



ΘΕΜΑ: Παραπληροφόρηση – Ψευδείς Ειδήσεις

“A lie can travel halfway
around the world while the
truth is still putting its
shoes on”

Η σπουδαιότητα του θέματος

- Καταιγισμός από ψευδείς ειδήσεις και παραπληροφόρηση, από τα μέσα μαζικής δικτύωσης και, όχι μόνο
- Μεθοδικά στημένη και διαρκώς ακμάζουσα επιχείρηση
- Το κάθε κλικ ισοδυναμεί με πραγματικά λεφτά
- Ο ανυποψίαστος χρήστης μετατρέπεται, άθελά του, σε μαριονέττα



Επιτακτική η ανάγκη για παιδεία στα Μέσα και καλλιέργεια κριτικής σκέψης

Ασφαλής χρήση του διαδικτύου και εξασφάλιση μέγιστου δυνατού οφέλους



Θεωρητικό υπόβαθρο

- Ψευδείς ειδήσεις ή fake news:
 - Ειδήσεις με συγκεκριμένο σκοπό
 - Είδος κίτρινου τύπου ή προπαγάνδας
 - Κατασκευάζονται ώστε να μοιάζουν με αξιόπιστες ειδησεογραφικές ή επιστημονικές πληροφορίες
- Η πρώτη καταγραφή ψευδούς είδησης – 13ος π.Χ. αιώνας
- Ο σκοπός τους μπορεί να είναι εμπορικός ή πολιτικός

Κοινωνικοί και εκπαιδευτικοί στόχοι

- Να θωρακίσουμε τους πολίτες κάθε ηλικίας με δεξιότητες κατάλληλες να μπορούν να διακρίνουν την κάθε προσπάθεια εξαπάτησης και δόλου μέσα από το διαδίκτυο, ώστε να μπορούν να τα αποφύγουν κι έτσι, με ασφάλεια να έχουν το μέγιστο δυνατό κέρδος από το υλικό στις πλατφόρμες που χρησιμοποιούν

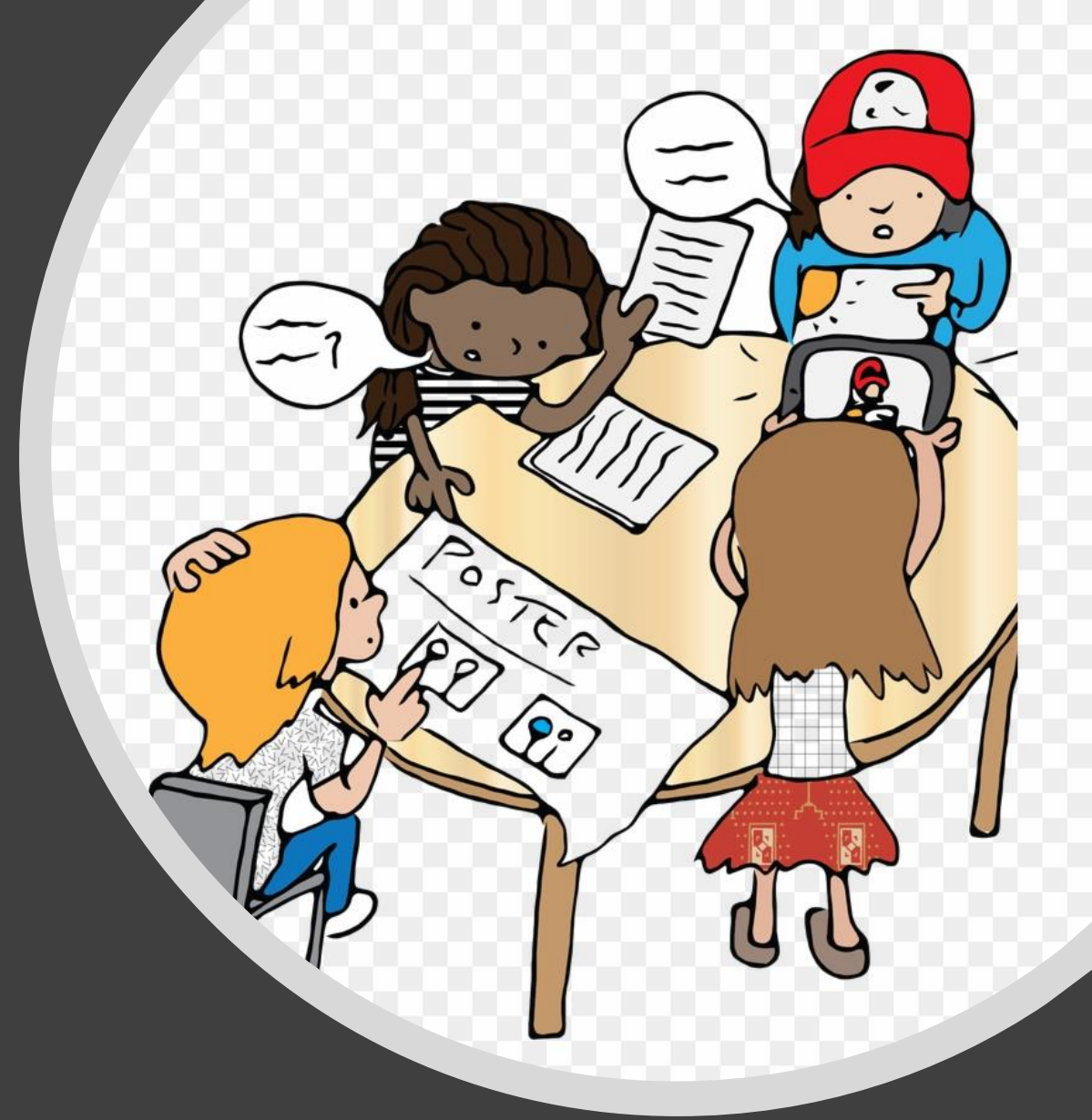


Επιτακτική η ανάγκη για καλλιέργεια ΚΡΙΤΙΚΗΣ ΣΚΕΨΗΣ και αναγωγή της σε στάση ζωής



Εκπαιδευτική παρέμβαση σε επίπεδο τάξης

- Μπορεί να γίνει στο πλαίσιο του υφιστάμενου Αναλυτικού Προγράμματος, π.χ. ως προέκταση ενός μαθήματος Ελληνικών ή ως ενότητα στην Αγωγή Ζωής
- Όσο μεγαλύτερα είναι ηλικιακά τα παιδιά τόσο μεγαλύτερη η άνεση για τη χρήση αυθεντικών πηγών (γλώσσα, έκταση κειμένων)
- Για τις μικρότερες ηλικιακά ομάδες μπορεί να γίνουν διασκευές των διαθέσιμων πηγών



Η συγκεκριμένη εκπαιδευτική παρέμβαση...

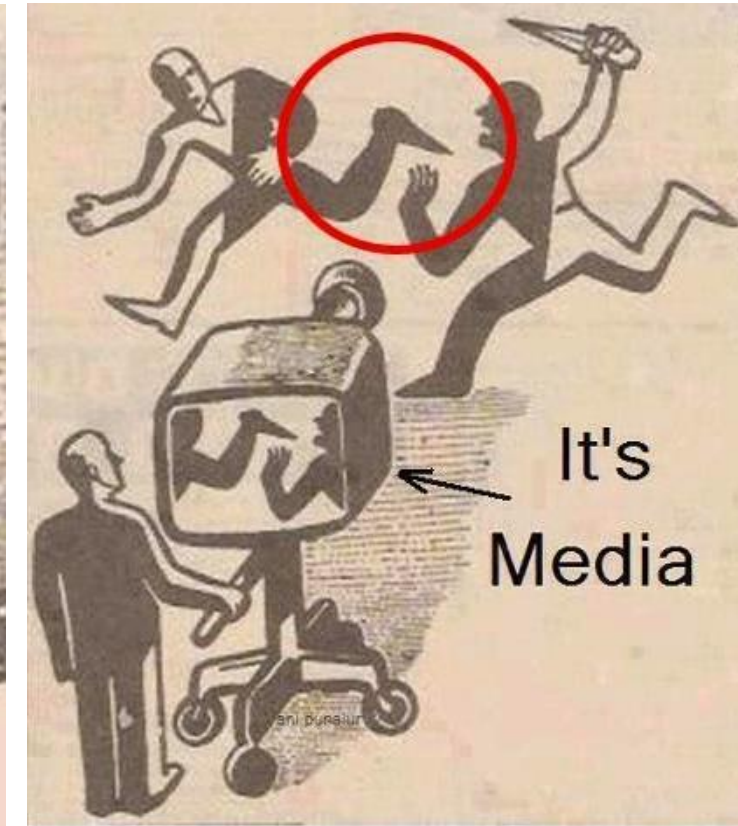
- Ηλικιακή ομάδα: 14 – 16 χρονών
- Διάρκεια: 4 X 40'
- Στόχοι:
 - Να εξηγούν τις έννοιες «παραπληροφόρηση», «ψευδής είδηση», «fake news» και «clickbait»
 - Να εντοπίζουν τα χαρακτηριστικά μιας ψευδούς είδησης και να την αξιολογούν ως προς την εγκυρότητά της
 - Να περιγράφουν το μέγεθος της ατομικής ευθύνης ως προς την προστασία του εαυτού και των άλλων από τη διάδοση ψευδών ειδήσεων
- Τελικό προϊόν: Προσχέδιο ενός πόστερ με σκοπό την ενημέρωση των νέων για την παραπληροφόρηση ως την κρυμμένη απειλή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Για το σπίτι: Προτάσεις για συγκεκριμένες ταινίες/βιβλία

- Στόχος: Να εξηγούν τις έννοιες «παραπληροφόρηση», «ψευδής είδηση», «fake news» και «clickbait»

- Αφόρμηση: Προβολή της εικόνας Fake News 1 – Περιγραφή
- Αποκάλυψη ολόκληρης της εικόνας (Fake News 2) και παρουσίαση σκέψεων και συμπερασμάτων από τα παιδιά – Καταγραφή τους σε μορφή ιδεοθύελλας στον πίνακα
- Αναγράφονται στον πίνακα οι έννοιες «παραπληροφόρηση», «ψευδής είδηση», «fake news» - Τα παιδιά παρουσιάζουν ό,τι γνωρίζουν σχετικό και στο τέλος γίνεται διασαφήνιση των όρων από την εκπαιδευτικό



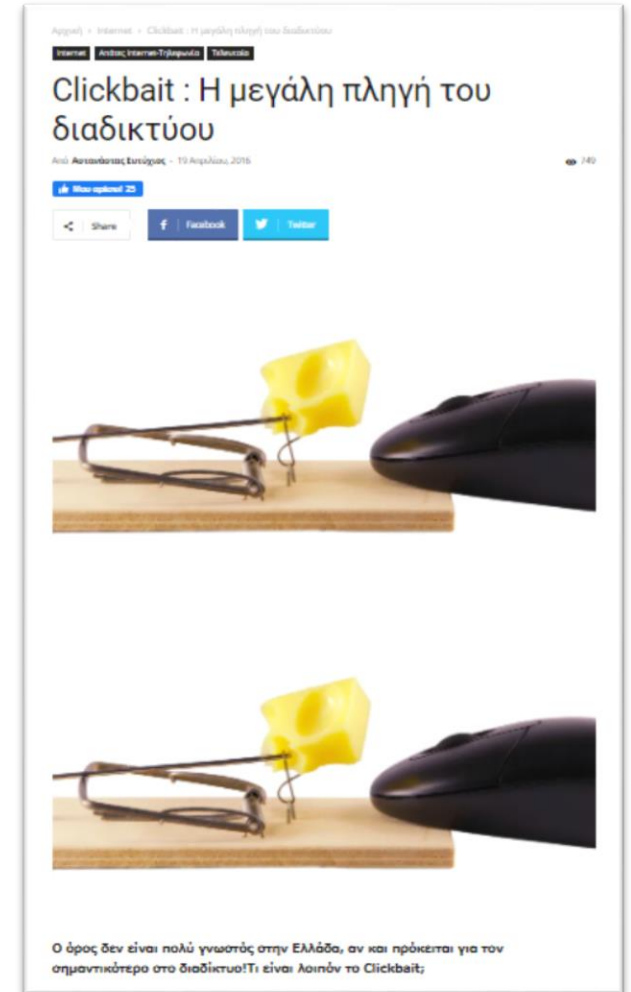
Fake News 1



Fake News 2

- Στόχος: Να εξηγούν τις έννοιες «παραπληροφόρηση», «ψευδής είδηση», «fake news» και «clickbait»

- Τίθεται το ερώτημα «Γιατί υπάρχουν fake news;» - Δίνεται χρόνος για να καταγράψουν τις πρώτες τους σκέψεις - Καταγραφή τους σε μορφή ιδεοθύελλας στον πίνακα
- Η εκπαιδευτικός παρουσιάζει τον όρο «clickbait» και δίνει χρόνο στα παιδιά να καταγράψουν έννοιες που θεωρούν ότι έχουν να κάνουν με αυτόν τον όρο (σημασία/λειτουργία)
- Προβάλλει το πάνω μέρος της ιστοσελίδας «Clickbait: Η μεγάλη πληγή του διαδικτύου» και αναγράφεται στον πίνακα ο όρος «clickbait» - Συζήτηση, με βάση αυτό που βλέπουν και των όσων έχουν αρχικά καταγράψει



<https://www.safer-internet.gr/clickbait/>

- Στόχος: Να εξηγούν τις έννοιες «παραπληροφόρηση», «ψευδής είδηση», «fake news» και «clickbait»

- Δίνεται σε έντυπη μορφή ολόκληρο το άρθρο στα παιδιά - Απαντούν στις σχετικές ερωτήσεις που υπάρχουν στο κάτω μέρος του φύλλου εργασίας
- Παρουσίαση απαντήσεων – Τελικά συμπεράσματα
- Για το σπίτι: Ενθαρρύνονται να διαβάσουν το άρθρο του BBC, που προτείνεται στο φυλλάδιό τους [Clickbait: The changing face of online journalism](#)
- Ολοκλήρωση μαθήματος: Προβολή αποσπάσματος από την ταινία *The social dilemma* (Time 1:02:00 – 1:05:14) – Παρουσιάζουν τους προβληματισμούς τους/Συζήτηση

Clickbait : Η μεγάλη πληγή του διαδικτύου

Από Αστανάσας Ευύχιος
19 Απριλίου, 2016



Ο όρος δεν είναι πολύ γνωστός σ' πρόκειται για τον σημαντικότερο είναι λοιπόν το Clickbait;

Τα τελευταία χρόνια που το ίντερνετ κυριαρχεί στον τομέα της ενημέρωσης παρατηρείται το φαινόμενο του «κλικ με το ζόρι». Έτσι ορίζεται ο τρόπος προσπαθούν να τραβήξουν από τα μαλλιά των αναγνώστών για να κλικ στο σύνδεσμο που θα του πετάξουν στα μούτρα. Όπως εύκολα στο 99% των περιπτώσεων η τελική είδηση είναι μία μεγαλοπρεπής μην την χαρακτηρισμού χειρότερα, που απλώς σε ξεγέλασε.

Bait σημαίνει δόλωμα

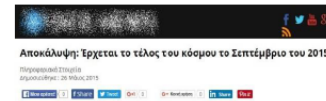
Clickbait είναι ένας υποτιμητικός όρος, που περιγράφει το περιεχόμενο έχει στόχο την απόκλιση κερδών από την online διαφήμιση, σε βάρος της ακρίβειας του άρθρου, στηριζόμενη σε τίτλους εντυπωσιασμού, κλικ και στη συνέχεια να ενθαρρύνει την προώθηση του περιεχομένου δικτύου (facebook, twitter κλπ).

Οι επικεφαλίδες των Clickbait άρθρων στοχεύουν στο να εκμεταλλευτούν την περιέργεια, παρέχοντας στον τίτλο πληροφορίες αρκετές για να κλικ περιέργεια του αναγνώστη, αλλά όχι αρκετές για να ικανοποιήσουν αν δεν κάνει κλικ στον σύνδεσμο (link) που οδηγεί στο περιεχόμενο.

Ο πρώτος δίδαξ....

Το clickbait γιναντόθηκε ως πρακτική, από την εταιρεία Taboola, με ψηφιακής διαφήμισης, που ιδρύθηκε στο Ισραήλ από τον Adam Sindler, διετέλεσε επί 7 έτη, αξιωματικός της επίλεκτης μονάδας κρυπτογράφου στρατού.

....και

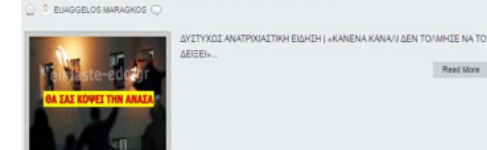


Στην Ελλάδα γνωρίστηκε από χιλιάδες blogs και πρωτοπόρο του είδους τρομακτικό -το οποίο σημεία κόπωσης- ξεπέρασε το makele επιδόσεις στο Clickbait voicenews, που είναι site, χάρη στην τηλεοπτική του προώθηση από τον ιδιοκτήτη του, ενώ άλλα sites και blogs clickbait με χαρακτηριστικότερο όλων το Volcan υποτιθέμενης (;) Μαρκέλας Τουφεξή, που ξεπέρασε ακόμη και τον εντυπωσιαστικό απαστηλούς τίτλους!



Η εικόνα στην αρχή του άρθρου, είναι από το [volcanotimes](#), του οποίου οι τίτλοι είναι πάντα τόσο εντυπωσιακά απαστηλοί!

ΒΙΝΤΕΟ - ΔΥΣΤΥΧΟΣ ΑΝΑΤΡΙΧΙΑΣΤΙΚΗ ΕΙΔΗΣΗ | «ΚΑΝΕΝΑ ΚΑΝΑΛΙ ΔΕΝ ΤΟΛΜΗΣΕ ΝΑ ΤΟ ΔΕΙΞΕΙ»



Τα [clickbait sites](#) δεν ταυτίζονται με τα sites με [μούφες](#), ψεύτικες ειδήσεις [κ.λ.π.](#) Το [clickbait](#) μπορεί να το εφαρμόζουν όλοι, ακόμη κι αν έχουν μόνο αξιόπιστες σοβαρές ειδήσεις. Αναφέρεται μόνο στον τρόπο, που

φέρνεις τον "πελάτη" στο μαγαζί σου. Για παράδειγμα κάποια [αελίδα](#) δεν βάζει τίτλους-δόλωμα, ενώ κάποια άλλη χρησιμοποιεί το κόλπο. Το [clickbait](#) είναι μια τάση της δημοσιογραφίας, που θα κερδίζει συνεχώς έδαφος, καθώς ακόμη και οι σοβαρότερες εφημερίδες, άρχισαν να πληρώνουν τον αρθρογράφο με βάση το κλικ που θα φέρει.

Όσο ο κόσμος θα κάνει κλικ σε τίτλους "ΜΑΣ ΤΑ ΚΡΥΒΟΥΝ ΤΑ ΚΑΝΑΛΙΑ", "ΘΑ ΠΑΘΕΤΕ ΣΟΚ" [κλπ](#), τόσο θα υποκύπτουν στον πειρασμό και αξιόπιστα ΜΜΕ. Αλλιώς θα χάνουν πελάτες και χρήμα. Ο πελάτης καθορίζει πού θα πάει το πράγμα.

Στην Ελλάδα, η πρακτική έχει τεράστιο αντίκρουσμα και θα υποκύψουμε όλοι, αλλιώς δεν θα μας διαβάσει κανείς. Δεν είναι τυχαίο ότι κάποιες [αελίδες](#), που είναι εξωφρενικά [clickbait](#) (όλοι που οι τίτλοι λένε "ΣΟΚ" [κλπ](#)), είναι στα πρώτα 20 [αίτια](#) σε [επισκευσιμότητα](#), ενώ αν ήταν εφημερίδα (όπου πληρώνεις) δεν θα πουλούσε ούτε 100 φύλλα. Στο διαδίκτυο όμως, έχει πάνω από 500.000 επισκευσεις την ημέρα, αν και είναι εξωφρενικά γελοίο [αίτιο](#), χωρίς καμία, μα ούτε μία, χρησιμη είδηση, παρά μόνο "πασαρίκια" θέματα, πλάσαρισμένα με πομπώδεις τίτλους-δόλωμα. Αυτό το επέλεξε ο ιδιοκτήτης του [site](#) επειδή ο καημός του δεν είναι να ενημερώσει, αλλά να βγάλει λεφτά.

Αυτά θέλει ο κόσμος...δύσκολοι καιροί για σοβαρή αρθρογραφία. [...]

Δες τους προβληματισμούς της δημοσιογραφικής κοινότητας για το Clickbait στο ενδιαφέρον άρθρο του BBC [Clickbait: The changing face of online journalism](#) <https://www.safer-internet.gr/clickbait/> (διασκευή)

Ερωτήσεις:

- Πώς ορίζεται από τους ειδικούς το «clickbait»;
- Πώς λειτουργεί ως φαινόμενο στο διαδίκτυο;
- Πώς σχετίζεται το «clickbait» με τους όρους «παραπληροφόρηση» και «ψευδής είδηση»; Στηρίξτε την απάντησή σας με συγκεκριμένα παραδείγματα από προσωπικές σας εμπειρίες.

- Στόχος: Να εντοπίζουν τα χαρακτηριστικά μιας ψευδούς είδησης και να την αξιολογούν ως προς την εγκυρότητά της

- Αφόρμηση: Θέτονται τα ερωτήματα

Πώς διακρίνουμε μια ψευδή είδηση από μια έγκυρη είδηση;

Τι μπορούμε να κάνουμε για να προστατέψουμε τόσο τον εαυτό μας όσο και τους άλλους από την παραπληροφόρηση;

– Συζήτηση

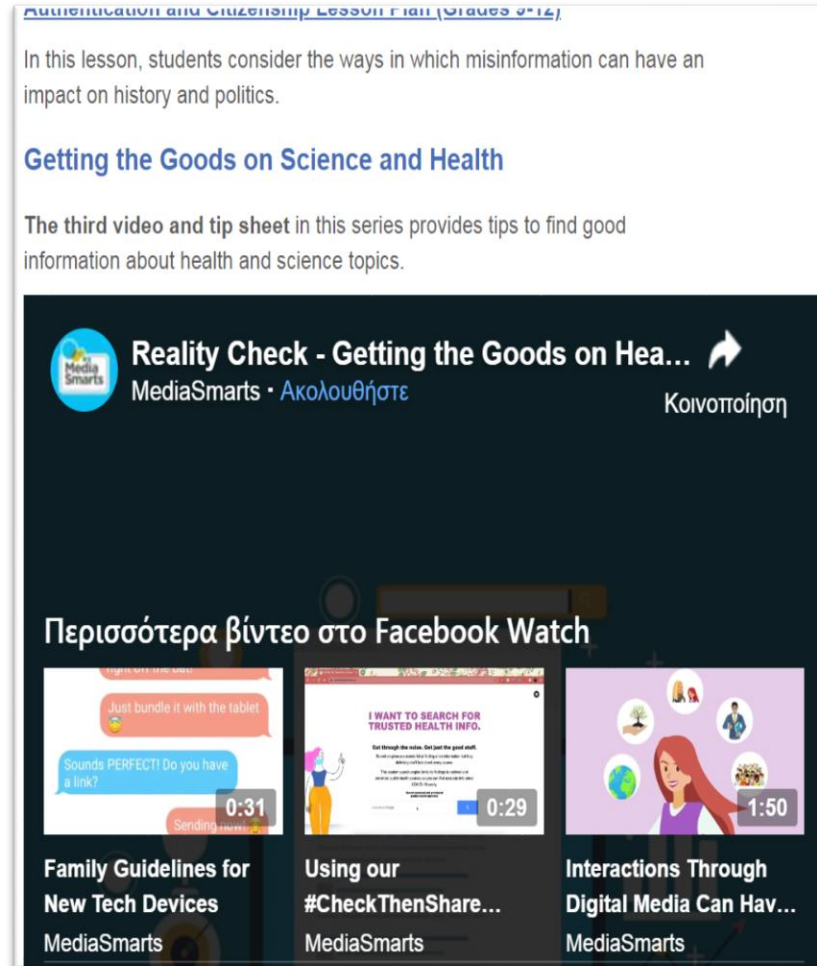
- Τα παιδιά χωρίζονται σε πέντε ομάδες και παρακολουθούν, ανά ομάδα, ένα από τα 5 βίντεο που υπάρχουν στη σελίδα Reality Check <https://mediasmarts.ca/digital-media-literacy/digital-issues/authenticating-information/reality-check> - Παίρνουν σημειώσεις σχετικές με τα αρχικά ερωτήματα
- Παρουσιάζουν ανά ομάδα τα αποτελέσματά τους

Authenticating and Citizenship Lesson Plan (Grades 9-12)

In this lesson, students consider the ways in which misinformation can have an impact on history and politics.

Getting the Goods on Science and Health

The third video and tip sheet in this series provides tips to find good information about health and science topics.

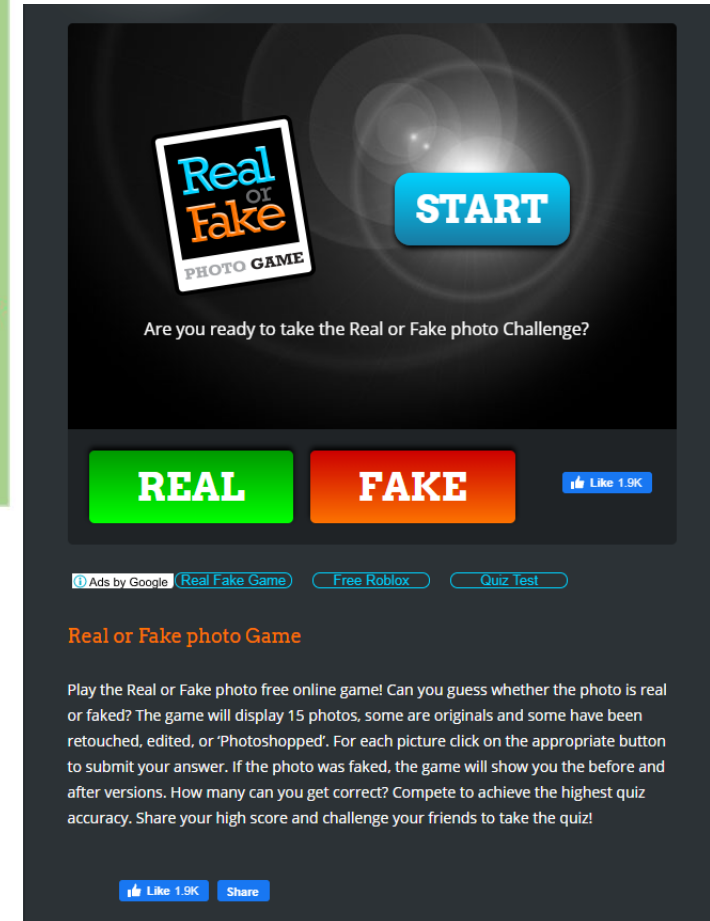
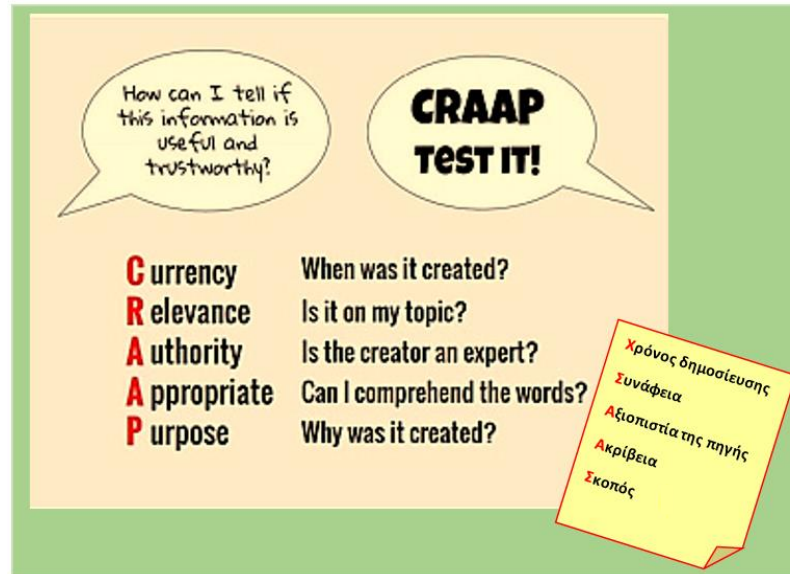


<https://mediasmarts.ca/digital-media-literacy/digital-issues/authenticating-information/reality-check>

- Πώς διακρίνουμε μια ψευδή είδηση από μια έγκυρη είδηση;
- Τι μπορούμε να κάνουμε για να προστατέψουμε τόσο τον εαυτό μας όσο και τους άλλους από την παραπληροφόρηση;

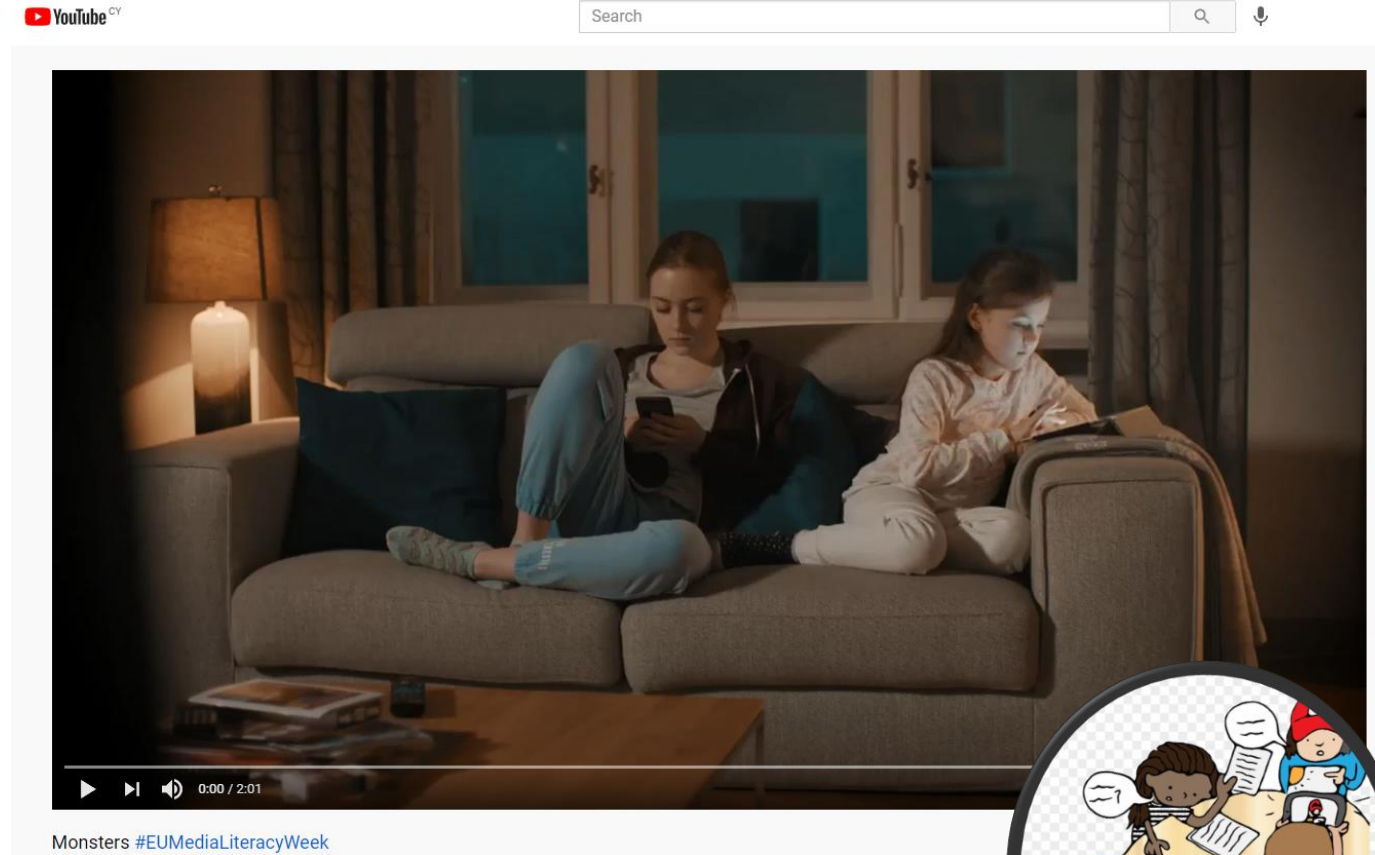
- Στόχος: Να εντοπίζουν τα χαρακτηριστικά μιας ψευδούς είδησης και να την αξιολογούν ως προς την εγκυρότητά της

- Παρουσιάζεται στον πίνακα σχηματικά το CRAAP TEST – Θα δοθεί αντίγραφο σε κάθε μαθητή
- Ολοκλήρωση μαθήματος: Σε ζευγάρια (ή ατομικά εάν υπάρχει η δυνατότητα ατομικών tablets) δοκιμάζουν την ικανότητά τους να διακρίνουν κατά πόσο μια φωτογραφία είναι αυθεντική ή προϊόν μεταποίησης με το παιχνίδι *Fake Photo Game*.

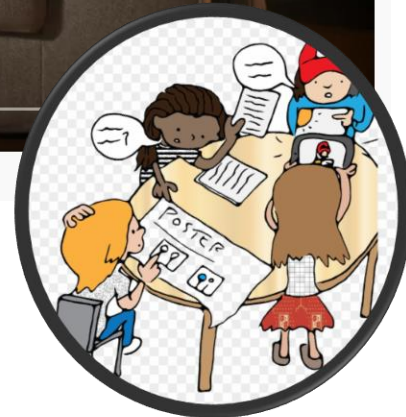


- Στόχος: Να περιγράψουν το μέγεθος της ατομικής ευθύνης ως προς την προστασία του εαυτού και των άλλων από τη διάδοση ψευδών ειδήσεων

- Αφόρμηση: Προβολή του βίντεο “*Monsters #EUMediaLiteracyWeek*» - Σκοπός των παιδιών να περιγράψουν τη διαδικασία με την οποία η μικρή αδερφή βεβαιώνεται ότι η ύπαρξη τεράτων στην ντουλάπα της αποτελεί απλά προϊόν παραπληροφόρησης
- Σε ομάδες των δύο ή τριών ατόμων ετοιμάζουν το προσχέδιο ενός πόστερ που θα πρότειναν να κυκλοφορήσει με σκοπό την ενημέρωση των νέων για την παραπληροφόρηση ως την κρυμμένη απειλή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Παρουσίαση της δουλειάς τους – Επιχειρηματολογούν υπέρ των αποφάσεών τους ως προς το περιεχόμενο και τη μορφή του πόστερ



<https://www.youtube.com/watch?v=3RnQ1AZA07s>



- Στόχος: Να περιγράψουν το μέγεθος της ατομικής ευθύνης ως προς την προστασία του εαυτού και των άλλων από τη διάδοση ψευδών ειδήσεων

- Ολοκλήρωση μαθήματος: Προβολή βίντεο «Ψευδείς ειδήσεις και πώς τις ξεχωρίζουμε», ως επιστέγασμα όλων όσων έχουν παρουσιαστεί στα τρία μαθήματα - Τελευταία σχόλια
- Προτάσεις για περαιτέρω μελέτη: The social Dilemma (ντοκιμαντέρ), Nowhere Safe (ταινία), The Truman Show (ταινία), Ten arguments for deleting your social media accounts right now, Jaron Lanier (βιβλίο)
- Προαιρετικά: Να ολοκληρώσουν το πόστερ τους στην τελική του μορφή (έντυπη ή ψηφιακή) και να το επιστρέψουν για να εκτεθεί στο σχολείο



Ψευδείς ειδήσεις και πως τις ξεχωρίζουμε

<https://www.youtube.com/watch?v=s7fVIAbXz9M>