεγονός και χωρίς την πρόθεση πρόκλησης βλάβης. Για παράδειγμα, δημοσίευση ενός άρθρου που περιέχει ξεπερασμένες πληροφορίες, αλλά δεν το αντιλαμβάνεται.

1. **Η κακόβουλη πληροφόρηση** περιλαμβάνει τη *σκοπίμη διάδοση αληθούς περιεχομένου (κείμενο, φωτογραφία, βίντεο) σχετικά με ένα πρόσωπο, πράγμα, γεγονός ή συμβάν και με τη ρητή πρόθεση να προκληθεί βλάβη ή να αγνοηθεί το γεγονός ότι θα μπορούσε να προκαλέσει βλάβη*. Κατά κανόνα, μιλάμε για περιεχόμενο που αφορά προσωπικές πληροφορίες που προορίζονται να παραμείνουν ιδιωτικές. *Για παράδειγμα, όταν κάποιος που χρησιμοποιεί τη φωτογραφία ενός νεκρού παιδιού (άσχετη με τα γεγονότα που αναφέρονται στο κείμενο) για να υποκινήσει το μίσος εναντίον μιας συγκεκριμένης εθνικής ομάδας. Αυτή η κατηγορία κατασκευασμένου περιεχομένου είναι πολύ διαδεδομένη σήμερα και εξαιρετικά επιβλαβής.*



Εικόνα 18 - παραπληροφόρηση, παραπληροφόρηση και κακή πληροφόρηση

2.1.2 Οι κύριοι λόγοι για τους οποίους κυκλοφορούν στην αγορά ψευδείς ειδήσεις

Οι ψευδείς ειδήσεις είναι ένα πραγματικό όπλο στον αγώνα για την εξουσία (πολιτική, οικονομική, χρηματοπιστωτική κ.λπ.) που χρησιμοποιείται για διάφορους σκοπούς:

- Η απόκτηση πολιτικής δύναμης ή/και πλεονεκτημάτων, η οποία μπορεί να συνίσταται είτε στην εμφάνιση δυσπιστίας, διχασμού, συγκρούσεων και σύγχυσης μεταξύ του αντιπάλου, είτε στην κινητοποίηση, πίστη και υποστήριξη στο δικό του στρατόπεδο,
 - Δημιουργία επισκευσιμότητας σε διαδικτυακές πλατφόρμες προκειμένου να κερδίζετε χρήματα από διαφημίσεις,
 - Για το μάρκετινγκ και τις πωλήσεις: οι influencers προωθούν ορισμένα προϊόντα στο YouTube, σε podcasts κ.λπ., επειδή πληρώνονται από τους παραγωγούς τους για να τα διαφημίσουν, αποκρύπτοντας το γεγονός ότι πρόκειται για διαφημιστικό υλικό.
 - Για διασκέδαση ή για τρολάρισμα. Το **τρολάρισμα** αναφέρεται σε ένα είδος κακόβουλης διαδικτυακής συμπεριφοράς που έχει σχεδιαστεί για να διαταράξει τις

αλληλεπιδράσεις, να ενοχλήσει τους ανθρώπους με τους οποίους αλληλεπιδρά και να τους εμπλέξει σε μια άσκοπη διαφωνία. Όσοι ασκούν τρολάρισμα ονομάζονται τρολ).

Ορισμένα στοιχεία που καθιστούν μια ψεύτικη είδηση περιλαμβάνουν:

- ✓ μη επαληθεύσιμες πληροφορίες,
- ✓ υλικό γραμμένο από μη ειδικούς,
- ✓ πληροφορίες που δεν υπάρχουν σε άλλους ιστότοπους,
- ✓ πληροφορίες που προέρχονται από έναν ψεύτικο ιστότοπο,
- ✓ ιστορίες που απευθύνονται σε συναισθήματα αντί να αναφέρουν γεγονότα

Οι κατηγορίες ψευδών ειδήσεων περιλαμβάνουν:

- **Clickbait.** Χρησιμοποιεί υπερβολικούς, αμφισβητήσιμους ή παραπλανητικούς τίτλους, εικόνες ή περιγραφές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να αυξήσει την επισκεψιμότητα στο διαδίκτυο. Αυτές οι ιστορίες κατασκευάζονται σκόπιμα για να προσελκύσουν αναγνώστες.

- **Προπαγάνδα.** Πρόκειται για τη διάδοση πληροφοριών, φημών ή ιδεών με σκοπό να βλάψουν έναν θεσμό, μια χώρα, μια ομάδα ανθρώπων ή ένα άτομο, συνήθως για πολιτικό όφελος.

1. **Περιεχόμενο απατεώνων.** Πρόκειται για ένα είδος παραπληροφόρησης που υποδύεται αυθεντικές πηγές, όπως με τη χρήση της επωνυμίας ενός καθιερωμένου ειδησεογραφικού πρακτορείου. Συχνά αποσκοπεί στη διάδοση παρανοήσεων με το σφετερισμό μιας αξιόπιστης πηγής. Για παράδειγμα, ένας κατασκευασμένος τίτλος του CNN που προωθεί ένα ψέμα μπορεί να προσδώσει αξιοπιστία σε αυτό το ψέμα σε όσους έχουν την τάση να το πιστέψουν.

- **Μεροληπτικές ειδήσεις.** Αυτό παρασύρει τους αναγνώστες να επιβεβαιώσουν τις δικές τους προκαταλήψεις και πεποιθήσεις.

- **Σάτιρα.** Δημιουργεί ψεύτικες ειδήσεις για παρωδία και ψυχαγωγία, παρουσιάζοντας χιουμοριστικές αλλά ψεύτικες ειδήσεις σαν να ήταν αληθινές. Αν και συνήθως δεν ταξινομούνται ως ψευδείς ειδήσεις, αυτό μπορεί να ξεγελάσει ακούσια τους αναγνώστες.

Δύο από τις πιο γνωστές σατιρικές μάρκες είναι το *Onion* και το *The Daily Show*. Το *Onion* είναι ένας δικτυακός τόπος(-οι) που βασίζεται κυρίως σε κείμενο, ενώ το *The Daily Show* προβάλλεται στο Comedy Central και δημοσιεύει επίσης εκπομπές και αποσπάσματα στο διαδίκτυο. Ακολουθούν ορισμένα παραδείγματα από τη δουλειά τους.

[Ο Τραμπ αποκαλύπτει το νέο εκτεταμένο προεδρικό καταφύγιο όπου μπορεί να ξεφύγει από το άγχος του Mar-A-Lago](#)

Sean Spicer: <https://youtu.be/3RCcrt56tO0?feature=shared>

- **Κρατικά χρηματοδοτούμενες ειδήσεις.** Λειτουργεί υπό τον έλεγχο της κυβέρνησης για τη δημιουργία και τη διάδοση παραπληροφόρησης στους κατοίκους.
- **Παραπλανητικοί τίτλοι.** Αυτές οι ιστορίες μπορεί να μην είναι εντελώς ψευδείς, αλλά διαστρεβλώνονται με παραπλανητικούς τίτλους και μικρά αποσπάσματα που εμφανίζονται στις ροές ειδήσεων.

Οι ψεύτικες ειδήσεις είναι επιβλαβείς επειδή μπορούν να δημιουργήσουν παρεξηγήσεις και σύγχυση σχετικά με σημαντικά ζητήματα. Η διάδοση ψευδών πληροφοριών μπορεί να εντείνει τις κοινωνικές συγκρούσεις και να προκαλέσει σύγχυση ή πανικό.

Παίξτε το παιχνίδι! <https://wordwall.net/resource/58182584>



[Δείτε το βίντεο](#) για να καταλάβετε καλύτερα πώς μπορούν να δημιουργηθούν ψευδείς ειδήσεις!

<https://www.youtube.com/watch?v=nOd2vMCDv9M&feature=youtu.be>

2.1.3 Τι συμβάλλει στην παραπληροφόρηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

Οι ψεύτικες ειδήσεις διαδίδονται ταχύτερα από άλλες ειδήσεις επειδή προκαλούν συναισθήματα και τραβούν την προσοχή. Στην εποχή του Διαδικτύου, η διάδοσή τους είναι απίστευτα ταχύτερη από ό,τι ήταν πριν από έναν αιώνα.

Δείτε το βίντεο!

https://www.youtube.com/watch?v=cSKGa_7XJkg&ab_channel=TED-Ed

Ακολουθούν μερικοί από τους τρόπους με τους οποίους διαδίδεται η παραπληροφόρηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης:

- **Επαναλαμβανόμενη διανομή.** Είναι εύκολο να μοιράζεστε και να κάνετε "like" σε περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Κάθε φορά που ένας χρήστης το κοινοποιεί σε ένα κοινωνικό δίκτυο, αυξάνεται ο αριθμός των ατόμων που βλέπουν αυτό το περιεχόμενο.
- **Συνιστώμενοι κινητήρες (συστήματα).** Μια μηχανή συστάσεων είναι ένα σύστημα βασισμένο στην τεχνητή νοημοσύνη που ενσωματώνεται σε κοινωνικές πλατφόρμες και μηχανές αναζήτησης, προκειμένου να εντοπίζει και να προσφέρει ψηφιακό περιεχόμενο ή άρθρα στους χρήστες με βάση προηγούμενες προτιμήσεις και ιστορικό αναζήτησης. Αυτές μπορούν να βοηθήσουν στην προβολή ακόμη περισσότερων ψευδών ειδήσεων σε κάποιον που έχει ήδη καταναλώσει τέτοιες ειδήσεις.
- **Αξίες δέσμευσης.** Οι ροές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης δίνουν προτεραιότητα στο περιεχόμενο με βάση τις μετρήσεις δέσμευσης, όπως π.χ. πόσο συχνά οι αναγνώστες μοιράζονται ή συμφωνούν με τις ιστορίες.
- **Τεχνητή νοημοσύνη.** Τα συστήματα τεχνητής νοημοσύνης μπορούν επίσης να διευκολύνουν την παραπληροφόρηση. Η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να δημιουργήσει ψεύτικο ρεαλιστικό υλικό με βάση το κοινό-στόχο. Οι μηχανές τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να δημιουργήσουν μηνύματα και να δοκιμάσουν αμέσως την επίδρασή τους στο κοινό. Επιπλέον, τα bots μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη διάδοση παραπληροφόρησης υποδύμενα τους ανθρώπινους χρήστες.
- **Χάκερς.** Αυτοί οι άνθρωποι μπορούν να δημοσιεύουν άρθρα στα τρέχοντα ειδησεογραφικά μέσα και να δίνουν την εντύπωση ότι προέρχονται από αξιόπιστη πηγή. Για παράδειγμα, Ουκρανοί αξιωματούχοι ανέφεραν ότι χάκερς παραβίασαν κυβερνητικούς ιστότοπους και διέδωσαν ψεύτικες ειδήσεις σχετικά με την ειρηνευτική συμφωνία.
- **Trolls.** Οι ψευδείς ειδήσεις μπορούν επίσης να εμφανιστούν σε σχόλια σε νόμιμα άρθρα. Τα τρολ δημοσιεύονται επίτηδες για να ενοχλήσουν άλλους αναγνώστες και να ξεκινήσουν μια συζήτηση. Ορισμένα πληρώνονται για πολιτικούς λόγους για να βοηθήσουν στη διάδοση ψευδών ειδήσεων. Κατά τη διάρκεια πολιτικών εκστρατειών, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και άλλα σημεία στο Διαδίκτυο κατακλύζονται από τρολ, αμειβόμενα και μη, που ευνοούν τους υποψηφίους και συκοφαντούν τον ανταγωνισμό.

Στο πλαίσιο του διαδικτύου, ως **τρολάρισμα νοείται η** εσκεμμένη διασπαστική αντίδραση σε διαδικτυακό περιεχόμενο ή σχόλια. Η ονομασία αποτελεί φόρο τιμής στον τρόπο με τον οποίο τα διαδικτυακά τρολ προσπαθούν να προσελκύσουν τα θύματά τους με τα σχόλιά τους, όπως ακριβώς οι ψαράδες χρησιμοποιούν ειδικά σχεδιασμένα δολώματα για να πιάσουν ψάρια. Ένα

άλλο στοιχείο αφορά ένα μυθικό τρολ, ένα τρομακτικό πλάσμα που περιμένει το θήραμά του σε σκοτεινά μέρη.

Στο Διαδίκτυο, τα τρολ είναι άτομα που εισέρχονται σε κανάλια επικοινωνίας, όπως οι χώροι σχολίων, μόνο και μόνο για να προκαλέσουν προβλήματα. Τα τρολ χρησιμοποιούν συχνά χώρους σχολίων για να παρενοχλούν άλλους χρήστες στο διαδίκτυο, να απαξιώνουν έγκυρο περιεχόμενο και σχόλια ή να διαδίδουν παραπληροφόρηση. Τα τρολ είναι συχνά μαριονέτες, ψεύτικοι λογαριασμοί που δημιουργούνται για να επιτρέπουν στους χρήστες να διαφημίζουν τις προθέσεις τους ανώνυμα.

Τα τρολ γραμματικής³⁴ εισβάλλουν συχνά σε χώρους σχολιασμού για να προσβάλουν τους συγγραφείς και τους άλλους σχολιαστές για τη χρήση της γλώσσας και της στίξης. Τα τρολ γραμματικής συνήθως δεν λένε τίποτα που να σχετίζεται πραγματικά με την ανάρτηση ή το σχόλιο στο οποίο απαντούν.

Η αλληλεπίδραση με τα τρολ θεωρείται γενικά στην καλύτερη περίπτωση άχρηστη και στη χειρότερη προσβλητική. Οι ψυχολογικές **επιπτώσεις** στα θύματα περιλαμβάνουν αυξημένο κοινωνικό άγχος και κατάθλιψη και μειωμένη αυτοεκτίμηση.

Η πιο αποτελεσματική άμυνα κατά των τρολ είναι να τα αγνοείτε. Η αντίδραση ενός στόχου είναι συχνά η ανταμοιβή που αναζητούν και είναι πιο πιθανό να το βάλουν στα πόδια αν δεν την πάρουν. Το DNFT (Don't Feed the Trolls) είναι μια κοινή προειδοποίηση στους χώρους σχολίων. Μια άλλη τακτική είναι να εντοπίζετε και να αγνοείτε **το τρολάρισμα**, ώστε οι άλλοι να μην το παίρνουν στα σοβαρά.

2.1.4 Γνωρίζετε ότι...

- ✓ Μια αληθινή ειδήση χρειάζεται έως και 6 φορές περισσότερο χρόνο από μια ψεύτικη ειδήση για να φτάσει στον ίδιο αριθμό ανθρώπων.
- ✓ Οι ψεύτικες ειδήσεις έχουν έως και 70% περισσότερες πιθανότητες να κοινοποιηθούν από τις πραγματικές ειδήσεις.

³⁴ Συχνά ορίζεται λανθασμένα ως ναζιστής της γραμματικής (ακόμη και από το Urban Dictionary, βλ. ετικέτες), ένα τρολ γραμματικής είναι, στην απλούστερη εκδοχή του, κάποιος που διορθώνει τη γραμματική των άλλων σε χώρους σχολίων. Σε αντίθεση με έναν ναζί της γραμματικής, θα διορθώσουν ασήμαντα ορθογραφικά και στίξης λάθη και την επιλογή των λέξεων, ειδικά όταν αυτά τα μικρά λάθη ή η ορθογραφία δεν επηρεάζουν το νόημα της πρότασης.

✓ Το 2019, το 37,2% της διαδικτυακής κίνησης δεν έγινε από ανθρώπους, αλλά από bots. Πρόκειται για ένα είδος ψηφιακού bot και στην πραγματικότητα είναι εκτελέσιμα προγράμματα λογισμικού που λειτουργούν ως ανθρώπινα υποκατάστατα και μιμούνται τη συμπεριφορά τους στο Διαδίκτυο, προσποιούμενα συχνά ότι είναι πραγματικοί άνθρωποι.

✓ Το Facebook ανέφερε ότι από τον Οκτώβριο του 2017 έως τον Δεκέμβριο του 2020 (τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία) διέγραψε περίπου 16,33 δισεκατομμύρια ψεύτικους λογαριασμούς από την πλατφόρμα, αριθμός που είναι 6 φορές μεγαλύτερος από τον αριθμό των ενεργών χρηστών (περίπου 2,80 δισεκατομμύρια από τον Δεκέμβριο του 2020) και διπλάσιος από τον πληθυσμό του πλανήτη σήμερα.

2.1.5 10 τρόποι εντοπισμού της παραπληροφόρησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Το πρώτο βήμα για την καταπολέμηση της εξάπλωσης της παραπληροφόρησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ο εντοπισμός των ψευδών ειδήσεων. Συνιστούμε διπλό έλεγχο πριν από την κοινοποίηση. Ακολουθούν 10 συμβουλές για τον εντοπισμό ψευδών ειδήσεων και παραπληροφόρησης.

1. Ελέγξτε άλλες αξιόπιστες πηγές

Ελέγξτε άλλες αξιόπιστες ειδησεογραφικές ιστοσελίδες και κανάλια για να δείτε αν αναφέρουν αυτή την ιστορία. Ελέγξτε τις έγκυρες πηγές που αναφέρονται στο άρθρο. Οι επαγγελματικοί και αξιόπιστοι ειδησεογραφικοί οργανισμοί έχουν αυστηρές συντακτικές οδηγίες για τον έλεγχο των άρθρων τους.

2. Ελέγξτε την πηγή των πληροφοριών

Αν δεν είστε σίγουροι από πού προέρχεται αυτή η ιστορία, μάθετε. Ελέγξτε τη διαδικτυακή διεύθυνση του ιστότοπου και αναζητήστε περίεργα domains εκτός.com, όπως .infonet ή .offer. Ελέγξτε την ορθογραφία της επωνυμίας της εταιρείας στη διεύθυνση URL.

Εξετάστε τη φήμη και την εμπειρογνωμοσύνη της πηγής. Οι εγκληματίες μπορούν να δημιουργήσουν ιστότοπους που μιμούνται επαγγελματικούς ιστότοπους και έτσι να διαδίδουν ψευδείς ειδήσεις. Αν έχετε αμφιβολίες, επισκεφθείτε την αρχική σελίδα του εν λόγω οργανισμού για να δείτε τις ίδιες πληροφορίες.

3. Κοιτάξτε τον συγγραφέα

Αναζήτηση με βάση τον συγγραφέα. Ελέγξτε την αξιοπιστία του, πόσους ακολούθους έχει και πόσο καιρό είναι ενεργός ο λογαριασμός του. Σαρώστε άλλες αναρτήσεις για να διαπιστώσετε αν έχουν συμπεριφορές bot, όπως αναρτήσεις οποιαδήποτε ώρα της ημέρας και από διαφορετικά μέρη του κόσμου. Αναζητήστε χαρακτηριστικά όπως αριθμημένα ονόματα χρηστών και ύποπτους συνδέσμους στο βιογραφικό του συγγραφέα. Εάν το περιεχόμενο αναδιανέμεται από άλλους λογαριασμούς και περιέχει έντονα πολωμένο πολιτικό περιεχόμενο, μπορεί να πρόκειται για ψεύτικο λογαριασμό bot.

4. Αναζητήστε την εικόνα του προφίλ

Ελέγξτε την εικόνα του προφίλ καθώς και τις πληροφορίες και την αξιοπιστία του συγγραφέα. Κάντε μια αντίστροφη αναζήτηση εικόνας της εικόνας προφίλ στο Google Reverse Image Search. Βεβαιωθείτε ότι η φωτογραφία δεν είναι φωτογραφία αρχείου ή φωτογραφία διασημοτήτων. Εάν η εικόνα δεν φαίνεται πρωτότυπη, το άρθρο είναι ανώνυμο και δεν μπορεί να εμπιστευτεί.

5. Διαβάστε πέρα από τον τίτλο

Σκεφτείτε αν η ιστορία δεν ακούγεται ρεαλιστική. Οι αξιόπιστες ιστορίες περιέχουν πολλά γεγονότα που υποστηρίζονται από δηλώσεις ειδικών, επίσημες στατιστικές και ερευνητικά δεδομένα. Να είστε καχύποπτοι απέναντι στις πληροφορίες εάν δεν υπάρχουν λεπτομερή ή συνεπή στοιχεία εκτός από τους τίτλους. Αναζητήστε στοιχεία που να αποδεικνύουν ότι το γεγονός συνέβη πραγματικά. Βεβαιωθείτε ότι τα γεγονότα δεν χρησιμοποιούνται απλώς για να υποστηρίξουν μια συγκεκριμένη άποψη.

6. Ανάπτυξη κριτικής νοοτροπίας

Μην αφήνετε τις προσωπικές σας πεποιθήσεις να θολώνουν την κρίση σας. Οι προκαταλήψεις μπορούν να επηρεάσουν την αντίδραση κάποιου σε ένα αντικείμενο. Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης προτείνουν ιστορίες που ταιριάζουν με τα ενδιαφέροντα, τις απόψεις και τις συνήθειες περιήγησης που έχετε.

Μην αφήνετε τα συναισθήματά σας να υπαγορεύουν τη γνώμη σας για την ιστορία. Κοιτάξτε την ιστορία κριτικά και λογικά. Αν το άρθρο προσπαθεί να πείσει τον αναγνώστη ή να τον κατευθύνει σε άλλη σελίδα, τότε μάλλον πρόκειται για ψεύτικες ειδήσεις.

Προσοχή στην υποκειμενική γλώσσα. Δώστε προσοχή στην υποκειμενική ή προκατειλημμένη γλώσσα που χρησιμοποιείται σε μια είδηση. Οι πραγματικές ειδήσεις προσπαθούν να είναι αντικειμενικές και να παρέχουν μια ισορροπημένη οπτική του θέματος. Εάν μια είδηση έχει έντονα υποκειμενικό τόνο ή προωθεί μια σαφή ατζέντα, μπορεί να μην αποτελεί αξιόπιστη πηγή πληροφοριών.

7. Προσδιορίστε αν πρόκειται για αστείο

Οι ιστότοποι σάτιρας μετατρέπουν ιστορίες σε παρωδίες και αστεία. Ελέγξτε τον ιστότοπο για να δείτε αν δημοσιεύει τακτικά αστείες ιστορίες και αν έχει φήμη για τη σάτιρα. Ένας διάσημος ιστότοπος για το θέμα αυτό είναι το The Onion.

8. Παρακολουθήστε χορηγούμενο περιεχόμενο

Αναζητήστε την ένδειξη "Χορηγούμενο περιεχόμενο" ή κάτι παρόμοιο στην κορυφή του περιεχομένου. Αυτά τα άρθρα συχνά συνοδεύονται από ελκυστικές φωτογραφίες και φαίνεται να παραπέμπουν σε άλλες ειδήσεις: διαφημίσεις που έχουν σχεδιαστεί για να απευθύνονται στα συναισθήματα του αναγνώστη.

Ελέγξτε τη σελίδα και αναζητήστε ετικέτες όπως "πληρωμένοι χορηγοί" και "διαφήμιση". Αυτά τα άρθρα, είτε είναι γνήσια είτε απατηλά, εξαπατούν τους αναγνώστες ώστε να τα αγοράσουν. Ορισμένες από αυτές τις τοποθεσίες ανακατευθύνουν τους χρήστες ακόμη και σε κακόβουλους ιστότοπους που μπορούν να εγκαταστήσουν κακόβουλο λογισμικό.

9. Χρησιμοποιήστε έναν ιστότοπο ελέγχου γεγονότων

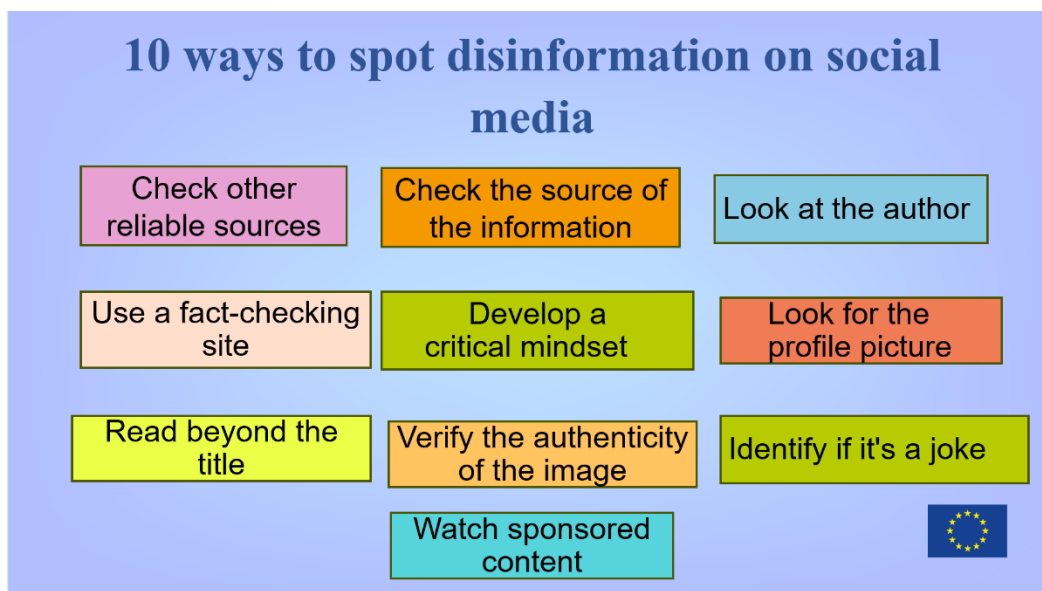
Οι δικτυακοί τόποι ελέγχου των γεγονότων βοηθούν επίσης να διαπιστωθεί αν οι ειδήσεις είναι αξιόπιστες ή ψεύτικες. Αυτοί οι ιστότοποι χρησιμοποιούν ανεξάρτητους ελεγκτές γεγονότων για να επαληθεύουν και να ερευνούν την ακρίβεια των πληροφοριών τους, ελέγχοντας αξιόπιστες πηγές των μέσων ενημέρωσης. Συχνά είναι μέλη των κύριων ειδησεογραφικών μέσων που εντοπίζουν τα γεγονότα και τις ψευδείς δηλώσεις.

Δημοφιλείς ιστότοποι ελέγχου γεγονότων:

- ✓ [PolitiFact](#). Αυτός ο βραβευμένος με Πούλιτζερ ιστότοπος ερευνά τους ισχυρισμούς των πολιτικών για την ακρίβειά τους.
- ✓ [www.factcheck.org](#) Αυτός ο ιστότοπος του Κέντρου Δημόσιας Πολιτικής Annenberg ελέγχει επίσης την ακρίβεια των πολιτικών δηλώσεων.
- ✓ [Snopes](#) . Πρόκειται για έναν από τους παλαιότερους και πιο δημοφιλείς ιστότοπους διάγνωσης στο διαδίκτυο που επικεντρώνεται σε ειδήσεις, αστικούς μύθους και μιμίδια. Οι ανεξάρτητοι ελεγκτές γεγονότων αναφέρουν όλες τις πηγές στο τέλος της αποποίησης ευθύνης.
- ✓ [BBC Reality Check](#) . Αυτός ο ιστότοπος είναι μέρος της Βρετανικής Ραδιοφωνίας (BBC), η οποία ελέγχει τις ειδήσεις.

10. Επαλήθευση της γνησιότητας της εικόνας

Το σύγχρονο λογισμικό επεξεργασίας καθιστά εύκολη τη δημιουργία ψεύτικων εικόνων που φαίνονται αληθινές. Ψάξτε για σκιές και οδοντωτές άκρες στις φωτογραφίες. Μια αντίστροφη αναζήτηση εικόνας στο Google είναι ένας άλλος τρόπος για να δείτε από πού προέρχεται μια εικόνα και αν δεν έχει τροποποιηθεί.



Εικόνα 19 - πώς να εντοπίζετε την παραπληροφόρηση

2.1.6 Τι ακριβώς κάνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης;

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης αναλαμβάνουν δράση κατά της παραπληροφόρησης. Το Facebook εισήγαγε δύο πρωτοβουλίες για την καταπολέμηση της γενικής αύξησης της παραπληροφόρησης. Η Πρωτοβουλία για την Ακεραιότητα των Ειδήσεων και το Πρόγραμμα Δημοσιογραφίας του Facebook ευαισθητοποιούν για το θέμα των ψευδών ειδήσεων. Ο οργανισμός θα αναλάβει επίσης δράση κατά των ιστότοπων και των ατόμων που μοιράζονται ψευδείς ειδήσεις και θα τις αφαιρέσει από τους ιστότοπούς του.

Το Instagram και το Facebook έχουν μια νέα ετικέτα "ψευδών πληροφοριών" για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης. Οι ελεγκτές γεγονότων τρίτων εξετάζουν και εντοπίζουν πιθανούς ψευδείς ισχυρισμούς και αναρτήσεις. Εάν η ομάδα αυτή διαπιστώσει ότι οι πληροφορίες αυτές είναι ψευδείς, τις επισημαίνουν με μια ετικέτα για να ενημερώσουν τους χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ότι περιέχουν λανθασμένες πληροφορίες. Όταν οι αναγνώστες θέλουν να δουν μια ανάρτηση με αυτή την ετικέτα, πρέπει να κάνουν κλικ σε μια επιβεβαίωση που λέει ότι η πληροφορία δεν είναι αληθινή. Εάν προσπαθήσουν να μοιραστούν αυτές τις πληροφορίες, λαμβάνουν μια προειδοποίηση ότι πρόκειται να μοιραστούν ψευδείς πληροφορίες.

Το Twitter εξέδωσε δήλωση ότι δεν ανέχεται την παραπληροφόρηση και έχει αναστείλει λογαριασμούς για χειραγώγηση ή spam.

Το LinkedIn ενθαρρύνει επίσης τους χρήστες να αναφέρουν οποιαδήποτε παραπληροφόρηση. Εάν η επανεξέταση διαπιστώσει ότι η πληροφορία είναι ψευδής, το LinkedIn θα αφαιρέσει την ανάρτηση. Το LinkedIn έχει αυστηρή συμφωνία με τους χρήστες και αν οι χρήστες δεν συμμορφωθούν, θα διαγραφούν.

Για την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι χρήστες πρέπει πρώτα να αναγνωρίσουν τι είναι ψευδές. Εάν ένας χρήστης πιστεύει ότι η πληροφορία είναι ψευδής είδηση, είναι καλύτερο να την αναφέρει στην πλατφόρμα.

Οι κανόνες του Διαδικτύου δεν είναι τόσο αυστηροί όσο των οπτικοακουστικών μέσων. Και οι ελκυστικές πληροφορίες μπορούν να γίνουν γρήγορα viral. Αν αυτό που γράφεται δεν είναι αληθινό, η ζημιά έχει ήδη γίνει και έχει επέλθει πανικός, ακόμη και αν υπάρξει μεταγενέστερη διόρθωση.

Την 1η Απριλίου, το Facebook ανακοίνωσε μια δωρεάν συναυλία χωρίς μάσκες στις Βρυξέλλες του Βελγίου. Χιλιάδες νέοι συγκεντρώθηκαν χωρίς να γνωρίζουν ότι επρόκειτο για πρωταπριλιάτικο αστείο. Πολλοί άνθρωποι τραυματίστηκαν όταν επενέβη η στρατιωτική αστυνομία για να διαλύσει όσους δεν ακολούθησαν τους κανονισμούς προστασίας.

Η επίσημη ειδοποίηση όσων επιθυμούσαν να παρακολουθήσουν τη συναυλία θα ήταν αρκετή για να σταματήσει η εκδήλωση. Θα πρέπει να γνωρίζουμε ότι στο Βέλγιο εκείνη την εποχή δεν επιτρεπόταν η συμμετοχή ομάδων τεσσάρων ατόμων και άνω και απαιτούνταν μάσκες σε εξωτερικούς χώρους. Δεν χρειαζόταν καν να θυμούνται ότι ήταν 1η Απριλίου...

Για την καταπολέμηση της διαδικτυακής παραπληροφόρησης έχει αναπτυχθεί ένας κώδικας δεοντολογίας για την παραπληροφόρηση. Υπογράφηκε τον Οκτώβριο του 2018 από το Facebook, τη Google, το Twitter, τη Mozilla, καθώς και από διαφημιστές και άλλους φορείς του διαφημιστικού κλάδου. Η Microsoft προσχώρησε τον Μάιο του 2019 και η TikTok υπέγραψε τον κώδικα τον Ιούνιο του 2020. Το παρόν έγγραφο αφορά: Το έγγραφο αυτό αφορά: τον κώδικα για την προστασία του περιβάλλοντος και την προστασία του περιβάλλοντος από την τρομοκρατία: Έλεγχο της διαφήμισης, πολιτική και επίκαιρη διαφήμιση, ακεραιότητα των υπηρεσιών, ενδυνάμωση των καταναλωτών και ενδυνάμωση της ερευνητικής κοινότητας. Οι υπογράφωντες δεσμεύονται να διατηρήσουν το διαδίκτυο ανοιχτό και ασφαλές. Όποιος παραβιάζει τους κανόνες σχετικά με την αξιοπιστία ή την ειλικρίνεια των πληροφοριών που δημοσιεύονται στο ψηφιακό περιβάλλον θα μπλοκάρεται ή θα απομακρύνεται από το διαδίκτυο.

Ο λογαριασμός του Ντόναλντ Τραμπ στο Twitter έχει μπλοκαριστεί για "συνεχή κίνδυνο υποκίνησης σε βία", αφού ζήτησε από τους υποστηρικτές του να πάνε στο κτίριο του Καπιτωλίου, όπου οι νομοθέτες που έπρεπε να επικυρώσουν τις εκλογές αυτές υπέρ του Τζο Μπάιντεν, του αντιπάλου του Τραμπ. Οι υποστηρικτές αυτοί εισέβαλαν με τη βία, βανδάλισαν το κτίριο του Καπιτωλίου και κατέλαβαν τα γραφεία των αξιωματούχων. Η αστυνομία ξεκίνησε νομικές διαδικασίες εναντίον τους.



Σχήμα 20 - πώς να αντιδράσετε στην παραπληροφόρηση

2.1.7 Μερικά παιχνίδια σχετικά με την παραπληροφόρηση

The Bad News Game διαθέσιμο σε λιγότερες γλώσσες. Δημιουργήστε τις δικές σας ψευδείς ειδήσεις. Τυπική έκδοση: για νέους τουλάχιστον 15 ετών.

Real or Photoshop (EN) Δοκιμάστε την παρατηρητικότητα σας για να κατανοήσετε καλύτερα τη χειραγώγηση εικόνων.

Διατίθεται αποκλειστικά στα αγγλικά.

Fakescape (στα τσεχικά και αγγλικά). Παιχνίδια που διδάσκουν στους μαθητές πώς να "ξεφορτώνονται" τις ψεύτικες ειδήσεις. Κατόπιν αιτήματος και δωρεάν για τους εκπαιδευτικούς. Για μαθητές ηλικίας 13 ετών και άνω.

Fakey (EN). Παιχνίδι που υποστηρίζει τον γραμματισμό στα μέσα ενημέρωσης και ασχολείται με τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν με την παραπληροφόρηση. Για νέους ηλικίας 16 ετών και άνω.

Διατίθεται αποκλειστικά στα αγγλικά.

Escape Fake (γερμανικά και αγγλικά). Εφαρμογή παιχνιδιού με δυνατότητα λήψης που υποστηρίζει τον γραμματισμό στα μέσα ενημέρωσης. Για νέους ηλικίας 15 ετών και άνω.

Διατίθεται στα αγγλικά και στα γερμανικά.

Troll Factory (EN). Ο παίκτης είναι ένα τρολ που δημιουργεί ψευδείς ειδήσεις. Για νέους ηλικίας 16 ετών και άνω.

Διατίθεται αποκλειστικά στα αγγλικά.

ΑΛΛΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ:

1. Οι κατάλογοι των οργανισμών ελέγχου των γεγονότων στη χώρα σας ενημερώνονται από: [Poynter](#) και το [Facebook](#)
2. Αναζητήστε αποτελέσματα στο διαδίκτυο για να επαληθεύσετε πληροφορίες σχετικά με ένα θέμα ή ένα πρόσωπο χρησιμοποιώντας τον [Εξερευνητή FactCheck της Google](#)
3. [Learn to Discern](#)) - Handbook of Media Education Trainers, που δημοσιεύθηκε από τον μη κερδοσκοπικό οργανισμό για την ανάπτυξη και την παγκόσμια εκπαίδευση IREX

2.2 Ψευδείς ειδήσεις στην εποχή των μεγάλων δεδομένων

2.2.1 Τι είναι τα μεγάλα δεδομένα;

Δείτε το βίντεο!

Τα μεγάλα δεδομένα αναφέρονται σε εξαιρετικά μεγάλες και πολύπλοκες ποσότητες δεδομένων που υπερβαίνουν την ικανότητα των παραδοσιακών συστημάτων επεξεργασίας και διαχείρισης δεδομένων. Τα δεδομένα αυτά χαρακτηρίζονται από τρία κύρια χαρακτηριστικά, γνωστά ως "3V":

1. **Τόμος:** Μεγάλα δεδομένα περιλαμβάνουν μεγάλο όγκο πληροφοριών. Μπορεί να κυμαίνονται από δεκάδες terabytes έως petabytes και ακόμη και exabytes δεδομένων. Πρόκειται για σημαντική κλιμάκωση σε σύγκριση με τα παραδοσιακά δεδομένα.
2. **Ταχύτητα:** Τα μεγάλα δεδομένα παράγονται, συλλέγονται και υποβάλλονται σε επεξεργασία με ταχύτετους ρυθμούς. Η ταχύτητα αυτή αναφέρεται στη συχνότητα με την οποία δημιουργούνται ή ενημερώνονται τα δεδομένα, καθώς και στην ανάγκη επεξεργασίας τους σε πραγματικό χρόνο ή σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα.
3. **Ποικιλία:** Τα μεγάλα δεδομένα μπορεί να προέρχονται από διάφορες μορφές και πηγές. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν δομημένα δεδομένα (π.χ. σχεσιακές βάσεις δεδομένων), ημιδομημένα δεδομένα (π.χ. έγγραφα XML) και απεριόριστα ή μη ενσωματωμένα δεδομένα (όπως ροές από μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δεδομένα αισθητήρων κ.λπ.).

Μαζί με αυτά τα "3V", μερικές φορές προστίθενται και άλλα χαρακτηριστικά, όπως:

- **Αξία:** Η σημασία και η συνάφεια των δεδομένων για την απόκτηση πολύτιμων πληροφοριών και γνώσεων.
- **Ειλικρίνεια:** Η ποιότητα των δεδομένων όσον αφορά την ακρίβεια και την ορθότητα των πληροφοριών.
- **Ευπάθεια:** Κίνδυνοι ασφαλείας που συνδέονται με τη συλλογή και αποθήκευση τόσο μεγάλου όγκου δεδομένων.

Η συλλογή και ανάλυση μεγάλων δεδομένων μπορεί να προσφέρει σημαντικές πληροφορίες, επιχειρησιακές πληροφορίες και τη δυνατότητα να γίνονται προβλέψεις ή αποφάσεις βάσει δεδομένων. Για τη διαχείριση και την εξαγωγή αξίας από αυτά τα μεγάλα δεδομένα χρησιμοποιούνται τεχνολογίες όπως καταναμημένα συστήματα αποθήκευσης, τεχνολογίες παράλληλης επεξεργασίας και εργαλεία ανάλυσης δεδομένων.

Παρακολουθήστε το [βίντεο](#) για να αποκτήσετε μια σαφέστερη ιδέα για τον τρόπο

2.2.2 Εντοπισμός και αντιμετώπιση ψευδών ειδήσεων με μεγάλα δεδομένα

Οι ψευδείς ειδήσεις είναι πρόβλημα. Είναι επίσης ένα πρόβλημα μεγάλων δεδομένων. Τα τελευταία χρόνια, υπήρξαν πολυάριθμες αναφορές και άρθρα στον Τύπο σχετικά με την ταχύτητα εξάπλωσης των ψευδών ειδήσεων που δημιουργούνται από τη διανομή τους μέσω διαδικτυακών πηγών. Οι ψευδείς ειδήσεις διαδίδονται ταχύτερα από τις πραγματικές ειδήσεις ([Mustafaraj and Metaxas, 2017-](#) [Vosoughi et al., 2018](#)). Αυτό μπορεί να οφείλεται στην καινοτομία τους, στην ικανότητά τους να προκαλούν οργή (η οποία δημιουργεί προσοχή) ή στον ρόλο τους στην επιβεβαίωση των προϋπαρχουσών προκαταλήψεων του αναγνώστη. Το μεγαλύτερο μέρος της διάδοσης ήταν ιογενές, δηλαδή διανεμήθηκαν όχι κεντρικά αλλά μέσω ομότιμης μετάδοσης.

Η υπερβολή των εικονικών δεδομένων και οι τεχνικές ανάλυσης τάσεων έχουν οδηγήσει στη δημιουργία των μεγάλων δεδομένων, τα οποία "αναφέρονται στη νέα μας ικανότητα να αναλύουμε μεγάλο όγκο πληροφοριών, να τις αναλύουμε άμεσα και μερικές φορές να εξάγουμε εκπληκτικά συμπεράσματα από αυτές [1]". Η ανάλυση των μεγάλων δεδομένων αποτελεί μια πρακτική που τείνει να επικρατήσει στον αγώνα κατά των ψευδών ειδήσεων, επειδή οι

παραδοσιακές μέθοδοι εντοπισμού των σωστών πληροφοριών δεν επαρκούν λόγω του όγκου και της ταχύτητας των ψευδών ειδήσεων στα ψηφιακά μέσα ενημέρωσης.

Στην εποχή των μεγάλων δεδομένων, οι αλγόριθμοι μηχανικής μάθησης χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση της αυθεντικότητας των ειδήσεων από μεγάλα σύνολα δεδομένων.

- Τα μεγάλα δεδομένα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ανάπτυξη αλγορίθμων και μοντέλων μηχανικής μάθησης για τον εντοπισμό και την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων.
- Η ανάλυση δεδομένων μπορεί να συμβάλει στον εντοπισμό σχεδίων διάδοσης παραπληροφόρησης και στην εφαρμογή προληπτικών μέτρων.

Η δημιουργία μοτίβων διάδοσης αποδεικνύεται χρήσιμη για τον **αυτόματο εντοπισμό ψευδών ειδήσεων**. Οι προσεγγίσεις βαθιάς μάθησης βοηθούν στη γνώση των στάσεων των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και στον αποτελεσματικό **εντοπισμό ψευδών ειδήσεων**.

Η ταξινόμηση των ειδήσεων με βάση εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης (AI) έχει ύψιστη αξία για την αποκάλυψη της **αυθεντικότητας των διαδικτυακών ειδήσεων**.

Τα νευρωνικά δίκτυα είναι εξαιρετικά πολύτιμα για την πρόληψη προβλημάτων που δημιουργούνται από **ψευδείς πληροφορίες** που δημοσιεύονται σε εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης.

Η τεχνική **επεξεργασίας φυσικής γλώσσας** είναι μια δημοφιλής μέθοδος για την **ανίχνευση ψευδών ειδήσεων που βασίζονται στο περιεχόμενο** και είναι διαδεδομένες στους ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης.

[Δείτε το βίντεο!](#)

Η έγκαιρη μάθηση με γνώση είναι ένα σπουδαίο εργαλείο κατά των ψευδών ειδήσεων που αναρτώνται σε εφαρμογές ψηφιακών μέσων για την προώθηση αβάσιμης και παράλογης προπαγάνδας για προσωπικό όφελος. Οι τεχνικές μηχανικής μάθησης και τα δεδομένα μεγάλης ποιότητας είναι ευεργετικά για τον εντοπισμό των ριζών των ψευδών ειδήσεων στα φόρουμ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

2.2.3 Τα μεγάλα δεδομένα ως εργαλείο για τη διάδοση ψευδών ειδήσεων

Από την άλλη πλευρά, τα μεγάλα δεδομένα μπορούν να έχουν αρνητικό αντίκτυπο, καθώς χρησιμοποιούνται ως εργαλεία:

1. **Διάδοση και ενίσχυση ψευδών ειδήσεων:**

- Τα μεγάλα δεδομένα χρησιμοποιούνται συχνά για την ανάλυση της διαδικτυακής συμπεριφοράς των χρηστών, συμπεριλαμβανομένων των ειδησεογραφικών προτιμήσεών τους.
- Οι αλγόριθμοι και τα μοντέλα μηχανικής μάθησης μπορούν να εκπαιδευτούν για να εντοπίζουν μοτίβα για την κοινοποίηση ψευδών ειδήσεων σε κοινωνικά δίκτυα και ειδησεογραφικούς ιστότοπους.

2. **Μικροτραβήγματα και χειραγώγηση της κοινής γνώμης:**

- Τα μεγάλα δεδομένα επιτρέπουν τη μικρο-στόχευση, δηλαδή τη συγκεκριμένη στόχευση περιεχομένου σε μικρές ομάδες ανθρώπων με βάση τα δημογραφικά και συμπεριφορικά δεδομένα τους.
- Μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη διάδοση ψευδών ειδήσεων προσαρμοσμένων σε συγκεκριμένα ακροατήρια, επηρεάζοντας έτσι τις απόψεις τους.

3. **Ανάλυση συναισθήματος και αντιδραστικότητα του κοινού:**

- Τα μεγάλα δεδομένα χρησιμοποιούνται για την online ανάλυση συναισθήματος, επιτρέποντάς σας να εντοπίζετε γρήγορα θέματα που έχουν τη δυνατότητα να γίνουν viral ή να προκαλέσουν έντονες αντιδράσεις.
- Οι ψεύτικες ειδήσεις μπορούν να προσαρμοστούν σε αυτές τις τάσεις, αυξάνοντας τις πιθανότητες να διαδοθούν ευρέως.

4. **Αυτοματοποιημένη παραγωγή περιεχομένου:**

- Οι τεχνολογίες μεγάλων δεδομένων και η τεχνητή νοημοσύνη (AI) μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αυτόματη παραγωγή περιεχομένου, συμπεριλαμβανομένων των ψευδών ειδήσεων.
- Οι αλγόριθμοι μπορούν να αναλύουν δημοφιλή πρότυπα περιεχομένου και να δημιουργούν αυτόματα άρθρα ή ειδήσεις που είναι πιο πιθανό να κοινοποιηθούν.

Συμπερασματικά, τα μεγάλα δεδομένα και οι τεχνολογίες που συνδέονται με αυτά μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην παραγωγή, τη διανομή και την αντιμετώπιση των ψευδών ειδήσεων. Είναι σημαντικό να αναπτυχθούν και να εφαρμοστούν λύσεις που χρησιμοποιούν με υπευθυνότητα τα μεγάλα δεδομένα για να αντιμετωπιστεί ο αρνητικός αντίκτυπος της παραπληροφόρησης.

2.2.4 Κίνδυνοι που προκύπτουν από τη συλλογή μεγάλων δεδομένων

Η συλλογή και η χρήση μεγάλων δεδομένων συνεπάγεται διάφορα οφέλη, αλλά και σημαντικούς κινδύνους. Ακολουθούν ορισμένοι από τους κύριους κινδύνους που εγκυμονεί η συλλογή μεγάλων δεδομένων:

1. **Ιδιωτικότητα και προστασία δεδομένων:**

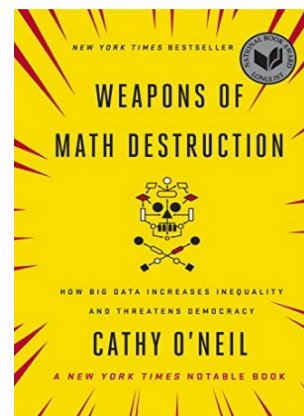
- Όσο περισσότερα δεδομένα συλλέγονται και αποθηκεύονται, τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος παραβίασης της ιδιωτικής ζωής των ατόμων.
- Η μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση ή η διαρροή δεδομένων μπορεί να οδηγήσει στην έκθεση ευαίσθητων πληροφοριών του χρήστη, γεγονός που μπορεί να έχει σοβαρές συνέπειες για την προστασία της ιδιωτικής ζωής.

2. **Μη εξουσιοδοτημένη χρήση και κατάχρηση δεδομένων:**

- Μια εικόνα που περιέχει κείμενο, αφίσα, γραμματοσειρά, κίτρινο Αυτόματα παραγόμενη περιγραφή

3. **Discriminare și Inechitate:**

- Η ανάλυση δεδομένων μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία αυτοματοποιημένων μοντέλων λήψης αποφάσεων που διαιωνίζουν ή ενισχύουν τις υφιστάμενες ανισότητες [15].
- Η συλλογή και η χρήση δεδομένων με άδικο ή διακριτικό τρόπο μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες για τις ευάλωτες κοινωνικές ομάδες ή τα άτομα. [16]



Εικόνα 21 - <https://medium.com/@haleytafti/ethics-in-data-fa39e965727e>

4. **Κυβερνοασφάλεια:**

- Όσο περισσότερα δεδομένα αποθηκεύονται, τόσο πιο ελκυστικό γίνεται για τους επιτιθέμενους να προσπαθήσουν να αποκτήσουν μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση σε αυτές τις πληροφορίες.
- Ο κίνδυνος κυβερνοεπιθέσεων και κλοπής ταυτότητας αυξάνεται με την επέκταση της συλλογής και αποθήκευσης δεδομένων.

5. **Υπερεπιτήρηση:**

- Η συλλογή και ανάλυση δεδομένων με εκτεταμένο τρόπο μπορεί να οδηγήσει σε υπερβολική επιτήρηση των ατόμων, η οποία μπορεί να επηρεάσει την ελευθερία και την ιδιωτική τους ζωή.

- Η αύξηση των δυνατοτήτων παρακολούθησης μπορεί να εγείρει ανησυχίες σχετικά με το κράτος δικαίου και τον σεβασμό των θεμελιωδών δικαιωμάτων.

6. Υπερβολική εξάρτηση από την τεχνολογία:

- Μια κοινωνία που εξαρτάται υπερβολικά από τα μεγάλα δεδομένα μπορεί να γίνει εξαρτημένη από την τεχνολογία, γεγονός που μπορεί να δημιουργήσει σημαντικά τρωτά σημεία σε τεχνολογικά προβλήματα, ανθρώπινα λάθη ή κυβερνοεπιθέσεις.

7. Έλλειψη διαφάνειας και λογοδοσίας:

- Οι πολύπλοκες διαδικασίες ανάλυσης δεδομένων μπορεί να δυσχεραίνουν την κατανόηση του τρόπου λήψης αποφάσεων, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε έλλειψη διαφάνειας και λογοδοσίας.

Υπάρχει μια οικονομία πληροφοριών πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων, αλλά οι περισσότεροι από εμάς δεν γνωρίζουμε ποιος αγοράζει τα δεδομένα μας ή πώς να τα κρατήσουμε ιδιωτικά. Ενώ αυτό είναι ανησυχητικό για το κοινό, το οποίο υιοθετεί τις νέες τεχνολογίες επικοινωνίας ταχύτερα από ποτέ, η αγορά επηρεάζει πλέον την έρευνα των κοινωνικών επιστημών με νέους ανησυχητικούς τρόπους. Οι ερευνητές βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στην πρόσβαση σε σύνολα δεδομένων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για τη διεξαγωγή μελετών σχετικά με τη δυναμική των ομάδων.

Ένας νέος τομέας της έρευνας για την παραπληροφόρηση εμφανίστηκε στον απόηχο των εκλογών του 2016 στις ΗΠΑ. Οι **μελέτες παραπληροφόρησης** χαρακτηρίζονται από την αποκάλυψη της εσκεμμένης εκμετάλλευσης των πλατφορμών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και του ανοικτού διαδικτύου για τη χειραγώγηση της κατανόησης του κοινού για πολιτικά ζητήματα. **Ο τομέας της έρευνας παραπληροφόρησης** συνδυάζει τους τομείς της κοινωνιολογίας, των σπουδών των μέσων ενημέρωσης και της πολιτικής επιστήμης με τους πιο τεχνικούς τομείς της επιστήμης των δεδομένων και της κυβερνοασφάλειας για να μελετήσει τον τρόπο με τον οποίο οι τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών χρησιμοποιούνται από κακούς παράγοντες. Οι μέθοδοι για τη μελέτη του φαινομένου της παραπληροφόρησης εξακολουθούν να εξελίσσονται, αλλά ο έλεγχος των εταιρειών στα δεδομένα των κοινωνικών δικτύων έχει οδηγήσει σε άνιση πρόσβαση και μη αναπαραγώγιμη έρευνα. Ταυτόχρονα, οι καταναλωτές των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αγνοούν σε μεγάλο βαθμό ότι η συμπεριφορά τους παρακολουθείται και χρησιμοποιείται για ακαδημαϊκή έρευνα, γεγονός που εγείρει ηθικές προκλήσεις μεταξύ της προστασίας της ιδιωτικής ζωής των χρηστών και της λήψης συγκατάθεσης.

Όπως επισημαίνει ο Hedgcoe (2004), η επιστημονική έρευνα στον τομέα της γενετικής τη δεκαετία του 1990 υπερεκτίμησε τις δυνατότητες των μεγάλων δεδομένων για τον εντοπισμό σπάνιων ασθενειών, ενώ παράλληλα εκτίμησε λανθασμένα τους κινδύνους που επωμίζονται οι ασθενείς. Το παρόν άρθρο υποστηρίζει ότι η συλλογή και η επεξεργασία μεγάλων συνόλων δεδομένων από κοινωνικά δίκτυα θέτει υπό αμφισβήτηση τη δεοντολογία της υπεύθυνης έρευνας. Χωρίς σαφή όρια σχετικά με τον τρόπο χρήσης των δεδομένων των κοινωνικών δικτύων σε συνδυασμό με μια ουσιαστική διαδικασία συναίνεσης, οι ερευνητές μπορούν να εκθέσουν ακούσια τους συμμετέχοντες σε ποικίλες βλάβες (Hedgcoe, 2004).

Για να κατανοήσουν τους αυξανόμενους κινδύνους των μεγάλων δεδομένων, οι ερευνητές πρέπει να συνεργαστούν με τους εταίρους της κοινωνίας των πολιτών για να υποστηρίξουν τη δικαιοσύνη, τη λογοδοσία και τη διαφάνεια στην ηθική παραγωγή συνόλων δεδομένων. Παρά το γεγονός ότι τα δεδομένα είναι ο σημαντικότερος τρόπος, με τον οποίο εξετάζουμε την κοινωνία, ο αντίκτυπος των δεδομένων, ο αντίκτυπος των μεγάλων δεδομένων στα ευάλωτα άτομα σπάνια τίθεται στο προσκήνιο.

Στην προσπάθειά τους για μεγαλύτερα δεδομένα, ορισμένοι ερευνητές υποστηρίζουν ότι τα άτομα και οι ομάδες θα πρέπει να αναλάβουν μεγαλύτερα ρίσκα για να κατανοήσουν καλύτερα την κοινωνία. Η σημερινή πρόκληση είναι να ανυψωθεί η έρευνα παραπληροφόρησης σε ένα ακαδημαϊκό πρότυπο που να εγγυάται την ανοικτότητα, το δημόσιο συμφέρον, ενώ παράλληλα να αρνείται την προνομιακή και περιορισμένη πρόσβαση σε δεδομένα που υπονομεύουν το πεδίο στο σύνολό του. Τα νέα μεθοδολογικά πρότυπα περιλαμβάνουν τη συμμετοχή μηχανικών, κοινοτικών εταίρων και της κοινωνίας των πολιτών στη δημιουργία αγωγών δεδομένων, με βάση τις ηθικές αρχές της Ένωσης Ερευνητών Διαδικτύου, συμπεριλαμβανομένης της ενθάρρυνσης της ουσιαστικής συγκατάθεσης μετά από ενημέρωση σε όλα τα στάδια της έρευνας.

Είναι σημαντικό να επιτευχθεί ισορροπία μεταξύ των πλεονεκτημάτων των μεγάλων δεδομένων και της προστασίας των ατομικών δικαιωμάτων και της ιδιωτικής ζωής. Οι δεοντολογικοί κανονισμοί και πρακτικές μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στη διαχείριση αυτών των κινδύνων.

Για να καταλάβετε περισσότερα σχετικά με τα πιθανά προβλήματα με τη χρήση μεγάλων δεδομένων, παρακολουθήστε το [βίντεο!](#)

2.3 Η κριτική σκέψη ως το απόλυτο εργαλείο για την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων

Η σημασία της ανάπτυξης της κριτικής σκέψης στη σύγχρονη κοινωνία

Κριτική σκέψη είναι η ικανότητα αντικειμενικής αξιολόγησης και ανάλυσης πληροφοριών και ιδεών, εξέτασης επιχειρημάτων και αποδείξεων, εύρεσης ατελειών στη λογική και τη συλλογιστική και εξαγωγής συμπερασμάτων με βάση τη λογική και τα αδιάσειστα στοιχεία. Πρόκειται για μια στοχευμένη και ενεργή διαδικασία κριτικού προβληματισμού και αξιολόγησης των πληροφοριών.

Στη σημερινή κοινωνία, η οποία περιβάλλεται από έναν συντριπτικό όγκο πληροφοριών και ειδήσεων, η ανάπτυξη της κριτικής σκέψης είναι απαραίτητη. Η κριτική σκέψη μας διδάσκει να αξιολογούμε και να επικυρώνουμε τις πληροφορίες πριν τις αποδεχτούμε ως απόλυτη αλήθεια, συμβάλλοντας έτσι στην προστασία μας από τη χειραγώγηση και την παραπληροφόρηση των μέσων ενημέρωσης. Μας βοηθά να λαμβάνουμε τεκμηριωμένες αποφάσεις, να επιλύουμε σύνθετα προβλήματα και να κατανοούμε βαθύτερα τον κόσμο γύρω μας. Επιπλέον, η ανάπτυξη της κριτικής σκέψης μπορεί να μας βοηθήσει να ενεργούμε πιο αυτόνομα και υπεύθυνα κατά τη μαθησιακή διαδικασία, προετοιμάζοντάς μας για τις προκλήσεις της σημερινής κοινωνίας.

Με την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης, θα είμαστε σε θέση να αναλύουμε και να αξιολογούμε αντικειμενικά τις πληροφορίες που λαμβάνουμε και να διακρίνουμε τα γεγονότα από τη μυθοπλασία. Αυτή η ικανότητα μας βοηθά να γίνουμε απρόσβλητοι από τη χειραγώγηση των μέσων ενημέρωσης και τη διάδοση της παραπληροφόρησης. Μέσω της κριτικής σκέψης,

μπορούμε να εξετάζουμε τους ισχυρισμούς που διατυπώνονται σε μηνύματα και πληροφορίες και να αξιολογούμε την ποιότητα και την αποτελεσματικότητα των πηγών. Μπορούμε να αναρωτηθούμε ποιος είναι ο δημιουργός της πληροφορίας, ποιες είναι οι προθέσεις του και αν υπάρχουν στοιχεία ή υποστήριξη για τους ισχυρισμούς του.

Η σημασία της ανάπτυξης της κριτικής σκέψης στη σύγχρονη κοινωνία είναι απαραίτητη για την ενημερωμένη και ενεργό συμμετοχή στην καθημερινή ζωή. Η ικανότητα κριτικής αξιολόγησης των πληροφοριών επιτρέπει τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων σε τομείς τόσο διαφορετικούς όσο η πολιτική, η υγεία, το περιβάλλον και η οικονομία. Επιπλέον, η κριτική σκέψη μας βοηθά να επιλύουμε τα πολύπλοκα προβλήματα που αντιμετωπίζουμε στην κοινωνία, επειδή μας επιτρέπει να εξετάζουμε διαφορετικές προοπτικές, να εντοπίζουμε βιώσιμες λύσεις και να λαμβάνουμε ορθολογικές αποφάσεις.

Εν ολίγοις, η ανάπτυξη της κριτικής σκέψης είναι πολύ σημαντική για την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων και της παραπληροφόρησης στη σύγχρονη κοινωνία. Η ικανότητα αντικειμενικής αξιολόγησης και ανάλυσης των πληροφοριών μάς βοηθά να προστατεύουμε τους εαυτούς μας και τους άλλους από τη χειραγώγηση.

2.4 Στρατηγικές για τον εντοπισμό της χειραγώγησης

2.4.1 Ανάλυση του πλαισίου και των κρυφών κινήτρων

Όταν ασχολείστε με ειδήσεις ή πληροφορίες, είναι σημαντικό να αναλύετε το πλαίσιο στο οποίο παρουσιάζονται και να έχετε επίγνωση των πιθανών κρυφών κινήτρων των πηγών.

Ακολουθούν ορισμένα πράγματα που πρέπει να λάβετε υπόψη σας:

Χρονικό πλαίσιο: Είναι σημαντικό να καταλάβετε πότε δημοσιεύτηκαν οι πληροφορίες. Μερικές φορές οι ειδήσεις μπορούν να χειραγωγηθούν για να δημιουργήσουν ένα συγκεκριμένο αντίκτυπο ή να επηρεάσουν την κοινή γνώμη σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή.

Παράδειγμα: Αν κατά τη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας υπάρχει μια είδηση που κατηγορεί έναν υποψήφιο για διαφθορά, είναι σημαντικό να αναρωτηθούμε αν έχει ως στόχο να επηρεάσει το αποτέλεσμα των εκλογών.

Κοινωνικό και πολιτικό πλαίσιο: Κάθε πληροφορία επηρεάζεται από το κοινωνικό και πολιτικό περιβάλλον στο οποίο παρουσιάζεται. Είναι σημαντικό να γνωρίζετε αυτές τις επιρροές και να αναρωτιέστε πώς μπορεί να επηρεαστεί η αντικειμενικότητα της πληροφορίας.

Παράδειγμα: Αν διαβάζουμε μια είδηση για έναν αμφιλεγόμενο νόμο, πρέπει να γνωρίζουμε ότι οι διάφορες ομάδες συμφερόντων μπορεί να παρουσιάζουν διαφορετικές πληροφορίες για να προωθήσουν την άποψή τους.

Κρυφά κίνητρα: Μερικές φορές οι πηγές πληροφοριών μπορεί να έχουν κρυφά κίνητρα ή προσωπικά συμφέροντα για τη μετάδοση ορισμένων μηνυμάτων. Είναι σημαντικό να εκτιμήσετε ποιος έχει να κερδίσει ή να χάσει από μια πληροφορία και να αναρωτηθείτε γιατί μπορεί να την παρουσιάζουν με συγκεκριμένο τρόπο.

Παράδειγμα: Μια εταιρεία που παράγει βιολογικά προϊόντα μπορεί να έχει συμφέρον να δυσφημίσει ανταγωνιστικά προϊόντα προωθώντας ψευδείς πληροφορίες για αυτά.

Η ανάλυση του πλαισίου και του κρυμμένου λόγου μας βοηθά να είμαστε πιο κριτικοί και να αναρωτιόμαστε συνεχώς γιατί παρουσιάζεται μια συγκεκριμένη πληροφορία και ποιες μπορεί να είναι οι συνέπειές της. Αυτή η ικανότητα μας επιτρέπει να αποφύγουμε να πέσουμε στην παγίδα της χειραγώγησης και να βασιστούμε σε έγκυρες και αντικειμενικές πληροφορίες.

Πρέπει να επαληθεύσουμε ότι οι πληροφορίες που παρουσιάζονται υποστηρίζονται από αδιάσειστα στοιχεία. Μπορούμε να αναζητήσουμε πρόσθετες πηγές για να επιβεβαιώσουμε τις πληροφορίες ή να συμβουλευτούμε ειδικούς στον τομέα για να επαληθεύσουμε την εγκυρότητα και την ακρίβεια των πληροφοριών που παρουσιάζονται.

Κατά την αξιολόγηση της αλήθειας μιας πληροφορίας, είναι σημαντικό να ελέγχεται αν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της πληροφορίας και των αποδεικτικών στοιχείων. Αυτό μας βοηθά να διαπιστώσουμε αν η πληροφορία υποστηρίζεται από γεγονότα και αν συνάδει με την πραγματικότητα. Ακολουθούν ορισμένες σημαντικές πτυχές από την άποψη αυτή:

- **Αναζήτηση αξιόπιστων πηγών:** Για να επαληθεύσετε τη συσχέτιση μεταξύ πληροφοριών και στοιχείων, είναι σημαντικό να αναζητάτε αξιόπιστες πηγές και να συμβουλευέστε πολλαπλές πηγές πληροφοριών. Πηγές όπως επιστημονικές δημοσιεύσεις, αξιόπιστοι οργανισμοί, ειδικοί επί του θέματος και έγκριτες πηγές των μέσων ενημέρωσης είναι συνήθως πιο αξιόπιστες.

- **Αξιολόγηση της ποιότητας και της αντικειμενικότητας των πληροφοριών:** Πρέπει να αναλύσουμε την ποιότητα των πληροφοριών και να εκτιμήσουμε αν είναι αντικειμενικές ή μεροληπτικές. Συνιστάται να ελέγχουμε αν οι πληροφορίες υποστηρίζονται από συγκεκριμένα δεδομένα, επιστημονικές έρευνες ή άλλες σχετικές πηγές.

- **Έλεγχος αρχικών πηγών:** Μερικές φορές οι πληροφορίες παρουσιάζονται μέσω δευτερογενών πηγών ή ερμηνειών και ο συσχετισμός με τα αποδεικτικά στοιχεία μπορεί να διαστρεβλωθεί. Σε τέτοιες περιπτώσεις, είναι χρήσιμο να αναζητήσετε τις αρχικές πηγές και να αξιολογήσετε άμεσα τα αποδεικτικά στοιχεία που παρουσιάζονται.

- **Κριτική ανάλυση επιχειρημάτων και συλλογισμών:** Πρέπει να δίνουμε προσοχή στον τρόπο με τον οποίο παρουσιάζονται και επιχειρηματολογούνται οι πληροφορίες. Εάν υπάρχει σημαντική ασυμφωνία μεταξύ πληροφοριών και αποδεικτικών στοιχείων, είναι σημαντικό να αναρωτηθούμε γιατί υπάρχει αυτή η ασυμφωνία και να αξιολογήσουμε εάν τα επιχειρήματα που παρουσιάζονται είναι έγκυρα και λογικά.

Παράδειγμα: Εάν μια είδηση ισχυρίζεται ότι η κατανάλωση σοκολάτας μειώνει τον κίνδυνο καρκίνου, πρέπει να ελέγξουμε τις μελέτες και τις επιστημονικές έρευνες που υποστηρίζουν αυτόν τον ισχυρισμό και να αξιολογήσουμε εάν υπάρχει άμεση συσχέτιση μεταξύ των πληροφοριών και των στοιχείων.

Ο έλεγχος της συσχέτισης μεταξύ πληροφοριών και στοιχείων μας βοηθά να αποφύγουμε την εσφαλμένη πληροφόρηση ή την παγίδα της χειραγώγησης. Χρησιμοποιώντας μια κριτική και βασισμένη στα γεγονότα προσέγγιση, μπορούμε να λαμβάνουμε τεκμηριωμένες αποφάσεις και να διαμορφώνουμε μια πιο ακριβή οπτική της πραγματικότητας.

2.4.2 Εντοπισμός εσφαλμένης λογικής και συναισθηματικής χειραγώγησης

Πρέπει να δίνουμε προσοχή στη λογική που παρουσιάζεται στις πληροφορίες και να εντοπίζουμε πιθανά λογικά λάθη ή συναισθηματικούς χειρισμούς. Μπορούμε να αναζητήσουμε αδύναμα επιχειρήματα, υπερβολικές προεκτάσεις ή χειραγώγηση με τη χρήση συναισθημάτων για να επηρεάσουμε την αντίληψη και την κρίση μας. Είναι σημαντικό να είμαστε κριτικοί και να χρησιμοποιούμε αυτές τις στρατηγικές για να προστατευτούμε από τη χειραγώγηση των πληροφοριών και να λαμβάνουμε τεκμηριωμένες και ορθολογικές αποφάσεις.

Στον πλούσιο σε πληροφορίες κόσμο στον οποίο ζούμε, είναι σημαντικό να μπορούμε να εντοπίζουμε τη λανθασμένη λογική και τη συναισθηματική χειραγώγηση που χρησιμοποιείται

στις ομιλίες ή τα επιχειρήματα που μας παρουσιάζονται. Αυτές οι τεχνικές χρησιμοποιούνται συχνά για να επηρεάσουν τις απόψεις και τις αποφάσεις μας με διακριτικό τρόπο και μπορούν να διαστρεβλώσουν την πραγματικότητα. Ακολουθούν ορισμένα σημαντικά πράγματα που πρέπει να λάβετε υπόψη σας από αυτή την άποψη:

2.5 Εντοπισμός ελαττωματικής λογικής: Η λανθασμένη λογική είναι ένα λάθος στη σκέψη και τον συλλογισμό που μπορεί να οδηγήσει σε λανθασμένα ή αδικαιολόγητα συμπεράσματα. Ορισμένα συνηθισμένα παραδείγματα εσφαλμένης λογικής περιλαμβάνουν κυκλικό επιχειρήμα (όταν το συμπέρασμα χρησιμοποιείται ως προϋπόθεση), προσωπική επίθεση (επίθεση στο πρόσωπο αντί για έγκυρα επιχειρήματα) ή υπεργενίκευση (εξαγωγή γενικών συμπερασμάτων με βάση μεμονωμένες περιπτώσεις).

2.5 Επιδράσεις της συναισθηματικής χειραγώγησης: Η συναισθηματική χειραγώγηση περιλαμβάνει τη χρήση συναισθημάτων για να επηρεάσουμε τις απόψεις και τις αποφάσεις μας. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω επικλήσεων στο φόβο, την ενοχή, τη συμπάθεια ή τον υπερβολικό ενθουσιασμό. Η συναισθηματική χειραγώγηση μπορεί να αποσπάσει την προσοχή από τα ορθολογικά επιχειρήματα και να δημιουργήσει μια παρορμητική αντίδραση εις βάρος της αντικειμενικής λογικής.

2.5 Προσέξτε τη συναισθηματικά φορτισμένη γλώσσα: Μερικές φορές οι λέξεις και οι φράσεις που χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία μπορεί να επιλέγονται σκόπιμα για να προκαλέσουν έντονες συναισθηματικές αντιδράσεις. Μια τέτοια συναισθηματικά φορτισμένη γλώσσα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να χειραγωγήσει ή να διαστρεβλώσει το αρχικό μήνυμα. Προσέξτε τις λέξεις που δημιουργούν πόλωση, εντείνουν τη σύγκρουση ή προκαλούν έντονες συναισθηματικές αντιδράσεις.

2.5 Προσέξτε τη συναισθηματικά φορτισμένη γλώσσα: Μερικές φορές οι λέξεις και οι φράσεις που χρησιμοποιούνται στην επικοινωνία μπορεί να επιλέγονται σκόπιμα για να προκαλέσουν έντονες συναισθηματικές αντιδράσεις. Μια τέτοια συναισθηματικά φορτισμένη γλώσσα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να χειραγωγήσει ή να διαστρεβλώσει το αρχικό μήνυμα. Προσέξτε τις λέξεις που δημιουργούν πόλωση, εντείνουν τη σύγκρουση ή προκαλούν έντονες συναισθηματικές αντιδράσεις.

2.5 Αναρωτηθείτε ποιος επωφελείται από τη χειραγώγηση: Είναι σημαντικό να αναρωτηθείτε ποιος επωφελείται από αυτό. Ποιος μπορεί να ωφελείται από τη χειραγώγηση και ποιο μπορεί να είναι το κίνητρο πίσω από αυτήν; Μερικές φορές η χειραγώγηση χρησιμοποιείται για την προώθηση ορισμένων συμφερόντων ή για την απόκτηση κάποιου

οφέλους και η αναγνώριση αυτού μας βοηθά να αξιολογούμε κριτικά τις πληροφορίες που λαμβάνουμε.

Παράδειγμα: Ένας πολιτικός χρησιμοποιεί έντονη συναισθηματική ρητορική και γενικεύει τις κατηγορίες για έναν πολιτικό αντίπαλο χωρίς να παρουσιάζει συγκεκριμένα στοιχεία. Σε αυτή την περίπτωση, ο εντοπισμός της συναισθηματικής χειραγώγησης και της έλλειψης στέρεων επιχειρημάτων μας βοηθά να είμαστε πιο επιφυλακτικοί και να εξετάζουμε τους ισχυρισμούς αυτούς.

2.5 Ανάπτυξη κριτικής στάσης

2.5.1 Αναγνωρίζοντας τις προκαταλήψεις σας

Είναι σημαντικό να αναγνωρίζουμε ότι έχουμε τις δικές μας προκαταλήψεις και να τις συνειδητοποιούμε κατά τη διαδικασία αξιολόγησης των πληροφοριών. Πρέπει να είμαστε ειλικρινείς με τον εαυτό μας και να αναρωτηθούμε πώς αυτές οι προκαταλήψεις μπορούν να επηρεάσουν την αντίληψη και την κρίση μας. Γνωρίζοντας αυτές τις προκαταλήψεις, μπορούμε να προσπαθήσουμε να ξεπεράσουμε τους περιορισμούς μας και να αξιολογήσουμε τις πληροφορίες με πιο αντικειμενικό τρόπο.

Οι προκαταλήψεις είναι προκατασκευασμένες κρίσεις ή απόψεις που έχουμε για ορισμένους ανθρώπους, ομάδες ή ιδέες, οι οποίες βασίζονται σε στερεότυπα ή γενικεύσεις. Μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο ερμηνεύουμε και αξιολογούμε τις πληροφορίες και να επηρεάσουν την αντικειμενικότητα και την κρίση μας. Για να είμαστε πιο αποτελεσματικοί στην καταπολέμηση των προκαταλήψεων, είναι σημαντικό να αναγνωρίζουμε ότι τις έχουμε και να έχουμε επίγνωση του αντίκτυπού τους στη σκέψη μας.

- **Αυτοκριτική και ενδοσκόπηση.** Είναι σημαντικό να είμαστε ειλικρινείς με τον εαυτό μας και να εξετάζουμε τις δικές μας πεποιθήσεις και στάσεις. Ο εντοπισμός και η επίγνωση των προκαταλήψεων που έχουμε μας βοηθά να τις διαχειριστούμε πιο αποτελεσματικά και να αποφύγουμε τις επιρροές τους στη διαδικασία της σκέψης μας.

- **Εκπαίδευση και πληροφόρηση.** Η αναζήτηση γνώσεων και πληροφοριών σχετικά με διαφορετικές κουλτούρες, εθνικές ομάδες, σεξουαλικούς προσανατολισμούς ή άλλες κοινωνικές πτυχές μπορεί να συμβάλει στη μείωση των προκαταλήψεων. Η βαθύτερη κατανόηση των διαφορών και της πολυπλοκότητας των ανθρώπων μπορεί να βοηθήσει στην ανοιχτή σκέψη και να μειώσει τις προκαταλήψεις.

- **Ενσυναίσθηση και διορατικότητα.** Το να μπαίνουμε στη θέση των άλλων και να προσπαθούμε να δούμε τον κόσμο μέσα από τα δικά τους μάτια μας βοηθά να συνειδητοποιήσουμε καλύτερα πώς η προκατάληψη μπορεί να επηρεάσει τα άτομα ή τις ομάδες αυτά. Το να ακούμε ενεργά τις ιστορίες και τις εμπειρίες των άλλων μας επιτρέπει να κατανοήσουμε καλύτερα τη διαφορετικότητα και να καταπολεμήσουμε την προκατάληψη.

- **Αναζήτηση αποδεικτικών στοιχείων και αντικειμενικής συλλογιστικής:** Όταν αντιμετωπίζουμε πληροφορίες ή απόψεις που τροφοδοτούν τις προκαταλήψεις μας, είναι σημαντικό να αναζητούμε αδιάσειστα στοιχεία και να χρησιμοποιούμε αντικειμενική λογική. Η κριτική αξιολόγηση των πληροφοριών και ο έλεγχος των πηγών μπορεί να βοηθήσει στη μείωση της επιρροής των προκαταλήψεων στη διαδικασία σκέψης.

Παράδειγμα: Αν έχουμε προκαταλήψεις απέναντι σε μια συγκεκριμένη εθνοτική ομάδα και διαβάσουμε ένα άρθρο που υποστηρίζει αυτές τις προκαταλήψεις, η αναγνώριση αυτών των προκαταλήψεων μπορεί να μας βοηθήσει να είμαστε πιο κριτικοί στην αξιολόγηση των πληροφοριών που παρουσιάζονται. Μπορούμε να αναζητήσουμε εναλλακτικές πηγές, να εξετάσουμε τα γεγονότα και να αναρωτηθούμε αν υπάρχει στέρεη βάση για την υποστήριξη αυτής της γνώμης ή αν επηρεάζεται από τις προκαταλήψεις μας.

Η αναγνώριση και η επίγνωση των προκαταλήψεών σας είναι σημαντικά βήματα για την ανάπτυξη κριτικής και αντικειμενικής σκέψης. Αυτές οι δεξιότητες μας βοηθούν να είμαστε πιο ενημερωμένοι, να λαμβάνουμε καλύτερα τεκμηριωμένες αποφάσεις και να είμαστε πιο ανοιχτοί στην ανθρώπινη ποικιλομορφία.

2.5.2 Υγιής σκεπτικισμός και ισορροπία των πληροφοριών

Συνιστάται να προσεγγίζουμε τις πληροφορίες με έναν υγιή σκεπτικισμό. Πρέπει να είμαστε κριτικοί και να μην αποδεχόμαστε τυφλά όλα όσα μας παρουσιάζονται. Είναι σημαντικό να αναζητούμε πολλαπλές πηγές πληροφοριών, να ζυγίζουμε τα υπέρ και τα κατά και να αξιολογούμε όλα τα εμπλεκόμενα μέρη με ισορροπημένο τρόπο. Έτσι, μπορούμε να αποκτήσουμε μια πιο ολοκληρωμένη και σαφέστερη οπτική για το θέμα που συζητείται.

Με την ανάπτυξη μιας κριτικής στάσης, μπορούμε να γίνουμε πιο συνειδητοποιημένοι και ικανοί να διακρίνουμε τις αληθινές πληροφορίες από τις ψευδείς ή χειραγωγούμενες πληροφορίες. Αυτό μας βοηθά να προστατευτούμε από την παραπληροφόρηση και να λαμβάνουμε πιο ενημερωμένες και ορθολογικές αποφάσεις στην καθημερινή μας ζωή.

Ο υγιής σκεπτικισμός είναι μια κριτική και ορθολογική προσέγγιση στην αξιολόγηση των πληροφοριών που λαμβάνουμε. Στην εποχή της ψηφιακής πληροφόρησης, είναι ζωτικής

σημασίας να μπορούμε να διακρίνουμε μεταξύ των αληθινών πληροφοριών και των ψευδών ή διαστρεβλωμένων πληροφοριών.

Έλεγχος πηγών. Είναι σημαντικό να επαληθεύουμε την πηγή των πληροφοριών που λαμβάνουμε. Μερικές φορές οι πληροφορίες μπορεί να δημιουργούνται ή να κοινοποιούνται από μη πειστικές πηγές ή με κρυφά συμφέροντα. Ο έλεγχος της αξιοπιστίας της πηγής και ο προσδιορισμός της φήμης της μπορεί να βοηθήσει στην αντικειμενική αξιολόγηση των πληροφοριών.

Επιδίωξη ποικιλομορφίας των πηγών. Για να αποκτήσετε μια ισορροπημένη προοπτική και να αποφύγετε την αναφορά ενός μέρους του συνόλου, είναι σημαντικό να συμβουλευέστε ένα ευρύ φάσμα πηγών πληροφόρησης. Αυτό μας επιτρέπει να αποκτήσουμε διαφορετικές οπτικές γωνίες και να αποφύγουμε την υιοθέτηση μιας μόνο άποψης ή μιας μεροληπτικής πληροφορίας.

Κριτική αξιολόγηση των επιχειρημάτων. Ο υγιής σκεπτικισμός μας ενθαρρύνει να αξιολογούμε κριτικά τα επιχειρήματα που παρουσιάζονται στις πληροφορίες. Αυτό περιλαμβάνει την ανάλυση της λογικής, της παρουσίασης των αποδεικτικών στοιχείων και της συνέπειας του επιχειρήματος στο σύνολό του. Ενώ κάποιοι άνθρωποι μπορούν να είναι πειστικοί στην παρουσίαση πληροφοριών, η κριτική αξιολόγηση μας βοηθά να διαχωρίσουμε τα γεγονότα από τις απόψεις και να εντοπίσουμε τυχόν αδυναμίες ή ασυνέπειες στην επιχειρηματολογία.

Έλεγχος πληροφοριών και στοιχείων. Πριν αποδεχτείτε πληροφορίες ως αληθινές, είναι σημαντικό να ελέγχετε τα γεγονότα που παρουσιάζονται. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την αναζήτηση ανεξάρτητων και επαληθευμένων πηγών που υποστηρίζουν τις πληροφορίες. Η επαλήθευση των πληροφοριών μπορεί επίσης να περιλαμβάνει τη διαβούλευση με ειδικούς στον τομέα ή την αναζήτηση σχετικών μελετών και ερευνών.

Παράδειγμα: Αν λαμβάνουμε αμφιλεγόμενες ή ανησυχητικές πληροφορίες, ο υγιής σκεπτικισμός μας ενθαρρύνει να μην αποδεχόμαστε αυτόματα αυτές τις πληροφορίες, αλλά να αξιολογούμε κριτικά τις πηγές και να επαληθεύουμε τα γεγονότα που παρουσιάζονται. Μπορούμε να αναζητήσουμε εναλλακτικές πηγές, να συμβουλευτούμε ειδικούς στον τομέα και να αξιολογήσουμε τους λόγους με ορθολογικό και ισορροπημένο τρόπο.



Ο υγιής σκεπτικισμός μας βοηθά να αποφύγουμε να πέσουμε στην παγίδα της χειραγώγησης των πληροφοριών, να ενημερωθούμε καλύτερα και να λάβουμε σοφές αποφάσεις που βασίζονται σε επαληθευμένες και αξιόπιστες πληροφορίες. Είναι σημαντικό να διατηρούμε μια ισορροπία μεταξύ του να είμαστε ανοιχτοί σε νέες πληροφορίες και να αξιολογούμε κριτικά τις πληροφορίες.

2.6 Ψεύτικο ή αληθινό; - είναι τα deepfakes η νέα μορφή των #fakenews;

2.6.1 Τι είναι τα deepfakes και πώς λειτουργούν;

Δείτε το [βίντεο!](#)

Τα deepfakes είναι προηγμένες τεχνολογίες χειραγώγησης των μέσων ενημέρωσης που χρησιμοποιούν τεχνητή νοημοσύνη για την ψευδή δημιουργία και διανομή εικόνων, βίντεο ή ηχητικών εγγραφών που φαίνονται αυθεντικές αλλά στην πραγματικότητα είναι κατασκευασμένες. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν την αντικατάσταση των προσώπων πραγματικών ανθρώπων με πρόσωπα άλλων ανθρώπων ή ακόμη και με γενικά πρόσωπα που δημιουργούνται από αλγορίθμους.

Η λειτουργία των deepfakes βασίζεται σε τεχνικές μηχανικής μάθησης γνωστές ως γενετικά νευρωνικά δίκτυα (GAN). Τα GAN αποτελούνται από δύο κύρια συστατικά: μια γεννήτρια και έναν διαχωριστή. Η γεννήτρια είναι υπεύθυνη για τη δημιουργία των ψεύτικων εικόνων, ενώ ο διαχωριστής προσπαθεί να διακρίνει μεταξύ των πραγματικών εικόνων και εκείνων που παράγονται από τη γεννήτρια.

Η διαδικασία δημιουργίας ενός deepfake περιλαμβάνει γενικά τα ακόλουθα βήματα:

Συλλογή δεδομένων: Απαιτούνται πραγματικές φωτογραφίες και βίντεο του ατόμου που αντικαθίσταται. Όσο περισσότερα δεδομένα είναι διαθέσιμα, τόσο πιο ακριβή θα είναι τα αποτελέσματα.

Εκπαίδευση μοντέλου: Χρησιμοποιώντας αλγόριθμους μηχανικής μάθησης, ένα μοντέλο εκπαιδεύεται για να μάθει τα χαρακτηριστικά του προσώπου του ατόμου αναφοράς. Το μοντέλο μαθαίνει να αναγνωρίζει αυτά τα χαρακτηριστικά και να τα εφαρμόζει σε εικόνες ή βίντεο.

Δημιουργία του deepfake: Το μοντέλο χρησιμοποιεί τις πληροφορίες που μάθαμε στο προηγούμενο βήμα για να δημιουργήσει εικόνες ή βίντεο που παρουσιάζουν αξιόπιστα το πρόσωπο που αντικαταστάθηκε. Ο αλγόριθμος προσπαθεί να κατανοήσει με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ακρίβεια την υφή και τις κινήσεις του προσώπου.

Βελτιώσεις και προσαρμογές: Μερικές φορές τα αρχικά deepfakes μπορεί να έχουν κάποιες ατέλειες ή να φαίνονται αφύσικα. Σε αυτή την περίπτωση, γίνονται πρόσθετες προσαρμογές για να γίνει το αποτέλεσμα όσο το δυνατόν πιο αυθεντικό.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι τα deepfakes μπορούν να χρησιμοποιηθούν για διάφορους σκοπούς, ορισμένοι από τους οποίους είναι διασκεδαστικοί ή δημιουργικοί, όπως στη βιομηχανία κινηματογράφου ή στην ψυχαγωγία. Ωστόσο, υπάρχει και η σκοτεινή πλευρά των deepfakes, καθώς μπορούν να χρησιμοποιηθούν για επιβλαβείς σκοπούς, όπως η διάδοση της παραπληροφόρησης, ο εκβιασμός ή η πολιτική χειραγώγηση.

Παράδειγμα: Ένα παράδειγμα deepfake θα ήταν η δημιουργία ενός βίντεο που φαίνεται να παρουσιάζει ένα διάσημο πρόσωπο να εκφωνεί μια αμφιλεγόμενη ομιλία ή να κάνει ψευδείς δηλώσεις. Με τη χρήση τεχνικών deepfake, το βίντεο μπορεί να φανεί αυθεντικό και πιστευτό, κάτι που είναι δύσκολο για τον μέσο άνθρωπο.

[Δείτε το βίντεο!](#)

2.6.2 Ο αντίκτυπος των deepfakes στην κοινωνία και τη δημοκρατία

Ο αντίκτυπος των deepfakes στην κοινωνία και τη δημοκρατία μπορεί να είναι σημαντικός και να δημιουργήσει σοβαρές προκλήσεις.

Παραπληροφόρηση και δυσφήμιση. Τα Deepfakes μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία ψεύτικου και παραποιημένου περιεχομένου που μπορεί να διαδώσει παραπληροφόρηση και να δυσφημίσει άτομα ή ιδρύματα. Αντικαθιστώντας πρόσωπα ή αλλοιώνοντας ομιλίες, μπορεί κανείς να δημιουργήσει την εντύπωση ότι ένα άτομο έχει κάνει ή έχει πει κάτι που δεν είναι αληθινό, οδηγώντας σε σύγχυση και ζημιά στη φήμη του.

Υπονόμευση της εμπιστοσύνης στα μέσα ενημέρωσης και επικοινωνίας. Με τη δημιουργία απομιμήσεων και τη διάδοσή τους στο διαδίκτυο, μπορεί να υπονομευθεί η εμπιστοσύνη του κοινού στις πηγές πληροφοριών και ειδήσεων. Μόλις οι άνθρωποι συνειδητοποιήσουν την ύπαρξη των deepfakes, μπορεί να γίνουν πιο επιφυλακτικοί και να εμπιστεύονται λιγότερο το περιεχόμενο των μέσων ενημέρωσης, γεγονός που μπορεί να αποδυναμώσει τη δημοκρατία και να θέσει σε κίνδυνο την αντικειμενική αλήθεια.

Επιπτώσεις στις εκλογικές και πολιτικές διαδικασίες. Τα deepfakes μπορούν να χρησιμοποιηθούν για πολιτικούς σκοπούς, προκειμένου να χειραγωγηθεί η κοινή γνώμη και να επηρεαστούν τα εκλογικά αποτελέσματα. Δημιουργώντας ψεύτικα βίντεο ή μηνύματα πολιτικών, τα deepfakes μπορούν να δημιουργήσουν σύγχυση και να υπονομεύσουν την ακεραιότητα των εκλογικών διαδικασιών.

Ψυχολογικές και κοινωνικές επιπτώσεις. Η προβολή deepfakes μπορεί να έχει συναισθηματικό και ψυχολογικό αντίκτυπο στους ανθρώπους. Μπορούν να προκαλέσουν άγχος, σύγχυση και δυσφορία, καθώς οι άνθρωποι μπορεί να μην είναι σίγουροι για τη γνησιότητα των πληροφοριών που λαμβάνουν. Τα deepfakes μπορούν επίσης να τροφοδοτήσουν τις θεωρίες συνωμοσίας και την κοινωνική πόλωση, ενισχύοντας τις διαιρέσεις και τη δυσπιστία μεταξύ διαφορετικών ομάδων.

Η ανάγκη για αντίμετρα. Ο αρνητικός αντίκτυπος των deepfakes καθόρισε την ανάγκη λήψης αντιμέτρων. Αυτά μπορεί να περιλαμβάνουν την ανάπτυξη και τη χρήση τεχνολογιών ανίχνευσης deepfake, την εκπαίδευση του κοινού σχετικά με την αναγνώριση και την πρόληψη των deepfake, τη συνεργασία μεταξύ διαδικτυακών πλατφορμών για την αφαίρεση ψεύτικου περιεχομένου και την προώθηση της διαφάνειας γύρω από την ψηφιακή χειραγώγηση.

Παράδειγμα: Αυτό μπορεί να προκαλέσει σύγχυση στους ψηφοφόρους και να υπονομεύσει τη δημοκρατική διαδικασία. Αυτό μπορεί να βλάψει σοβαρά την εμπιστοσύνη του κοινού στους πολιτικούς και στο ινστιτούτο.

2.6.3 Προσδιορισμός των deepfakes

- **Αναζήτηση ύποπτων οπτικών και ηχητικών ενδείξεων**

Η αναζήτηση ύποπτων οπτικών και ηχητικών ενδείξεων αποτελεί σημαντική πτυχή στην καταπολέμηση των απομιμήσεων και στην αξιολόγηση της αυθεντικότητας του περιεχομένου των μέσων ενημέρωσης. Παρόλο που τα deepfakes μπορεί να είναι εξαιρετικά εξελιγμένα, υπάρχουν ορισμένα στοιχεία που μπορούμε να αναζητήσουμε για να εντοπίσουμε πιθανές παραποιήσεις. Ακολουθούν ορισμένες σχετικές πτυχές:

Ασυνέπειες στις κινήσεις του προσώπου ή του σώματος. Σε ένα deepfake, μπορεί να υπάρχουν ασυνέπειες στις κινήσεις του προσώπου ή του σώματος του αντικατασταθέντος πραγματικού προσώπου. Αυτές μπορεί να είναι δύσκολο να παρατηρηθούν με την πρώτη ματιά,

αλλά αναλύοντας προσεκτικά τις λεπτομέρειες, μπορούμε να παρατηρήσουμε ατελείς συγχρονισμούς μεταξύ των εκφράσεων του προσώπου και των κινήσεων του υπόλοιπου σώματος.

Οπτικά τεχνουργήματα ή τεχνικές ελλείψεις. Οι βαθιές απομιμήσεις μπορεί μερικές φορές να παρουσιάζουν οπτικά τεχνουργήματα ή τεχνικές ελλείψεις. Αυτά μπορούν να φανούν στην ποιότητα της εικόνας ή σε λεπτομέρειες όπως τα σχήματα των προσώπων, οι σκιές, ο φωτισμός ή οι αντανακλάσεις. Ορισμένα deepfakes μπορεί να φαίνονται θολά ή παραμορφωμένα σε ορισμένες περιοχές.

Διαφορές στον ήχο και την ομιλία. Κατά την αξιολόγηση βιντεοσκοπήσεων ή ηχογραφήσεων, μπορεί να αναζητήσουμε ασυμφωνίες μεταξύ ήχου και κινήσεων των χειλιών ή άλλες ακουστικές ενδείξεις. Στα deepfakes, ο τέλειος συγχρονισμός μεταξύ ήχου και εικόνας μπορεί να είναι δύσκολο να επιτευχθεί, οπότε μπορεί να προκύψουν ανεπαίσθητες αποκλίσεις.

Έλεγχος της πηγής και του πλαισίου. Είναι σημαντικό να επαληθεύσετε την πηγή και το πλαίσιο στο οποίο μοιράστηκαν τα ύποπτα μέσα ενημέρωσης. Μερικές φορές τα deepfakes μπορεί να συνδέονται με μη πειστικές πηγές ή να μοιράζονται σε ένα πλαίσιο που εγείρει υποψίες. Η διερεύνηση της πηγής και η αξιολόγηση της αξιοπιστίας της μπορεί να παράσχει σημαντικές ενδείξεις σχετικά με τη γνησιότητα του περιεχομένου.

Παράδειγμα: Εάν λάβουμε ένα βίντεο ή μια ηχογράφιση που φαίνεται να απεικονίζει ένα αμφιλεγόμενο γεγονός ή μια αμφιλεγόμενη δήλωση, μπορεί να αναζητήσουμε ύποπτες οπτικές και ηχητικές ενδείξεις. Μπορούμε να ελέγξουμε αν οι κινήσεις του προσώπου και του σώματος είναι συνεπείς, αν υπάρχουν εμφανή οπτικά τεχνουργήματα ή ασυμφωνίες στον ήχο και την ομιλία. Μπορούμε επίσης να ερευνήσουμε την πηγή του περιεχομένου και το πλαίσιο στο οποίο διανεμήθηκε για να λάβουμε πρόσθετες πληροφορίες.

Η αναζήτηση ύποπτων οπτικών και ηχητικών ενδείξεων απαιτεί προσοχή και προσεκτική ανάλυση. Σε συνδυασμό με άλλες τεχνικές επαλήθευσης και αξιολόγησης περιεχομένου, αυτές οι ενδείξεις μπορούν να βοηθήσουν στον εντοπισμό πιθανών απομιμήσεων και να προστατεύσουν από τη διάδοση της παραπληροφόρησης.

- **Σύγκριση με αξιόπιστες πηγές**

Όταν είμαστε εκτεθειμένοι σε αμφισβητήσιμες ειδήσεις ή πληροφορίες, είναι σημαντικό να τις συγκρίνουμε με αξιόπιστες πηγές για να αποκτήσουμε μια πιο ξεκάθαρη και αντικειμενική προοπτική. Ακολουθούν ορισμένες σχετικές πτυχές:

Προσδιορισμός της αξιόπιστης πηγής. Πρώτον, πρέπει να εντοπίσουμε αξιόπιστες πηγές στον τομέα: γνωστές ειδησεογραφικές εκδόσεις, ερευνητικούς οργανισμούς ή ειδικούς στον τομέα. Είναι σημαντικό να συμβουλευόμαστε πηγές που έχουν σταθερή φήμη για την παροχή ακριβών και αντικειμενικών πληροφοριών.

Έλεγχος της αξιοπιστίας της πηγής. Μόλις εντοπίσουμε μια αξιόπιστη πηγή, πρέπει να ελέγξουμε την αξιοπιστία της. Μπορούμε να αναζητήσουμε πληροφορίες σχετικά με τη φήμη και την εμπειρογνωμοσύνη της πηγής, καθώς και τα δημοσιογραφικά και ερευνητικά της πρότυπα. Οι αξιόπιστες πηγές τείνουν να παρέχουν καλά τεκμηριωμένες πληροφορίες, να αναφέρουν τις πηγές που χρησιμοποίησαν και να παρουσιάζουν ισορροπημένες απόψεις.

Σύγκριση πληροφοριών. Αφού λάβουμε πληροφορίες από μια ύποπτη πηγή, μπορούμε να τις συγκρίνουμε με πληροφορίες που παρέχονται από αξιόπιστες πηγές. Μπορούμε να αναζητήσουμε ασυμφωνίες ή ασυνέπειες μεταξύ των πληροφοριών και να αναρωτηθούμε γιατί υπάρχουν σημαντικές διαφορές. Εάν μια αξιόπιστη πηγή υποστηρίζει ή διαψεύδει ορισμένες πληροφορίες, είναι πιο πιθανό να είναι πιο κοντά στην αλήθεια.

Αξιολόγηση πολλαπλών προοπτικών. Για να αποκτήσετε μια πιο ισορροπημένη προοπτική, συνιστάται να συμβουλευέστε διάφορες αξιόπιστες πηγές. Αυτό μας επιτρέπει να συγκρίνουμε διαφορετικές ερμηνείες και να κατανοήσουμε την ποικιλομορφία των απόψεων και των απόψεων. Οι συνεπείς πληροφορίες που παρέχονται από πολλαπλές αξιόπιστες πηγές αυξάνουν την πιθανότητα να αποκτήσουμε μια ακριβή και σαφή εικόνα της κατάστασης.

Παράδειγμα: Αν εκτεθούμε σε μια αμφιλεγόμενη είδηση ή ισχυρισμό, μπορεί να αναζητήσουμε αξιόπιστες πηγές στον τομέα, όπως αξιόπιστες ειδησεογραφικές εκδόσεις ή ερευνητικούς οργανισμούς. Μπορούμε να επαληθεύσουμε την αξιοπιστία αυτών των πηγών και να συγκρίνουμε τις πληροφορίες τους με αυτές που παρέχονται από την ύποπτη πηγή. Εάν υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις ή αξιόπιστες πηγές παρέχουν συνεπείς πληροφορίες που έρχονται σε αντίθεση με την ύποπτη δήλωση, είναι πιθανότερο ότι η ύποπτη δήλωση είναι ψευδής ή διαστρεβλωμένη.

Συμβουλευτικοί εμπειρογνώμονες και εξειδικευμένες τεχνολογίες

Όταν ερχόμαστε αντιμέτωποι με αμφίβολες πληροφορίες ή ύποπτο περιεχόμενο, μπορούμε να απευθυνθούμε σε ειδικούς και εξειδικευμένες τεχνολογίες για να μας βοηθήσουν να αξιολογήσουμε τη γνησιότητα και την αξιοπιστία τους.

Σύμβουλοι εμπειρογνώμονες. Συμβουλευόμενοι εμπειρογνώμονες, μπορούμε να επωφεληθούμε από τις γνώσεις τους και την ικανότητά τους να αξιολογούν τις πληροφορίες. Μπορούν να παρέχουν ενδείξεις και στέρεα επιχειρήματα ως προς τη γνησιότητα και την αληθοφάνεια των πληροφοριών.

Χρήση εξειδικευμένων τεχνολογιών. Οι τεχνολογίες αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν ανάλυση περιεχομένου, αναγνώριση ομιλίας, ανάλυση δεδομένων και αλγόριθμους ανίχνευσης παραποίησης. Υπάρχουν εργαλεία ελέγχου γεγονότων και ανίχνευσης χειραγώγησης ήχου ή βίντεο που μπορούν να βοηθήσουν στον εντοπισμό των deepfakes ή άλλων τύπων ψεύτικου περιεχομένου.

Παράδειγμα: Αν βρεθούμε αντιμέτωποι με ύποπτο περιεχόμενο, μπορούμε να επικαλεστούμε την εμπειρία μας στην ανάλυση περιεχομένου ή στον ειδικό τομέα της συγκεκριμένης πληροφορίας. Μπορούν να αξιολογήσουν τη γνησιότητα και την ειλικρίνεια της πληροφορίας με βάση τις γνώσεις και την εμπειρία τους. Μπορούμε επίσης να χρησιμοποιήσουμε εξειδικευμένες τεχνολογίες, όπως εργαλεία ανίχνευσης παραποίησης ήχου ή βίντεο, για να επιβεβαιώσουμε τη γνησιότητα του περιεχομένου.

2.7 Νομική ρύθμιση και συμμετοχή των διαδικτυακών πλατφορμών

Η νομική ρύθμιση και η συμμετοχή των διαδικτυακών πλατφορμών διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην καταπολέμηση της ψευδούς πληροφόρησης και της παραπληροφόρησης. Ακολουθούν περισσότερες σχετικές πληροφορίες:

Νομική ρύθμιση. Η νομοθεσία αποτελεί σημαντικό εργαλείο για την καταπολέμηση της ψευδούς πληροφόρησης. Οι κυβερνήσεις και οι διεθνείς οργανισμοί αναπτύσσουν νόμους και κανονισμούς για να ενθαρρύνουν τη λογοδοσία των διαδικτυακών πλατφορμών και να επιβάλλουν κυρώσεις για τη διάδοση της παραπληροφόρησης. Οι κανονισμοί αυτοί μπορεί να αποσκοπούν στη διαφάνεια στη διαφήμιση, στον εντοπισμό και την απομάκρυνση ψευδούς ή παραποιημένου περιεχομένου και στην προστασία των χρηστών από τη χειραγώγηση των πληροφοριών. Θέτοντας σαφή πρότυπα και ευθύνες, η νομική ρύθμιση μπορεί να συμβάλει στη μείωση του αντίκτυπου της διαδικτυακής παραπληροφόρησης.

Συμμετοχή διαδικτυακών πλατφορμών. Οι διαδικτυακές πλατφόρμες, όπως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι μηχανές αναζήτησης, διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην

καταπολέμηση της παραπληροφόρησης. Μπορούν να εφαρμόσουν πολιτικές και μέτρα για την πρόληψη και την καταπολέμηση της διάδοσης ψευδών πληροφοριών. Για παράδειγμα, μπορούν να χρησιμοποιούν αλγόριθμους ανίχνευσης και φίλτρα για τον εντοπισμό και τον περιορισμό της ορατότητας παραποιημένου περιεχομένου. Μπορούν επίσης να συνεργάζονται με οργανισμούς ελέγχου των γεγονότων για να αξιολογούν την ακρίβεια των πληροφοριών και να επισημαίνουν το ψευδές ή παραποιημένο περιεχόμενο. Η συμμετοχή των διαδικτυακών πλατφορμών στην προώθηση επαληθευμένων πληροφοριών και στη μείωση του αντίκτυπου της παραπληροφόρησης είναι ουσιαστική για την καταπολέμηση αυτού του φαινομένου.

Ευθύνη των χρηστών και ψηφιακή εκπαίδευση. Οι χρήστες των διαδικτυακών πλατφορμών έχουν επίσης σημαντικό ρόλο να διαδραματίσουν στην καταπολέμηση της παραπληροφόρησης. Η ψηφιακή εκπαίδευση και η ανάπτυξη μιας κριτικής προσέγγισης της πληροφορίας μπορούν να βοηθήσουν τους χρήστες να αναγνωρίζουν και να αποφεύγουν το ψεύτικο περιεχόμενο. Η ικανότητα αξιολόγησης των πηγών, η επαλήθευση των πληροφοριών και η επίγνωση των τακτικών χειραγώγησης συμβάλλει στην ευαισθητοποίηση και στη μείωση του αντίκτυπου της παραπληροφόρησης. Οι χρήστες πρέπει να είναι προσεκτικοί στην ανταλλαγή και την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες, να είναι πρόθυμοι να ενημερώνουν τις γνώσεις τους και να συμμετέχουν ενεργά στην προώθηση ενός ασφαλέστερου και πιο αυθεντικού διαδικτυακού περιβάλλοντος.

Παράδειγμα: Ορισμένες χώρες έχουν ψηφίσει νόμους που απαιτούν από τις διαδικτυακές πλατφόρμες να αναφέρουν και να αφαιρούν ψεύτικο ή παραποιημένο περιεχόμενο και να παρέχουν διαφάνεια σχετικά με την πολιτική διαφήμιση. Επιπλέον, οι πλατφόρμες συνεργάζονται με οργανισμούς ελέγχου των γεγονότων για την αξιολόγηση και την επαλήθευση της ακρίβειας των πληροφοριών. Μέσω της ενεργού συμμετοχής τους και της υιοθέτησης κατάλληλων μέτρων, οι διαδικτυακές πλατφόρμες μπορούν να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση ενός ασφαλέστερου και πιο αυθεντικού διαδικτυακού περιβάλλοντος.

2.8 Μαθηματικά όπλα παραπληροφόρησης

2.8.1 Πώς τα μαθηματικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για χειριστικούς σκοπούς

Τα ίδια τα μαθηματικά είναι ένας τομέας που βασίζεται στη λογική σκέψη, την αυστηρότητα και την αναζήτηση της αλήθειας. Ωστόσο, οι μαθηματικές έννοιες και τα μαθηματικά εργαλεία μπορούν να χρησιμοποιηθούν καταχρηστικά ή να παρερμηνευθούν για να δημιουργήσουν λανθασμένη εντύπωση ή να εξαπατήσουν τους ανθρώπους.



Σχήμα 22 - <https://ethicaljournalismnetwork.org/fake-news-people-believe-can-done-counter>

Σε αυτό το κεφάλαιο, θα διερευνήσουμε πώς οι μαθηματικές έννοιες και μέθοδοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν με χειραγωγικό τρόπο για τη δημιουργία και τη διάδοση παραπληροφόρησης. Θα κατανοήσουμε πώς οι αριθμοί και οι υπολογισμοί μπορούν να παρουσιαστούν με διαστρεβλωμένο τρόπο για να παραπλανήσουν και να επηρεάσουν την αντίληψη του κοινού.

Τα μαθηματικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για χειριστικούς σκοπούς με διάφορους τρόπους.

Μάρκετινγκ και διαφήμιση: Οι εταιρείες χρησιμοποιούν συχνά μαθηματικές αρχές για να χειραγωγήσουν τη συμπεριφορά των καταναλωτών. Μπορεί να χρησιμοποιούν μαθηματικούς αλγόριθμους για να αναλύουν δεδομένα σχετικά με τις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά των πελατών και να δημιουργούν εξατομικευμένες στρατηγικές μάρκετινγκ για να επηρεάσουν τις αγοραστικές τους αποφάσεις.

Πολιτική και δημοσκοπήσεις: Τα μαθηματικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη χειραγωγή των αποτελεσμάτων δημοσκοπήσεων ή εκλογών. Για παράδειγμα, με την επιλογή του κατάλληλου δείγματος, τη χειραγωγή των ερωτήσεων ή τη χρήση συγκεκριμένων μεθόδων υπολογισμού, τα αποτελέσματα μπορούν να επηρεαστούν με συγκεκριμένο τρόπο για την προώθηση μιας συγκεκριμένης πολιτικής ατζέντας ή τη χειραγωγή της κοινής γνώμης.

Χρηματοοικονομικά και επενδύσεις: Μαθηματικά χρησιμοποιούνται εκτενώς στον κόσμο των χρηματοοικονομικών για τη χειραγωγή των αγορών και την επίτευξη κέρδους. Η

διαπραγμάτευση μετοχών, ομολόγων και άλλων χρηματοπιστωτικών μέσων βασίζεται σε πολύπλοκα μαθηματικά μοντέλα που μπορούν να χειραγωγηθούν για να αποφέρουν κέρδη.

Αυτό περιλαμβάνει τη χρήση αλγορίθμων συναλλαγών υψηλής συχνότητας (HFT) ή τη χειραγώγηση των αγορών μέσω παράνομων πρακτικών, όπως η εσωτερική πληροφόρηση.³⁵

Τυχερά παιχνίδια: Τα μαθηματικά είναι απαραίτητα για τα τυχερά παιχνίδια και τα αθλητικά στοιχήματα και τα καζίνο τα χρησιμοποιούν για να χειραγωγήσουν τις πιθανότητες των παικτών να κερδίσουν. Μπορούν να προσαρμόζουν τις πιθανότητες και τη δομή των παιχνιδιών με τέτοιο τρόπο ώστε να έχουν πάντα μαθηματικό πλεονέκτημα έναντι των παικτών. Για παράδειγμα, η ρουλέτα και οι κουλοχέρηδες έχουν σχεδιαστεί για να παράγουν σταθερά κέρδη για τα καζίνο.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η χρήση των μαθηματικών για σκοπούς χειραγώγησης είναι ανήθικη και μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες για τα άτομα ή την κοινωνία στο σύνολό της. Η χειραγώγηση των πληροφοριών ή της συμπεριφοράς των ανθρώπων μπορεί να επηρεάσει τη λήψη αποφάσεων και να οδηγήσει σε άδικο αποτελέσματα ή βλάβη.

Είναι σημαντικό να προσεγγίζετε κριτικά τις μαθηματικές πληροφορίες, να εξετάζετε τις πηγές και τις μεθοδολογίες που χρησιμοποιούνται και να συμβουλευέστε πολλαπλές αξιόπιστες πηγές για να αποφεύγετε να παραπληρηθείτε από μαθηματική παραπληροφόρηση.

2.8.2 Μαθηματικά και ψευδείς ειδήσεις

Πολλά από αυτά που ξέρουμε ή νομίζουμε ότι ξέρουμε για το τι συμβαίνει στον κόσμο, τα μαθαίνουμε διαβάζοντας τις ειδήσεις. Αλλά στις μέρες μας η λέξη "ειδήσεις" σημαίνει κάτι διαφορετικό από ό,τι σήμαινε στις προηγούμενες γενιές. Τα περισσότερα από αυτά που διαβάζουμε σήμερα είναι άρθρα στο Διαδίκτυο - από περιστασιακές αναρτήσεις σε ιστολόγια μέχρι σχολαστικά αναλυμένες ιστορίες σε εθνικούς και διεθνείς ειδησεογραφικούς ιστότοπους. Η μετάβαση της δημοσιογραφίας από τον έντυπο τύπο στην οθόνη δεν σημαίνει εγγενώς ότι αυτά που διαβάζουμε είναι λιγότερο αληθινά από ό,τι ήταν πριν. Ωστόσο, αυτός ο τεχνολογικός μετασχηματισμός επέτρεψε έναν λιγότερο προφανή, αλλά παρόλα αυτά

³⁵ Η εσωτερική διαπραγμάτευση είναι η διαπραγμάτευση μετοχών ή άλλων τίτλων μιας δημόσιας εταιρείας με βάση σημαντικές, μη δημόσιες πληροφορίες σχετικά με την εταιρεία. Σε διάφορες χώρες, ορισμένοι τύποι εμπιστευτικών συναλλαγών είναι παράνομοι

εξαιρετικά σημαίνοντα οικονομικό μετασχηματισμό: την "datafication" της δημοσιογραφικής βιομηχανίας. Οι προβολές σελίδων και τα κλικ που όλοι σκορπάμε στο Διαδίκτυο είναι το ψηφιακό "λίπασμα" που τροφοδοτεί έναν ακμάζοντα κήπο παραπληροφόρησης και ψευδών ειδήσεων. Ακολουθώντας τα οικονομικά κίνητρα που εμπλέκονται στον σύγχρονο ειδησεογραφικό κύκλο, πρέπει να κατανοήσουμε τον ανησυχητικό βαθμό στον οποίο τα δεδομένα, αόρατα για τους περισσότερους από εμάς, που δημιουργούνται από τις πράξεις και τις δραστηριότητές μας, διαμορφώνουν θεμελιωδώς αυτό που διαβάζουμε καθημερινά και απειλούν το προπύργιο των παραδοσιακών δημοσιογραφικών προτύπων.

Όπως επισημαίνει ο Noah Giansiracusa, καθηγητής μαθηματικών και επιστήμης των δεδομένων στο Πανεπιστήμιο Bentley, στο νέο του βιβλίο, *"How Algorithms Create and Prevent Fake News: Exploring the Impact of Social Media, Deepfakes, GPT-3 and More"*, η άνοδος των ψηφιακών μέσων ενημέρωσης και η πρόοδος των τεχνικών μηχανικής μάθησης έχουν αυξήσει το διακύβευμα του παιχνιδιού της πληροφόρησης σε κρίσιμα επίπεδα. Διαβρώνοντας τη γραμμή μεταξύ γεγονότων και μυθοπλασίας, λέει, αυτές οι πλατφόρμες έχουν δημιουργήσει ακούσια "έναν τεχνολογικό αγώνα εξοπλισμών", αυξάνοντας τόσο την ταχύτητα με την οποία εξαπλώνονται οι ψευδείς ειδήσεις όσο και την έκταση της επιρροής τους.

Στο βιβλίο του, ο Giansiracusa εξηγεί πώς η τεχνητή νοημοσύνη (AI), ένας κλάδος της επιστήμης των υπολογιστών που δημιουργεί μηχανές ικανές να σκέφτονται και να ενεργούν όπως οι άνθρωποι, έχει συμβάλει στο "σημερινό τέλμα της παραποίησης των μέσων ενημέρωσης". Συγκεκριμένα, εστιάζει στους αλγορίθμους βαθιάς μάθησης, τα εξειδικευμένα προγράμματα που επιτρέπουν στους υπολογιστές να εντοπίζουν μοτίβα ανάμεσα σε ποικίλα και ογκώδη σύνολα δεδομένων.

Κάθε φορά που επισκεπτόμαστε ιστότοπους κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook και το YouTube, αφήνουμε πίσω μας ένα "ψηφιακό ίχνος ψίχουλα". Αυτές οι πληροφορίες τροφοδοτούνται σε αλγορίθμους τεχνητής νοημοσύνης με βάση το τι μας αρέσει, μοιραζόμαστε, διαβάζουμε και παρακολουθούμε κατά τη διάρκεια των επισκέψεών μας για να προβλέψουν και να επηρεάσουν τη μελλοντική μας συμπεριφορά. Αυτά τα προγράμματα καθορίζουν ποιες διαφημίσεις και αναρτήσεις εμφανίζονται στο news feed του Facebook και ποια βίντεο εμφανίζονται στη λίστα συστάσεων του YouTube. Από επιχειρηματική άποψη, ο απώτερος στόχος αυτών των εταιρειών είναι η μεγιστοποίηση της δέσμευσης των χρηστών και, επομένως, η μεγιστοποίηση των κερδών τους.

Αυτό είναι σημαντικό επειδή τείνουμε να θεωρούμε τη Google, το Facebook και το YouTube ως καλοήθεις μηχανές αναζήτησης και πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης και όχι ως αυτό που είναι: εταιρείες ψηφιακής διαφήμισης.

Για παράδειγμα, η Google απέφερε σχεδόν 150 δισεκατομμύρια δολάρια σε διαφημιστικά έσοδα το 2020, αντιπροσωπεύοντας το 80% των συνολικών εσόδων της εταιρείας - και το Facebook και η Google αντιπροσωπεύουν μαζί σχεδόν το 20% της παγκόσμιας διαφημιστικής βιομηχανίας. Εκτός από την παροχή χώρου στους διαφημιζόμενους στη δική της πλατφόρμα, η Google ενεργεί επίσης ως "εικονικός κτηματομεσίτης", τοποθετώντας διαφημίσεις σε ιστότοπους τρίτων έναντι αμοιβής. Και είναι μέσω αυτού του τελευταίου μηχανισμού που οι ψευδείς ειδήσεις έχουν ανθίσει. Με δεδομένο το τεράστιο μέγεθος του δικτύου της Google (η εταιρεία εξυπηρετεί περισσότερες από 30 δισεκατομμύρια διαφημιστικές εμφανίσεις καθημερινά), οι συμφωνίες αυτές καθοδηγούνται από αλγορίθμους που δίνουν προτεραιότητα στην ποσότητα έναντι της ποιότητας. Ως αποτέλεσμα, η Google έχει εξυπηρετήσει εν αγνοία της δισεκατομμύρια διαφημίσεις προς και από εταιρείες ψευδών ειδήσεων, παρέχοντάς τους παράλληλα πηγές εσόδων.

2.8.3 Πώς οι ψεύτικες ειδήσεις γίνονται viral - Μαθηματικές εξηγήσεις και μελέτες

'Η NASA διευθύνει μια αποικία παιδικών σκλάβων στον Άρη!', 'Φωτογραφίες που τραβήχτηκαν από ένα κινεζικό τροχιακό³⁶ αποκαλύπτουν έναν εξωγήινο οικισμό στη Σελήνη!', 'Εξωγήινοι που αλλάζουν μορφή και μπορούν να ελέγχουν τα ανθρώπινα μυαλά διοικούν την κυβέρνηση των ΗΠΑ!'

Πού οφείλεται η συγκλονιστική δημοτικότητα αυτών των ιστοριών; Είμαστε ένα ιδιαίτερα εύπιστο είδος; Ίσως όχι - ίσως απλά να είμαστε συγκλονισμένοι. Ένα απλό μοντέλο του τρόπου διάδοσης των ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, που δημοσιεύθηκε τον Ιούνιο του 2017 στο Nature Human Behavior, δείχνει ότι σχεδόν τα πάντα μπορούν να γίνουν viral. Ακόμη και σε έναν τέλειο κόσμο όπου όλοι θέλουν να μοιράζονται αληθινές ειδήσεις και είναι σε θέση να αξιολογούν την ειλικρίνεια κάθε ισχυρισμού, κάποιες ψευδείς ειδήσεις θα έφταναν σε χιλιάδες (ή ακόμη και εκατομμύρια) ανθρώπους, απλώς και μόνο λόγω της υπερφόρτωσης με πληροφορίες. Συχνά είναι αδύνατο να δει κανείς, πόσο μάλλον να επιβεβαιώσει όλα όσα

³⁶ Το Orbiter είναι ένας προσομοιωτής διαστημικών πτήσεων που επιτρέπει στους λάτρεις των διαστημικών πτήσεων να πραγματοποιήσουν το όνειρό τους να πετάξουν

εισέρχονται στην ροή ειδήσεων κάποιου. 'Αν ζεις σε έναν κόσμο όπου βομβαρδίζεσαι με σκουπίδια -ακόμη κι αν είσαι καλός στο να κάνεις διακρίσεις- βλέπεις μόνο ένα μέρος από αυτά που υπάρχουν, οπότε μπορεί να μοιράζεσαι λάθος πληροφορίες', εξηγεί ο επιστήμονας πληροφορικής Filippo Menczer του Πανεπιστημίου Bloomington της Ιντιάνα (IU), ένας από τους συν-συγγραφείς του μοντέλου 'Ο ανταγωνισμός είναι τόσο σκληρός, που τα καλά πράγματα δεν μπορούν να φτάσουν στην κορυφή'.

Μπορεί να συμβεί στον εικονικό κόσμο, η ομορφιά μιας φωτογραφίας ή η πειστικότητα ενός άρθρου να βοηθήσει στη διάδοση ενός "μιμιδίου" - ο όρος που χρησιμοποιούν ο Menczer και οι συνάδελφοί του για έναν σύνδεσμο, ένα βίντεο, μια φράση ή μια άλλη μονάδα διαδικτυακής πληροφορίας. Οι ερευνητές αποδεικνύουν, ωστόσο, ότι μόνο τρεις αδυσώπητοι παράγοντες μπορούν να εξηγήσουν την αδυναμία ενός δικτύου να διακρίνει την αλήθεια από το ψέμα στα μιμίδια, ακόμη και αν τα άτομα μπορούν. Αυτοί είναι οι εξής: ο τεράστιος όγκος πληροφοριών που κυκλοφορεί εκεί έξω, ο περιορισμένος χρόνος και η προσοχή που μπορούν να αφιερώσουν οι άνθρωποι για να περιηγηθούν στις ροές ειδήσεων και να επιλέξουν τι θα μοιραστούν και η υποκείμενη δομή του κοινωνικού δικτύου. Και τα τρία συνωμοτούν για τη διάδοση μερικών από τα χειρότερα μιμίδια εις βάρος των καλύτερων.

Τα μαθηματικά μοντέλα για τη διερεύνηση του τρόπου διάδοσης των μιμιδίων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι γνωστά ως μοντέλα βασισμένα σε πράκτορες, επειδή απαιτούν την ενεργό συμμετοχή "πρακτόρων", ένας τεχνικός όρος για τα άτομα. Τα μοντέλα αυτά προέρχονται από μια παλαιότερη κατηγορία προσομοιώσεων που μελετούν τον τρόπο εξάπλωσης των ασθενειών σε μια κοινότητα. Σκεφτείτε ένα διάγραμμα όπου κάθε πράκτορας αντιπροσωπεύεται από ένα σημείο ή κόμβο και συνδέεται με γραμμές με άλλους κόμβους, που αντιπροσωπεύουν φίλους ή οπαδούς

Ας φανταστούμε ότι η Μαρία "μολύνεται" από έναν ιό γρίπης ή από ψευδείς ειδήσεις. Στη συνέχεια, μπορεί να μεταδώσει τη μόλυνση κατά μήκος αυτών των συνδέσμων στους φίλους της Joe και Jim με χειραψία ή με το να μοιραστεί το meme μαζί τους. Ο Τζο και ο Τζιμ μπορούν με τη σειρά τους να μεταδώσουν τη μόλυνση στις επαφές τους και ούτω καθεξής.

Αλλά "η πληροφορία δεν είναι ιός", προειδοποιεί η ερευνήτρια Kristina Lerman του Πανεπιστημίου της Νότιας Καλιφόρνιας: ενώ συνήθως έχουμε να κάνουμε με ένα στέλεχος γρίπης κάθε φορά ή στη χειρότερη περίπτωση με πολλά, ο αριθμός των μιμιδίων που ανταγωνίζονται για να μας μολύνουν είναι εντυπωσιακός. Οι μοντελιστές ενσωματώνουν αυτή την αφθονία φανταζόμενοι ότι κάθε άτομο έχει μια οθόνη στην οποία βλέπει τα εισερχόμενα

μιμίδα. Το μοντέλο αποδίδει μια τιμή στην πιθανότητα η Μαρία να δημιουργήσει και να μοιραστεί ένα νέο μιμίδιο - ας πούμε, ένα βίντεο που έφτιαξε για τη γάτα της που χορεύει - και το ίδιο κάνει και για όλα τα πιθανά νέα μιμίδια όλων των άλλων χρηστών. Επειδή τα νέα μιμίδια αυξάνουν τη συνολική ποσότητα πληροφοριών στο σύστημα, αυτές οι μετρήσεις μετρούν το πληροφοριακό φορτίο που βιώνουν όσοι παρακολουθούν τις οθόνες τους.

Μόλις η Mary στείλει ένα μήνυμα, αυτό εμφανίζεται στις οθόνες του Jim, του Joe και άλλων, οι οποίοι με τη σειρά τους επιλέγουν να δημιουργήσουν τα δικά τους memes ή να μεταδώσουν ένα δικό τους από τις ροές τους.

Χρησιμοποιώντας μια προηγούμενη εκδοχή αυτού του μοντέλου, ο Menczer και άλλοι στο IU έδειξαν το 2012 ότι μόνο λίγα μιμίδια θα γίνουν viral, ακόμη και αν όλα τα μιμίδια είναι εξίσου "μεταδοτικά", δηλαδή είναι εξίσου πιθανό να μοιραστούν κάθε φορά που τα βλέπουν. Τα μιμίδια και στα δύο μοντέλα ακολουθούν κατά προσέγγιση αυτό που ονομάζεται **"νόμος της δύναμης"**, που σημαίνει ότι η πιθανότητα ένα μιμίδιο να κοινοποιηθεί στο Twitter ή με άλλο τρόπο έναν ορισμένο αριθμό φορών μειώνεται ως αντίστροφη δύναμη του αριθμού αυτού. Για παράδειγμα, ένα μιμίδιο έχει τέσσερις φορές λιγότερες πιθανότητες να αναρτηθεί δύο φορές στο Twitter από ό,τι μία φορά. "Αν κοιτάξετε την κατανομή των εικόνων στο Flickr ή των άρθρων στο Facebook ή των hashtags στο Twitter, όλα έχουν νόμους δύναμης", λέει ο Menczer. Παρόλα αυτά, τα μιμίδια που φτάνουν σε χιλιάδες παραλήπτες είναι εκπληκτικά συνηθισμένα.

Το 2014, ο μαθηματικός James Gleeson του Πανεπιστημίου του Limerick στην Ιρλανδία και άλλοι απέδειξαν μια μαθηματική ομοιότητα μεταξύ μοντέλων του είδους που επινόησε ο Menczer, μεταξύ άλλων, και των "σφρών άμμου"³⁷ -κανονικά συστήματα για αυτό που οι φυσικοί αποκαλούν "αυτοκριτική οργανωμένη". Αν κάποιος στάξει άμμο απαλά σε μια επίπεδη επιφάνεια, αυτή θα συσσωρευτεί μέχρι οι κλίσεις της να φτάσουν σε μια κρίσιμη γωνία. Μερικοί επιπλέον κόκκοι άμμου μπορεί να μην προκαλέσουν τίποτα αξιοσημείωτο, αλλά ξαφνικά ένας άλλος κόκκος θα προκαλέσει μια χιονοστιβάδα: το ισοδύναμο ενός μιμιδίου που γίνεται viral. Η ανάλυση του Gleeson υποδηλώνει ότι οι εγγενείς ιδιότητες του συστήματος, σε αντίθεση με τις ιδιαιτερότητες ενός μιμιδίου, οδηγούν τον ιό.

³⁷ Modelul Το αβελιανό μοντέλο αμμοχάλικου είναι το πιο δημοφιλές όνομα για το αρχικό μοντέλο Bak-Tang-Wiesenfeld. Το μοντέλο BTW ήταν το πρώτο ανακαλυφθέν παράδειγμα ενός δυναμικού συστήματος που παρουσιάζει αυτοοργανωμένη κρισιμότητα. Παρουσιάστηκε από τους Per Bak, Chao Tang και Kurt Wiesenfeld σε μια εργασία του 1987

Στην εργασία τους, οι Menczer, Xiaoyan Qiu και άλλοι στο IU εξετάζουν τι συμβαίνει αν ορισμένα μιμείδια είναι πιο μεταδοτικά από άλλα. Διαπιστώνουν ότι αν ο φόρτος πληροφοριών είναι χαμηλός και η διάρκεια της προσοχής υψηλή, επικρατούν πιο ελκυστικά μιμείδια. Ωστόσο, η παρακολούθηση της προσοχής σε πραγματικό χρόνο και η υπερφόρτωση πληροφοριών, που προέκυψε από δεδομένα του Twitter και του Tumblr, δείχνουν ότι στην πραγματική ζωή, ο καθαρός όγκος των πληροφοριών συνήθως μας κατακλύζει. 'Δεν πρέπει να υποθέσουμε ότι ο λόγος που διαδίδονται τα σκουπίδια είναι επειδή αρέσουν στους ανθρώπους ή επειδή δεν μπορούν να κάνουν τη διαφορά', εξηγεί ο Menczer. 'Θα μπορούσαμε να υποθέσουμε ότι οι άνθρωποι θα γνώριζαν τη διαφορά και παρά όλα αυτά τα ψεύτικα πράγματα θα γίνονταν viral, απλά και μόνο λόγω της υπερφόρτωσης πληροφοριών'.

Ιστορικά, η εξάπλωση της παραπληροφόρησης έχει μοντελοποιηθεί χρησιμοποιώντας τα ίδια επιδημικά μοντέλα που χρησιμοποιούνται για τους κοινούς ιούς.³⁸

Στην εργασία³⁹, οι συγγραφείς πρότειναν ένα μοντέλο διάχυσης ψευδών ειδήσεων βασισμένο σε διαφορετικές εξισώσεις και μελέτησαν τις παραμέτρους του μοντέλου που διατηρούν την κυκλοφορία μιας ψευδούς είδησης σε ένα κοινωνικό δίκτυο μετά την εμφάνισή της. Ξεχωριστά, οι συγγραφείς πρότειναν ποιες παράμετροι θα προκαλούσαν την εξαφάνιση της διάδοσης με την πάροδο του χρόνου. Στην εργασία τους⁴⁰, οι συγγραφείς μοντελοποίησαν την έναρξη και τη μείωση της εμπλοκής για τα άρθρα ψευδών ειδήσεων στο Twitter ως δύο επακόλουθα αλυσιδωτά γεγονότα που επηρεάζουν μια διαδικασία Poisson. Αφού εκπαίδευσαν τις παραμέτρους του μοντέλου με δεδομένα διάδοσης ψευδών ειδήσεων στο Twitter, οι συγγραφείς δείχνουν ότι το μοντέλο προβλέπει την εξέλιξη της εμπλοκής ψευδών ειδήσεων καλύτερα από τη γραμμική παλινδρόμηση ή τα μοντέλα που βασίζονται σε συγκεντρωτικές διαδικασίες Poisson.

Στην εργασία "*The effect of fact-checking on viral hoaxes: a model of disinformation spreading in social networks*",⁴¹ οι συγγραφείς προσομοίωσαν την εξάπλωση μιας φάρσας και την ταυτόχρονη διάψευσή της. Βασίστηκαν σε ένα μοντέλο για την ανταγωνιστική εξάπλωση δύο φημών για να περιγράψουν τον ανταγωνισμό μεταξύ των πιστών και των ελεγκτών γεγονότων.

³⁸ Newman, M.E.J. Διάδοση επιδημικής νόσου σε δίκτυα. *Phys. Rev. E* **2002**, 66, 016128

³⁹ Shrivastava, G., Kumar, P., Ojha, R.P., Srivastava, P.K., Mohan, S., Srivastava, G. Defensive Modeling of Fake News through Online Social Networks. *IEEE Trans. Comput. Social Syst.* **2020**, 7, 1159-116

⁴⁰ Murayama, T., Wakamiya, S., Aramaki, E., Kobayashi, R. Modeling and Predicting Fake News Spreading on Twitter. *arXiv* **2020**, arXiv:2007.14059

⁴¹ Tambuscio, M., Ruffo, G., Flammini, A., Menczer, F. The effect of fact-checking on viral hoaxes: Ένα μοντέλο διάδοσης παραπληροφόρησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. In *Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web*; Association for Computing Machinery: New York, NY, SUA, 2015.

Οι χρήστες γίνονται ελεγκτές γεγονότων μέσω της διαδικασίας μετάδοσης, εάν γνωρίζουν ήδη ότι η είδηση δεν είναι αληθινή ή επειδή αποφασίζουν να ελέγξουν οι ίδιοι την είδηση. Οι συγγραφείς εξέτασαν επίσης τη λήθη, κάνοντας τον χρήστη να χάνει το ενδιαφέρον του για τις ψευδείς ειδήσεις με δεδομένη πιθανότητα. Μελέτησαν την ύπαρξη κατώτατων ορίων για την πιθανότητα ελέγχου των γεγονότων που εγγυώνται την πλήρη εξάλειψη των ψευδών ειδήσεων από το δίκτυο και απέδειξαν ότι ένα τέτοιο κατώτατο όριο δεν εξαρτάται από τον ρυθμό εξάπλωσης, αλλά μόνο από την ευπιστία και την πιθανότητα λήθης των χρηστών⁴² και συγκρίνοντας διαφορετικές στρατηγικές ελέγχου των γεγονότων σε διαφορετικές τοπολογίες δικτύων για τον περιορισμό της εξάπλωσης των ψευδών ειδήσεων.⁴³

Στην εργασία τους "*Who Shares Fake News in Online Social Networks?*"⁴⁴ οι συγγραφείς πρότειναν μια μελέτη μεικτών μεθόδων: κατέγραψαν την προσωπικότητα των χρηστών σε ένα κοινωνικό δίκτυο μέσω ενός ερωτηματολογίου και στη συνέχεια μοντελοποίησαν τους πράκτορες στις προσομοιώσεις τους σύμφωνα με το ερωτηματολόγιο για να κατανοήσουν πώς οι διαφορετικές προσωπικότητες των χρηστών επηρεάζουν την εξάπλωση της επιδημίας. Στην εργασία⁴⁵ οι συγγραφείς μελέτησαν την επιρροή των διαδικτυακών bots σε ένα δίκτυο μέσω προσομοιώσεων, σε ένα πλαίσιο δυναμικής γνώμης.

Από πρακτική άποψη, τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι η μείωση της επίδρασης των bots και η αύξηση της παρουσίας και της επίδρασης των προσώπων με κύρος είναι το κλειδί για τον περιορισμό της εξάπλωσης των ψευδών ειδήσεων.⁴⁶ Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την εκπαίδευση των χρηστών των επιγραμμικών κοινωνικών δικτύων (OSN) ώστε να αναγνωρίζουν τη συμπεριφορά των bot ή την εφαρμογή κάποιας μορφής αυτοματοποιημένης αναγνώρισης που επισημαίνει ύποπτα μοτίβα δραστηριότητας ως μοτίβα που μοιάζουν με bot.

Ο αντίκτυπος των παραγόντων επιρροής είναι επίσης πολύ σημαντικός, καθώς επιταχύνουν σημαντικά τη διάδοση των ειδήσεων στο διαδίκτυο και ενισχύουν το "φαινόμενο του μικρού

⁴² Tambuscio, M., Oliveira, D.F.M., Ciampaglia, G.L., Ruffo, G. Διαχωρισμός δικτύων σε ένα μοντέλο παραπληροφόρησης και ελέγχου των γεγονότων. *J. Comput. Soc. Sci.* **2018**, *1*, 261-275

⁴³ Tambuscio, M., Ruffo, G. Στρατηγικές ελέγχου των γεγονότων για τον περιορισμό της εξάπλωσης των αστικών θρύλων σε μια διαχωρισμένη κοινωνία. *Appl. Netw. Sci.* **2019**

⁴⁴ Burbach, L., Halbach, P., Ziefle, M., Calero Valdez, A. Who Shares Fake News in Online Social Networks? Στα πρακτικά του ACM UMAP, Λάρνακα, Κύπρος, 9-12 Ιουνίου 2019.

⁴⁵ Ross, B., Pilz, L., Cabrera, B., Brachten, F., Neubaum, G., Stieglitz, S. Αποτελούν τα social bots πραγματική απειλή; Ένα μοντέλο της σπείρας της σιωπής βασισμένο σε πράκτορες για την ανάλυση του αντίκτυπου των χειριστικών παραγόντων στα κοινωνικά δίκτυα. *Eur. J. Inf. Syst.* **2019**, *28*, 394-412

⁴⁶ Furini, M., Mirri, S., Montangero, M., Prandi, C. Ξεμπερδώντας μεταξύ ψευδών ειδήσεων και αλήθειας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για την κατανόηση του κοροναϊού COVID-19. In Proceedings of the 2020 IEEE Symposium on Computers and Communications (ISCC), Rennes, France, 7-10 July 2020, pp. 1-6.

κόσμου".⁴⁷ Αποτρέποντας τους επηρεαστές από το να πέσουν θύματα ψευδών ειδήσεων και αυξάνοντας μάλλον τη συμμετοχή τους στη διακοπή των ψευδών ειδήσεων ή/και στην προώθηση της διάψευσής τους, μπορούμε να μειώσουμε τη διάδοση των ψευδών ειδήσεων. Οι παραπάνω μέθοδοι θα συμβάλουν περαιτέρω στην υγιή βελτίωση των αλληλεπιδράσεων και της επικοινωνίας των απόψεων μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

2.9 Χρήση στατιστικών στοιχείων σε ψευδείς ειδήσεις

Υπάρχουν τρία είδη ψεμάτων: ψέματα, καταραμένα ψέματα και στατιστικές.

(Mark Twain)

2.9.1 Στατιστικές και ψεύτικες ειδήσεις

Η κατάχρηση των στατιστικών δεδομένων τροφοδοτεί τη διάδοση ψευδών ειδήσεων, χειραγωγώντας την αντίληψη του κοινού με την εκμετάλλευση της αξιοπιστίας που συχνά προσδίδουν οι αριθμοί.

Η στατιστική κατέχει τεράστια δύναμη ως εργαλείο για την κατανόηση πολύπλοκων φαινομένων και τη λήψη αποφάσεων βάσει δεδομένων. Ωστόσο, αυτή η δύναμη είναι σαν δίκικο μαχαίρι όταν πέφτει στα χέρια κακόβουλων ατόμων που την εκμεταλλεύονται για τη δημιουργία και τη διάδοση ψευδών ειδήσεων, προσδίδοντας αξιοπιστία στις παραπλανητικές αφηγήσεις τους.

[Δείτε το βίντεο!](#)

Γιατί όμως οι στατιστικές παίζουν τόσο σημαντικό ρόλο στην κατασκευή ψευδών ειδήσεων; Η απάντηση είναι σχετικά απλή: όσοι επιδιώκουν να εξαπατήσουν γνωρίζουν ότι οι στατιστικές έχουν τη μοναδική ικανότητα να προσδίδουν αξιοπιστία σε οποιοδήποτε περιεχόμενο, κάνοντας έτσι τις ψευδείς ειδήσεις τους να φαίνονται πιο πειστικές στο ανυποψίαστο κοινό.

⁴⁷ Watts, D.J., Strogatz, S.H. Συλλογική δυναμική των δικτύων "μικρών κόσμων". *Nature* **1998**, 393, 440-442

Πάνω από το 90% των άρθρων με ψευδείς ειδήσεις περιέχουν ένα γράφημα ή κάποιο είδος μαθηματικών δεδομένων. Αυτό το στατιστικό στοιχείο ακούγεται ανησυχητικό, αλλά το πιο ανησυχητικό είναι ότι, όπως δήλωσε ο Charles Seife, καθηγητής δημοσιογραφίας στο Πανεπιστήμιο της Νέας Υόρκης, "θεωρούμε τους αριθμούς ως κάτι απάνθρωπο, αλλά οι αριθμοί που χρησιμοποιούμε στην καθημερινή μας ζωή είναι πολύ ανθρώπινοι και δημιουργούνται, χειραγωγούνται και παρουσιάζονται από ανθρώπους".

Σύμφωνα με τον Seife, υπάρχουν διάφοροι συνήθεις τρόποι με τους οποίους οι άνθρωποι χρησιμοποιούν αριθμούς και γραφήματα για να παραπλανήσουν. Ακόμη και όταν τα ποσοστά υποστηρίζονται από δημοσκοπήσεις, είναι σημαντικό να προσδιορίσετε τι αντιπροσωπεύουν. Πρέπει να ρωτήσουμε ποιος συμμετείχε στην έρευνα και τι είδους συγκεκριμένες ερωτήσεις έγιναν. Πρέπει να βεβαιωθούμε ότι κατανοούμε πλήρως τι αξιολογείται ή μετράται.

[Δείτε το βίντεο !](#)

Επίσης, τα γραφικά μπορούν εύκολα να χρησιμοποιηθούν για παραπλάνηση. "Αλλάζοντας την κλίμακα ενός γραφήματος, μπορούμε να κάνουμε τα μεγάλα αποτελέσματα να φαίνονται μικρά και τα μικρά αποτελέσματα να φαίνονται μεγάλα", λέει ο Seife. Τα γραφήματα μπορούν επίσης να ξεκινούν από ένα σημείο διαφορετικό από το 0, όπου ξεκινούν τα περισσότερα γραφήματα, για να κάνουν μια αλλαγή να φαίνεται πιο σημαντική από ό,τι είναι. Εναλλακτικά, τα γραφήματα που παρουσιάζουν δεδομένα όπου μικρές αλλαγές έχουν μεγάλο αντίκτυπο θα μπορούσαν σκόπιμα να ξεκινούν από το 0 για να κάνουν τις σημαντικές αλλαγές να φαίνονται μικρές. Οι στατιστικές και τα γραφήματα είναι ισχυρά εργαλεία που μπορούν να μεταδώσουν γρήγορα πληροφορίες, αλλά είναι τόσο καλά όσο οι άνθρωποι που τα δημιουργούν.

Γι' αυτό τα προφητικά λόγια του διάσημου Βρετανού συγγραφέα HG Wells είναι σήμερα πιο αληθινά από ποτέ: *"Η στατιστική σκέψη θα είναι μια μέρα τόσο απαραίτητη για την αποτελεσματική ιδιότητα του πολίτη όσο και η ικανότητα ανάγνωσης και γραφής"* (HG Wells). Για να εξετάσουμε αποτελεσματικά το περιεχόμενο -ιδιαίτερα όσον αφορά τις στατιστικές- πρέπει να καλλιεργήσουμε και να βελτιώσουμε τις δεξιότητές μας στη στατιστική σκέψη, όπως προέτρεψε ο Wells.

Η προσπάθεια αυτή είναι ζωτικής σημασίας για την ανάπτυξη της ικανότητας ανάγνωσης, ερμηνείας και κατανόησης βασικών στατιστικών πληροφοριών, όπως γραφήματα, συνοπτικές μετρήσεις, πίνακες και άλλα.

Όταν είμαστε προικισμένοι με αυτές τις δεξιότητες, η ανακάλυψη στατιστικών χειρισμών γίνεται πιο εύκολα διαχειρίσιμη.

2.9.2 Μέθοδοι παραποίησης και χειραγώγησης στατιστικών δεδομένων

[Δείτε το βίντεο!](#)

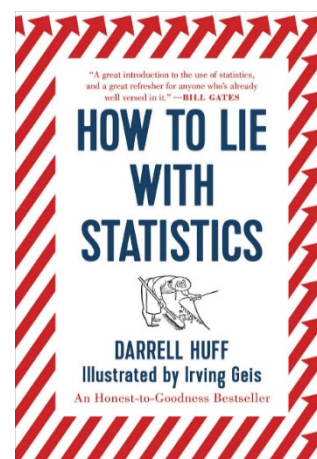
Οι στατιστικές δεν λένε ψέματα, αλλά τα στατιστικά δεδομένα μπορούν να χειραγωγηθούν εσφαλμένα, σκόπιμα ή ακούσια, και να διαστρεβλώσουν την πραγματικότητα. Ο σκοπός της στατιστικής είναι να παρέχει αντικειμενικές πληροφορίες και να υποστηρίζει τη λήψη σωστών αποφάσεων. Ωστόσο, οι στατιστικές μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη χειραγώγηση των πληροφοριών με πολλούς τρόπους.

Στον κόσμο της παραπληροφόρησης και των ψεύτικων ειδήσεων, η παραποίηση των στατιστικών στοιχείων αποτελεί κοινή τακτική. Κακόβουλα άτομα μπορούν να διαστρεβλώνουν και να παρερμηνεύουν στατιστικά δεδομένα για να υποστηρίξουν μια συγκεκριμένη αφήγηση ή να παραπλανήσουν το κοινό.

Ακολουθούν ορισμένα παραδείγματα του τρόπου με τον οποίο χρησιμοποιούνται οι στατιστικές για τον σκοπό αυτό.

✚ **Επιλεκτική επιλογή:** Επιλεκτική επιλογή δεδομένων που υποστηρίζουν το επιθυμητό συμπέρασμα, ενώ αγνοούνται τα αντικρουόμενα δεδομένα. Παρουσιάζοντας μόνο ένα υποσύνολο των διαθέσιμων δεδομένων, μπορείτε να διαστρεβλώσετε τη συνολική εικόνα και να παραπλανήσετε τους άλλους.

✚ **Χειρισμός γραφικών παραστάσεων και διαγραμμάτων:** Η γραφική παρουσίαση των δεδομένων μπορεί να χειραγωγηθεί για να παραπλανήσει. Η ακατάλληλη επιλογή της κλίμακας, η επιλογή του σημείου αναφοράς ή η χρήση αποκομμένων γραφημάτων μπορεί να οδηγήσει σε παρερμηνεία των δεδομένων.



Σχήμα 23.

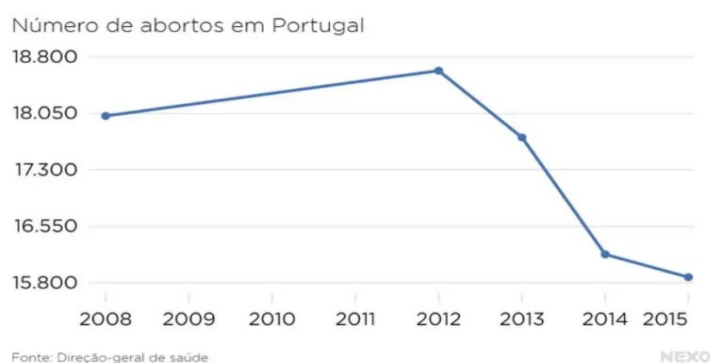
<https://thetrustedweb.org/top-books-about-fake-news-and-misinformation/>

Μελέτη περίπτωσης #01

Ένας μπλόγκερ χρησιμοποιεί στατιστικά, οπτικά και κειμενικά τεχνάσματα για να ισχυριστεί ότι ο αριθμός των αμβλώσεων στην Πορτογαλία μειώθηκε δραματικά μετά τη νομιμοποίησή τους.

Εκτός από διάφορα προβλήματα στο κείμενο - όπως η παράλειψη κρίσιμων δεδομένων που εμποδίζει τη βαθύτερη ανάλυση - παρουσιάζει ένα παραπλανητικό γράφημα.

Σχήμα 24 -



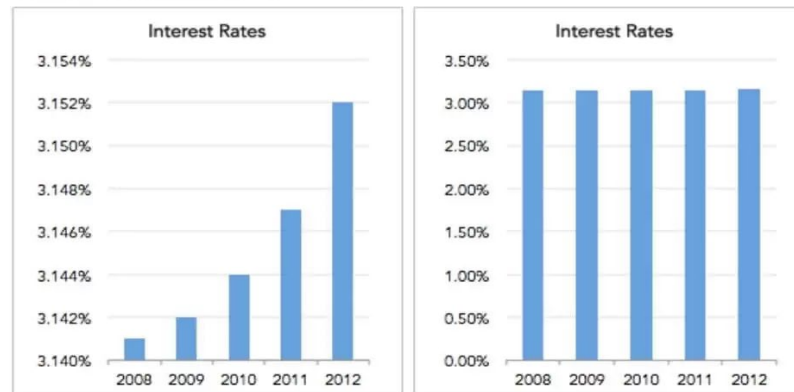
<https://pvmulher.com.br/o-que-aconteceu-apos-10-anos-de-aborto-legalizado-em-portugal/>

Σε αυτή την περίπτωση, παρατηρούμε ένα κοινό τέχνασμα που χρησιμοποιείται στα γραφικά για να μπερδέψει τον θεατή: η περικοπή του άξονα y στο κάτω μέρος.

Παρατηρήστε ότι ο άξονας y ξεκινά από τις 15.800, παραπλανώντας το κοινό να πιστεύει ότι λίγα χρόνια μετά το 2008, ο αριθμός των αμβλώσεων μηδενίστηκε.

Τα παρακάτω γραφήματα δείχνουν πώς ο χειρισμός των αξόνων μπορεί εύκολα να αλλάξει τη συλλογιστική μας. Σημειώστε ότι και τα δύο γραφήματα δημιουργήθηκαν με τα ίδια δεδομένα αλλά σε διαφορετικούς άξονες Y - προκύπτει ένα εντελώς ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΟ μοτίβο.

Same Data, Different Y-Axis



Σχήμα 25 - <https://www.assignmentexpert.com/homework-answers/english/question-262267>

Αυτή η τεχνική διογκώνει τα δεδομένα και μεταφέρει διαστρεβλωμένες ιδέες της πραγματικότητας, ιδίως στους ανυποψίαστους.

Ένα άλλο κρίσιμο πρόβλημα που εντοπίστηκε ήταν ότι η νομιμοποίηση των αμβλώσεων έγινε μεταξύ 2007 και 2008, ακριβώς όταν αρχίζει το γράφημα (άξονας x), καταστέλλοντας κρίσιμα δεδομένα από τα έτη πριν από τη νομιμοποίηση.

Επιπλέον, δεν ελήφθη υπόψη το μέγεθος του πληθυσμού, μια μεταβλητή ζωτικής σημασίας για αυτού του είδους την ανάλυση.

Δεν λέμε ότι ο αριθμός των αμβλώσεων αυξήθηκε ή μειώθηκε μετά τη νομιμοποίηση. Αντίθετα, χρησιμοποιούμε αυτή την περίπτωση ως παράδειγμα παραποιημένων δεδομένων που αποσκοπούν στην παραπλάνηση του αναγνώστη.

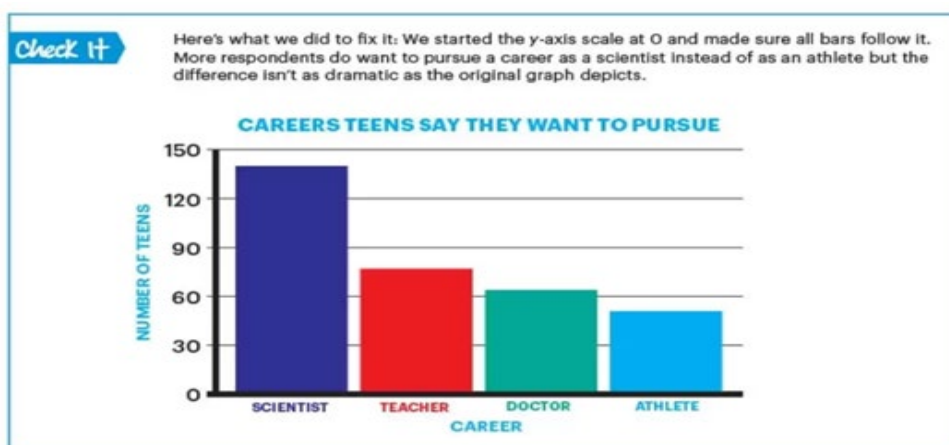
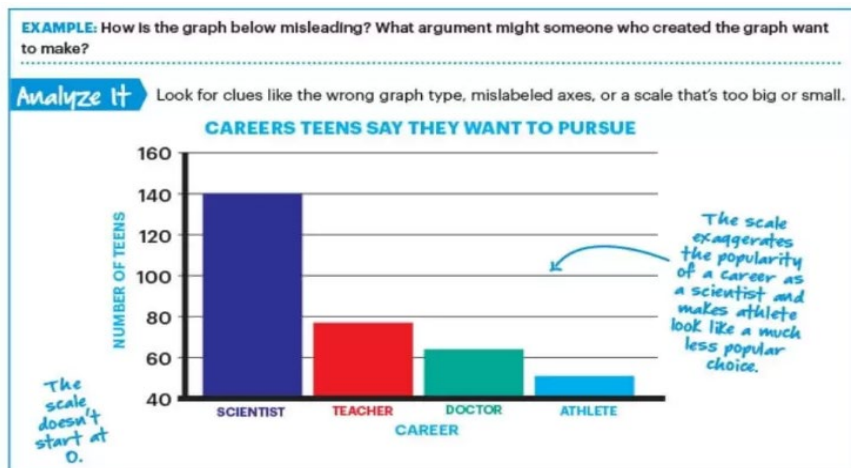
Μελέτη περίπτωσης #02

Το περιοδικό Scholastic MATH δημοσίευσε τον Σεπτέμβριο του 2017 ένα άρθρο με τίτλο:

Ψευδείς ειδήσεις, ψεύτικα δεδομένα: πόσο κακά και παραπλανητικά μπορεί να είναι τα γραφικά που τροφοδοτούν τις ψευδείς ειδήσεις.

Σε αυτό το άρθρο, οι συγγραφείς παραδειγματίζουν πώς μικρές αλλαγές στα γραφικά μπορούν εύκολα να μας παραπλανήσουν.

Σε αυτό το παράδειγμα, ανακαλύπτουμε το ίδιο **πρόβλημα** που αναφέρθηκε προηγουμένως: **περιττή αποκοπή της βάσης του άξονα y.**



Σχήμα 26 - <https://math.scholastic.com/issues/2017-18/092517/fake-news-fake-data.html?language=english#1120L>

✚ Συσχέτιση έναντι αιτιότητας: Παρουσίαση μιας στατιστικής συσχέτισης μεταξύ δύο μεταβλητών ως απόδειξη αιτιώδους συνάφειας, όταν δεν μπορεί να υπάρξει άμεση αιτιώδης σχέση. Αυτή η υπεραπλούστευση μπορεί να οδηγήσει σε λανθασμένα συμπεράσματα και παρερμηνείες.

Μελέτη περίπτωσης

Ένας δικτυακός τόπος/βιβλίο με τίτλο Spurious Correlations παρέχει εξαιρετικά παραδείγματα που μας υπενθυμίζουν το ρητό: "Η συσχέτιση δεν συνεπάγεται αιτιώδη συνάφεια".

Η φράση περιγράφει ότι δεν μπορούμε να προσδιορίσουμε με ακρίβεια μια σχέση αιτίου-αποτελέσματος μεταξύ δύο γεγονότων ή μεταβλητών παρατηρώντας τη συσχέτιση ή τη σύνδεσή τους.

Το βιβλίο περιέχει αρκετά παραδείγματα μεταβλητών με υψηλή συσχέτιση που σαφώς στερούνται αιτιώδους σχέσης.

Σε ένα παράδειγμα, βρέθηκε σχεδόν τέλεια συσχέτιση 99% μεταξύ των μεταβλητών "ποσοστό διαζυγίων στο Μέιν" και "κατά κεφαλήν κατανάλωση μαργαρίνης".



Σχήμα 27 - ψευδοσυσχετίσεις

Οι συσχετίσεις μπορεί να είναι παραπλανητικές.

Σε αυτή την ακραία περίπτωση, θα πρέπει να είναι προφανές ότι ακόμη και αν υπάρχει πολύ υψηλή συσχέτιση μεταξύ δύο μεταβλητών, αυτό δεν συνεπάγεται αιτιώδη σχέση. Με άλλα λόγια, η μία δεν προκαλεί την άλλη.

✚ Μεροληπτική δειγματοληψία: επιλογή δείγματος που δεν είναι αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού που μελετάτε. Εάν το δείγμα δεν επιλέγεται τυχαία ή εάν αποκλείονται σκόπιμα ορισμένες ομάδες, τα αποτελέσματα ενδέχεται να μην αντικατοπτρίζουν με ακρίβεια ολόκληρο τον πληθυσμό.

Παράδειγμα: Αν κάνουμε μια στατιστική μελέτη για τα αποτελέσματα των εξετάσεων απολυτηρίου, εισάγοντας μόνο τα τεχνολογικά λύκεια στο δείγμα, τα αποτελέσματα θα είναι πολύ φτωχά, συχνά υποδεικνύοντας ένα ποσοστό κάτω του 50%.

Εάν συμπεριλάβουμε μόνο τα θεωρητικά λύκεια στο δείγμα, τα αποτελέσματα θα είναι πολύ υψηλότερα.

Εάν αυτός που αναλύει τα αποτελέσματα της μελέτης δεν γνωρίζει το πραγματικό πλαίσιο, τα αποτελέσματα αυτά μπορεί να είναι πολύ διαστρεβλωμένα σε σχέση με την πραγματικότητα.

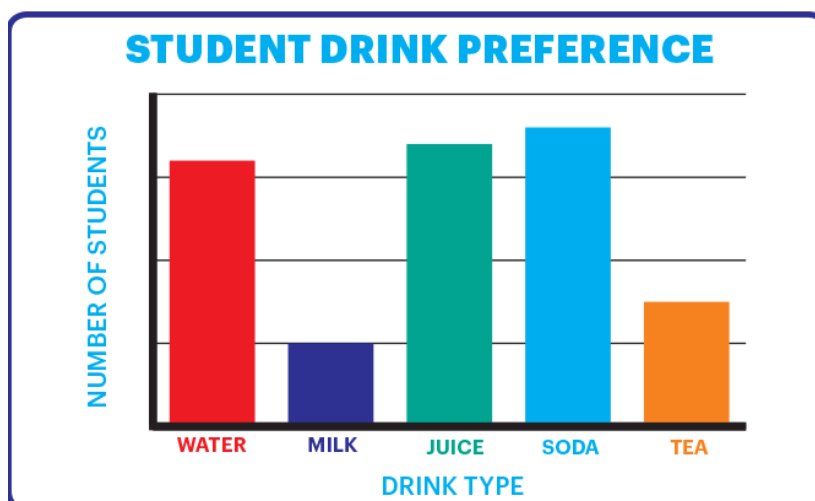
✚ **Χειρισμός στατιστικών μέτρων:** Επιλογή συγκεκριμένων στατιστικών μέτρων ή μεθοδολογιών που υποστηρίζουν μια συγκεκριμένη αφήγηση, αγνοώντας εναλλακτικές ερμηνείες. Για παράδειγμα, χρήση σχετικών ποσοστών αντί για απόλυτες τιμές για την υπερβολή των διαφορών ή εστίαση σε ένα συγκεκριμένο στατιστικό μέτρο που υποστηρίζει το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα.

✚ **Χρήση συγκεχυμένων ή διαφορούμενων όρων:** Οι στατιστικές μπορεί να παρουσιάζονται με συγκεχυμένους ή διαφορούμενους όρους για παραπλάνηση. Για παράδειγμα, η χρήση σχετικών ποσοστών αντί για απόλυτους αριθμούς μπορεί να δημιουργήσει στρεβλή εντύπωση για το μέγεθος ενός προβλήματος.

✚ **Παράλειψη πλαισίου:** Οι στατιστικές μπορεί να παρουσιάζονται χωρίς το κατάλληλο πλαίσιο για να παραπλανήσουν. Ο αποκλεισμός σχετικών πληροφοριών ή η αγνόηση άλλων σημαντικών μεταβλητών μπορεί να οδηγήσει σε παρερμηνεία των δεδομένων.

Προτεινόμενες ασκήσεις:

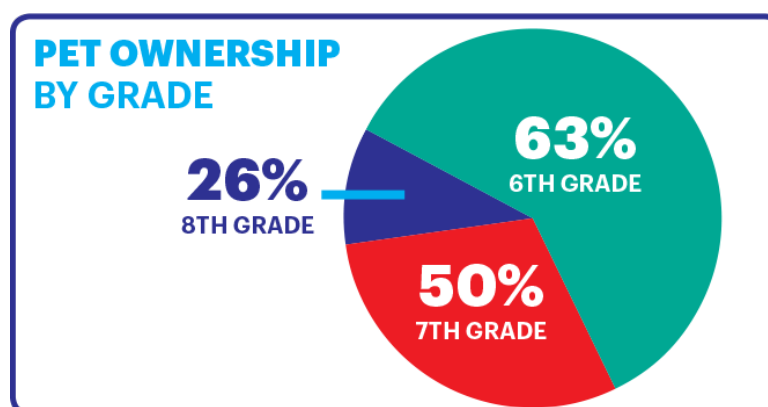
Χρησιμοποιήστε αυτές τις πληροφορίες για να βρείτε τις ανακρίβειες στα γραφήματα που ακολουθούν. Καταγράψτε την εργασία σας και τις απαντήσεις σας στο φύλλο απαντήσεων.



Σχήμα 28 - <https://math.scholastic.com/issues/2017-18/092517/fake-news-fake-data.html?language=english#1120L>

1

- A.** Τι είναι λάθος με το παραπάνω ραβδόγραμμα;
- B.** Πώς επηρεάζει το σφάλμα την εμφάνιση των δεδομένων της γραφικής παράστασης;
Ποιο επιχείρημα μπορεί να προσπαθεί να προβάλει ο δημιουργός του διαγράμματος;
- C.** Πώς θα επιδιορθώνατε ή θα τροποποιούσατε το διάγραμμα ώστε να γίνει ακριβές;



Σχήμα 29 - <https://math.scholastic.com/issues/2017-18/092517/fake-news-fake-data.html?language=english#1120L>

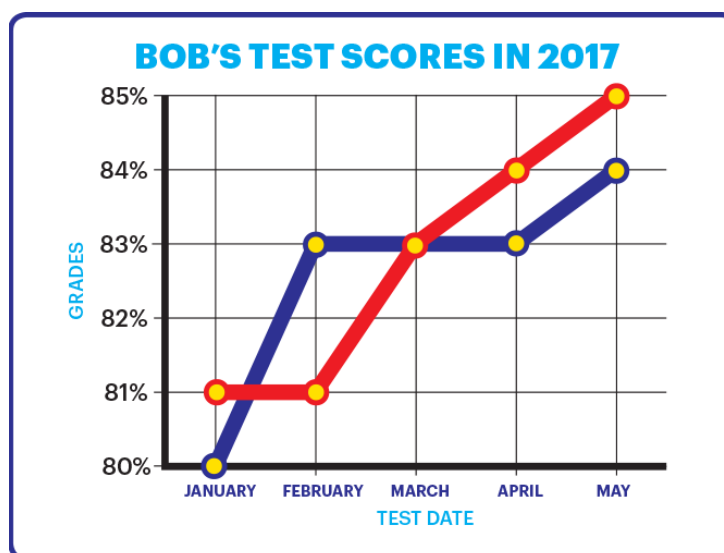
2

- A.** Ποιο είναι το λάθος με το παραπάνω διάγραμμα πίτας;

B. Πώς επηρεάζουν τα προβλήματα την εμφάνιση των δεδομένων του διαγράμματος;

Ποιο επιχείρημα θα μπορούσε να προσπαθήσει να προβάλει ο δημιουργός του διαγράμματος;

C. Πώς θα επιδιορθώνετε ή θα τροποποιούσατε το διάγραμμα ώστε να γίνει ακριβές;



Σχήμα 30 - <https://math.scholastic.com/issues/2017-18/092517/fake-news-fake-data.html?language=english#1120L>

3

A. Τι είναι λάθος με το παραπάνω γράφημα δύο γραμμών;

B. Πώς επηρεάζουν τα προβλήματα την εμφάνιση των δεδομένων του διαγράμματος; Ποιο επιχείρημα θα μπορούσε να προσπαθήσει να προβάλει ο δημιουργός του διαγράμματος;

C. Πώς θα επιδιορθώνετε ή θα τροποποιούσατε το διάγραμμα ώστε να γίνει ακριβές;

Είναι σημαντικό να γνωρίζετε αυτές τις τακτικές και να είστε προσεκτικοί στην αξιολόγηση των δεδομένων και των στατιστικών στοιχείων που παρουσιάζονται. Συνιστάται πάντα να αναλύετε την πηγή, τις μεθόδους και το πλαίσιο στο οποίο χρησιμοποιούνται τα στατιστικά στοιχεία για να αποκτήσετε μια σωστή και πλήρη κατανόηση των πληροφοριών.

Για να καταλάβετε καλύτερα πώς οι στατιστικές μπορεί να είναι παραπλανητικές, παρακολουθήστε μια πραγματική ιστορία

2.9.3 Ο αντίκτυπος της χειραγώγησης των στατιστικών δεδομένων στην κατανόηση του κοινού

[Δείτε το βίντεο!](#)

Θα εξετάσουμε πώς η κατάχρηση ή η παραπλανητική χρήση των στατιστικών στοιχείων στις ψευδείς ειδήσεις μπορεί να επηρεάσει την κατανόηση του κοινού. Θα συζητήσουμε τις συνέπειες αυτών των πρακτικών στη λήψη αποφάσεων, την κοινή γνώμη και τις αντιλήψεις.

[Δείτε το βίντεο!](#)

Η πρακτική της χειραγώγησης των πληροφοριών μέσω της χρήσης στατιστικών στοιχείων μπορεί να έχει σημαντικό αντίκτυπο στην κατανόηση του κοινού. Ακολουθούν ορισμένες επιπτώσεις αυτών των πρακτικών στο κοινό:

Λανθασμένες αντιλήψεις και λανθασμένα συμπεράσματα: Η χειραγώγηση των στατιστικών στοιχείων μπορεί να οδηγήσει σε εσφαλμένες αντιλήψεις και λανθασμένα συμπεράσματα. Όταν οι πληροφορίες παρουσιάζονται με χειραγωγημένο ή διαστρεβλωμένο τρόπο, το κοινό μπορεί να καταλήξει σε συμπεράσματα που δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Αυτό μπορεί να επηρεάσει την τεκμηριωμένη λήψη αποφάσεων και να οδηγήσει σε αρνητικές συνέπειες.

Σύγχυση και δυσπιστία: Η χειραγώγηση των στατιστικών πληροφοριών μπορεί να προκαλέσει σύγχυση στο κοινό. Όταν υπάρχουν αποκλίσεις μεταξύ διαφορετικών πηγών ή όταν τα δεδομένα παρουσιάζονται με αντιφατικό τρόπο, το κοινό μπορεί να δυσκολευτεί να κατανοήσει και να ερμηνεύσει σωστά τις πληροφορίες. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε δυσπιστία απέναντι στα δεδομένα και τις πληροφορίες που παρουσιάζονται.

Επιρροή στις αποφάσεις: Η χειραγώγηση των στατιστικών πληροφοριών μπορεί να επηρεάσει τις δημόσιες αποφάσεις με ανεπιθύμητους ή άδικους τρόπους. Όταν τα δεδομένα

παρουσιάζονται με χειραγωγημένο τρόπο, το κοινό μπορεί να παραπλανηθεί σχετικά με τους κινδύνους, τα οφέλη ή τον αντίκτυπο ενός συγκεκριμένου φαινομένου ή γεγονότος. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αποφάσεις που δεν είναι προς το συμφέρον του κοινού ή που δεν λαμβάνουν υπόψη την πραγματικότητα και τις πραγματικές επιπτώσεις.

Σκεπτικισμός των δεδομένων και των πληροφοριών: Η χειραγωγή των στατιστικών πληροφοριών μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένο επίπεδο σκεπτικισμού μεταξύ του κοινού. Όταν το κοινό εκτίθεται επανειλημμένα σε πρακτικές χειραγωγώσης, μπορεί να γίνει πιο επιφυλακτικό και απρόθυμο να αποδεχθεί και να πιστέψει τα δεδομένα και τις πληροφορίες που παρουσιάζονται. Αυτό μπορεί να επηρεάσει την εμπιστοσύνη στις αρχές, τα μέσα ενημέρωσης και τους θεσμούς, γεγονός που μπορεί να έχει αρνητικές συνέπειες για το κοινωνικό σύνολο.

Για να αντιμετωπιστεί ο αρνητικός αντίκτυπος της χειραγωγώσης των στατιστικών πληροφοριών, είναι σημαντικό να προωθηθεί η στατιστική εκπαίδευση και ο στατιστικός αλφαριθμητισμός. Το κοινό πρέπει να διαθέτει κρίσιμες δεξιότητες για να αξιολογεί και να ερμηνεύει σωστά τις στατιστικές πληροφορίες. Η διαφάνεια, η σαφής επικοινωνία και η χρήση αξιόπιστων πηγών είναι επίσης ουσιώδεις για την αντιμετώπιση των πρακτικών χειραγωγώσης και την προώθηση της ακριβέστερης και ορθότερης κατανόησης των στατιστικών πληροφοριών.

2.9 Ακριβής εκτίμηση των στατιστικών στοιχείων

- **Προσδιορισμός της πηγής και της μεθόδου συλλογής δεδομένων**

Για τη σωστή αξιολόγηση των στατιστικών στοιχείων που παρουσιάζονται στις ειδήσεις, είναι σημαντικό να προσδιοριστεί η πηγή των δεδομένων και να κατανοηθεί η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή τους. Πρέπει να αξιολογήσουμε την αξιοπιστία της πηγής και την αντικειμενικότητα της διαδικασίας συλλογής δεδομένων, προκειμένου να εκτιμήσουμε σωστά τις στατιστικές πληροφορίες.

Ο προσδιορισμός της πηγής και της μεθόδου συλλογής των δεδομένων αποτελεί κρίσιμη πτυχή για την αξιολόγηση των πληροφοριών και την ορθή κατανόησή τους. Ακολουθούν περισσότερες πληροφορίες για το θέμα αυτό:

Πηγή δεδομένων: Ο προσδιορισμός της πηγής των δεδομένων είναι απαραίτητος για την αξιολόγηση της αξιοπιστίας και της αξιοπιστίας των πληροφοριών. Είναι σημαντικό να γνωρίζουμε ποιος συνέλεξε τα δεδομένα και ποια είναι η εμπειρογνωμοσύνη ή τα συμφέροντα που μπορεί να έχει αυτή η πηγή. Οι αξιόπιστες πηγές μπορεί να είναι κυβερνητικοί οργανισμοί, ακαδημαϊκά ιδρύματα, ανεξάρτητοι ερευνητικοί οργανισμοί ή αναγνωρισμένοι διεθνείς οργανισμοί. Είναι σημαντικό να αποφεύγετε να βασίζεστε αποκλειστικά σε αναξιόπιστες ή μεροληπτικές πηγές.

Είναι σημαντικό να αξιολογείται η πηγή των δεδομένων για να προσδιορίζεται η αξιοπιστία και η εμπειρογνωμοσύνη της εν λόγω πηγής. Ακολουθούν ορισμένα πράγματα που πρέπει να λάβετε υπόψη:

- a. Αρχή και φήμη της πηγής: Ελέγξτε αν η πηγή έχει καλή φήμη στον τομέα και αν αναγνωρίζεται ως αυθεντία στον συγκεκριμένο τομέα.
- b. Αντικειμενικότητα και ουδετερότητα της πηγής: Είναι σημαντικό να προσδιοριστεί εάν η πηγή έχει πιθανή σύγκρουση συμφερόντων ή συγκεκριμένη ατζέντα που θα μπορούσε να επηρεάσει την παρουσίαση των δεδομένων.
- c. Εμπειρία και ικανότητα της πηγής: Η επαγγελματική γνώση και εμπειρία της πηγής στον συγκεκριμένο τομέα μπορεί να αποτελέσει ένδειξη της αξιοπιστίας και της ποιότητας των παρεχόμενων πληροφοριών.

Μέθοδος συλλογής δεδομένων: Ο τρόπος συλλογής των δεδομένων μπορεί να επηρεάσει την εγκυρότητα και τη συνάφεια τους. Υπάρχουν διάφορες μέθοδοι συλλογής δεδομένων, όπως έρευνες, πειράματα, άμεσες παρατηρήσεις, διοικητικά δεδομένα κ.λπ. Είναι σημαντικό να γνωρίζετε τη μέθοδο που χρησιμοποιήθηκε στη συλλογή δεδομένων και να κατανοήσετε πώς μπορεί να επηρεάσει τα αποτελέσματα. Για παράδειγμα, τα δεδομένα που συλλέγονται μέσω μιας έρευνας μπορεί να επηρεαστούν από τον τρόπο με τον οποίο τίθενται οι ερωτήσεις ή από τον τρόπο με τον οποίο απαντούν οι ερωτώμενοι.

Διαφάνεια και αξιοπιστία των δεδομένων: Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι η διαφάνεια και η αξιοπιστία των δεδομένων. Είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε πώς συλλέχθηκαν τα δεδομένα, ποιο δείγμα χρησιμοποιήθηκε, πώς αντιμετωπίστηκαν τα σφάλματα και πώς αναλύθηκαν. Είναι επίσης σημαντικό να παρέχονται πληροφορίες σχετικά με τα περιθώρια σφάλματος ή τα όρια που σχετίζονται με τα δεδομένα που παρουσιάζονται. Όσο μεγαλύτερη είναι η διαφάνεια και η αξιοπιστία των δεδομένων, τόσο ευκολότερο είναι για το κοινό να τα αξιολογήσει και να τα κατανοήσει σωστά.

Αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος: Πρέπει να διασφαλίσουμε ότι το δείγμα που χρησιμοποιείται για τη συλλογή δεδομένων είναι αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού ή του φαινομένου που εξετάζεται. Είναι σημαντικό να αξιολογηθεί κατά πόσον το δείγμα είναι αρκετά μεγάλο και ποικιλόμορφο ώστε να ληφθούν σχετικά και γενικεύσιμα αποτελέσματα.

- **Ανάλυση των συμπερασμάτων και των ερμηνειών**

Πρέπει να αναλύσουμε τα συμπεράσματα και τις ερμηνείες που προκύπτουν με βάση τα στατιστικά δεδομένα. Πρέπει να επαληθεύσουμε ότι τα συμπεράσματα υποστηρίζονται από τα δεδομένα που παρουσιάζονται και ότι οι ερμηνείες είναι έγκυρες και συνεπείς με τα αποτελέσματα που προκύπτουν. Πρέπει επίσης να έχουμε επίγνωση των πιθανών παρερμηνειών ή υπερβολών που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη χειραγώγηση της αντίληψης του κοινού.

- **Σύγκριση με άλλες πηγές και κριτική ερμηνεία των στατιστικών στοιχείων που παρουσιάζονται**

Για να αποκτήσουμε μια πιο αντικειμενική προοπτική, πρέπει να συγκρίνουμε τα στατιστικά στοιχεία που παρουσιάζονται με άλλες αξιόπιστες πηγές. Εάν τα δεδομένα δεν συμφωνούν με τις άλλες πηγές ή εάν υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις, θα πρέπει να είμαστε επιφυλακτικοί ως προς την αποδοχή τους ως αληθινών. Πρέπει επίσης να ερμηνεύουμε κριτικά τα στατιστικά στοιχεία που παρουσιάζονται, να κατανοούμε το πλαίσιο και να διασφαλίζουμε ότι δεν είναι διαστρεβλωμένα ή υπερβολικά.

Η σύγκριση με άλλες πηγές και η κριτική ερμηνεία των παρουσιαζόμενων στατιστικών στοιχείων αποτελούν βασικές πτυχές για την αξιολόγηση και την κατανόηση των στατιστικών πληροφοριών.

- **Συμβουλευτείτε εμπειρογνώμονες για μια αντικειμενική αξιολόγηση:** Όταν αντιμετωπίζετε πολύπλοκα ή αντικρουόμενα στατιστικά δεδομένα, είναι χρήσιμο να ζητάτε γνώμες και εκτιμήσεις από ειδικούς στον τομέα. Αυτοί μπορούν να παράσχουν μια αντικειμενική οπτική και να βοηθήσουν στη σωστή ερμηνεία των δεδομένων, αποφεύγοντας έτσι τις παγίδες της στατιστικής χειραγώγησης.

Εφαρμόζοντας αυτές τις στρατηγικές και έχοντας επίγνωση της χειραγώγησης των στατιστικών στοιχείων στις ψευδείς ειδήσεις, μπορούμε να γίνουμε πιο ενημερωμένοι και ανθεκτικοί απέναντι στην παραπληροφόρηση. Η ανάπτυξη της κριτικής σκέψης και της ικανότητας αξιολόγησης και ελέγχου των πληροφοριών θα μας βοηθήσει να κάνουμε συνειδητές επιλογές και να προωθήσουμε ένα υγιέστερο και πιο υπεύθυνο περιβάλλον πληροφόρησης.

Η διαβούλευση με εμπειρογνώμονες αποτελεί σημαντικό βήμα στη διαδικασία αντικειμενικής αξιολόγησης των πληροφοριών. Οι εμπειρογνώμονες μπορούν να παρέχουν μια εξειδικευμένη οπτική γωνία με βάση τις γνώσεις και την εμπειρία τους στον τομέα. Ακολουθούν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τη διαβούλευση με εμπειρογνώμονες:

Προσδιορισμός των σχετικών εμπειρογνώμωνων: Εντοπίστε εμπειρογνώμονες που έχουν πείρα στον τομέα ενδιαφέροντος ή στο συγκεκριμένο θέμα που θέλετε να αξιολογήσετε. Αυτοί οι εμπειρογνώμονες μπορεί να είναι ακαδημαϊκοί, ερευνητές, έμπειροι επαγγελματίες ή αναγνωρισμένοι επαγγελματίες στον τομέα.

Αξιολόγηση εμπειρογνωμοσύνης και αξιοπιστίας: Ελέγξτε τα προσόντα, την εμπειρία και τα επιτεύγματα των εμπειρογνώμωνων για να διαπιστώσετε αν είναι αξιόπιστοι και αν διαθέτουν τεχνογνωσία στον τομέα. Εξετάστε τις προηγούμενες δημοσιεύσεις, μελέτες, αναγνωρίσεις και συνεργασίες τους.

Επικοινωνία με εμπειρογνώμονες: Μπορείτε να έρθετε σε επαφή με εμπειρογνώμονες μέσω συνεδρίων, ακαδημαϊκών εκδηλώσεων ή μέσω επαγγελματικών ιδρυμάτων ή οργανώσεων. Οι ερωτήσεις και οι συζητήσεις με τους εμπειρογνώμονες μπορούν να προσφέρουν βαθύτερη κατανόηση του θέματος και να αποσαφηνίσουν τις πληροφορίες που αξιολογείτε.

Αντικειμενικότητα και ανεξαρτησία: Διασφαλίστε ότι οι εμπειρογνώμονες είναι αντικειμενικοί και ανεξάρτητοι κατά την αξιολόγηση και την παροχή πληροφοριών. Να έχετε επίγνωση των πιθανών συγκρούσεων συμφερόντων ή επιρροών που μπορεί να επηρεάσουν την αντικειμενικότητά τους.

Επιβεβαίωση πολλαπλών εμπειρογνώμωνων: Εάν υπάρχουν διαφορετικές απόψεις μεταξύ των εμπειρογνώμωνων, μπορείτε να συμβουλευτείτε πολλούς ειδικούς για να αποκτήσετε πολλαπλές απόψεις και να κατανοήσετε καλύτερα τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα.

Εν κατακλείδι, με τη σωστή αξιολόγηση των στατιστικών στοιχείων, συμπεριλαμβανομένου του προσδιορισμού των πηγών και των μεθόδων συλλογής δεδομένων, του ελέγχου της

αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος και της προσεκτικής ανάλυσης των συμπερασμάτων και των ερμηνειών, μπορούμε να αυξήσουμε την ευαισθητοποίησή μας.

Παρακολουθήστε: [Πώς να λέτε ψέματα με στατιστικές](#)
και
[Παραπλανητικές στατιστικές](#)

Αναφορές

1. Mayer-Schönberger, V., Cukier, K. *Big Data*: Houghton Mifflin Harcourt: Boston, MA, SUA, 2013. [[Google Scholar](#)]
2. Tan, W., Blake, MB, Saleh, I., Dustdar, S. Ανάλυση μεγάλων δεδομένων από κοινωνικά δίκτυα. *IEEE Internet Comput.* **2013** , *17* , 62-69. [[Google Scholar](#)]
3. Supriyanto, EE- Bakti, IS- Furqon, M. Ο ρόλος των μεγάλων δεδομένων στην εφαρμογή της εξ αποστάσεως εκπαίδευσης. *Paedagogia* **2021** , *12* , 61-68. [[Google Scholar](#)]
4. Ahmad, I., Yousaf, M., Yousaf, S., Ahmad, MO Ανίχνευση ψευδών ειδήσεων με τη χρήση ολοκληρωμένων μεθόδων μηχανικής μάθησης. *Complexity* **2020** , *1* , 8885861. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
5. Monti, F., Frasca, F., Eynard, D., Mannion, D., Bronstein, MM Detecting fake news on social media using geometric deep learning. *Soc. Inf. Netw.* **2019** , *1* , 1-15. [[Google Scholar](#)]
6. Sahoo, SR; Gupta, BB Προσέγγιση πολλαπλών χαρακτηριστικών για την αυτόματη ανίχνευση ψευδών ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης με χρήση βαθιάς μάθησης. *Appl.* **2021**, *100* , 106983. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
7. Sharma, U., Saran, S., Patil, SM Ανίχνευση ψευδών ειδήσεων με χρήση αλγορίθμων μηχανικής μάθησης. *Int. J. Creat. Res. Gânduri (IJCRT)* **2020**, *8* , 509-518. [[Google Scholar](#)]
8. Aslam, N., Ullah Khan, I., Alotaibi, FS, Aldaej, LA, Aldubaikil, AK Ανίχνευση ψεύδους: *Complexity* **2021** , *1* , 5557784. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
9. Chauhan, T., Palivela, H. Βελτιστοποίηση και βελτίωση της ανίχνευσης ψευδών ειδήσεων με τη χρήση προσεγγίσεων βαθιάς μάθησης προς όφελος της κοινωνίας. *Int. J. Inf. Manag. Date Insights* **2021**, *1*, 100051. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
10. Vyas, P., Liu, J., El-Gayar, O.F. Ανίχνευση ψεύτικων ειδήσεων στο διαδίκτυο: μια προσέγγιση βασισμένη σε LSTM. In Proceedings of the AMCIS 2021, Digital Innovation and Entrepreneurship, Virtual, 9-13 august 2021; Volumul 5. [[Google Scholar](#)].
11. Jiang, G., Liu, S., Zhao, Y., Soare, Y., Zhang, M. Detecting fake news through informed prompt learning. *Inf. Processing Management* **2022** , *59* , 103029. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]

12. Galli, A., Masciari, E., Moscato, V., Sperlí, G. Ένα ολοκληρωμένο σημείο αναφοράς για την ανίχνευση ψευδών ειδήσεων. *J. Intell. Inf. Syst.* **2022** , 59 , 237-261. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
13. Darwiesh, A., Alghamdi, M., El-Baz, AH, Elhoseny, M. Analysis of social media big data: towards improving firms' competitiveness in a post-pandemic world. *J. Healthc. ing.* **2022**, 2022 , 6967158. [[Google Scholar](#)] [[CrossRef](#)]
14. Thota, A., Tilak, P., Ahluwalia, S., Lohia, N. Detectarea știrilor false: O abordare de învățare profundă. *SMU Data Sci. Rev.* **2018** , 1 , 10. [[Google Scholar](#)].
15. Cathy O'Neil : Arme matematice de distrugere -Nemira 2017
16. Cathy O'Neil Weapons of Math Destruction: Cathy O'Neil, Broadway Books 2016
17. M. Hedgcoe, Κριτική Βιοηθική: WILEY 2004: Beyond the Social Science Critique of Applied Ethics.
18. Wardle, . Πώς μπορούμε όλοι να καταπολεμήσουμε την παραπληροφόρηση. *Harvard Business Review*, 2018.
19. Morgan, S. Ψευδείς ειδήσεις, παραπληροφόρηση, χειραγώγηση και διαδικτυακές τακτικές υπονόμευσης της δημοκρατίας. *Journal of Cyber Policy*, 2018, 3.1: 39-43.
20. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *science*, 359(6380), 1146-1151.
21. <https://link.springer.com/article/10.1007/s13278-023-01028-5#Sec10>
22. <https://link.springer.com/article/10.1007/s13278-023-01028-5/figures/1>
23. <https://math.scholastic.com/issues/2017-18/092517/fake-news-fake-data.html>
24. https://www.youtube.com/watch?v=GEfsltXnCo4&ab_channel=CodyBaldwin

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙΙ

Στόχος του παρόντος κεφαλαίου είναι να δώσει μια γενική εικόνα του τι είναι η μη τυπική εκπαίδευση με ιδιαίτερη έμφαση στην παιχνιδοποίηση και τη μάθηση με βάση τα παιχνίδια. Αυτές οι δύο μη τυπικές μέθοδοι διδασκαλίας φαίνεται να είναι αρκετά αποτελεσματικές για τον στόχο του οδηγού BEST, δεδομένου ότι επιτρέπουν στους εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας να χρησιμοποιήσουν αυτές τις καινοτόμες μεθόδους διδασκαλίας για να δημιουργήσουν ελκυστικά μαθήματα σχετικά με το θέμα των ψευδών ειδήσεων. Επιπλέον, οι τεχνικές Gamification και Game-Based Learning έχει αποδειχθεί ότι ενισχύουν τα κίνητρα και τις δεξιότητες κριτικής σκέψης των μαθητών, οι οποίες είναι απαραίτητες για τη διαμόρφωση της επόμενης γενιάς σε ενεργούς πολίτες. Στην πρώτη ενότητα αυτού του κεφαλαίου θα δοθεί ένας εμπειριστατωμένος ορισμός του τι είναι η μη τυπική εκπαίδευση και ποια είναι τα κύρια χαρακτηριστικά και οι χρήσεις της. Στη δεύτερη ενότητα θα επικεντρωθούμε στα βασικά στοιχεία και τα οφέλη της Παιχνιδοποίησης ως μη τυπικής μεθόδου διδασκαλίας. Στην ενότητα αυτή θα αναλυθούν οι ομοιότητες και οι διαφορές μεταξύ της Παιχνιδοποίησης και της Μάθησης με βάση τα παιχνίδια, καθώς και οι βασικές πτυχές, τα χαρακτηριστικά και τα οφέλη τους. Στην τρίτη ενότητα αυτού του κεφαλαίου θα διερευνήσουμε πώς η Παιχνιδοποίηση και η Μάθηση Βασισμένη σε Παιχνίδια μπορούν να μας βοηθήσουν στην επίτευξη του στόχου αυτού του έργου, εξηγώντας με περισσότερες λεπτομέρειες πώς αυτές οι μέθοδοι διδασκαλίας μπορούν να εφαρμοστούν στην εκπαίδευση και πώς μπορούν να συμβάλουν στην αύξηση των κινήτρων και των δεξιοτήτων κριτικής σκέψης των νέων. Η επόμενη ενότητα θα επιτρέψει στους εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας να κατανοήσουν πώς να σχεδιάσουν τις δικές τους παιχνιδοποιημένες δραστηριότητες ακολουθώντας μια προσέγγιση 4 βημάτων. Τέλος, κλείνοντας αυτό το κεφάλαιο, θα παρέχουμε στους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας μια σειρά από δραστηριότητες παιχνιδοποίησης και μάθησης με βάση το παιχνίδι που θα ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των νέων στη μάθηση σχετικά με το θέμα των ψευδών ειδήσεων.

3.1 Τι είναι η μη τυπική εκπαίδευση: βασικά στοιχεία και αυξανόμενες τάσεις εφαρμογής

Σε έναν ταχέως εξελισσόμενο κόσμο, η εκπαίδευση δεν περιορίζεται πλέον στις παραδοσιακές αίθουσες διδασκαλίας. Η μη τυπική εκπαίδευση έχει αναδειχθεί ως μια δυναμική και προσαρμόσιμη εναλλακτική λύση, η οποία ανταποκρίνεται σε ποικίλες μαθησιακές ανάγκες και περιβάλλοντα. Η κατανόηση της μη τυπικής εκπαίδευσης είναι υψίστης σημασίας για την ομάδα-στόχο του έργου "Be Smart, Be Tolerant!", καθώς οι εργαζόμενοι στον τομέα της νεολαίας διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση των μαθησιακών εμπειριών των νέων ατόμων.

Αυτή η πρώτη ενότητα έχει ως στόχο να διερευνήσει τα βασικά στοιχεία της μη τυπικής εκπαίδευσης και να ρίξει φως στις συνεχώς διευρυνόμενες τάσεις εφαρμογής της, λαμβάνοντας υπόψη τις μοναδικές ανάγκες και προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι στον τομέα της νεολαίας στην προσπάθειά τους να προωθήσουν έξυπνους, ανεκτικούς και ολοκληρωμένους μαθητές. Καθώς διερευνούμε τον τρόπο με τον οποίο η μη τυπική εκπαίδευση διαμορφώνει τον εκπαιδευτικό κόσμο, θα εμβαθύνουμε στα βασικά συστατικά της, στη μεθοδολογική της βάση, στον ρόλο της στην προώθηση της δια βίου μάθησης και στη σημασία της στη σημερινή κοινωνία.

3.1.1 Μη τυπική εκπαίδευση και η διαφορά της από την τυπική και την άτυπη εκπαίδευση

Η μη τυπική εκπαίδευση είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει κάθε οργανωμένη εκπαιδευτική δραστηριότητα εκτός του καθιερωμένου τυπικού συστήματος, η οποία προορίζεται να εξυπηρετήσει αναγνωρίσιμη μαθησιακή πελατεία και μαθησιακούς στόχους.

Η μη τυπική εκπαίδευση βρίσκει σαφώς τον δικό της ορισμό σε αντίθεση με αυτόν της **τυπικής εκπαίδευσης**, που σημαίνει το ιεραρχικά δομημένο, χρονολογικά διαβαθμισμένο "εκπαιδευτικό σύστημα", το οποίο εκτείνεται από το δημοτικό σχολείο μέχρι το πανεπιστήμιο και περιλαμβάνει, εκτός από τις γενικές ακαδημαϊκές σπουδές, μια ποικιλία εξειδικευμένων προγραμμάτων και ιδρυμάτων για τεχνική και επαγγελματική κατάρτιση πλήρους φοίτησης. Σε αντίθεση με την τυπική εκπαίδευση, η οποία είναι θεσμοθετημένη, η μη τυπική εκπαίδευση είναι ευέλικτη και μπορεί να λάβει χώρα σε διάφορα περιβάλλοντα, όπως κοινοτικά κέντρα, ενώσεις, χώρους εργασίας, διαδικτυακές πλατφόρμες, εργαστήρια, προγράμματα

επαγγελματικής κατάρτισης και άλλα. Παρά την έλλειψη θεσμοθέτησης, η μη τυπική εκπαίδευση εξακολουθεί να μοιράζεται με την τυπική εκπαίδευση τα στοιχεία της **προθετικότητας**, τονίζοντας τη σημασία της ομάδας-στόχου και των μαθησιακών στόχων στο πλαίσιο της εκπαιδευτικής εμπειρίας: Η μη τυπική εκπαίδευση δεν είναι ποτέ τυχαία. Το αντίθετο ισχύει για την **Άτυπη εκπαίδευση**, η οποία μπορεί να οριστεί ως η πραγματικά δια βίου διαδικασία με την οποία κάθε άτομο αποκτά στάσεις, αξίες, δεξιότητες και γνώσεις από την καθημερινή εμπειρία και τις εκπαιδευτικές επιρροές και πηγές στο περιβάλλον του - από την οικογένεια και τους γείτονες, από την εργασία και το παιχνίδι, από την αγορά, τη βιβλιοθήκη και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης κ.λπ. Η διαδικασία αυτή είναι επομένως **αυθόρμητη** και συχνά ακούσια, αλλά μπορεί να δώσει στη διαδικασία της δια βίου μάθησης μια παρόμοια, αν όχι ισχυρότερη, επιρροή.

Διάφορες παράμετροι μπορούν να εξειδικεύσουν περαιτέρω τη διαφορά μεταξύ τυπικής και μη τυπικής εκπαίδευσης. Ο **σκοπός** της μη τυπικής εκπαίδευσης είναι βραχυπρόθεσμος και ειδικός παρά μακροπρόθεσμος και γενικός- το **περιεχόμενο** είναι εξατομικευμένο και πρακτικό παρά τυποποιημένο και ακαδημαϊκό- η **πελατεία** καθορίζει τις προϋποθέσεις εισόδου και όχι το αντίστροφο- το **σύστημα** είναι μαθητοκεντρικό και ευέλικτο παρά δασκαλοκεντρικό και αυστηρά δομημένο- η **παρακολούθηση** είναι αυτοδιοικούμενη και δημοκρατική παρά εξωτερική και ιεραρχική. Έχοντας χαρακτηρίσει τη μη τυπική εκπαίδευση, μπορούμε να δηλώσουμε ότι προσφέρει μια δυναμική, προσαρμόσιμη και μαθητοκεντρική προσέγγιση, η οποία είναι ιδιαίτερα κατάλληλη για τους youth workers που δραστηριοποιούνται σε ποικίλα και μη παραδοσιακά περιβάλλοντα.

3.1.2 Ο κύκλος βιωματικής μάθησης του Kolb και η ενημέρωση

Η θεμελιώδης μεθοδολογία που διέπει τη μη τυπική εκπαίδευση είναι ο κύκλος βιωματικής μάθησης Kolb, που αναπτύχθηκε από τον David A. Kolb. Ο κύκλος αποτελείται από τέσσερα στάδια: **συγκεκριμένη εμπειρία, αναστοχαστική παρατήρηση, αφηρημένη εννοιολόγηση και ενεργός πειραματισμός**. Στα πλαίσια της μη τυπικής εκπαίδευσης, οι λειτουργοί νεολαίας εφαρμόζουν αυτόν τον κύκλο για να καθοδηγήσουν τους εκπαιδευόμενους σε ένα μετασχηματιστικό ταξίδι μάθησης. Η έρευνα δείχνει ότι αυτό το είδος ενεργητικής, βιωματικής μάθησης υποστηρίζει τη δημιουργικότητα, την επίλυση προβλημάτων και τη βαθύτερη κατανόηση.

Η διαδικασία αρχίζει με μια **συγκεκριμένη εμπειρία**, όπου οι μαθητές συμμετέχουν ενεργά σε μια πραγματική εμπειρία. Για τους εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας, αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη διοργάνωση ενός κοινοτικού έργου, μιας άσκησης ομαδικής ανάπτυξης ή ενός προγράμματος περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης. Το κρίσιμο βήμα που ακολουθεί είναι η **αναστοχαστική παρατήρηση**, όπου οι συμμετέχοντες αναλύουν κριτικά και προβληματίζονται για τις εμπειρίες τους, διατυπώνοντας τι έμαθαν και πώς αυτό συνδέεται με την προσωπική και επαγγελματική τους ανάπτυξη.

Στη συνέχεια, το στάδιο της **αφηρημένης εννοιολόγησης** περιλαμβάνει τη μετατροπή αυτών των προβληματισμών σε γενικευμένες έννοιες και αρχές. Οι εργαζόμενοι σε θέματα νεολαίας διευκολύνουν τις συζητήσεις και καθοδηγούν τους εκπαιδευόμενους να κάνουν συνδέσεις μεταξύ των εμπειριών τους και ευρύτερων θεωρητικών πλαισίων. Το στάδιο αυτό ενθαρρύνει την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης και την ικανότητα μεταφοράς γνώσεων και δεξιοτήτων σε νέες καταστάσεις.

Ο κύκλος κορυφώνεται με τον **ενεργό πειραματισμό**, όπου οι μαθητές εφαρμόζουν τις νεοαποκτηθείσες γνώσεις και ιδέες τους σε πρακτικές καταστάσεις. Για τους εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας, αυτό συχνά σημαίνει ότι οι νέοι έχουν τη δυνατότητα να εφαρμόσουν τη μάθησή τους σε πραγματικά σενάρια, ενισχύοντας έτσι τη μαθησιακή διαδικασία.

Ο απολογισμός είναι ένα κομβικό στοιχείο για την ανάπτυξη του κύκλου βιωματικής μάθησης του Kolb. Συνήθως διεξάγεται μέσω ουσιαστικών ερωτήσεων, οι συνεδρίες απολογισμού παρέχουν ένα δομημένο και ασφαλές περιβάλλον για τους συμμετέχοντες να μοιραστούν τις ιδέες τους, τα διδάγματα που αποκόμισαν και τα συναισθήματα που βίωσαν κατά τη διάρκεια του μαθησιακού ταξιδιού. Αυτός ο συλλογικός αναστοχασμός βοηθά στην επεξεργασία της εμπειρίας, στην εμπάθυνση της κατανόησης και στην ενίσχυση της δυνατότητας μεταφοράς της μάθησης σε άλλες πτυχές της ζωής.

Στο πλαίσιο της μη τυπικής εκπαίδευσης, η ενημέρωση αποτελεί τον άξονα της όλης μεθοδολογίας. Επιτρέπει στους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας να καθοδηγήσουν αποτελεσματικά τους εκπαιδευόμενους μέσω του κύκλου Kolb και διασφαλίζει ότι η μαθησιακή διαδικασία έχει νόημα, είναι μετασχηματιστική και ευθυγραμμίζεται με τους στόχους του προγράμματος. Οι συνεδρίες απολογισμού χρησιμεύουν ως ακρογωνιαίος λίθος της δέσμευσης, προσφέροντας στους συμμετέχοντες την ευκαιρία να συνδεθούν συναισθηματικά και γνωστικά με τις εμπειρίες τους, καθιστώντας το εκπαιδευτικό ταξίδι πιο αποτελεσματικό και σχετικό.

3.1.3 Τα βασικά στοιχεία της μη τυπικής εκπαίδευσης

Για να κατανοήσουμε συνολικά τη μη τυπική εκπαίδευση, θα διερευνήσουμε σε αυτή την ενότητα τα βασικά της στοιχεία και θα αναλύσουμε λεπτομερώς για καθένα από αυτά τις συνέπειες που έχει στο ρόλο του συντονιστή.

Είναι συμμετοχική: Η ομάδα των συμμετεχόντων εμπλέκεται ενεργά στη διαδικασία της μάθησης. Όταν βιώνεις ενεργά μια κατάσταση και συμμετέχεις ενεργά στη δική σου μαθησιακή διαδικασία, ο μακροπρόθεσμος αντίκτυπος της θα διαρκέσει σίγουρα περισσότερο, καθώς πρόκειται για μια βαθύτερη διαδικασία.

Κατά συνέπεια, όταν σχεδιάζετε τις δραστηριότητές σας, θα πρέπει να έχετε κατά νου ότι θα πρέπει να έχετε αρκετές δραστηριότητες στις οποίες οι συμμετέχοντες θα είναι αφοσιωμένοι και θα μπορούν να συμμετέχουν πλήρως. Αφήστε περισσότερο χώρο στους συμμετέχοντες να συζητήσουν, να προβληματιστούν ή να εργαστούν με τις έννοιες που παρουσιάζονται.

Είναι μαθητοκεντρικό: Μια μη τυπική συνεδρία περιλαμβάνει δραστηριότητες που ανταποκρίνονται στις μαθησιακές ανάγκες των συμμετεχόντων και προσαρμόζεται σε αυτές κατά τη διάρκεια της μαθησιακής διαδικασίας. Μαθαίνουμε διαφορετικά και αυτό σημαίνει ότι χρειαζόμαστε "προσαρμοσμένο μέγεθος για κάθε συμμετέχοντα".

Κατά συνέπεια, ο συντονιστής, πριν σχεδιάσει μια συνεδρία, θα πρέπει να γνωρίζει το επίπεδο εμπειρίας, το υπόβαθρο, τις προσδοκίες και τις ανάγκες των συμμετεχόντων. Αυτό φυσικά μπορεί να αποτελέσει πρόκληση όταν έχετε πολύ διαφορετικές ομάδες: όταν η προσπάθεια κάλυψης όλων των ατομικών τους αναγκών καθιστά αδύνατη την επιλογή μιας συγκεκριμένης δραστηριότητας/μεθόδου. Γι' αυτό πρέπει να βρείτε τις καλύτερες στρατηγικές για την αντιμετώπιση του προβλήματος.

Είναι ευέλικτο: Με βάση τη διαδικασία, το πλαίσιο, τις ανάγκες των συμμετεχόντων, το πρόγραμμα και η δομή μιας συνεδρίας μη τυπικής εκπαίδευσης μπορούν να αλλάξουν. Είναι ανοιχτό και προσαρμόσιμο σε ό,τι συμβαίνει στην πορεία με την ομάδα.

Κατά συνέπεια, οι συντονιστές πρέπει να δίνουν μεγάλη προσοχή στην ομάδα κατά τη διάρκεια των δραστηριοτήτων- αν η ομάδα χρειάζεται περισσότερο χρόνο για συζητήσεις, για την ολοκλήρωση μιας εργασίας, για την εξαγωγή των μαθησιακών σημείων από αυτήν, θα πρέπει να της παρέχετε αυτόν τον χρόνο, διότι διαφορετικά μπορεί να διαταραχθεί η μαθησιακή διαδικασία και να μην επιτευχθεί ο στόχος της. Είναι πολύ σημαντικό να σκέφτεστε ευέλικτα

από την αρχή- να γνωρίζετε ότι ίσως το σχέδιό σας να μην πάει όπως το σχεδιάσατε και ότι η διαδικασία της ομάδας θα είναι διαφορετική από αυτή που οραματιστήκατε και να σκέφτεστε μάλλον το σχέδιο Β ή Γ σε διαφορετικές καταστάσεις.

Είναι εθελοντική: Αυτό σημαίνει ότι όλοι οι συμμετέχοντες συμμετέχουν στη διαδικασία με δική τους επιλογή και δεν επιβάλλεται από οποιαδήποτε άλλη εξωτερική πηγή ή παράγοντα. Εθελοντική σημαίνει επίσης ότι βασίζεται στα κίνητρα και τις προσδοκίες των συμμετεχόντων και αν δεν πάρουν αυτό που θέλουν μπορούν επίσης να αποχωρήσουν κατά τη διάρκεια της διαδικασίας.

Ως συνέπεια για τον συντονιστή, είναι σημαντικό να ενημερώσει τους συμμετέχοντες για αυτή την πτυχή και να την τονίσει κατά τη διάρκεια της διαδικασίας - αν κάποιος από τους συμμετέχοντες δεν θέλουν να συνεχίσουν, αφήστε τους να φύγουν και μην προσπαθήσετε να τους πείσετε να παραμείνουν. Διότι αυτό θα δημιουργήσει ένα λάθος περιβάλλον και οι συμμετέχοντες θα παραμείνουν για λάθος λόγους και θα μπορούσε επίσης να επηρεάσει τη δυναμική της ομάδας. Διερευνήστε τις ανάγκες των συμμετεχόντων και ζητήστε επίσης ανατροφοδότηση μετά από κάθε συνεδρία ή καθημερινά και με βάση αυτά τα στοιχεία παράγετε αλλαγές στο πρόγραμμα

Οι συμμετέχοντες αξιολογούν τα αποτελέσματα της μη τυπικής εκπαίδευσης: Η μη τυπική εκπαίδευση επικεντρώνεται στη διαδικασία των συμμετεχόντων και προσαρμόζεται στις μαθησιακές τους ανάγκες, στις προσδοκίες τους, στο υπόβαθρό τους και θα μπορούσε να αξιολογηθεί μόνο από τους ωφελούμενους από αυτήν. Δεν είναι καθήκον του διευκολυντή/εκπαιδευτή να αξιολογήσει την επιτυχία των συνεδριών του, διότι στην πραγματικότητα αυτό μπορεί να αξιολογηθεί μόνο με βάση την αξιολόγηση των ίδιων των συμμετεχόντων για τα μαθησιακά τους αποτελέσματα και τα σχέδιά τους για το μέλλον. Είναι οι μόνοι που θα μπορούσαν στην πραγματικότητα να μετρήσουν αυτή τη διαδικασία.

Κατά συνέπεια, στο τέλος της κατάρτισης, οι συντονιστές πρέπει να αφήσουν χώρο και να σχεδιάσουν δραστηριότητες που θα βοηθήσουν τους συμμετέχοντες να εξετάσουν τη διαδικασία της κατάρτισης και να αξιολογήσουν τα δικά τους αποτελέσματα. Αυτό θα μπορούσε να γίνει με ομαδικές μεθόδους (στην ολομέλεια, ή με flipcharts/αφίσες με διάφορες πτυχές που πρέπει να μετρηθούν και να συμπληρωθούν από την ομάδα), σε μικρότερες ομάδες (ανταλλαγή απόψεων και ανατροφοδότηση) ή ατομικά (με έντυπα αξιολόγησης ή ερωτηματολόγια).

Στοχεύει στις ικανότητες (γνώσεις, στάσεις, δεξιότητες): Δεν έχουν κάποια σειρά, αλλά συνδέονται μεταξύ τους. Στη μη τυπική εκπαίδευση οι μαθησιακοί στόχοι στοχεύουν συνήθως σε πτυχές και από τις 3 διαστάσεις. Για παράδειγμα: Ένα διαπολιτισμικά ικανό άτομο θα έχει γνώσεις σχετικά με το τι είναι πολιτισμός, ταυτότητα, πολιτισμικές διαφορές, στερεότυπα, προκαταλήψεις κ.λπ. θα έχει στάσεις όπως: ανοχή ανοιχτό μυαλό ευελιξία, περιέργεια, και δεξιότητες όπως: ενεργητική ακρόαση, ενσυναίσθηση, προσοχή, διαπολιτισμική επικοινωνία κ.λπ.

Κατά συνέπεια, όταν οι συντονιστές καθορίζουν τους μαθησιακούς στόχους της συνεδρίας, πρέπει να δίνουν προσοχή σε όλες τις διαστάσεις του ΕΑΠ και να διασφαλίζουν ότι στοχεύουν σε όλες αυτές. Ακόμη και όταν σχεδιάζουν να εστιάσουν σε μία περισσότερο από τις άλλες, θα πρέπει να τις συμπεριλάβουν και αυτές σε ένα ορισμένο επίπεδο.

Σκεφτείτε τις ζώνες μάθησης: Στη ζώνη άνεσης, δεν αντιμετωπίζονται συγκεκριμένες προκλήσεις. Ένα άτομο εισέρχεται στη ζώνη τεντώματος όταν έρχεται αντιμέτωπο με κάτι νέο. Στη ζώνη τεντώματος, γίνονται ερωτήσεις και είναι δυνατές αλλαγές στην αντίληψη, τη στάση ή τη συμπεριφορά. Εδώ, ένα άτομο μπορεί να αισθάνεται αβέβαιο και ευάλωτο, αλλά η μεγαλύτερη διαδικασία μάθησης συμβαίνει σε αυτό το στάδιο, επειδή οι άνθρωποι πρέπει να αντιμετωπίσουν το νέο, να αμφισβητήσουν, να συνηθίσουν με αυτό, και με τον καιρό θα διευρύνουν τη δική τους ζώνη άνεσης συμπεριλαμβάνοντας αυτά τα νέα στοιχεία που αποκτήθηκαν από τη ζώνη τάνυσης. Αν το τέντωμα πάει πολύ μακριά, οι συμμετέχοντες μπορεί να βρεθούν στη ζώνη πανικού. Είναι πολύ ευάλωτοι και ο πανικός προκαλεί μπλοκάρισμα. Η μάθηση καθίσταται αδύνατη.

Κατά συνέπεια, οι συντονιστές πρέπει να πιέζουν τους συμμετέχοντες για διάφορους λόγους. Κύρια σημεία κλειδιά είναι: να τους υποστηρίξουν στην επεξεργασία της εμπειρίας τους εκεί- να διευρύνουν τη ζώνη άνεσής τους- να τους κάνουν να συνειδητοποιήσουν την πρόοδό τους. Ταυτόχρονα, θα πρέπει να είστε προσεκτικοί ώστε να μην τους ωθήσετε υπερβολικά να κάνουν κάτι με το οποίο δεν αισθάνονται άνετα.

3.1.4 Αυξανόμενες τάσεις εφαρμογών

Καθώς το εκπαιδευτικό τοπίο συνεχίζει να εξελίσσεται, αναδύονται διάφορες τάσεις εφαρμογής στο πλαίσιο της μη τυπικής εκπαίδευσης, καθεμία από τις οποίες έχει ξεχωριστές επιπτώσεις για τους λειτουργούς νεολαίας:

Διαδικτυακή και ψηφιακή μάθηση: Η τεχνολογία έχει φέρει επανάσταση στη μη τυπική

εκπαίδευση, καθιστώντας τη διαδικτυακή και ψηφιακή μάθηση έναν εξέχοντα τρόπο παροχής. Οι πλατφόρμες ηλεκτρονικής μάθησης, τα διαδικτυακά σεμινάρια και τα Μαζικά Ανοικτά Διαδικτυακά Μαθήματα (MOOCs) έχουν εκδημοκρατίσει την πρόσβαση στην ποιοτική εκπαίδευση, επιτρέποντας στους εργαζόμενους στον τομέα της νεολαίας να αξιοποιήσουν τη δύναμη της τεχνολογίας για να συνεργαστούν αποτελεσματικά με τους εκπαιδευόμενούς τους.

Ανάπτυξη δεξιοτήτων και επαγγελματική κατάρτιση: Η μη τυπική εκπαίδευση έχει αναδειχθεί σε πρωταρχικό μέσο για τη μετάδοση πρακτικών δεξιοτήτων και την επαγγελματική κατάρτιση. Η ζήτηση για εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό σε διάφορες βιομηχανίες έχει ωθήσει τους εργαζόμενους στη νεολαία να γίνουν διευκολυντές προγραμμάτων προσανατολισμένων στην επαγγελματική σταδιοδρομία και σχετικών με την εργασία.

Δια βίου μάθηση: Το διαρκώς μεταβαλλόμενο τοπίο της γνώσης και της τεχνολογίας έχει αναβαθμίσει τη σημασία της δια βίου μάθησης. Οι εργαζόμενοι στον τομέα της νεολαίας, έχοντας επίγνωση της εξελισσόμενης φύσης της γνώσης, υποστηρίζουν και υποστηρίζουν την ανάπτυξη συνηθειών δια βίου μάθησης μεταξύ των νέων που εξυπηρετούν.

Κοινωνική δέσμευση: Η μη τυπική εκπαίδευση συχνά ευδοκιμεί σε κοινοτικά πλαίσια, ενισχύοντας την κοινωνική συνοχή και αντιμετωπίζοντας τοπικές ανάγκες. Οι εργαζόμενοι σε θέματα νεολαίας βρίσκονται στην πρώτη γραμμή των κοινοτικών προγραμμάτων, αξιοποιώντας τη δύναμη της συλλογικής μάθησης και του κοινού σκοπού για να δημιουργήσουν μια αίσθηση του ανήκειν μεταξύ των νεαρών μαθητών.

Εκπαίδευση του παγκόσμιου πολίτη: Η μη τυπική εκπαίδευση έχει γίνει μέσο για την καλλιέργεια της παγκόσμιας συνείδησης, της ανεκτικότητας και της κοινωνικής ευθύνης. Οι εργαζόμενοι στον τομέα της νεολαίας διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην καθοδήγηση των νέων ατόμων προς μια βαθιά κατανόηση των παγκόσμιων ζητημάτων, ενθαρρύνοντας την ενεργό συμμετοχή σε παγκόσμιες συζητήσεις και προωθώντας μια πράσινη και κριτική νοοτροπία.

3.2 Τι είναι το Gamification: κύρια χαρακτηριστικά και οφέλη

Σε αυτό το κεφάλαιο, προσπαθούμε να εξηγήσουμε τι είναι η **παιχνιδοποίηση** και η **μάθηση βασισμένη σε παιχνίδια**. Θα δώσουμε έναν γενικό ορισμό και στις δύο έννοιες και θα αναλύσουμε ποιες είναι οι κύριες διαφορές μεταξύ των δύο αυτών εννοιών, καθώς παρόλο που είναι αλληλένδετες δεν πρέπει να θεωρούνται συνώνυμα. Στη συνέχεια, θα παρουσιάσουμε διαφορετικά χαρακτηριστικά τόσο της Gamification όσο και των μεθόδων Game-Based Learning, τονίζοντας τη σημασία του να μην θεωρούμε αυτές τις δύο έννοιες ως κάτι που σχετίζεται αποκλειστικά με τη χρήση του διαδικτύου και των εργαλείων ΤΠΕ, αλλά και ως κάτι απόλυτα εφαρμόσιμο μέσω της χρήσης αναλογικών και πιο παραδοσιακών χαρακτηριστικών.

3.2.1 Τι είναι το Gamification;

Σήμερα, η Παιχνιδοποίηση αποτελεί θέμα συζήτησης και ανάλυσης μεταξύ εμπειρογνομόνων και επαγγελματιών σε διάφορους τομείς, που περιλαμβάνουν την ψυχολογία, την κοινωνιολογία, τη διαχείριση, το μάρκετινγκ, την παιδαγωγική και την επιστήμη των υπολογιστών. Είναι προφανές ότι το Gamification επεκτείνεται πέρα από την εκπαίδευση. Ας εξερευνήσουμε διάφορους ορισμούς για να κατανοήσουμε τα βασικά συστατικά και τις βασικές πτυχές του. Όταν εξετάζονται συλλογικά, οι ορισμοί αυτοί προσφέρουν μια ευρύτερη και πιο εμπειριστατωμένη κατανόηση του Gamification. Ένας ευρέως αποδεκτός ορισμός, προερχόμενος από ένα έγγραφο συνεδρίου που συντάχθηκε από μια διεθνή και ποικίλη ομάδα επιστημόνων, χαρακτηρίζει την Παιχνιδοποίηση ως **"τη χρήση στοιχείων σχεδιασμού παιχνιδιών σε πλαίσια μη παιχνιδιών"** (Deterding et alii, 2011a). Αυτός ο ορισμός παρέχει μια σταθερή βάση για την κατανόηση της βασικής έννοιας, τονίζοντας ότι στοιχεία που συνήθως συναντώνται στα παιχνίδια μπορούν να εισαχθούν σε άλλες δραστηριότητες. Οι συγγραφείς εισάγουν επίσης συναφείς έννοιες όπως "παιχνιδοποίηση", "παιγνιώδες παιχνίδι", "σοβαρά παιχνίδια" και "παιχνιδοκεντρικός σχεδιασμός", εμπλουτίζοντας το εννοιολογικό πλαίσιο που περιβάλλει την Παιχνιδοποίηση. Μια άλλη συνεδριακή εργασία του ίδιου μελετητή ορίζει την παιχνιδοποίηση ως έναν "όρο-ομπρέλα για την ενσωμάτωση στοιχείων βιντεοπαιχνιδιών (σε αντίθεση με πλήρη παιχνίδια) για την ενίσχυση της εμπλοκής και της εμπειρίας των χρηστών σε υπηρεσίες και εφαρμογές που δεν είναι παιχνίδια" (Deterding et alii, 2011b). Ο Yu-kai Chou, επιχειρηματίας από την Ταϊβάν και την Αμερική, περιγράφει την

παιχνιδοποίηση ως "την τέχνη της εξαγωγής όλων των διασκεδαστικών και ελκυστικών στοιχείων που βρίσκονται στα παιχνίδια και την εφαρμογή τους σε πραγματικές ή παραγωγικές δραστηριότητες". Την θεωρεί ως "σχεδιασμό που δίνει τη μεγαλύτερη έμφαση στα ανθρώπινα κίνητρα στη διαδικασία. Στην ουσία, πρόκειται για σχεδιασμό με επίκεντρο τον άνθρωπο" (Chou). Αυτό έρχεται σε αντίθεση με τον "σχεδιασμό με επίκεντρο τη λειτουργία", ο οποίος δίνει προτεραιότητα στην αποτελεσματικότητα της διαδικασίας με ελάχιστη μέριμνα για την εμπειρία των συμμετεχόντων. Ως επαγγελματίας και όχι ως ακαδημαϊκός, ο Chou υπογραμμίζει την εφαρμογή του Gamification για παραγωγικούς σκοπούς. Η παιχνιδοποίηση μπορεί να μετατρέψει μια κατά τα άλλα βαρετή ή μη ελκυστική αλλά απαραίτητη εργασία σε μια πιο ανεκτή ή, ιδανικά, ευχάριστη δραστηριότητα.

3.2.2 Παιχνιδοποίηση και μάθηση βασισμένη σε παιχνίδια

Οι όροι Gamification και Game-Based Learning είναι συναφείς, αλλά δεν πρέπει να θεωρηθούν ως ταυτόσημοι, ακόμη και αν μπορεί να φαίνονται έτσι σε κάποιον που δεν είναι εξοικειωμένος με αυτές τις ιδέες. Παρόλο που και οι δύο περιλαμβάνουν την εφαρμογή αρχών σχεδιασμού παιχνιδιών, έχουν διαφοροποιημένες διαφορές. Η κατανόηση αυτής της διάκρισης θα ενισχύσει την ικανότητά σας να χρησιμοποιείτε μια σειρά μεθόδων και εργαλείων που περιγράφονται σε αυτόν τον οδηγό. Η μάθηση με βάση τα παιχνίδια (GBL) ορίζεται συχνά απλά ως η χρήση παιχνιδιών για τη διευκόλυνση της μάθησης (βλ. Bloom 2009, για παράδειγμα). Ουσιαστικά, πρόκειται για μια μέθοδο όπου η μάθηση πραγματοποιείται μέσω του ίδιου του παιχνιδιού. Κατά τη σύγκριση της GBL με την Παιχνιδοποίηση, η βασική διαφορά έγκειται στο πώς η GBL περιλαμβάνει συνήθως τη χρήση πραγματικών παιχνιδιών (πλήρως ανεπτυγμένες δραστηριότητες), ενώ η Παιχνιδοποίηση επικεντρώνεται στην ενσωμάτωση στοιχείων σχεδιασμού παιχνιδιών. Ωστόσο, από τη δική μας οπτική γωνία, ένας πιο ακριβής τρόπος να διαφοροποιήσουμε τις δύο αυτές έννοιες είναι να εξετάσουμε ποια πτυχή της μάθησης αντιμετωπίζει η κάθε έννοια. Η παιχνιδοποίηση επηρεάζει τη μαθησιακή διαδικασία, που περιλαμβάνει την επαλήθευση και την αξιολόγηση, κάνοντάς την να μοιάζει με παιχνίδι. Από την άλλη πλευρά, η GBL περιλαμβάνει ποικίλους τρόπους για να ασχοληθούν οι μαθητές με το περιεχόμενο, να εμβαθύνουν σε έννοιες, να εφαρμόσουν τις πρόσφατα αποκτηθείσες γνώσεις και να αναπτύξουν και να βελτιώσουν νέες δεξιότητες.

Μερικά παραδείγματα παιχνιδοποίησης της μαθησιακής διαδικασίας μπορεί να είναι:

- ο δάσκαλος δίνει σήματα μάθησης αντί για βαθμούς,

- οι μαθητές σχεδιάζουν τα δικά τους άβαταρ ή χαρακτήρες- η πρόοδός τους θα αντικατοπτρίζεται από την εξέλιξη αυτών των άβαταρ ή χαρακτήρων (π.χ. το άβαταρ αποκτά ένα νέο αντικείμενο ή ο χαρακτήρας βελτιώνει μια από τις δεξιότητές του, όταν ο μαθητής επιτυγχάνει έναν μαθησιακό στόχο),
- ο δάσκαλος χρησιμοποιεί εργαλεία όπως το Kahoot ή το Quizziz αντί για ένα παραδοσιακό τεστ.

Από την άλλη πλευρά, παραδείγματα GBL μπορεί να είναι:

- οι μαθητές μαθαίνουν για τις προκλήσεις της διαχείρισης μιας πόλης μέσω του SimCity,
- μαθητές που παίζουν παιχνίδια με κάρτες για να μελετήσουν το θέμα των πιθανοτήτων στα μαθηματικά,
- οι μαθητές πηγαίνουν σε ψηφιακά κυνήγια θησαυρού χρησιμοποιώντας εργαλεία όπως το Actionbound για να μάθουν για μια συγκεκριμένη πολιτιστική πτυχή της πόλης τους.

Όπως αποδεικνύεται από τα παραπάνω παραδείγματα (Sige Textbook, 2022), η παιχνιδοποίηση παρέχει τη δυνατότητα να επηρεάσει το ταξίδι των εκπαιδευομένων, την εξέλιξή τους και τον τρόπο αξιολόγησης της απόδοσής τους. Αντί να λαμβάνουν βαθμούς, κερδίζουν σήματα. Αντί για μια απλή αναγνώριση της ολοκλήρωσης του μαθήματος, μπορούν να βελτιώσουν το avatar τους. Αντί να ακολουθούν ένα εγχειρίδιο, εμπλέκονται με μια αφήγηση. Από την άλλη πλευρά, η μάθηση που βασίζεται σε παιχνίδια (GBL) περιστρέφεται γύρω από τον τρόπο με τον οποίο οι μαθητές αποκτούν, εμπλέκονται, επεξεργάζονται και εφαρμόζουν γνώσεις και δεξιότητες. Αντί να επεξεργάζονται εξισώσεις που στερούνται πλαισίου, υπολογίζουν τις πιθανότητες να κερδίσουν μια παρτίδα πόκερ με συγκεκριμένα χαρτιά. Αντί να διαβάζουν για ένα ιστορικό γεγονός, το προσομοιώνουν στην τάξη για να αποκτήσουν εικόνα των προοπτικών των συμμετεχόντων. Αντί να ενημερώνονται για τις προκλήσεις της εξισορρόπησης των ενεργειακών απαιτήσεων, των περιβαλλοντικών εκτιμήσεων και των περιορισμών του προϋπολογισμού, προσπαθούν ενεργά να το διαχειριστούν χρησιμοποιώντας το SimCity.

3.2.3 Ψηφιακά και αναλογικά

Πριν εξερευνήσουμε τις διάφορες πιθανές μορφές και προσεγγίσεις, είναι ζωτικής σημασίας να διευκρινίσουμε μια πιθανή παρεξήγηση. Όταν κάποιος ακούει τον όρο "παιχνίδι", συχνά τον συνδέουν αμέσως με υπολογιστές ή/και κονσόλες, αναφερόμενοι ουσιαστικά σε

βιντεοπαιχνίδια. Για πολλούς, τα παιχνίδια είναι στενά συνδεδεμένα με τον ψηφιακό κόσμο. Αυτή η αυτόματη συσχέτιση αντανακλά τη σημερινή εποχή μας, στην οποία κυριαρχούν όλο και περισσότερο οι τεχνολογίες της πληροφορίας και της επικοινωνίας (ΤΠΕ). Δεδομένων των γεγονότων των τελευταίων ετών, ιδίως της **ευρείας υιοθέτησης ψηφιακών εργαλείων και ΤΠΕ για την αντιμετώπιση της πανδημίας COVID-19**, είναι κατανοητό γιατί επικρατεί αυτή η αντίληψη. Η ραγδαία στροφή προς τη χρήση υπολογιστών σε συνδυασμό με διαδικτυακές πλατφόρμες οδήγησε ορισμένους εκπαιδευτικούς να πιστεύουν ότι τα βιντεοπαιχνίδια (ιδίως αυτά για πολλούς παίκτες) είναι η μόνη μορφή παιχνιδιού που επιβιώνει - παράλληλα με την αντίληψη ότι τα ψηφιακά εργαλεία (ιδίως αυτά που βασίζονται στο διαδίκτυο) είναι ο μόνος "σύγχρονος" τρόπος διδασκαλίας και αλληλεπίδρασης με τους μαθητές. Ωστόσο, αυτή η αντίληψη απέχει πολύ από την ακρίβεια. Ενώ το πεδίο των βιντεοπαιχνιδιών είναι τεράστιο, δεν αποτελεί τη μοναδική πύλη εισόδου στα παιχνίδια ή στη χρήση των παιχνιδιών για εκπαιδευτικούς σκοπούς. Τα παιχνίδια που δεν βασίζονται σε υπολογιστές αποτελούν έναν εκπληκτικά ποικίλο τομέα με μια σημαντική κοινότητα ενθουσιωδών, πολλοί από τους οποίους υποστηρίζουν τα πλεονεκτήματα αυτών που μπορεί να θεωρηθούν ως παραδοσιακές ή ακόμη και ξεπερασμένες μορφές. Είναι ενδιαφέρον ότι ορισμένα είδη βιντεοπαιχνιδιών προήλθαν από μορφές ψυχαγωγίας που δεν βασίζονται στον υπολογιστή. Για παράδειγμα, τα παραδοσιακά παιχνίδια ρόλων με μολύβι και χαρτί (RPG) αποτέλεσαν τη βάση για τα παιχνίδια ρόλων σε υπολογιστή (CRPG). Πολλά επιτραπέζια παιχνίδια και παιχνίδια καρτών έχουν επίσης προσαρμοστεί ή επανασχεδιαστεί για υπολογιστές και, πιο πρόσφατα, για κινητές συσκευές. **Αυτοί οι τομείς, αναλογικός και ψηφιακός, συνυπάρχουν και εξελίσσονται παράλληλα.** Τα στοιχεία σχεδιασμού παιχνιδιών που συναντώνται συνήθως στην Παιχνιδοποίηση χρησιμοποιούνται ομοίως τόσο σε "αναλογικά" όσο και σε ψηφιακά περιβάλλοντα.

Η πρόθεση δεν είναι να μειώσουμε τις δυνατότητες ή την αξία των βιντεοπαιχνιδιών. Ιδιαίτερα όταν συνδυάζονται με τις δυνατότητες που παρέχει το Διαδίκτυο, προσφέρουν ένα αξιοσημείωτο εύρος μορφών και καλύπτουν ένα απίστευτα ευρύ φάσμα θεμάτων. Επιπλέον, οι ΤΠΕ επιτρέπουν την ενσωμάτωση μοναδικών ψηφιακών εργαλείων όπως η εικονική/επαυξημένη/μειγμένη πραγματικότητα (VR, AR ή MR). Επιπλέον, η διαδικτυακή επικοινωνία καταργεί διάφορα φυσικά εμπόδια (όπως η απόσταση ή η διαθεσιμότητα κατάλληλου χώρου) που θα μπορούσαν να εμποδίσουν την αλληλεπίδραση μεταξύ παικτών - ή, στο δικό μας πλαίσιο, μαθητών και εκπαιδευτικών.

Το κύριο σημείο που μεταφέρθηκε παραπάνω είναι να τονιστεί ότι η εφαρμογή της παιχνιδοποίησης και της μάθησης με βάση τα παιχνίδια δεν σημαίνει αυτόματα ότι οι

εκπαιδευόμενοι τοποθετούνται μπροστά σε υπολογιστές ή ότι τους παρέχονται smartphones και συσκευές VR. Ενώ έχουμε πολλές επιλογές αν επιλέξουμε να ακολουθήσουμε αυτόν τον δρόμο, μπορούμε εξίσου να επιλέξουμε να τους κρατήσουμε μακριά από τις οθόνες. Στην πραγματικότητα, όλες οι μορφές Gamification και GBL που περιγράφονται παρακάτω έχουν, με τον ένα ή τον άλλο τρόπο, αγκαλιαστεί ή/και προσαρμοστεί για χρήση σε βιντεοπαιχνίδια, επιτρέποντάς μας να τις οραματιστούμε τόσο σε αναλογικά όσο και σε ψηφιακά περιβάλλοντα. Το εύρος των μεθόδων που σχετίζονται με τα παιχνίδια είναι τέτοιο ώστε **να μπορείτε να αποφασίσετε τον βαθμό ενσωμάτωσης των ΤΠΕ στη διδασκαλία σας** και να επιλέξετε τα κατάλληλα εργαλεία. Πράγματι, με λίγη προσπάθεια και δημιουργικότητα, θα ανακαλύψετε έναν πλούτο ιδεών, ακόμη και αν αποφασίσετε να απέχετε εντελώς από τις ψηφιακές τεχνολογίες. Ως εκ τούτου, οι εκπαιδευτικοί που προτιμούν προσεγγίσεις όπως η υπαίθρια και η βιωματική μάθηση, οι οποίες δίνουν προτεραιότητα στην αλληλεπίδραση με τη φύση έναντι της τεχνολογίας, δεν αποκλείονται από την αξιοποίηση του Gamification και της GBL.

3.2.4 Κύρια χαρακτηριστικά της Παιχνιδοποίησης και της Μάθησης βάσει παιχνιδιού

Σε αυτό το τμήμα, παρέχουμε μια διεξοδική εξέταση των διαφόρων χαρακτηριστικών που μπορούν να υιοθετήσουν η παιχνιδοποίηση και η μάθηση με βάση το παιχνίδι (GBL). Στόχος μας είναι να προσφέρουμε σύντομες περιγραφές και, σε ορισμένες περιπτώσεις, να παρέχουμε παραδείγματα που μπορεί να αναγνωρίσετε. Τονίζουμε και υποστηρίζουμε τη διαφοροποίηση μεταξύ Gamification και GBL, με στόχο να ενισχύσουμε την κατανόηση της διάκρισης που τονίστηκε προηγουμένως. Αρχικά, θα εμβαθύνουμε στην Gamification.

GAMIFICATION

Σημεία

Μια πολύ απλή προσέγγιση για την ενσωμάτωση της Παιχνιδοποίησης στην αξιολόγηση ή την παρακολούθηση της προόδου των μαθητών είναι η εφαρμογή ενός συστήματος πόντων και σχετικών κανόνων για την απόκτησή τους. Οι πόντοι μπορούν να χρησιμεύσουν ως εναλλακτική λύση στους παραδοσιακούς βαθμούς ή, με μια πιο πρακτική έννοια για τους εκπαιδευτικούς εντός των επίσημων εκπαιδευτικών συστημάτων, να τους συμπληρώσουν. Η χρήση πόντων αντί βαθμών μπορεί αρχικά να μην φαίνεται ως πρωτοποριακή ιδέα, καθώς πολλά πανεπιστήμια χρησιμοποιούν ήδη αυτή τη μέθοδο κατά την αξιολόγηση των γραπτών. Ωστόσο, οραματίζετε μια ολοκληρωμένη δομή βαθμολόγησης όπου κάθε πτυχή της εργασίας

ενός μαθητή - από την ενεργό συμμετοχή στην τάξη, την έγκαιρη ολοκλήρωση των εργασιών, τη διδασκαλία από ομότιμους, την ομαδική εργασία, την υποβολή προτάσεων για δραστηριότητες, την πραγματοποίηση παρουσιάσεων, την έκφραση και υπεράσπιση απόψεων, την κριτική ανάλυση πηγών, έως τις οργανωτικές δεξιότητες εντός της τάξης - αξιολογείται και αθροίζεται για να αναγνωριστεί όχι μόνο η απόδοσή του, αλλά και η συμμετοχή και η συμβολή του σε μια ομάδα ομότιμων μαθητών. Η απλότητα του συστήματος βαθμών είναι αξιοσημείωτα ισχυρή, προσφέροντας σχεδόν απεριόριστη προσαρμοστικότητα. Ο μηχανισμός βαθμολόγησης μπορεί να αντικατοπτρίζει τη σημασία που αποδίδεται σε κάθε πτυχή της μαθησιακής διαδικασίας ή να δίνει κίνητρα για συγκεκριμένες στάσεις και συμπεριφορές με ιδιαίτερα εστιασμένο τρόπο σε σύγκριση με ένα παραδοσιακό σύστημα βαθμολόγησης.

Κατάταξη/Πίνακες κατάταξης

Όποτε υπάρχουν πόντοι και σαφείς, αμερόληπτοι κανονισμοί για την απόκτησή τους, προκύπτει η δυνατότητα ενσωμάτωσης πινάκων κατάταξης. Αυτές αποδεικνύονται ένα εξαιρετικό εργαλείο παρακίνησης, ιδίως όταν εργάζεστε με μαθητές που έχουν ανταγωνιστική φύση και είναι πρόθυμοι να μετρήσουν την πρόοδό τους σε σχέση με τους συμμαθητές τους. Ένα βασικό πλεονέκτημα είναι η ευελιξία για την ύπαρξη πολλαπλών πινάκων κατάταξης που αντιστοιχούν σε διάφορα κριτήρια αξιολόγησης. Για παράδειγμα, μπορείτε να εμφανίζετε βαθμολογίες για εξαιρετική επίδοση σε τεστ, ενεργή συμμετοχή σε συζητήσεις, εξυπηρετικότητα προς τους συμμαθητές σας, εκτεταμένο διάβασμα, επάρκεια σε μια συγκεκριμένη πρακτική δεξιότητα κ.ο.κ. Αυτή η προσέγγιση επιτρέπει μια πιο λεπτομερή και ολοκληρωμένη αξιολόγηση της συνολικής απόδοσης της ομάδας. Επιπλέον, μπορείτε να καθιερώσετε ένα σύστημα για τη συγχώνευση διαφορετικών κατατάξεων σε έναν ενιαίο πίνακα κατάταξης, ειδικά αν επιθυμείτε να αναγνωρίσετε μια πολύπλευρη επίδοση.

Σήματα

Παρόμοια με τις πρακτικές που εφαρμόζονται ήδη σε προσκοπικές οργανώσεις, οι μαθητές μπορούν να λαμβάνουν σήματα όταν κατακτούν μια συγκεκριμένη δεξιότητα ή φτάνουν σε ένα συγκεκριμένο ορόσημο στο μαθησιακό τους ταξίδι. Για παράδειγμα, θα μπορούσατε να καθιερώσετε σήματα όπως "Ειδικός στην Ιστορία" ή "Ειδικός στα Μαθηματικά". Επιπλέον, σήματα όπως "Φιλικός γείτονας" θα μπορούσαν να απονέμονται σε μαθητές που βοηθούν τους

συμμαθητές τους σε δύσκολες εργασίες. Για άλλη μια φορά, η έμφαση δίνεται στον καθορισμό των τύπων επιτευγμάτων ή συμπεριφορών που αξίζουν αναγνώριση. Μέσω της χρήσης κονκάρδων, μπορείτε να αμβλύνετε κάποιες από τις ανταγωνιστικές πτυχές, καθώς οι μαθητές με την ίδια κονκάρδα αναγνωρίζονται ως εξίσου ικανοί, χωρίς να αναφέρεται ποιος την απέκτησε "καλύτερα" ή "γρηγορότερα" (αν και μπορείτε να εισαγάγετε αυτή τη διάκριση αν το επιθυμείτε). Τα εμβλήματα αποδεικνύονται μια αποτελεσματική μέθοδος για τη διάσπαση των ικανοτήτων ή των κατηγοριών τους σε πιο διαχειρίσιμες μονάδες.

Δέντρα δεξιοτήτων

Το δέντρο δεξιοτήτων χρησιμεύει ως εργαλείο για την απεικόνιση της προόδου των μαθητών και είναι ένας εξαιρετικά αποτελεσματικός τρόπος για να καταδειχθεί πώς η απόκτηση συγκεκριμένων δεξιοτήτων καθιστά αναγκαία ή διευκολύνει την απόκτηση άλλων δεξιοτήτων. Ας θεωρήσουμε ένα σενάριο όπου διδάσκετε μια τάξη επίδοξων χειριστών CNC σε μια επαγγελματική σχολή (Sige Textbook, 2022). Η εφαρμογή ενός δέντρου δεξιοτήτων μπορεί να τους βοηθήσει να κατανοήσουν τις προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν και τις δεξιότητες που πρέπει να αποκτήσουν πριν από το χειρισμό μιας πραγματικής μηχανής. Στις θεμελιώδεις βαθμίδες του δέντρου, θα τοποθετηθούν πιθανότατα θεμελιώδεις πτυχές όπως η "κατανόηση πρωτοκόλλων υγείας και ασφάλειας" και η "αναγνώριση διαφορετικών τύπων μηχανών". Προχωρώντας προς τα πάνω, θα μπορούσαν να τοποθετηθούν στοιχεία όπως η "εξοικείωση με τις διατάξεις ελέγχου" ή η "γνώση των επιχειρησιακών διαδικασιών". Μετά την κατάκτηση όλων των βασικών δεξιοτήτων, οι μαθητές ξεκλειδώνουν τον επόμενο κόμβο ή επίπεδο στο δέντρο, επιτρέποντάς τους να προχωρήσουν σε πιο προηγμένα θέματα. Τα δέντρα δεξιοτήτων μπορούν να ενσωματωθούν με κονκάρδες ή ακόμη και να αποτελούνται από αυτές. Για παράδειγμα, ένα σήμα θα μπορούσε να απονεμηθεί μετά την ολοκλήρωση ενός τμήματος του προγράμματος σπουδών που αντιπροσωπεύεται από μια ομάδα διασυνδεδεμένων δεξιοτήτων στο δέντρο δεξιοτήτων.

Αποστολές/διερευνητικές αποστολές

Αν σκοπεύετε να εμπλέξετε τους μαθητές σας σε συγκεκριμένες εργασίες ή σε ένα καθορισμένο σύνολο εργασιών, σκεφτείτε να παρουσιάσετε αυτές τις δραστηριότητες με τη μορφή αποστολής ή αναζήτησης. Ιδανικά, αυτές οι αποστολές θα πρέπει να σχεδιάζονται ως

αναπόσπαστα στοιχεία μιας ευρύτερης διαδικασίας, όπου κάθε εργασία βασίζεται στην προηγούμενη ή συμβάλλει σημαντικά στη συνολική πρόοδο. Οι αποστολές και οι αποστολές ευθυγραμμίζονται φυσικά με την αφήγηση ιστοριών (περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με αυτό παρακάτω). Κατά συνέπεια, μπορούν να εμπλουτιστούν με αφηγηματικά στοιχεία. Ωστόσο, η ουσία μιας επιτυχημένης αποστολής έγκειται στη σαφή διατύπωση του στόχου και του σκοπού. Ακόμη και αν ο στόχος δεν είναι εύκολα μετρήσιμος, οι μαθητές θα πρέπει να κατανοήσουν το αναμενόμενο αποτέλεσμα, τους λόγους πίσω από την αποστολή και τον τρόπο με τον οποίο αυτή εντάσσεται στο ευρύτερο πλαίσιο της μαθησιακής τους διαδρομής.

Αφήγηση ιστοριών

Η αφήγηση ιστοριών θεωρείται θεμελιώδες στοιχείο της Παιχνιδοποίησης από πολλούς επαγγελματίες, συμπεριλαμβανομένου του Yu-kai Chou. Η έμφυτη ροπή μας προς τις συναρπαστικές αφηγήσεις συνεπάγεται ότι είναι πιο πιθανό να συμμετάσχουμε σε μια δραστηριότητα αν αυτή είναι ενσωματωμένη σε μια ελκυστική ιστορία. Αυτό το αφηγηματικό στοιχείο προσδίδει στη δραστηριότητα νόημα πέρα από τη βασική της λειτουργία, κεντρίζει το ενδιαφέρον μας και μας παρακινεί να συμμετάσχουμε. Για παράδειγμα, αντί να καθοδηγείτε απλώς τους μαθητές να λύνουν εξισώσεις, γιατί να μην τους βυθίσετε στο ρόλο των Βρετανών κρυπταναλυτών κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου; Οι εξισώσεις που λύνουν θα μπορούσαν να αποκαλύψουν τις σωστές ρυθμίσεις για τη συσκευή του Alan Turing, που αποκρυπτογραφούσε τις γερμανικές επικοινωνίες. Αυτή η μετατόπιση μετατρέπει την εργασία από απλή επεξεργασία αριθμών σε μια αποστολή για τη διαφύλαξη των νηοπομπών από τα υποβρύχια των Ναζί, συνοδευόμενη από έναν χρονικό περιορισμό παρόμοιο με την κατάσταση στο Bletchley Park (Sige Textbook, 2022). Η ομορφιά της αφήγησης έγκειται στην ικανότητά της να διαπλέκει και να συσκευάζει διάφορα εργαλεία και μεθόδους με τάξη μέσα σε μια συναρπαστική αφήγηση. Μπορείτε να δημιουργήσετε απλές ιστορίες για συγκεκριμένες ασκήσεις ή να κατασκευάσετε ένα εκτεταμένο ιστορικό τόξο που θα καθοδηγεί τους μαθητές σε όλο το πρόγραμμα σπουδών, μετατρέποντας ολόκληρο το μάθημα σε μια μεγάλη περιπέτεια. Οι αποστολές αντιπροσωπεύουν ξεχωριστές αποστολές, οι εκτεταμένες αποστολές ενθαρρύνουν την επιμονή και τη μακροπρόθεσμη αφοσίωση, ενώ τα σήματα και τα δέντρα δεξιοτήτων αντικατοπτρίζουν και κατευθύνουν την πρόοδο των μαθητών κατά μήκος του ταξιδιού. Υπάρχουν αμέτρητοι τρόποι για να ενσωματώσετε και να συνδυάσετε ποικίλα στοιχεία Παιχνιδοποίησης κάτω από την ομπρέλα μιας συναρπαστικής ιστορίας. Η αξιοποίηση της γοητείας των μαθητών για τα μοτίβα της λαϊκής κουλτούρας είναι μια άλλη

αποτελεσματική στρατηγική. Για παράδειγμα, αν έχετε προχωρημένους φοιτητές φυσικής που είναι φανατικοί λάτρεις των κόμικς και των ταινιών της Marvel, γιατί να μην τους προκαλέσετε να θεωρητικολογήσουν σχετικά με το χωροχρόνο και το ταξίδι στο χρόνο, βυθίζοντάς τους στους ρόλους του Tony Stark και του Doctor Strange, που προσπαθούν να αντιστρέψουν τη ζημιά που προκάλεσε ο Thanos; (Sige Textbook, 2022). Επιπλέον, μπορείτε να αξιοποιήσετε τη δημιουργική σας πλευρά και να επινοήσετε πρωτότυπες ιδέες. Αυτή η προσέγγιση επιτρέπει έναν απρόσκοπτο και σκόπιμο σχεδιασμό της μαθησιακής διαδικασίας χωρίς την ανάγκη να αναγκάσετε μια υπάρχουσα ιστορία να χωρέσει, η οποία μπορεί μερικές φορές να μοιάζει αναγκαστική και τεχνητή. Αν και απαιτεί περισσότερη προσπάθεια, επιτρέπει ένα υψηλό επίπεδο συνοχής, σκοπού και αποτελεσματικότητας στη μαθησιακή διαδικασία που σχεδιάζετε.

Άβαταρ και χαρακτήρες

Οι μαθητές μπορούν να αναλάβουν να δημιουργήσουν avatars ή να κατασκευάσουν χαρακτήρες που θα τους αντιπροσωπεύουν σε όλη τη διάρκεια της μαθησιακής τους διαδρομής. Τα άβαταρ δίνουν συνήθως έμφαση στις οπτικές πτυχές, περιλαμβάνοντας την εμφάνιση, τα φυσικά χαρακτηριστικά, την ενδυμασία και πολλά άλλα. Από την άλλη πλευρά, οι χαρακτήρες επικεντρώνονται σε ένα ευρύτερο φάσμα χαρακτηριστικών, που περιγράφονται μέσω "χαρακτηριστικών" που καλύπτουν σωματικές πτυχές (π.χ. δύναμη, ευκινησία, αντοχή) και πνευματικά χαρακτηριστικά (π.χ. θάρρος, συγκέντρωση, υπομονή, πνευματικότητα), και μπορούν επίσης να αντικατοπτρίζουν συγκεκριμένες δεξιότητες ή συνδυασμούς δεξιοτήτων. Τα άβαταρ και οι χαρακτήρες εξυπηρετούν διάφορους σκοπούς. Μπορούν να παρακολουθούν οπτικά την πρόοδο, όπου η απόκτηση ικανοτήτων έχει ως αποτέλεσμα το άβαταρ να αποκτά βελτιωμένο ρουχισμό ή ο χαρακτήρας να βελτιώνει μια ιδιότητα. Οι επιτυχημένοι μαθητές συχνά αντλούν μεγαλύτερη ικανοποίηση βλέποντας την πρόοδο του avatar τους παρά βλέποντας απλώς τους κορυφαίους βαθμούς που συνδέονται με το όνομά τους. Επιπλέον, τα άβαταρ μπορούν να τονίσουν τα αποτελέσματα της επιτυχίας ή της αποτυχίας με ασφαλή τρόπο, μεταβαίνοντας από ένα πραγματικό πρόσωπο σε έναν εικονικό χαρακτήρα. Για παράδειγμα, αν ένας μαθητής αντιμετωπίσει προκλήσεις κατά τη διάρκεια ενός πειράματος χημείας και αποτύχει, το avatar του μπορεί να έχει καμένα φρύδια από μια φανταστική έκρηξη (ένα γεγονός που ελπίζουμε ότι δεν συνέβη στην πραγματικότητα) (Sige Textbook, 2022). Η πρόοδος σε υψηλότερο επίπεδο σε ένα μάθημα γλώσσας μπορεί να ενισχύσει την ιδιότητα "επικοινωνία" του χαρακτήρα του μαθητή, επιτρέποντας την αλληλεπίδραση με μια διαφορετική φανταστική φυλή σε ένα φανταστικό σύμπαν. Η χρήση avatars και χαρακτήρων

ευθυγραμμίζεται καλά με την αφήγηση ιστοριών, τα δέντρα δεξιοτήτων και τα εμβλήματα. Ωστόσο, μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν αποτελεσματικά χωρίς αυτά τα πρόσθετα στοιχεία. Ορισμένες φορές, η ανάπτυξη ενός χαρακτήρα δημιουργεί από μόνη της μια συναρπαστική ιστορία, επιτυγχάνοντας τον στόχο της εμπλοκής των μαθητών χωρίς την ανάγκη για περίπλοκες κατασκευές που περιλαμβάνουν αφηγήσεις, χαρακτήρες, αποστολές ή άλλες πολυπλοκότητες.

ΜΑΘΗΣΗ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΠΑΙΧΝΙΔΙ

Επιτραπέζια παιχνίδια

Τα κλασικά παιχνίδια, που ενσωματώνουν ένα νοσταλγικό στυλ παιχνιδιού, διαθέτουν μια εκτεταμένη βάση οπαδών. Ένας τυχαίος παρατηρητής μπορεί να θυμηθεί παιχνίδια όπως η ντάμα ή η Μονόπολη, αλλά αυτό είναι μόνο η επιφάνεια. Το BoardGameGeek.com, μια δημοφιλής διαδικτυακή συλλογή για παίκτες, κατηγοριοποιεί σχολαστικά χιλιάδες τίτλους ανά είδος, θέμα και μηχανική. Περιλαμβάνει ακόμη και μια κατηγορία "εκπαιδευτικών παιχνιδιών", που περιλαμβάνει πάνω από 8500 τίτλους. Το κατά πόσον αυτά τα παιχνίδια παρέχουν ακριβείς γνώσεις ή βοηθούν αποτελεσματικά τη μάθηση είναι ένα θέμα που μπορεί να συζητηθεί, δεδομένου ότι ο ιστότοπος επικεντρώνεται κυρίως στην ψυχαγωγία και όχι στην επιστήμη. Παρ' όλα αυτά, πολυάριθμοι σχεδιαστές παιχνιδιών έχουν καταβάλει προσπάθειες να ενσωματώσουν εκπαιδευτικές πτυχές στις δημιουργίες τους. Με λίγη εξερεύνηση, μπορείτε να βρείτε πολλούς τίτλους ρητά σχεδιασμένους για εκπαιδευτικούς σκοπούς. Τα επιτραπέζια παιχνίδια καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα θεμάτων. Ακόμα και αν επικεντρωθεί κανείς σε σχετικά δημοφιλείς τίτλους, μπορεί να ανακαλύψει παιχνίδια που σχετίζονται με τη βιολογία, την περιβαλλοντική επιστήμη, τη χημεία, την ιστορία, τη γεωγραφία, την οικονομία, την ιατρική, την πολιτική ή την εξερεύνηση του διαστήματος (ορισμένα από αυτά καλύπτουν πολλαπλά θέματα). Για παράδειγμα, το παιχνίδι "Oceans" με την υψηλή βαθμολογία επιτρέπει στους παίκτες να εντρυφήσουν στη θαλάσσια βιολογία. Στο 'Terraforming Mars', οι κάρτες αναφέρονται σε συγκεκριμένα φαινόμενα φυσικής, χημείας και βιολογίας, μαζί με τεχνολογίες που μπορούν να αναπτυχθούν με τη χρήση τους. Ένα άλλο αναγνωρισμένο παιχνίδι, το 'Brass: Birmingham', είναι ένα παιχνίδι οικονομικής στρατηγικής που διαδραματίζεται στο ιστορικό σκηνικό της εποχής της εκβιομηχάνισης (Sige Textbook, 2022). Σε ένα άρθρο του 'Nature', μια ομάδα με επικεφαλής έναν καθηγητή Εξελικτικής Βιολογίας του Πανεπιστημίου της Οξφόρδης εξετάζει διάφορα επιτραπέζια παιχνίδια με επίκεντρο τη θεωρία του Δαρβίνου, τονίζοντας με

ιδιαίτερο έπαινο το 'Evolution', που κυκλοφόρησε το 2014, για το εξελεγμένο βιολογικό του περιεχόμενο, που αποτυπώνει βασικές πτυχές της εξελικτικής διαδικασίας, κατάλληλο ως διδακτικό βοήθημα για ηλικίες δέκα ετών και άνω (Sige Textbook, 2022). Παρόμοια με άλλες μορφές Gamification και GBL, τα επιτραπέζια παιχνίδια προσφέρουν αξιοσημείωτη ευελιξία. Μπορούν να κυμαίνονται από πολύ απλά έως απίστευτα πολύπλοκα και όλα τα ενδιαμέσα. Εκτός από το ταμπλό, τα παιχνίδια αυτά μπορεί να χρησιμοποιούν διάφορα φυσικά στοιχεία, όπως πόνια, μινιατούρες, κάρτες, μάρκες, ζάρια, μάρκες και πίνακες παικτών. Ορισμένα παιχνίδια βασίζονται κυρίως σε ένα σύνολο κανόνων ή μηχανισμών για τη δυναμική τους, γνωστά ως "ευρωπαϊχίδια", ενώ άλλα χρησιμοποιούν την αφήγηση για να κατευθύνουν τις αλληλεπιδράσεις και τη συμπεριφορά των παικτών, συχνά αναφερόμενα ως "αμερικανικά" ή "αμερικάνικα" παιχνίδια στους κύκλους των παιχνιδιών.

Παιχνίδια καρτών

Πολλά από όσα ισχύουν για τα επιτραπέζια παιχνίδια και τις δυνατότητές τους για εκπαιδευτική χρήση μπορούν να παραλληλιστούν με τα παιχνίδια καρτών. Τα παιχνίδια καρτών προσφέρουν μια εναλλακτική λύση σε όσους επιθυμούν να αποφύγουν τις δραστηριότητες που βασίζονται στον υπολογιστή και είναι συχνά πιο προσιτά και άμεσα διαθέσιμα από τα επιτραπέζια παιχνίδια. Ενώ τα απλά παιχνίδια με κάρτες που χρησιμοποιούν μια τυπική τράπουλα 52 καρτών μπορούν να διδάξουν έννοιες όπως η πιθανότητα στα μαθηματικά, ένα πιο ευρύ φάσμα εκπαιδευτικών εφαρμογών προκύπτει όταν εξετάζετε τη δημιουργία προσαρμοσμένων τράπουλας που δεν σχετίζονται με τις τυπικές κάρτες. Στον τομέα των τυχερών παιχνιδιών, οι κάρτες χρησιμεύουν συχνά ως συστατικά σε διάφορους τύπους παιχνιδιών. Θα μπορούσε κανείς να ισχυριστεί ότι πολλά επιτραπέζια παιχνίδια έχουν ενσωματωμένα παιχνίδια καρτών, όπως στην περίπτωση του "Terraforming Mars". Ωστόσο, υπάρχουν τίτλοι που βασίζονται κυρίως ή σχεδόν αποκλειστικά σε κάρτες. Για παράδειγμα, τα παιχνίδια της σειράς "Timeline" προκαλούν τους παίκτες να τοποθετήσουν τα ιστορικά γεγονότα στη σωστή σειρά (Sige Textbook, 2022). Πολυάριθμα παιχνίδια τύπου trivium είναι επίσης κατάλληλα για τον έλεγχο των γενικών γνώσεων. Οι κάρτες παρέχουν ένα εύχρηστο μέσο και είναι ικανές στην αναπαράσταση σχέσεων μεταξύ διαφόρων στοιχείων, που περιλαμβάνουν χρονολογία και αιτιότητα. Επιπλέον, είναι ιδιαίτερα φορητές και η δημιουργία πολλών παιχνιδιών απαιτεί ελάχιστους πόρους. Επιπλέον, η αναδημιουργία ή η προσαρμογή μιας τράπουλας, ακόμη και μιας μοναδικής, είναι απλούστερη σε σύγκριση με τους περισσότερους άλλους τύπους

εξαρτημάτων (αν και οι εξελίξεις στην τρισδιάστατη εκτύπωση μειώνουν σταδιακά αυτό το εμπόδιο).

Άλλα επιτραπέζια παιχνίδια

Τα επιτραπέζια παιχνίδια και τα παιχνίδια καρτών συνήθως κατηγοριοποιούνται ως υποσύνολο μιας ευρύτερης ταξινόμησης που είναι γνωστή ως επιτραπέζια παιχνίδια. Αναφέρουμε εν συντομία την κατηγορία επιτραπέζιων παιχνιδιών για να τονίσουμε την παρουσία άλλων παραλλαγών, όπως τα παιχνίδια που χρησιμοποιούν μινιατούρες και αντίγραφα για την αναπαράσταση των χαρακτήρων και του σκηνικού. Το Warhammer, ένα ευρέως αναγνωρισμένο παράδειγμα, αντιπροσωπεύει ένα σύστημα πολεμικών παιχνιδιών με χαλαρή σύνδεση με τη λογοτεχνία φαντασίας, στο οποίο οι παίκτες φέρνουν αντιμέτωπους τους στρατούς τους. Τα επιτραπέζια παιχνίδια βρίσκουν χρησιμότητα στη διδασκαλία θεμάτων όπου η φυσική διάταξη των εξαρτημάτων έχει σημασία, ή όταν δίνεται έμφαση στην επίδραση του περιβάλλοντος και της τύχης -συνήθως με ενέργειες όπως η ρίψη ζαριών.

Παιχνίδια ρόλων (RPG) και παιχνίδια ρόλων ζωντανής δράσης (LARP)

Σε ένα παιχνίδι ρόλων (RPG), οι συμμετέχοντες αναλαμβάνουν συγκεκριμένους ρόλους χαρακτήρων, οι οποίοι μπορεί να κυμαίνονται από ιστορικά πρόσωπα έως εντελώς φανταστικά ή φανταστικά όντα. Μεγάλο μέρος της γοητείας για τους λάτρεις των RPG έγκειται στη δημιουργική διαδικασία της φαντασίας και της εξέλιξης των χαρακτήρων τους. Στη συνέχεια, οι παίκτες ξεκινούν μια περιπέτεια, συχνά καθοδηγούμενοι από τον υπεύθυνο του παιχνιδιού, ο οποίος διευκολύνει την αφήγηση, ιδίως από εκπαιδευτική άποψη. Σε κάθε στάδιο του ταξιδιού, έρχονται αντιμέτωποι με επιλογές σχετικά με τις πράξεις ή τα λόγια των χαρακτήρων τους, και αυτές οι αποφάσεις, σε συνδυασμό με τη φαντασία και την αίσθηση απόλαυσης του gamemaster, κατευθύνουν την εξέλιξη της ιστορίας. Η ουσία των RPG έγκειται στις αλληλεπιδράσεις μεταξύ των παικτών. Αυτό δεν σημαίνει ότι δεν υπάρχουν καθορισμένοι κανόνες- στην πραγματικότητα, υπάρχουν διάφορα κοινά χρησιμοποιούμενα πλαίσια γνωστά ως "συστήματα". Αυτά τα συστήματα παρέχουν μια δομημένη βάση για την ιστορία, τη συμπεριφορά των παικτών και τα αποτελέσματα των αποφάσεών τους. Ίσως γνωρίζετε το "Dungeons & Dragons" ή "D&D", ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα ενός τέτοιου συστήματος που προέρχεται από ένα πρωτότυπο επιτραπέζιο παιχνίδι που δημοσιεύθηκε τη δεκαετία του

1970. Το Live Action Role-Playing (LARP) ενσωματώνει την πτυχή της αφήγησης των RPG με τη φυσική υποκριτική, όπου οι συμμετέχοντες υποδύονται σωματικά τους χαρακτήρες τους και τις ενέργειές τους. Σε ένα LARP, οι παίκτες όχι μόνο παίρνουν αποφάσεις στο πλαίσιο μιας ομάδας, αλλά και βυθίζονται με το να ντύνονται, να χρησιμοποιούν σκηνικά, να εμπλέκονται με ένα πραγματικό περιβάλλον και να υποδύονται τον χαρακτήρα τους. Σκεφτείτε το σαν μια αναπαράσταση μάχης από μια ομάδα ενθουσιωδών, μόνο που σε ένα LARP, το αποτέλεσμα παραμένει απροσδιόριστο, εξελισσόμενο με βάση τις επιλογές των παικτών και τους καθιερωμένους κανόνες. Τα LARP αρχικά εξελίχθηκαν ως επέκταση των επιτραπέζιων παιχνιδιών, αλλά έκτοτε έχουν γίνει ένα ξεχωριστό, έντονα διαφορετικό είδος. Η ενσωμάτωση κοστουμιών, σκηνικών και υποκριτικής εισάγει μια δυναμικά βαθιά καλλιτεχνική έκφραση. Σε συνδυασμό με έναν ελκυστικό χώρο (είτε πρόκειται για ένα κάστρο, ένα δάσος, ένα παλιό εργοστάσιο ή ένα υπερσύγχρονο εργαστήριο), η συνολική εμπειρία γίνεται η επιτομή της εμπύθισης.

Προσομοιώσεις

Ο πρωταρχικός στόχος αυτού του είδους είναι η αναπαραγωγή ενός συγκεκριμένου περιβάλλοντος. Στη συνέχεια, οι παίκτες βυθίζονται σε αυτό και τους ανατίθενται ορισμένες εργασίες ή στόχοι. Σε αυτό το πλαίσιο, θα δώσουμε έμφαση στα βιντεοπαιχνίδια, καθώς έχουν παρουσιάσει αξιόλογες προσομοιώσεις που μπορούν να εφαρμοστούν αποτελεσματικά στην εκπαίδευση. Λόγω της προόδου στον προγραμματισμό, διαθέτουμε πλέον τη δυνατότητα να δημιουργούμε εξαιρετικά ακριβείς και πολύπλοκες αναπαραστάσεις διαφόρων περιβαλλόντων και φαινομένων, ιδίως στους τομείς της επιστήμης, της τεχνολογίας, της μηχανικής και των μαθηματικών (STEM). Κατά συνέπεια, ορισμένες προσομοιώσεις που αναπτύσσονται ως βιντεοπαιχνίδια αναγνωρίζονται για το ότι μοιάζουν πολύ με εμπειρίες του πραγματικού κόσμου ή προσομοιώνουν τις προκλήσεις συγκεκριμένων εργασιών. Για παράδειγμα, ο "Microsoft Flight Simulator" και παρόμοια προϊόντα επαινούνται για την εξαιρετική τους ακρίβεια στην αναπαραγωγή των μηχανισμών του πιλότου ενός αεροσκάφους. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι προσομοιώσεις αυτές διευκολύνουν επίσης την αλληλεπίδραση μεταξύ πολλών παικτών σε ένα εικονικό περιβάλλον, όπου κάποιοι ενεργούν ως ελεγκτές εναέριας κυκλοφορίας. Ένα ενδιαφέρον παράδειγμα είναι το "Kerbal Space Program", ένα παιχνίδι όπου οι παίκτες σχεδιάζουν και εκτοξεύουν διαστημόπλοια στο διάστημα. Και οι δύο πτυχές αυτής της εμπειρίας προσφέρουν σημαντική εκπαιδευτική αξία. Η φάση του σχεδιασμού περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα τεχνολογιών και εξαρτημάτων του πραγματικού κόσμου, ενώ η

ρεαλιστική μηχανή φυσικής της τροχιάς απαιτεί ακριβή σχεδιασμό για να επιβιώσει το σκάφος στην πτήση και να φτάσει στον προορισμό του. Το παιχνίδι προσφέρει συγκεκριμένες αποστολές, που κυμαίνονται από την τοποθέτηση δορυφόρων σε τροχιά μέχρι την αποστολή φανταστικών χαρακτήρων ("Kerbals") σε άλλους πλανήτες. Ως εκ τούτου, το παιχνίδι χρησιμεύει ως εξαιρετικό εργαλείο για την εκμάθηση των αρχών της μηχανικής και της φυσικής. Ένα άλλο παιχνίδι με θέμα το διάστημα που μπορεί να είναι πολύτιμο για την εκπαίδευση είναι το Eve Online. Σε αυτή την περίπτωση, η αξία του παιχνιδιού έγκειται όχι μόνο στο περιεχόμενό του, αλλά και στην οικονομία του που καθοδηγείται από τον παίκτη. Το σύστημα συναλλαγών αντικατοπτρίζει το NASDAQ και, σε συνδυασμό με την αξιοσημείωτα ρεαλιστική συμπεριφορά της τεράστιας βάσης παικτών, προσφέρει μια απίστευτα ακριβή αντανάκλαση της οικονομίας του πραγματικού κόσμου. Στοιχεία όπως η προσφορά και η ζήτηση, οι διακυμάνσεις της χρηματιστηριακής αγοράς και η επίδραση της γεωγραφίας και της γεωπολιτικής στις αγορές είναι όχι μόνο παρόντα, αλλά θυμίζουν εντυπωσιακά σενάρια του πραγματικού κόσμου. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η ουσία της μετατροπής μιας προσομοίωσης σε εκπαιδευτικό εργαλείο έγκειται στην ακριβή αναπαραγωγή ενός περιβάλλοντος και/ή βασικών πτυχών μιας συγκεκριμένης πραγματικότητας για να εμπλακούν και να λειτουργήσουν οι παίκτες εντός αυτής. Το λογισμικό παίζει καθοριστικό ρόλο σε αυτή την πτυχή, αλλά οι προσομοιώσεις που δεν βασίζονται σε υπολογιστές υπόσχονται επίσης ελκυστικά και ωφέλιμα εργαλεία. Ένα ενδεικτικό παράδειγμα που ίσως γνωρίζετε είναι το Μοντέλο Ηνωμένων Εθνών (MUN). Οι εκδηλώσεις MUN δίνουν τη δυνατότητα σε νέα άτομα να συμμετάσχουν σε προσομοιωμένες συνεδριάσεις του ΟΗΕ, να κατανοήσουν τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και να κατανοήσουν τους επίσημους και ανεπίσημους κανόνες που διέπουν τη λειτουργία του οργανισμού.

3.3 Παιχνιδοποιημένες μη τυπικές δραστηριότητες: αύξηση των κινήτρων και της κριτικής σκέψης των νέων μέσω μη τυπικών δραστηριοτήτων εμπλουτισμένων με στρατηγικές παιχνιδοποίησης.

Σε αυτή την ενότητα θα εξετάσουμε τη σχέση μεταξύ Gamification και εκπαίδευσης και τι σημαίνει να εφαρμόσουμε συγκεκριμένα το Gamification και τις τεχνικές που βασίζονται σε παιχνίδια για την εκπαίδευση των νέων. Πρώτα απ' όλα θα διερευνήσουμε την έννοια του edutainment, έναν όρο που εξηγεί πώς ορισμένα χαρακτηριστικά που συνδέονται γενικά με τον κόσμο της ψυχαγωγίας λειτουργούν εξίσου καλά όταν πρόκειται για μαθησιακούς σκοπούς. Επιπλέον, θα εμβαθύνουμε στις ψυχολογικές πτυχές της Παιχνιδοποίησης, εξηγώντας πώς λειτουργεί από τη σκοπιά της συμπεριφοράς. Τέλος, θα εκθέσουμε το πλαίσιο Octalysis, το οποίο παρέχει έναν βήμα προς βήμα κατακερματισμό του τρόπου λειτουργίας των ανθρώπινων κινήτρων από ψυχολογική άποψη. Αυτό το πλαίσιο είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικό για να εξηγήσει γιατί οι τεχνικές Gamification και Game-Based Learning βοηθούν τους νέους να αισθάνονται πιο αφοσιωμένοι και παρακινημένοι στη μάθηση σχετικά με το θέμα των fake news.

3.3.1 Ψυχαγωγία και εκπαίδευση

Με την πρώτη ματιά, μπορεί να είναι δύσκολο να δει κανείς αμέσως τη **σύνδεση μεταξύ του σχεδιασμού παιχνιδιών και της παιδαγωγικής ή της εκπαίδευσης**. Ο σχεδιασμός παιχνιδιών φαίνεται να έχει βαθιές ρίζες στην ψυχαγωγία, γεγονός που κάνει τους εκπαιδευτικούς να διστάζουν να τον συνδέσουν με αυτό που θεωρούν μια πολύ σοβαρή προσπάθεια. Ωστόσο, πολλαπλές πηγές, συμπεριλαμβανομένης της ακαδημαϊκής βιβλιογραφίας, παρέχουν ένα εννοιολογικό πλαίσιο που μας επιτρέπει να δημιουργήσουμε μια σύνδεση μεταξύ των παιχνιδιών, της Παιχνιδοποίησης και της εκπαίδευσης. Σε αυτή την ενότητα, παρουσιάζουμε εν συντομία ορισμένους δυνητικά πολύτιμους όρους και δημιουργούμε συνδέσεις μεταξύ τους.

Πώς, λοιπόν, μεταβαίνουμε από το "παιχνίδι", όπως ορίζεται από την Encyclopædia Britannica ως "μορφή ψυχαγωγίας που περιλαμβάνει γενικά κάθε δραστηριότητα που ασκείται για διασκέδαση ή ψυχαγωγία", στη σφαίρα της μάθησης και της διδασκαλίας; Ο αρχικός κρίκος αυτής της αλυσίδας μπορεί να προκύψει από εναλλακτικούς ορισμούς των παιχνιδιών. Ο Marc Prensky, στο καλά αναφερόμενο βιβλίο του, προτείνει ότι τα παιχνίδια, ενώ αποτελούν πηγή

διασκέδασης και παιχνιδιού, περιλαμβάνουν επίσης συγκεκριμένους κανόνες, στόχους και αποτελέσματα (Prensky, 2001). Η απεικόνιση των παιχνιδιών από τον Prensky υποδηλώνει την παρουσία δομής και σκοπού - χαρακτηριστικά που ευθυγραμμίζονται με αυτό που ελπίζουμε να δούμε στη διαδικασία της μάθησης και της διδασκαλίας. Το γεγονός αυτό εγείρει ένα ερώτημα: **μπορούμε να οραματιστούμε ένα παιχνίδι όπου ο σκοπός δεν είναι απλώς η ψυχαγωγία αλλά και η ανάπτυξη συγκεκριμένων ικανοτήτων;**

Η ιδέα αυτή υπάρχει στον ακαδημαϊκό διάλογο εδώ και πολύ καιρό και ονομάζεται εύστοχα "σοβαρά παιχνίδια". Βασιζόμενοι στις εργασίες των D. R. Michael και S. L. Chen (2005), μελετητές όπως οι Hanif al Fatta, Mohd Zakaria και Zulisman Maksom περιγράφουν τα σοβαρά παιχνίδια ως δραστηριότητες που δίνουν προτεραιότητα σε ωφελμιστικούς στόχους όπως η απόκτηση ή η ενίσχυση γνώσεων, δεξιοτήτων ή/και στάσεων έναντι της απλής διασκέδασης, ψυχαγωγίας και απόλαυσης (Al Fatta *et alii*, 2019). Αυτό δεν σημαίνει ότι τα σοβαρά παιχνίδια θα πρέπει να στερούνται απόλαυσης όταν παίζονται. Πράγματι, η ενσωμάτωση ενός στοιχείου απόλαυσης είναι ένας λόγος (αν και όχι ο μοναδικός) για τη χρήση τους. Σημαίνει ότι η ψυχαγωγική πτυχή εξυπηρετεί έναν χρηστικό στόχο και όχι ότι αποτελεί αυτοσκοπό - ευθυγραμμιζόμενη με την προοπτική του Yu-kai Chou.

Αν το χάσμα μεταξύ παιχνιδιών και μάθησης εξακολουθεί να φαίνεται σημαντικό, μπορεί κανείς να εξετάσει μια έννοια που έχει σχεδιαστεί ρητά για να το γεφυρώσει: **edutainment**. Αναφερόμενη και πάλι στους Michael και Chen, η ομάδα του Al Fatta ορίζει το edutainment ως "κάθε μορφή εκπαίδευσης που έχει επίσης ως στόχο την ψυχαγωγία". Αυτός ο συγκεκριμένος ορισμός υπονοεί ότι η απόλαυση είναι ένας στόχος παράλληλα με τη μάθηση, ενδεχομένως δευτερεύων. Το edutainment αφορά τη συγχώνευση δύο διαφορετικών δραστηριοτήτων (Al Fatta *et alii*, 2019). **Αντί να διαχωρίζει κανείς την ψυχαγωγία από τη μάθηση, μπορεί να ασχολείται και με τα δύο ταυτόχρονα.** Ωστόσο, είναι εξίσου αμφισβητήσιμο ότι ο "παράγοντας διασκέδαση" στο edutainment αποσκοπεί στην ενίσχυση των κινήτρων των μαθητών και όχι απλώς στην ψυχαγωγία τους. Υπό αυτή την έννοια, η ουσία του edutainment ευθυγραμμίζεται στενά με το Gamification, καθώς και τα δύο στοχεύουν στην ενίσχυση της υψηλότερης εμπλοκής στη μαθησιακή διαδικασία.

3.3.2 Παιγνιδοποίηση στην εκπαίδευση

Για την αποτελεσματική εμπλοκή και εκπαίδευση των νέων ατόμων, οι παιγνιδοποιημένες μη τυπικές εργασίες έχουν αναδειχθεί ως μια συναρπαστική και αποτελεσματική προσέγγιση. Ένας σαφής ορισμός του τι είναι η εφαρμογή της Παιγνιδοποίησης στην εκπαίδευση προέρχεται από τους Erickson *et alii.* (2020), οι οποίοι την ορίζουν ως "την ενσωμάτωση στοιχείων σχεδιασμού παιχνιδιών σε ένα περιβάλλον τάξης". Ωστόσο, ακολουθώντας το σκεπτικό πίσω από άλλους ορισμούς που περιγράφηκαν στην αρχική ενότητα αυτού του κεφαλαίου, θα μπορούσε κανείς να υποστηρίξει ότι η παρεχόμενη περιγραφή είναι κάπως ελλιπής, καθώς παραβλέπει τον σκοπό πίσω από την εφαρμογή της Παιγνιδοποίησης. Θα μπορούσαμε να επεξεργαστούμε αυτόν τον ορισμό για να τον κάνουμε πιο εμπεριστατωμένο ως την ενίσχυση της εμπλοκής και των κινήτρων των μαθητών με τη δόμηση της μαθησιακής διαδικασίας ώστε να μοιάζει με εμπειρία παιχνιδιού, χρησιμοποιώντας αρχές και προσεγγίσεις που συχνά συνδέονται με το σχεδιασμό παιχνιδιών (αν και δεν περιορίζονται σε αυτόν). Αν και αυτός ο ορισμός μπορεί να μην είναι τόσο άμεσος όσο η πρόταση του Erickson (2020), πιστεύουμε ότι προσφέρει μια πιο ολοκληρωμένη άποψη, περιλαμβάνοντας τόσο το "τι" όσο και το "γιατί" της έννοιας.

3.3.3 Παιγνιδοποίηση στην εκπαίδευση: πώς λειτουργεί

Από την εμφάνισή του ως ένα σχετικά καθορισμένο φαινόμενο στις αρχές της δεκαετίας του 2010, δεν υπήρξε πολύς χρόνος για μια ενδελεχή ακαδημαϊκή εξέταση των περιπλοκών του Gamification. Πολλά από όσα γνωρίζουμε για τους μηχανισμούς και τις επιπτώσεις της **βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στις αφηγήσεις και τις εμπειρίες των επαγγελματιών και όχι σε δομημένη έρευνα.** Ωστόσο, καθώς το Gamification έχει αποκτήσει δυναμική, οι μελετητές στρέφουν όλο και περισσότερο την προσοχή τους στο να το υποβάλουν σε αυστηρό ακαδημαϊκό έλεγχο. Το "πώς" της Παιγνιδοποίησης συχνά εμβαθύνει στην ψυχολογία, ιδίως στον **συμπεριφορισμό και την ψυχολογία κινήτρων**, δεδομένου ότι η Παιγνιδοποίηση στοχεύει να προσφέρει έναν συγκεκριμένο βιωματικό αντίκτυπο στα συναισθήματα και τις συμπεριφορές των ανθρώπων. Για παράδειγμα, πολλές μελέτες θεωρούν την Παιγνιδοποίηση ως ένα μέσο για την αξιοποίηση των εσωτερικών κινήτρων, όπου οι δραστηριότητες σχεδιάζονται έτσι ώστε να είναι ευχάριστες, ικανοποιητικές ή να ανταμείβουν εσωτερικά και

όχι αποκλειστικά για εξωτερικό κέρδος. Οι Hamari και Koivisto (2015) προτείνουν ότι μια παιχνιδιοποιημένη εμπειρία συγχωνεύει τα οφέλη μιας παραγωγικής εργασίας (ένα "ωφελιμιστικό σύστημα") με την απόλαυση που συνήθως συνδέεται με ένα "ηδονικό σύστημα". Συνδέουν μάλιστα την αποτελεσματικότητα της παιχνιδιοποίησης με την έννοια της "ροής" του Mihály Csíkszentmihályi (Csíkszentmihályi, 1990), προτείνοντας ότι οι παιχνιδιοποιημένες εμπειρίες είναι πιο πιθανό να προκαλέσουν μια κατάσταση ροής ή μια αυτοτελή εμπειρία. Ενώ οι μελέτες Gamification αντλούν συχνά από την επιστήμη των υπολογιστών, ορισμένοι όροι όπως η "εμπειρία χρήστη" ευθυγραμμίζονται στενά με τη "συναισθηματική απόκριση". Η έννοια των Deterding *et alii* για τη "βελτίωση της εμπλοκής των χρηστών" μπορεί να ερμηνευτεί στο πλαίσιο της δημιουργίας μιας καθηλωτικής, ευχάριστης εμπειρίας (Deterding *et alii*, 2011a-b)

Ένα άλλο γνωστό πλαίσιο στη βιβλιογραφία της Παιχνιδιοποίησης είναι το **πλαίσιο Octalysis**, το οποίο αναπτύχθηκε αρχικά από τον Yu-kai Chou το 2008 και στη συνέχεια επεκτάθηκε και βελτιώθηκε. Αυτό το πλαίσιο χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση και τη δημιουργία ελκυστικών εμπειριών σε διάφορους τομείς, συμπεριλαμβανομένης της εκπαίδευσης. Βασίζεται στην έννοια της αποδόμησης των ανθρώπινων κινήτρων σε οκτώ θεμελιώδεις κινητήριες δυνάμεις, οι οποίες κατηγοριοποιούνται ως **δυναμικές "White Hat"** και **"Black Hat"**. Ακολουθούν οι οκτώ ορμές: οι τέσσερις πρώτες συνδέονται με την κατηγορία White Hat, ενώ οι τέσσερις τελευταίες με την κατηγορία Black Hat. Οι περιγραφές επιχειρούν να δια φωτίσουν αυτά τα κίνητρα σε εκπαιδευτικά πλαίσια με συγκεκριμένα παραδείγματα.

- **Επικό νόημα & κάλεσμα:** Ενθαρρύνει τους μαθητές να δουν πώς η εκπαίδευσή τους συμβάλλει σε ένα ουσιαστικό μέλλον, όπως η επίλυση πραγματικών προβλημάτων ή ο θετικός κοινωνικός αντίκτυπος.

- **Ανάπτυξη & Επίτευξη:** Περιλαμβάνει την επιθυμία για ανάπτυξη, μάθηση και επίτευξη στόχων, οι οποίοι είναι εφικτοί μέσω σαφών μαθησιακών στόχων, προκλήσεων και αναγνώρισης των επιτευγμάτων των μαθητών, παρακινώντας τους έτσι να παρακολουθούν την πρόοδο και να επιτυγχάνουν ορόσημα.

- **Ενδυνάμωση της δημιουργικότητας και της ανατροφοδότησης:** Επικεντρώνεται στην έκφραση της δημιουργικότητας του ατόμου στο πλαίσιο της εκπαιδευτικής διαδικασίας, η οποία επιτυγχάνεται μέσω της κριτικής σκέψης, της επίλυσης προβλημάτων και των δημιουργικών έργων. Η παροχή εποικοδομητικής ανατροφοδότησης ενδυναμώνει τους μαθητές να συνεχίσουν να εξερευνούν τις μοναδικές ιδέες και προοπτικές τους.

- **Ιδιοκτησία και κατοχή:** Επιτρέπει στους μαθητές να επιλέγουν θέματα ή έργα που τους ενδιαφέρουν και να εξατομικεύουν τις μαθησιακές τους εμπειρίες, ενισχύοντας την υπευθυνότητα και τη δέσμευση.

- **Κοινωνική επιρροή και συγγένεια:** Σχετίζεται με την ανάγκη για σύνδεση και συνεργασία μέσα στο μαθησιακό περιβάλλον, δίνοντας έμφαση σε ομαδικές εργασίες, συζητήσεις και ανταλλαγή γνώσεων μεταξύ των μαθητών για τη δημιουργία αίσθησης του ανήκειν και κινήτρων μέσω της κοινωνικής επιρροής.

- **Στέρηση και ανυπομονησία:** Περιλαμβάνει την επιθυμία να αποκτήσετε κάτι αποκλειστικό ή ευαίσθητο στο χρόνο. Στην εκπαίδευση, η δημιουργία χρονικά περιορισμένων ευκαιριών μπορεί να παρακινήσει τους μαθητές να δράσουν και να μεγιστοποιήσουν αυτούς τους σπάνιους πόρους ή ευκαιρίες.

- **Απρόβλεπτος και περιέργεια:** που μπορεί να εφαρμοστεί στην εκπαίδευση με την εισαγωγή εκπλήξεων και ελκυστικού μαθησιακού υλικού για να τροφοδοτήσει την περιέργεια, κρατώντας τους μαθητές πρόθυμους να ανακαλύψουν περισσότερα.

- **Απώλεια & Αποφυγή:** Σχετίζεται με την επιθυμία αποτροπής αρνητικών αποτελεσμάτων. Στην εκπαίδευση, μπορεί να χρησιμοποιηθεί με την προβολή αρνητικών συνεπειών για να ενθαρρύνει τους μαθητές να παραμείνουν αφοσιωμένοι και συγκεντρωμένοι.

Η προοπτική του Yu-kai Chou για το Gamification **επικεντρώνεται στα κίνητρα και τη συμπεριφορά**. Δηλώνει ότι η Παιχνιδοποίηση χρησιμοποιεί αποτελεσματικά αυτές τις ορμές, ενισχύοντας σημαντικά τα κίνητρα και διαμορφώνοντας τη συνάντησή μας με τις

παιχνιδοποιημένες εργασίες. Αν και η Octalysis μπορεί να μην τηρεί αυστηρά τα ακαδημαϊκά ερευνητικά πρότυπα, παρουσιάζει ένα εμπειριστατωμένο πλαίσιο που εξετάζει πολυάριθμους (αν και πιθανότατα όχι όλους) τους μηχανισμούς που χρησιμοποιούνται στο Gamification. Για να εμβαθύνετε σε μια πιο βαθιά κατανόηση του γιατί οι gamified εμπειρίες είναι συναρπαστικές και ευχάριστες, η εμβάθυνση στο πλαίσιο του Chou είναι ένα εξαιρετικό αρχικό βήμα, παρέχοντας πρόσθετες αναφορές για εκτεταμένη έρευνα.

3.3.4 Η παιχνιδοποίηση ως τρόπος βελτίωσης των δεξιοτήτων κριτικής σκέψης

Τώρα που αναλύσαμε τους τρόπους με τους οποίους η παιχνιδοποίηση και η μάθηση με βάση τα παιχνίδια δημιουργούν ένα πιο ελκυστικό περιβάλλον και, ως εκ τούτου, παρακινούν τους νέους σε σύγκριση με τις πιο παραδοσιακές μεθόδους διδασκαλίας, ας διερευνήσουμε τους μηχανισμούς που οδηγούν στην ενίσχυση των δεξιοτήτων κριτικής σκέψης. Πρώτα απ' όλα, η εμπλοκή και η παρακίνηση βρίσκονται στο επίκεντρο των παιχνιδιών που επιτρέπουν καθηλωτικές εμπειρίες, όπως προκλήσεις, διαγωνισμούς, ανταμοιβές και αφηγήσεις ιστοριών. Αυτού του είδους η εμπλοκή, εκτός από το να παρακινεί τους παίκτες, τους ωθεί επίσης να σκέφτονται κριτικά προκειμένου να προοδεύσουν μέσα στο παιχνίδι (Gee, 2003). Ανάλογα με την πολυπλοκότητα των σεναρίων που οι παίκτες καλούνται να αναλύσουν και να χαράξουν στρατηγική, οι νεαροί μαθητές θα πρέπει να θέσουν σε εφαρμογή τις δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων και λήψης αποφάσεων για να ολοκληρώσουν τις εργασίες που απαιτούνται για την ολοκλήρωση του παιχνιδιού (Steinkuehler, Duncan, 2008). Αυτή η πτυχή της Παιχνιδοποίησης μπορεί να ενισχυθεί περαιτέρω εάν το εν λόγω παιχνίδι παίζεται ως ομάδα, διότι η αμοιβαία συνεργασία ενθαρρύνει την ανταλλαγή ιδεών, τη διαπραγμάτευση, την ενεργή ακρόαση των απόψεων των άλλων κ.ο.κ. Επιπλέον, η ίδια η φύση των παιχνιδιών και επομένως των παιχνιδοποιημένων δραστηριοτήτων με εκπαιδευτικούς σκοπούς είναι ότι οι παίκτες λαμβάνουν άμεση ανατροφοδότηση για τις ενέργειές τους, επιτρέποντάς τους να βελτιώσουν σχεδόν αμέσως τις ικανότητές τους στη λήψη αποφάσεων. Αυτός ο μηχανισμός προάγει ένα περιβάλλον ασφαλούς πειραματισμού και εξερεύνησης: οι νέοι μαθαίνουν από τα λάθη τους μέσα από μια διαδικασία δοκιμής και λάθους που προκαλεί σταδιακά τις ικανότητες κριτικής σκέψης τους. Επιπλέον, η μάθηση με βάση το παιχνίδι συχνά προσαρμόζεται στο επίπεδο



δεξιοτήτων του παίκτη, προκαλώντας τον σταδιακά. Αυτή η εξατομικευμένη προσέγγιση ενθαρρύνει την κριτική σκέψη, καθώς οι παίκτες προσπαθούν για την κατάκτηση της κυριαρχίας (Steinkuehler, Duncan, 2008).

3.4 Πώς να σχεδιάσετε μια παιχνιδοποιημένη μη τυπική εργασία για ένα συγκεκριμένο θέμα

Αφού διερευνηθούν τα βασικά στοιχεία και τα οφέλη της χρήσης της παιχνιδοποίησης και των μη τυπικών μεθόδων για την εργασία με τους νέους, ιδίως με έμφαση στην ικανότητά τους να αυξάνουν τα κίνητρα των νέων και την κριτική σκέψη, η παρούσα ενότητα θα εμβαθύνει στον σχεδιασμό της παιχνιδοποιημένης μάθησης. Θα προτείνουμε μια πρακτική προσέγγιση 4 βημάτων για να δώσουμε τη δυνατότητα στους εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας να σχεδιάσουν τις δικές τους παιχνιδοποιημένες μη τυπικές εργασίες που όχι μόνο ευθυγραμμίζονται με τους μαθησιακούς στόχους αλλά και συντονίζονται με τα ενδιαφέροντα, τα κίνητρα και τις αναπτυξιακές ανάγκες των νεαρών συμμετεχόντων.

Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές αίθουσες διδασκαλίας, συζητήσαμε πώς η εργασία με τους νέους συχνά λαμβάνει χώρα σε ποικίλα κοινοτικά περιβάλλοντα, το καθένα από τα οποία παρουσιάζει τις δικές του προκλήσεις και ευκαιρίες. Η κατανόηση της σημασίας της εξατομίκευσης και της δέσμευσης, θα είναι το κλειδί για τον αποτελεσματικό σχεδιασμό της παιχνιδοποιημένης μάθησης. Αγκαλιάζοντας τις αρχές της Παιχνιδοποίησης, μπορούμε να δημιουργήσουμε συναρπαστικά και ικανοποιητικά μαθησιακά ταξίδια που ενδυναμώνουν τους νέους στην πορεία τους προς την αυτογνωσία και την ενίσχυση των δεξιοτήτων τους.

Μια προσέγγιση 4 βημάτων για τον σχεδιασμό παιχνιδοποιημένης μάθησης

Κάθε φορά που ξεκινάμε τον σχεδιασμό παιχνιδοποιημένης μάθησης, και τον σχεδιασμό μάθησης γενικά, είναι κοινή παγίδα να βιαζόμαστε να αναπτύξουμε δραστηριότητες και να ενσωματώσουμε στοιχεία παιχνιδοποίησης χωρίς να δίνουμε τη δέουσα προσοχή σε θεμελιώδεις πτυχές όπως οι μαθησιακοί στόχοι και το κοινό-στόχος. Αυτή η βιασύνη οδηγεί συχνά σε κακοσχεδιασμένες μαθησιακές εμπειρίες που αποτυγχάνουν να εμπλέξουν και να εκπαιδεύσουν αποτελεσματικά τους συμμετέχοντες. Για παράδειγμα, μια κακώς σχεδιασμένη μαθησιακή εμπειρία μπορεί να περιλαμβάνει ασαφείς ή υπερβολικά φιλόδοξους μαθησιακούς στόχους, οι οποίοι αφήνουν τους συμμετέχοντες σε σύγχυση σχετικά με το τι αναμένεται να επιτύχουν. Η ανεπαρκής εξέταση του κοινού-στόχου μπορεί να οδηγήσει σε περιεχόμενο που στερείται συνάφειας ή που δεν ανταποκρίνεται στα ενδιαφέροντα και τις ανάγκες των εκπαιδευομένων. Επιπλέον, η βιαστική Παιχνιδοποίηση μπορεί να οδηγήσει σε περιττά ή αποσπασματικά στοιχεία παιχνιδιού που αποσπούν την προσοχή από το εκπαιδευτικό περιεχόμενο, προκαλώντας σύγχυση και μειώνοντας την εμπειρία μάθησης. Για να αποφύγετε αυτές τις παγίδες, είναι ζωτικής σημασίας να προσεγγίσετε τον μαθησιακό σχεδιασμό με

περίσκεψη, προτείνουμε μια προσέγγιση 4 βημάτων αυτής.

Το πρώτο βήμα περιλαμβάνει την **κατανόηση των χαρακτηριστικών των νέων**, προκειμένου να καθοριστεί κατά πόσο τα νέα εργαλεία και τεχνικές θα ήταν κατάλληλα. Κατ' αρχάς, σε ένα περιβάλλον εργασίας με νέους, είναι σημαντικό να κατανοηθεί η τάση των νέων να ασχοληθούν με το περιεχόμενο και η προθυμία τους να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες. Η γνώση των ενδιαφερόντων και των προτιμήσεών τους μπορεί να βοηθήσει στην προσαρμογή των παιχνιδοποιημένων εργασιών ώστε να είναι πιο ελκυστικές.

Φανταστείτε ότι οργανώνετε ένα πρόγραμμα για την προώθηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης και της βιωσιμότητας σε μια ομάδα νέων και ότι ανακαλύψατε σε μια προηγούμενη συζήτηση ότι πολλοί από αυτούς ασχολούνται πολύ με αθλητικούς αγώνες. Θα μπορούσατε, για παράδειγμα, να προτείνετε έναν αγώνα με εμπόδια, όπου οι συμμετέχοντες θα συναντούν σταθμούς με ερωτήσεις περιβαλλοντικής γνώσης. Αυτό όχι μόνο θα ενισχύσει τις περιβαλλοντικές δεξιότητες αλλά και θα αξιοποιήσει το ενδιαφέρον τους για τον αθλητισμό. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο η γνώση της ομάδας-στόχου, της πραγματικότητας και των ενδιαφερόντων της μπορεί να κάνει τη διαφορά στην επιλογή της σωστής μαθησιακής διαδρομής. Η αξιολόγηση των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων των νεαρών συμμετεχόντων για να καθοριστεί τι μπορούν ρεαλιστικά να επιτύχουν είναι στη συνέχεια απαραίτητη για τη δημιουργία εργασιών που ανταποκρίνονται στις ικανότητές τους. Εάν τα καθήκοντα είναι πολύ εύκολα ή πολύ δύσκολα, αυξάνεται ο κίνδυνος αποθάρρυνσης, γι' αυτό είναι σημαντικό να εισάγονται σταδιακά προκλήσεις και να αντιστοιχίζονται συγκεκριμένα οι δεξιότητες.

Το δεύτερο βήμα αφορά **τον καθορισμό σαφών μαθησιακών στόχων**. Οι μαθησιακοί στόχοι πρέπει να είναι συγκεκριμένοι, μετρήσιμοι και σχετικοί με την προσωπική ανάπτυξη και εξέλιξη των συμμετεχόντων, διαφορετικά υπάρχει ο κίνδυνος οι παιχνιδοποιημένες μη τυπικές δραστηριότητες, όσο ελκυστικές και διασκεδαστικές και αν είναι, να φαίνονται άσκοπες. Συνιστάται περαιτέρω διάκριση μεταξύ στόχων γνώσεων, δεξιοτήτων και στάσεων, προκειμένου οι στόχοι να είναι σαφείς και συγκεκριμένοι:

- **Γνωστικοί στόχοι:** Αυτοί οι στόχοι επικεντρώνονται στην απόκτηση νέων πληροφοριών ή κατανόησης. Για παράδειγμα, στο πλαίσιο της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, ένας γνωστικός στόχος μπορεί να είναι η κατανόηση των αρχών της ανακύκλωσης, των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής ή της σημασίας της βιοποικιλότητας.
- **Στόχοι δεξιοτήτων:** Αυτοί δίνουν έμφαση στην ανάπτυξη πρακτικών ικανοτήτων ή

δεξιοτήτων. Στην περίπτωση του προγράμματος περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, ένας στόχος δεξιοτήτων θα μπορούσε να περιλαμβάνει την απόκτηση πρακτικών δεξιοτήτων, όπως η κομποστοποίηση, η εξοικονόμηση νερού ή η δενδροφύτευση.

- **Στόχοι στάσης:** Στόχοι στάσης στοχεύουν σε αλλαγές στις πεποιθήσεις, τις αξίες και τις στάσεις των συμμετεχόντων απέναντι σε ένα συγκεκριμένο θέμα. Στο σενάριό μας, ένας στόχος στάσης μπορεί να στοχεύει στην εμπέδωση της αίσθησης ευθύνης και των κινήτρων για την προστασία του περιβάλλοντος.

Οι στόχοι καθορίζουν τη **δημιουργία του εκπαιδευτικού περιεχομένου και των δραστηριοτήτων**, το τρίτο βήμα της προτεινόμενης προσέγγισης. Για να συνεχίσουμε με το παράδειγμά μας, αν ο πρωταρχικός σας στόχος είναι η απόκτηση γνώσεων, τα παιχνιδιοποιημένα κουίζ, το κυνήγι πληροφοριών ή οι καθοδηγούμενες εξερευνήσεις μπορούν να είναι αποτελεσματικά- αν η εστίαση είναι στην ανάπτυξη δεξιοτήτων, μπορούν να ενσωματωθούν πρακτικές προκλήσεις, σενάρια ρόλων ή παιχνίδια επίλυσης προβλημάτων- αν ο στόχος είναι να επηρεαστούν στάσεις και αξίες, μπορούν να σχεδιαστούν δραστηριότητες που προωθούν τον προβληματισμό, ομαδικές συζητήσεις και διαδραστική αφήγηση ιστοριών για να προκαλέσουν σκέψη και συζήτηση. Εξασφαλίζοντας την ευθυγράμμιση μεταξύ των μαθησιακών σας στόχων και των παιχνιδιοποιημένων εργασιών, δημιουργείτε μια ουσιαστική και ολιστική μαθησιακή εμπειρία που όχι μόνο δεσμεύει τους συμμετέχοντες αλλά και οδηγεί στην επιθυμητή γνώση, ανάπτυξη δεξιοτήτων ή αλλαγή στάσης. Μέσω αυτής της ευθυγράμμισης οι παιχνιδιοποιημένες μη τυπικές εργασίες γίνονται ισχυρά εργαλεία για την εργασία με τους νέους.

Κατά το σχεδιασμό των εκπαιδευτικών δραστηριοτήτων, συνιστάται να λαμβάνονται υπόψη:

- **Πολλαπλές παραστάσεις:** Οι μαθησιακές δραστηριότητες πρέπει να σχεδιάζονται έτσι ώστε οι νέοι συμμετέχοντες να μπορούν να τις επαναλάβουν σε περίπτωση ανεπιτυχούς προσπάθειας. Είναι πολύ σημαντικό να δημιουργηθούν συνθήκες και ευκαιρίες για την επίτευξη του τελικού στόχου. Αυτό ενθαρρύνει τη νοοτροπία ανάπτυξης, όπου οι αποτυχίες θεωρούνται ευκαιρίες για μάθηση και βελτίωση.
- **Σκοπιμότητα:** Διασφαλίστε ότι οι δραστηριότητες είναι κατάλληλα εφικτές και προκλητικές. Θα πρέπει να προσαρμόζονται στις δεξιότητες των συμμετεχόντων, παρέχοντας μια αίσθηση επιτυχίας χωρίς να γίνονται πολύ εύκολες ή πολύ δύσκολες. Πρέπει να είναι προσαρμοσμένες και προσαρμοσμένες στις δυνατότητες και τα επίπεδα

δεξιοτήτων των μαθητών.

- **Αυξανόμενο επίπεδο δυσκολίας:** Σχεδιάστε τις εργασίες με τρόπο ώστε να γίνονται προοδευτικά πιο πολύπλοκες, απαιτώντας μεγαλύτερη προσπάθεια από τους μαθητές και ανάλογα με τις νεοαποκτηθείσες γνώσεις και δεξιότητές τους.

Μόνο ως τελευταίο βήμα για το σχεδιασμό μιας μη τυπικής δραστηριότητας που είναι παιχνιδοποιημένη, οι συντονιστές θα πρέπει να σκεφτούν την **ενσωμάτωση στοιχείων και μηχανισμών παιχνιδιού**. Ορισμένες ιδέες:

- **Σύστημα πόντων:** Εισαγωγή ενός συστήματος πόντων για την επιβράβευση των νέων για τα επιτεύγματά τους και την ενεργό συμμετοχή τους. Οι πόντοι μπορούν να συνδεθούν με στόχους προσωπικής ανάπτυξης και να χρησιμεύσουν ως μετρήσιμο μέτρο προόδου.
- **Επίπεδα:** Δημιουργήστε ένα σύστημα όπου οι συμμετέχοντες προχωρούν σε επίπεδα καθώς ολοκληρώνουν εργασίες και επιτυγχάνουν ορόσημα προσωπικής ανάπτυξης.
- **Βραβεία:** Αναγνωρίστε και γιορτάστε τα εξαιρετικά επιτεύγματα με βραβεία, τα οποία μπορεί να έχουν τη μορφή πιστοποιητικών, αναγνώρισης στην κοινότητα ή ορόσημα προσωπικής ανάπτυξης.
- **Πίνακας κατάταξης:** Εφαρμόστε έναν πίνακα κατάταξης για να ενθαρρύνετε τον φιλικό ανταγωνισμό μεταξύ των νέων. Οι συμμετέχοντες μπορούν να συγκρίνουν τα επιτεύγματά τους και να παρακινούν ο ένας τον άλλον να διαπρέψουν.
- **Κονκάρδες:** Χρησιμοποιήστε ψηφιακές κονκάρδες για να αναγνωρίσετε συγκεκριμένα επιτεύγματα. Αυτά τα σήματα μπορούν να συνδεθούν με επιτεύγματα προσωπικής ανάπτυξης, ενθαρρύνοντας τους νέους να προσπαθούν για αυτοβελτίωση.

Σε ένα περιβάλλον εργασίας με νέους, οι παιχνιδοποιημένες μη τυπικές εργασίες θα πρέπει να ευθυγραμμίζονται με τους στόχους προσωπικής ανάπτυξης και εξέλιξης των συμμετεχόντων. Λαμβάνοντας υπόψη τα μοναδικά χαρακτηριστικά και τα κίνητρα των νέων ατόμων, η παιχνιδοποίηση μπορεί να γίνει ένα ισχυρό εργαλείο για την εμπλοκή των νέων, την προώθηση της προσωπικής ανάπτυξης και την προώθηση της αίσθησης της ολοκλήρωσης σε ένα μη παραδοσιακό, μη τυπικό περιβάλλον μάθησης.

3.5 Παραδείγματα μη τυπικών δραστηριοτήτων που έχουν τροποποιηθεί με gamified τρόπο για να ενθαρρύνουν τη συμμετοχή και τα κίνητρα των εκπαιδευομένων στη μάθηση σχετικά με τις ψευδείς ειδήσεις

Στόχος αυτής της ενότητας είναι να παράσχει έναν κατάλογο δραστηριοτήτων που μπορούν να ενθαρρύνουν την εμπλοκή και να ενισχύσουν τα κίνητρα των νέων να μάθουν περισσότερα για το θέμα των ψευδών ειδήσεων. Κάθε δραστηριότητα θα παρουσιάζεται με τον ακόλουθο τρόπο: τίτλος, είδος εργαλείου, σκοπός και στόχος της δραστηριότητας, υλικά και πόροι που απαιτούνται για την εκτέλεση της δραστηριότητας, κατά προσέγγιση ή ιδανικός αριθμός συμμετεχόντων, διαδικασία βήμα προς βήμα, ιδέες για ερωτήσεις απολογισμού. Ακολουθώντας αυτό το μοντέλο, οι youth workers θα είναι σε θέση να υλοποιήσουν τις δραστηριότητες ακολουθώντας απλώς την περιγραφή και μπορούν να χρησιμοποιήσουν το ίδιο μοντέλο για να δημιουργήσουν τις δικές τους δραστηριότητες.

Όλες οι δραστηριότητες βασίζονται σε μεθοδολογίες μη τυπικής εκπαίδευσης και παρουσιάζουν κάποιο είδος Gamification ή Game-Based Learning. Το θεωρητικό μέρος που απαιτείται για την ολοκλήρωση αυτών των δραστηριοτήτων προέρχεται από το πρώτο και το δεύτερο κεφάλαιο του Οδηγού BEST. Για το λόγο αυτό οι δραστηριότητες αυτές πρέπει να ερμηνευθούν ως μεθοδολογία εμπέδωσης για να διασφαλιστεί ότι οι συμμετέχοντες έχουν εξασφαλίσει τις γνώσεις σχετικά με το θέμα.

Τέλος, θα θέλαμε να προσθέσουμε ότι παρόλο που ο οδηγός BEST απευθύνεται σε εργαζόμενους σε θέματα νεολαίας, οι περισσότερες από αυτές τις δραστηριότητες μπορούν να προσαρμοστούν και να εκτελεστούν και σε διαφορετικά περιβάλλοντα, όπως με μέλη ΜΚΟ, εκπαιδευτικούς, εθελοντές κ.λπ.

Mediarisk

Τύπος εργαλείου: Τύπος εργαλείου: Παιχνίδι ρόλων

Σκοπός και στόχοι: να επισημανθούν οι ψυχολογικές και κοινωνικές συνέπειες της ανεύθυνης αναφοράς των μέσων ενημέρωσης σε μεγάλα τραγικά γεγονότα- να αναδειχθεί ο ρόλος των μέσων ενημέρωσης στην αποκατάσταση των άμεσα πληγέντων και της κοινότητας.

Απαιτούμενα υλικά και πόροι: σύνδεση στο Διαδίκτυο.

Αριθμός συμμετεχόντων: 6 άτομα

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Η δραστηριότητα αυτή θα πρέπει να υλοποιηθεί μετά από ένα μεγάλο τραγικό γεγονός με μεγάλη κάλυψη από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης σε εθνικό επίπεδο. Πριν από τη δραστηριότητα, θα πρέπει να ανατεθεί στους συμμετέχοντες να διερευνήσουν τον τρόπο με τον οποίο τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης παρουσίασαν το γεγονός.
2. Στο εισαγωγικό μέρος της δραστηριότητας, ο συντονιστής κάνει ερωτήσεις σχετικά με το τι διάβασαν/είδαν στις ψηφιακές συσκευές τους, ποια μέσα/κοινωνικά μέσα χρησιμοποίησαν περισσότερο. Συνοψίζει τις απαντήσεις τους και επισημαίνει ότι όλα τα είδη των μέσων ενημέρωσης κάλυψαν το γεγονός, απαριθμώντας τόσο τα παραδοσιακά όσο και τα ψηφιακά μέσα ενημέρωσης.
3. Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε ομάδες των 3 (ή περισσότερων) ατόμων. Σε κάθε άτομο θα ανατεθεί ένας ρόλος: ένας θα πρέπει πάντα να είναι δημοσιογράφος, ενώ στους άλλους δύο θα ανατεθεί ο ρόλος των ομάδων-στόχων που επηρεάζονται περισσότερο από το γεγονός. Μπορείτε να γράψετε τους ρόλους σε κάρτες ρόλων που θα κληρωθούν τυχαία από τους συμμετέχοντες. Ας δούμε ένα παράδειγμα: αν το τραγικό γεγονός που επιλέχθηκε ήταν ένας πυροβολισμός που έλαβε χώρα σε ένα σχολείο, τότε οι ομάδες-στόχοι που επηρεάζονται θα μπορούσαν να είναι οι γονείς και οι μαθητές.
4. Σε επίπεδο μικρών ομάδων, οι συμμετέχοντες συζητούν και αναλύουν κριτικά κατά πόσο τα μέσα ενημέρωσης ανέφεραν το γεγονός υπεύθυνα ή ανεύθυνα με βάση τον ρόλο που τους ανατέθηκε. Υποστηρίζουν τις θέσεις τους. Στη συνέχεια δηλώνουν τι πρέπει να γίνεται σε τέτοιες καταστάσεις σύμφωνα με τη γνώμη της ομάδας-στόχου στην οποία ανήκουν σε αυτή τη δραστηριότητα.

5. Κάθε ομάδα παρουσιάζει το έργο της. Παρακολουθήστε και ενθαρρύνετε τη συζήτηση, προωθήστε μια θετική και ασφαλή ανταλλαγή ιδεών. Στο τέλος, διευκολύνετε μια συζήτηση σχετικά με τις ψυχολογικές κατευθυντήριες γραμμές για την ενημέρωση των μέσων ενημέρωσης μετά από γεγονότα κρίσης.

Ενημέρωση:

- Πώς ήταν να βρίσκεστε στη θέση της ομάδας-στόχου σας;
- Καταφέρατε να συμπάσχετε με την ομάδα-στόχο σας;
- Πώς νομίζετε ότι έγινε αντιληπτή η κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης από τη δική σας ομάδα-στόχο; Αλλάζει η αντίληψη ανάλογα με το είδος των μέσων ενημέρωσης;
- Ποια εκπροσώπηση ήταν η πιο ανεύθυνη για εσάς και γιατί; Άλλαξε η αντίληψή σας για ορισμένα μέσα ενημέρωσης;

Η πραγματικότητα σε 3 γωνίες

Τύπος εργαλείου: Οπτική δραστηριότητα

Σκοπός και στόχοι: Να προωθήσουν την κριτική σκέψη- να διεγείρουν τον προβληματισμό σχετικά με τις δικές μας προκαταλήψεις και αντιλήψεις- να διδάξουν τους συμμετέχοντες να είναι ανοιχτοί σε νέες προοπτικές και να βλέπουν τα πράγματα από διαφορετικές οπτικές γωνίες- να αμφισβητήσουν τα στερεότυπα.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: εικόνες από διαφορετικά πολιτισμικά υπόβαθρα (μία εικόνα ανά ομάδα)

Αριθμός συμμετεχόντων: χωρισμένοι σε τουλάχιστον 2 ομάδες.

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Ως συντονιστές, επιλέξτε εικόνες που απεικονίζουν πολιτισμούς διαφορετικούς από αυτούς των συμμετεχόντων (όσο πιο διαφορετικές και ανοιχτές σε ερμηνείες είναι οι εικόνες, τόσο πιο αποτελεσματική θα είναι η δραστηριότητα).
2. Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε μικρές ομάδες (3 ή 4 συμμετέχοντες ανά ομάδα) και δώστε σε κάθε ομάδα μια εικόνα. Ζητήστε από κάθε μέλος να γράψει ξεχωριστά ό,τι του έρχεται στο μυαλό κοιτάζοντας τη φωτογραφία, σαν έναν προσωπικό καταγισμό ιδεών. Δώστε τους 7/8 λεπτά για να ολοκληρώσουν αυτό το βήμα.
3. Ζητήστε από κάθε μέλος να μοιραστεί τις σκέψεις του και τον κατάλογο των λέξεων με την ομάδα του. Κάθε ομάδα θα πρέπει να ταξινομήσει αυτές τις σκέψεις/λέξεις σε 3 κατηγορίες: περιγραφή (τι βλέπω), ερμηνεία (τι νομίζω ότι σημαίνει) και αξιολόγηση (πώς κρίνω αυτό που βλέπω). Οι συμμετέχοντες θα πρέπει να συμφωνήσουν σχετικά με τη θέση κάθε στοιχείου. Δώστε τους 20 λεπτά για να ολοκληρώσουν αυτό το βήμα. Εάν είναι απαραίτητο, μπορείτε να υποστηρίξετε την ομάδα των συμμετεχόντων δίνοντάς τους ενδείξεις. Για παράδειγμα, μπορείτε να τους κάνετε τις εξής ερωτήσεις: *Είναι (η λέξη/το στοιχείο) αυτό που βλέπετε, αυτό που νομίζετε ότι βλέπετε ή πώς αισθάνεστε γι' αυτό που βλέπετε;*
4. Ζητήστε από κάθε ομάδα να δείξει την εικόνα στην άλλη ομάδα και να παρουσιάσει τον κατάλογό της. Ενθαρρύνετε την άλλη ομάδα να κάνει σχόλια σχετικά με τη θέση κάθε αντικειμένου.

5. Αποκαλύψτε την αρχική λεζάντα της εικόνας.
6. Ενθαρρύνετε τον αναστοχασμό σχετικά με τη δραστηριότητα με απολογισμό.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Ποιο ήταν το πιο δύσκολο μέρος αυτής της άσκησης;

Ποια ήταν η κατηγορία με τον μεγαλύτερο αριθμό λέξεων; Και γιατί;

Πώς μπορούν αυτές οι πτυχές να συνδεθούν με τη ζωή και τις εμπειρίες μας;

Πώς σχετίζονται αυτές οι έννοιες με τα στερεότυπα και τις προκαταλήψεις;

Κινέζικος ψίθυρος

Τύπος εργαλείου: Energizer

Σκοπός και στόχοι: ευαισθητοποίηση σχετικά με την ύπαρξη μεγάλου αριθμού ψευδών ειδήσεων, αλλά και σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο οι ψευδείς ειδήσεις παράγονται και διαδίδονται εύκολα- ενθάρρυνση του προβληματισμού σχετικά με τις συνέπειες της αναφοράς πληροφοριών χωρίς έλεγχο της πηγής ή επαλήθευση της αλήθειας των πληροφοριών.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: μερικά πρωτοσέλιδα από εφημερίδες, αληθινά ή διασκευασμένα, αλλά με πραγματικά γεγονότα (έκταση: 4 έως 5 γραμμές).

Αριθμός συμμετεχόντων: (μέγιστο 20)

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Ο συντονιστής ετοιμάζει μερικούς τίτλους, πραγματικούς ή προσαρμοσμένους, που αναφέρουν πραγματικά γεγονότα (μήκος: 4 έως 5 γραμμές) και τους εκτυπώνει ή τους γράφει σε ένα φύλλο χαρτί.
2. Ζητήστε 1 εθελοντή.
3. Ο εθελοντής λαμβάνει ένα φύλλο χαρτί με έναν σύντομο τίτλο από μια εφημερίδα και τον διαβάζει. Ο εθελοντής πρέπει να προσπαθήσει να τον απομνημονεύσει σιωπηλά (1 λεπτό).
4. Ζητήστε από τους συμμετέχοντες να σχηματίσουν μια ευθεία γραμμή με τον εθελοντή-αναγνώστη να είναι το πρώτο άτομο της γραμμής.
5. Ο εθελοντής, χωρίς να διαβάζει, λέει στον ακροατή (το επόμενο άτομο στη σειρά) τον τίτλο. Ο ακροατής θα προσπαθήσει να επαναλάβει τον τίτλο στο επόμενο άτομο και ούτω καθεξής.
6. Στο τέλος, ο συντονιστής πρέπει να ζητήσει από το τελευταίο άτομο της σειράς να πει φωναχτά τον τίτλο που έλαβε από την έκθεση που είπαν οι άλλοι συμμετέχοντες.
7. Συγκρίνετε τον "τελευταίο" τίτλο με τον αρχικό.
8. Ενθαρρύνετε τον αναστοχασμό σχετικά με τη δραστηριότητα με απολογισμό.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:



Ήταν δύσκολο να εκτελέσετε αυτή τη δραστηριότητα; Ποιο ήταν το πιο δύσκολο σημείο;

Ξοδεύουμε συνήθως περισσότερο από ένα λεπτό για να διαβάσουμε ή να ερευνήσουμε μια συγκεκριμένη ιστορία στο διαδίκτυο;

Τι μαθαίνετε από αυτή τη δραστηριότητα;

Πώς μπορείτε να εφαρμόσετε όσα μάθατε σε αυτή τη δραστηριότητα στην εργασία/εργασία σας;

Πού βρίσκεστε;

Τύπος εργαλείου: Κατηγορία εργαλείου: Energizer, Debate

Σκοπός και στόχοι: ευαισθητοποίηση σχετικά με την ύπαρξη μεγάλου όγκου ψευδών ειδήσεων- ενθάρρυνση του προβληματισμού σχετικά με τον τρόπο που ενεργούμε όταν μας παρουσιάζονται "ειδήσεις" διαφόρων ειδών και την επιρροή των άλλων στις επιλογές μας- προώθηση της ανάπτυξης της κριτικής σκέψης.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: ένας κατάλογος πραγματικών πρωτοσέλιδων από τις εφημερίδες και ένας κατάλογος "ψεύτικων" πρωτοσέλιδων (που βρίσκονται στο διαδίκτυο ή προσαρμόζονται/γράφονται από τον συντονιστή).

Αριθμός συμμετεχόντων: 5

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Προετοιμάστε έναν κατάλογο με πραγματικούς τίτλους από τις εφημερίδες και έναν κατάλογο με "ψεύτικους" τίτλους (που θα βρείτε στο διαδίκτυο ή θα προσαρμόσετε/γράψετε εσείς).
2. Καθοδηγήστε τους συμμετέχοντες να τοποθετηθούν στη μία ή στην άλλη πλευρά της αίθουσας ανάλογα με τη γνώμη τους για τον τίτλο που θα ακούσουν. Για παράδειγμα, δεξιά πλευρά της αίθουσας για "αληθινούς" υποτιθέμενους τίτλους, αριστερή πλευρά της αίθουσας για υποτιθέμενους "ψεύτικους" τίτλους.
3. Διαβάστε κάθε φορά έναν τίτλο από τις λίστες σας, με τυχαία σειρά (αναμείξτε πραγματικούς και ψεύτικους τίτλους) και ζητήστε από τους συμμετέχοντες να κινηθούν με βάση τις σκέψεις τους για τον τίτλο.
4. Παρουσιάστε τη λίστα και αποκαλύψτε ποιοι τίτλοι είναι αληθινοί και ποιοι ψευδείς.
5. Ενθαρρύνετε τον αναστοχασμό σχετικά με τη δραστηριότητα με απολογισμό.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Τι πιστεύετε για αυτή τη δραστηριότητα;



Επηρέασε τις επιλογές σας ο τρόπος με τον οποίο ενήργησαν οι άλλοι συμμετέχοντες;

Αναγνωρίζετε ποια προκατάληψη σας έκανε να πιστεύετε ότι ορισμένες ειδήσεις ήταν αληθινές ή ψεύτικες;

Πώς μπορείτε να εφαρμόσετε όσα μάθατε σε αυτή τη δραστηριότητα στην εργασία/εργασία σας;

2 αλήθειες, 1 ψέμα

Τύπος εργαλείου: Δραστηριότητα που σπάει τον πάγο

Σκοπός και στόχοι: προώθηση της κριτικής σκέψης- ανάπτυξη ικανοτήτων κρίσης- ενθάρρυνση του προβληματισμού σχετικά με τον τρόπο εντοπισμού των ψευδών ειδήσεων (με βάση τα στοιχεία που περιέχονται στα παραδείγματα που παρουσιάζονται) και τη σημασία του ελέγχου της αξιοπιστίας των πηγών.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: ένας κατάλογος πραγματικών τίτλων από τις εφημερίδες και ένας κατάλογος "ψεύτικων" τίτλων (που βρίσκονται στο διαδίκτυο ή προσαρμόζονται/γράφονται από τον συντονιστή), αυτοκόλλητες σημειώσεις ή μπλοκ ψηφοφορίας (κόκκινο και πράσινο).

Αριθμός συμμετεχόντων: τουλάχιστον 5

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Ετοιμάστε έναν κατάλογο με πραγματικούς τίτλους από τις εφημερίδες και έναν κατάλογο με "ψεύτικους" τίτλους (που θα βρείτε στο διαδίκτυο ή θα προσαρμόσετε/γράψετε εσείς) και ψηφοδέλτια (κόκκινα και πράσινα) για τους συμμετέχοντες ή δημιουργήστε τα (εναλλακτικά, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε πράσινες και κόκκινες αυτοκόλλητες σημειώσεις).
2. Παρουσιάστε τους τίτλους σε ομάδες των 3 (2 πραγματικούς και 1 ψεύτικο) και ζητήστε από τους συμμετέχοντες να ψηφίσουν.
3. Οι συμμετέχοντες χρησιμοποιούν το κόκκινο κουπί για τους υποτιθέμενους ψεύτικους τίτλους και το πράσινο κουπί για τους υποτιθέμενους αληθινούς.
4. Προαιρετικά: στο τέλος κάθε "στροφής" παρουσιάστε τις πηγές για τους τίτλους.
5. Ενθαρρύνετε τον αναστοχασμό σχετικά με τη δραστηριότητα με απολογισμό.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Ήταν δύσκολο να εκτελέσετε αυτή τη δραστηριότητα;

Πόσες ψευδείς ειδήσεις μαντέψατε;

Ποια κριτήρια χρησιμοποιήσατε για να κάνετε τις επιλογές σας;

2 αλήθειες, 1 ψέμα (ψηφιακή έκδοση)

Τύπος εργαλείου: Δραστηριότητα που σπάει τον πάγο

Σκοπός και στόχοι: προώθηση της κριτικής σκέψης- ανάπτυξη ικανοτήτων κρίσης- ενθάρρυνση του προβληματισμού σχετικά με τον τρόπο εντοπισμού των ψευδών ειδήσεων (με βάση τα στοιχεία που περιέχονται στα παραδείγματα που παρουσιάζονται) και τη σημασία του ελέγχου της αξιοπιστίας των πηγών.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: ένας κατάλογος πραγματικών πρωτοσέλιδων από τις εφημερίδες και ένας κατάλογος "ψεύτικων" πρωτοσέλιδων (που βρίσκονται στο διαδίκτυο ή προσαρμόζονται/γράφονται από τον συντονιστή), μια παρουσίαση πολυμέσων.

Αριθμός συμμετεχόντων: τουλάχιστον 5

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Ετοιμάστε μια λίστα με πραγματικούς τίτλους από τις εφημερίδες και μια λίστα με "ψεύτικους" τίτλους (που βρήκατε στο διαδίκτυο ή προσαρμόσατε/γράψατε εσείς) και μια παρουσίαση πολυμέσων (για παράδειγμα με τη χρήση του Μεντιμέτρου) σε κάθε διαφάνεια παρουσιάζετε τους τίτλους σε ομάδες των 3 (2 πραγματικούς και 1 ψεύτικο) και ζητάτε από τους συμμετέχοντες να ψηφίσουν.
2. Ατομικά, οι συμμετέχοντες επιλέγουν τον υποτιθέμενο ψεύτικο τίτλο.
3. Στο τέλος κάθε διαφάνειας δείξτε τις σωστές απαντήσεις.
4. Προαιρετικά: στο τέλος κάθε "στροφής" παρουσιάστε τις πηγές για τους τίτλους.
5. Ενθαρρύνετε τον αναστοχασμό σχετικά με τη δραστηριότητα με απολογισμό.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Ήταν δύσκολο να εκτελέσετε αυτή τη δραστηριότητα;

Πόσες ψευδείς ειδήσεις μαντέψατε;

Ποια κριτήρια χρησιμοποιήσατε για να κάνετε τις επιλογές σας;

Fakebook

Τύπος εργαλείου: Οπτική δραστηριότητα

Σκοπός και στόχοι: ενθάρρυνση του προβληματισμού σχετικά με τη διάδοση των ψευδών ειδήσεων- προώθηση της κριτικής σκέψης- ευαισθητοποίηση σχετικά με τον αντίκτυπο των όσων γράφουμε και μοιραζόμαστε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις αρνητικές συνέπειες των ανεύθυνων συμπεριφορών στο διαδίκτυο.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: φύλλα χαρτιού, αυτοκόλλητες σημειώσεις, τυπωμένες ψεύτικες ειδήσεις, κάρτες ρόλων.

Αριθμός συμμετεχόντων: τουλάχιστον 4

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Ετοιμάστε μια σειρά ψευδών ειδήσεων χρησιμοποιώντας έναν ιστότοπο όπως το breakyourownnews.com. Προετοιμάστε μια σειρά από κάρτες ρόλων "χρήστη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης" για να τις δώσετε στους συμμετέχοντες. Οι κάρτες θα πρέπει να αναφέρουν ρόλους όπως "μέσος χρήστης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης", "πολιτικός", "επιχειρηματίας", "τρολ", "influencer", "truth talker" (αυτός που διαψεύδει τις ψευδείς ειδήσεις) και μια σειρά οδηγιών/σεναρίου που πρέπει να ακολουθηθούν και μιμούνται τη δραστηριότητα ορισμένων χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιδίως σε σχέση με τη δραστηριότητα διαμοιρασμού/σχολιασμού ψευδών ειδήσεων.
2. Εκτυπώστε τις ψεύτικες ειδήσεις και κολλήστε τις στους τοίχους.
3. Δώστε σε κάθε συμμετέχοντα μια κάρτα ρόλων. Κάθε παίκτης έχει έναν σχετικό λόγο για να μοιραστεί ή να σχολιάσει τις ψευδείς ειδήσεις, εκτός από τον ομιλητή της αλήθειας. Πείτε τους να μην αποκαλύψουν το ρόλο τους στους άλλους. Καθοδηγήστε τους να γράψουν σε αυτοκόλλητα σημειώματα σχόλια σχετικά με την είδηση που είναι προσαρτημένα στον τοίχο μετά την κάρτα ρόλου τους και να τα επισυνάψουν κάτω από την είδηση.
4. Επιτρέψτε διαφορετικούς γύρους για αυτή τη δραστηριότητα.
5. Ενθαρρύνετε τον αναστοχασμό σχετικά με τη δραστηριότητα με απολογισμό.



Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Πώς αισθανθήκατε παίζοντας τον ρόλο που σας ανατέθηκε;

Ποιους ρόλους αναγνωρίσατε στα σχόλια;

Έχετε γίνει ποτέ μάρτυρας μιας τέτοιας κατάστασης; Πώς αντιδράσατε;

Αναγνωρίζετε τον εαυτό σας σε κάποιον άλλο ρόλο που περιγράφεται εδώ;

Flashcards για τις ψευδείς ειδήσεις (Quizlet)

Τύπος εργαλείου: Ψηφιακό παιχνίδι ανταγωνισμού

Σκοπός και στόχοι: παροχή στους συμμετέχοντες των βασικών λεξιλογικών όρων και ορισμών που σχετίζονται με τις ψευδείς ειδήσεις- βελτίωση των γνώσεών τους σχετικά με το θέμα.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: καρτέλες quizlet, smartphone, υπολογιστής, προβολέας

Αριθμός συμμετεχόντων: μη σχετικό

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Δημιουργήστε ένα σύνολο καρτών μελέτης για την ορολογία που σχετίζεται με τις ψευδείς ειδήσεις χρησιμοποιώντας εργαλεία ΤΠΕ όπως το quizlet. Αντιστοιχίστε τον όρο με τον ορισμό. Μπορείτε να προσθέσετε εικόνες ή φωνητικές σημειώσεις για τους συμμετέχοντες με προβλήματα ακοής ή όρασης.
2. Αναθέστε το σύνολο μελέτης στους συμμετέχοντες για να το αναθεωρήσουν, ατομικά ή ομαδικά.
3. Εναλλακτικά, παρουσιάστε τις καρτέλες με διαφορετικό τρόπο (για παράδειγμα, παιχνίδι ή κουίζ) και καλέστε τους συμμετέχοντες να συμμετάσχουν στο παιχνίδι.
4. Κάντε μια ενημέρωση για να τους ενθαρρύνετε να εμβαθύνουν τις γνώσεις τους στο συγκεκριμένο θέμα.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Σας δυσκόλεψε αυτή η δραστηριότητα;

Πόσους ορισμούς/όρους μαντέψατε;

Υπήρχαν νέες λέξεις;

Υπάρχει κάτι που θα θέλατε να συζητήσετε με την ομάδα σας/να μάθετε/θέματα που θα θέλατε να ανακαλύψετε;

Διαγωνισμός ψευδών ειδήσεων

Τύπος εργαλείου: Δημιουργική αφήγηση

Σκοπός και στόχοι: εξασφάλιση γνώσεων σχετικά με τις διάφορες τεχνικές χειραγώγησης της πληροφορίας- προώθηση της καλύτερης κατανόησης του φαινομένου των ψευδών ειδήσεων προκειμένου να αποκαλυφθεί αποτελεσματικά- τόνωση της κριτικής σκέψης.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: υπόδειγμα καρτών προς συμπλήρωση

Αριθμός συμμετεχόντων: τουλάχιστον 5

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Δημιουργήστε ένα πρότυπο από κάρτες παιχνιδιού χρησιμοποιώντας εργαλεία όπως το Canva και, στη συνέχεια, εκτυπώστε τις.
2. Παρουσιάστε στην ομάδα σας τις διάφορες τεχνικές χειραγώγησης πληροφοριών (ή αναθεωρήστε τις μαζί).
3. Δώστε σε κάθε συμμετέχοντα μια κενή κάρτα και δώστε τους οδηγίες να συμπληρώσουν την κάρτα τους με την αντικειμενική περιγραφή ενός γεγονότος.
4. Μαζέψτε τις κάρτες, ανακατέψτε τις και στη συνέχεια καλέστε τους συμμετέχοντες να διαλέξουν μία.
5. Αναθέστε στους συμμετέχοντες να δημιουργήσουν έναν ψεύτικο τίτλο με βάση τα όσα διάβασαν και τις γνώσεις τους σχετικά με τις τεχνικές χειραγώγησης πληροφοριών και να μοιραστούν την ιδέα τους με την υπόλοιπη ομάδα. Έχουν στη διάθεσή τους 3 λεπτά για την προετοιμασία.
6. Κάθε συμμετέχων ψηφίζει τις ψευδείς ειδήσεις που δημιουργήθηκαν από άλλους συμμετέχοντες (βαθμολογία από 1 έως 5).
7. Ενθαρρύνετε τον αναστοχασμό σχετικά με τη δραστηριότητα με απολογισμό.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Τι πιστεύετε για αυτή τη δραστηριότητα;

Ήταν εύκολο ή δύσκολο να δημιουργήσετε έναν ψεύτικο τίτλο;



Ήταν αξιόπιστοι οι τίτλοι σας; Γιατί;

Σύμφωνα με εσάς, πώς μπορούμε να ξεσκεπάσουμε αποτελεσματικά τις ψευδείς ειδήσεις;

Αντιστοίχιση σταυρόλεξα

Τύπος εργαλείου: Τύπος εργαλείου: Συνεργατικό παιχνίδι παζλ λέξεων

Σκοπός και στόχοι: να μαντέψουν και να αναγνωρίσουν λέξεις και έννοιες που μπορούν να συνδεθούν με ψευδείς ειδήσεις- να βελτιώσουν τις γνώσεις τους σχετικά με το θέμα αυτό- να προωθήσουν την καλύτερη κατανόηση του φαινομένου των ψευδών ειδήσεων, ώστε να το ξεσκεπάσουν αποτελεσματικά- να τονώσουν την κριτική σκέψη.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: εκτυπωμένα σταυρόλεξα προς συμπλήρωση ή smartphone και ψηφιακές συσκευές για την ηλεκτρονική συμπλήρωσή τους.

Αριθμός συμμετεχόντων: τουλάχιστον 6

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Δημιουργήστε ένα αντίστοιχο σταυρόλεξο χρησιμοποιώντας το Word ή ένα διαδικτυακό εργαλείο όπως το learningapps,
2. Εκτυπώστε το σταυρόλεξο ή στείλτε τον σύνδεσμο στους συμμετέχοντες,
3. Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε τουλάχιστον 2 ομάδες και πείτε τους να επιλύσουν το παιχνίδι,
4. Ορίστε μια ώρα και δώστε πόντους στην ομάδα που θα τελειώσει πρώτη το παιχνίδι,
5. Ενθαρρύνετε τον αναστοχασμό σχετικά με τη δραστηριότητα με απολογισμό.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Τι πιστεύετε για αυτή τη δραστηριότητα;

Ήταν δύσκολο να συμπληρώσετε τα σταυρόλεξα;

Κατά τη γνώμη σας, πώς συνδέονται οι λέξεις σε αυτό το παιχνίδι με το θέμα των ψευδών ειδήσεων;

Δωμάτιο με ψεύτικο τοπίο

Τύπος εργαλείου: Τύπος εργαλείου: Δωμάτιο απόδρασης

Σκοπός και στόχοι: εξασφάλιση γνώσεων σχετικά με τις διάφορες τεχνικές χειραγώγησης της πληροφορίας- επεξεργασία του τρόπου αποτελεσματικής αποκάλυψης των ψευδών ειδήσεων- τόνωση της κριτικής σκέψης.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: κινητές συσκευές (τηλέφωνο ή tablet), προετοιμασμένη δραστηριότητα δωματίου διαφυγής

Αριθμός συμμετεχόντων: δεν απαιτείται ελάχιστος αριθμός συμμετεχόντων

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Προετοιμάστε ένα ψηφιακό δωμάτιο απόδρασης χρησιμοποιώντας τη φόρμα google ή άλλους ιστότοπους και εργαλεία. Ξεκινήστε από έναν ψεύτικο τίτλο και δώστε στους συμμετέχοντες έναν "υπαινιγμό" μετά από κάθε ερώτηση ή δραστηριότητα, αν απαντήσουν σωστά. Οι ερωτήσεις και οι δραστηριότητες θα πρέπει να σχετίζονται με τα θέματα. Οι υποδείξεις θα πρέπει να βοηθήσουν τους συμμετέχοντες να λύσουν την υπόθεση και να ανακαλύψουν ότι ο τίτλος είναι ψεύτικος.
2. Αναθέστε το δωμάτιο απόδρασης στους συμμετέχοντες.
3. Ενθαρρύνετε τον αναστοχασμό σχετικά με τη δραστηριότητα με απολογισμό.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Τι πιστεύετε για αυτή τη δραστηριότητα;

Ήταν εύκολο ή δύσκολο να δημιουργήσετε έναν ψεύτικο τίτλο;

Ήταν αξιόπιστοι οι τίτλοι σας; Γιατί;

Σύμφωνα με εσάς, πώς μπορούμε να ξεσκεπάσουμε αποτελεσματικά τις ψευδείς ειδήσεις;

Αγώνας προπαγάνδας

Τύπος εργαλείου: Ενεργοποιητής

Σκοπός και στόχοι: εξασφάλιση γνώσεων σχετικά με τις διάφορες τεχνικές προπαγάνδας

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: κατάλογος τίτλων/διαφημίσεων/συντάξεων που χρησιμοποιούν τεχνικές προπαγάνδας, βομβητής ή εφαρμογή βομβητή στο τηλέφωνο, flipchart και μαρκαδόροι.

Αριθμός συμμετεχόντων: τουλάχιστον 2 συμμετέχοντες

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

1. Ο συντονιστής ετοιμάζει έναν κατάλογο προτάσεων, τίτλων ή διαφημίσεων που χρησιμοποιούν τεχνικές προπαγάνδας. Οι τεχνικές θα πρέπει να επιλεγούν από το Πρώτο Κεφάλαιο του Οδηγού (π.χ. συρφετός, χρήση ψευδών στατιστικών στοιχείων, συνθημάτων, απλών ανθρώπων κ.λπ.)
2. Οι συμμετέχοντες σχηματίζουν μια οριζόντια γραμμή και πρέπει να σταθούν σε απόσταση λίγων μέτρων από ένα γραφείο/τραπέζι. Στο τραπέζι ο συντονιστής τοποθετεί το βομβητή ή το βομβητή επάνω στο smartphone (συμβουλή: είναι καλύτερο να τοποθετήσετε κάποια ταινία στο τηλέφωνο για να μην μετακινείται).
3. Ο συντονιστής διαβάζει μια πρόταση και ο πρώτος συμμετέχων που ξέρει την απάντηση πρέπει να τρέξει να πατήσει τον βομβητή και να απαντήσει. Εάν η απάντηση είναι σωστή, ο συμμετέχων παίρνει 1 πόντο. Στο τέλος κερδίζει αυτός που έχει περισσότερους πόντους.
4. Έχετε υπόψη σας ότι ορισμένες προτάσεις ή τίτλοι μπορεί να περιέχουν περισσότερες από μία τεχνικές προπαγάνδας, επομένως ο συμμετέχων πρέπει να μαντέψει τουλάχιστον μία από αυτές για να πάρει 1 βαθμό.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Τι πιστεύετε για αυτή τη δραστηριότητα;

Ήταν εύκολο ή δύσκολο να θυμάστε τις τεχνικές;

Αναγνωρίσατε περισσότερες από μία τεχνικές σε ορισμένες προτάσεις;

SexEd Truthguard

Τύπος εργαλείου: Διάφορα (αναζήτηση, σπάσιμο πάγου, παιχνίδι ρόλων, δημιουργική γραφή)

Σκοπός και στόχοι: Να εξοπλίσει τους νέους με δεξιότητες κριτικής σκέψης ώστε να εντοπίζουν και να αντιμετωπίζουν την παραπληροφόρηση και τις ψευδείς ειδήσεις στον τομέα της σεξουαλικής εκπαίδευσης- να ενδυναμώσει τους νέους να αξιολογούν κριτικά τις πληροφορίες, να διακρίνουν τα γεγονότα από τη φαντασία και να συμβάλλουν ενεργά σε μια πιο ενημερωμένη και υπεύθυνη συζήτηση για τη σεξουαλική εκπαίδευση.

Απαιτούμενο υλικό και πόροι: σενάρια ή δηλώσεις σχετικά με τη σεξουαλική διαπαιδαγώγηση, σύνδεση στο διαδίκτυο, ηλεκτρονικές συσκευές, σενάρια παιχνιδιού ρόλων, στυλό και χαρτί.

Αριθμός συμμετεχόντων: τουλάχιστον 6 συμμετέχοντες (ώστε να μπορείτε να έχετε τουλάχιστον 2 ομάδες των 3 ατόμων)

Διαδικασία βήμα προς βήμα:

- 1. Παγοθραύστης (15 λεπτά).** Εισαγωγή και δραστηριότητα "σπασίματος πάγου" για τη δημιουργία άνετης ατμόσφαιρας.
- 2. Καθορισμός της σκηνης (20 λεπτά).** Συζητήστε εν συντομία την επικράτηση της παραπληροφόρησης και των ψευδών ειδήσεων στη σεξουαλική εκπαίδευση. Μοιραστείτε παραδείγματα κοινών παρανοήσεων και τις πιθανές συνέπειές τους.
- 3. Διαδραστικό εργαστήριο - "Spot the Fake!" (40 λεπτά).** Χωρίστε τους συμμετέχοντες σε μικρές ομάδες. Δώστε σε κάθε ομάδα ένα σύνολο σεναρίων ή δηλώσεων που σχετίζονται με τη σεξουαλική εκπαίδευση, μερικά αληθινά και μερικά ψευδή. Οι ομάδες συνεργάζονται για να εντοπίσουν ποιες δηλώσεις είναι ακριβείς και ποιες ψεύτικες. Ενθαρρύνετε συζητήσεις σχετικά με το πώς κατέληξαν στα συμπεράσματά τους.
- 4. Εργαλεία ελέγχου γεγονότων (20 λεπτά).** Παρουσιάστε στους συμμετέχοντες εργαλεία και διαδικτυακές πηγές ελέγχου των γεγονότων. Καθοδηγήστε τους σχετικά με τον τρόπο ανεξάρτητης επαλήθευσης των πληροφοριών.
- 5. Συζήτηση μελετών περίπτωσης (30 λεπτά).** Παρουσιάστε πραγματικές μελέτες περιπτώσεων όπου η παραπληροφόρηση επηρέασε τη συζήτηση για τη σεξουαλική εκπαίδευση. Συζητήστε τον αντίκτυπο και τους τρόπους αντιμετώπισης αυτής της παραπληροφόρησης.

- 6. Παιχνίδι ρόλων - "Σπάζοντας την αλυσίδα" (30 λεπτά).** Οι συμμετέχοντες συμμετέχουν σε σενάρια παιχνιδιού ρόλων όπου αντιμετωπίζουν την παραπληροφόρηση. Δίνουν έμφαση στην αποτελεσματική επικοινωνία και στην παροχή ακριβών πληροφοριών ως απάντηση σε ψευδείς ισχυρισμούς.
- 7. Αναστοχασμός και ομαδική συζήτηση (20 λεπτά).** Αναστοχασμός σχετικά με τις προκλήσεις που αντιμετωπίστηκαν κατά τη διάρκεια του εργαστηρίου. Διευκολύνετε μια ομαδική συζήτηση σχετικά με τη σημασία της κριτικής σκέψης στην αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης.
- 8. Δημιουργική έκφραση (15 λεπτά).** Επιτρέψτε στους συμμετέχοντες να εκφράσουν τις σκέψεις τους με δημιουργικά μέσα, όπως τέχνη, ποίηση ή μικρά γραπτά κομμάτια.
- 9. Σχεδιασμός δράσης (15 λεπτά).** Συζητήστε τα πρακτικά βήματα που μπορούν να λάβουν οι συμμετέχοντες για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης στις κοινότητές τους. Ενθαρρύνετε τους να μοιραστούν αξιόπιστες πηγές και να συμμετάσχουν σε εποικοδομητικές συζητήσεις.
- 10. Κλείσιμο και αξιολόγηση (10 λεπτά).** Συνοψίστε τα βασικά συμπεράσματα. Συλλέξτε σχόλια σχετικά με την αποτελεσματικότητα του εργαστηρίου.

Ερωτήσεις για ενημέρωση:

Η συνεδρία απολογισμού πραγματοποιείται μετά από κάθε μικρή δραστηριότητα.

Συμπεράσματα

Στόχος του παρόντος κεφαλαίου ήταν να προσφέρει μια ολοκληρωμένη προοπτική σχετικά με τη χρήση των μεθοδολογιών της μη τυπικής εκπαίδευσης και της παιχνιδοποίησης και της μάθησης με βάση τα παιχνίδια για την επίτευξη του στόχου του έργου BEST. Όπως καταδεικνύεται σε αυτό το κεφάλαιο, αυτές οι τεχνικές μάθησης έχουν τη δυνατότητα να ενισχύσουν τη δέσμευση, τα κίνητρα και τις δεξιότητες κριτικής σκέψης των μαθητών όσον αφορά το θέμα των ψευδών ειδήσεων. Τα κύρια χαρακτηριστικά της μη τυπικής εκπαίδευσης, όπου το περιεχόμενο είναι εξατομικευμένο, ευέλικτο και πρακτικό, επιτρέπουν στους εκπαιδευόμενους να βρίσκονται στο επίκεντρο του μαθήματος και τα μέρη της παρακολούθησης και της αξιολόγησης πραγματοποιούνται με δημοκρατικό τρόπο μέσω μιας συνεδρίας απολογισμού. Με αυτόν τον τρόπο οι νέοι μπορούν να συμμετέχουν ενεργά στη μαθησιακή τους διαδικασία και να εξάγουν τα δικά τους συμπεράσματα από την εμπειρία τους. Το επίπεδο των κινήτρων και της δέσμευσης αυξάνεται ακόμη περισσότερο όταν ο συντονιστής προσθέτει στα μαθήματά του στοιχεία παιχνιδοποίησης και μάθησης με βάση το παιχνίδι: οι νέοι καλούνται να χρησιμοποιήσουν μια ποικιλία δεξιοτήτων που περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, τη δημιουργικότητα, την επίλυση προβλημάτων, τη συνεργασία, την περιέργεια και τη λήψη αποφάσεων προκειμένου να ολοκληρώσουν την εργασία. Η χρήση αυτού του συνόλου ικανοτήτων είναι αυτό που δημιουργεί ένα δυναμικό μαθησιακό περιβάλλον που παρακινεί τους νέους να εκτελέσουν με επιτυχία τις δραστηριότητες. Οι προαναφερθείσες δεξιότητες είναι επομένως απαραίτητες για την ολοκλήρωση μιας παιχνιδοποιημένης μαθησιακής δραστηριότητας, αλλά επίσης διερευνώνται και βελτιώνονται περαιτέρω μέσω της εφαρμογής μιας τέτοιας δραστηριότητας. Για το λόγο αυτό το κεφάλαιο αυτό παρέχει επίσης έναν κατάλογο μη τυπικών δραστηριοτήτων που βασίζονται ως επί το πλείστον στις μεθοδολογίες της Παιχνιδοποίησης και της Μάθησης με βάση το Παιχνίδι και τις οποίες οι εκπαιδευτικοί μπορούν να εφαρμόσουν. Τέλος, θα θέλαμε να επισημάνουμε ότι σε αυτό το κεφάλαιο επικεντρωθήκαμε κυρίως στα στοιχεία της Παιχνιδοποίησης και της Μάθησης βασισμένης σε Παιχνίδια που επιτρέπουν στους μαθητές να εκπαιδευτούν και να ενισχύσουν τις δεξιότητες κριτικής σκέψης τους, δεδομένου ότι αυτό είναι ένα από τα βασικά συστατικά της οικοδόμησης της αίσθησης της ενεργού πολιτικότητας στους νέους. Μέσω της εφαρμογής αυτών των μη τυπικών δραστηριοτήτων, οι εργαζόμενοι στον τομέα της νεολαίας θα μπορέσουν να διδάξουν στους νεαρούς εκπαιδευόμενους τη σημασία του να είναι ενεργοί πολίτες και να αναλαμβάνουν την ευθύνη των πράξεών τους όταν πρόκειται για την ανάγνωση, την ερμηνεία και τη διάδοση πληροφοριών τόσο στην πραγματική ζωή όσο και στο διαδίκτυο. Με αυτόν τον τρόπο, όχι μόνο



η νέα γενιά θα είναι σε θέση να αναγνωρίζει τις ψεύτικες ειδήσεις από μια νόμιμη πηγή, αλλά θα συμβάλει και στη δημιουργία ενός ασφαλέστερου δικτύου πληροφοριών.

Αναφορές

Al Fatta *et alii*, 2019 : Al Fatta, H., Zakaria, M. H., Maksom, Z.(2019) "Game-based Learning and Gamification: Searching for Definitions" International Journal of Simulation: Systems, Science and Technology, vol. 19(6), February 2019 available at: https://www.researchgate.net/publication/330851012_Gamebased_Learning_and_Gamification_Searching_for_Definitions

Bloom, 2009 : Bloom, S. (2009) "Game-based learning" Professional Safety, vol. 54(7)

Chou : Chou, Y-k, "The Octalysis Framework for Gamification & Behavioral Design" διαθέσιμο στη διεύθυνση: <https://yukaichou.com/gamificationexamples/octalysis-completegamification-framework/>

Csikszentmihályi, 1990 : Csikszentmihályi, M. (1990) "Flow: The Psychology of Optimal Experience" New York: Harper and Row.

Deterding *et alii*, 2011a : Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., Nacke, L. (2011) "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification" MindTrek '11: Πρακτικά του 15ου Διεθνούς Ακαδημαϊκού Συνεδρίου MindTrek: Envisioning Future Media Environments ISBN: 9781450308168 DOI: 10.1145/2181037 διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://www.researchgate.net/publication/230854710_From_Game_Design_Elements_to_Gamefulness_Defining_Gamification

Deterding *et alii*, 2011b : Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K., Dixon, D. (2011) "Gamification: Proceedings of the 2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems, Extended Abstracts. vol. 6. Vancouver, BC, Canada, May 7-12, 2011 DOI: 10.1145/1979742.1979575 available at: https://www.researchgate.net/publication/221518895_Gamification_Using_game_design_elements_in_nongaming_contexts

Encyclopædia Britannica : "Encyclopædia Britannica" <https://www.britannica.com/topic/game-recreation>

Erickson *et alii*, 2020 : Erickson, A., Lundell, J., Michela, E., Pflieger, P. I. (2020) "Gamification" στο: Erickson, A., Lundell, J., Michela, E., Pflieger, P. I: Kimmons, R & Caskurlu, S. (eds), The Students' Guide to Learning Design and Research EdTech Books Διαθέσιμο στο: <https://edtechbooks.org/studentguide>

Gee, 2003 : Gee, J. P. (2003). Τι μπορούν να μας διδάξουν τα βιντεοπαιχνίδια για τη μάθηση και τον γραμματισμό. Palgrave Macmillan.

Hamari, Koivisto, 2015 : Hamari, J., Koivisto, J. (2015) "Why do people use gamification services?" International Journal of Information Management, vol. 35 (2015), pp. 419431
διαθέσιμο στη διεύθυνση: https://www.researchgate.net/publication/274735854_Why_do_people_use_gamification_services

Michael, Chen, 2005 : Michael, D. R., Chen, S. L. (2005) "Serious Games: Εκπαίδευση, τ. 31 Οκτωβρίου 2005. σ. 195.

Sige Textbook, 2022 : SIGE Textbook (Social Inclusion through Gamification in Education 2020-1-IT02-KA204-08007), Comparative Research Network e.V., Berlin, ISBN 978-3-946832-34-8 (Γερμανική Εθνική Βιβλιοθήκη) (2022)

Steinkuehler, Duncan, 2008 : Steinkuehler, C., & Duncan, S. (2008). Επιστημονικές συνήθειες του νου σε εικονικούς κόσμους. Journal of Science Education and Technology, 17(6), 530-543.

Prensky, 2001 : Prensky, M. (2001) "Digital Game-Based Learning" McGraw-Hill Education