

ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ

«Καταγγέλλω το Ρατσισμό»

**Ενότητα 4: Γραμματισμός
στα Μέσα Επικοινωνίας**

Διάρκεια: 4 ώρες



Σημαντικές Πληροφορίες για την Ενότητα

Τίτλος	Γραμματισμός στα Μέσα Επικοινωνίας
Σκοπός	Βελτίωση των δεξιοτήτων γραμματισμού του συμμετέχοντα/ουσας στα μέσα επικοινωνίας, παρέχοντάς του/της πληροφορίες για κατανόηση του ρόλου των μέσων μαζικής επικοινωνίας στον αντιμεταναστευτικό λόγο καθώς και των μηχανισμών που χρησιμοποιούν για το σκοπό αυτό (πλαίσια, καθορισμός ατζέντας, ψευδείς ειδήσεις (fake news) και σκόπιμη παραπληροφόρηση).
Όνομα Εκπαιδευτή/τριας	
Μαθησιακά Αποτελέσματα	<p>Με το τέλος του εργαστηρίου, οι συμμετέχοντες/ουσες θα είναι σε θέση:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Να επανεξετάσουν τη δύναμη των μέσων μαζικής επικοινωνίας και να περιγράψουν πώς τα μέσα μπορούν να επηρεάσουν τις απόψεις και τις αντιλήψεις διαφορετικών ομάδων και να διαμορφώσουν την κρίση τους. • Να αξιολογούν τη συνάφεια, την αξιοπιστία και τον σκοπό των πηγών που χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής επικοινωνίας καθώς και ένα συγκεκριμένο μήνυμα, αναγνωρίζοντας εάν περιλαμβάνει πλαίσια, καθορισμό ατζέντας ή σκόπιμη παραπληροφόρηση. • Να εξετάζουν το γενικότερο πεδίο των μέσων μαζικής επικοινωνίας και κάθε πληροφορία που αφορά στους μετανάστες και εξυπηρετεί πολιτικούς σκοπούς. • Να αξιολογεί και να μπορεί να διαφωνεί με τον τρόπο που παρουσιάζονται στα κύρια μέσα μαζικής επικοινωνίας άτομα με διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο.

Γραμματισμός στα Μέσα Επικοινωνίας (Media Literacy)

Ο Γραμματισμός στα Μέσα Επικοινωνίας αποτελεί δεξιότητα του 21^{ου} αιώνα. Περιλαμβάνει ένα πλαίσιο πρόσβασης, ανάλυσης, αξιολόγησης, δημιουργίας και συμμετοχής με μηνύματα σε διάφορες μορφές μέσων επικοινωνίας, από τα έντυπα μέχρι τα βίντεο ή το Διαδίκτυο. Ο Γραμματισμός στα Μέσα Επικοινωνίας ενισχύει την κατανόηση του ρόλου των μέσων μαζικής επικοινωνίας στην κοινωνία καθώς και τις βασικές δεξιότητες διερεύνησης και έκφρασης, που είναι απαραίτητες για τους πολίτες σε μια δημοκρατική κοινωνία [1].

Γραμματισμός στα Μέσα Επικοινωνίας



- Προσδιορίστε το ρόλο των μέσων επικοινωνίας στην κοινωνία μας.
- Μάθετε να σκέφτεστε κριτικά.
- Γίνετε «έξυπνος καταναλωτής» πληροφοριών.
- Αναγνωρίστε τι αποτελεί άποψη.
- Κατανοήστε το στόχο του εκάστοτε συντάκτη.
- Δημιουργήστε υπεύθυνα μέσα επικοινωνίας [2].



Γραμματισμός στα Μέσα Επικοινωνίας

Στην Εποχή της Ψηφιακής Πληροφορίας, οι ειδήσεις και οι πληροφορίες διαδίδονται ταχύτερα από ποτέ μέσα από τα ψηφιακά μέσα και η ικανότητα να διακρίνονται οι αληθείς από τις ψευδείς πληροφορίες έχει καταστεί εξαιρετικά σημαντική και ταυτόχρονα πολύ δύσκολη.



Θεματικές

- Μέσα Επικοινωνίας και η Δύναμή τους
- Καθορισμός Ατζέντας (Agenda Setting)
- Ψευδείς Ειδήσεις (Fake News)



Μέσα Επικοινωνίας και η Δύναμή τους

Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας

Ο όρος «μέσα μαζικής επικοινωνίας» αναφέρεται σε μια ποικιλία τεχνολογικών μέσων, τα οποία προσεγγίζουν μεγάλο κοινό μέσω της μαζικής επικοινωνίας. Οι τεχνολογίες με τη βοήθεια των οποίων πραγματοποιείται αυτή η επικοινωνία περιλαμβάνουν μια ποικιλία μέσων.



Η Δύναμη των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας

Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας επηρεάζουν τις σκέψεις, στάσεις και συμπεριφορά του ατόμου ή του κοινού που τα παρακολουθεί.

Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας είναι γνωστά ως μια από τις σημαντικότερες δυνάμεις της σύγχρονης κουλτούρας.

Η Δύναμη των Μέσων Μαζικής Επικοινωνίας

Η επιρροή των μέσων μαζικής επικοινωνίας έχει επιπτώσεις σε πολλές πτυχές της ανθρώπινης ζωής, όπως:

- Ψήφιση με συγκεκριμένο τρόπο.
- Ατομικές απόψεις και πεποιθήσεις.
- Ή, ακόμη, και ψευδείς πληροφορίες, που μπορούν να στρεβλώσουν τις γνώσεις του ατόμου για ένα συγκεκριμένο θέμα.

Θεωρία της Μαγικής Σφαίρας

Θεωρία της Μαγικής Σφαίρας (Magic Bullet Theory):

Θεωρεί ότι το κοινό αποτελεί στόχο μιας ένεσης ή σφαίρας πληροφοριών, που πυροδοτείται από το πιστόλι των μέσων μαζικής επικοινωνίας. Το κοινό δεν μπορεί να αποφύγει ή να αντισταθεί στην ένεση ή τις σφαίρες [3].

Αφηγήματα

Αφήγημα (Narrative) – ο τρόπος αναπαράστασης γεγονότων, δεδομένων και εμπειριών, υπό συγκεκριμένη οπτική, η οποία τους προσδίδει συγκεκριμένο νόημα, π.χ. τα συνδέει με συγκεκριμένες ιδεολογίες, ταυτότητες ή υποθέσεις.

Θεωρία της Πλαισίωσης

Πλαισίωση (framing) είναι η παραπλανητική χρήση των πληροφοριών, με σκοπό να πλαισιώσουν ένα ζήτημα με συγκεκριμένο τρόπο [4].

Πλαίσιαση: Παράδειγμα

«Μία τίγρης επιτίθεται σε ένα κορίτσι και ένας άνδρας σώζει το κορίτσι, σκοτώνοντας την τίγρη.

Σε αυτή την περίπτωση, τα μέσα επικοινωνίας δείχνουν ότι ο άνθρωπος είναι γενναίος, έως ότου γίνει γνωστό ότι είναι μετανάστης.

Μετά από αυτό, τα μέσα επικοινωνίας λένε ότι η τίγρης έπαιζε με το κορίτσι, όταν ο μετανάστης της επιτέθηκε, σκοτώνοντας μια αθώα τίγρη.

Τα μέσα επικοινωνίας μπορούν να στρέψουν την ιστορία προς οποιαδήποτε κατεύθυνση, με σκοπό την προπαγάνδα, κάνοντας τους ανθρώπους να πιστεύουν στη δική τους εκδοχή της ιστορίας» [5].

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 1:
Αναγνώριση της Δύναμης των Μέσων Επικοινωνίας
Άσκηση μέσω της τεχνικής “Fishbowl” (Γυάλα)

ACTIVITY



Ερωτήσεις:

- Συζητήστε το ρόλο των διαφόρων μέσων επικοινωνίας στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και του ίδιου του ρόλου τους.
- Συζητήστε πώς και γιατί τα άτομα από διαφορετικό πολιτισμικό υπόβαθρο μπορεί να γίνουν αντικείμενο πλαισίωσης από τα μέσα επικοινωνίας.
- Θυμηθείτε από την προσωπική σας εμπειρία εάν έχετε υπάρξει ποτέ εσείς οι ίδιοι/ες θύμα κάποιου μέσου επικοινωνίας και με ποιον τρόπο.
- Σκεφτείτε πώς μπορείτε εσείς ή κάποιος/α άλλος/η από την κοινότητά σας να επηρεάσετε το πεδίο των μέσων επικοινωνίας μέσα από τα μέσα επικοινωνίας της κοινότητάς σας.



Καθορισμός Ατζέντας (Agenda Setting)

Καθορισμός Ατζέντας/Θεματολογίας (Agenda Setting)

Ο καθορισμός ατζέντας/θεματολογίας είναι η «ικανότητα (των εισηδιογραφικών μέσων) να επηρεάζουν τη σημασία που αποδίδεται στα θέματα της δημόσιας ατζέντας» [6].

Υποθέσεις γύρω από τη Θεωρία Καθορισμού Ατζέντας [7]:

1. Ο Τύπος και τα μέσα επικοινωνίας δεν αντικατοπτρίζουν την πραγματικότητα, τη φιλτράρουν και τη διαμορφώνουν.
2. Η επικέντρωση των μέσων επικοινωνίας σε συγκεκριμένα ζητήματα και θέματα οδηγεί το κοινό να εκλαμβάνει τα ζητήματα αυτά ως πιο σημαντικά από άλλα.

Είδη Καθορισμού Ατζέντας [7]:

1. Καθορισμός δημόσιας ατζέντας: Όταν το κοινό καθορίζει τη θεματολογία ως προς ποιες ιστορίες θεωρούνται σημαντικές.
2. Καθορισμός ατζέντας από τα μέσα επικοινωνίας: Όταν τα μέσα επικοινωνίας καθορίζουν τη θεματολογία ως προς το ποιες ιστορίες θεωρούνται σημαντικές.
3. Καθορισμός πολιτικής ατζέντας: Όταν τόσο η θεματολογία που καθορίζει το κοινό όσο και αυτή των μέσων επικοινωνίας επηρεάζουν τις αποφάσεις των δημοσίων φορέων χάραξης πολιτικής/λήψης αποφάσεων.

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 2:
Κατανόηση του Καθορισμού Ατζέντας
«Δημιουργία νοητικού χάρτη (mind map)»

Ερωτήσεις:

- Ποια είναι τα δεξιά πολιτικά κόμματα στη χώρα όπου ζείτε;
- Συζητήστε και εξηγήστε πώς π.χ. οι Σουηδοί δημοκράτες (ή/και πολιτικά κόμματα στη χώρα σας) καθορίζουν την ατζέντα των μέσων επικοινωνίας στη χώρα.
- Τι είδος καθορισμού ατζέντας αντικατοπτρίζουν π.χ. οι ενέργειες των Σουηδών δημοκρατών (ή/και πολιτικών κομμάτων στη χώρα σας); Μήπως η αρνητική στάση απέναντι στους μετανάστες προκύπτει από το κοινό, τα μέσα επικοινωνίας ή τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής/λήψης αποφάσεων;
- Συζητήστε το ρόλο των διαφόρων μέσων επικοινωνίας στον καθορισμό της ατζέντας σχετικά με τους μετανάστες.
- Σκεφτείτε πώς εσείς ή κάποιος/α άλλος/η από την κοινότητά σας θα μπορούσε να επηρεάσει το πεδίο των μέσων επικοινωνίας μέσα από τα μέσα επικοινωνίας της κοινότητάς σας, με σκοπό να καταπολεμήσετε την παραπλανητική ατζέντα σχετικά με τους μετανάστες.



Ψευδείς Ειδήσεις (Fake News)

Οι ψευδείς ειδήσεις είναι αναληθείς πληροφορίες, που φαίνεται ότι αποτελούν ειδήσεις, αλλά, στην πραγματικότητα, έχουν δημιουργηθεί σκόπιμα, ώστε να παραπλανήσουν τους αναγνώστες τους.

Παράδειγμα:

Οι κατασκευασμένες πληροφορίες στο δημοσίευμα δεξιά αναφέρουν ότι ένας άνδρας που κέρδισε το λαχείο, συνελήφθη γιατί πέταξε κοπριά αξίας 200.000 δολλαρίων στην περιουσία του πρώην αφεντικού του. Η ιστορία δημοσιεύτηκε στην ιστοσελίδα *The World News Daily Report*, το σύνθημα της οποίας είναι «Όπου τα γεγονότα δεν έχουν σημασία». Σύμφωνα με το BuzzFeedNews.com, η συγκεκριμένη δημοσίευση προκάλεσε περίπου 2,3 εκατομμύρια αντιδράσεις, αναδημοσιεύσεις και σχόλια στο Facebook το 2018.

HOT TOPICS

JUNE 27, 2019 | SAN FRANCISCO HOMELESS MAN DIES FROM RABIES AFTER PERFORMING ORAL SEX ON STRAY DOG

LOTTERY WINNER ARRESTED FOR DUMPING \$200,000 OF MANURE ON EX-BOSS' LAWN



2M



A man from Illinois was arrested for getting \$224,000 worth of manure dumped on his former employer's property, only two weeks after he won \$125 million at the lottery and quit his job.

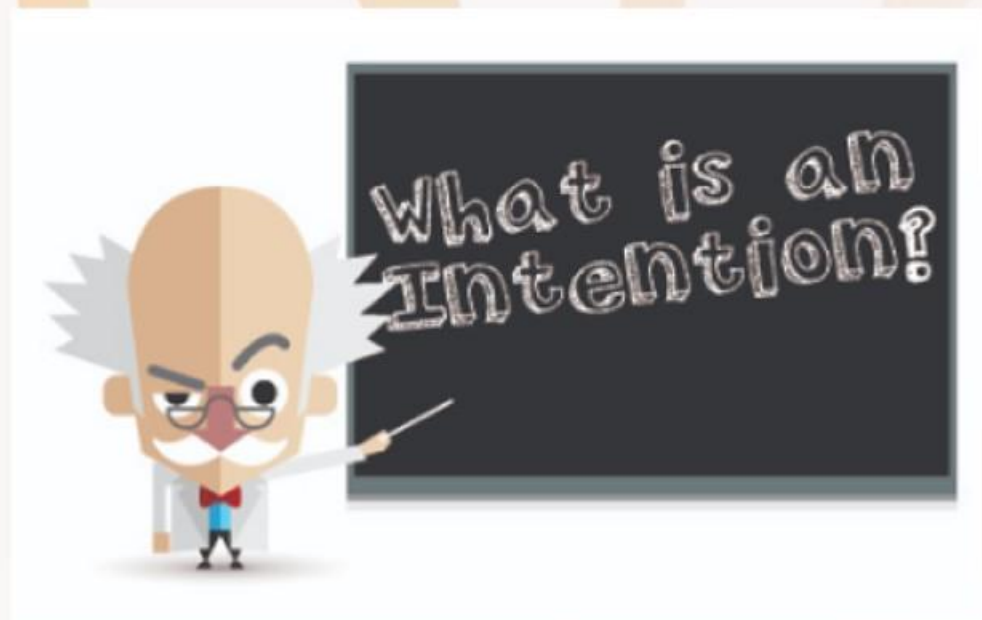
Πηγές: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/facebook-fake-news-hits-2018>,
<https://worldnewsdailyreport.com/lottery-winner-arrested-for-dumping-200000-of-manure-on-ex-boss-lawn/>

(Προσπελάστηκαν: 03.07.2019)








Οι Προθέσεις και τα Κίνητρα πίσω από Ψευδείς Ειδήσεις

Πρέπει, επίσης, να σκεφτούμε ποιος/α δημιουργεί τα διαφορετικά είδη περιεχομένου... καθώς και με ποιο σκοπό δημιουργούνται.

- Προπαγάνδα
- Οικονομικό κέρδος
- Πολιτικοί λόγοι
- Προσωπική φήμη
- Δυσφήμιση ατόμων
- Διασκέδαση/διακωμώδηση



7 Είδη Ψευδών Ειδήσεων [8]

-  **Satire/ Parody**
Not created with the intent of causing harm, but can still fool readers.
-  **False Connection**
When headlines, visuals or captions don't support the connection.
-  **Misleading Content**
Misleading use of information to frame an issue or individual.
-  **False Context**
When genuine information is shared with false contextual information.
-  **Imposter Content**
When genuine sources are impersonated.
-  **Manipulated Content**
When real information or images are manipulated to deceive.
-  **Fabricated Content**
News that is false and created with the intent to deceive and do harm.

1. Σάτιρα
2. Ψευδής διασύνδεση
3. Παραπλανητικό περιεχόμενο
4. Ψευδές περιεχόμενο
5. Περιεχόμενο απομίμησης
6. Κατευθυνόμενο περιεχόμενο
7. Κατασκευασμένο περιεχόμενο

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ 3:
Ανίχνευση Ψευδών Ειδήσεων
«Εντοπισμός και Ταξινόμηση Ψευδών Ειδήσεων»

Συζήτηση:

- Λοιπόν, πώς αντιλαμβάνεστε τον όρο «ψευδείς ειδήσεις» (fake news);
- Έχετε ξεγελαστεί ποτέ από παραπληροφόρηση;
 - Τι είδους;
 - Από πού λάβατε τις πληροφορίες;
 - Πώς και γιατί;



Παιχνίδι Ψευδών Ειδήσεων

Κατανοήστε πώς δημιουργούνται οι ψευδείς ειδήσεις
στο <https://getbadnews.com> [9].

Επαναληπτικές Ερωτήσεις

- Πώς μπορούν τα μέσα επικοινωνίας να επηρεάσουν τις απόψεις διαφορετικών ομάδων και να διαμορφώσουν την κρίση τους;
- Μπορείτε να εξηγήσετε τη Θεωρία του Καθορισμού Ατζέντας και να αναφέρετε τα τρία είδη καθορισμού ατζέντας;
- Τι είναι οι ψευδείς ειδήσεις (fake news); Ονοματίστε κάποιο/α είδος/η ψευδών ειδήσεων που θυμάστε και δώστε ένα παράδειγμα.



Κύρια Σημεία

- Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας επηρεάζουν τις σκέψεις, τις στάσεις και τη συμπεριφορά του ατόμου και του κοινού που τα παρακολουθεί.
- Ο Καθορισμός Ατζέντας είναι η «ικανότητα (των μέσων επικοινωνίας) να επηρεάζουν τη σημασία που αποδίδεται στα θέματα της δημόσιας ατζέντας».
- Οι ψευδείς ειδήσεις αποτελούν μια μορφή ειδήσεων, η οποία συνίσταται από σκόπιμη παραπληροφόρηση ή φάρσες, που διαδίδονται μέσω παραδοσιακών ειδησεογραφικών μέσων (έντυπων και εκπομπών) ή από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο Διαδίκτυο.



Συγχαρητήρια!

Έχετε ολοκληρώσει την Ενότητα!



Miäte



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην παραγωγή της παρούσας έκδοσης δεν συνιστά αποδοχή του περιεχομένου, το οποίο αντικατοπτρίζει αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών, και η Επιτροπή δεν μπορεί να αναλάβει την ευθύνη για οποιαδήποτε χρήση των πληροφοριών που περιέχονται σε αυτήν.

Βιβλιογραφία

- [1]. "Media Literacy: A Definition and More." *Center for Media Literacy*, www.medialit.org/media-literacy-definition-and-more.
- [2]. "What Is Media Literacy, and Why Is It Important?" *Common Sense Media: Ratings, Reviews, and Advice*, www.commonsensemedia.org/news-and-media-literacy/what-is-media-literacy-and-why-is-it-important.
- [3]. Communication Theory; Mass Communication: MAGIC BULLET OR HYPODERMIC NEEDLE THEORY OF COMMUNICATION <http://communicationtheory.org/magic-bullet-or-hypodermic-needle-theory-of-communication/>
- [4]. "The Handbook of Journalism Studies ." *Karin Wahl-Jorgensen and Thomas Hanitzsch*, New York: the Taylor & Francis e-Library, 2008., centreforjournalism.co.uk/sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf.
- [5]. Bajracharya, Shraddha. "Framing Theory." *Businessstopia*, 15 Feb. 2018, www.businessstopia.net/mass-communication/framing-theory.
- [6]. McCombs, M; Reynolds, A (2002). "News influence on our pictures of the world". *Media Effects: Advances in Theory and Research*.
- [7]. Dearing, J; Rogers, E (1988). "Agenda-setting research: Where has it been, where is it going?". *Communication Yearbook*. 11: 555–594.
- [8]. "Journalism, 'Fake News' & Disinformation." *UNESCO. 2018* , unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552.
- [9]. "Bad News" game <https://getbadnews.com/wp-content/uploads/2019/03/Bad-News-Game-info-sheet-for-educators-English.pdf>