



Όνομασία εργαστηρίου: Αμφισβητώντας το περιεχόμενο των Μέσων Επικοινωνίας

ΚΩΔΙΚΟΣ: ML_L2_WA3_W2

ΒΑΣΙΚΗ ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΑ: Ανάλυση μηνυμάτων των μέσων ενημέρωσης

ΕΠΙΠΕΔΟ 2

ΤΟΜΕΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ 3: Ανάλυση μηνυμάτων των μέσων ενημέρωσης

ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ: Rinova

ΔΙΑΡΚΕΙΑ: 4 ΩΡΕΣ



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα 1

Ποιο είναι το μήνυμα;

Για αυτήν την άσκηση, ο διευκολυντής γνώσης μπορεί να υποστηρίξει και να διευκολύνει τη μάθηση της ομάδας δίνοντας τους ένα σύντομο παράδειγμα και να τους εμπλέξει σε μια συζήτηση π.χ. "Ποιο είναι το περιεχόμενο του μηνύματος." Μόλις οι συμμετέχοντες αισθανθούν σίγουροι και καλά ενημερωμένοι για να προχωρήσουν, θα πρέπει να αναλάβουν την εργασία αυτή λαμβάνοντας υπόψη τις ακόλουθες ερωτήσεις.

Όταν προσδιορίζετε εάν ένα μήνυμα μέσου ενημέρωσης είναι αυθεντικό ή ψεύτικο, είναι σημαντικό να κοιτάξετε το ίδιο το μήνυμα και να κατανοήσετε γιατί μεταδίδεται:

- Ποιο είναι το περιεχόμενο του μηνύματος;
- Είναι η ίδια είδηση σε πολλά μέρη του μηνύματος;
- Ποια είναι η ημερομηνία της ιστορίας;
- Υπάρχει μια κλίση στο μήνυμα / υπάρχει προκατάληψη στο μήνυμα;
- Είναι η είδηση γεγονός ή είναι άποψη;
- Ποια άποψη εκφράζεται και τι μένει εκτός (δεν εκφράζεται);

Παράρτημα 2

Ψεύτικες Ειδήσεις(Fake News): Πως να τις εντοπίσετε

Ο διευκολυντής γνώσης θα πρέπει να δημιουργήσει και να δώσει μια παρουσίαση που καθορίζει το πλαίσιο για την ανάπτυξη της κατανόησης της ομάδας για τις ψεύτικες ειδήσεις και τις διάφορες μορφές που μπορούν να έχουν.

Οι ψεύτικες ειδήσεις μπορούν να έχουν πολλές μορφές, αλλά υπάρχουν διάφοροι ευρείς τύποι:

- Εσκεμμένη παραπληροφόρηση: γράφτηκε για κέρδος και μετά κοινοποιήθηκε στα κοινωνικά μέσα μεταξύ στοχευμένων ομάδων ανθρώπων που θέλουν να πιστέψουν ότι είναι αλήθεια. Η πρόθεση είναι να εξαπλωθούν οι ψεύτικες ειδήσεις χωρίς οι αναγνώστες να αφιερώσουν χρόνο για επαληθεύσουν τις ειδήσεις ορθά.
- Λανθασμένοι τίτλοι: Ένας τίτλος ειδήσεων μπορεί να διαβαστεί με έναν τρόπο ή να δηλώσει κάτι ως είδηση, αλλά στη συνέχεια το κύριο μέρος του άρθρου να λέει κάτι διαφορετικό.
- Κοινή χρήση κοινωνικών μέσων δικτύωσης: η ικανότητα των κοινωνικών μέσων να εμφανίζουν μεγάλο αριθμό ειδήσεων σε σύντομο χρονικό διάστημα σημαίνει ότι οι χρήστες ενδέχεται να μην αφιερώσουν χρόνο για να ερευνήσουν και να επαληθεύσουν την κάθε είδηση.

1. Ποιος δημιούργησε ή πλήρωσε το μήνυμα;
2. Ποια είναι η ομάδα στόχος;
3. Ποια είναι τα άμεσα μηνύματα;
4. Ποια είναι τα έμμεσα μηνύματα;
5. Τι παραλείπεται από το μήνυμα;
6. Είναι ψεύτικο μήνυμα ή γνήσιο μήνυμα;

