

costaid

Coping Strategies Against Information Disorder

Κατευθυντήριες γραμμές για τα άτομα στην πρώτη γραμμή



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.

Συγγραφείς:

*Eliane Smits van Waesberghe & Tim Paulusse — Verwey-Jonker Instituut
(Κύριοι συντάκτες)*

Leen D'Haenens & Joyce Vissenberg — KU Leuven

Tzvetalina Genova – International Management Institute

Wolfgang Eisenreich – Wissenschaftsinitiative Niederösterreich

Sonja Bercko Eisenreich – Integra Institute

Alenka Valjašková — QUALED

Παντελής Μπαλαούρας — Connexions

Δήλωση σχετικά με τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας:



Το έργο αυτό έχει αδειοδοτηθεί με άδεια [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Μπορείτε να:

- Μοιραστείτε — αντιγράψετε και αναδιανέμετε το υλικό με κάθε μέσο και τρόπο
- Προσαρμόστε — αναμείξτε, τροποποιήστε και δημιουργήστε πάνω στο υλικό

Υπό τους ακόλουθους όρους:

- Αναφορά Δημιουργού - Θα πρέπει να καταχωρίσετε αναφορά στο δημιουργό, με σύνδεσμο της άδειας, και με αναφορά αν έχουν γίνει αλλαγές. Μπορείτε να το κάνετε αυτό με οποιονδήποτε εύλογο τρόπο, αλλά όχι με τρόπο που να υπονοεί ότι ο δημιουργός αποδέχεται το έργο σας ή τη χρήση που εσείς κάνετε.
- Μη Εμπορική Χρήση — Δε μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το υλικό για εμπορικούς σκοπούς.
- Παρόμοια Διανομή — Αν αναμείξετε, τροποποιήσετε, ή δημιουργήσετε πάνω στο υλικό, πρέπει να διανείμετε τις δικές σας συνεισφορές υπό την ίδια άδεια όπως και το πρωτότυπο.

Κεφάλαιο 1

Κατανόηση των «ψευδών ειδήσεων»

Ομάδα-στόχος

Οι εν λόγω κατευθυντήριες γραμμές απευθύνονται στους λεγόμενους «πρώτους τομείς». Ο όρος «πρώτης γραμμής» είναι ένας γενικός όρος για όλους τους ανθρώπους που έρχονται σε άμεση επαφή με άτομα που είναι ευάλωτα σε διαταραχές της πληροφορίας, εστιάζοντας σε ομάδες στην επαγγελματική εκπαίδευση. Παραδείγματα ανθρώπων που εμπίπτουν στον γενικό όρο είναι: εκπαιδευτικοί, εκπαιδευτικοί, εκπαιδευτές, σύμβουλοι και σύμβουλοι νεολαίας, κοινωνικοί λειτουργοί και εργαζόμενοι στον τομέα της νεολαίας. Ωστόσο, αυτή είναι μια μη εξαντλητική λίστα. Το πεδίο εφαρμογής αυτού του έργου περιλαμβάνει επίσης και άλλα άτομα που εργάζονται στον τομέα της εκπαίδευσης, της κοινωνικής πρόνοιας ή της υγειονομικής περίθαλψης.

Ομάδα-στόχος	2
1.1 Εισαγωγή στο παρόν κεφάλαιο	1
1.2 Η ψηφιακή κοινωνία της πληροφορίας	2
1.3 Διαταραχή πληροφόρησης.....	4
1.4 Αιτίες πίστης σε ψευδείς πληροφορίες	7
Η θεωρία του συμπεριφορισμού	7
Κοινωνική επιρροή.....	7
Πίστη σε ψευδείς πληροφορίες	9
Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η συνεχής τροποποίηση της συμπεριφοράς	10
Ανθρώπινες ανάγκες και συναισθηματικός δεσμός	12
Τι είναι οι συναισθηματικές ανάγκες;	13
1.5 Πώς λειτουργεί η λανθασμένη πληροφόρηση και η παραπληροφόρηση;	16
Η γρήγορη εξάπλωση της λανθασμένης πληροφόρησης και της παραπληροφόρησης.....	16
Οι οδηγοί των ψευδών πεποιθήσεων.....	17
Εμπόδια στην επανεξέταση μιας πίστης	18
Στρατηγικές για τη διόρθωση ψευδών πληροφοριών	19
Επιπτώσεις για τους επαγγελματίες.....	19
Επιπτώσεις για τους καταναλωτές πληροφοριών	20
1.6 Επιλογή, χρήση και κατάχρηση των λέξεων στις πληροφορίες	22
Η επιλογή λέξεων έχει σημασία.....	22
Γιατί ο εγκέφαλός μας πιστεύει στα ψέματα;	23

Η υπόθεση του γλωσσικού ντετερμινισμού	25
Ασάφεια	26
Γλωσσική χειραγώγηση	27
1.7 Οι «θάλαμοι αντήχησης» και η ενίσχυση της παραπληροφόρησης .	29
1.8 Γνωστική ασυμφωνία	32
Ιστορία	32
Τι είναι η γνωστική ασυμφωνία;	33
Οι αιτίες της γνωστικής ασυμφωνίας	33
Ανάλυση γνωστικής ασυμφωνίας	35
Γνωστική ασυμφωνία, διαταραχή των μέσων ενημέρωσης και της πληροφορίας	36
1.9 Παραδείγματα διαταραχής της πληροφόρησης	38
Πυρκαγιές στο τροπικό δάσος του Αμαζονίου (Αύγουστος 2019)	38
Η Ρωσία εκπαιδεύει αετούς για την αναχαίτιση drones (Μάιος 2023)....	40
Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ θέλει να επιβάλλει περιορισμό στο νερό (Απρίλιος 2023)	41
1.10 Αναφορές.....	43

1.1 Εισαγωγή στο παρόν κεφάλαιο

Τα τελευταία χρόνια, υπήρξε μια ευρεία χρήση του όρου «ψευδείς ειδήσεις». Ωστόσο, είναι σημαντικό να κατανοήσουμε τι σημαίνει αυτός ο όρος στην πραγματικότητα. Στην ουσία, αναφέρεται σε ψευδείς ιστορίες ή παραπληροφόρηση που κυκλοφορούν στο διαδίκτυο ή μέσω διαφόρων διαύλων μέσων ενημέρωσης. Ένας άλλος όρος που χρησιμοποιείται συνήθως για να περιγράψει αυτό το φαινόμενο είναι «διαταραχή πληροφόρησης». Στα ακόλουθα υποκεφάλαια, θα εμβαθύνουμε στο θέμα των διαταραχών της πληροφορίας, ξεκινώντας με μια εξήγηση του σκοπού της πληροφορίας. Στη συνέχεια, θα διερευνήσουμε τις ψευδείς πληροφορίες με περισσότερες λεπτομέρειες, συμπεριλαμβανομένων των διαφόρων τύπων και των υποκείμενων κινήτρων τους. Με αυτόν τον τρόπο, θα επισημάνουμε τα ποικίλα επίπεδα βλάβης που σχετίζονται με τις ψευδείς πληροφορίες. Είναι σημαντικό να αναγνωρισθεί ότι όταν οι ψευδείς πληροφορίες διαδίδονται με βλαβερές προθέσεις, μπορούν να προκαλέσουν σημαντικά προβλήματα. Θα εξηγήσουμε τους λόγους για τους οποίους οι άνθρωποι πιστεύουν σε τέτοιες ψευδείς πληροφορίες, μαζί με την εξέταση των μηχανισμών και των επιπτώσεων που έχει στη συλλογική νοοτροπία. Για να υπάρξει μεγαλύτερη σαφήνεια, η παρούσα δημοσίευση θα προσφέρει παραδείγματα περιπτώσεων που αφορούν ψευδείς πληροφορίες.

1.2 Η ψηφιακή κοινωνία της πληροφορίας

Οι νέοι είναι πολίτες της σημερινής ψηφιακής κοινωνίας που μπορούν να συμμετέχουν σε διαδικτυακές συζητήσεις και συζητήσεις, να εκφράζουν τις ανησυχίες τους και να αναλαμβάνουν δράση. Για να διασφαλιστεί η ασφαλής, αποτελεσματική, κρίσιμη και υπεύθυνη συμμετοχή τους στον ψηφιακό τομέα, απαιτούν ψηφιακή ιθαγένεια. Η ψηφιακή ιδιότητα του πολίτη νοείται γενικά ως οι ικανότητες που απαιτούνται για την ενεργό συμμετοχή στην ψηφιακή κοινωνία. Τα τελευταία χρόνια, η κατανόηση της ψηφιακής ιδιότητας του πολίτη έχει εξελιχθεί ώστε να περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα ικανοτήτων και συμπεριφορών που δίνουν τη δυνατότητα στους νέους να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες του διαδικτύου για ενεργό συμμετοχή, προστατεύοντάς τους παράλληλα από πιθανούς κινδύνους και βλάβες που συνδέονται με αυτό.

Μία από αυτές τις ικανότητες που είναι καίριας σημασίας για την ψηφιακή ιθαγένεια αφορά τον γραμματισμό στα μέσα ενημέρωσης και την πληροφόρηση, ή την ικανότητα κατανόησης και κριτικής εμπλοκής με πληροφορίες στο διαδίκτυο. Οι αξιόπιστες πληροφορίες αποτελούν έναν από τους ακρογωνιαίους λίθους της εύρυθμης λειτουργίας των δημοκρατικών κοινωνιών. Η πρόσβαση σε αυτές τις πληροφορίες επιτρέπει στους πολίτες να συμμετέχουν στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων (με προσεκτική στάθμιση όλων των πληροφοριών κατά την άσκηση του δικαιώματος ψήφου τους) και να καθιστούν τις κυβερνήσεις υπόλογες. Οι πολίτες βασίζονται γενικά στα μέσα ενημέρωσης για τη συνολική κάλυψη των σημαντικότερων πληροφοριών σχετικά με την πολιτική, τα κοινωνικά ζητήματα, την οικονομία και άλλα γεγονότα που σχετίζονται με τη λειτουργία της κοινωνίας. Καθώς είναι αδύνατο για τις αίθουσες σύνταξης να καλύπτουν κάθε εκδήλωση που συμβαίνει σε όλο τον κόσμο, τα ειδησεογραφικά αντικείμενα επιλέγονται και καλύπτονται από δημοσιογράφους. Οι διαδικασίες της αίθουσας ειδήσεων, όπως η συντακτική πύλη και ο έλεγχος γεγονότων, επιτρέπουν την αξιόπιστη κάλυψη ειδήσεων των πιο σχετικών γεγονότων.

Πιο πρόσφατα, ωστόσο, με την ευρεία επέκταση του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το περιβάλλον πληροφόρησης έχει αλλάξει δραστικά. Ορισμένοι μελετητές προτείνουν ότι βρισκόμαστε αυτή τη στιγμή σε μια κατάσταση «κακοφωνίας πληροφοριών», η οποία χαρακτηρίζεται από «τον ενοχλητικό θόρυβο πολλών, ασυμβίβαστων φωνών που προσφέρουν πληροφορίες, υπό συνθήκες χαμηλής εμπιστοσύνης στα μέσα ενημέρωσης», όπως αναφέρθηκε από την Cotter & Thorson το 2022. Καθώς οι σύγχρονες τεχνολογίες επιτρέπουν τη διανομή πληροφοριών σε παγκόσμια κλίμακα, τα μηνύματα δημιουργούνται, μοιράζονται και καταναλώνονται σε ένα όλο και πιο πολύπλοκο περιβάλλον πληροφοριών. Με τις ψηφιακές τεχνολογίες να είναι ευρέως προσβάσιμες, είναι ευκολότερο από ποτέ για οποιονδήποτε να δημιουργήσει και να μοιραστεί πληροφορίες. Συγκεκριμένα, οι κινητές συσκευές επιτάχυναν αυτή την εξέλιξη: οι πληροφορίες μπορούν τώρα να μοιραστούν με τεράστιες ταχύτητες, ανά πάσα στιγμή και σε οποιοδήποτε μέρος. Επιπλέον, με την εκρηκτική δημοτικότητα των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης, η κατανάλωση πληροφοριών έχει εξελιχθεί από ιδιωτική, μοναχική δραστηριότητα σε δημόσια και κοινή. Μέσω αυτών των πλατφορμών, οι άνθρωποι εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τους φίλους, τους συγγενείς, τους συναδέλφους ή άλλους γνωστούς στα δίκτυά τους για να τους καθοδηγήσουν μέσω του σύνθετου ιστού πληροφοριών με τις εγκρίσεις και τις συστάσεις

τους. Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι πλατφόρμες δεν χρησιμεύουν ως ουδέτεροι αγωγοί επικοινωνίας. Αντ' αυτού, καθοδηγούνται από δισεκατομμύρια μεμονωμένων χρηστών, ο καθένας με το δικό του υπόβαθρο, αξίες και στόχους, και ο καθένας παράγει μηνύματα που αντικατοπτρίζουν αυτές τις θέσεις.

1.3 Διαταραχή πληροφόρησης

Το ζήτημα της ψευδούς και κατασκευασμένης πληροφορίας στο διαδίκτυο και ιδίως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχει λάβει όλο και μεγαλύτερη προσοχή από τους μελετητές και τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής τα τελευταία χρόνια. Γεγονότα όπως οι προεδρικές εκλογές του 2016 στις ΗΠΑ, η εκστρατεία για το Brexit στο Ηνωμένο Βασίλειο, η πανδημία COVID-19 και, πιο πρόσφατα, η ρωσική εισβολή στην Ουκρανία, φαίνεται να έχουν δώσει ιδιαίτερη έμφαση στις απειλές και τους κινδύνους ψευδών πληροφοριών στο διαδίκτυο.

Στην έκθεσή τους για το Συμβούλιο της Ευρώπης, οι Wardle και Derakhshan έχουν χαρακτηρίσει τους διάφορους τύπους ψευδών ή παραπλανητικών πληροφοριών που κυκλοφορούν στο διαδίκτυο ως «διαταραχή πληροφόρησης». Λανθασμένη πληροφόρηση, παραπληροφόρηση και κακή πληροφόρηση. Η διάκριση μεταξύ αυτών των τριών τύπων διαταραχής της πληροφορίας γίνεται με βάση δύο στοιχεία. Πρώτον, γίνεται διάκριση μεταξύ των μηνυμάτων που είναι αληθινά και των μηνυμάτων που είναι ψευδή. Δεύτερον, δίνεται προσοχή στην πρόθεση πίσω από το μήνυμα, είτε το άτομο ή ο οργανισμός που μοιράστηκε το μήνυμα που προοριζόταν να βλάψει, είτε αν η βλάβη προκλήθηκε ακούσια.

Υπάρχουν δύο κύριες κατηγορίες ψευδών πληροφοριών: Η λανθασμένη πληροφόρηση και η παραπληροφόρηση. Η λανθασμένη πληροφόρηση αναφέρεται σε πληροφορίες που είναι ανακριβείς ή ψευδείς, αλλά το άτομο που τις διαδίδει δεν γνωρίζει την ψευδή της πραγματικότητα. Με άλλα λόγια, δεν υπάρχει πρόθεση να εξαπατήσει ή να βλάψει άλλους. Αν και η λανθασμένη πληροφόρηση μπορεί ακόμη να έχει αντίκτυπο σε όσους την λαμβάνουν, δεν μοιράζεται με τη ρητή πρόθεση πρόκλησης βλάβης. Όταν οι μη πραγματικές πληροφορίες ανταλλάσσονται ακούσια, ανεξάρτητα από τους υποκείμενους λόγους, εμπίπτουν στην ταξινόμηση της λανθασμένη πληροφόρησης.

Αντίθετα, η παραπληροφόρηση μοιράζεται με κακόβουλη πρόθεση. Η πηγή γνωρίζει την αναληθή φύση των πληροφοριών· ωστόσο, το μοιράζονται ούτως ή άλλως για να προκαλέσουν βλάβη σε ένα άτομο, κοινωνική ομάδα, οργάνωση ή χώρα, και ως εκ τούτου να παραπλανήσουν τον αποδέκτη του μηνύματος. Συχνά, η διάδοση ψευδών πληροφοριών καθοδηγείται από την επιθυμία να προωθηθεί μια συγκεκριμένη ηθική ή πολιτική προοπτική ή να προωθηθεί μια συγκεκριμένη αιτία.

Σε αντίθεση με τα προηγούμενα δύο, ο τρίτος τύπος, η κακή πληροφόρηση, βασίζεται σε τεκμηριωμένες πληροφορίες. Ωστόσο, αυτό που την καθιστά κακή πληροφόρηση αντί απλώς «πληροφορία» είναι ότι αυτές οι πραγματικές πληροφορίες μοιράζονται με σκοπό να προκαλέσουν βλάβη. Η προέλευση των πληροφοριών πηγάζει από την αλήθεια, αλλά απομακρύνεται από το πλαίσιο ή υπερβάλλει για την προώθηση μιας συγκεκριμένης ηθικής ή πολιτικής ατζέντας. Η κακή πληροφόρηση αφορά γενικά ζητήματα όπως η ρητορική μίσους, η παρενόχληση και οι διαρροές εμπιστευτικών πληροφοριών.

Για την κατανόηση της διαταραχής της πληροφορίας, είναι χρήσιμο να σημειωθεί ότι περιλαμβάνει γενικά τρία στοιχεία. Το πρώτο κεντρικό στοιχείο της διαταραχής της πληροφορίας αφορά τους παράγοντες που δημιούργησαν, παρήγαγαν, διανέμουν το κομμάτι της πληροφορίας και τα κίνητρά τους πίσω από την πληροφορία. Δεύτερον, είναι σημαντικό να ληφθεί υπόψη το μήνυμα και τα χαρακτηριστικά του, όπως η μορφή του.

Τρίτον, ο διερμηνέας διαδραματίζει σημαντικό ρόλο: πώς το ερμήνευσε ο παραλήπτης του μηνύματος και ποια μέτρα έλαβε ως απάντηση στο μήνυμα; Εδώ, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι το κοινό είναι πολύ σπάνια παθητικοί αποδέκτες πληροφοριών, αλλά αντ' αυτού ερμηνεύει το κομμάτι της πληροφορίας από το δικό του υπόβαθρο, π.χ. με βάση την κοινωνική του θέση, τις πολιτικές ιδέες ή τις εμπειρίες του παρελθόντος.

Η διαταραχή της πληροφορίας συνήθως λαμβάνει χώρα σε τρία στάδια. Το πρώτο στάδιο, η δημιουργία, περιλαμβάνει την ανάπτυξη ενός μηνύματος από ένα άτομο. Στο στάδιο της παραγωγής, αυτό το μήνυμα μετατρέπεται σε ένα προϊόν πολυμέσων που έχει τη δυνατότητα να προσεγγίσει ένα ευρύ κοινό. Τέλος, στο στάδιο της διανομής, το μήνυμα δημοσιοποιείται και διαδίδεται στο κοινό στο οποίο απευθύνεται.

Μέσα στους τρεις γενικούς τύπους διαταραχής της πληροφορίας, υπάρχουν επτά διακεκριμένες κατηγορίες προβληματικού περιεχομένου που βοηθούν στην καλύτερη κατανόηση του σύνθετου οικοσυστήματος πληροφοριών. Αυτές οι επτά κατηγορίες τοποθετούνται σε ένα συνεχές με βάση την πρόθεσή τους να εξαπατήσουν.

1. Η πρώτη κατηγορία, με τη χαμηλότερη πρόθεση να εξαπατήσει, είναι η σάτιρα ή η παρωδία. Οι παραγωγοί σάτιρας δεν έχουν καμία πρόθεση να προκαλέσουν βλάβη, αλλά το περιεχόμενό τους έχει τη δυνατότητα να ξεγελάσει το κοινό. Έχει γίνει πολλή συζήτηση σχετικά με το αν η σάτιρα πρέπει να συμπεριληφθεί ως ένα είδος προβληματικού περιεχομένου. Ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η σάτιρα χρησιμοποιείται όλο και περισσότερο στρατηγικά για τη διανομή φημών και συνωμοσιών, και οποιοδήποτε μήνυμα μπορεί να απορριφθεί δηλώνοντας ότι το μήνυμα δεν πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη. Επιπλέον, ο συγγραφέας σημειώνει ότι τα μηνύματα που χαρακτηρίζονται ως σάτιρα γίνονται όλο και πιο μισητά και πολωτικά. Η διάκριση της σάτιρας από το πραγματικό περιεχόμενο ειδήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να είναι δύσκολη λόγω της απουσίας ευρετικών ή πνευματικών συντομεύσεων που χρησιμοποιούμε για να κατανοήσουμε τον κόσμο γύρω μας. Ενώ η διάταξη μιας εφημερίδας αποκαλύπτει τότε ένα άρθρο βρίσκεται στο τμήμα της σάτιρας ή της γνώμης, αυτά τα οπτικά στοιχεία λείπουν στο διαδίκτυο και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Ακόμη περισσότερο, σε απευθείας σύνδεση, ορισμένες σατιρικές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες έχουν υιοθετήσει τη διάταξη των παραδοσιακών ειδησεογραφικών ιστοτόπων, γεγονός που καθιστά ακόμη πιο δύσκολο για το κοινό να χαρακτηρίσει αυτές τις πηγές πληροφοριών ως σατιρικές. Ένα γνωστό παράδειγμα μιας σατιρικής ειδησεογραφικής ιστοσελίδας είναι το «The Onion».
2. Η δεύτερη κατηγορία αφορά τις ψευδείς συνδέσεις: όταν οι τίτλοι, οι εικόνες ή οι λεζάντες δεν συνάδουν με το περιεχόμενο του μηνύματος. Αυτός ο τύπος περιεχομένου μερικές φορές αναφέρεται επίσης ως περιεχόμενο clickbait, όπου η συγκλονιστική γλώσσα και τα οπτικά στοιχεία χρησιμοποιούνται αρχικά για να προσελκύσουν κοινό και να οδηγήσουν σε κλικ, αλλά στη συνέχεια υπολείπονται μόλις ο αναγνώστης φτάσει στον ιστότοπο.
3. Η τρίτη κατηγορία αφορά το παραπλανητικό περιεχόμενο, όπου οι πληροφορίες χρησιμοποιούνται με παραπλανητικό τρόπο για να πλαισιώσουν ή να απεικονίσουν ένα ζήτημα ή ένα άτομο με συγκεκριμένο τρόπο. Παραπλανητικό περιεχόμενο μπορεί να εκδηλωθεί με διάφορους τρόπους, για παράδειγμα με την αναδιαμόρφωση των ιστοριών σε τίτλους, χρησιμοποιώντας μόνο αποσπάσματα από αποσπάσματα, ή με το χειρισμό

της απεικόνισης των στατιστικών. Ως εκ τούτου, μόνο το μέρος της ιστορίας που ευθυγραμμίζεται με μια συγκεκριμένη θέση λέγεται για να υποστηρίξει ένα συγκεκριμένο επιχείρημα.

4. Η τέταρτη κατηγορία προβληματικών πληροφοριών αφορά το ψευδές πλαίσιο, το οποίο συμβαίνει όταν το γνήσιο περιεχόμενο μοιράζεται με εσφαλμένες πληροφορίες συμφραζομένων. Σε αυτή την περίπτωση, το αληθινό περιεχόμενο έχει αναδιατυπωθεί ώστε να ταιριάζει σε μια διαφορετική, και συχνά πιο επικίνδυνη, αφήγηση.
5. Η πέμπτη κατηγορία αφορά το περιεχόμενο απατεώνων, το οποίο συμβαίνει όταν πλαστογραφούνται πραγματικές πηγές πληροφοριών. Αυτό μπορεί, για παράδειγμα, να συμβαίνει όταν το ψευδές περιεχόμενο χρησιμοποιεί λογότυπα γνωστών, καθιερωμένων οργανώσεων, όπως ΜΚΟ ή ειδησεογραφικούς οργανισμούς. Μια τεχνική είναι η δημιουργία ιστοσελίδων που μοιάζουν με επαγγελματικές ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, αλλά που μοιράζονται μόνο ψευδείς πληροφορίες. Οι διανομείς περιεχομένου απατεώνων μπορούν επίσης να υποδυθούν μεμονωμένα καθιερωμένα πρόσωπα ή δημοσιογράφους σε πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τη δημιουργία ψεύτικων προφίλ. Αυτή η στρατηγική μπορεί να έχει ιδιαίτερα αντίκτυπο, καθώς οι ποσότητες πληροφοριών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που πρέπει να επεξεργαστούν οι χρήστες είναι εξαιρετικά μεγάλες, και ως εκ τούτου οι άνθρωποι μπορεί να μην δίνουν πάντα προσοχή στις μικρές λεπτομέρειες που δίνουν μακριά ότι ο λογαριασμός υποδύεται κάποιον άλλο.
6. Η έκτη κατηγορία αφορά το παραποιημένο περιεχόμενο, το οποίο συμβαίνει όταν οι αυθεντικές πληροφορίες ή το οπτικό υλικό χειραγωγούνται με σκοπό να εξαπατήσουν το κοινό. Αυτή η στρατηγική σχετίζεται κυρίως με την αλλαγή φωτογραφιών και βίντεο για να επικοινωνήσουν μια διαφορετική ιστορία ή μια διαφορετική γωνία από την ιστορία.
7. Τέλος, η έβδομη κατηγορία αφορά το κατασκευασμένο περιεχόμενο. Το κατασκευασμένο περιεχόμενο είναι περιεχόμενο που παράγεται πρόσφατα και είναι εντελώς ψευδές και σχεδιασμένο με σκοπό να εξαπατήσει και να προκαλέσει βλάβη. Οι παραγωγοί κατασκευασμένου περιεχομένου μπορούν να συνθέσουν ειδήσεις και να παράγουν εικόνες και βίντεο για να υποστηρίξουν τις ιστορίες τους. Το πρόσφατο κύμα εικόνων και βίντεο που παράγονται με τη χρήση τεχνητής νοημοσύνης εμπίπτει επίσης στην κατηγορία του κατασκευασμένου περιεχομένου.

Όπως καταδεικνύεται από την ανωτέρω περιγραφή, οι διαταραχές της πληροφόρησης εν γένει και η λανθασμένη πληροφόρηση και η παραπληροφόρηση ειδικότερα αποτελούν περίπλοκα φαινόμενα. Παρά την πολυπλοκότητα αυτή, σε διάφορες εκδόσεις αυτά τα φαινόμενα συχνά συμβολίζονται με τον όρο «ψευδείς ειδήσεις», ο οποίος γενικά γίνεται αντιληπτός ως κατασκευασμένα ειδησεογραφικά μηνύματα που είναι επαληθεύσιμα ψευδή και δεν έχουν καμία πραγματική βάση. Πρόσφατα, ο όρος «ψευδείς ειδήσεις» αμφισβητείται όλο και περισσότερο από μελετητές και ειδικούς στον τομέα των διαταραχών της πληροφόρησης για την ασάφεια και την αδυναμία του να διακρίνει μεταξύ των διαφόρων τύπων διαταραχής της πληροφόρησης, καθώς αντίθετα φαίνεται να εκτείνεται σε διάφορα φαινόμενα κάτω από την ομπρέλα της διαταραχής της πληροφόρησης που κυμαίνονται από μη ισορροπημένες πληροφορίες έως εντελώς κατασκευασμένες θεωρίες συνωμοσίας. Επιπλέον, οι ψευδείς ειδήσεις έχουν γίνει ένας εξαιρετικά πολιτικός όρος και ένα ρητορικό εργαλείο που χρησιμοποιείται από τους πολιτικούς για να δυσφημήσουν τα κυρίαρχα μέσα ενημέρωσης και να επιτεθούν σε δημοσιογράφους που έχουν καταγγείλει κριτικά γι' αυτά.

1.4 Αιτίες πίστης σε ψευδείς πληροφορίες

Η θεωρία του συμπεριφορισμού

Ο συμπεριφορισμός είναι μια ψυχολογική θεωρία που επικεντρώνεται σε παρατηρήσιμες συμπεριφορές και δίνει έμφαση στο ρόλο του περιβάλλοντος στη διαμόρφωση και τον προσδιορισμό της συμπεριφοράς. Υποδηλώνει ότι όλες οι συμπεριφορές, συμπεριλαμβανομένων των γνωστικών διαδικασιών και πεποιθήσεων, μπορούν να εξηγηθούν από τα εξωτερικά ερεθίσματα και την ανταπόκριση του ατόμου σε αυτά τα ερεθίσματα.

Σύμφωνα με τον συμπεριφορισμό, οι πεποιθήσεις αποκτώνται μέσω μιας διαδικασίας προετοιμασίας, κυρίως μέσω της ενίσχυσης και της τιμωρίας. Η ανάπτυξη των πεποιθήσεων επηρεάζεται από τις αλληλεπιδράσεις του ατόμου με το περιβάλλον και τις συνέπειες των πράξεών του. Όταν ορισμένες συμπεριφορές ενισχύονται ή ανταμείβονται, τα άτομα είναι πιο πιθανό να αναπτύξουν αντίστοιχες πεποιθήσεις. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι ο συμπεριφορισμός έχει επικριθεί για την περιορισμένη εστίασή του σε εξωτερικούς παράγοντες και την παραμέληση των εσωτερικών διανοητικών διαδικασιών, όπως οι σκέψεις, τα συναισθήματα και οι υποκειμενικές εμπειρίες. Ενώ ο συμπεριφορισμός παρέχει πληροφορίες για την επίδραση του περιβάλλοντος στις πεποιθήσεις, δεν λαμβάνει πλήρως υπόψη την πολυπλοκότητα της ανθρώπινης γνώσης και το ρόλο των εσωτερικών παραγόντων στη διαμόρφωση πεποιθήσεων.

Άλλες ψυχολογικές θεωρίες, όπως η γνωστική ψυχολογία και η κοινωνική γνωστική θεωρία, προσφέρουν μια πιο ολοκληρωμένη κατανόηση του σχηματισμού πεποιθήσεων, λαμβάνοντας υπόψη **τις γνωστικές διαδικασίες, τις κοινωνικές επιρροές και τις ατομικές εμπειρίες εκτός από τα εξωτερικά ερεθίσματα**. Αυτές οι θεωρίες αναγνωρίζουν ότι οι πεποιθήσεις διαμορφώνονται μέσω ενός συνδυασμού περιβαλλοντικών παραγόντων, γνωστικών διαδικασιών και προσωπικών εμπειριών.

Κοινωνική επιρροή

Με την κοινωνική επιρροή αναφερόμαστε στη διαδικασία με την οποία τα άτομα ή οι ομάδες επηρεάζουν τις σκέψεις, τα συναισθήματα, τις στάσεις και τις συμπεριφορές των άλλων. Περιλαμβάνει τους διάφορους τρόπους με τους οποίους οι άνθρωποι επηρεάζονται από την παρουσία, τις πράξεις ή τις απόψεις των άλλων μέσα στο κοινωνικό τους περιβάλλον. Η κοινωνική επιρροή μπορεί να συμβεί μέσω άμεσων ή έμμεσων αλληλεπιδράσεων και μπορεί να είναι **σκόπιμη ή ακούσια**.

Υπάρχουν διάφορες μορφές κοινωνικής επιρροής που έχουν μελετηθεί ευρέως. Η **συμμόρφωση** αναφέρεται στην τάση των ατόμων να προσαρμόζουν τις σκέψεις, τις πεποιθήσεις και τις συμπεριφορές τους ώστε να ταιριάζουν με εκείνες μιας πλειοψηφίας ή μιας ομάδας με επιρροή. Οι άνθρωποι συχνά συμμορφώνονται με τους κοινωνικούς κανόνες ή προσδοκίες για να κερδίσουν την αποδοχή, να αποφύγουν τις συγκρούσεις ή να ζητήσουν την έγκριση από τους άλλους.

Η **συμμόρφωση** αναφέρεται στην πράξη αλλαγής της συμπεριφοράς κάποιου σε άμεση απάντηση σε ένα αίτημα ή εντολή από άλλο πρόσωπο ή ομάδα. Συνήθως συμβαίνει σε καταστάσεις όπου υπάρχει μια αντιληπτή φιγούρα αρχής ή όταν οι άνθρωποι θέλουν να αποφύγουν τις αρνητικές συνέπειες ή να κερδίσουν ανταμοιβές. Παρόμοια με τη συμμόρφωση είναι η υπακοή, μόνο που περιλαμβάνει την τήρηση των εντολών ή των οδηγιών ενός αριθμού αρχής, συνήθως σε ιεραρχικές καταστάσεις. Υπακοή μπορεί να συμβεί ακόμη και όταν οι ενέργειες που ζητούνται έρχονται σε αντίθεση με τις προσωπικές πεποιθήσεις ή αξίες ενός ατόμου.

Η επόμενη μορφή είναι η **πειθώ**. Περιλαμβάνει προσπάθειες αλλαγής των στάσεων, των πεποιθήσεων ή των συμπεριφορών ενός ατόμου μέσω της επικοινωνίας και της επιχειρηματολογίας. Οι πειστικές τεχνικές μπορεί να περιλαμβάνουν λογική λογική, συναισθηματικές εκκλήσεις, αξιόπιστες πηγές και τακτικές κοινωνικής επιρροής, όπως η κοινωνική απόδειξη (π.χ. μαρτυρίες) ή η έλλειψη (π.χ. προσφορές περιορισμένου χρόνου).

Όταν η παρουσία άλλων ενισχύει την απόδοση ενός ατόμου σε απλές ή καλά προετοιμασμένες εργασίες συμβαίνει **κοινωνική διευκόλυνση**. Η απλή παρουσία των άλλων μπορεί να αυξήσει τη διέγερση και τα κίνητρα, οδηγώντας σε βελτιωμένη απόδοση.

Το κοινωνικό άλμα είναι η τάση για τα άτομα να ασκούν λιγότερη προσπάθεια όταν εργάζονται ως μέρος μιας ομάδας σε σύγκριση με όταν εργάζονται ατομικά. Αυτό το φαινόμενο συμβαίνει όταν τα άτομα αισθάνονται ότι οι συνεισφορές τους είναι λιγότερο αναγνωρίσιμες ή όταν αντιλαμβάνονται τις προσπάθειές τους ως λιγότερο αναγκαίες λόγω της παρουσίας των άλλων. Είναι αποτέλεσμα της μειωμένης προσωπικής λογοδοσίας σε ένα συλλογικό πλαίσιο. Ένα άλλο σχετικό φαινόμενο που προκύπτει όταν τα μέλη της ομάδας δίνουν προτεραιότητα στην αρμονία και τη συναίνεση έναντι της κριτικής σκέψης και της ανεξάρτητης λήψης αποφάσεων είναι γνωστή ως ομαδική **σκέψη**, η οποία μπορεί να οδηγήσει σε εσφαλμένη λήψη αποφάσεων και στην καταστολή διαφωνουσών απόψεων ή εναλλακτικών απόψεων εντός της ομάδας.

Η κοινωνική επιρροή παίζει σημαντικό ρόλο σε διάφορες πτυχές της ανθρώπινης συμπεριφοράς, συμπεριλαμβανομένης της συμμόρφωσης με τους κοινωνικούς κανόνες, των πολιτικών στάσεων, της δυναμικής των ομάδων και της διαμόρφωσης της κοινής γνώμης. Οι ερευνητές έχουν μελετήσει εκτενώς την κοινωνική επιρροή για να κατανοήσουν καλύτερα τους μηχανισμούς πίσω από αυτήν και **τις επιπτώσεις της στα άτομα και τις κοινωνίες**.

Πίστη σε ψευδείς πληροφορίες

Η πίστη σε ψευδείς πληροφορίες είναι ένα ευρέως διαδεδομένο φαινόμενο που επηρεάζεται από διάφορους παράγοντες. Είναι σημαντικό να γνωρίζουμε αυτούς τους παράγοντες και να προσπαθούμε για **κριτική σκέψη, σκεπτικισμό και χρήση αξιόπιστων πηγών** κατά την αξιολόγηση των πληροφοριών. Αναπτύσσοντας δεξιότητες γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας και ελέγχοντας πληροφορίες πριν τις αποδεχθούν ως αληθινές, τα άτομα μπορούν να ελαχιστοποιήσουν τον αντίκτυπο των ψευδών πληροφοριών στις προσωπικές τους πεποιθήσεις και στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων.

Οι άνθρωποι μπορεί να πιστεύουν σε ψευδείς πληροφορίες για διάφορους λόγους: Ας ρίξουμε μια πιο προσεκτική ματιά σε μερικά από αυτά:

- **Έλλειψη αξιόπιστων πηγών:** Εάν τα άτομα βασίζονται σε αναξιόπιστες ή μεροληπτικές πηγές πληροφοριών, είναι πιο πιθανό να αντιμετωπίσουν ψευδείς ή παραπλανητικές πληροφορίες. Είναι σημαντικό να επαληθεύεται η αξιοπιστία των πηγών πριν από την αποδοχή των πληροφοριών ως αληθών.
- **Προκατάληψη επιβεβαίωσης:** Οι άνθρωποι συχνά αναζητούν πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις προϋπάρχουσες πεποιθήσεις ή απόψεις τους. Αυτή η τάση μπορεί να οδηγήσει στην αποδοχή ψευδών πληροφοριών που ευθυγραμμίζονται με την κοσμοθεωρία τους, ενώ αγνοούν ή απορρίπτουν αντιφατικά στοιχεία.
- **Γνωστικές συντομεύσεις:** Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι άνθρωποι μπορούν να χρησιμοποιήσουν ευρετικές ή νοητικές συντομεύσεις για να επεξεργαστούν γρήγορα τις πληροφορίες. Ενώ αυτές οι συντομεύσεις μπορεί να είναι αποτελεσματικές, μπορούν επίσης να οδηγήσουν σε σφάλματα στην κρίση, αναγκάζοντας τα άτομα να αποδέχονται ψευδείς πληροφορίες χωρίς να τις αξιολογούν κριτικά.
- **Συναισθηματικός συλλογισμός:** Τα συναισθήματα μπορούν να επηρεάσουν τον σχηματισμό πεποιθήσεων. Όταν τα άτομα έχουν ισχυρές συναισθηματικές προσκολλήσεις ή προκαταλήψεις, μπορεί να τείνουν περισσότερο να δέχονται πληροφορίες που υποστηρίζουν τη συναισθηματική τους κατάσταση, ακόμη και αν δεν είναι ακριβείς.
- **Κοινωνική επιρροή:** Οι άνθρωποι συχνά επηρεάζονται από το κοινωνικό τους περιβάλλον, συμπεριλαμβανομένων των φίλων, της οικογένειας και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Εάν οι ψευδείς πληροφορίες μοιράζονται ευρέως σε μια συγκεκριμένη κοινωνική ομάδα ή σε μια διαδικτυακή κοινότητα, τα άτομα μπορεί να είναι πιο πιθανό να υιοθετήσουν αυτές τις πεποιθήσεις χωρίς να αμφισβητήσουν την εγκυρότητά τους.
- **Περιορισμένες γνώσεις ή εμπειρογνωμοσύνη:** Η έλλειψη γνώσεων ή εμπειρογνωμοσύνης σε ένα συγκεκριμένο θέμα μπορεί να καταστήσει τα άτομα πιο επιρρεπή σε ψευδείς πληροφορίες. Χωρίς τις απαραίτητες βασικές πληροφορίες ή δεξιότητες κριτικής σκέψης, γίνεται ευκολότερο να δεχτούμε την παραπληροφόρηση ως αληθινή.
- **Έλλειψη γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας:** Η ανεπαρκής κατανόηση του τρόπου κριτικής αξιολόγησης και αξιολόγησης των πληροφοριών μπορεί να συμβάλει

στην πίστη σε ψευδείς πληροφορίες. Χωρίς τις απαραίτητες δεξιότητες γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας, τα άτομα μπορεί να δυσκολεύονται να διακρίνουν αξιόπιστες πηγές από αναξιόπιστες.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και η συνεχής τροποποίηση της συμπεριφοράς

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της ζωής πολλών ανθρώπων και έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην ανθρώπινη συμπεριφορά. Αυτές οι πλατφόρμες χρησιμοποιούν διάφορες τεχνικές για να προσελκύσουν τους χρήστες και να ενθαρρύνουν τη συνεχή αλληλεπίδραση, που συχνά οδηγεί σε τροποποίηση της συμπεριφοράς.

Σήμερα ζούμε σε μια εποχή που ορίζεται από την τεχνολογία και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτές οι πλατφόρμες έχουν γίνει το κύριο μέσο μέσω του οποίου ανταλλάσσουμε σκέψεις, συναισθήματα, επιθυμίες και συμμετέχουμε σε αλληλεπιδράσεις, συχνά μέσα σε εικονικές σφαίρες. Ως αποτέλεσμα, το επίπεδο πίστης και εμπιστοσύνης έχει επεκταθεί και διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των διαπροσωπικών σχέσεων, συμπεριλαμβανομένων σημαντικών πτυχών των υφιστάμενων αξιών και των κοινωνικά έγκυρων πεποιθήσεων. Η διαδικασία εκτυλίσσεται απρόσκοπτα, καθώς πολλοί από εμάς χρησιμοποιούμε συνεχώς διάφορες συσκευές. Εν αγνοία μας, παρακολουθούνται και παρακολουθούνται συνεχώς, με συστηματική ενημέρωση που παρέχεται με συνέπεια. Σταδιακά, βλέπουμε τους εαυτούς μας να επηρεάζονται και να γοητεύονται από τεχνικούς των οποίων οι ταυτότητες παραμένουν κρυμμένες, τα κίνητρά τους είναι ασαφή. Οι αλγόριθμοι καταναλώνουν αδηφάγα εκτεταμένα δεδομένα για εμάς, συμβάλλοντας σε αυτόν τον περίπλοκο ιστό επιρροής.

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ασκούν την επιρροή τους στη συμπεριφορά μέσω της εφαρμογής αλγορίθμων που επιμελούνται και προβάλλουν περιεχόμενο στους χρήστες. Αυτοί οι αλγόριθμοι είναι ειδικά σχεδιασμένοι για να μεγιστοποιήσουν τη δέσμευση των χρηστών αναλύοντας τις ατομικές προτιμήσεις, τα πρότυπα συμπεριφοράς και τις δημογραφικές πληροφορίες. Ως αποτέλεσμα, οι χρήστες συχνά παρουσιάζονται με περιεχόμενο που ευθυγραμμίζεται με τα ενδιαφέροντά τους, διατηρώντας τους δεσμευμένους για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα. Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούν μια σειρά **ψυχολογικών τεχνικών** για να προκαλέσουν συγκεκριμένες συμπεριφορές μεταξύ των χρηστών. Μια τέτοια τεχνική περιλαμβάνει τη στρατηγική χρήση ειδοποιήσεων και προειδοποιήσεων, οι οποίες δημιουργούν μια αίσθηση επείγοντος και οδηγούν τα άτομα να ελέγχουν συχνά τους λογαριασμούς τους.

Όλες αυτές οι μετρήσεις και πολλές άλλες έχουν συνδυαστεί με παρόμοιες αναγνώσεις για τις ζωές πολλών άλλων ανθρώπων μέσω μαζικής κατασκοπείας. Οι αλγόριθμοι συσχετίζουν τι κάνουμε με αυτό που έχουν κάνει σχεδόν όλοι οι άλλοι. Οι αλγόριθμοι δεν μας καταλαβαίνουν πραγματικά, αλλά υπάρχει δύναμη στους αριθμούς, ειδικά σε μεγάλους αριθμούς. Οι λεγόμενοι διαφημιστές (άμεσοι χειριστές) μπορούν να αδράξουν τη στιγμή που είμαστε τέλεια προετοιμασμένοι και στη συνέχεια να μας επηρεάσουν με μηνύματα που

έχουν δουλέψει σε άλλους ανθρώπους που μοιράζονται χαρακτηριστικά και καταστάσεις μαζί μας. Τώρα όλοι όσοι βρίσκονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης εξατομικεύονται, συνεχώς προσαρμοσμένα ερεθίσματα, τα οποία θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως συνεχής τροποποίηση της συμπεριφοράς. Οι πλατφόρμες χρησιμοποιούν επίσης χαρακτηριστικά όπως τα likes, τα σχόλια και τα κοινά για να δημιουργήσουν μια αίσθηση κοινωνικής επικύρωσης, ενισχύοντας ορισμένες συμπεριφορές, όπως η αναζήτηση έγκρισης ή επικύρωσης από άλλους.

Μια άλλη πτυχή της τροποποίησης της συμπεριφοράς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι η παιχνιδιοποίηση των αλληλεπιδράσεων των χρηστών. Οι πλατφόρμες χρησιμοποιούν συχνά στοιχεία που μοιάζουν με παιχνίδια, όπως σήματα, ανταμοιβές και πίνακες ηγετών για να ενθαρρύνουν τους χρήστες να συμμετέχουν πιο συχνά και να ανταγωνίζονται με άλλους. Αυτά τα στοιχεία αξιοποιούν την ανθρώπινη επιθυμία για επίτευξη και αναγνώριση, προωθώντας τα πρότυπα εθιστικής συμπεριφοράς.

Οι πλατφόρμες μέσω κοινωνικής δικτύωσης αξιοποιούν **πειστικές τεχνικές σχεδιασμού** για να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των χρηστών. Χρησιμοποιούν σχεδιασμό διεπαφής χρήστη, μικρο-αλληλεπιδράσεις και εξατομικευμένες συστάσεις για να ωθήσουν τους χρήστες σε συγκεκριμένες ενέργειες.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι εγγενώς κακόβουλες στην πρόθεσή τους. Έχουν ως κύριο στόχο την αύξηση της δέσμευσης των χρηστών και την παροχή εξατομικευμένων εμπειριών. Ωστόσο, η συνεχής έκθεση σε εξατομικευμένο περιεχόμενο και τεχνικές τροποποίησης της συμπεριφοράς μπορεί δυνητικά να οδηγήσει σε αρνητικές συνέπειες, όπως εθιστική συμπεριφορά, μειωμένο εύρος προσοχής, ακόμη και ενίσχυση επιβλαβών πεποιθήσεων ή θαλάμων ηχώ.

Ως χρήστες, είναι σημαντικό να γνωρίζουμε αυτές τις τεχνικές τροποποίησης συμπεριφοράς και να διαχειριζόμαστε ενεργά τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τον καθορισμό ορίων στον χρόνο οθόνης, τη διαφοροποίηση των πηγών πληροφοριών, την κριτική αξιολόγηση του περιεχομένου που καταναλώνουμε και τη συνεκτίμηση των πιθανών επιπτώσεων στη συμπεριφορά και την ευημερία μας.

Ανθρώπινες ανάγκες και συναισθηματικός δεσμός

Η ανθρώπινη δραστηριότητα προσπαθεί να καλύψει τις ανάγκες μας. Αυτές οι ανάγκες χρησιμεύουν ως κινητήριες δυνάμεις που μας ωθούν να επιτύχουμε τις μέγιστες δυνατότητές μας. Οι βασικές ανάγκες είναι καθολικές και ισχύουν για όλα τα άτομα, ανεξάρτητα από το πολιτιστικό, κοινωνικό ή οικονομικό περιβάλλον στο οποίο κατοικεί ένα άτομο. Εκτός από τις θεμελιώδεις φυσιολογικές ανάγκες όπως το νερό, η τροφή και ο ύπνος, οι άνθρωποι έχουν ένα σύνολο αναγκών που είναι λιγότερο εμφανείς αλλά παρόλα αυτά απαραίτητες για την ευημερία μας. Αυτές είναι ψυχολογικές απαιτήσεις, οι οποίες, όπως και οι φυσιολογικές, είναι βιολογικής φύσης. Όλοι διαθέτουμε εσωτερικούς πόρους που μας επιτρέπουν να προσπαθούμε συνεχώς για την εκπλήρωση και την ικανοποίηση.

Ο Abraham Maslow ανέπτυξε την ψυχολογική θεωρία που κατηγοριοποιεί τις ανάγκες μας σε θεμελιώδη και υψηλότερα επίπεδα.

Σύμφωνα με τη θεωρία του Maslow, αν δεν ικανοποιήσουμε τις απαιτήσεις σε χαμηλότερο επίπεδο, δεν μπορούμε να ικανοποιήσουμε αυτές σε υψηλότερο επίπεδο. Μόνο όταν ικανοποιούνται οι ανάγκες ενός χαμηλότερου επιπέδου αισθανόμαστε την επιθυμία να ικανοποιήσουμε τις ανάγκες ενός υψηλότερου επιπέδου. Σήμερα, η πλειοψηφία των ψυχολόγων συμφωνούν ότι μπορούμε να ανταποκριθούμε ταυτόχρονα σε ένα μεγαλύτερο αριθμό διαφορετικών απαιτήσεων. Ένα άτομο μπορεί να έχει ακόμη μεγαλύτερο κίνητρο ικανοποιώντας τις «χαμηλότερες» ανάγκες από τις «υψηλότερες» ανάγκες.

Ιεραρχία του Αβραάμ Μάσλοου:



Στη σημερινή κοινωνία, οι ψυχολογικές απαιτήσεις συχνά παραμελούνται, παρά τη σημασία τους για την ευημερία μας. Και αν μείνουν ανεκπλήρωτα για μεγάλο χρονικό διάστημα, μπορούν να οδηγήσουν σε άγχος, μελαγχολία, εξάρτηση και εθισμό. Είναι σημαντικό να προσπαθήσουμε να καλύψουμε τις ανάγκες τους.

Αυτές οι ψυχολογικές ανάγκες είναι:

1. Την ανάγκη να δοθεί και να λάβει σποργή·
2. Την ανάγκη για σκοπό, στόχους και νόημα·
3. Την ανάγκη του ανήκειν και της κοινότητας·
4. Την ανάγκη πρόκλησης, δημιουργικότητας·
5. Η ανάγκη για οικειότητα·
6. Την ανάγκη ελέγχου της κατάστασης·
7. Την ανάγκη για θέση και καθεστώς·
8. Η ανάγκη για ασφάλεια.

Η διαδεδομένη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη σημερινή κοινωνία έχει επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνονται και διατηρούνται οι διαπροσωπικές σχέσεις. Συχνά, αυτές οι ψηφιακές πλατφόρμες χρησιμεύουν όχι μόνο ως μέσο για κοινωνικές συνδέσεις, αλλά και ως λεωφόροι συναισθηματικής σύνδεσης. Αυτό το φαινόμενο είναι όλο και πιο εμφανές σε διάφορες πλατφόρμες μέσων ενημέρωσης, όπου ασκούν σημαντική επιρροή στις αξίες, τις πεποιθήσεις και τις επιθυμίες μας. Χωρίς να ασχολούμαστε με την ενδοσκόπηση και την κριτική σκέψη, γινόμαστε επιρρεπείς σε **συναισθηματική χειραγώγηση** μέσω αυτών των διαύλων. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να αναπτύξουμε μια κατανόηση των συναισθηματικών μας αναγκών και του τρόπου με τον οποίο μπορούν να αξιοποιηθούν, οδηγώντας σε συναισθηματική αεροπειρατεία.

Τι είναι οι συναισθηματικές ανάγκες;

Οι συναισθηματικές ανάγκες είναι συναισθήματα ή συναισθήματα που πρέπει να αισθανόμαστε με ειρήνη, ευτυχία και ικανοποίηση. Χωρίς να ανταποκρινόμαστε στις συναισθηματικές μας ανάγκες, αισθανόμαστε απογοητευμένοι, δυσαρεστημένοι και δυσαρεστημένοι. Τα παραδείγματα των συναισθηματικών αναγκών μπορούν να εκτιμηθούν, να αισθάνονται ασφαλείς, να αισθάνονται μια αίσθηση του ανήκειν, κ.λπ. Οι άνθρωποι ευδοκιμούν με συναισθηματική και κοινωνική υποστήριξη. Επιδιώκουμε τη συναισθηματική διατροφή όσο και τη σωματική διατροφή. Όλοι έχουμε συναισθηματικές ανάγκες που πρέπει να ανταποκριθούμε και ο καθένας από εμάς έχει ένα διαφορετικό σύνολο αναγκών. Εδώ, οι συναισθηματικές μας ανάγκες μπορεί να εξαρτώνται από τις εμπειρίες της παιδικής μας ηλικίας, την προσωπικότητά μας, την ταυτότητά μας και άλλους παράγοντες που συνθέτουν την ατομικότητά μας.

Παρακάτω θέτουμε ορισμένες βασικές συναισθηματικές ανάγκες, οι οποίες αποτελούν τη βάση της συναισθηματικής μας προσκόλλησης, του συναισθηματικού δεσμού μας:

1. **Σποργή:** Μια από τις βασικές συναισθηματικές ανάγκες είναι η αγάπη. Η αγάπη είναι απαραίτητη για την ενίσχυση του δεσμού.
2. **Αποδοχή:** Όλοι χρειαζόμαστε ένα κοινωνικό περιβάλλον που να μας δέχεται. Αυτή η ανάγκη αποδοχής μπορεί να δημιουργήσει μια αίσθηση του ανήκειν που όλοι μας πρέπει να ευδοκιμήσουμε, π.χ. ζητώντας συμβουλές και υποστήριξη, μοιράζοντας στόχους για το μέλλον, προγραμματίζοντας δραστηριότητες μαζί, κ.λπ.

- 3. Ασφάλεια:** Η ασφάλεια και η ασφάλεια είναι μερικές από τις βασικές συναισθηματικές υποστηρίξεις που πρέπει να συναντήσουμε, π.χ., να αισθανόμαστε ασφαλείς για να μοιραστούμε τα συναισθήματά μας, γνωρίζοντας ότι είστε υποστηριζόμενοι κ.λπ. Εδώ είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι ο **καθορισμός ορίων** μπορεί να ενισχύσει την αίσθηση της ασφάλειας και της προστασίας σας. Με αυτόν τον τρόπο ξέρετε τι χρειάζεστε και ότι υπάρχουν κάποιες γραμμές που οι άλλοι δεν μπορούν να διασχίσουν μαζί σας.
- 4. Αυτονομία:** Όταν μεγαλώνουν οι κοινωνικές μας σχέσεις, μεγαλώνουμε μαζί τους. Συχνά αρχίζουμε να μοιραζόμαστε ενδιαφέροντα, χόμπι και άλλες δραστηριότητες. Και ενώ μπορεί να είναι σημαντικό να μοιραστείτε και να αναπτυχθείτε σε μια μονάδα, είναι σημαντικό να διατηρήσετε μια αίσθηση του εαυτού σας. Μην ξεχνάτε ότι είστε ένα ξεχωριστό άτομο με διαφορετική προσωπικότητα. Η αυτονομία είναι μια σημαντική συναισθηματική ανάγκη που δεν πρέπει να αγνοηθεί. Αν αισθάνεστε ότι χάνετε την αίσθηση του εαυτού σας και της ταυτότητάς σας, κάντε ένα βήμα πίσω.
- 5. Επικύρωση:** Όλοι μας πρέπει να ακουστόμε και να επικυρωθούμε. Εάν οι ανησυχίες σας αφεθούν ακυρωμένες και απορριφθούν, μπορεί να μετατραπούν σε δυσaréσκεια.
- 6. Εμπιστοσύνη:** Η εμπιστοσύνη και η ασφάλεια είναι δύο συναισθηματικές ανάγκες που συνδέονται στενά μεταξύ τους. Η ικανοποίηση αυτής της συναισθηματικής ανάγκης είναι μία από τις πιο σημαντικές πτυχές των συναισθηματικών μας αναγκών.

Εξίσου σημαντικό με την κάλυψη των βασικών σωματικών και ψυχολογικών αναγκών μας είναι να ικανοποιήσουμε **τις συναισθηματικές μας ανάγκες**. Εν αγνοία μας, η συμπόνια, η ενσυναίσθηση, η στοργή, η σύνδεση και η αποδοχή είναι απαραίτητες για να αισθανθούμε ζωντανό και πλήρεις.

Οι συναισθηματικοί δεσμοί και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαδραματίζουν ιδιαίτερα ενδιαφέρον ρόλο στη σημερινή κοινωνία. Η πρόοδος της τεχνολογίας και η ευρεία χρήση των μέσων ενημέρωσης έχουν επηρεάσει σημαντικά τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι σχηματίζουν και διατηρούν συναισθηματικές συνδέσεις.

Αλλά η συναισθηματική σύνδεση με τα social media μπορεί επίσης να έχει πολλές αρνητικές συνέπειες. Ξοδεύοντας υπερβολικό χρόνο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να οδηγήσει σε συναισθήματα άγχους, κατάθλιψης και μοναξιάς. Η συνεχής σύγκριση με τους άλλους και η αναζήτηση επικύρωσης μέσω likes και σχολίων μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την αυτοεκτίμηση και τη συνολική ψυχική υγεία. Παραδόξως, το να ξοδεύουμε πολύ χρόνο στα social media μπορεί να οδηγήσει σε κοινωνική απομόνωση στην πραγματική ζωή. Η εστίαση σε εικονικές αλληλεπιδράσεις μπορεί να μειώσει τις αλληλεπιδράσεις πρόσωπο με πρόσωπο και τις ουσιαστικές συνδέσεις με τους φίλους, την οικογένεια και την κοινότητα.

Οι πλατφόρμες κοινωνικών μέσων συχνά παρουσιάζουν μια εξιδανικευμένη εκδοχή της ζωής των ανθρώπων, αναδεικνύοντας τις συναρπαστικές και θετικές πτυχές. Αυτό μπορεί να προκαλέσει φόβο έλλειψης, οδηγώντας τα άτομα να ελέγχουν συνεχώς τις τροφές τους για να παραμείνουν ενημερωμένες, γεγονός που μπορεί να προκαλέσει άγχος και δυσaréσκεια.

Τείνουν να παρουσιάζουν τις καλύτερες στιγμές και στιγμιότυπα της ζωής των ανθρώπων, δημιουργώντας μια διαστρεβλωμένη αντίληψη της πραγματικότητας. Η συνεχής έκθεση σε προσεκτικά επιμελημένες εικόνες και δημοσιεύσεις μπορεί να οδηγήσει σε μη ρεαλιστικές προσδοκίες και δυσαρέσκεια για τη ζωή κάποιου.

Οι συναισθηματικοί δεσμοί μπορούν πράγματι να διαδραματίσουν σημαντικό ρόλο στο **να κάνουν τους ανθρώπους να πιστεύουν στη λανθασμένη πληροφόρηση ή την παραπληροφόρηση**. Οι άνθρωποι είναι κοινωνικά όντα και οι πεπιοθήσεις, οι αξίες, οι στάσεις και οι ανάγκες μας συχνά διαμορφώνονται από τις συνδέσεις μας με τους άλλους. Όταν σχηματίζουμε συναισθηματικούς δεσμούς με συγκεκριμένα άτομα ή ομάδες, τείνουμε να εμπιστευόμαστε και να αποδεχόμαστε τις απόψεις τους πιο εύκολα.

Η λανθασμένη πληροφόρηση και η παραπληροφόρηση μπορούν να σχεδιαστούν για να προκαλέσουν ισχυρές συναισθηματικές αντιδράσεις, όπως ο φόβος, ο θυμός ή ο ενθουσιασμός. Αυτά τα συναισθηματικά ερεθίσματα κάνουν τις πληροφορίες πιο αξέχαστες και πειστικές και μπορούν να παρακάμψουν την κριτική σκέψη και την ορθολογική αξιολόγηση των ειδήσεων.

Με αυτόν τον τρόπο ο συναισθηματικός δεσμός μπορεί να δημιουργήσει την αίσθηση της ταυτότητας και του ανήκειν μέσα σε μια συγκεκριμένη κοινότητα ή ιδεολογία. Οι άνθρωποι μπορεί να είναι πιο πιθανό να αποδεχθούν και να μοιραστούν πληροφορίες που ευθυγραμμίζονται με τις πεπιοθήσεις της ομάδας τους, ακόμη και αν στερούνται αποδεικτικών στοιχείων ή είναι ψευδείς. Αυτή η συνοχή της ομάδας μπορεί να οδηγήσει στη διάδοση της παραπληροφόρησης εντός κλειστών αιθουσών ηχώ, ενισχύοντας τις ψευδείς αφηγήσεις και ενισχύοντας περαιτέρω τους συναισθηματικούς δεσμούς.

Για την αντιμετώπιση του ζητήματος του συναισθηματικού δεσμού και της πίστης στην παραπληροφόρηση, είναι ζωτικής σημασίας να προωθηθούν οι δεξιότητες κριτικής σκέψης, ο γραμματισμός στα μέσα επικοινωνίας και οι πρακτικές ελέγχου γεγονότων. Η ενθάρρυνση των ατόμων να αμφισβητούν πληροφορίες, να αξιολογούν πολλαπλές πηγές και να εξετάζουν εναλλακτικές απόψεις μπορεί να βοηθήσει στην αντιμετώπιση της επίδρασης των συναισθηματικών προκαταλήψεων. Η προώθηση του ανοικτού διαλόγου και των συζητήσεων με σεβασμό μπορεί να δημιουργήσει ευκαιρίες για τους ανθρώπους να αμφισβητήσουν τις δικές τους πεπιοθήσεις και να εμπλακούν με διαφορετικές προοπτικές.

1.5 Πώς λειτουργεί η λανθασμένη πληροφόρηση και η παραπληροφόρηση;

Η γρήγορη εξάπλωση της λανθασμένης πληροφόρησης και της παραπληροφόρησης

Ως αποτέλεσμα της τάσης των ανθρώπων να κάνουν λάθη και περιστασιακά να λένε ψέματα, η λανθασμένη πληροφόρηση, που ορίζεται ως κάθε πληροφορία που τελικά αποδεικνύεται ότι είναι λανθασμένη, παρουσιάζει μια αναπόφευκτη δυσκολία στην προσπάθειά μας για ακριβή γνώση και αποτελεσματική επικοινωνία. Ωστόσο, αυτό δεν αρκεί για να εξηγήσει το κύριο πρόβλημα του εικοστού πρώτου αιώνα: ο πολλαπλασιασμός των ψευδών πληροφοριών και ο όλεθρος που προκαλεί στην ικανότητα των ανθρώπων να θυμούνται και να λαμβάνουν σωστές αποφάσεις. Οι εκλογές, τα δημοψηφίσματα, οι πολιτικές και θρησκευτικές διώξεις και η διεθνής αντίδραση στην επιδημία COVID-19 συνδέονται όλα με τη διάδοση ψευδών πληροφοριών.

Οι σύγχρονες τεχνολογικές εξελίξεις είναι απαραίτητες για την κατανόηση της ψυχολογίας και του υπόβαθρου της προπαγάνδας. Οι Ρωμαίοι αυτοκράτορες ανέβηκαν στην εξουσία με τη χρήση προπαγάνδας που εξαπλώθηκε μέσω νομισμάτων με κρυφά μηνύματα, ενώ η μηχανή προπαγάνδας της ναζιστικής Γερμανίας στηρίχθηκε σε μεγάλο βαθμό στον γραπτό Τύπο, το ραδιόφωνο και την ταινία για να φτάσει στις μάζες. Οι σημερινές προσπάθειες παραπληροφόρησης έχουν πρωτοφανή εμβέλεια κυρίως λόγω της ευρείας χρήσης του διαδικτύου. Το διαδίκτυο έχει ένα τεράστιο κοινό και επιτρέπει πειστικά μηνύματα να δημιουργούνται σύμφωνα με τον μοναδικό τύπο προσωπικότητας κάθε χρήστη. Επιπλέον, όταν τα επικοινωνιακά πλαίσια ευνοούν την επιβεβαίωση των απόψεων του παρελθόντος (τα λεγόμενα σώματα ηχώ, βλ. κεφάλαιο 1.6), η έκθεση των χρηστών σε υλικό που έρχεται σε αντίθεση με τις κοσμοθεωρίες τους μπορεί να είναι περιορισμένη. Αν και οι επιπτώσεις των αιθουσών ηχώ στις απόψεις και τις πράξεις των ανθρώπων έχουν αποτελέσει αντικείμενο κάποιας συζήτησης, το διαδίκτυο παρέχει ένα τέλειο μέσο για την ταχεία διάδοση της παραπληροφόρησης εις βάρος της αλήθειας.

Για την καταπολέμηση της παραπληροφόρησης, ο τομέας της επιστημονικής επικοινωνίας χρησιμοποιεί παραδοσιακά το «μοντέλο έλλειψης πληροφοριών», το οποίο δίνει έμφαση στην άγνοια των ανθρώπων και όχι στη διαθεσιμότητα εναλλακτικών απόψεων. Ως εκ τούτου, οι επιπτώσεις των ψευδών πληροφοριών μπορούν να μετριαστούν με την παροχή σαφούς και συνοπτικής εξήγησης των σχετικών πραγματικών περιστατικών. Ωστόσο, οι γνωστικοί, κοινωνικοί και συναισθηματικοί καθοριστικοί παράγοντες της διαμόρφωσης στάσης και της αξιολόγησης της αλήθειας παραβλέπονται από την προσέγγιση του ελλείμματος πληροφοριών. Μερικοί άνθρωποι, για παράδειγμα, αγνοούν την ευρεία επιστημονική συμφωνία ότι η κλιματική αλλαγή είναι πραγματική ή αρνούνται να εμβολιαστούν ακόμη και αν γνωρίζουν τους κινδύνους. Παράγοντες όπως η σκέψη συνωμοσίας, οι ανησυχίες, η έκφραση ταυτότητας και η αιτιολόγηση (που βασίζεται

περισσότερο στις προσωπικές ή ηθικές πεποιθήσεις του ατόμου παρά σε αντικειμενικά στοιχεία) συμβάλλουν σε αυτή την απόρριψη της επιστήμης πέρα από την απλή άγνοια. Ως εκ τούτου, είναι ζωτικής σημασίας να σκεφτούμε τη γνωστική αρχιτεκτονική και το κοινωνικό περιβάλλον των μεμονωμένων υπευθύνων λήψης αποφάσεων για να κατανοήσουμε την ψυχολογία της παραπληροφόρησης και πώς θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί.

Οι οδηγοί των ψευδών πεποιθήσεων

Οι λανθασμένες πληροφορίες είναι πολύ σημαντικές για την ανάπτυξη λανθασμένων πεποιθήσεων. Η δημιουργία ψευδών εννοιών επηρεάζεται από διάφορους γνωστικούς, κοινωνικούς και συναισθηματικούς παράγοντες. ωστόσο, η έλλειψη πρόσβασης σε υψηλής ποιότητας πληροφορίες δεν είναι κατ' ανάγκη ο πρωταρχικός πρόδρομος. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι ίδιες διαδικασίες που παράγουν αληθινές πεποιθήσεις μπορούν επίσης να παράγουν ψευδείς. Οι άνθρωποι έχουν την τάση να έχουν την προδιάθεση να αποδέχονται την αλήθεια των πληροφοριών και να βασίζονται στις αισθήσεις τους και τις αντιδράσεις «εντέρου» αντί να σκέφτονται όταν παίρνουν αποφάσεις.

Θεωρίες συνωμοσίας σχετικά με την προέλευση του ιού έχουν σίγουρα παρουσιαστεί στο κοινό περισσότερες από μία φορές, και αυτή η έκθεση μπορεί να οδήγησε στη δημοφιλή αντίληψη ότι είναι αληθινές. Η δύναμη των περιφερειακών ενδείξεων όπως η οικειότητα (ένα σήμα ότι ένα μήνυμα έχει συναντήσει πριν), η ευχέρεια επεξεργασίας (ένα σήμα ότι ένα μήνυμα είτε κωδικοποιείται είτε ανακτάται αβίαστα) και η συνοχή (ένα σήμα ότι τα στοιχεία ενός μηνύματος έχουν αναφορές στη μνήμη που είναι εσωτερικά συνεπείς) ως σήματα για την αλήθεια αυξάνεται με την επανάληψη, δημιουργώντας το απατηλό αποτέλεσμα της αλήθειας. Έτσι, τόσο τα ψεύδη όσο και η επαληθευμένη γνώση ωφελούνται από την επανάληψη. Μήνες μετά την αρχική έκθεση, οι ψευδαισθήσεις μπορεί να παραμείνουν, ανεπηρέαστες από τη γνωστική ικανότητα ή την παρουσία αντικρουόμενων συμβουλών από αξιόπιστη πηγή ή προηγούμενη γνώση. Κάποιος θα μπορούσε επίσης να πάρει τη «συντόμευση» της απλής αποδοχής των δικών του προκαταλήψεων ως σωστές. Όταν οι τίτλοι ειδήσεων είναι συνεπείς με την προοπτική ενός αναγνώστη, είναι πιο πιθανό να τους εμπιστευτούν. Η κομματική προκατάληψη μπορεί επίσης να οδηγήσει σε στολισμένες αναμνήσεις πολιτικών σκανδάλων. Είναι αλήθεια ότι η κοσμοθεωρία κάποιου μπορεί να επηρεάσει την ικανότητά του να εντοπίζει λανθασμένα πρωτοσέλιδα ή παραπληροφόρηση, αλλά η διαισθητική (ή «τεμπέλικη») σκέψη μπορεί επίσης να διαδραματίσει κάποιο ρόλο.

Ομοίως, το να δίνεις στους ανθρώπους χρόνο για να σκεφτούν τα πράγματα μπορεί να τους βοηθήσει να πάρουν καλύτερες αποφάσεις. Η πίστη σε ψευδείς ειδήσεις, αλλά όχι σε πραγματικές ειδήσεις, μειώνεται αν οι αρχικές εντυπώσεις μπορούν να αναθεωρηθούν μετά από περαιτέρω εξέταση. Ομοίως, η διδασκαλία των ανθρώπων να «σκέφτονται σαν ελεγκτές γεγονότων» τους παρακινεί να χρησιμοποιούν τη δική τους εμπειρία και όχι υποθέσεις.

Οι πεπειθήσεις διαμορφώνονται εν μέρει από την πηγή της γνώσης λόγω των κοινωνικών συνθημάτων που μεταφέρει. Σε γενικές γραμμές, οι άνθρωποι είναι πιο πιθανό να πιστέψουν και να πειστούν από ένα μήνυμα αν πιστεύουν ότι προέρχεται από μια αξιόπιστη πηγή. Όταν οι άνθρωποι βλέπουν μια ανθρώπινη πηγή πληροφοριών ως ελκυστική, ισχυρή και σχετική, είναι πιο πιθανό να εμπιστευτούν αυτό που έχουν να πουν. Οι άνθρωποι είναι πιο πιθανό να εμπιστεύονται τις απόψεις εκείνων που ανήκουν στην κοινωνική τους ομάδα από εκείνους που βρίσκονται εκτός της ομάδας τους, να δίνουν το ίδιο βάρος σε όλες τις απόψεις, ανεξάρτητα από την εμπειρία του ομιλητή, και λανθασμένα να υποθέτουν ότι οι πεπειθήσεις τους είναι ευρέως κοινές όταν στην πραγματικότητα υπάρχει μόνο ένας μικρός βαθμός επικάλυψης. Δεδομένου ότι πολλοί άνθρωποι εμπιστεύονται τους ειδικούς και τις πολιτικές ελίτ, και δεδομένου ότι έχουν την ικανότητα να αλλάξουν την κοινή γνώμη, μπορεί να προκαλέσει σημαντική ζημιά όταν οι ηγέτες κάνουν λανθασμένους ισχυρισμούς.

Επιπλέον, οι ενδείξεις της αξιοπιστίας μιας πηγής πληροφοριών συχνά παραλείπονται, αγνοούνται, ξεχνιούνται ή συγχέονται.

Οι ψευδείς πεπειθήσεις μπορούν επίσης να επηρεαστούν από τον συναισθηματικό τόνο των πληροφοριών που διαδίδονται. Οι συναισθηματικές εκκλήσεις εμφανίζονται συνήθως σε παραπλανητικό περιεχόμενο που μοιράζεται συχνά («virally») στο διαδίκτυο.

Για κάποιο λόγο, ενώ προσπαθούν να πείσουν κάποιον για κάτι, οι άνθρωποι αλλάζουν αυτόματα σε πιο συναισθηματική γλώσσα επειδή ξέρουν ότι λειτουργεί καλύτερα. Όταν χρησιμοποιείται αποτελεσματικά, το συναίσθημα μπορεί να επηρεάσει το κοινό εκτρέποντας την προσοχή τους μακριά από άλλα, ενδεχομένως πιο διαγνωστικά σημάδια, όπως η αξιοπιστία της πηγής.

Η συναισθηματική κατάσταση ενός ατόμου μπορεί επίσης να επηρεάσει την ικανότητά του να εξάγει συμπεράσματα από τις πληροφορίες. Η ενθάρρυνση να «βασιστείτε στα συναισθήματά σας» κάνει τους ανθρώπους πιο ανοιχτούς στην παραπληροφόρηση, δεδομένου ότι οδηγούνται να πιστεύουν ότι τα συναισθήματά τους είναι αξιόπιστες πηγές γνώσης. Παρομοίως, το να είσαι σε ένα πολύ αισιόδοξο πλαίσιο, για παράδειγμα, μπορεί να κάνει κάποιον πιο ευαίσθητο στην απάτη και την ψευδαίσθηση της αλήθειας. Η θλίψη, λοιπόν, μπορεί να εξυπηρετήσει έναν χρήσιμο σκοπό κάνοντας τους ανθρώπους να εμπιστεύονται λιγότερο. Η λανθασμένη πληροφόρηση που συμφωνεί με τις πολιτικές πεπειθήσεις, καθώς και η λανθασμένη πληροφόρηση που σχετίζεται με τη νόσο COVID-19, ενισχύονται από θυμό. Τέλος, η κοινωνική απομόνωση, η οποία τείνει να φέρει μια αρνητική διάθεση, μπορεί να αυξήσει την ευαισθησία κάποιου στο συνωμοτικό υλικό.

Εμπόδια στην επανεξέταση μιας πίστης

Η θεωρία του ελλείμματος πληροφοριών υποθέτει, εμμέσως, ότι οι λανθασμένες πεπειθήσεις μπορούν να διαλυθούν μόλις καταστούν διαθέσιμες οι σωστές πληροφορίες.

Ωστόσο, ακόμη και μετά τη διόρθωση και την αποδοχή της ως πραγματικής, οι λανθασμένες πληροφορίες μπορούν ακόμα να έχουν αντίκτυπο στις πεπειθήσεις των ανθρώπων. Ο όρος «συνεχής επίδραση επιρροής» (CIE) περιγράφει αυτή τη διαρκή επίδραση. Ακόμη και μετά τη διόρθωση, οι λανθασμένες πληροφορίες μπορούν να επηρεάσουν την προθυμία των καταναλωτών να πληρώσουν για ένα προϊόν ή να μοιραστούν μια ανάρτηση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Στρατηγικές για τη διόρθωση ψευδών πληροφοριών

Οι παρεμβάσεις για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης πρέπει να περάσουν από ψυχικά, διαπροσωπικά και συναισθηματικά εμπόδια. Η πλειονότητα των διορθώσεων είναι πραγματολογικά επιχειρήματα, τα οποία αντιμετωπίζουν τα σφάλματα στην αρχική θέση και τα αντικαθιστούν με τις κατάλληλες πληροφορίες. Μπορούν επίσης να αντιμετωπιστούν οι λογικές ασυνέπειες που χαρακτηρίζουν ορισμένες μορφές παραπληροφόρησης· για παράδειγμα, με την παροχή απαντήσεων που επισημαίνουν τις προφανείς αντιφάσεις μεταξύ ισχυρισμών όπως «η παγκόσμια θερμοκρασία δεν μπορεί να μετρηθεί με ακρίβεια» και «τα αρχεία θερμοκρασίας δείχνουν ότι έχει ψυχθεί». Τέτοιες λογικές διορθώσεις θα μπορούσαν να παρέχουν ευρύτερη άμυνα ενάντια σε εκστρατείες παραπληροφόρησης που χρησιμοποιούν τα ίδια λογικά ελαττώματα και παραπλανητικές στρατηγικές. Μια τρίτη μέθοδος είναι να δυσφημίσουμε την πηγή του υλικού ή να κάνουμε τις ψευδείς πληροφορίες να φαίνονται λιγότερο αληθοφανείς. Η διόρθωση ψευδών πληροφοριών μπορεί να περιλαμβάνει ένα συνδυασμό στρατηγικών, όπως η επισήμανση των πλημμελειών στο επιχειρήμα, καθώς και των λαθών στην ίδια την πληροφορία. Υπό μια ευρύτερη έννοια, θα μπορούσε κανείς να κάνει διάκριση μεταξύ προληπτικών (prebunking) και αντιδραστικών (debunking) τεχνικών. Ο στόχος του prebunking είναι να εξοπλιστούν οι άνθρωποι με τα εργαλεία που χρειάζονται για να εντοπίσουν και να απορρίψουν νέες μορφές παραπληροφόρησης όταν τους συναντούν. Το επίκεντρο της απομίμησης είναι να αντιπαχθεί σε μεμονωμένες λανθασμένες αξιώσεις αφού αυτές έχουν έρθει στο φως.

Επιπτώσεις για τους επαγγελματίες

Υπάρχουν πολλές επιλογές που πρέπει να γίνουν σχετικά με την καλύτερη στρατηγική για την αντιμετώπιση της παραπληροφόρησης. Η αντιμετώπιση των ψευδών πληροφοριών απαιτεί πρώτα τον προσδιορισμό των πηγών και της προέλευσης του ψευδούς σχηματισμού. Τα παραδοσιακά ειδησεογραφικά πρακτορεία μπορούν να διαδώσουν την παραπληροφόρηση μέσω κομματιών γνώμης, επί πληρωμή περιεχομένου ή χωρίς κριτική επανάληψη των ισχυρισμών των πολιτικών, παρά την προβολή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως φορέα παραπληροφόρησης. Οι επαγγελματίες πρέπει να είναι σε θέση να εκ των προτέρων διαψεύδουν ή να καταρρίπτουν γρήγορα κοινά θέματα παραπληροφόρησης με την προετοιμασία βιώσιμων εναλλακτικών ιστοριών. Οι συνασπισμοί σχηματίζονται

συχνά από οργανισμούς όπως το Διεθνές Δίκτυο Ελέγχου Γεγονότων και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας για την επίτευξη αυτού του στόχου. Οι επαγγελματίες πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι οι απλές ανακλήσεις δεν θα είναι αρκετές για να μειώσουν τις επιπτώσεις των ψευδών πληροφοριών και ότι οι παρεμβάσεις συνήθως χάνουν την αποτελεσματικότητά τους με την πάροδο του χρόνου. Ως εκ τούτου, οι επαγγελματίες θα πρέπει να είναι έτοιμοι να αναλάβουν δράση πολλές φορές. Η ικανότητα να αφηγούνται συναρπαστικές ιστορίες που υποστηρίζονται από αποδεικτικά στοιχεία είναι ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματική επανόρθωση. Ανέκδοτα και ιστορίες μπορεί να είναι παραπλανητικά, αλλά δεν απαιτείται μια αφηγηματική δομή. Η ικανότητα να διακρίνει κανείς τη διαφορά μεταξύ του γεγονότος και της γνώμης είναι επίσης μια ικανότητα που μπορεί να διδαχθεί. Η πιο ορατή επισήμανση μπορεί να ενθαρρύνει τους αναγνώστες να αλλάξουν αναλόγως την κατανόηση και την ερμηνεία των άρθρων, παρά το γεγονός ότι οι περισσότεροι καταναλωτές ειδήσεων δεν παρατηρούν ή δεν κατανοούν τις ετικέτες περιεχομένου που προειδοποιούν ότι ένα άρθρο είναι είδηση, γνώμη ή διαφήμιση. Η επισήμανση, για παράδειγμα, μπορεί να κάνει τους αναγνώστες καχύποπτους για το χορηγούμενο υλικό. Οι προειδοποιήσεις είναι χρήσιμες, αλλά δεν είναι ανόητες αποδείξεις για την πρόληψη του περιεχομένου από το να έχει αποτέλεσμα. Εάν τα προληπτικά μέτρα αποτύχουν, οι επαγγελματίες θα πρέπει να στραφούν σε μια αντιδραστική στρατηγική. Ωστόσο, δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζονται όλα τα σφάλματα στις πληροφορίες. Λόγω των περιορισμών των πόρων και του κόστους ευκαιρίας, οι προσπάθειες για την αντιμετώπιση της επιβλαβούς παραπληροφόρησης θα πρέπει να δώσουν προτεραιότητα στην ευρεία διάδοσή της. Όσοι δεν γνώριζαν τις εσφαλμένες πληροφορίες πριν από την ακρόαση της διόρθωσης είναι απίθανο να την υιοθετήσουν μετά την ακρόαση. Ωστόσο, εάν η πιθανότητα βλάβης είναι χαμηλή, δεν υπάρχει λόγος να διαψευστούν οι ψευδείς πληροφορίες που λίγοι άνθρωποι γνωρίζουν, καθώς αυτό θα μπορούσε να φέρει την πηγή σε μεγαλύτερη δημόσια εικόνα.

Επιπτώσεις για τους καταναλωτές πληροφοριών

Η διάδοση ψευδών πληροφοριών μπορεί να επιβραδυνθεί ή να σταματήσει εάν οι χρήστες των πληροφοριών αποφεύγουν να μοιράζονται ψευδείς ιστορίες με άλλους. Για παράδειγμα, το κοινό πρέπει να γνωρίζει ότι μπορεί να συναντήσει όχι μόνο σχετικά αβλαβή παραπληροφόρηση, όπως η αναφορά σφαλμάτων, απαρχαιωμένου υλικού και σάτιρας, αλλά και προσπάθειες παραπληροφόρησης που αποσκοπούν στη σπορά αμφιβολιών, δυσφήμισης προσώπων και πρόκληση συγκρούσεων. Στη συνέχεια, είναι σημαντικό για το κοινό να κατανοήσει ότι οι εκστρατείες παραπληροφόρησης μπορούν να χρησιμοποιήσουν ψυχολογική χειραγώγηση μέσω της χειραγώγησης αλγορίθμων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και της πώλησης των ιδιωτικών πληροφοριών των χρηστών μέσω μεσιτών δεδομένων, γεγονός που χειραγωγεί περαιτέρω αυτούς τους αλγόριθμους. Η απερίσκεπτη διάδοση πληροφοριών μπορεί να αυξήσει την πιθανότητα παραπλάνησης άλλων. Με τη διάδοση ψευδών πληροφοριών, μπορεί να βοηθάτε εκείνους που τις δημιουργούν να κερδίζουν τα οικονομικά οφέλη που θέλουν, ενώ παράλληλα διευρύνετε τα ιδεολογικά

χάσματα που εμποδίζουν τους ανθρώπους να ψηφίσουν, υποκινούν τη βία και υπονομεύουν τις δημοκρατίες. Ως εκ τούτου, ενώ είναι απορροφημένα σε περιεχόμενο, τα άτομα θα πρέπει να σταματήσουν, να εξετάσουν τα κίνητρά τους και να διερευνήσουν τη συναισθηματική τους αντίδραση. Η χρήση δεξιοτήτων πλευρικής ανάγνωσης, η ιδιαίτερη προσοχή στην πηγή και η σκέψη σχετικά με τη νομιμότητα και το κίνητρο της πηγής μπορεί να βοηθήσει τους αναγνώστες να εντοπίσουν το ψευδές υλικό πιο εύκολα. Όλοι θα πρέπει να ενθαρρύνονται να διορθώνουν ευγενικά, σκόπιμα και στοχαστικά τη λανθασμένη πληροφόρηση στο διαδίκτυο όπου τη συναντούν (εκτός αν την κρίνουν ως ακίνδυνη περιθωριακή θέση), δεδομένων των πλεονεκτημάτων του επηρεασμού των παρατηρητών μέσω της διόρθωσης της παρατήρησης. Όλες αυτές οι προτάσεις αποτελούν επίσης ακρογωνιαίους λίθους του γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας. Πράγματι, μια θεμελιώδης αρχή του γραμματισμού στα μέσα επικοινωνίας είναι ότι προστατεύει τα άτομα από τις αρνητικές επιπτώσεις της έκθεσης στα μέσα ενημέρωσης, όπως ο πειρασμός να υιοθετήσουν συγκεκριμένες πεποιθήσεις ή ενέργειες, επιτρέποντάς τους να κατανοήσουν τους στόχους των μέσων ενημέρωσης.

1.6 Επιλογή, χρήση και κατάχρηση των λέξεων στις πληροφορίες

Η επιλογή λέξεων έχει σημασία

Η επικοινωνία βασίζεται σε λέξεις και οι λέξεις διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο στον τομέα της πληροφορίας στο πώς κατανοούμε τον κόσμο. Η επιλογή λέξεων, η χρήση και η κατάχρηση μπορεί να έχουν σημαντική επίδραση στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι κατανοούν τα μηνύματα που μεταδίδονται σε οτιδήποτε, από ειδήσεις και επιστημονικές εργασίες μέχρι δημοσιεύσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και διαφημιστικές προσπάθειες.

Χρειάζεται ικανότητα για να εκφράσεις το νόημα μέσω της γλώσσας. Οι ειδικευμένοι επικοινωνητές γνωρίζουν ότι οι επιλογές των λέξεων τους έχουν τη δύναμη να επηρεάσουν τα συναισθήματα και την κατανόηση του αναγνώστη. Ένας πιασάρικος τίτλος μπορεί να κάνει τα πάντα από το να πιάσει το ενδιαφέρον του αναγνώστη για να επηρεάσει τις απόψεις του. Ομοίως, εάν χρησιμοποιείτε ζωντανή και λεπτομερή γλώσσα, μπορείτε να δημιουργήσετε μια εικόνα στο κεφάλι του αναγνώστη, η οποία θα τους βοηθήσει να κατανοήσουν καλύτερα και να θυμούνται το περιεχόμενο.

Αλλά θυμηθείτε, με την εξουσία έρχεται το καθήκον. Η επιλογή λέξεων είναι σημαντική, επειδή η υπερβολική χρήση ή κατάχρηση μπορεί να υπονομεύσει την αξιοπιστία των δεδομένων που παρουσιάζονται. Η παραπλανητική ή συγκλονιστική γλώσσα είναι μια συχνή μέθοδος κακομεταχείρισης. Για να προσελκύσει αναγνώστες και θεατές στη σημερινή εποχή των τίτλων clickbait και των «ψευδών ειδήσεων», χρησιμοποιείται συχνά ο εντυπωσιασμός. Τέτοια πρωτοσέλιδα που αρπάζουν την προσοχή συχνά παραπλανούν και μπερδεύουν τους αναγνώστες λόγω της υπερβολής ή της διαστρέβλωσης της αλήθειας.

Οι ευφημισμοί και η διγλωσσία είναι ένα άλλο συστατικό της γλωσσικής επιλογής που μπορεί να οδηγήσει σε κακομεταχείριση. Αυτές οι στρατηγικές χρησιμοποιούνται συχνά από κυβερνήσεις, επιχειρήσεις, ακόμη και ιδιώτες για να μετριάσουν τις επιπτώσεις των δυσμενών πληροφοριών ή να επηρεάσουν την κοινή γνώμη. Οι ευφημισμοί χρησιμοποιούνται για να μαλακώσουν το χτύπημα των δυσάρεστων πραγματικοτήτων, προκειμένου να τις κάνουν πιο εύπεπτες ή κοινωνικά αποδεκτές. Η σκόπιμη χειραγώγηση της γλώσσας έχει τη δυνατότητα να εμποδίσει την ανοικτή επικοινωνία και να υπονομεύσει την εμπιστοσύνη.

Τα λεκτικά λάθη μπορεί να εκδηλωθούν με τη σκόπιμη διάδοση ψευδών πληροφοριών ή προπαγάνδας. Σήμερα, λόγω της εμβέλειας του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, η παραπληροφόρηση μπορεί να ταξιδέψει με την ταχύτητα του φωτός. Άτομα και ομάδες μπορούν να επηρεάσουν την κοινή γνώμη, να δημιουργήσουν διχόνοια και να

δυσφημήσουν αξιόπιστες πηγές πληροφοριών μέσω της σκόπιμης χρήσης παραπλανητικής γλώσσας, προκατειλημμένων αφηγήσεων και κραυγαλέων ψευδών.

Τόσο οι αναγνώστες όσο και οι συγγραφείς έχουν ένα ρόλο να παίξουν στη διακοπή της κατάχρησης της γλώσσας στα μέσα ενημέρωσης. Όλοι οι επαγγελματίες στους τομείς της δημοσιογραφίας, της λογοτεχνίας, της επιστήμης και της εκπαίδευσης έχουν την ευθύνη να διαφυλάξουν την αλήθεια του έργου τους. Οι εν λόγω παραγωγοί πληροφοριών μπορούν να συμβάλουν στην οικοδόμηση μιας πιο ενημερωμένης κοινωνίας εάν ακολουθούν τους επαγγελματικούς κανόνες, επαληθεύουν τις πηγές τους και διατηρούν την ουδετερότητα.

Για παράδειγμα, η συμβατική έννοια των δηλωτικών και ανακριτικών λόγων συνδέεται με τις αποσπασματικές δυνάμεις του μηνύματος και το αίτημα για πληροφορίες, πράγμα που σημαίνει ότι αυτό που κάποιος λέει έχει το αποτέλεσμα μιας πράξης, για παράδειγμα δίνοντας μια εντολή ή δίνοντας μια υπόσχεση. Οι επιτακτικοί χρόνοι συχνά σχετίζονται με την έννοια του δελεασμού, πείθουν να κάνουν κάτι προσφέροντας κάτι ευχάριστο. Η χρήση γλωσσικών εντύπων για να δείξει τις δυνάμεις που δεν έχουν καμία σχέση με το ευθύ λεκτικό νόημά τους είναι ένας έμμεσος τρόπος για να διαπεράσετε το μήνυμά σας. Οι πραγματικές προθέσεις του ομιλητή δεν αποσαφηνίζονται με τη χρήση έμμεσων μορφών.

Γιατί ο εγκέφαλός μας πιστεύει στα ψέματα;

Ο ανθρώπινος εγκέφαλος είναι ένα καταπληκτικό όργανο με την ικανότητα για εξελιγμένη σκέψη, μνήμη και επιλογή. Ωστόσο, δεν είναι 100 % ακριβής. Η ικανότητά μας να σκεφτόμαστε κριτικά δεν μας προστατεύει πάντα από το να πέσουμε για εξαπάτηση. Η καλύτερη κατανόηση των αιτίων αυτού του φαινομένου μπορεί να μας βοηθήσει να εκτιμήσουμε καλύτερα την πολυπλοκότητα και την ευθραυστότητα της ανθρώπινης σκέψης.

Οι γνωστικές προκαταλήψεις συμβάλλουν σημαντικά στο πόσο εύκολα το μυαλό μας ξεγελιέται να δεχτεί ψευδείς πληροφορίες. Χρησιμοποιούμε αυτές τις προκαταλήψεις, γνωστές και ως νοητικές συντομεύσεις ή ευρεσιτεχνίες, για να λάβουμε σύντομες αποφάσεις και αξιολογήσεις στην καθημερινή μας ζωή. Αν και είναι χρήσιμα σε πολλά πλαίσια, μπορεί να θολώσουν την κρίση μας όταν πρέπει να αξιολογήσουμε αντικειμενικά τις πληροφορίες. Παραδείγματα αυτού του είδους προκατάληψης περιλαμβάνουν προκατάληψη επιβεβαίωσης, η οποία οδηγεί τους ανθρώπους να αναζητούν και να δίνουν προτεραιότητα σε πληροφορίες που υποστηρίζουν τις προηγούμενες ιδέες τους, ενώ αγνοούν ή απορρίπτουν αποδεικτικά στοιχεία για το αντίθετο. Λόγω του φαινομένου της ηχώ αίθουσας που προκαλείται από την προκατάληψη επιβεβαίωσης, **δυσκολευόμαστε** να δεχτούμε πληροφορίες ή ιδέες που θα αντιμετωπίσουν τις προκαταλήψεις μας για τον κόσμο.

Η συναισθηματική μας αντίδραση στις πληροφορίες είναι ένα άλλο στοιχείο που μας κάνει επιρρεπείς σε πιστά ψέματα. Όταν κάνετε μια επιλογή, τα συναισθήματά σας συχνά κερδίζουν πάνω **από** τη λογική του ατόμου. Όταν αντιμετωπίζουμε πολύ φορτισμένο υλικό, ο

εγκέφαλός μας μπορεί να παραιτηθεί από τη λογική υπέρ μιας άμεσης, διαισθητικής αντίδρασης. Ως αποτέλεσμα, μπορεί να επηρεαστούμε πιο εύκολα από εκείνους που παίζουν με τα συναισθήματά μας, προσελκύοντας το φόβο, την οργή ή άλλα ισχυρά συναισθήματα.

Το μυαλό μας έχει επίσης την τάση να γεμίζει τα κενά και να δημιουργεί ιστορίες όπου δεν υπάρχουν. Αυτό μπορεί να προκαλέσει εσφαλμένη ανάκληση ή την υιοθέτηση εξηγήσεων που ακούγονται λογικές αλλά στην πραγματικότητα είναι λανθασμένες. Η τάση μας να ψάχνουμε για μοτίβα και συνδέσεις στο περιβάλλον, που μπορεί να μας οδηγήσει σε λάθος καθοδήγηση όταν βρισκόμαστε αντιμέτωποι με ασάφεια ή ελλείποντα δεδομένα.

Είναι επίσης σημαντικό να εξετάσουμε τον ρόλο της κοινωνίας. Ως κοινωνικά πλάσματα, επιτρέπουμε στις απόψεις και τις ενέργειες των ανθρώπων γύρω μας να διαμορφώσουν τις δικές μας. Η τάση αμφισβήτησης ή κριτικής αξιολόγησης των πληροφοριών μπορεί να επηρεαστεί από την ομαδική σκέψη, την κοινωνική συμμόρφωση και την ανάγκη για κοινωνική έγκριση. Αν ένα θέμα είναι συνεπές με τις ιδέες των κοινωνικών μας ομάδων ή υποστηρίζεται από ανθρώπους που σεβόμαστε και μας αρέσει, είναι πιο πιθανό να το αποδεχτούμε. Ως αποτέλεσμα, η παραπληροφόρηση είναι πιο πιθανό να θεωρηθεί, να θυμηθεί και αργότερα να ανακληθεί — ακόμη και αφού μάθουμε ότι ήταν ψευδής.

Επιπλέον, ο πολλαπλασιασμός των ψηφιακών μέσων και η ταχύτητα με την οποία μπορούν να ρέουν οι πληροφορίες μέσω των κοινωνικών δικτύων έχουν διευκολύνει τη διάδοση των ψεμάτων και των παρανοήσεων. Η υπερφόρτωση πληροφοριών, σε συνδυασμό με αλγόριθμους εξατομίκευσης, μπορεί να οδηγήσει στην κατασκευή «φούσκας φίλτρων» και «θαλάμων ηχώ» που χρησιμεύουν μόνο για την ενίσχυση της προϋπάρχουσας κοσμοθεωρίας. Κατακλυσμένοι από τα δεδομένα, μπορεί να είναι δύσκολο να ξεχωρίσει κανείς το γεγονός από τη φαντασία, αυξάνοντας την πιθανότητα οι άνθρωποι να πιστεύουν και να διαδίδουν παραπληροφόρηση. Όσο περισσότερο βλέπουμε κάτι να επαναλαμβάνεται, τόσο πιο πιθανό είναι να πιστεύουμε ότι είναι αλήθεια. Αυτό το «φαινόμενο της ψευδαίσθησης της αλήθειας» προκύπτει επειδή χρησιμοποιούμε την οικειότητα και την ευκολία κατανόησης ως συντομογραφία για την αλήθεια. όσο περισσότερο επαναλαμβάνεται κάτι, τόσο πιο οικείο και άπταιστο αισθάνεται αν πρόκειται για παραπληροφόρηση ή γεγονός. Περαιτέρω εξηγήσεις σχετικά με τις φυσαλίδες φίλτρων και τους θαλάμους ηχώ θα παρασχεθούν αργότερα στις κατευθυντήριες γραμμές.

Πώς μπορούμε να μειώσουμε τον πειρασμό να πιστέψουμε ψευδείς πληροφορίες; Η συνειδητοποίηση είναι το σημείο εκκίνησης. Έχοντας επίγνωση των δικών μας γνωστικών και συναισθηματικών αδυναμιών, μπορούμε να αξιολογήσουμε καλύτερα τις πληροφορίες. Είναι σημαντικό να είμαστε ανοιχτοί σε νέες ιδέες και να είμαστε πρόθυμοι να αλλάξουμε γνώμη όταν παρουσιάζονται με πειστικά στοιχεία. Το να καταρρίπτουμε ή να δείχνουμε ότι κάτι δεν είναι αλήθεια δεν αρκεί για να καταπολεμήσουμε την παραπληροφόρηση — πρέπει επίσης να είμαστε προδραστικοί με το «prebunking», το οποίο ουσιαστικά σημαίνει ότι προετοιμάζουμε τον εγκέφαλό μας να αναγνωρίσει την παραπληροφόρηση πριν την συναντήσουμε. Όπως και με τον τρόπο με τον οποίο ένα εμβόλιο ενεργοποιεί το ανοσοποιητικό σας σύστημα για να πολεμήσει έναν ξένο εισβολέα, το prebunking μπορεί να

εμβολιάσει και να ενισχύσει το ψυχολογικό ανοσοποιητικό σας σύστημα ενάντια στην ιογενή παραπληροφόρηση.

Η υπόθεση του γλωσσικού ντετερμινισμού

Η ικανότητα να επικοινωνούμε και να μοιραζόμαστε ιδέες μέσω της γλώσσας είναι απαραίτητη για να είμαστε άνθρωποι. Διαμορφώνει τις ιδέες μας, κατευθύνει τις σχέσεις μας και μας επιτρέπει να μεταδίδουμε τη σημασία. Η υπόθεση Sapir-Whorf, ή η ιδέα του γλωσσικού ντετερμινισμού, υποδηλώνει ότι η σκέψη και η αντίληψη των ομιλητών μιας γλώσσας διαμορφώνονται από τη δομή, το λεξιλόγιο και τα γραμματικά μοτίβα της γλώσσας. Αυτή η θεωρία προτείνει ότι οι άνθρωποι περιορίζονται στις σκέψεις και τις ιδέες που η γλώσσα τους επιτρέπει να εκφράσουν, επειδή διάφορες γλώσσες δίνουν διακριτά εννοιολογικά πλαίσια. Αυτό σημαίνει ότι η ικανότητά μας να παρατηρούμε και να κατανοούμε τον κόσμο γύρω μας περιορίζεται και διαμορφώνεται από τη δομή της γλώσσας που χρησιμοποιούμε.

Υπάρχουν διαφορές στην κατηγοριοποίηση και περιγραφή του σύμπαντος μεταξύ των γλωσσών, και ως εκ τούτου μεταξύ των τρόπων με τους οποίους οι ομιλητές τους βλέπουν και κατανοούν διαφορετικές καταστάσεις.

Ορισμένες γλώσσες μπορεί να έχουν ένα πιο περίπλοκο λεξιλόγιο για τα χρώματα, επιτρέποντας στους ομιλητές να διακρίνουν ευκολότερα μεταξύ των αποχρώσεων και των χρωμάτων, ως παράδειγμα. Παρομοίως, περισσότεροι από δώδεκα διαφορετικοί όροι για το χιόνι χρησιμοποιούνται στις αλπικές περιοχές. Η επίδραση των γραμματικών δομών στις γνωστικές διαδικασίες είναι ένα άλλο θέμα της έρευνας στο πλαίσιο του γλωσσικού ντετερμινισμού. Για παράδειγμα, οι ομιλητές ορισμένων γλωσσών είναι συνήθως υποχρεωμένοι να υποδείξουν το φύλο των ουσιαστικών σε μια φράση, ενώ οι ομιλητές άλλων μπορεί να μην είναι. Αυτή η γραμματική διαφορά μπορεί να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο οι γηγενείς ομιλητές αυτών των γλωσσών ταξινομούν και χαρακτηρίζουν τα πράγματα, δίνοντας σε αυτές τις έμφυλες ιδιότητες και συνειρμούς. Ένα άλλο παράδειγμα: Εκτός από τον ενιαίο και τον πληθυντικό, η σλοβενική γραμματική χρησιμοποιεί επίσης το «διπλό», με διακριτές απολήξεις ανάλογα με τον αριθμό των ατόμων που συζητούνται.

Οι επικριτές του γλωσσικού ντετερμινισμού υποστηρίζουν ότι η γλώσσα δεν είναι ο μόνος παράγοντας για τη διαμόρφωση του τρόπου με τον οποίο οι άνθρωποι σκέφτονται και αισθάνονται. Υπονοούν ότι τα στοιχεία πέρα από τη γενετική και το περιβάλλον παίζουν ρόλο στη διαμόρφωση του νου και της συμπεριφοράς μας. Αξίζει επίσης να σημειωθεί ότι η θεωρία του ντετερμινισμού στη γλωσσολογία δεν υποδηλώνει ότι η γλώσσα έχει ένα μονοπώλιο στο μυαλό ή περιορίζει το δημιουργικό μας δυναμικό. Αντίθετα, υπονοεί ότι η γλώσσα ασκεί σημαντική επιρροή στις διαδικασίες σκέψης μας και στον τρόπο που βλέπουμε τον κόσμο.

Ασάφεια

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι με τους οποίους η αμφίσημη επικοινωνία αποτελεί απειλή. Ακόμα και όταν δεν είναι γραφτό να γίνει, η ασάφεια μπορεί να κάνει τους άλλους να παρεξηγήσουν ή να εφαρμόσουν εσφαλμένα αυτά που ειπώθηκαν.

Παρεξηγήσεις μεταξύ ατόμων ή ομάδων μπορεί να προκύψουν από τη χρήση διαφορεόμενης γλώσσας ή την αποστολή μικτών μηνυμάτων. Σύγχυση, διαφωνία και βλάβη στην αποτελεσματική επικοινωνία μπορεί να προκύψει όταν η σκοπούμενη έννοια ενός μηνύματος παρερμηνεύεται από τους δέκτες του. Οι ανεπαρκείς ή ψευδείς πληροφορίες μπορούν επίσης να μεταδοθούν λόγω ασάφειας. Είναι εύκολο να παρερμηνεύσετε ένα μήνυμα ή να χάσετε σημεία κλειδιά όταν τα βασικά στοιχεία είναι λασπωμένα. Αυτό είναι ιδιαίτερα ενοχλητικό σε τομείς όπου η ακρίβεια των πραγματικών περιστατικών είναι απαραίτητη, όπως η ιατρική, οι υπηρεσίες έκτακτης ανάγκης και ο νόμος.

Συγκρούσεις και παρανοήσεις μπορεί να προκύψουν όταν οι λέξεις μένουν ανείπωτες. Διαφωνίες και διαφωνίες μπορεί να προκύψουν όταν άνθρωποι με διαφορετικές αντιλήψεις για το ίδιο μήνυμα επιμένουν ότι έχουν δίκιο. Τα προβλήματα σχέσεων, η χαμηλότερη παραγωγή και η δυσκολία συνεργασίας είναι όλα πιθανά αποτελέσματα. Τα άτομα μπορεί να μην αναλάβουν την ευθύνη για την εργασία τους ή μπορεί να υπολείπονται των προσδοκιών εάν δεν είναι σίγουροι για το ρόλο τους, τα αναμενόμενα αποτελέσματα ή τον τρόπο επίτευξής τους. Εξαιτίας αυτού, η παραγωγικότητα μπορεί να μειωθεί, η συνεργασία μπορεί να καταρρεύσει και άλλα ανεπιθύμητα αποτελέσματα μπορεί να εμφανιστούν.

Η ασάφεια μπορεί επίσης να έχει ηθικές και νομικές συνέπειες. Νομικές διαμάχες και διαφωνίες μπορεί να προκύψουν, για παράδειγμα, από μια σύμβαση ή συμφωνία που είναι υπερβολικά ασαφής. Ομοίως, ο τραυματισμός ή η ανήθικη συμπεριφορά μπορεί να προέρχεται από ασάφεια στην επικοινωνία σχετικά με τα μέτρα ασφαλείας ή τις δεοντολογικές αρχές.

Διπλωματικές και διαπραγματευτικές καταστάσεις είναι ιδανικά μέρη για να χρησιμοποιήσετε επιδέξια ασάφεια. Αφήνοντας ορισμένα πράγματα ανείπωτα, οι διαπραγματευτές δημιουργούν ευελιξία για ελιγμούς και συμβιβασμούς. Δίνει τη δυνατότητα στα μέρη να διαπραγματεύονται ευαίσθητα θέματα χωρίς να λαμβάνουν αδιάκοπες θέσεις, γεγονός που μπορεί να ανοίξει το δρόμο για συμβιβασμούς.

Η υποδειγματική ασάφεια είναι μια τακτική που επιτρέπει στον ομιλητή να μεταφέρει ό,τι θέλει, επιτρέποντας όμως στο κοινό του να βγάλει όποια συμπεράσματα επιθυμεί. Το ευρύ φάσμα των λέξεων του ομιλητή το καθιστά εφικτό. Οι παράγοντες της κατάστασης και οι διαπροσωπικοί παράγοντες συνδυάζονται με την έννοια των γλωσσικών δηλώσεων για να δημιουργήσουν ένα διαφορεόμενο περιβάλλον όπου οι ακροατές μπορούν να βγάλουν είτε θετικά είτε αρνητικά συμπεράσματα. Σε αυτές τις ρυθμίσεις, είναι ευκολότερο για τους

ομιλητές να εισάγουν διακριτικά τις δικές τους απόψεις, δηλώσεις, κατηγορίες, κλήσεις για βία κ.λπ.

Οι πολιτικές ομιλίες συχνά χρησιμοποιούν κρυπτογραφική γλώσσα και ασάφεια για να αλλάξουν τη στάση των ψηφοφόρων και να ζωγραφίσουν τους αντιπάλους τους σε αρνητικό φως. Θα μπορούσε κανείς να υποστηρίξει ότι αυτού του είδους η ασάφεια χρησιμοποιείται επιδέξια για την επίλυση διεθνών προβλημάτων με τη διαπραγμάτευση συμβιβασμών που είναι αποδεκτοί από όλα τα εμπλεκόμενα μέρη. Μερικές φορές η ασάφεια γίνεται πιο έντονη επειδή το πλαίσιο παρέχει μια εύλογη εναλλακτική ερμηνεία. Αυτό είναι σύνηθες όταν οι άνθρωποι που εμπλέκονται σε μια αλληλεπίδραση έχουν διαφορετικά επίπεδα προηγούμενης γνώσης.

Συνολικά, η ασάφεια μπορεί να προκαλέσει ένα ρήγμα μεταξύ της ερμηνείας και της αρχικής έννοιας ενός κειμένου, μιας ομιλίας ή ενός άρθρου. Λόγω αυτού του ρήγματος, μερικοί άνθρωποι μπορεί να διαδώσουν την ανακριβή ερμηνεία των πληροφοριών (διαταραχή πληροφόρησης). Η ασάφεια μπορεί να δημιουργηθεί σε περίπτωση ατυχήματος, οδηγώντας σε λανθασμένες ερμηνείες και, ως εκ τούτου, αυξάνοντας την πιθανότητα εμφάνισης παραπληροφόρησης, ή μπορεί να χρησιμοποιηθεί σκόπιμα για τη δημιουργία μιας αφήγησης παραπληροφόρησης μεταξύ των αποδεκτών της διφορούμενης γλώσσας.

Επομένως, η αποφυγή της σύγχυσης και της παρερμηνείας με το να είναι όσο το δυνατόν πιο συγκεκριμένη και σαφής είναι απαραίτητη. Οι κίνδυνοι της ασάφειας μπορούν να μειωθούν με τη χρήση απλής γλώσσας, δίνοντας ακριβείς οδηγίες, προκαλώντας διευκρινίσεις όταν είναι απαραίτητο, και ελέγχοντας ότι το νόημα του ατόμου έχει εκφραστεί σωστά.

Γλωσσική χειραγώγηση

Η γλώσσα είναι ένα ισχυρό εργαλείο που οι άνθρωποι χρησιμοποιούν για να επικοινωνούν, να εκφράζουν ιδέες και να διαμορφώνουν την κατανόησή μας για τον κόσμο. Ωστόσο, η γλώσσα μπορεί επίσης να χειραγωγηθεί και να αξιοποιηθεί για διάφορους σκοπούς. Η γλωσσική χειραγώγηση, η σκόπιμη και στρατηγική χρήση της γλώσσας για να επηρεάσει τις σκέψεις, τις πεποιθήσεις και τις συμπεριφορές, είναι ένα φαινόμενο που έχει επικρατήσει σε όλη την ιστορία. Οι τεχνικές γλωσσικής χειραγώγησης και ο αντίκτυπός τους στα άτομα και την κοινωνία παρουσιάζονται παρακάτω.

Οι τεχνικές γλωσσικού χειρισμού:

1. **Φορτωμένη γλώσσα:** Η χρήση συναισθηματικά φορτισμένων λέξεων και φράσεων για να επηρεάσει τις απόψεις και να προκαλέσει συγκεκριμένες αντιδράσεις. Αυτή η τεχνική έχει ως στόχο να προκαλέσει ισχυρές συναισθηματικές αντιδράσεις από τα άτομα, θολώνοντας την ορθολογική σκέψη και προωθώντας προκατειλημμένες

ερμηνείες. *Παράδειγμα: «Παράνομοι αλλοδαποί» έναντι «μη καταγεγραμμένων μεταναστών»: Η χρήση του όρου «παράνομοι αλλοδαποί» φέρει μια αρνητική χροιά, υποδηλώνοντας την εγκληματικότητα και την ετερότητα.*

2. **Ευφημισμοί:** Η αντικατάσταση των αρνητικών ή σκληρών όρων με ουδέτερους ή θετικούς όρους. Οι ευφημισμοί χρησιμοποιούνται για να απαλύνουν την επίδραση ορισμένων λέξεων ή εννοιών, καθιστώντας τις πιο εύγευστες ή λιγότερο απειλητικές. Μπορούν να χειραγωγήσουν τις αντιλήψεις και να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα αντιλαμβάνονται και ανταποκρίνονται σε ορισμένες ιδέες ή πράξεις. *Παράδειγμα: Μείωση του μεγέθους» αντί για «απασχόληση».*
3. **Διγλωσσία:** Η χρήση της γλώσσας για να αποκρύψει σκόπιμα ή να διαστρεβλώσει το νόημα, που συχνά χρησιμοποιείται από πολιτικούς ή οργανισμούς. Η διπλή ομιλία μπορεί να περιλαμβάνει εσκεμμένη ασάφεια, υπερβολική πολυπλοκότητα ή τη χρήση ορολογίας για να μπερδέψει ή να παραπλανήσει τους ανθρώπους, διατηρώντας παράλληλα μια εμφάνιση αξιοπιστίας. *Παράδειγμα: «Ενισχυμένες τεχνικές ανάκρισης» αντί για «βασανιστήρια».*
4. **Πλαισίωση:** Η στρατηγική επιλογή και παρουσίαση των πληροφοριών για τη διαμόρφωση των αντιλήψεων και των ερμηνειών επιρροής. Δίνοντας έμφαση σε ορισμένες πτυχές ενός ζητήματος, υποβαθμίζοντας ή παραλείποντας άλλες, η διαμόρφωση μπορεί να καθοδηγήσει την κατανόηση των ατόμων και να υποστηρίξει συγκεκριμένες απόψεις. *Παράδειγμα: «Προστασία του περιβάλλοντος» έναντι «περιορισμού της οικονομικής ανάπτυξης». Η μία πλευρά μπορεί να πλαισιώσει ένα ζήτημα ως «προστασία του περιβάλλοντος», δίνοντας έμφαση στις θετικές πτυχές, ενώ η αντίθετη πλευρά το χαρακτηρίζει ως «περιορισμό της οικονομικής ανάπτυξης», τονίζοντας τις πιθανές αρνητικές συνέπειες.*
5. **Ψευδείς διχοτομίες:** Παρουσιάζοντας ένα σύνθετο ζήτημα, έχοντας μόνο δύο αντίθετες επιλογές, αναγκάζοντας τα άτομα να επιλέξουν μεταξύ τους. Αυτή η τεχνική περιορίζει την κριτική σκέψη και προωθεί μια πολωμένη προοπτική, αγνοώντας τις αποχρώσεις και τις εναλλακτικές απόψεις. *Παράδειγμα: «Ή είσαι μαζί μας ή εναντίον μας.»*
6. **Συνθήματα και συνθήματα:** Αξέχαστες φράσεις ή συνθήματα που χρησιμοποιούνται επανειλημμένα για να διαμορφώσουν την κοινή γνώμη και να ενισχύσουν συγκεκριμένες πεποιθήσεις. Απλοποιούν πολύπλοκες ιδέες σε εύκολα εύπεπτα ηχητικά τσιμπήματα, προσελκύοντας τα συναισθήματα και δημιουργώντας μια αίσθηση ταυτότητας ή αφοσίωσης. *Παράδειγμα: «Κάνε ξανά την Αμερική μεγάλη».*

1.7 Οι «θάλαμοι αντήχησης» και η ενίσχυση της παραπληροφόρησης

Νωρίτερα σε αυτό το κεφάλαιο, έχει χρησιμοποιηθεί ο όρος «echo chamber». Σε αυτό το υποκεφάλαιο βουτάμε βαθύτερα στο τι είναι ένας «θάλαμος αντήχησης» (αντηχείο), πώς προέρχονται και γιατί είναι σημαντικοί όταν μιλάμε για λανθασμένη πληροφόρηση και παραπληροφόρηση.

Τα τελευταία είκοσι χρόνια έχουν σημειωθεί σημαντικές αλλαγές στην ενίσχυση της λανθασμένης πληροφόρησης, κυρίως λόγω των τεχνολογικών εξελίξεων και της ανάπτυξης των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, η διαταραχή της πληροφορίας έχει εξαπλωθεί με ανησυχητικό ρυθμό. Η σχετικά γρήγορη διάδοση ψευδών πληροφοριών, και η πίστη σε αυτές, έχει βοηθηθεί από την έλευση και την εκτεταμένη χρήση ιστότοπων κοινωνικής δικτύωσης, τόσο σε κύριες πλατφόρμες όπως το Facebook και το Tiktok όσο και σε εναλλακτικές πλατφόρμες όπως το 4chan και το 8kun. Λόγω της ανοικτής φύσης αυτών των δικτύων, ψεύτικες πληροφορίες και ιστορίες μπορεί να διαδοθούν γρήγορα σε όλο τον κόσμο. Προκειμένου να μεγιστοποιηθεί η δέσμευση και οι μετοχές, οι αλγόριθμοι των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης τείνουν να ενθαρρύνουν αμφιλεγόμενα ή θεαματικά θέματα. Και επειδή στους ανθρώπους αρέσει να καταναλώνουν και να διαδίδουν πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις δικές τους απόψεις (προκατάληψη επιβεβαίωσης), οι θάλαμοι αντήχησης έχουν αρχίσει να εμφανίζονται στο διαδίκτυο. Σε αυτές τις κλειστές κοινότητες, οι ψευδείς πληροφορίες μπορεί να διαδοθούν γρήγορα χωρίς να αντιμετωπίζονται κριτικά ή να διορθώνονται. Επιπλέον, η παραπληροφόρηση μπορεί επίσης να αυξηθεί για να γίνει ακόμη πιο ψευδής, επιβλαβής και πιο στρεβλή από την πραγματικότητα. Αυτό συμβαίνει μέσω των αισθουσών ηχώ και της διοχετευτικής επίδρασης των αλγορίθμων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Περισσότερα για τους αλγόριθμους των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα εξηγηθούν αργότερα στις κατευθυντήριες γραμμές με θέμα «Τεχνολογία & εργασία».

Ο όρος «echo chamber» χρησιμοποιείται για να περιγράψει μια κατάσταση στην οποία οι άνθρωποι εκτίθενται μόνο σε δεδομένα, ιδέες και προοπτικές που υποστηρίζουν την προϋπάρχουσα κοσμοθεωρία τους. Οι άνθρωποι σε αυτούς τους θαλάμους αντήχησης τείνουν να ενισχύουν και να ενισχύουν ο ένας τις απόψεις του άλλου, με ελάχιστη ή καθόλου αλληλεπίδραση με αντίθετες απόψεις. Ως εκ τούτου, τις περισσότερες φορές αγνοούν ή απορρίπτουν οτιδήποτε προκαλεί αυτή την κοσμοθεωρία. Αυτός ο θετικός βρόχος ανατροφοδότησης μπορεί να παρέχει την εντύπωση της συμφωνίας, αλλά στην πραγματικότητα καταπνίγει την επιδίωξη νέων προοπτικών.

Το όνομα «θάλαμος ηχώ» προέρχεται από έναν ακουστικό θάλαμο ηχώ, ο οποίος είναι ένας κλειστός, κοίλος χώρος που αντηχεί τους ήχους. Αυτή είναι μια μεγάλη μεταφορά για ό, τι παρατηρείται σε αυτές τις απόψεις ηχώ θαλάμους: τα παρόμοια άτομα αντηχούν τις δικές τους απόψεις και ιδέες στη δική τους, διαχωρισμένη περιοχή, χωρίς καμία «θόρυβο ρύπανση» από το εξωτερικό (Διαβάστε: διαφορετικές απόψεις).

Αυτό το περιβάλλον είναι ιδανικό για την παραπληροφόρηση και τις ακραίες κοσμοθεωρίες για να ευημερήσουν. Η προκατάληψη επιβεβαίωσης, ή η τάση αναζήτησης και αποδοχής πληροφοριών που υποστηρίζουν προϋπάρχουσες απόψεις, ενισχύεται σε θάλαμους αντήχησης. Οι άνθρωποι είναι πιο διατεθειμένοι να αποδέχονται και να διαδίδουν πληροφορίες χωρίς αμφιβολία, όταν βρίσκονται στη συντροφιά εκείνων που μοιράζονται την προοπτική τους και όταν εκτίθενται σε περιεχόμενο που υποστηρίζει αυτή την κοσμοθεωρία. Στους θαλάμους αντήχησης, οι άνθρωποι επιλέγουν να ακούν και να βλέπουν μόνο πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις δικές τους απόψεις. Ακούγοντας μόνο αυτό που ήδη συμφωνεί, το περιβάλλον πληροφόρησης περιορίζεται, δίνοντας στην εξαπάτηση μια καλύτερη ευκαιρία να εξαπλωθεί ανεξέλεγκτη. Η παραπληροφόρηση μπορεί να διαδοθεί, να συζητηθεί και να ενισχυθεί εντός των αιθουσών ηχώ όπου συγκεντρώνονται άτομα με παρόμοιες προκαταλήψεις. Η λανθασμένη πληροφόρηση χτίζει νομιμότητα και δυσκολεύεται να καταρριφθεί όταν τα άτομα μοιράζονται και διαδίδουν παραπλανητικές αφηγήσεις μεταξύ τους.

Λόγω της έλλειψης αλληλεπίδρασης με αντίθετες απόψεις και ιδέες, η ηχώ είναι πιθανό να είναι υπερβολική και θα διαστρεβλώσει σε πιο ακραίες απόψεις που βρίσκονται πιο μακριά από την πραγματικότητα. Αυτό συμβαίνει επειδή οι άνθρωποι είναι πιο διατεθειμένοι να αποδέχονται και να διαδίδουν πληροφορίες χωρίς αμφιβολία, όταν βρίσκονται στη συντροφιά εκείνων που μοιράζονται την προοπτική τους και όταν εκτίθενται σε περιεχόμενο που υποστηρίζει αυτή την κοσμοθεωρία. Οι απόψεις των ατόμων στον θάλαμο αντήχησης ενισχύονται και μετατρέπονται σε απόψεις που είναι πιθανότατα μια ψευδής απεικόνιση του πραγματικού κόσμου. Αυτές οι διαστρεβλωμένες ιδέες θα μπορούσαν στη συνέχεια να διαδοθούν σε χώρους πέρα από αυτούς τους θαλάμους ηχώ, καθώς οι άνθρωποι στους θαλάμους ηχώ είναι επιρρεπείς να αναπαράγουν τις διαστρεβλωμένες ιδέες που έχουν δημιουργηθεί εκεί. Αυτός είναι ένας από τους τρόπους με τους οποίους δημιουργείται η λανθασμένη πληροφόρηση και η παραπληροφόρηση. Ο τρόπος με τον οποίο αυτές οι ενισχυμένες ιδέες διαδίδονται εκτός αυτών των αιθουσών ηχώ θα εξηγηθεί στο *κεφάλαιο 3: τεχνολογία & εργαλεία*.

Καθώς τα φερέφωνα διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διάδοση της διαταραχής της πληροφόρησης, διαδραματίζουν επίσης εξέχοντα ρόλο στη ριζοσπαστικοποίηση στο διαδίκτυο. Ένας από τους μηχανισμούς στη διαδικασία ριζοσπαστικοποίησης είναι η απήχηση, η οποία αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο η συνεχής αλληλεπίδραση με άλλους που έχουν τις ίδιες ακραίες ιδέες και πεποιθήσεις μπορεί να διαμορφώσει και να ενισχύσει τις πεποιθήσεις ενός ατόμου, ενδεχομένως ακόμη και νομιμοποιώντας τη βία. Οι «θαλάμους ηχώ» που μπορούν να σχηματιστούν στο διαδίκτυο συμβάλλουν στην επιβεβαίωση των πεποιθήσεων των ανθρώπων, ωθώντας τους προς πιο ριζοσπαστικές σκέψεις και δράσεις, και ενισχύοντας την αυξημένη δυσπιστία προς τις επικρατούσες ειδήσεις. Επιπλέον, μέσα σε αυτούς τους θαλάμους αντήχησης, οι εξτρεμιστικές ιδεολογίες εξομαλύνονται, καθιστώντας δύσκολο για τα άτομα να αντιταχθούν σε αυτές. Αυτό μπορεί να οδηγήσει στον αποκλεισμό των μελών που προσπαθούν να εισαγάγουν αποχρώσεις. Είναι σημαντικό ότι οι αλγόριθμοι που χρησιμοποιούνται από τις πλατφόρμες μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν επίσης να συμβάλουν στην κλιμάκωση των όλο και πιο εξτρεμιστικών ιδεολογιών.

Είναι σημαντικό να ενθαρρύνουμε τους ανθρώπους να ελέγχουν τις πηγές πριν από την ανταλλαγή πληροφοριών. Η εκπαίδευση του κοινού σχετικά με τους αξιόπιστους οργανισμούς ελέγχου γεγονότων και τους πόρους τους εξοπλίζει για να αξιολογήσουν την αλήθεια του υλικού πριν το μοιραστούν. Ο πολιτικός λόγος και ο ανοικτός διάλογος σε ιδεολογικές γραμμές πρέπει να ενθαρρυνθούν για να καταρρίψουν τα εμπόδια, να διαλύσουν τους θαλάμους ηχώ και να προωθήσουν την αμοιβαία κατανόηση. Η τάση απόσυρσης σε θαλάμους ηχώ μπορεί να μετριαστεί με την καλλιέργεια μιας ατμόσφαιρας όπου οι διαφορετικές απόψεις εκτιμώνται.

Οι πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης είναι ζωτικής σημασίας για την καταπολέμηση της διάδοσης ψευδών πληροφοριών. Η επιρροή των αιθουσών ηχώ στη διάδοση της παραπληροφόρησης μπορεί να μειωθεί με αυστηρότερο έλεγχο περιεχομένου, διαφάνεια αλγορίθμων και υπεύθυνα συστήματα συστάσεων.

1.8 Γνωστική ασυμφωνία

Όπως εξηγήθηκε προηγουμένως, η σύγχρονη κοινωνία μάχεται με ένα συνεχές μπαράζ πληροφοριών. Καθώς πλοηγούμαστε σε αυτόν τον λαβύρινθο πληροφοριών, συναντούμε γνωστική ασυμφωνία: ένα ψυχολογικό φαινόμενο που προκύπτει όταν οι πεποιθήσεις και οι στάσεις μας συγκρούονται με αντιφατικές αποδείξεις ή όταν αντιμετωπίζουμε αντικρουόμενες απόψεις.

Αυτό το υποκεφάλαιο διερευνά την ενδιαφέρουσα σχέση μεταξύ της γνωστικής ασυμφωνίας και της διάχυτης εξάπλωσης της παραπληροφόρησης και της παραπληροφόρησης. Διερευνούμε πώς αυτός ο εσωτερικός αγώνας μπορεί ακούσια να οδηγήσει τα άτομα να υποκύψουν στη γοητεία των ψευδών αφηγήσεων, να γίνουν ακούσια θύματα ή πράκτορες απατηλών ενημερωτικών εκστρατειών. Κατανοώντας την πολυπλοκότητα της γνωστικής ασυμφωνίας στο πλαίσιο της διαταραχής της πληροφορίας, αποκτούμε κρίσιμες γνώσεις για την ανθρώπινη ευαισθησία στη χειραγώγηση, επιτρέποντάς μας να ενισχύσουμε το μυαλό μας ενάντια στην παλίρροια των ψευδών στο ψηφιακό τοπίο.

Ιστορία

Ο Leon Festinger (1919-1989) ήταν ο πρώτος που πρότεινε τη θεωρία της γνωστικής ασυμφωνίας, η οποία επικεντρώνεται στον τρόπο με τον οποίο τα άτομα αγωνίζονται για εσωτερική συνοχή. Πρότεινε ότι τα άτομα έχουν μια έμφυτη επιθυμία να διατηρήσουν τη συνέπεια μεταξύ των πεποιθήσεων και των πράξεών τους. Οι ασυνεπείς ή αντιφατικές πεποιθήσεις οδηγούν σε διχόνοια, την οποία τα άτομα προσπαθούν να αποφύγουν.

Η θεωρία του βασίστηκε σε μια συμμετέχουσα μελέτη παρατήρησης μιας λατρείας που πίστευε ότι η γη επρόκειτο να καταστραφεί από μια πλημμύρα και τι συνέβη στα μέλη της — ειδικά τα πιο αφοσιωμένα μέλη που είχαν εγκαταλείψει τα σπίτια τους και την εργασία τους για να εργαστούν για τη λατρεία — όταν η πλημμύρα δεν συνέβη. Τα αφοσιωμένα μέλη ήταν πιο πιθανό να ερμηνεύσουν εκ νέου τα στοιχεία για να δείξουν ότι είχαν δίκιο όλη την ώρα (η γη δεν καταστράφηκε λόγω της πίστης των μελών της λατρείας).

Σύμφωνα με τη θεωρία του, έχουμε μια έμφυτη επιθυμία να διατηρήσουμε την αρμονία στις στάσεις και τις πράξεις μας και να αποφύγουμε την ασυμφωνία (ή την ασυμφωνία). Αυτό είναι γνωστό ως η αρχή της γνωστικής συνέπειας. Όταν οι στάσεις ή οι πράξεις είναι ασυνεπείς (ασυνήθιστες), κάτι πρέπει να αλλάξει για να εξαλειφθεί η ασυμφωνία.

Τι είναι η γνωστική ασυμφωνία;

Η γνωστική ασυμφωνία είναι η ψυχική δυσφορία που προκαλείται από την κατοχή δύο πεπιοθήσεων, αξιών ή στάσεων που βρίσκονται σε σύγκρουση. Αυτή η σύγκρουση προκαλεί δυσάρεστα συναισθήματα ανησυχίας ή δυσφορίας, επειδή οι άνθρωποι τείνουν να αναζητούν συνέπεια στις στάσεις και τις αντιλήψεις τους. Η ασυμφωνία μεταξύ του τι πιστεύουν οι άνθρωποι και του τρόπου με τον οποίο ενεργούν τους παρακινεί να λάβουν μέτρα που θα ανακουφίσουν την αγωνία τους. Οι άνθρωποι προσπαθούν να μετριάσουν αυτή την ένταση με διάφορους τρόπους, μεταξύ άλλων απορρίπτοντας, εξηγώντας ή αποφεύγοντας νέες πληροφορίες. Η γνωστική ασυμφωνία μπορεί να προκληθεί από το αίσθημα της υποχρέωσης να κάνει κάτι, την απόκτηση νέας γνώσης ή την απόφαση μεταξύ δύο παρόμοιων επιλογών.

Η γνωστική ασυμφωνία μπορεί να προκαλέσει ανησυχία και δυσφορία σε άτομα. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα αν η ασυμφωνία μεταξύ των πεπιοθήσεων και των πράξεών τους περιλαμβάνει μια βασική πτυχή της **αίσθησης του εαυτού** τους.

Για παράδειγμα, η συμπεριφορά με τρόπους που δεν ευθυγραμμίζονται με τις προσωπικές σας αξίες μπορεί να οδηγήσει σε έντονα συναισθήματα δυσφορίας. Η συμπεριφορά σας έρχεται σε αντίθεση όχι μόνο με τις πεπιοθήσεις που έχετε για τον κόσμο, αλλά και με τις πεπιοθήσεις που έχετε για τον εαυτό σας.

Αυτή η δυσφορία μπορεί να εκδηλωθεί με διάφορους τρόπους. Κάποιος με γνωστική ασυμφωνία μπορεί να αισθάνεται:

- Άγχος
- Αμηχανία
- Μετανιώνει
- Θλίψη
- Ντροπή
- Άγχος

Η γνωστική ασυμφωνία μπορεί ακόμη και να επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αισθάνονται και βλέπουν τον εαυτό τους, οδηγώντας σε αρνητικά συναισθήματα αυτοεκτίμησης και αυτοεκτίμησης.

Οι αιτίες της γνωστικής ασυμφωνίας

Η γνωστική ασυμφωνία βιώνεται από όλους σε κάποιο βαθμό, αλλά δεν είναι πάντα εύκολο να προσδιοριστεί. Ορισμένες ενδείξεις ότι τα συναισθήματά σας μπορεί να σχετίζονται με την ασυμφωνία περιλαμβάνουν:

1. Νιώθεις άβολα πριν κάνεις κάτι ή παίρνεις μια απόφαση.

2. Επιχειρεί να δικαιολογήσει ή να εξορθολογίσει μια απόφαση ή δράση που έχει ληφθεί.
3. Ντρέπεσαι ή ντρέπεσαι για κάτι που έχεις κάνει και προσπαθείς να το κρύψεις από τους άλλους.
4. Αίσθημα ενοχής ή λύπης για κάτι που έχετε κάνει στο παρελθόν.
5. Κάνοντας πράγματα λόγω της κοινωνικής πίεσης ή του φόβου της απώλειας (FOMO), ακόμα και αν δεν θέλετε να τα κάνετε.

Υπάρχουν πολλές καταστάσεις που μπορούν να δημιουργήσουν ασυνέπειες που οδηγούν σε γνωστική ασυμφωνία.

Αναγκαστική συμμόρφωση: Λόγω των εξωτερικών προσδοκιών στην εργασία, το σχολείο ή σε ένα κοινωνικό περιβάλλον, μερικές φορές μπορεί να βρεθείτε να συμμετέχετε σε συμπεριφορές που είναι αντίθετες με τις δικές σας πεποιθήσεις. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει συμμόρφωση με την πίεση των συνομηλίκων ή να κάνετε κάτι για να αποφύγετε τον τερματισμό από μια εργασία.

Αποφάσεις: Οι άνθρωποι παίρνουν αποφάσεις κάθε μέρα, τόσο μεγάλες όσο και μικρές. Επειδή και οι δύο επιλογές είναι εξίσου δελεαστικές, συχνά μας μένουν αισθήματα ασυμφωνίας όταν αντιμετωπίζουμε δύο παρόμοιες επιλογές.

Μόλις ληφθεί μια απόφαση, ωστόσο, οι άνθρωποι πρέπει να βρουν μια μέθοδο για να ανακουφίσουν αυτή τη δυσφορία. Αυτό επιτυγχάνουμε δείχνοντας γιατί η επιλογή μας ήταν η καλύτερη επιλογή, ώστε να μπορούμε να έχουμε εμπιστοσύνη ότι πήραμε τη σωστή απόφαση.

Νέες πληροφορίες: Μερικές φορές η απόκτηση νέων γνώσεων μπορεί να οδηγήσει σε γνωστική ασυμφωνία. Για παράδειγμα, αν επιδοθείτε σε μια συμπεριφορά που αργότερα ανακαλύπτετε ότι είναι επιβλαβής, μπορεί να αισθανθείτε δυσφορία. Αυτή η ενόχληση μπορεί να είναι ιδιαίτερα έντονη όταν οι νέες πληροφορίες συγκρούονται με βαθιές πεποιθήσεις ή πεποιθήσεις που είναι καίριας σημασίας για την ταυτότητά του. Οι άνθρωποι συχνά ανταποκρίνονται σε αυτό προσπαθώντας να δικαιολογήσουν τις πράξεις τους ή απαξιώνοντας ή αγνοώντας νέες πληροφορίες ή αναζητώντας πληροφορίες που ευθυγραμμίζονται με τις προϋπάρχουσες πεποιθήσεις τους (προκατάληψη επιβεβαίωσης).

Στο πλαίσιο της παραπληροφόρησης και της παραπληροφόρησης, αυτή η τάση αναζήτησης γνωστικής συμφωνίας μπορεί να είναι ιδιαίτερα προβληματική. Η παραπληροφόρηση συχνά εκμεταλλεύεται αυτές τις γνωστικές διαδικασίες, καθώς μπορεί να σχεδιαστεί για να ευθυγραμμιστεί με προϋπάρχουσες πεποιθήσεις ή να αξιοποιήσει συναισθηματικά φορτισμένες αφηγήσεις. Αυτό καθιστά πιο πιθανό για τα άτομα να αποδέχονται και να διαδίδουν λανθασμένες πληροφορίες και παραπληροφόρηση, καθώς παρέχουν μια βολική λύση στην ενόχληση που προκαλείται από αντικρουόμενες πληροφορίες.

Ανάλυση γνωστικής ασυμφωνίας

Η ασυμφωνία μπορεί να μειωθεί με έναν από τους τρεις τρόπους: αλλαγή των υπαρχουσών πεποιθήσεων, προσθήκη νέων πεποιθήσεων ή/και μείωση της σημασίας των πεποιθήσεων. Όταν υπάρχουν συγκρούσεις μεταξύ των γνωστικών σκέψεων (σκέψεις, πεποιθήσεις και απόψεις), τα άτομα θα λάβουν μέτρα για τη μείωση της ασυμφωνίας και της δυσφορίας με αυτούς τους τρόπους:

- 1. Αποκτήστε νέες πληροφορίες για να ξεπεράσετε τις διαφωνίες πεποιθήσεις.**
Για παράδειγμα: οι άνθρωποι που μαθαίνουν ότι οι εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου οδηγούν σε υπερθέρμανση του πλανήτη μπορεί να βιώσουν αισθήματα ασυμφωνίας αν οδηγούν ένα όχημα που προκαλεί αέρια. Για να μειώσουν αυτή τη γνωστική ασυμφωνία, μπορούν να αναζητήσουν νέες πληροφορίες που έρχονται σε αντίθεση με την ιδέα ότι οι εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου συμβάλλουν στην υπερθέρμανση του πλανήτη.
- 2. Μείωση της σημασίας της γνώσης:** Η αύξηση της ελκυστικότητας της επιλεγείσας εναλλακτικής λύσης και η μείωση της ελκυστικότητας της απορριφθείσας εναλλακτικής λύσης είναι μια κοινή μέθοδος για τη μείωση της γνωστικής ασυμφωνίας. Αυτό αναφέρεται ως «εξάπλωση των εναλλακτικών λύσεων». Ένα άτομο θα μπορούσε να πείσει τον εαυτό του ότι είναι καλύτερο να «ζήσει για το σήμερα» παρά να «σωθεί για το αύριο». Με αυτόν τον τρόπο, θα μείωνε τη σημασία της ασυνείδητης γνώσης.
- 3. Αλλάξτε τις υπάρχουσες πεποιθήσεις:** Αλλάξτε μία ή περισσότερες στάσεις, συμπεριφορές, πεποιθήσεις κ.λπ., για να δημιουργήσετε μια συμπαγή σχέση μεταξύ των δύο στοιχείων. Όταν ένα από τα διαφωνούντα στοιχεία είναι μια συμπεριφορά, το άτομο μπορεί να αλλάξει ή να εξαλείψει τη συμπεριφορά. Ωστόσο, αυτή η μέθοδος μείωσης της αποκλιμάκωσης παρουσιάζει συχνά δυσκολίες για τα άτομα, καθώς είναι συχνά δύσκολο να αλλάξουν ριζωμένες αντιδράσεις συμπεριφοράς.

Η αλλαγή της αντικρουόμενης γνώσης είναι μία από τις πιο αποτελεσματικές στρατηγικές για την επίλυση της γνωστικής ασυμφωνίας, αλλά είναι επίσης μια από τις πιο δύσκολες, ειδικά στην περίπτωση των βαθιά κατεχόμενων αξιών και πεποιθήσεων, όπως η θρησκευτική ή πολιτική μάθηση.

Οι άνθρωποι μειώνουν τη γνωστική δυσφορία, επιδιώκοντας πληροφορίες που ευθυγραμμίζονται και υποστηρίζουν τις τρέχουσες πεποιθήσεις τους, μειώνοντας τη σημασία των αντικρουόμενων πεποιθήσεων και αλλάζοντας τις πεποιθήσεις τους για να μειώσουν τα συναισθήματα της σύγκρουσης.

Γνωστική ασυμφωνία, διαταραχή των μέσων ενημέρωσης και της πληροφορίας

Τα μέσα ενημέρωσης διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των πεποιθήσεων και των στάσεων των ανθρώπων. Έχει τη δύναμη να επηρεάσει την κοινή γνώμη, να προωθήσει ορισμένες αφηγήσεις και να διαμορφώσει την κατανόησή μας για τον κόσμο. Τα τελευταία χρόνια, η άνοδος των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και η αφθονία των διαδικτυακών πηγών ειδήσεων έχουν ενισχύσει τον αντίκτυπο των μέσων ενημέρωσης στα άτομα.

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, η εσφαλμένη και παραπληροφόρηση περιλαμβάνει ψευδείς ή παραπλανητικές πληροφορίες που παρουσιάζονται ως πραγματικές, συχνά λαμβάνουν τη μορφή κατασκευασμένων ιστοριών, χειραγωγημένων μέσων ενημέρωσης ή μεροληπτικών αναφορών. Στην ψηφιακή εποχή, η διάδοσή της εγείρει ανησυχίες, καθώς μπορεί να χειραγωγήσει την κοινή γνώμη, να σπείρει σύγχυση και να διαβρώσει την εμπιστοσύνη στα μέσα ενημέρωσης. Η κυριαρχία του διαδικτύου ως πηγής πληροφοριών, ιδίως μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, θέτει προκλήσεις για την επαλήθευση και τον ποιοτικό έλεγχο, απαιτώντας προσπάθειες για την άμεση κριτική αξιολόγηση του ειδησεογραφικού περιεχομένου.

Υπάρχει μια συνεχής συζήτηση σχετικά με την ανάγκη ρύθμισης του περιεχομένου των ειδήσεων για την πρόληψη της διαταραχής της πληροφόρησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Είναι σημαντικό να αναπτυχθούν ισχυροί μηχανισμοί για τη διασφάλιση αποτελεσματικής επικοινωνίας και μιας ατμόσφαιρας που θα συμβάλλει στον εποικοδομητικό διάλογο. Πρόσφατες έρευνες επιχειρούν να υιοθετήσουν μια κρίσιμη στάση απέναντι στις υπάρχουσες σημαίες διαταραχής της πληροφορίας (παραπληροφόρηση, παραπληροφόρηση) και τον πιθανό αντίκτυπό τους στην αξιοπιστία των αναρτήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Οι δείκτες ψευδών ειδήσεων θα πρέπει να ενθαρρύνουν τους χρήστες να αξιολογούν τις πληροφορίες που λαμβάνουν και να ανταλλάσσουν στα κοινωνικά δίκτυα με μεγαλύτερο έλεγχο. Η γνωστική ασυμφωνία στην ανίχνευση της διαταραχής της πληροφορίας είναι ένας κεντρικός μηχανισμός που διέπει την επισήμανση ψευδών ειδήσεων.

Η γνωστική ασυμφωνία και η διαταραχή της πληροφορίας μπορεί να είναι στενά αλληλένδετες. Όταν τα άτομα συναντούν πληροφορίες που έρχονται σε αντίθεση με τις υπάρχουσες πεποιθήσεις ή αξίες τους, μπορεί να προκύψει γνωστική ασυμφωνία. Οι άνθρωποι μπορεί να βιώσουν δυσφορία όταν έρχονται αντιμέτωποι με αντικρουόμενες πληροφορίες, ειδικά αν αμφισβητούν βαθιά τεκμηριωμένες πεποιθήσεις ή ευθυγραμμίζονται με τις προκαταλήψεις τους. Ως απάντηση, τα άτομα μπορούν να συμμετάσχουν σε στρατηγικές για τη μείωση της γνωστικής ασυμφωνίας, όπως η απόρριψη ή η άγνοια των αντιφατικών πληροφοριών, η αναζήτηση προκατάληψης επιβεβαίωσης με την επιλεκτική κατανάλωση ειδήσεων που ευθυγραμμίζονται με τις υπάρχουσες πεποιθήσεις τους ή ο εξορθολογισμός της ασυνέπειας.

Η διαταραχή της πληροφορίας μπορεί να εκμεταλλευτεί τη γνωστική ασυμφωνία παρουσιάζοντας πληροφορίες που επιβεβαιώνουν τις υπάρχουσες πεποιθήσεις των ατόμων, ακόμη και αν είναι αναληθές ή παραπλανητικές. Οι άνθρωποι είναι πιο πιθανό να αποδεχθούν και να μοιραστούν πληροφορίες που ευθυγραμμίζονται με τις προκαταλήψεις τους, καθώς βοηθούν στη μείωση της γνωστικής ασυμφωνίας και ενισχύουν τις πεποιθήσεις τους. Το φαινόμενο αυτό μπορεί να συμβάλει στη διάδοση της παραπληροφόρησης και να καταστήσει δύσκολη την αντιμετώπιση ψευδών αφηγήσεων.

1.9 Παραδείγματα διαταραχής της πληροφόρησης

Πυρκαγιές στο τροπικό δάσος του Αμαζονίου (Αύγουστος 2019)

Τον Αύγουστο του 2019, μεγάλες πυρκαγιές σημειώθηκαν στο τροπικό δάσος του Αμαζονίου. Πολλές προσωπικότητες και άνθρωποι με μεγάλους οπαδούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (όπως ο Logan Paul, ο Emmanuel Macron, ο Justin Trudeau και ο Leonardo DiCaprio) μοιράζονται φωτογραφίες αυτών των δασικών πυρκαγιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να εκφράσουν την ανησυχία τους και να πυροδοτήσουν τη συζήτηση για την κλιματική αλλαγή και την αποψίλωση των δασών στο τροπικό δάσος του Αμαζονίου.



Emmanuel Macron
@EmmanuelMacron

Our house is burning. Literally. The Amazon rain forest - the lungs which produces 20% of our planet's oxygen - is on fire. It is an international crisis. Members of the G7 Summit, let's discuss this emergency first order in two days! #ActForTheAmazon

[Tweet vertalen](#)



9:15 p.m. · 22 aug. 2019 · Twitter for iPhone



Logan Paul
@LoganPaul

amazon rainforest: how can i help? need advice on how i can actually make a change here; these pictures are breaking my heart... this is one of the most important ecosystems on earth. is there a fundraiser, a call to action, anything i can leverage my audience for on this?

[Tweet vertalen](#)



8:38 a.m. · 21 aug. 2019 · Twitter for iPhone



Ωστόσο, ενώ ήταν γεγονός ότι ορισμένα τμήματα του τροπικού δάσους του Αμαζονίου πυρπολήθηκαν, οι εικόνες που μοιράζονται στο Twitter και το Instagram από τους παραπάνω ανθρώπους δεν είναι από αυτές τις συγκεκριμένες πυρκαγιές, αλλά από εκείνες που έχουν λάβει χώρα νωρίτερα. Ως εκ τούτου, οι εικόνες που διαδίδονταν ευρέως στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιήθηκαν εκτός του αρχικού τους πλαισίου.

Χρησιμοποιώντας τέτοιες συγκλονιστικές, ισχυρές εικόνες μπορούν να προσθέσουν περισσότερη δύναμη στην ιστορία και την πλευρά τους στη συζήτηση για την κλιματική αλλαγή και την προστασία του περιβάλλοντος. Επιπλέον, τέτοιες εικόνες αυξάνουν την αλληλεπίδραση με τις αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μέσω likes, σχολίων και μετοχών.

Οι πυρκαγιές στο τροπικό δάσος του Αμαζονίου δεν είναι νέες. Λόγω της αποψίλωσης των δασών με την καύση τμημάτων του δάσους για την ανάπτυξη του εδάφους για γεωργικούς σκοπούς, οι πυρκαγιές έχουν ήδη συμβεί πολλές φορές. Ωστόσο, λόγω της μεγάλης προσοχής σε αυτή τη συγκεκριμένη περίπτωση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, οι άνθρωποι κάνουν να φαίνεται ότι αυτή είναι η πρώτη φορά που συμβαίνει μια τέτοια μεγάλη πυρκαγιά.

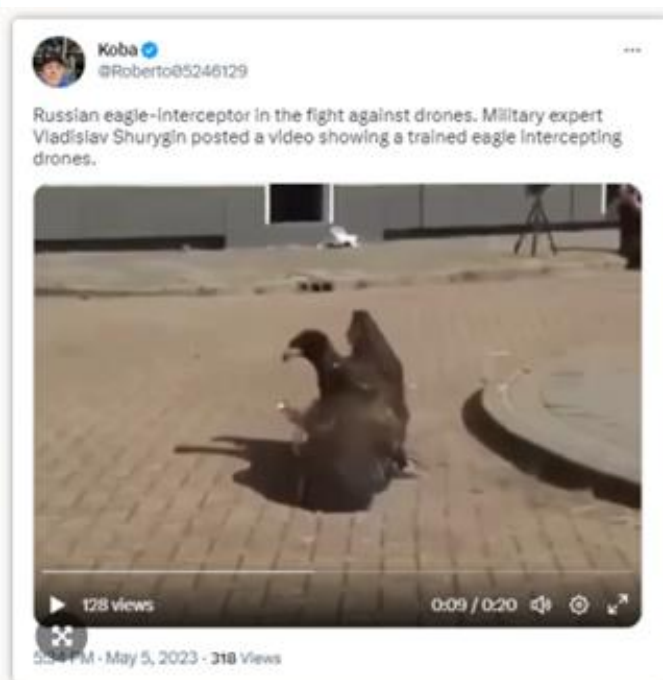
Ωστόσο, αν και οι λανθασμένες εικόνες μοιράζονται σχετικά με αυτή την είδηση, αυτό φαίνεται να είναι μια περίπτωση παραπληροφόρησης, όπου οι άνθρωποι που δημοσιεύουν λάθος φωτογραφίες δεν έχουν την πρόθεση να παραπλανήσουν τους ανθρώπους.

Αντ' αυτού, έχουν ως στόχο να προσπαθήσουν να ασκήσουν πίεση στους πολιτικούς να κάνουν κάτι για την αποψίλωση των δασών στο τροπικό δάσος του Αμαζονίου. Φαίνεται ότι δεν υπήρχε πρόθεση να βλάψει κανέναν και οι λάθος φωτογραφίες χρησιμοποιήθηκαν τυχαία.

Η Ρωσία εκπαιδεύει αετούς για την αναχαίτιση drones (Μάιος 2023)

Το παράδειγμα αυτό βασίζεται σε έλεγχο [γεγονότων από την](#) VRT NWS (τη φλαμανδική δημόσια ραδιοτηλεόραση).

Μετά από δύο μη επανδρωμένα αεροσκάφη που έπληξαν το Κρεμλίνο στις αρχές Μαΐου, μηνύματα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης άρχισαν να κυκλοφορούν ότι η Ρωσία εκπαιδεύει αετούς για να αναχαιτίσουν drones που επιτίθενται στη Ρωσία. Πιο συγκεκριμένα, φωνές στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έλεγαν ότι οι σχηματισμοί αυτών των αετών θα χρησιμοποιηθούν για την προστασία της Μόσχας κατά τη διάρκεια του εορτασμού της Ημέρας της Νίκης στις 9 Μαΐου. Πολλές από αυτές τις αναρτήσεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συνοδεύονται από βίντεο ενός αετού που υποκλέπτει ένα λευκό drone, το οποίο έχει προβληθεί πάνω από ένα εκατομμύριο φορές. Λέγεται ότι ένας στρατιωτικός ειδικός ήταν ο πρώτος που κυκλοφόρησε το βίντεο.



Διάφορα ειδησεογραφικά πρακτορεία είχαν πάρει τις ιστορίες που προέρχονταν από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με αυτούς τους αετούς και ανέφεραν σχετικά με αυτούς (για παράδειγμα, η φλαμανδική δημοφιλής εφημερίδα [Het Laatste Nieuws](#) και ο ολλανδικός δημόσιος ραδιοτηλεοπτικός φορέας [NOS](#)).

Διάφοροι έλεγχοι γεγονότων δείχνουν ότι διαφορετικές χώρες έχουν πράγματι πειραματιστεί με την εκπαίδευση αετών για να αναχαιτίσουν drones στο παρελθόν. Ωστόσο, δεδομένου ότι τα εν λόγω έργα δεν παρείχαν τα επιθυμητά αποτελέσματα, αυτές οι πρωτοβουλίες κατάρτισης σταμάτησαν. Το βίντεο που κυκλοφορεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν

είναι πρόσφατο και αντ' αυτού προέρχεται από ένα πρόγραμμα κατάρτισης της ολλανδικής αστυνομίας με τους αετούς το 2016. Αυτό το βίντεο αναρτήθηκε στο YouTube από το BBC τον Σεπτέμβριο του 2016, το οποίο ανέφερε σχετικά με αυτό το εκπαιδευτικό πρόγραμμα από την ολλανδική αστυνομία.

Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ θέλει να επιβάλλει περιορισμό στο νερό (Απρίλιος 2023)

Αυτό το παράδειγμα βασίζεται σε έναν [έλεγχο γεγονότων](#) από τον Knack, ένα φλαμανδικό ειδησεογραφικό περιοδικό.

Ένα στιγμιότυπο οθόνης ενός άρθρου ειδήσεων γίνεται viral στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τον Απρίλιο του 2023. Ο τίτλος αυτού του άρθρου έχει ως εξής: «Το νερό δεν είναι ανθρώπινο δικαίωμα. Το WEF διέταξε την κυβέρνηση να αρχίσει να κατανέμει νερό σε σπίτια». Αυτό το στιγμιότυπο οθόνης προέρχεται από μια αμερικανική ιστοσελίδα «The People's Voice», η οποία είναι μια ιστοσελίδα που ήταν ήδη γνωστό ότι μοιράζεται ψευδείς πληροφορίες. Το άρθρο υποστηρίζει ότι το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ δηλώνει ότι το νερό δεν είναι ένα βασικό ανθρώπινο δικαίωμα και ότι οι κυβερνήσεις θα πρέπει να μειώσουν την παροχή νερού τους.



Το άρθρο σχετικά με τη «Φωνή του Λαού» αναφέρει μια έκθεση σχετικά με τη Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Νερό που διοργανώθηκε τον Μάρτιο ως πηγή αυτών των πληροφοριών σχετικά με τις προτεινόμενες μερίδες νερού. Η έκθεση για το συνέδριο αυτό

συνοψίζει τις συζητήσεις στο συνέδριο και γράφει για τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ) του ΟΗΕ, αλλά δεν αναφέρεται σε συγκεκριμένες πολιτικές για το νερό.

Γρήγορα, διάφορες πρωτοβουλίες ελέγχου γεγονότων διερεύνησαν τους ισχυρισμούς που διατυπώνονται στο άρθρο. Κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι ισχυρισμοί ήταν ψευδείς: Η έκθεση σχετικά με τη διάσκεψη για το νερό δεν αναφέρει τίποτα σχετικά με την κατανομή του νερού.

1.10 Αναφορές

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
<https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Bauer, M., & Zirker, A. (2022). Political obfuscation and literary ambiguity. *Lilienzeitschrift Fur Literaturwissenschaft Und Linguistik*, 52(4), 613–630.
<https://doi.org/10.1007/s41244-022-00271-1>
- Bull, P. (2003). *The microanalysis of political communication: claptrap and ambiguity* (1st ed.). London Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203417843>
- Cherry, K. (2022, November 7). *What Is Cognitive Dissonance?* Verywell Mind.
<https://www.verywellmind.com/what-is-cognitive-dissonance-2795012>
- Cotter, K., & Thorson, K. (2022). Judging Value in a Time of Information Cacophony: Young Adults, Social media, and the Messiness of do-it-Yourself Expertise. *The International Journal of Press/Politics*, 27(3), 629–647.
<https://doi.org/10.1177/19401612221082074>
- DiFranzo, D., & Gloria-Garcia, K. (2017). Filter Bubbles and Fake News. *XRDS*, 23(3), 32–35. <https://doi.org/10.1145/3055153>
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N. M., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>
- Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. In *Stanford University Press eBooks*. <https://doi.org/10.1515/9781503620766>
- Figl, K., Kießling, S., Rank, C., & Vakulenko, S. (2019). *Fake News Flags, Cognitive Dissonance, and the Believability of Social Media Posts*. International Conference on Information Systems, Munich, Germany.
https://aisel.aisnet.org/icis2019/cyber_security_privacy_ethics_IS/cyber_security_privacy/27
- Frau-Meigs, D. (2022). How disinformation reshaped the relationship between journalism and media and information literacy (MIL): Old and new

- perspectives revisited, *Digital Journalism*, 10:5, 912-922,
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2081863>
- Harmon-Jones, E., & Mills, J. (1999). Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology. *American Psychological Association eBooks*.
<https://doi.org/10.1037/10318-000>
- Kanoh, H. (2018). Why do people believe in fake news over the Internet? An understanding from the perspective of existence of the habit of eating and drinking. *Procedia Computer Science*, 126, 1704–1709.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.08.107>
- Lanier, J. (2018). *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now* (1st ed.). Henry Holt and Co.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Levy, G., & Razin, R. (2019). Echo Chambers and Their Effects on Economic and Political Outcomes. *Annual Review of Economics*, 11, 303–328.
<https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080218-030343>
- Martel, C., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1).
<https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>
- Mcleod, S. (2023). What Is Cognitive Dissonance Theory? *Simply Psychology*.
<https://www.simplypsychology.org/cognitive-dissonance.html>
- Mølmen, G. N., & Ravndal, J. A. (2021). Mechanisms of online radicalisation: how the internet affects the radicalisation of extreme-right lone actor terrorists. *Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression*, 1-25.
<https://doi.org/10.1080/19434472.2021.1993302>
- Muhammad, M. J. (2021). A pragma-linguistic study of suggestive ambiguity in selected political texts. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 17(4), 2154–2165. <https://doi.org/10.52462/jlls.156>
- Page, B. I. (1976). The theory of political ambiguity. *American Political Science Review*, 70(3), 742–752. <https://doi.org/10.2307/1959865>

- Security, C. C. F. C. (2022, February 23). *How to identify misinformation, disinformation, and malinformation (ITSAP.00.300)* - Canadian Centre for Cyber Security. Canadian Centre for Cyber Security.
<https://www.cyber.gc.ca/en/guidance/how-identify-misinformation-disinformation-and-malinformation-itsap00300>
- Sharma, S. (2021, July 9). *List Of 10 Basic Emotional Needs In A Relationship & Their Importance*. Calm Sage - Your Guide to Mental and Emotional Well-being. <https://www.calmsage.com/basic-emotional-needs-in-a-relationship/>
- Sima, R. (2022, November 3). Why do our brains believe lies? *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/11/03/misinformation-brain-beliefs/>
- Sullivan, M. (2017). It's time to retire the tainted term "fake news." Retrieved from https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-time-to-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5_story.html
- The Poynter Institute. (n.d.). *International Fact-Checking Network* - Poynter. Poynter. <https://www.poynter.org/ifcn/>
- Van Wonderen, R. (2023). *Rechts-extremistische Radicalisering op Sociale Media Platformen*. Verwey-Jonker Instituut.
- Van Wonderen, R. (2023). *Richtlijn / onderbouwing Radicalisering*. Verwey-Jonker Instituut.
- Van Wonderen, R. & Peeters, M. (2021). *Werken aan weerbaarheid tegen desinformatie en eenzijdige meningsvorming. Evaluatie lesprogramma Under Pressure*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut. https://www.verwey-jonker.nl/wp-content/uploads/2022/04/120550_Werken-aan-weerbaarheid-tegen-desinformatie-eenzijdige-meningsvorming.pdf.
- Wardle, C. (2019). *Understanding information disorder*. New York: First Draft. Retrieved from https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x32722
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe. Retrieved from <https://edoc.coe.int/en/media/7495->

[information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html](#)

Watson, A.: Fake news worldwide - statistics & facts, 2022. Retrieved from: <https://www.unesco.org/en/world-media-trends/fake-news-worldwide-statistics-facts> (May 2023)

Watzlawick, P. (1993). *The Language of Change: Elements of Therapeutic Communication*. W W Norton & Company.

Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (2011). *Pragmatics of human communication: A study of interactional patterns, pathologies and paradoxes*. W W Norton & Company.

World health Organization. (n.d.). *Fact sheets*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets>

Zuckerman, E. (2017). Stop saying “fake news”. It’s not helping. Retrieved from <https://ethanzuckerman.com/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>