

Οδηγίες προς τον/την εκπαιδευτικό (Αναγνωστικό στάδιο / Προσυγγραφικό στάδιο)

Δίνονται στους μαθητές/-τριες τα κείμενα 1, 2, 3. Μελετούν τα κείμενα σε ομάδες με βάση τις προτεινόμενες δραστηριότητες-ερωτήσεις και συμπληρώνουν τους πίνακες που ακολουθούν. Είναι στην ευχέρειά τους να αυτοοργανωθούν και να συγκροτήσουν υποομάδες εργασίας. Στόχος είναι κατά το 2ο διδακτικό δίωρο να συντάξουν διακειμενική (κοινή) περίληψη και για τα τρία κείμενα, αξιοποιώντας τους κοινούς θεματικούς άξονες.

Κείμενο 1**Fake News, αυτή η μάλιστα! Τι λένε στη HuffPost Αμερικανοί και Ευρωπαίοι δημοσιογράφοι για τη μάχη ενάντια στις ψευδείς ειδήσεις**

Σε μια εποχή όπου το παγκόσμιο κοινό χάνει την εμπιστοσύνη του προς τα μεγάλα τηλεοπτικά δίκτυα και τις εφημερίδες, ήρθαν στο προσκήνιο τα «fake news».

Η διάδοση ψευδών ειδήσεων βέβαια δεν είναι κάτι νέο, αρκεί μόνο να ανατρέξουμε στην κυβερνητική προπαγάνδα κατά τους δυο παγκόσμιους πολέμους, πρακτική που υιοθετήθηκε από όλες τις αντιμαχόμενες πλευρές και αποσκοπούσε σε κέρδη στο μέτωπο των επιχειρήσεων. Ωστόσο, το φαινόμενο των «fake news» γιγαντώθηκε τα τελευταία χρόνια και έφτασε στην αιχμή του κατά τη διάρκεια της προεκλογικής περιόδου του 2016 στις Ηνωμένες Πολιτείες, πυροδοτώντας τη συζήτηση για τον αντίκτυπό τους στο εκλογικό αποτέλεσμα.

Η ραγδαία εξάπλωση των «fake news» αποτέλεσε το έναυσμα για πολλές μελέτες σχετικά με τα αίτια της εμφάνισής τους, τον ρόλο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και τον αντίκτυπο που έχουν οι ψευδείς ειδήσεις στην καθημερινότητά μας κυρίως σε κοινωνικοπολιτικό επίπεδο. Ποια είναι όμως τα κίνητρα παραγωγής των ψευδών ειδήσεων και πώς μας επηρεάζουν; Γιατί και πόσο ευάλωτοι είμαστε σε αυτές;

Η HuffPost Greece μίλησε με δημοσιογράφους από την Ελλάδα και το εξωτερικό, σε μια προσπάθεια προσέγγισης του θέματος και του αντίκτυπού του στην κοινωνία.

Η εξέλιξη στη διάδοση ψευδών ειδήσεων οφείλεται στην αλλαγή του τρόπου που καταναλώνουμε αλλά και παράγουμε την πληροφορία, με βασικό συντελεστή τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Πλατφόρμες όπως το Facebook έχουν διαφορετική δομή από τις προηγούμενες τεχνολογίες των μέσων ενημέρωσης, καθώς υπάρχει δυνατότητα για φιλτράρισμα από τρίτους, με απουσία αξιόπιστης διασταύρωσης των πληροφοριών ή μιας συντακτικής κριτικής. Ένα παράδειγμα ήταν η αμερικανική ενημερωτική ιστοσε-

λίδα «Ending The Fed», η οποία ευθύνεται για τέσσερις από τις 10 δημοφιλέστερες ψευδείς ειδήσεις που δημοσιεύτηκαν στο Facebook, όπως η έγκριση του Πάπα Φραγκίσκου για τον Ντόναλντ Τραμπ ή η πώληση όπλων από τη Χίλαρι Κλίντον στην ISIS, σύμφωνα με έρευνα του αμερικανικού ιστοτόπου BuzzFeed.



Τα δύο κίνητρα που παράγουν ψευδείς ειδήσεις

Μελέτη του πανεπιστημίου Στάνφορντ ορίζει δύο βασικά κίνητρα για την παροχή ψευδών ειδήσεων. Το πρώτο είναι οικονομικό, καθώς τα νέα που διαδίδονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορούν να αντλήσουν σημαντικά διαφημιστικά έσοδα, όταν οι χρήστες «κλικάρουν» στον αρχικό ιστοτόπο. Αυτό αποτελεί το κύριο κίνητρο για τους περισσότερους παραγωγούς των fake news που η ταυτότητά τους έχει αποκαλυφθεί. Το δεύτερο κίνητρο είναι ιδεολογικό και συνδέεται κυρίως με την πολιτική και τους πολιτικούς.

«Οι πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook, έχουν καταστεί κυρίαρχη πηγή ειδήσεων με τρόπο που δεν υπήρχε κατά τις προεδρικές εκλογές του 2012. Επιχειρηματίες με προσωπικό ενδιαφέρον και-όπως πιστεύουμε-παράγοντες χρηματοδοτούμενοι από τη Ρωσία, εκμεταλλεύτηκαν την ανοιχτή φύση του Facebook για να διαδώσουν αναληθείς ιστορίες», λέει ο Daniel Marans, πολιτικός ρεπόρτερ στην αμερικανική HuffPost.

Πώς μας επηρεάζουν τα fake news

Οι πολίτες φαίνεται πως έγιναν ευάλωτοι στην παραπληροφόρηση με την -εδώ και πολλά χρόνια- στροφή της εμπιστοσύνης τους από τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης σε τηλεοπτικές πηγές όπως το καλωδιακό, συντηρητικό κανάλι Fox και διάφορα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. «Είναι γεγονός ότι δεν είχαμε παρόμοια εμπειρία στο παρελ-

θόν και από ότι φαίνεται η κοινή γνώμη πιθανότατα μετατοπίστηκε σε ορισμένες τουλάχιστον περιπτώσεις», προσθέτει ο Marans.

Εκτός από την πολυσυζητημένη επίδρασή τους στις εκλογές, ένα άλλο ερώτημα αφορά στο πόσο οι ψευδείς ειδήσεις θα μπορούσαν να υποβαθμίσουν το ενδιαφέρον του κοινού για έγκυρη πληροφόρηση. «Νομίζω ότι οι ψευδείς ειδήσεις υποβαθμίζουν το ενδιαφέρον που έχουν οι άνθρωποι για τη τρέχουσα επικαιρότητα. Η αλήθεια είναι ελκυστική από μόνη της όμως και θέλω να πιστεύω ότι πολλοί θα συνεχίζουν πάντα να την αναζητούν και να τη μοιράζονται», λέει η Ελένη Κουναλάκη, πρώην πρέσβειρα των ΗΠΑ στην Ουγγαρία στην κυβέρνηση Ομπάμα. [...]

Τι συμβαίνει στην Ελλάδα με τα fake news

Πρόσφατη έρευνα του Reuters, δείχνει ότι το 70% περίπου του πληθυσμού χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για άντληση πληροφόρησης, με το Facebook να αποτελεί την πιο διαδεδομένη (62%) πλατφόρμα. Υπάρχει επίσης υψηλή συμμετοχή με σχολιασμό και ανταλλαγή ειδήσεων, γεγονός που παραπέμπει σε πολιτικό φανατισμό και δυσπιστία ως προς την δημοσιογραφία που έχει γίνει πιο έντονη λόγω της οικονομικής κρίσης.

Με τα δεδομένα αυτά, είναι προφανές ότι οι Έλληνες είναι το ίδιο ευάλωτοι στις ψευδείς ειδήσεις όσο και οι πολίτες άλλων χωρών. «Στη χώρα μας η οικονομική κρίση, πέραν των άλλων, έπαιξε οπωσδήποτε καταλυτικό ρόλο. Επιπλέον, η κρίση δημιούργησε "θέσεις εργασίας" στη βιομηχανία των fake news», λέει ο Δημήτρης Αλικάκος, αρχισυντάκτης της πλατφόρμας «Ellinika Hoaxes», με στόχο την κατάρριψη των ψευδών ειδήσεων στο διαδίκτυο. [...]

Σκαράκη, Α. (2017). «Fake News, αυτή η μάστιγα! Τι λένε στη HuffPost Αμερικανοί και Ευρωπαίοι δημοσιογράφοι για τη μάχη ενάντια στις ψευδείς ειδήσεις». Διαδικτυακή δημοσίευση στη σελίδα HuffPost Greece (απόσπασμα)

Κείμενο 2

2018... Καλώς ορίσατε στον θαυμαστό κόσμο των Fake News



* Ο Πάπας με δηλώσεις του υποστηρίζει την υποψηφιότητα του Donald Trump.

Αλήθεια ή Ψέματα;

* Ένας πράκτορας του FBI ανακοίνωσε ότι υπάρχουν διαρροές από τον ηλεκτρονικό λογαριασμό της Hillary Clinton οι οποίες οδηγούν σε υποθέσεις δολοφονιών και αυτοκτονιών.

Αλήθεια ή ψέματα;

* Ο Donald Trump κατηγορήσε την Κίνα ότι δημιούργησε ψεύτικη είδηση για την κλιματική αλλαγή.

Αλήθεια ή ψέματα;

Ποιος μπορεί να διακρίνει εύκολα ποιες από τις παραπάνω ειδήσεις είναι αληθινές και ποιες είναι ψεύτικες;

Καλώς ορίσατε στον κόσμο των Fake News...

Βρισκόμαστε στην εποχή του photoshop, του Facebook, του illustrator, της τεχνητής νοημοσύνης και του instagram. Οι ειδήσεις, τα σχόλια, τα news feed τροποποιούνται και καλλωπίζονται ανάλογα με το ποιος τελικά είναι ο δέκτης. Οι αλγόριθμοι καθορίζονται προκειμένου να προσελκύουν περισσότερους followers, κι εμείς γινόμαστε θύματα χειραγώγησης ακολουθώντας το ψυχογράφημα που τα κοινωνικά δίκτυα ορίζουν για εμάς.

Σήμερα, το περιεχόμενο (content) μπορεί να μεταδοθεί μεταξύ των χρηστών χωρίς να περάσει από κάποιον έλεγχο, φιλτράρισμα ή από κάποια κριτική. Ένας χρήστης ανάλογα με την είδηση που θα κοινοποιήσει στα κοινωνικά δίκτυα μπορεί να προσελκύσει

περισσότερους followers από ό,τι το CNN ή ακόμα κι ο New Yorker. Διαβάζουμε ιστορίες ή τις ακούμε και συνειδητοποιούμε ότι τελικά είναι πολύ δύσκολο - κάποιες φορές δεν φτάνουμε καν στην συνθήκη της συνειδητοποίησης - να διακρίνουμε ποια είδηση είναι αληθινή και ποια ψεύτικη.

Τα Fake News είναι η νέα πραγματικότητα

Ο όρος fake news ανακηρύχθηκε η λέξη της χρονιάς για το 2017 από το λεξικό Collins, το οποίο έδωσε στη δημοσιότητα τη σχετική λίστα που καταρτίζει ετησίως, σημειώνοντας ότι θα συμπεριλάβει τον όρο στην επόμενη έντυπη έκδοσή του. Ο ορισμός που δίνει το λεξικό στο fake news είναι: «ψευδείς, συχνά εντυπωσιακές, πληροφορίες που διαδίδονται υπό το πρόσχημα της είδησης». Σύμφωνα με τους λεξικογράφους του Collins, η χρήση του όρου αυξήθηκε κατά 365% το 2016.

Ο όρος fake news άρχισε να γίνεται δημοφιλής, όταν η Hillary Clinton δήλωσε πως έχασε στις Αμερικάνικες εκλογές του 2016 εξαιτίας της διασποράς ψευδών ειδήσεων που κοινοποίησε η επικοινωνιακή ομάδα του Donald Trump. Συγκεκριμένα, στην ομιλία της δήλωσε «πως η τάση των fake news έχει συνέπειες στον πραγματικό κόσμο» και πώς έχουν την δύναμη να «ανεβάζουν και να κατεβάζουν» κυβερνήσεις.

Ο μύθος όμως των fake news χτίστηκε όταν έφηβοι από το Veles της ΠΓΔΜ έγιναν πλούσιοι διαδίδοντας ψεύτικες ειδήσεις για τον Trump. Όσα περισσότερα κλικ έκαναν οι αναγνώστες στον ιστότοπο που οι έφηβοι είχαν ανεβάσει την ψεύτικη είδηση, τόσα περισσότερα λεφτά κέρδιζαν². Περισσότερες από 100 ιστοσελίδες εντοπίστηκαν τις τελευταίες εβδομάδες της προεκλογικής περιόδου των ΗΠΑ παράγοντας ψεύτικα νέα. Σύμφωνα με έρευνα στην The Washington Post 6 στους 10 χρήστες του διαδικτύου αναδημοσιεύουν μια είδηση διαβάζοντας μόνο τον τίτλο και όχι το περιεχόμενο, γεγονός το οποίο δείχνει την ευκολία αναπαραγωγής μιας είδησης ακόμα κι αν είναι ψευδής. Το πανεπιστήμιο του Stanford, πάλι, σε έρευνα σχετικά με την αξιολόγηση μιας αληθούς ή ψευδούς πληροφορίας, διαπίστωσε ότι το 80% των μαθητών και φοιτητών που συμμετείχαν δεν κατάφεραν να ξεχωρίσουν ένα πραγματικό άρθρο από ένα ψεύτικο.

Παρόλα αυτά, είναι λάθος να πιστεύουμε ότι το ψηφιακό αποτύπωμα της εποχής μας είναι αυτό που γέννησε τον όρο fake news, γιατί οι ψευδείς ειδήσεις υπήρχαν από την πρώτη στιγμή που κυκλοφόρησε «έντυπος τύπος», τον 18ο αιώνα. Η διαφορά από το τότε στο σήμερα κρύβεται στις λέξεις και στην πρόσβαση των αναγνωστών στην είδηση. Την προπαγάνδα σήμερα την ορίζουμε ως fake news ενώ η πρόσβαση στο διαδικτύου έχει αλλάξει τον τρόπο πληροφόρησης. Ο λόγος που τα fake news έχουν

² Το λεγόμενο clickbait – οι ειδήσεις-δόλωμα για κλικ – αποτελεί κίνητρο για ν' αποφασίσει να γράψει και να διαδώσει κάποιος μια ψεύτικη είδηση, ακριβώς επειδή είναι κάτι που θα του αποφέρει χρήματα.

ωστόσο απασχολήσει τόσο πολύ το κοινό είναι αυτό που ανέφερε σε ομιλία του ο Mark Thompson διευθύνων σύμβουλος του New Yorker: «το πρόβλημα είναι η εκ των υστέρων συνειδητοποίηση των Μ.Μ.Ε. ότι δεν κατέχουν πλέον την αποκλειστικότητα να διαμορφώνουν την ειδησεογραφία».

Την ίδια στιγμή, τη δημοσιότητα των fake news εκμεταλλεύονται κατά κύριο λόγο οι πολιτικοί χρησιμοποιώντας τον όρο ως ρητορικό τους εργαλείο. Ο Donald Trump χρησιμοποιεί τον εν λόγω όρο για να υπονομεύσει τους αντιπάλους του. Ο Πρόεδρος Nicolas Maduro της Βενεζουέλας κατηγορήσε τα παγκόσμια Μ.Μ.Ε. για ψευδείς ειδήσεις, ενώ η Διεθνής Αμνηστία, όταν δημοσίευσε έκθεση σχετικά με τους θανάτους στις φυλακές της Συρίας, ο Πρόεδρος της χώρας, Bashar al-Assad, απάντησε ότι ζούμε σε μια εποχή ψευδών ειδήσεων. Το ίδιο συμβαίνει κατά εξακολούθηση και στην Ελλάδα, όπου ο όρος χρησιμοποιείται πολύ συχνά πλέον. Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι λαϊκιστές πολιτικοί, στην πλειοψηφία τους, κάνουν χρήση της φράσης fake news νομιμοποιώντας την ως εργαλείο για να επιτεθούν στους αντιπάλους ή τους επικριτές τους και σε ορισμένες περιπτώσεις για να υπονομεύσουν σκόπιμα τους θεσμούς της Δημοκρατίας. Ειδικά, σε χώρες όπου η ελευθερία του λόγου είναι περιορισμένη ή υπό σοβαρή απειλή – όπως Ρωσία, Τουρκία, Κίνα, Πολωνία, Ουγγαρία- οι πολιτικοί ηγέτες επικαλούνται διαρκώς τα fake news. [...]

Τσαουσάκης, Η. (2018). «2018...Καλώς ορίσατε στον θαυμαστό κόσμο των Fake News». Διαδικτυακή δημοσίευση στη σελίδα Insider.gr (απόσπασμα)

Κείμενο 3

Fake news και δημοσιογραφία

Υπάρχουν ψεύτικες ειδήσεις που οφείλονται στην άγνοια ή τον ελλειμματικό επαγγελματισμό των δημοσιογράφων, υπάρχουν όμως και ειδήσεις χαλκευμένες

Του Γιώργου Παυλίδη³

Αν κάποιος μπει στον κόπο ν' ανατρέξει στις ελληνικές εφημερίδες κατά τους πρώτους μήνες του 1976, θα γίνει μάρτυρας μιας δημόσιας αντιπαράθεσης με αντικείμενο το θαυματουργό δήθεν νερό του δικηγόρου Γιώργου Καματερού από την Κω. Ο εν λόγω τσαρλατάνος ισχυριζόταν ότι το νερό που πωλούσε με βυτιοφόρα στους δρόμους της Αθήνας, νερό που δήθεν έφερνε από το νησί του, ένεκα της σύνθεσής του θεράπευε κάθε είδους ασθένεια μεταξύ των οποίων και τον καρκίνο. Το τραγικό ή τραγελαφικό

³ Ο Γιώργος Παυλίδης είναι Επίκουρος Καθηγητής Επικοινωνιών και δημοσιογραφίας στο Πανεπιστήμιο Λευκωσίας, δημοσιογράφος, Πρόεδρος της Επιτροπής Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας.

της υπόθεσης είναι ότι εκτός από χιλιάδες απλούς πολίτες, τις εικασίες Καματερού υποστήριζαν και αρκετές εφημερίδες με πρώτη και καλύτερη τα «Νέα» των Αθηνών. Καθημερινά, οι απογευματινές κυρίως εφημερίδες δημοσίευαν εκτενή ρεπορτάζ για άτομα που δήθεν ήπιαν το θαυματουργό νερό και θεραπεύτηκαν. [...]

Fake news υπήρχαν πάντα. Και τα ΜΜΕ ήταν πάντα γεμάτα με τέτοιου είδους «ειδήσεις». Βέβαια να διευκρινίσω ότι οι ψεύτικες ειδήσεις δεν έχουν όλες την ίδια βαρύτητα και χαρακτήρα. Υπάρχουν ψεύτικες ειδήσεις που οφείλονται στην άγνοια ή τον ελλειμματικό επαγγελματισμό των δημοσιογράφων, υπάρχουν όμως και ειδήσεις καλκευμένες, που κρύβουν σκοπιμότητα, εξυπηρετώντας αλλότρια συμφέροντα. Όπως εύστοχα σημειώνει και ο Έλληνας ερευνητής Αντρέας Βλάχος: «άλλο είναι η λανθασμένη πληροφορία (misinformation) κι άλλο η παραπληροφόρηση (disinformation), που γίνεται με κακή πρόθεση».

Ενδεικτικά να θυμίσω ότι για την έναρξη του αμερικανο - ισπανικού πολέμου το 1898 καθοριστικό ρόλο έπαιξαν και οι εφημερίδες της εποχής. «Δώσε μου εσύ τις εικόνες κι εγώ θα σου δώσω τον πόλεμο» είπε στον εικονογράφο Frederic Remington ο William Randolph Hearst. Και όταν οι εφημερίδες του αμερικανού μεγαλοεκδότη γέμισαν με τις ψεύτικες εικόνες από τις δήθεν ταραχές στην Κούβα, η αμερικανική κυβέρνηση βρήκε την αφορμή που γύρευε για να κηρύξει τον πόλεμο κατά της Ισπανίας.

Στη μνήμη μας διατηρείται ακόμη η φωτογραφία του άτυχου κορμοράνου που ενώ ήταν παγιδευμένος σε μια πετρελαιοκηλίδα στον Κόλπο του Μεξικού, κάποια Μέσα τον ήθελαν να βρίσκεται στον Περσικό Κόλπο, θύμα κι αυτός της οικολογικής καταστροφής που προκάλεσε δήθεν ο Σαντάμ Χουσέιν.

Καθοριστικά για την προετοιμασία της δεύτερης εισβολής των ΗΠΑ στο Ιράκ ήταν επίσης τα καθημερινά δημοσιεύματα της Judith Miller στους New York Times, τα οποία ήθελαν τα υπόγεια των ανακτόρων του Σάνταμ Χουσέιν να είχαν μετατραπεί σε επιστημονικά εργαστήρια παρασκευής χημικών και βιολογικών όπλων. Βέβαια όσο κι αν έψαξαν οι αμερικανοί στρατιώτες, τέτοια εργαστήρια δεν βρέθηκαν ποτέ.

Αλλά και στη γειτονική μας Συρία, τα ψέματα που διαδίδονται με ταχύτητα φωτός από τα κοινωνικά δίκτυα και όχι μόνον, ίσως είναι περισσότερα από τις πραγματικές ειδήσεις. Το αιμόφυρτο παιδάκι μέσα στο ασθενοφόρο της ημισελήνου που κοιτά με απλάνες βλέμμα το κενό, το αγόρι που κοιμάται ανάμεσα στους τάφους των γονιών του, ο στρατιώτης του Συριακού στρατού που βάζει την πλάτη του σκαλοπάτι για να κατέβει από το καμiónι μια ταλαιπωρημένη γυναίκα... Fake, όλα Fake...

«Η επιδημία των fake news μπορεί να έχει συνέπειες στον πραγματικό κόσμο» τόνισε σε ομιλία της στο Καπιτώλιο τον περασμένο Δεκέμβρη η Hillary Clinton και μάλλον

έχει δίκαιο. Και αυτό γιατί η επιρροή τους σήμερα είναι πολύ μεγαλύτερη από ό, τι στο παρελθόν. Δεν είναι επειδή τα ψέματα του πολέμου του Κόλπου, της Τιμisoάρα και τόσα άλλα δεν ήταν σοβαρά. Κάθε άλλο. Απλώς σήμερα οι δυνατότητες αναπαραγωγής και διασποράς χαλκευμένων ειδήσεων είναι πολλαπλάσιες. Η παρουσία του διαδικτύου γενικά και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ειδικότερα, κάνουν τη διαδικασία διάχυσης ψευδών ειδήσεων πολύ πιο εύκολη και μαζική. Επίσης σήμερα στο χώρο δεν κινούνται μόνο οι επαγγελματίες δημοσιογράφοι, αλλά και η ατέλειωτη στρατιά των δημοσιογράφων - πολιτών. Ο έντονος ανταγωνισμός, που ολοένα οξύνεται, αποτελεί δυστυχώς κίνητρο για αρκετά Μέσα και δημοσιογράφους να γράφουν και να πολλαπλασιάζουν ψευδείς ειδήσεις. Από τη στιγμή που αυτό που μετρά και αποφέρει έσοδα είναι η ψηλή επισκεψιμότητα, πολλοί λειτουργοί των διαδικτυακών μέσων επιλέγουν την εύκολη λύση του click- bait - δηλαδή τις ειδήσεις δόλωμα που ενίοτε δεν έχουν καμία σχέση με την πραγματικότητα.

Επιπλέον, η ανάγκη ελαχιστοποίησης του χρόνου που μεσολαβεί από την εκδήλωση του γεγονότος μέχρι τη δημοσιοποίηση του μηνύματος, εξωθεί αρκετούς λειτουργούς να παραβιάζουν τη βασική αρχή της διασταύρωσης της πληροφορίας προτού αυτή καταστεί είδηση. Η αρνητική αυτή συμπεριφορά πολλαπλασιάζεται όταν το μήνυμα φθάνει στο χρήστη. Συγκεκριμένα, έρευνα που έγινε το 2016 από το Πανεπιστήμιο Κολούμπια δείχνει ότι 6 στους 10 χρήστες του Ίντερνεντ αναδημοσιεύουν μια είδηση, μια ανάρτηση, διαβάζοντας μόνο τον τίτλο, όχι το περιεχόμενο. (<https://hal.inria.fr/hal-01281190>). Άρα εκτός από το click- bait έχουμε και το share - bait.

Υπάρχει όμως ένα ακόμη πιο ανησυχητικό φαινόμενο. Ο οίκος Oxford Dictionaries έχρισε ως λέξη της χρονιάς για το 2016 τη λέξη "post truth", δηλαδή «μετά - αλήθεια». Πρόκειται για ένα νεολογισμό που περιγράφει το μεταμοντέρνο φαινόμενο της γκρίζας ζώνης που επεκτείνεται μεταξύ της αλήθειας και του ψέματος. Ο όρος αυτός δεν είναι τόσο αθώος όσο φαίνεται, διότι σύμφωνα με ειδικούς γλωσσολόγους, σχετίζεται με τις συνθήκες που κάνουν επίκληση στο συναίσθημα και οι οποίες παρουσιάζονται να διαδραματίζουν πιο ουσιαστικό ρόλο στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης από ό,τι τα πραγματικά γεγονότα. Μ' άλλα λόγια ο δέκτης του μηνύματος σχηματίζει εικόνα για τα τεκταινόμενα όχι με κριτήριο αυτό που πραγματικά είναι, αλλά με κριτήριο το τι ο ίδιος πιστεύει, νομίζει, αισθάνεται ή και πληροφορείται ότι είναι. [...]

Ζούμε στην εποχή των αστικών θρύλων γνωστότερων ως Hoaxes, των internet trols, των Fake news, μια εποχή όπου οι φήμες και οι ψευδείς ειδήσεις επισκιάζουν τα πραγματικά γεγονότα. Δεν είναι καθόλου τυχαίο το γεγονός ότι έρευνα που έγινε στις ΗΠΑ από γνωστό πολιτικό think tank τον Αύγουστο του 2016 έδειξε ότι το 70% των γεγονότων που επικαλείτο ο Ντόναλντ Τραμπ στην προεκλογική του εκστρατεία ήταν ψεύ-

τικά. Ωστόσο ο κόσμος τα πίστευε και μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που υποστήριζαν τον νυν πρόεδρο τα πολλαπλασίαζε, δημιουργώντας στην πράξη μια φούσκα από ψεύτικες, παραπλανητικές ειδήσεις.

Η εικόνα γίνεται πιο δραματική αν λάβουμε υπόψη τον ψηφιακό αναλφαβητισμό και την αδυναμία του χρήστη να αξιολογήσει σωστά το μήνυμα που λαμβάνει. Έρευνα του Πανεπιστημίου του Stanford που κυκλοφόρησε το Νοέμβριο του 2016 έδειξε ότι το 80% των μαθητών και φοιτητών που συμμετείχαν στην έρευνα δεν κατάφεραν να ξεχωρίσουν ένα πραγματικό κείμενο από ένα ψεύτικο, ούτε ένα δημοσιογραφικό μήνυμα από ένα διαφημιστικό. Επίσης, ενδιαφέρον έχει το γεγονός ότι κριτήριο εγκυρότητας για τους νέους αποτελεί το μέγεθος της φωτογραφίας σε ένα κείμενο και όχι... η απουσία της πηγής του. [...]

Παυλίδης, Γ. (2017). «Fake news και δημοσιογραφία». Διαδικτυακή δημοσίευση στη σελίδα www.europarl.europa.eu (απόσπασμα)

Δραστηριότητες-ερωτήσεις για τα κείμενα 1, 2, 3

Συμπληρώστε τον πίνακα με τα στοιχεία που αντιστοιχούν, αφού λάβετε υπόψη σας τις ακόλουθες ερωτήσεις.

1. Ποιο είναι το θέμα καθενός από τα τρία κείμενα;
2. Ποια από τα επιμέρους θεματικά κέντρα που δίνονται στον πίνακα εντοπίζονται σε κάθε κείμενο; (Σημειώστε ✓)

	Θέμα	Διαπιστωτικά στοιχεία	Αίτια	Επιπτώσεις	Τρόποι αντιμετώπισης
Κείμ. 1					
Κείμ. 2					
Κείμ. 3					

3. Από ποιον χώρο αντλούνται τα διαπιστωτικά στοιχεία (κοινωνική, πολιτική ζωή, ...) και ποια είναι τα μέσα προβολής τους (εφημερίδες, ...);

Κείμενο 4

Fake News, αυτή η μάστιγα! Τι λένε στη HuffPost Αμερικανοί και Ευρωπαίοι δημοσιογράφοι για τη μάχη ενάντια στις ψευδείς ειδήσεις

[...] Είναι σαφές ότι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με την ευρύτατη υιοθέτηση τους, θα εξακολουθήσουν να αποτελούν μια σημαντική πηγή ενημέρωσης για πολλούς. Με αυτό το δεδομένο, ποιος θα μπορούσε να είναι ο ρόλος των κυβερνήσεων, των ίδιων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης αλλά και του καθένα ατομικά για την «προστασία» από τις ψευδείς ειδήσεις;

Πώς θα ξεχωρίσουν οι αναγνώστες τις ψευδείς ειδήσεις από τις αληθινές

«Οι αναγνώστες θα γίνουν πιο παρατηρητικοί με την πάροδο του χρόνου και θα πρέπει να δίνουν προσοχή στη διεύθυνση (url) που δημοσιεύεται ένα άρθρο», λέει ο Greg Galant, συνιδρυτής και διευθύνων σύμβουλος της πλατφόρμας Muck Rack, που απευθύνεται σε δημοσιογράφους και ανθρώπους από τον κλάδο των δημοσίων σχέσεων.

«Στο παρελθόν γνώριζες τον εκδότη της εφημερίδας ή αν νόμιζες ότι υπάρχει λάθος, μπορούσες να το εξετάσεις ο ίδιος. Οι περισσότεροι δεν έχουν τις ικανότητες να ανατρέξουν αποτελεσματικά για το σκοπό αυτό στο Twitter ή στο Facebook από το οποίο προήλθαν αρχικά οι ειδήσεις. Πιστεύω έτσι ότι η μεγαλύτερη πρόκληση είναι, από τη στιγμή που το νέο έχει δημοσιευθεί και διαισθάνεσαι ότι είναι ψευδές, να το τοποθετήσεις ο ίδιος στη σωστή του διάσταση», λέει ο Simon Wilson, δημοσιογράφος του BBC στις Βρυξέλλες.

Τι θα μπορούσαν να κάνουν τα μέσα ενημέρωσης; «Όσον αφορά στα μέσα ενημέρωσης, χρειαζόμαστε από την κυβέρνηση και τα ιδρύματα να επενδύσουν σε μη κερδοσκοπικά μέσα που θα έχουν την ικανότητα να ενημερώνουν τις κοινωνίες και να ξανακερδίσουν την εμπιστοσύνη τους, χωρίς να κυνηγούν τα “κλικ” και τα γρήγορα κέρδη. Χρειαζόμαστε επίσης μια αποτελεσματικότερη νομοθεσία που θα αποτρέπει τη συνένωση εταιριών και τη δημιουργία μονοπωλίων στη βιομηχανία των μέσων ενημέρωσης», συμπληρώνει ο Marans.

«Η δουλειά ενός δημοσιογράφου είναι να κάνει ερωτήσεις. Και αυτό είναι πραγματικά ο ρόλος μας στον οποίο πρέπει να επικεντρωθούμε. Η αλήθεια πραγματικά αλλάζει και για αυτό νομίζω ότι τα ψεύτικα νέα είναι, as πούμε, ένα σύμπτωμα αλλά όχι ένα πρόβλημα από μόνο του. Είναι ένα σύμπτωμα έλλειψης εμπιστοσύνης όχι μόνο για τους δημοσιογράφους αλλά και για τους πολιτικούς του όλου συστήματος», λέει η Prune Antoine, ανεξάρτητη Γαλλίδα δημοσιογράφος με έδρα το Βερολίνο.

Τέλος, ποια θα μπορούσε ή θα έπρεπε να είναι η συμβολή της Πολιτείας και πως θα γίνουν δεκτές παρεμβάσεις περιοριστικού χαρακτήρα χωρίς αντιδράσεις; «Νομίζω ότι

εναπόκειται στους νομοθέτες και τις κυβερνήσεις να αποφασίσουν εάν θέλουν να νομοθετήσουν. Έχουμε καθήκον να εκπαιδεύσουμε το κοινό μας και να τους προσφέρουμε τα κατάλληλα εργαλεία, ιδιαίτερα στα νεότερα ακροατήρια που μεγαλώνουν σε έναν κόσμο που είναι πολύ δύσκολο να διακρίνεις τα πραγματικά νέα», συμπληρώνει ο Wilson. [...]

Σκαράκη, Α. (2017). «Fake News, αυτή η μάστιγα! Τι λένε στη HuffPost Αμερικανοί και Ευρωπαίοι δημοσιογράφοι για τη μάχη ενάντια στις ψευδείς ειδήσεις». Διαδικτυακή δημοσίευση στη σελίδα HuffPost Greece (απόσπασμα)

Κείμενο 5

2018... Καλώς ορίσατε στον θαυμαστό κόσμο των Fake News

[...] Τι μέλλει γενέσθαι;

Το μέλλον των Fake News προδιαγράφεται μακρύ και «ένδοξο». Στο πανεπιστήμιο του Stanford έχουν ήδη δημιουργήσει ένα λογισμικό, το Face2Face, το οποίο παραποιεί βίντεο. Για παράδειγμα, μπορεί κάποιος να παραποιήσει την ομιλία του Donald Trump, σε πραγματικό χρόνο. Σύμφωνα με την ερευνητική ομάδα του Stanford, το πρόγραμμα αυτό καταγράφει τις εκφράσεις προσώπου ενός δευτέρου ατόμου την ώρα που μιλάει μπροστά στην κάμερα. Στη συνέχεια αυτές οι κινήσεις μεταφέρονται στο πρόσωπο του ατόμου του αρχικού βίντεο, βάζοντας ό,τι λόγια θέλει το δεύτερο άτομο στο στόμα του πρώτου προσώπου. Όπως αναφέραμε και στο παραπάνω παράδειγμα φανταστείτε ότι όποιος θέλει με το λογισμικό Face2Face θα μπορεί να βάζει ό,τι λόγια θέλει στο στόμα του Trump⁴.

Οι νέες τεχνολογίες συνεχώς θα μας δείχνουν τα καινούργια τους εργαλεία και εμείς, κοιτώντας μέσα από την ψηφιακή κλειδαρότρυπα, θα πρέπει να εξελίσσουμε την κριτική μας ικανότητα και φυσικά να διεκδικούμε την θωράκιση της Δημοκρατίας και την υπεράσπιση δικαιωμάτων που βάζονται. Πέρυσι η λέξη της χρονιάς, σύμφωνα με τον οίκο Oxford Dictionaries, ήταν η φράση Post Truth, που μεταφράζεται ως μετά-αλήθεια και είναι η μεταμοντέρνα συνθήκη ή αλλιώς είναι η ουδέτερη ζώνη ανάμεσα στο ψέμα και την αλήθεια. Φέτος, η λέξη της χρονιάς είναι τα fake news, και οι δύο φράσεις αποτυπώνουν τη μετάβαση μας σε μια νέα εποχή όπου θα κυριαρχούν όλο και περισσότερο τα «εναλλακτικά γεγονότα», δηλαδή μια παράλληλη πραγματικότητα διαρκούς ερμηνείας των γεγονότων από

⁴ Δείτε το βίντεο που έφτιαξε η ερευνητική ομάδα του πανεπιστημίου χρησιμοποιώντας την τεχνολογία του «κουκλοθέατρου» σ' αυτό το βίντεο με συνεντεύξεις πολιτικών ηγετών. (<https://www.youtube.com/watch?v=ohmajJTcpNk>)

την εκάστοτε πρόθυμη εξουσία. Γι' αυτό και δύσκολα μπορεί κάποιος να μαντέψει ποιο θα είναι το επόμενο βήμα, ή έστω η λέξη της χρονιάς για το 2018. Το μόνο σίγουρο είναι ότι η Δημοκρατία σήμερα φαίνεται να είναι απόλυτα ευάλωτη απέναντι σε μια ανεξέλεγκτη δυναμική αμφισβήτησης που σαρώνει τα πάντα στο πέρασμα της, χειραγωγεί ψηφοφόρους και επηρεάζει εκλογικά αποτελέσματα, λειτουργώντας σαν το ιδανικό εργαλείο ελέγχου στα χέρια του κάθε λαϊκιστή που ονειρεύεται την τυραννία της μετα – δημοκρατίας. Όπως έλεγε και ο Άλντους Χάξλεϋ «όπως στρώσεις, έτσι θα κοιμηθείς».

Τσαουσάκης, Η. (2018). «2018... Καλώς ορίσατε στον θαυμαστό κόσμο των Fake News». Διαδικτυακή δημοσίευση στη σελίδα Insider.gr (απόσπασμα)

Κείμενο 6

Η παγκόσμια μάστιγα των fake news



[...] Δίνοντας την μάχη κατά των fake news

Η απάντηση των τεχνολογικών γιγάντων όπως το Facebook και η Google είναι η δημιουργία προγραμμάτων που θα μπορούν να «διαβάζουν» τις ψεύτικες ειδήσεις χρησιμοποιώντας αυτοματοποιημένες μεθόδους. Το Facebook είχε δεχθεί τις περισσότερες επικρίσεις για τα fake news που διαδίδονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κάτι που οφείλεται στον τρόπο λειτουργίας του: Στη ροή του κάθε χρήστη δίνεται προτεραιότητα σε νέο περιεχόμενο που έχει προηγουμένως προκαλέσει το ενδιαφέρον άλλων χρηστών, με αποτέλεσμα να διαδίδεται με ταχύτερο ρυθμό.

Παράλληλα, υπάρχουν αρκετά σάιτ τα οποία βοηθούν το χρήστη να αναγνωρίζει τα fake news, καθώς η ταχύτητα με την οποία καταφέρνουν να γίνουν viral είναι σχεδόν τρομακτική.

Τέλος, υπάρχει πάντα και η θεωρία του Karl Popper που μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως οδηγός και αναφέρει τα εξής:

Είναι εύκολο να βγουν επιβεβαιώσεις, ή επαληθεύσεις, για σχεδόν κάθε θεωρία — αν ψάχνουμε για επιβεβαιώσεις.

Κάθε γνήσιος έλεγχος μιας θεωρίας είναι μια προσπάθεια να τη διαψεύσουμε ή να την αντικρούσουμε. Οι θεωρίες που παίρνουν μεγαλύτερα «ρίσκα» είναι πιο επιδεκτικές στον έλεγχο, πιο πολύ εκτεθειμένες στη διάψευση.

Τα τεκμήρια επιβεβαίωσης μιας θεωρίας είναι αξιόλογα μόνο όταν έχουν προκύψει από έναν γνήσιο έλεγχο της θεωρίας. «Γνήσιος» σε αυτή την περίπτωση σημαίνει ότι είναι αποτέλεσμα μιας σοβαρής μεν, αποτυχημένης δε, προσπάθειας να διαψευσθεί η θεωρία...

Μαραγκουδάκη, Δ. (2017). «2018... Η παγκόσμια μάστιγα των Fake news». Διαδικτυακή δημοσίευση στη σελίδα Liberal.gr (απόσπασμα)

Κείμενο 7

Πώς μπορούμε να καταλάβουμε αν μια ανάρτηση είναι hoax



Έχουμε λάβει πολλά μηνύματα που μας ρωτάνε πως μπορούν να καταλάβουν αν μία ανάρτηση είναι hoax. Σήμερα θα κάνουμε μια προσπάθεια να σας εξηγήσουμε με ποιο τρόπο θα καταλάβατε ότι κάτι δεν πάει καλά σε μια δημοσίευση που διαβάζετε στο ίντερνετ.

Δεν υπάρχει κάποιος κανόνας γιατί οι διαφορές από hoax σε hoax είναι τεράστιες, αλλά υπάρχουν κάποια στοιχεία που αν υπάρχουν στην ανάρτηση που διαβάζετε, θα πρέπει να σας υποψιάσουν, ότι κάτι δεν πάει καλά. Ας τα δούμε αναλυτικά.

1. Αναπαράγωγή. Αν το κείμενο σας προτρέπει να το αναπαράγετε, αυτό θα πρέπει να σας υποψιάσει. Τα hoaxes υπάρχουν και αναπαράγονται στο ίντερνετ με αυτό τον τρόπο. Αν κανείς δεν αναπαράγει το hoax, αυτό έχει πεθάνει.

2. Συντάκτης. Αν δεν υπάρχει συντάκτης, είναι ύποπτο. Όσο πιο μεγάλης σημασίας ισχυρισμοί υπάρχουν σε ένα κείμενο, τόσο και περισσότερο σημαντικό είναι να υπάρχει συντάκτης και να μην είναι φανταστικό πρόσωπο.

3. Ημερομηνία. Αν αντί για ημερομηνία το κείμενο μας δίνει το χρόνο της ιστορίας που περιγράφει με λέξεις, όπως χθες, προχθές, την προηγούμενη βδομάδα κ.τ.λ., αυτό είναι πολύ ύποπτο.

4. Ονόματα. Αν το κείμενο που διαβάσετε μιλάει για τη μικρή Μαρία, τον Γιωργάκη και την θεία Καλλιόπη στο χωριό αυτό θα πρέπει να σας υποψιάσει. Η θεία Καλλιόπη, ο Γιωργάκης, η μικρή Μαρία και οποιοδήποτε άλλο όνομα, δεν είναι υπαρκτά πρόσωπα. Αν μάλιστα, αυτά που περιγράφουν είναι πολύ σημαντικά, αυτό να σας υποψιάσει διπλά.

5. Ορθογραφία. Αν στο κείμενο υπάρχουν πολλά ορθογραφικά λάθη, είναι μια ακόμη ένδειξη.

6. Μετάφραση. Αν το κείμενο είναι προϊόν αυτόματης μετάφρασης, τότε αυτό είναι μια πολύ μεγάλη ένδειξη. Όσο πιο σημαντικό μήνυμα προσπαθεί να σας περάσει, τόσο πιο πολύ θα πρέπει να σας υποψιάσει το κείμενο που προέρχεται από αυτόματη μετάφραση.

7. Φωτογραφίες. Αν το κείμενο συνοδεύεται από φωτογραφίες άσχετες με το θέμα, ή αν το θέμα της ανάρτησης είναι η φωτογραφία και αυτή έχει άθλια ανάλυση, είναι μια καλή ένδειξη ότι κάτι δεν πάει καλά.

8. Ιστορίες. Αν αυτό που διαβάσετε είναι η περιγραφή μιας ιστορίας χωρίς κανένα στοιχείο, μην το πιστεύετε. Είναι απλά μια ιστορία.

9. Πικάντικα και πονηρά. Αν το κείμενο περιγράφει μια σεξουαλικού περιεχομένου, πικάντικη ιστορία που φυσικά δεν θα περιέχει στοιχεία, για ευνόητους λόγους, μην την πιστέψετε. 99% αυτές οι ιστορίες γράφονται για να αυξήσουν την επισκεψιμότητα στις σελίδες γιατί κινούν την περιέργεια των αναγνωστών.

10. Μην πιστεύετε ότι αν κοινοποιήσετε μια φωτογραφία ή ένα κείμενο, οποιαδήποτε εταιρία θα διαθέσει ένα ποσό για κάποιο λόγο. Συνήθως αυτά τα μηνύματα αναπαράγονται στο Facebook και ισχυρίζονται ότι θα δοθεί ένα ποσό σε κάποια θεραπεία ή άλλο φιλανθρωπικό σκοπό.

11. Απίστευτοι ισχυρισμοί. Όσο πιο απίστευτοι και τρελοί ισχυρισμοί υπάρχουν σε ένα κείμενο, τόσο πιο ατράνταχτες αποδείξεις και στοιχεία θα πρέπει να το συνοδεύουν. Αν δεν υπάρχουν τότε η ανάρτηση είναι προϊόν φαντασίας του αρθρογράφου.

12. Συνωμοσιολογίες. Το ίντερνέτ και οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι το ιδανικό μέσο για τους συνωμοσιολόγους που θέλουν να ψαρέψουν οπαδούς. Να είσαστε πολύ επιφυλακτικοί, ειδικά όταν διαβάζετε ισχυρισμούς χωρίς να υπάρχουν τρανταχτά στοιχεία.

13. Μη λειτουργικά – ενεργά λινκ. Σελίδες διαγράφονται καθημερινά από το ίντερνέτ και είναι πολύ πιθανό να συναντήσετε σε αρκετές αναρτήσεις κάποιο τέτοιο μη λειτουργικό λινκ, επειδή έχει διαγραφεί η σελίδα ή από κάποιο λάθος. Όμως, αν αυτό συνοδεύεται και με κάποια από τα παραπάνω ή υπάρχουν αρκετά μη ενεργά λινκ στην ανάρτηση, είναι μια ακόμη ένδειξη ότι κάτι δεν πάει καλά.

14. Λογικά σφάλματα. Αν το κείμενο περιέχει λογικά σφάλματα, τότε μην το πάρετε στα σοβαρά. Δεν μπορεί να μας λέει αλήθεια ένα κείμενο που μιλάει για μια ευρωπαϊκή χώρα και να περιέχει τιμές σε δολάρια Καναδά.

15. Υπερβολικοί τίτλοι ή τίτλοι που δεν έχουν σχέση με το κείμενο της ανάρτησης. Τίτλοι που περιέχουν λέξεις όπως *ΣΟΚ*, *ΣΟΚΑΡΙΣΤΙΚΟ*, *ΤΡΟΜΕΡΟ*, *ΦΟΒΕΡΟ*, *ΑΠΙΣΤΕΥΤΟ*, *ΔΕΝ ΘΑ ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΣΤΑ ΜΑΤΙΑ ΣΑΣ* κ.τ.λ. ή τίτλοι που μετά την ανάγνωση του άρθρου καταλαβαίνεις ότι δεν έχουν σχέση με την ανάρτηση, ή στον τίτλο υπάρχουν 25 θαυμαστικά *!!!!!!!!!!!!!!* είναι εύκολο να καταλάβετε ότι μπαίνουν μόνο για να εκμεταλλευτούν την περιέργειά σας και να αυξήσουν την επισκεψιμότητα της σελίδας. Αυτό με συνδυασμό κάποιων από τα παραπάνω ανεβάζει τις πιθανότητες, να είναι hoax το άρθρο.

16. Αδικαιολόγητα λάθη. Δε μιλάμε για απλά ορθογραφικά λάθη, αλλά για τρανταχτά αδικαιολόγητα λάθη. Δεν μπορεί σε ένα άρθρο που μας εμφανίζει π.χ. ένα email απάντηση από μια εταιρία, το όνομα της εταιρίας να είναι γραμμένο λάθος από την ίδια την εταιρία.

17. Έρευνες και βαριά ονόματα. Αν το άρθρο αναφέρει κάποια έρευνα χωρίς να την παρουσιάζει ή να υπάρχει link για να τη διαβάσετε, αυτό θα πρέπει να σας προβληματίσει. Η αναφορά σε έρευνες, γίνεται για να αυξήσει την αξιοπιστία του άρθρου και να το πιστέψετε. Το ίδιο συμβαίνει με μεγάλα και γνωστά ονόματα επιστημόνων όπως Αϊνστάιν, Τέσλα κ.τ.λ. Αν το είπε ο Αϊνστάιν, «τότε δεν αμφισβητείται».

18. Άλλες αναρτήσεις. Αν στη σελίδα που διαβάσατε την ανάρτηση δείτε άλλα γνωστά hoaxes, αυτό είναι μια πολύ μεγάλη ένδειξη, γιατί, όπως καταλαβαίνετε, δεν υπάρχει έλεγχος στις αναρτήσεις της σελίδας.

19. Πόσα άρθρα ανά ώρα; Παρατηρήστε πόσα άρθρα ανεβάζουν οι διαχειριστές την ημέρα. Αν κάθε 2-3 και 5 λεπτά ανεβαίνει και νέο άρθρο, καταλαβαίνετε ότι δεν υπάρχει ο παραμικρός έλεγχος. Ούτε καν διαβάζουν αυτό που αναπαράγουν.

20. Σχόλια. Διαβάζετε πάντα τα σχόλια. Αν στα σχόλια υπάρχουν ισχυρισμοί ότι η ανάρτηση είναι ψέμα, αυτό δεν είναι καθόλου μα καθόλου καλό για την αξιοπιστία του άρθρου.

21. Όλα τα παραπάνω. Όσο περισσότερα από τα παραπάνω συναντήσετε σε μια ανάρτηση, τόσο πολλαπλασιάζονται οι πιθανότητες αυτή η ανάρτηση να είναι ένα ακόμη ψέμα ή τουλάχιστον να περιέχει μεγάλες ανακρίβειες.

Δανιηλίδης, Θ. (2014). «Πώς μπορούμε να καταλάβουμε αν μια ανάρτηση είναι hoax». Διαδικτυακή δημοσίευση στη σελίδα ellinikahoaxes.gr (διασκευή, απόσπασμα)

Κείμενο 8

Πως θα καταλάβουμε αν αυτό που διαβάζουμε είναι αξιόπιστο;

Υποβάλλοντας στον εαυτό μας τις εξής ερωτήσεις:

ΠΟΙΟΣ; Ποιος το δημοσίευσε; Είναι ειδικός στο συγκεκριμένο θέμα;

ΠΟΥ; Που δημοσιεύτηκε; Είναι η πηγή αξιόπιστη;

ΠΟΤΕ; Πότε δημοσιεύτηκε ή ενημερώθηκε τελευταία φορά;

ΓΙΑΤΙ; Για ποιο λόγο δημοσιεύτηκε; Για να μας ενημερώσει, να μας πείσει για μια γνώμη ή για προωθήσει ένα προϊόν;

ΠΩΣ; Πώς αναπαράχθηκε; Από αξιόπιστα site ή κυρίως μέσω των κοινωνικών δικτύων;



Αν συναντήσετε περιεχόμενο στο διαδίκτυο για το οποίο δεν είστε σίγουροι ότι είναι αληθές **σε καμία περίπτωση μην το αναδημοσιεύσετε χωρίς πρώτα να το ερευνήσετε**. Ένας τρόπος είναι να αναζητήσετε την είδηση μέσω μιας μηχανής αναζήτησης έτσι ώστε να διαπιστώσετε αν έχει δημοσιευθεί και αλλού.

Πολλές φορές κάποιος ο οποίος έχει προχωρήσει στην αναδημοσίευση μιας ψεύτικης είδησης μπορεί καν να μην το γνωρίζει οπότε είναι σημαντικό να το επισημάνετε γράφοντας κάποιο σχετικό πολύ ευγενικό σχόλιο κάτω από την αναδημοσίευση. **Πρέπει να γίνει συνείδηση ότι όπως ο εκφοβισμός δεν είναι αποδεκτός έτσι δεν είναι αποδεκτή και η παραπληροφόρηση.**

ΟΤΑΝ ΤΑ ΠΑΙΔΙΑ ΚΑΤΑΛΑΒΑΙΝΟΥΝ ΤΙ ΕΙΔΟΥΣ ΕΠΙΡΡΟΗ ΕΧΕΙ ΚΑΤΙ, ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΚΑΝΟΥΝ ΣΥΝΕΙΔΗΤΕΣ ΕΠΙΛΟΓΕΣ!