

Teach to reach!

Ενότητα Περιεχομένου 4



SAY:
„BYE, POLARITY“



Co-funded by
the European Union

Περιεχόμενα

4 Πόλωση στην πολιτική	3
4.1 Εισαγωγή (οικοδόμηση γνώσης) - 10 λεπτά	3
4.2 Ρύθμιση της συνύπαρξής μας (οικοδόμηση γνώσης) - 120 λεπτά	3
4.3 Διαφορετικότητα (Εφαρμογή γνώσης) - 30λεπτά.....	5
4.4 Νόμοι (οικοδόμηση γνώσης) - 50 λεπτά	5
4.5 Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (οικοδόμηση γνώσης) - 50 λεπτά	6
4.6 Αξίες ειδήσεων (οικοδόμηση γνώσης) - 20 λεπτά.....	7
4.7 Πλαισίωση (εφαρμογή γνώσης) - 30 λεπτά	7
4.8 Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (οικοδόμηση γνώσης) - 50 λεπτά	8
4.9 Ψευδείς ειδήσεις (εφαρμογή γνώσης) - 30 λεπτά.....	10
4.10 Προπαγάνδα (οικοδόμηση γνώσης) - 30 λεπτά.....	12
4.11 Το δικό σας εκδοτικό γραφείο (εφαρμογή γνώσης) - 120 λεπτά	13
4.12 Συζητήσεις σε πάνελ (εφαρμογή γνώσης) - 50 λεπτά	16
4.13 Δικτύωση με άλλα σχολεία (διασφάλιση γνώσης) - 10 λεπτά	17
Πηγές.....	18

4 Πόλωση στην πολιτική

4.1 Εισαγωγή (οικοδόμηση γνώσης) - 10 λεπτά

Τι σημαίνει "πόλωση";

Ο κόσμος μας είναι ένα ποικιλόμορφο μέρος. Οι άνθρωποι έχουν διαφορετικές ιδέες, ανάγκες και επιθυμίες, επιδιώκουν διαφορετικούς στόχους και βλέπουν νόημα σε διαφορετικά πράγματα. Έχουν διαφορετικές αντιλήψεις για το καλό και το κακό, δεν έχουν όλοι την ίδια ανατροφή και εκπαίδευση, δεν έχουν μεγαλώσει κάτω από τις ίδιες συνθήκες και έχουν πολύ διαφορετικές εμπειρίες ζωής.

Αυτή η διαφορετικότητα μπορεί να αποτελέσει σημαντικό εμπλουτισμό, αν μάθουμε να την αντιμετωπίζουμε. Πρόκειται για μια εξαιρετική αποστολή, ιδιαίτερα σε έναν ταχέως μεταβαλλόμενο κόσμο που γίνεται όλο και πιο κοντά μέσω των σύγχρονων τεχνολογιών. Ωστόσο, αν δεν μάθουμε να το κάνουμε αυτό, τα διαφορετικά μοντέλα ζωής μπορούν επίσης να οδηγήσουν σε πολλαπλές συγκρούσεις και διαμάχες. Η εμφάνιση αυτών των συγκρούσεων ονομάζεται *πόλωση*. Αυτό σημαίνει ότι αναπτύσσονται άκαμπτοι *πόλοι* μεταξύ των ανθρώπων, οι οποίοι, όπως ακριβώς ο βόρειος και ο νότιος πόλος της γης, απέχουν πολύ ο ένας από τον άλλο και μπορεί να είναι ακόμη και αντίθετοι μεταξύ τους. Η πόλωση μπορεί να εμφανιστεί οπουδήποτε συγκρούονται διαφορετικές ιδέες, συνήθειες, συνθήκες, στάσεις ή προσδοκίες και δεν μεσολαβούν μεταξύ τους. Εάν, επιπλέον, η πόλωση μεταξύ των ανθρώπων παραμένει ανεπίλυτη, μπορούν να αναπτυχθούν πολλές δυσκολίες: Άγνοια, αποκλεισμός, διαφωνίες ή ακόμη και βία.

Η αναγνώριση, η αντιμετώπιση και η υπέρβαση της πόλωσης είναι, επομένως, μέρος της διαμόρφωσης ενός ειρηνικού, κοινοτικού και σεβαστού κόσμου στον οποίο όλοι οι άνθρωποι μπορούν να βρουν το σπίτι τους, τόσο σε μικρή όσο και σε μεγάλη κλίμακα.

Τι είναι η "πόλωση στην πολιτική";

Η πόλωση μας έρχεται, ιδίως ως πολιτικό φαινόμενο. Προκλητικές καταστάσεις μπορούν να αναπτυχθούν όταν οι άνθρωποι συγκρούονται ως προς τις κοσμοθεωρίες τους, τις διαφορετικές ιδέες για τη συμβίωση και τους κανόνες, τους νόμους, τα ταμπού και τα έθιμα. Εδώ δεν αντιλαμβανόμαστε την πολιτική ως κάτι που συμβαίνει μόνο στο διαδίκτυο, στις εφημερίδες ή στην τηλεόραση, αλλά ως τη συμμετοχή μας στη *διαμόρφωση της ζωής μας από κοινού*. Συμμετέχουμε στην πολιτική από τη στιγμή που μπαίνουμε σε μια συζήτηση για το πώς θέλουμε να ζήσουμε μαζί. Αυτό μπορεί να συμβεί σε μικρή ή μεγάλη κλίμακα, στην τάξη, μεταξύ φίλων και στην κοινωνία. Δείτε: η πολιτική είναι παντού. Θα αναρωτηθούμε τώρα: πώς μπορούμε να το κάνουμε για να αποτρέψουμε ή τουλάχιστον να μειώσουμε την πόλωση;

4.2 Ρύθμιση της συνύπαρξής μας (οικοδόμηση γνώσης) - 120 λεπτά

Γνωρίστε πού οι κανόνες καθορίζουν τη ζωή σας. Αυτό δε σημαίνει μόνο εκείνους τους κανόνες που κάποιος θέτει ή προφέρει άμεσα. Οι κανόνες μπορεί επίσης να είναι ανομολόγητοι, σιωπηλοί ή (υποτίθεται) αυτονόητοι. Αυτοί είναι, για παράδειγμα, όχι τόσο οι θεσπισμένοι νόμοι, αλλά περισσότερο τα έθιμα, οι τρόποι ή οι ευγένειες. Οι κανόνες που ορίζονται σαφώς ονομάζονται *ρητοί κανόνες*. Οι κανόνες που είναι πιο πιθανό να είναι σιωπηλοί και που κανείς δεν έχει πραγματικά καταγράψει πουθενά ονομάζονται *σιωπηροί κανόνες*.

Πρακτική συνάφεια

Σχηματίστε ομάδες στην τάξη. Κάθε ομάδα αναλαμβάνει έναν από τους ακόλουθους τομείς:

- α) την τάξη του σχολείου σας
- β) τον κύκλο των φίλων σας
- γ) την οικογένειά σας
- δ) ο δημόσιος μας χώρος

Βρείτε όσους περισσότερους σιωπηρούς και ρητούς κανόνες του τομέα σας μπορείτε μέσα σε 20 λεπτά. Στη συνέχεια, παρουσιάστε τους στις άλλες ομάδες σε λίγα λεπτά.

Σίγουρα έχετε παρατηρήσει ότι υπάρχουν πολλοί ρητοί και άρρητοι κανόνες με τους οποίους διαμορφώνεται η κοινή μας ζωή. Υπάρχουν πράγματα που επιτρέπεται και δεν επιτρέπεται να κάνουμε σε ορισμένους τομείς της ζωής, πράγματα που πρέπει να κάνουμε και δεν πρέπει να κάνουμε, πράγματα που αναμένονται από εμάς και πράγματα που μάλλον θα έπρεπε να αποφεύγονται.

Πρακτική συνάφεια

Τώρα συγκρίνετε τις αντίστοιχες περιοχές μεταξύ τους. Εξετάστε αν και σε ποιο βαθμό θα μπορούσαν να υπάρξουν συγκρούσεις μεταξύ των διαφόρων κανόνων. Ίσως υπάρχουν κανόνες στην οικογένειά σας που το σχολείο δεν αποδέχεται ή το αντίστροφο; Ίσως κάνετε πράγματα στον κύκλο των φίλων σας που δεν θα κάνατε ποτέ δημόσια.

Μιλήστε όσο πιο ανοιχτά μπορείτε. Καταγράψτε τις συγκρίσεις σας και ιδιαίτερα τα σημεία έντασης μεταξύ των διαφόρων τομέων της κοινής ζωής.

Η πόλωση προκύπτει σε τέτοια σημεία πίεσης. Προκύπτει όταν ορισμένα συστήματα κανόνων που διαμορφώνουν τη ζωή μας από κοινού μπορούν να έρθουν σε σύγκρουση μεταξύ τους. Ίσως έχετε συνηθίσει να γίνονται ορισμένα πράγματα με έναν συγκεκριμένο τρόπο. Ίσως είστε πεπεισμένοι γι' αυτό. Αν κάποιος τότε τα κάνει με εντελώς διαφορετικό τρόπο ή περιμένει από εσάς να μην τα κάνετε ή να τα κάνετε με εντελώς διαφορετικό τρόπο, αυτό συχνά οδηγεί σε εκνευρισμό. Η πόλωση μπορεί να προκύψει από τέτοιους εκνευρισμούς, αν δεν το συζητήσετε. Γι' αυτό και μιλάμε γι' αυτό.

Πρακτική συνάφεια

Εργαζόμαστε τώρα σε αφίσες σχετικά με το πώς μπορεί να προκύψει πόλωση μέσω συγκρούσεων σχετικά με τους κανόνες και κυρίως πώς μπορεί να αποτραπεί αυτή η πόλωση ή, αν έχει ήδη προκύψει, πώς μπορεί να μειωθεί. Θυμηθείτε: δεν υπάρχουν μόνο γραπτοί και σαφώς κοινοποιημένοι κανόνες μεταξύ των ανθρώπων (= ρητοί κανόνες). Υπάρχουν επίσης σιωπηροί κανόνες, οι οποίοι αναμένονται από εμάς περισσότερο σιωπηρά.

Όταν έχετε γεμίσει καλά τις αφίσες σας, στρέψτε αμέσως στις ερωτήσεις: Τι πρέπει να γίνει τώρα; Με ποιους από τους κανόνες πρέπει να ασχοληθείτε για να αποτρέψετε ή τουλάχιστον να ελαχιστοποιήσετε τη δημιουργία πόλων μεταξύ των ανθρώπων; Ποιες συνεισφορές θα πρέπει να αναμένονται από ποιους;

Με βάση αυτές τις ερωτήσεις, δημιουργήστε μαζί ένα πλέγμα στο οποίο θα καταχωρίσετε τις απαντήσεις.

Έχετε τώρα μια καλή εικόνα της εμφάνισης της πώλωσης μέσω των συγκρούσεων των κανόνων, η οποία θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά τη διαμόρφωση της συνύπαρξής μας.

4.3 Διαφορετικότητα (Εφαρμογή γνώσης) - 30λεπτά

Ιδιαίτερα στην κοινωνική μας συνύπαρξη, συναντάμε επανειλημμένα διαφορετικούς *σιωπηρούς* και *ρητούς* κανόνες που αναμένεται να ακολουθήσουμε. Αυτό επηρεάζει πολλούς τομείς της ζωής μας:

- Επαγγελματικές ομάδες
- αντιλήψεις για το φύλο
- θρησκεία
- πολιτιστικά έθιμα
- ηλικιακές ομάδες
- Διαδίκτυο
- σώμα

..

Πρακτική συνάφεια

Επιλέξτε μερικούς από τους τομείς της ζωής που αναφέρθηκαν παραπάνω ή άλλους τομείς στους οποίους εντοπίζετε πιθανή πώλωση με βάση τους σιωπηρούς κανόνες σε αυτούς τους τομείς της ζωής. Ανάλογα με το πόσο χρόνο μπορείτε να διαθέσετε, μπορείτε να ερευνήσετε τους επιμέρους τομείς στο διαδίκτυο και σε άλλα μέσα ενημέρωσης, να σχεδιάσετε έρευνες.

Στο τέλος, θα πρέπει όχι μόνο να έχετε υπολογίσει το ενδεχόμενο πώλωσης, αλλά και να διατυπώσετε συγκεκριμένες δυνατότητες δράσης για τη μείωσή του: π.χ. "Θα μπορούσε κανείς να ...". // "Θα ήταν επωφελές αν ...". Συνοψίζετε αυτή την πρόσκληση για δράση σε μια κοινή ψηφιακή πλατφόρμα, όπως το Google Drive, το Dropbox ή κάποια άλλη, και την παρουσιάζετε στο διαδίκτυο.

4.4 Νόμοι (οικοδόμηση γνώσης) - 50 λεπτά



Οι *νόμοι* είναι σαφείς κανόνες που παρέχουν ένα πλαίσιο για την κοινή μας ζωή. Οι νόμοι όχι μόνο ρυθμίζουν τι επιτρέπεται να κάνουμε και τι όχι, αλλά βοηθούν επίσης να καθορίσουμε τι πρέπει και τι δεν πρέπει να κάνουμε, τι αναμένεται από εμάς σε ορισμένες καταστάσεις και πώς πρέπει να συμπεριφερόμαστε (θυμηθείτε,

για παράδειγμα, ότι σε πολλές χώρες *υποχρεούστε* από το νόμο να παρέχετε βοήθεια αν κάποιος έχει ανάγκη-οι νόμοι καθορίζουν επίσης, για παράδειγμα, ποια δικαιώματα έχει ένα άτομο έναντι ενός άλλου ατόμου ή του κράτους).

Πρακτική συνάφεια

Πηγαίνετε στο διαδίκτυο σε ζευγάρια ή σε ομάδες. Σε πολλές χώρες, οι περισσότεροι νόμοι είναι διαθέσιμοι στο διαδίκτυο. Ως τάξη, επιλέξτε έναν ή περισσότερους τομείς της ζωής (π.χ. εκπαίδευση, εργασία, περιβάλλον), τους νόμους των οποίων θέλετε να ερευνήσετε και να μάθετε.

Στη συνέχεια, υπολογίστε σε ποιο βαθμό οι νόμοι σε αυτόν τον τομέα της ζωής προσπαθούν να αποτρέψουν πιθανές συγκρούσεις και πόλωση. Σκεφτείτε, για παράδειγμα, τα θεμελιώδη δικαιώματα, όπως τα δικαιώματα ελευθερίας, τα δικαιώματα ισότητας, ...

Στη συνέχεια, βρείτε επίσης πού η ίδια η νομοθεσία που εξετάζετε μπορεί μερικές φορές να προάγει την πόλωση, επειδή, για παράδειγμα, φαίνεται άδικη ή αδικεί ορισμένους ανθρώπους και ευνοεί άλλους.

Συνοψίστε τα ευρήματά σας και παρουσιάστε τα ο ένας στον άλλο. Στη συνέχεια, συζητήστε τι πρέπει να γίνει.

Ως πρόσθετη εργασία, μπορείτε επίσης να προσπαθήσετε να μάθετε ποιες πολιτικές δυνάμεις στη χώρα σας υποστηρίζουν τι σε σχέση με τη νομική κατάσταση που ερευνήσατε.

4.5 Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (οικοδόμηση γνώσης) - 50 λεπτά

Τα μέσα ενημέρωσης επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τις κοινωνικές και πολιτικές θέσεις των ανθρώπων. Επομένως, είναι επίσης σημαντικό σε ζητήματα πόλωσης να γνωρίζουμε την επιρροή των μέσων ενημέρωσης και να είμαστε σε θέση να την αντιμετωπίσουμε. Πίσω από τη λέξη *μέσα μαζικής ενημέρωσης κρύβονται* πολλές διαφορετικές μορφές.

Πρακτική συνάφεια

Συνήθως, όταν σκεφτόμαστε τη λέξη μέσα ενημέρωσης, σκεφτόμαστε πράγματα όπως το διαδίκτυο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τις εφημερίδες, ...

Ρωτήστε την τάξη σας ποια άλλα μέσα ενημέρωσης γνωρίζετε. Στη συνέχεια, φτιάξτε έναν κατάλογο των επιμέρους μορφών που γνωρίζετε, π.χ. ορισμένες εφημερίδες, ορισμένα τηλεοπτικά κανάλια ή προγράμματα, ορισμένα κανάλια ή δημιουργούς περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης κ.λπ.

Στη συνέχεια, ξεκινήστε μια αμοιβαία συζήτηση σχετικά με το πώς θα κρίνετε την ποιότητα των μορφών που παρατίθενται σύμφωνα με τις ακόλουθες ερωτήσεις:

- Αξιοπιστία των πληροφοριών;
- Βαθμός κατανόησης των πληροφοριών
- Χρησιμότητα των πληροφοριών
- Ψυχαγωγική αξία των πληροφοριών

Στη συνέχεια, συζητήστε ποιες μορφές μέσων ενημέρωσης εμπιστεύεστε και γιατί.

4.6 Αξίες ειδήσεων (οικοδόμηση γνώσης) - 20 λεπτά

Πιθανόν να έχετε παρατηρήσει ότι οι διάφορες μορφές μέσωσν ενημέρωσης, όπως τα τηλεοπτικά προγράμματα, ορισμένες εφημερίδες, περιοδικά ή ειδικοί δημιουργοί περιεχομένου στο διαδίκτυο, αντιμετωπίζουν επίσης την πληροφορία με πολύ διαφορετικούς τρόπους. Η μία εφημερίδα δίνει έμφαση στις μακροσκελείς και λεπτομερείς εξηγήσεις, ενώ η άλλη στους σύντομους τίτλους και στις πολλές εικόνες. Ο ένας δημιουργός περιεχομένου δημιουργεί μακροσκελή βίντεο στα οποία ασχολείται με θέματα λεπτομερώς, ενώ ο άλλος δημιουργός περιεχομένου προσπαθεί μάλλον να κάνει το κοινό του να γελάσει.

Όλα αυτά συμβαίνουν επειδή τα διάφορα μέσα ενημέρωσης ακολουθούν διαφορετικές *αξίες ειδήσεων*. Η ειδησεογραφική αξία είναι αυτή που δίνει σε μια είδηση το *ύφος* της και καθορίζει τον τρόπο παρουσίασής της.

Διακρίνουμε τρεις κεντρικές αξίες ειδήσεων:

α) Αξία πληροφοριών και γνώσεων: Το μήνυμα προσανατολίζεται κυρίως στη διεύρυνση της γνώσης, στο να κάνει τον κόσμο πιο κατανοητό ή να εξηγήσει την πολυπλοκότητα ενός θέματος.

β) Αξία χρησιμότητας: Το μήνυμα προορίζεται κυρίως να βοηθήσει τους ανθρώπους στην καθημερινή ζωή και να τους βοηθήσει να βρουν τον δρόμο τους.

γ) Ψυχαγωγική αξία: Το μήνυμα πρέπει πρωτίστως να προκαλεί συναισθήματα και συνεπώς να ψυχαγωγεί. Θα πρέπει να κάνει τους ανθρώπους να γελάσουν ή να προκαλέσουν θυμό, θα πρέπει να εξοργίσει ή να προκαλέσει αμηχανία.

Πρακτική συνάφεια

Οι διάφορες μορφές μέσωσν ενημέρωσης θέτουν συνήθως μία από τις τρεις αξίες ειδήσεων στο επίκεντρο των ρεπορτάζ και της επεξεργασίας πληροφοριών τους. Ως τάξη, ελέγξτε τα διάφορα μέσα ενημέρωσης που γνωρίζετε ως προς τις αξίες των ειδήσεών τους (διαδίκτυο, εφημερίδες, τηλεοπτικά προγράμματα, ραδιοφωνικές εκπομπές, ...).

Αν μπορείτε, βρείτε ένα τρέχον θέμα και εξετάστε πώς το αναφέρουν τα διάφορα μέσα ενημέρωσης. Αναλύστε τις ειδησεογραφικές αξίες που είναι πιθανό να χρησιμοποιούν ως οδηγό.

Τέλος, σκεφτείτε πώς ο προσανατολισμός προς μια ειδησεογραφική αξία θα μπορούσε να προάγει την πόλωση. Καταγράψτε τα συμπεράσματά σας σε κοινό πίνακα.

4.7 Πλαισίωση (εφαρμογή γνώσης) - 30 λεπτά

Πιθανώς γνωρίζετε την παλιά ερώτηση: Είναι το ποτήρι μισογεμάτο ή μισοάδειο; Με αυτή την ερώτηση, θέλει κανείς να καταδείξει ένα πολύ συγκεκριμένο φαινόμενο: που ονομάζεται *πλαισίωση*. Σκεφτείτε το ως εξής: όποια απάντηση κι αν δώσετε, είναι αληθινή, επειδή το ποτήρι είναι πράγματι και μισογεμάτο και μισοάδειο. Παρ' όλα αυτά, το αν θα πείτε "μισογεμάτο" ή "μισοάδειο" αλλάζει τον τρόπο με τον οποίο γίνεται *αντιληπτή* η πληροφορία.

Ακολουθεί ένα άλλο παράδειγμα: Ένα νέο σύστημα πέδησης αυτοκινήτου που διαφημίζεται στην αγορά βγαίνει στην αγορά και διαφημίζεται. Μετά από εκτεταμένες δοκιμές και μελέτες, η διαφήμιση μπορεί να λείει τα εξής:

- α) Το σύστημα πέδησης οδηγεί σε μείωση των ατυχημάτων στο 90% των περιπτώσεων.
- β) Το σύστημα πέδησης δεν παρουσιάζει κανένα αποτέλεσμα στο 10% των περιπτώσεων.

Και τα δύο μηνύματα είναι αληθινά. Ωστόσο, ποιο πιστεύετε ότι θα επιλέξει η εταιρεία;

Χρησιμοποιεί επίσης *πλαisiώση*. Αυτή η λέξη προέρχεται από το *πλαίσιο*. Μια πληροφορία *πλαisiώνεται* με έναν συγκεκριμένο τρόπο, ώστε να αισθάνεται με έναν συγκεκριμένο τρόπο. Αυτό ονομάζεται *πλαisiώση της* πληροφορίας. Μπορεί να *πλαisiωθεί* από τη γλώσσα, αλλά και από εικόνες. Τα πλαίσια δεν είναι *ψέματα*, αλλά μας κάνουν να αντιλαμβανόμαστε και να αισθανόμαστε τις πληροφορίες με ένα συγκεκριμένο τρόπο.

Πρακτική συνάφεια

Σε ζευγάρια, εξετάστε τις διάφορες μορφές μέσω ενημέρωσης και καθορίστε πώς *πλαisiώνουν* τις πληροφορίες. Μπορεί να είναι χρήσιμο να αναζητήσετε διαφορετικές αναφορές για το ίδιο θέμα. Έτσι θα διαπιστώσετε γρήγορα ποια πλαίσια στήνονται για τις αναφερόμενες πληροφορίες, ώστε να εμφανίζονται υπό ένα συγκεκριμένο πρίσμα.

Στη συνέχεια, μεταβείτε στο trends.google.com. Μπορείτε να παρακολουθήσετε πώς έχουν εξελιχθεί ορισμένοι όροι αναζήτησης για διαφορετικές περιόδους και γεωγραφικές περιοχές. Συγκρίνετε διαφορετικά πλαίσια μεταξύ τους. Δηλαδή, δε συγκρίνετε διαφορετικά θέματα, αλλά διαφορετικούς όρους που έχουν να κάνουν με το ίδιο θέμα (π.χ. "κλιματική αλλαγή", "κλιματική κρίση" και "κλιματική καταστροφή"). Μάθετε ποια πλαίσια υπάρχουν στο κοινό.

Συγκρίνετε τα αποτελέσματά σας στην τάξη και, στη συνέχεια, προβληματιστείτε σχετικά με το πώς η διαμόρφωση πληροφοριών μπορεί να συμβάλει στην πόλωση μεταξύ των ανθρώπων. Σκεφτείτε τι θα μπορούσατε να κάνετε για να αποτρέψετε την πόλωση μέσω της διαμόρφωσης.

4.8 Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (οικοδόμηση γνώσης) - 50 λεπτά



Ένα πολύ σημαντικό έδαφος για την εμφάνιση της πόλωσης μέσω των μέσων ενημέρωσης είναι τα *μέσα κοινωνικής δικτύωσης*. Αρχικά, συγκεντρώστε ποιες πλατφόρμες *μέσων κοινωνικής δικτύωσης* γνωρίζετε στην τάξη και εξηγήστε πώς λειτουργούν (π.χ. Youtube, Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, Telegram, ...).

Για να κατανοήσουμε τη σημασία των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για την πόλωση, είναι απαραίτητο να γνωρίζουμε τον τρόπο λειτουργίας τους. Κάθε μέσο κοινωνικής δικτύωσης λειτουργεί με τους λεγόμενους

αλγόριθμους. Οι αλγόριθμοι είναι οδηγίες προγράμματος που αποφασίζουν τι θα σας εμφανιστεί και τι όχι. Για τον σκοπό αυτό, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συλλέγουν δεδομένα για εσάς μέσω της συμπεριφοράς σας κατά την κύλιση και το κλικ. Συλλέγει τι πατάτε πιο συχνά, πού κάνετε scroll ή swipe, ή τι κοιτάτε και για πόση ώρα. Με βάση αυτά τα δεδομένα, στη συνέχεια, σας προβάλλεται παρόμοιο και συγκρίσιμο περιεχόμενο για να αυξηθεί ο χρόνος που περνάτε στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό ονομάζεται *Αποπλανητικός Σχεδιασμός Αλληλεπίδρασης*.

Πρακτική συνάφεια

Σκεφτείτε εν συντομία ως τάξη ποια θέματα και ποιο περιεχόμενο θα μπορούσαν να κάνουν τους ανθρώπους να παραμείνουν περισσότερο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Φτιάξτε μια λίστα.

Αν κοιτάξετε τη λίστα σας, ίσως παρατηρήσετε κάποια κοινά θέματα και περιεχόμενο. Υπάρχει μια απλή σκόλα που δείχνει πώς ενθαρρύνεται ή και δημιουργείται η πόλωση με ορισμένα θέματα και μορφές περιεχομένου:

α) Συναισθηματοποίηση

Θυμηθείτε πώς λειτουργούν οι *αλγόριθμοι* στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Δείχνουν κατά κύριο λόγο εκείνα τα πράγματα στα οποία γίνεται συχνά κλικ, τα οποία προβάλλονται για μεγάλο χρονικό διάστημα ή με τα οποία αλληλεπιδρούν πολλές φορές (π.χ. συμπάθειες, σχόλια, κοινοποιήσεις, ...). Η απάντηση είναι απλή, αν κοιτάξετε ποιο είναι το περιεχόμενο στο οποίο συμβαίνουν περισσότερο αυτού του είδους τα πράγματα. Είναι το περιεχόμενο που *συναισθηματοποιεί*.

Συναισθηματισμός σημαίνει ότι κάτι προκαλεί έντονα συναισθήματα. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (αλλά όχι μόνο εκεί!), το περιεχόμενο και τα θέματα που *προκαλούν συναισθηματισμούς* είναι ο κανόνας. Αυτό επιτυγχάνεται καλύτερα μέσω θεμάτων ψυχαγωγίας, επιθετικότητας, σεξουαλικότητας ή φόβου. Για το λόγο αυτό, το πιο επιτυχημένο περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (αλλά όχι μόνο εκεί!) εξυπηρετεί συνήθως αυτούς τους τέσσερις τομείς. Από εδώ και πέρα, όμως, εμφανίζεται το πραγματικό πρόβλημα.

β) Αυτοεκπληρούμενη προφητεία

Αν μου προβάλλεται κυρίως περιεχόμενο από τις περιοχές με τις οποίες αλληλεπιδρώ συχνά, τις οποίες κοιτάζω για περισσότερο χρόνο ή τις οποίες προωθώ, τότε δημιουργείται μια έλξη. Διότι όσο περισσότερο αλληλεπιδρώ με συγκεκριμένο περιεχόμενο, τόσο περισσότερο μου εμφανίζεται τέτοιο περιεχόμενο. Για το λόγο αυτό, φαίνεται όλο και περισσότερο ότι ο κόσμος των θεμάτων και των πληροφοριών αποτελείται κυρίως από τα θέματα που μου εμφανίζονται και στα οποία αντιδρώ συναισθηματικά.

Αυτό είναι αυτό που ονομάζεται *αυτοεκπληρούμενη προφητεία*. Η συμπεριφορά μου να κάνω κλικ, να μου αρέσει και να μοιράζομαι συμβάλλει έτσι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην περαιτέρω προώθηση αυτής της συμπεριφοράς, που επιβεβαιώνεται από τα θέματα που εμφανίζονται.

γ) Φίλτρο φυσαλίδας

Με αυτόν τον τρόπο, δημιουργείται μια *φίλτρο φυσαλίδας* στο πλάι του περιεχομένου και των θεμάτων που μου εμφανίζονται. Περιορίζω τη συμπεριφορά μου ως προς την πληροφόρηση όλο και περισσότερο σε επιλεγμένα θέματα και φαίνεται όλο και περισσότερο ότι ο κόσμος αποτελείται κυρίως από τα θέματα, το περιεχόμενο και τις πληροφορίες που μου εμφανίζονται. Αρχίζω να ζω όλο και περισσότερο στη *φούσκα* μου και να ακούω ελάχιστα ή τίποτα για άλλα θέματα, περιεχόμενο και πληροφορίες.

Με αυτόν τον τρόπο, δημιουργείται μια πολύ επιλεκτική εικόνα του κόσμου. Αυτό επηρεάζει επίσης τις επαφές μου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στο επόμενο βήμα.

δ) Θάλαμος ηχούς

Βήμα προς βήμα, οι διαπροσωπικές μου επαφές θα επικεντρωθούν επίσης σε άτομα που βρίσκονται στη φούσκα του φίλτρου μου. Από τη μία πλευρά, ο αλγόριθμος διασφαλίζει ότι μου εμφανίζονται κυρίως άτομα με παρόμοια συμπεριφορά χρήστη. Από την άλλη, μέσω των λειτουργιών like, share και comment, αργά ή γρήγορα θα βρω κι εγώ ο ίδιος περισσότερους ομοϊδεάτες μου και άνθρωποι με άλλα ενδιαφέροντα, θέματα ή ιδέες θα εμφανίζονται ελάχιστα ή καθόλου.

Αυτό ονομάζεται θάλαμος ηχούς, δηλαδή βρίσκομαι σε έναν θάλαμο πληροφοριών από τον οποίο επιστρέφει ως ηχώ ακριβώς αυτό που φωνάζω. Με αυτόν τον τρόπο, οι απόψεις στη φυσαλίδα του φίλτρου μου εδραιώνονται όλο και περισσότερο και αρχίζω να αποκλείω εναλλακτικές απόψεις, κριτικές αντιρρήσεις και τεκμηριωμένα αντεπιχειρήματα.

ε) Απομόνωση και πόλωση

Αν έχω φτάσει στο σημείο να μένω πρωτίστως στη φούσκα του συναισθηματικού μου φίλτρου και στο θάλαμο ηχούς μου, ο οποίος επανειλημμένα αυτοεκπληρώνεται και επιβεβαιώνει αυτό που ψάχνω εκεί, επέρχεται απομόνωση από την ποικιλομορφία του κόσμου. Αποσύρομαι σε λίγα θέματα και απόψεις στις οποίες προσκολλώμαι και δεν έχω πλέον το χρόνο να προβληματιστώ για εναλλακτικές λύσεις. Με άλλα λόγια, *απομονώνω* τον εαυτό μου.

Εάν άλλα θέματα, απόψεις ή επιχειρήματα εισέλθουν στη φυσαλίδα του φίλτρου μου, θα τα αντιληφθώ γρήγορα ως αντιπάλους, εχθρούς ή απειλές και θα τα αντιμετωπίσω με την κατάλληλη συμπεριφορά. Η γεμάτη συγκρούσεις πόλωση παίρνει τότε τη θέση μιας καλοπροαίρετης και στοχαστικής συζήτησης. Αυτό ευνοείται περαιτέρω από θέματα που προκαλούν έντονα συναισθηματισμό.

Πρακτική συνάφεια

Τώρα χωριστείτε σε μικρές ομάδες. Συμφωνήστε σε ένα συναισθηματικό θέμα και ερευνήστε τη συμπεριφορά των χρηστών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αναζητήστε ειδικότερα την εμφάνιση συγκρούσεων και πόλωσης και αναλύστε πώς πραγματοποιούνται ή θα μπορούσαν να έχουν πραγματοποιηθεί τα βήματα α - ε. Στο τέλος, παρουσιάστε τα συμπεράσματά σας στην τάξη.

Στη συνέχεια, προχωρήστε σε ατομική εργασία. Γράψτε μια φανταστική ημερολογιακή καταχώρηση στην οποία θα αναλογιστείτε τη συμπεριφορά σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και θα βρείτε ποιοι είναι οι συναισθηματισμοί σας, οι φυσαλίδες φίλτρων και οι θάλαμοι ηχούς και αν και πώς κινδυνεύετε ίσως ήδη από πόλωση.

Εάν δεν χρησιμοποιείτε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, μπορείτε να επινοήσετε ένα φανταστικό χρήστη για να γράψετε.

Να είστε ειλικρινείς, δε χρειάζεται να δείξετε την εγγραφή σας σε κανέναν. Είναι για την αυτοκριτική σας.

4.9 Ψευδείς ειδήσεις (εφαρμογή γνώσης) - 30 λεπτά

Στην εποχή μας συνέβη κάτι θαυμάσιο: όλο και περισσότεροι άνθρωποι έχουν τη δυνατότητα να λαμβάνουν περισσότερες πληροφορίες και να μοιράζονται οι ίδιοι πληροφορίες με άλλους. Ποτέ άλλοτε στην ανθρώπινη ιστορία δεν ήμασταν τόσο καλά συνδεδεμένοι και δε γνωρίζαμε τόσα πολλά.

Δυστυχώς, αυτό το άνοιγμα των πληροφοριών οδηγεί πολύ συχνά στη διάδοση παραπληροφόρησης, σκόπιμων παραποιήσεων και ξεκάθαρων ψεμάτων. Πίσω από αυτό κρύβεται συνήθως κάποιος στόχος που πρέπει να επιτευχθεί με τη διάδοση αυτών των λεγόμενων *ψευδών ειδήσεων*. Δυναμικές όπως η συναισθηματοποίηση, οι φυσαλίδες φίλτρων ή οι θάλαμοι ηχούς παίζουν επίσης στα χέρια των ψευδών ειδήσεων (βλ. άσκηση 4.8). Οι *ψευδείς ειδήσεις* μπορούν γρήγορα να οδηγήσουν σε πόλωση, καθώς συνήθως δουλεύουν με εχθρικές εικόνες, αντιπάλους και απειλές.

Πρακτική συνάφεια

Υπάρχουν πολλοί ιστότοποι στο διαδίκτυο που έχουν δεσμευτεί να αποκαλύπτουν ψευδείς ειδήσεις και ψέματα στο διαδίκτυο. Βρείτε τέτοιους ιστότοπους και ερευνήστε τυπικά θέματα που κυκλοφορούν στο διαδίκτυο. Στη συνέχεια, ατομικά, σε ζευγάρια ή μικρές ομάδες, ερευνήστε αυτά τα θέματα και παρουσιάστε στην τάξη τι και πώς "πλαστογραφείται" και ποια είναι τα γεγονότα.

Ανάλογα με τον χρόνο που έχετε στη διάθεσή σας, μπορείτε επίσης να κάνετε την έρευνά σας μεγαλύτερη.

Ο όρος *έρευνα* αναφέρθηκε στην τελευταία εργασία. Η τέχνη της *έρευνας* είναι ένα από τα βασικά εργαλεία κατά των *ψευδών ειδήσεων* και του κινδύνου πόλωσης που βασίζεται σε αυτές. Ως εκ τούτου, παραθέτουμε ορισμένες βασικές πτυχές της καλής έρευνας:

α) Να είστε κριτικοί όχι μόνο απέναντι στις πληροφορίες, αλλά και απέναντι στον εαυτό σας.

Είναι αβίαστο να έχει κανείς στάση απέναντι σε ορισμένες πληροφορίες: Δεν το πιστεύω, ή: μπορεί να είναι όλα λάθος. Το να έχει κανείς αυτή τη στάση απέναντι στον εαυτό του είναι πιο δύσκολο, διότι μπορεί απλώς να μην έχει αρκετές πληροφορίες, να κάνει λάθος ή απλώς να κατανοεί ορισμένα πράγματα πολύ άσχημα. Τότε γίνεσαι ευάλωτος στο να πέσεις πάνω σε ψεύτικες ειδήσεις. Είναι, επομένως, σημαντικό να παραμένετε πάντα επικριτικοί απέναντι στον εαυτό σας, όχι μόνο απέναντι στον κόσμο.

β) Έρευνα σε διαφορετικές πηγές

Βεβαιωθείτε πάντα ότι οι πληροφορίες που λαμβάνετε για τα θέματα δεν προέρχονται από μία ή λίγες μόνο πηγές. Όσο περισσότερες διαφορετικές πηγές αναζητάτε, τόσο πιο πολύπλευρη θα είναι η άποψή σας για το θέμα και τόσο καλύτερα θα μπορείτε να αναγνωρίζετε τις κατασκευές. Γίνετε ειδικός όσο το δυνατόν καλύτερα.

γ) Ακούστε εναλλακτικές απόψεις

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό στην έρευνα πηγών να εξετάζετε τις θέσεις για ένα θέμα που έρχονται σε αντίθεση με τη δική σας θέση. Αυτό δεν σημαίνει ότι πρέπει να τις πιστέψετε αμέσως, αλλά είναι ζωτικής σημασίας να γνωρίσετε τις εναλλακτικές απόψεις προκειμένου να έχετε μια καλή ματιά μεταξύ τους.

δ) Ελέγξτε την αξιοπιστία των πηγών σας

Ακόμη και αν ερευνήσετε πολλές πηγές, αυτό δε σημαίνει ότι όλες είναι εξίσου σημαντικές, σημαντικές ή καλά επεξεργασμένες. Μια πηγή που είναι προϊόν πολυετούς ακαδημαϊκής εργασίας έχει διαφορετική αξία από μια πηγή που ήταν μια αυθόρμητη ιδέα στο σαλόνι κάποιου και στη συνέχεια κοινοποιήθηκε στο YouTube. Επομένως, μην εξετάζετε μόνο διαφορετικές πηγές, αλλά ελέγξτε και την ποιότητα των πηγών. Είναι ζωτικής σημασίας η πηγή να σας δίνει μια εικόνα της δικής της δημιουργίας και εξέλιξης. Εάν δεν το κάνει, μπορεί απλώς να είναι επινοημένη.

ε) Αφήστε στον εαυτό σας το χρόνο να ερευνήσει

Αντιλαμβάνεστε ότι η έρευνα είναι μια χρονοβόρα, κουραστική και πολύπλοκη υπόθεση. Ωστόσο, είναι απαραίτητη αν δε θέλετε να πιστεύετε ό,τι βρίσκετε στα μέσα ενημέρωσης.

στ) Η κριτική των μέσων ενημέρωσης δεν είναι πλήρης απόρριψη των μέσων ενημέρωσης

Να είστε κριτικοί απέναντι σε *όλα τα* μέσα ενημέρωσης. Μπορεί όλα να εξαπατούν, να διαδίδουν ψεύδη ή να παράγουν ψεύτικες ειδήσεις. Παρ' όλα αυτά, μια κριτική στάση δεν είναι το ίδιο με το να απορρίπτετε απλώς όλα τα μέσα ενημέρωσης ή να ακούτε μόνο εκείνα που ανταποκρίνονται στη γνώμη σας. Κάτι τέτοιο δεν είναι *κριτική*, αλλά πλήρης απομόνωση απέναντι στην ποικιλομορφία του κόσμου. Επιπλέον, όπου υπάρχει απομόνωση, υπάρχει και πόλωση, μην το ξεχνάτε αυτό. Τα μέσα ενημέρωσης, επίσης, φτιάχνονται από ανθρώπους και ως εκ τούτου συχνά είναι λάθος, κακοδουλεμένα ή επιδιώκουν χειραγωγικούς στόχους. Ωστόσο, το να αποσυρθείς εντελώς από τα μέσα ενημέρωσης ή να καταναλώνεις μόνο ορισμένα μέσα ενημέρωσης δε μειώνει την πόλωση - ούτε σε σένα ούτε στον κόσμο.

Πρακτική συνάφεια

Τώρα επιλέξτε ένα θέμα ξεχωριστά και ακολουθήστε τα βήματα α - στ. Κάντε μια παρουσίαση των ευρημάτων σας.

4.10 Προπαγάνδα (οικοδόμηση γνώσης) - 30 λεπτά

Μια επικίνδυνη μορφή πολιτικής μεταφοράς πληροφοριών ονομάζεται *προπαγάνδα*. Σήμερα, η προπαγάνδα είναι ένας όρος με αρνητική χροιά (αυτό δε συνέβαινε πάντα) και σημαίνει ότι οι άνθρωποι πρέπει να αναπτύξουν συγκεκριμένες απόψεις, κοσμοθεωρίες και προκαταλήψεις με στοχευμένο τρόπο, μέσω της χειραγωγίας και του επηρεασμού των πληροφοριών. Η προπαγάνδα οδηγεί έτσι πάντα σε πόλωση.

Η προπαγάνδα ακολουθεί ορισμένες τεχνικές που πρέπει να γνωρίζει κανείς αν θέλει να μειώσει την πόλωση. Φυσικά, αναπτύσσει πάντα νέες μορφές, οπότε πρέπει να παραμένει κανείς σε εγρήγορση, αλλά κάποιες βασικές μέθοδοι παραμένουν πάντα. Οι πιο σημαντικές μέθοδοι είναι οι εξής:

α) Επινοημένες ή πλαστωμένες πληροφορίες

Η προπαγάνδα λειτουργεί πάντα με την πλασίωση ή τις ψεύτικες ειδήσεις. Έχετε ήδη ενημερωθεί γι' αυτό στις προηγούμενες εργασίες.

β) Εχθρικές εικόνες

Στην προπαγάνδα, δημιουργείται μια μεγάλη ποικιλία πολιτικών εχθρικών εικόνων. Αυτές μπορεί να είναι ορισμένες ομάδες ανθρώπων, ορισμένοι θεσμοί ή ορισμένες κοσμοθεωρίες ή τρόποι ζωής. Οι εχθρικές εικόνες που δημιουργούνται στη συνέχεια συνήθως δαιμονοποιούνται, δηλαδή ό,τι κακό υπάρχει στον κόσμο αποδίδεται σε αυτές, ενώ οι υποστηρικτές της προπαγάνδας, από την άλλη πλευρά, ηθικοποιούνται, δηλαδή παρουσιάζονται ως οι καλοί.

γ) Κατηγοριοποίηση και απλούστευση

Ο κόσμος είναι ένα πολύπλοκο μέρος. Η προπαγάνδα συνήθως απλοποιείται και χωρίζεται σε επινοημένες, εύκολα κατανοητές κατηγορίες (π.χ. καλό και κακό). Αυτό διευκολύνει τη χειραγωγή των ανθρώπων, επειδή οι απλές κατηγορίες απαιτούν πολύ λιγότερη προσπάθεια από τις πολύπλοκες συνθήκες. Η κατηγοριοποίηση συνοδεύεται επίσης από μια στερεοτυποποίηση του κόσμου, δηλαδή ο κόσμος γίνεται εξηγήσιμος με μερικά απλά κλισέ και προκαταλήψεις...

δ) Μεγιστοποίηση

Στην προπαγάνδα, όλο και πιο ακραία γεγονότα δημιουργούνται βήμα προς βήμα. Αυτό που υποστηρίζει παρουσιάζεται ως απολύτως θετικό και αυτό που απορρίπτει ως απολύτως αρνητικό. Αυτό που θέλει να τονίσει θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό, ουσιώδες και σπουδαίο. Αυτό που δε θέλει στη συνείδηση των ανθρώπων είτε θεωρείται ασήμαντο, άκυρο είτε δε διαδίδεται καθόλου. Η μεγιστοποίηση περιλαμβάνει επίσης τον ηρωισμό ή την παρουσίαση του εαυτού ή της ομάδας του ως ιδιαίτερα σημαντικού. Ως αποτέλεσμα, η αναπαράσταση του κόσμου γίνεται όλο και πιο ακραία και πολωμένη.

ε) Ευφημισμός

Ο ευφημισμός είναι ένας όρος που αποσκοπεί στο να κάνει μια κακή κατάσταση πραγμάτων πιο υποφερτή με τη χρήση μιας πιο "ωραίας" λέξης. Για παράδειγμα, στην προπαγάνδα δεν μιλάμε για "δολοφονία" αλλά για "επανεγκατάσταση" ή όχι για "πόλεμο" αλλά για "στρατιωτική επιχείρηση" και άλλα παρόμοια. Όταν αυτή η συσκοτιστική ή ευφημιστική γλωσσική έκφραση βρίσκει το δρόμο της στο μυαλό των ανθρώπων, είναι πιο πιθανό να πιστέψουν την προπαγάνδα και οι ενέργειες των προπαγανδιστών παρουσιάζονται υπό ευνοϊκό πρίσμα.

στ) Ιστορικοποίηση

Η προπαγάνδα πολύ συχνά λειτουργεί με την αυτοδικαίωση μέσω της προσφυγής σε μια συνήθως διαστρεβλωμένη, ειδικά διαμορφωμένη ή απλώς επινοημένη ιστορία. Τα ιστορικά γεγονότα διαστρεβλώνονται, παραποιούνται ή αφαιρούνται από τα συμφραζόμενα προκειμένου να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στη δική μας προπαγάνδα. Με αυτόν τον τρόπο, η προπαγάνδα δικαιολογεί επίσης συχνά την έλλειψη εναλλακτικών λύσεων στις δικές της ενέργειες (π.χ. "Δεν μπορούμε να κάνουμε αλλιώς τώρα...").

ζ) Συναισθηματισμός

Η προπαγάνδα λειτουργεί με απλά συναισθήματα. Σε σχέση με τις άλλες τεχνικές που παρουσιάστηκαν, προσανατολίζεται κυρίως σε συναισθήματα που είναι εύκολο να δημιουργηθούν. Αυτό ισχύει κυρίως για το φόβο, το θυμό ή το μίσος σε σχέση με τις εικόνες του εχθρού ή την ευφορία, τον ενθουσιασμό και τη βεβαιότητα για τη δική μας προπαγάνδα. Αυτό περιλαμβάνει επίσης τεχνικές εξύμνησης και υπερβολής προς όλες τις κατευθύνσεις.

Πρακτική συνάφεια

Σε ζευγάρια, εξερευνήστε την απεραντοσύνη του τοπίου των μέσων ενημέρωσης (online ή offline). Αναλύστε το περιεχόμενο που βρίσκετε σύμφωνα με τα κριτήρια που παρουσιάστηκαν και εξετάστε σε ποιο βαθμό μπορεί ήδη να χαρακτηριστεί ως προπαγάνδα.

Παρουσιάστε τα αποτελέσματά σας στην τάξη.

4.11 Το δικό σας εκδοτικό γραφείο (εφαρμογή γνώσης) – 120 λεπτά

Σήμερα, αποτελεί κεντρική αρμοδιότητα ενός πολιτικά μορφωμένου ατόμου να γνωρίζει για τα μέσα ενημέρωσης και τον τρόπο λειτουργίας τους. Η ικανότητα αυτή είναι ακόμη πιο σημαντική επειδή τα μέσα ενημέρωσης όλων των μορφών (μέσα κοινωνικής δικτύωσης, διαδίκτυο, τηλεόραση, εφημερίδες, ραδιόφωνο, ...) συχνά συμβάλλουν στην κοινωνική πόλωση. Όποιος έχει πληροφορίες στη διάθεσή του, τις επεξεργάζεται και τις διαδίδει, έχει μεγάλη δύναμη.

Ωστόσο, ζούμε εδώ και καιρό σε μια εποχή που δεν είμαστε απλώς καταναλωτές μέσων ενημέρωσης και πληροφοριών. Τελευταίως, η θριαμβευτική προέλαση του διαδικτύου μας έχει μετατρέψει σε μόνιμους παραγωγούς και διανομείς πληροφοριών. Με άλλα λόγια, είμαστε όλοι μας δημοσιογράφοι.

Για το λόγο αυτό, αποτελεί εξίσου κεντρική αρμοδιότητα η ικανότητα να μπορεί να αντιμετωπίσει αυτό το ρόλο ως διανομέας πληροφοριών. Κανένα σχολείο δε διδάσκει καλύτερα από την πρακτική του. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο δημιουργούμε τώρα τα δικά μας εκδοτικά γραφεία.



Πρακτική συνάφεια

Συγκεντρωθείτε σε μικρότερες ομάδες και συγκροτήστε συντακτικές ομάδες. Αποφασίστε σε ποιο μέσο θα θέλατε να εργαστείτε. Μπορείτε να επιλέξετε ανάμεσα σε:

- BLOG (δηλ. μια ιστοσελίδα με κείμενα)
- PodCast (δηλ. μορφές ήχου όπως στο ραδιόφωνο)
- VLOG (δηλ. μορφές βίντεο όπως στην τηλεόραση) .

..

Όταν έχετε βρει το θέμα σας, σκεφτείτε τα πρώτα βήματα:

- Τι θέλουμε να αναφέρουμε και πώς;

Αυτό σημαίνει τα θέματα για τα οποία θέλετε να αναφέρετε. Θέλετε να περιορίσετε το ρεπορτάζ σας σε όσα συμβαίνουν στο σχολείο ή θέλετε να αναφέρετε και παγκόσμια γεγονότα; Θέλετε να είστε ένα μέσο ενημέρωσης με βάση τα γεγονότα ή θέλετε επίσης να σχολιάζετε τα πράγματα; Θα πρέπει να υπάρχουν συνεντεύξεις; Ποιες άλλες μορφές θέλετε να χρησιμοποιήσετε στο μέσο σας (π.χ. σχόλια προσκεκλημένων, σχόλια, κριτική, ...);

- Ποιος θα αναλάβει ποια καθήκοντα;

Ο καθένας από εσάς έχει ορισμένα δυνατά και αδύνατα σημεία. Ανάλογα με τη συντακτική ομάδα που θα συγκροτήσετε, καταναίμετε τα καθήκοντα έτσι ώστε ο καθένας να μπορεί να παίξει με τα δυνατά του σημεία. Το ένα άτομο μπορεί να είναι καλύτερο στο ρεπορτάζ, το άλλο καλύτερο στην οργάνωση, και το τρίτο είναι τεχνικά ικανό (π.χ. στη δημιουργία βίντεο, αν ξεκινήσετε ένα VLOG).

- Πόσο συχνά και μέσω ποιων καναλιών θέλουμε να δημοσιεύουμε;

Ανάλογα με το μέσο που έχετε επιλέξει, σκεφτείτε πόσο συχνά θέλετε να δημοσιεύετε (π.χ. μία φορά το μήνα, δύο φορές το εξάμηνο κ.λπ.). Σκεφτείτε επίσης πώς θα γίνονται οι δημοσιεύσεις, π.χ. θα δημιουργήσετε ένα κανάλι στο YouTube; Χρησιμοποιείτε άλλα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Εκτυπώνετε την εφημερίδα σας στο σχολείο ή την εκτυπώνετε αλλού; Εάν υπάρχουν έξοδα, πώς θα τα χρηματοδοτήσετε; Πώς αλλιώς μπορείτε να συνεργαστείτε με το σχολείο;

- Επιλογή θεμάτων: Πόλωση

Αφήστε τους καθηγητές σας να σας βοηθήσουν. Τα ακόλουθα είναι πάντα ζωτικής σημασίας: Προσπαθήστε να εντοπίσετε θέματα που θα μπορούσαν να προκαλέσουν πόλωση μέσω της αναφοράς σας. Αυτά δε χρειάζεται να είναι τα μόνα θέματα της συντακτικής σας εργασίας, αλλά θα πρέπει οπωσδήποτε να βρουν τη θέση τους. Εξετάστε τα θέματα αυτά από διαφορετικές οπτικές γωνίες, αναφέρετε όσο το δυνατόν πιο αντικειμενικά τις αιτίες και τις συνδέσεις, αφήστε τους ανθρώπους να πουν τη γνώμη τους επί ίσοις όροις, ώστε ο καθένας να μπορεί να διαμορφώσει τη δική του γνώμη. Προσπαθήστε να παραμείνετε όσο το δυνατόν πιο ουδέτεροι και, όπου υπάρχουν συγκρούσεις, μην παίρνετε απλώς θέση, αλλά συμβάλλετε στη διαμεσολάβηση μέσω μιας καλά μελετημένης παρουσίασης. Θα δείτε ότι αυτό είναι αρκετά δύσκολο, αλλά ταυτόχρονα αποτελεί το κεντρικό καθήκον των σημερινών μέσων ενημέρωσης.

Αν σας αρέσει και σας ενδιαφέρει να εργαστείτε στο δικό σας εκδοτικό τμήμα, μπορείτε να το συνεχίσετε για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Να θυμάστε την επιρροή σας ως δημιουργοί των μέσων ενημέρωσης και να έχετε επίγνωση της ευθύνης σας, ώστε να μην υπάρχουν συγκρούσεις ή πόλωση.

4.12 Συζητήσεις σε πάνελ (εφαρμογή γνώσης) - 50 λεπτά

Τίποτα στον κόσμο δε συμβάλλει καλύτερα στη μείωση της πόλωσης από το να μιλάμε μεταξύ μας, να γνωρίζουμε τη θέση των άλλων και να τους καταλαβαίνουμε ως ανθρώπους, να τους γνωστοποιούμε τις δικές μας θέσεις και, στην καλύτερη περίπτωση, να μπορούμε να έρθουμε κοντά.



Ένας τρόπος για να έρθουν σε συζήτηση άνθρωποι με διαφορετικές θέσεις σε πολιτικά θέματα είναι η *συζήτηση σε πάνελ*. Η συζήτηση σε πάνελ είναι μια συζήτηση υπό το συντονισμό ενός ακροατηρίου κατά την οποία συζητούνται διαφορετικές θέσεις για ένα επιλεγμένο θέμα ή ζήτημα.

Πρακτική συνάφεια

Διοργανώστε συζητήσεις στο σχολείο σας, ανάλογα με τις δυνατότητές σας. Αναζητήστε θέματα ή ζητήματα που προκαλούν πόλωση. Συγκροτήστε ένα πάνελ από 4-6 άτομα + συντονιστή. Στη συνέχεια, προσεγγίστε αυτούς τους ανθρώπους και προσκαλέστε τους. Αντίστροφα, μπορείτε επίσης να οργανώσετε ένα "casting", ώστε οι άνθρωποι να μπορούν να υποβάλουν αίτηση για το πάνελ.

Στη συνέχεια, σκεφτείτε πότε έχει νόημα να γίνουν οι συζητήσεις σε πάνελ και πού θα γίνουν. Σχεδιάστε πώς θα διαμορφωθεί ο χώρος, τι εξοπλισμό θα χρειαστείτε και πόσο κοινό θέλετε.

Ένα άλλο κρίσιμο ερώτημα είναι αν θα συμμετάσχει το κοινό ή όχι. Σε αυτή την περίπτωση, πρέπει επίσης να σχεδιάσετε τον τρόπο με τον οποίο το κοινό μπορεί να συμμετάσχει.

α) Οι συζητήσεις αυτές αποσκοπούν σε δύο αποτελέσματα:

θα πρέπει να αντιμετωπίσουν

πολιτικά ζητήματα και να χρησιμεύσουν ως διαμεσολάβηση

Σκεφτείτε ποια θα μπορούσαν να είναι αυτά τα θέματα - πιθανώς υπάρχουν ήδη θέματα στην καθημερινή σας σχολική ζωή που προκαλούν πόλωση μέσα στο σχολείο. Είναι καλύτερο να προσκαλέσετε 4-6 άτομα που γνωρίζετε ότι μπορεί να έχουν διαφορετικές θέσεις για το θέμα που επιλέξατε. Θέλουμε να τους φέρουμε σε μια συμπαθητική συζήτηση μεταξύ τους.

β) Θα πρέπει να καταδείξουν ότι η πόλωση μπορεί να μειωθεί μέσω της συζήτησης

Είναι ζωτικής σημασίας για τη συζήτηση σε πάνελ να μην εξυπηρετεί μόνο τον σκοπό της ψυχαγωγίας, αλλά να έχει ως στόχο να φέρει τις πολωμένες θέσεις σε συζήτηση μεταξύ τους και ίσως ακόμη και να συμβάλει στη μείωση της πόλωσης. Για το σκοπό αυτό, το πρόσωπο που αναλαμβάνει τον συντονισμό είναι καθοριστικής σημασίας. Επομένως, επιλέξτε καλά τον συντονιστή, διότι καθήκον του θα είναι να διασφαλίσει ότι όλες οι θέσεις θα εξεταστούν επαρκώς, να οδηγήσει ομαλά τη συζήτηση και να μην εισάγει τη δική του γνώμη.

Επιπλέον, αν όλοι οι συμμετέχοντες συμφωνούν, μπορείτε να καταγράψετε τη συζήτηση και να την κάνετε αντικείμενο των μαθημάτων και των εργασιών σας.

Τέτοιες συζητήσεις μπορούν να διεξάγονται ξανά και ξανά σε διαφορετικά πλαίσια και συχνότητες. Μπορούν να πραγματοποιηθούν σε κάθε τάξη ξεχωριστά καθώς και σε όλο το σχολείο. Όσο περισσότερο δημιουργείται έτσι μια ανοιχτή και καλοπροαίρετη κουλτούρα συζήτησης, τόσο περισσότερο η πόλωση θα μειωθεί ή θα αποτραπεί εν τη γενέσει της.

4.13 Δικτύωση με άλλα σχολεία (διασφάλιση γνώσης) - 10 λεπτά

Τώρα που έχετε μάθει διάφορους τρόπους αντιμετώπισης της πόλωσης, ήρθε η ώρα να τους μεταφέρετε σε άλλα σχολεία. Καταρτίστε ένα πρώτο σχέδιο σχετικά με τον τρόπο συνεργασίας με άλλα σχολεία (π.χ. εκστρατείες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, συζητήσεις σε πάνελ, επιτροπές σύνταξης, δημιουργία ευαισθητοποίησης για την ποικιλομορφία, ...). Στη συνέχεια μπορείτε να αποφασίσετε τι θέλετε να κάνετε για να γίνετε πρεσβευτές-εκπρόσωποι για τη μείωση της πόλωσης πέρα από το δικό σας σχολείο.

Πηγές

Clark, J./Green, M.: Self-fulfilling prophecies: Perceived reality of online interaction drives expected outcomes of online communication, Elsevier, Volume 133, 2018:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191886917305330>

Jaster, R.; Lanius, D.: Die Wahrheit schafft sich ab: Wie Fake News Politik machen, Reclam, 2019

Keil, M.; Stollenwerk C.: Echokammer, Büchner, 2022

Klemperer, Victor: LTI, Reclam, 2010

Penkwitt, M./Köhler, S./Schlüter, A. (Hrsg.): Inklusion und Intersektionalität in institutionellen Bildungskontexten, Budrich Journals, 12, Nr. 3, 2020

Rajal, E.: „Lügen wie gedruckt“. Meinungsmanipulation: Propaganda und Fake News. Haus der Geschichte Österreich, 2018: https://hdgoe.at/items/uploads/module_pdf/hdgoe_UM_Meinungsmanipulation.pdf

Reporterfabrik - WebAkademie des Journalismus: Was wird zur Nachricht? – Workshop 103, Kapitel 2: Die Nachrichtenwerte, 2019. In:

https://akademie.reporterfabrik.de/assets/courseware/v1/b76e1ad86adb745fd20c88f62e85c524/asset-v1:Reporterfabrik+103+2019+type@asset+block/Brockhoff_103_Kap_02.pdf

Selterman, D.: Social Media and the Black Cat Fallacy. Psychology Today. 2021:

<https://www.psychologytoday.com/sg/blog/the-resistance-hypothesis/202110/social-media-and-the-black-cat-fallacy>

Wehling, E.: Politisches Framing, Halem, 2016



www.byepolarity.eu



<https://www.facebook.com/bye-Polarity-103509115621549>



https://www.instagram.com/bye_polarity/



Co-funded by
the European Union

Με τη χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι απόψεις και οι γνώμες που διατυπώνονται εκφράζουν αποκλειστικά τις απόψεις των συντακτών και δεν αντιπροσωπεύουν κατ' ανάγκη τις απόψεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή του Ευρωπαϊκού Εκτελεστικού Οργανισμού Εκπαίδευσης και Πολιτισμού (EACEA). Η Ευρωπαϊκή Ένωση και ο EACEA δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τις εκφραζόμενες απόψεις.

Αριθμός έργου: 2021-1-AT01-KA220-SCH-000032621