

Έφηβοι, ψευδείς ειδήσεις και παραπληροφόρηση

Σοφίας Θωμάς

Εκπαιδευτικός Πληροφορικής (ΠΕ86), ΓΕ.Λ Βραχναϊκών (Πάτρα)
thomasofias@gmail.com

Περίληψη

Το ζήτημα των ψευδών ειδήσεων (Fake News) έχει γίνει έντονο τα τελευταία χρόνια, και παρά το γεγονός ότι δεν είναι ένα καινούργιο φαινόμενο, η ολοκληρωτική χρήση των διαδικτυακών μέσων ενημέρωσης, κυρίως από τους νέους, προσφέρει ένα εύφορο έδαφος για την γρήγορη εξάπλωσή αυτών. Σκοπός της παρούσας εργασίας, είναι να αποτυπωθεί το επίπεδο ευαισθητοποίησης και η στάση των μαθητών τεσσάρων Ευρωπαϊκών σχολείων (Ελλάδα, Φινλανδία, Γερμανία, Ισπανία) που υλοποιούν από κοινού σχετικό Ευρωπαϊκό πρόγραμμα Erasmus+, απέναντι στην ύπαρξη ψεύτικων ειδήσεων και παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο, τον βαθμό συμμετοχής τους στη χρήση και την αναπαραγωγή αυτών, καθώς και την ικανότητά τους να τις διακρίνουν. Η έρευνα αναδεικνύει ότι, παρόλες τις δημογραφικές διαφοροποιήσεις, γενικά, οι έφηβοι ενημερώνονται κυρίως από διαδικτυακά μέσα ενημέρωσης και εφαρμογές μηνυμάτων, τα οποία, όμως, δεν εμπιστεύονται εντελώς. Αυτοί συναντούν πολύ συχνά ψευδείς ειδήσεις, αναγνωρίζουν το κίνητρο δημιουργίας τους όπως και τους πιθανούς κινδύνους, αλλά θεωρούν τους εαυτούς τους ικανούς να τις εντοπίζουν. Σημαντική διαφοροποίηση προκύπτει για τους μαθητές που συμμετέχουν στο πρόγραμμα Erasmus+ έναντι των υπολοίπων.

Λέξεις κλειδιά: ψευδείς ειδήσεις, fake news, διαδικτυακή ενημέρωση, παραπληροφόρηση

Εισαγωγή

Οι διαδικτυακές πλατφόρμες αλλά και άλλες διαδικτυακές υπηρεσίες έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια οι σημαντικότερες πηγές ενημέρωσης, συλλογής πληροφοριών και επικοινωνίας κυρίως σε νεαρές ηλικίες. Σύμφωνα με παγκόσμια έρευνα, πάνω από τα 2/3 (69%) των ατόμων ηλικίας κάτω των 35 ετών, χρησιμοποιεί ως κύρια συσκευή πρόσβασης σε ειδήσεις το smartphone, με το 57% των νέων ηλικίας κάτω των 24 ετών να δηλώνει πως η πρώτη επαφή με ειδήσεις της ημέρας είναι μέσω των διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων (Reuters Institute, 2019). Στην Ελλάδα, το 58% των νέων ηλικίας 10-18 ετών ενημερώνεται από δημοσιεύσεις σε κοινωνικά δίκτυα και το 26% από διαδικτυακές δημοσιογραφικές σελίδες (Ελληνικό Κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου, Υπουργείο Παιδείας, 2018). Συνεπώς, τα όποια ψευδή νέα σχετικά με τρέχοντα κοινωνικοπολιτικά θέματα, διαδίδονται στα κοινωνικά δίκτυα με τεράστια ταχύτητα (Mehrddad and Anna, 2017), παραπλανώντας εκ προθέσεως τους αναγνώστες. Αυτό αποτελεί ένα αυξανόμενο πρόβλημα για τη λειτουργία της δημοκρατίας, επηρεάζοντας ή ακόμα και κατευθύνοντας την κατανόηση της πραγματικότητας.

Η φράση "Ψευδείς Ειδήσεις" (Fake News) ανακηρύχθηκε η «φράση της χρονιάς 2017» από το λεξικό Collins, το οποίο την ορίζει ως: «ψευδείς, συχνά εντυπωσιακές, πληροφορίες που διαδίδονται υπό το πρόσχημα της είδησης». Σύμφωνα με το λεξικό, η χρήση του συγκεκριμένου όρου αυξήθηκε 365% το 2017, σε σχέση με το 2016. Έκθεση ομάδας εμπειρογνομόνων για τη διασπορά ψευδών ειδήσεων, για την Ευρωπαϊκή επιτροπή (2018), ορίζει ως παραπληροφόρηση ή ψευδείς ειδήσεις τις μη επαληθεύσιμες, ψευδείς ή παραπλανητικές πληροφορίες που δημιουργούνται, παρουσιάζονται και διαδίδονται για κερδοσκοπικό όφελος ή σκόπιμη εξαπάτηση του κοινού με σκοπό δημόσια ζημιά.

Το φαινόμενο των fake news και ο αντίκτυπος του παρατηρείται ευρέως τα τελευταία χρόνια, όπου ηγέτες κρατών δημιουργούν ψευδείς ειδήσεις και τις διοχετεύουν στα διαδικτυακά μέσα ενημέρωσης με σκοπό να πλήξουν τους πολιτικούς αντιπάλους.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι Αμερικανικές εκλογές του 2016 όπου στους τελευταίους προεκλογικούς μήνες, η διασπορά των fake news μέσω της πλατφόρμας της Facebook ξεπέρασε την αντίστοιχη προώθηση αληθινών ειδήσεων (Silverman, 2016). Άλλο παράδειγμα είναι το δημοψήφισμα για το Brexit, όπου περισσότεροι από 400 ψεύτικοι λογαριασμοί βρέθηκαν στο Twitter οι οποίοι διοχέτευαν ειδήσεις από την Αγία Πετρούπολη της Ρωσίας (The Guardian, 2017). Τέλος, μεγάλος αριθμός fake news που κυκλοφόρησαν για το μεταναστευτικό-προσφυγικό σε Έβρο και νησιά του Αιγαίου μετά το άνοιγμα των συνόρων από την Τουρκία, καταγράφηκαν από το παρατηρητήριο των «Ελληνικά Hoaxes» τον Μάρτιο 2020.

Εκτός από τις πολιτικές επιπτώσεις, τα fake news έχουν και οικονομικές και κοινωνικές αφού διαμορφώνουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών σε επιχειρήσεις, προϊόντα, πρόσωπα και αξίες. Σύμφωνα με την Hillary Clinton, «*Η επιδημία των fake news μπορεί να έχει συνέπειες στον πραγματικό κόσμο. Διακυβεύονται ζωές κανονικών ανθρώπων οι οποίοι απλά κάνουν την δουλειά τους και συνεισφέρουν στην κοινωνία τους*» (The Washington Post, 2016). Και, αφού η δημιουργία και η διασπορά τους είναι πολύ πιο εύκολη και γρήγορη λόγω του διαδικτύου και των ηλεκτρονικών μέσων μαζικής ενημέρωσης — οι ψευδείς ειδήσεις διασπείρονται έξι φορές γρηγορότερα από ότι οι αληθινές (Dizikes, 2018) — σίγουρα η επιρροή τους είναι πολύ μεγαλύτερη από ότι στο παρελθόν.

Σύμφωνα με έρευνα του Ελληνικό Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου σε συνεργασία με το Υπουργείο Παιδείας το 2018, σε 14000 μαθητές ηλικίας 10-18 ετών, σε 400 σχολεία της Ελλάδας, το 58% απαντά πως είναι ικανό να ξεχωρίσει μία ψεύτικη είδηση στο διαδίκτυο, το 30% δηλώνει πως την διακρίνει μόνο αν είναι πολύ εμφανής και 12% ότι δεν μπορεί να την ξεχωρίσει. Επίσης, το 55% απαντά πως συναντά σχεδόν κάθε μέρα μία ψευδή είδηση στο διαδίκτυο.

Πρόσφατη έρευνα του Ευρωβαρομέτρου σε 28 χώρες της Ευρώπης, έδειξε την χαμηλή εμπιστοσύνη που δείχνουν οι Έλληνες στις ειδήσεις. Πάνω από τους μισούς Έλληνες (55%) δηλώνουν πως συναντούν κάθε μέρα ή σχεδόν κάθε μέρα ειδήσεις ή πληροφορίες που θεωρούν ότι παραποιούν την πραγματικότητα ή είναι ακόμα και ψευδείς. Σε σύνολο 74%, δηλαδή τρεις στους τέσσερις Έλληνες, απαντούν πως έρχονται αντιμέτωποι με μία ψευδή είδηση τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα, ποσοστό από τα μεγαλύτερα μεταξύ των χωρών της Ευρώπης όπου ο μέσος όρος είναι 68% (77% σε ηλικίες κάτω των 24 ετών), με την Ισπανία πρώτη με 78%. Από τα χαμηλότερα ποσοστά έχει η Φινλανδία με 50% και την Γερμανία να βρίσκεται στο 57%. Ωστόσο, πάνω από τα 2/3 των Ευρωπαίων (71% και 77% σε ηλικίες κάτω των 24 ετών), είναι «ικανοί ή κάπως ικανοί» να ξεχωρίσουν μία ψευδή είδηση. Το παραπάνω ποσοστό για τους Έλληνες είναι 64%, για τους Ισπανούς 56% - το δεύτερο χαμηλότερο - για τους Γερμανούς 71% και για τους Φινλανδούς το δεύτερο υψηλότερο 82%. (Flash Eurobarometer 464, 2018).

Άλλη μία σημαντική έρευνα από το πανεπιστήμιο MIT, κατέδειξε πως οι ψευδείς ειδήσεις έχουν μεγαλύτερη ανταπόκριση στο κοινό. Για παράδειγμα, η διάχυση ψευδών ειδήσεων μέσω διασποράς μηνυμάτων στο Twitter (retweeting) είναι 70% πιο αυξημένη από ότι οι αληθείς. Επιπλέον, μία αληθινή είδηση παίρνει περίπου εξαπλάσιο χρόνο για να εξαπλωθεί σε 1500 ανθρώπους σε σχέση με την ψευδή (Dizikes, 2018).

Συμπερασματικά, το πρόβλημα εξάπλωσης των ψευδών ειδήσεων αποτελεί ολοένα και μεγαλύτερο πρόβλημα για τη λειτουργία των δημοκρατιών μας, ένα πρόβλημα που απαιτεί σοβαρή έρευνα για να λυθεί. Προς την κατεύθυνση αντιμετώπισης αυτού, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή Εξωτερικών και Ασφάλειας, αποφάσισε να αναχαιτίσει την εξάπλωση της διάδοσης τους δημιουργώντας ένα «σχέδιο δράσης κατά της παραπληροφόρησης» που ανακοινώθηκε στις 15.12.2018 (EUROPEAN COMMISSION, 2018).

Μεθοδολογία έρευνας

Σκοπός της έρευνας

Η συγκεκριμένη έρευνα πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού προγράμματος Erasmus+ με θέμα τον «Ψηφιακό και Μιντιακό Γραμματισμό» και τίτλο “Headlines: More Than Meets the Eye” που υλοποιείται από 4 σχολεία της Ευρώπης (<https://www.eu-in-the-media.eu/>, 2020).

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να ανιχνεύσει την ευαισθητοποίηση και την στάση των μαθητών απέναντι στην ύπαρξη ψεύτικων ειδήσεων και παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο, τον βαθμό συμμετοχής τους στη χρήση και την αναπαραγωγή ψεύτικων ειδήσεων, καθώς και στην ικανότητά τους να διακρίνουν τις πραγματικές από τις ψευδείς ειδήσεις. Τέλος, εξετάζει αν προκύπτει κάποια σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ των μαθητών που συμμετέχουν στο πρόγραμμα Erasmus+ έναντι των υπολοίπων, μετά το πρώτο έτος υλοποίησης αυτού.

Επιμέρους στόχοι

Οι επιμέρους στόχοι αυτής της έρευνας είναι:

1. Η διερεύνηση της συχνότητας χρήσης των διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων από τους εφήβους αλλά και την στάση τους στις αναδημοσιεύσεις ειδήσεων μέσω αυτών.
2. Η διερεύνηση των πηγών πληροφόρησης που προτιμούν οι έφηβοι.
3. Οι απόψεις των εφήβων σχετικά με το εάν οι ψευδείς ειδήσεις αποτελούν πρόβλημα τόσο για τη χώρα τους όσο και τη δημοκρατία γενικά.
4. Τέλος, οι απόψεις σχετικά με το ποιοι πρέπει να ενεργήσουν για την αντιμετώπιση του προβλήματος

Ερευνητικά ερωτήματα

Τα επόμενα ερευνητικά ερωτήματα αντιπροσωπεύουν το βασικό σκοπό αλλά και επιμέρους στόχους της έρευνας:

1. Ποια είναι η συχνότητα χρήσης των διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων από τους εφήβους;
2. Ποιες είναι η κύριες πηγές ενημέρωσης των εφήβων και ποιο το επίπεδο εμπιστοσύνης σε αυτές;
3. Ποια είναι η συμμετοχή των εφήβων στη χρήση και την αναπαραγωγή ψεύτικων ειδήσεων;
4. Σε ποια συχνότητα συναντώνται παραπλανητικές ειδήσεις ή πληροφορίες, για ποιο λόγο και ποιο το επίπεδο ικανότητας των εφήβων να τις εντοπίζουν;
5. Σύμφωνα με τους εφήβους, αποτελούν πρόβλημα οι ψευδείς ειδήσεις για τη χώρα τους και για τη δημοκρατία γενικά; Ποιοι πρέπει να ενεργήσουν για την αντιμετώπιση του προβλήματος;
6. Σύμφωνα με τους εφήβους, ποιο είναι το κύριο κίνητρο για την διάδοση των ψεύτικων ειδήσεων;
7. Υπάρχει διαφοροποίηση ανά χώρα προέλευσης των μαθητών, περιοχή διαμονής, φύλο, και συμμετοχής ή όχι στο πρόγραμμα Erasmus+ στα ευρήματα των παραπάνω ερωτημάτων;

Δείγμα της έρευνας

Το δείγμα της έρευνας αποτέλεσαν μαθητές ηλικίας 15-18 ετών από τέσσερα Ευρωπαϊκά σχολεία. Ένα περιφερειακό δημόσιο σχολείο στην πόλη Virtain της Φινλανδίας, ένα δημόσιο Γαλλογερμανικό σχολείο στην Γερμανική πόλη Saarbrucken, ένα ημι-ιδιωτικό σχολείο σε προάστιο της Μαδρίτης και ένα δημόσιο Γενικό Λύκειο σε προάστιο της Πάτρας.

Κάθε ένα από τα τέσσερα σχολεία αντλεί μαθητές από αγροτικές, ημιαστικές και αστικές περιοχές. Το ερωτηματολόγιο στάλθηκε τόσο σε μαθητές που συμμετέχουν ενεργά στο Ευρωπαϊκό πρόγραμμα Erasmus+/KA02 όσο και σε μαθητές που δεν έχουν σχέση με το πρόγραμμα. Η έρευνα διεξήχθη στο διάστημα από 1^η μέχρι 30^η Απριλίου 2019. Το ερωτηματολόγιο στάλθηκε σε ηλεκτρονική μορφή σε συνολικά 200 μαθητές από τους οποίους απάντησαν 170.

Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων - Δεοντολογία

Η συλλογή δεδομένων έγινε με την μορφή ανώνυμων ερωτηματολογίων, αφού η έρευνα εστιάζεται στην συλλογή ποσοτικών δεδομένων (Creswell, 2016). Ο ερευνητής, που είναι εκπαιδευτικός και συντονιστής του προγράμματος Erasmus+ στο Ελληνικό σχολείο, ενημέρωσε τους μαθητές και το διευθυντή του σχολείου του και τους εκπαιδευτικούς των συνεργαζόμενων σχολείων οι οποίοι, με τη σειρά τους, ενημέρωσαν τους μαθητές και τις διοικήσεις των σχολείων τους και αφού έγιναν οι νόμιμες ενέργειες, το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε στους μαθητές για προαιρετική συμπλήρωση. Επιπλέον, κάθε ερωτηματολόγιο είχε ένα εισαγωγικό σημείωμα για το θέμα, το σκοπό και την ανωνυμία της έρευνας. Τονίζεται πως κανένα είδους προσωπικό δεδομένο δεν συλλέχθηκε ή προέκυψε από την έρευνα. Η διάρκεια συμπλήρωσης ήταν περίπου δέκα λεπτά.

Ερευνητικά εργαλεία – Στατιστική επεξεργασία

Με βάση την βιβλιογραφία ορίστηκαν τα δεδομένα που πρέπει να συλλεχτούν και να αξιολογηθούν υιοθετώντας το ερωτηματολόγιο του Ευρωβαρομέτρου “Ψευδείς ειδήσεις και παραπληροφόρηση στο διαδίκτυο” που διεξήχθη τον Φεβρουάριο 2018 και δημοσιεύτηκε το Μάρτιο 2018 (Flash Eurobarometer 464, 2018). Αυτό, δημιουργήθηκε με το εργαλείο διεξαγωγής ερευνών “Google Forms” που παρέχει το πλεονέκτημα της γρήγορης συλλογής και επεξεργασίας δεδομένων, αφού πρώτα προσαρμόστηκε και εμπλουτίστηκε για τις ανάγκες της παρούσας έρευνας.

Για την αξιοπιστία και εγκυρότητα του ερωτηματολογίου δεν τίθενται ερωτηματικά διότι τα ερωτηματολόγια του Ευρωβαρομέτρου είναι εργαλεία μέτρησης που έχουν χρησιμοποιηθεί επανειλημμένα από την Ευρωπαϊκή ένωση. Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 2 ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις κλειστού τύπου που σχετίζονται με ατομικές και δημογραφικές πληροφορίες. Η δεύτερη ενότητα περιλαμβάνει 17 ερωτήσεις κλειστού τύπου που σχετίζονται με τα ερευνητικά ερωτήματα. Από αυτές, οι ερωτήσεις 1,3,6,12,14 και 17 είναι κατηγορικές μεταβλητές και οι υπόλοιπες ιεραρχικές. Στις ιεραρχικές μεταβλητές οι απαντήσεις δίνονται σε κλίμακα Likert που εκτείνεται σύμφωνα με τον πίνακα 1.

Πίνακας 1. Κλίμακα Likert ιεραρχικών μεταβλητών

Ερωτήσεις	Κλίμακα
4,5	1= «Ποτέ» 5= «Πάντα»
7,8,9	1=«Δεν τα εμπιστεύομαι καθόλου» 4= «Τα εμπιστεύομαι απόλυτα»
10,13	1= «Σπάνια ή ποτέ» 4= «Κάθε μέρα»
11	1= «Καθόλου ικανός» 4= «Πολύ ικανός»
15,16	1= «Σίγουρα όχι» 4= «Ναι, σίγουρα»

Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από περισσότερα κορίτσια (67.1%) έναντι των αγοριών (32.9%). Η μέση τιμή ηλικίας είναι (15.84). 25 (15%) Φινλανδοί μαθητές, 30 (17.5%) Γερμανοί μαθητές, 64 (37.5 %) Ισπανοί και 51 (30%) Έλληνες. Οι 37 (22%) ζουν σε αγροτική περιοχή, οι 77 (45%) σε ημιαστική και οι 56 (33%) σε αστική. Οι 80 (47%) συμμετέχουν στο Ευρωπαϊκό πρόγραμμα Erasmus+ ενώ οι 90 (53%) όχι (Πίνακας 2).

Πίνακα 2. Δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος N=170

		<i>Συχνότητα (N)</i>	<i>Ποσοστό (%)</i>
Φύλο	Αγόρι	56	32.9
	Κορίτσι	114	67.1
Χώρα προέλευσης	Γερμανία	30	17.6
	Ελλάδα	51	30
	Ισπανία	64	37.6
	Φινλανδία	25	14.7
Περιοχή διαμονής	Αστική περιοχή	56	32.9
	Ημιαστική	77	45.3
	Αγροτική	37	21.8
Μέλος Erasmus+	Ναι	80	47.1
	Όχι	90	52.9
Ηλικία		<i>Μέση τιμή</i> 15.84	<i>T. A.</i> 0.84

Κύρια ευρήματα

Στους πίνακες στατιστικών αναλύσεων 3 και 4 που ακολουθούν περιλαμβάνονται οι απαντήσεις των μαθητών στις κατηγορικές και ιεραρχικές μεταβλητές αντίστοιχα. Τα κύρια ευρήματα της έρευνας έχουν ως εξής:

Πίνακας 3. Στατική ανάλυση κατηγορικών μεταβλητών

1. Από που συνήθως ενημερώνεσαι για τις ειδήσεις? (Πολλαπλή απάντηση)	N=170	%
Έντυπες εφημερίδες και περιοδικά	32	19
Διαδικτυακά μέσα ενημέρωσης (online εφημερίδες blogs κλπ)	94	55
Διαδικτυακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογές μηνυμάτων	141	83
Τηλεόραση	116	68
Ραδιόφωνο	47	28
Δεν γνωρίζω	1	1
3. Όταν χρησιμοποιείς διαδικτυακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ποιο από τα παρακάτω κάνεις τακτικά; (Πολλαπλή απάντηση)		
Διαβάζεις ή ακούς τι δημοσιεύουν οι άλλοι	129	76
Μοιράζεσαι υλικό που βρίσκεις μόνο σου	78	46
Μοιράζεσαι υλικό που οι άλλοι έχουν μοιραστεί μαζί σου	47	28
Δεν χρησιμοποιώ διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα	5	3
Δεν γνωρίζω	13	8
6. Όταν αναδημοσιεύεις μια είδηση συνήθως:		
Διαβάζεις μόνο τον τίτλο και όχι το περιεχόμενο	14	8
Διαβάζεις και τον τίτλο και το περιεχόμενο	79	46
Διαβάζεις τον τίτλο, το περιεχόμενο και αναζητάς την πηγή	41	24
Ελέγχεις διεξοδικά την αξιοπιστία της είδησης (Ποιος; Που; Πότε; Γιατί; Πως;)	14	8
Δεν γνωρίζω	22	13
12. Πώς ελέγχεις αν αυτό που διαβάζεις είναι ακριβές και αξιόπιστο; (μέγιστο 3 απαντήσεις)		
Υποθέτω ότι αυτό που διαβάζω πρέπει να είναι αληθινό επειδή δημοσιεύεται	16	9

Δεν αμφισβητώ την εγκυρότητα αυτού που διαβάζω επειδή οι όλες πληροφορίες στο διαδίκτυο είναι ακριβής	21	12
Κοιτάζω αν οι φωτογραφίες του άρθρου είναι προϊόν photoshop	76	45
Κοιτάζω το όνομα του εκδότη για να δω αν είναι μια αξιόπιστη πηγή πληροφοριών.	89	52
Κοιτάζω αν το κείμενο είναι προϊόν αυτόματης μετάφρασης	47	28
Ζητώ από κάποιον που εμπιστεύομαι την γνώμη του	67	39
Δεν γνωρίζω	22	13
14. Κατά τη γνώμη σας, ποιο είναι το κύριο κίνητρο για την διάδοση ψευδών ειδήσεων;		
Πολιτικά και οικονομικά οφέλη	92	54
Απλά να δημιουργήσουν σύγχυση στους ανθρώπους	28	16
Για διασκέδαση	30	18
Δεν υπάρχει κίνητρο	10	6
Δεν γνωρίζω	10	6
17. Ποιο από τα θεσμικά όργανα και φορείς των μέσων ενημέρωσης θα πρέπει να ενεργήσει για να σταματήσει η διάδοση "ψευδών ειδήσεων" (3 απαντήσεις μέγιστο)		
Διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα	76	45
Μη κυβερνητικές οργανώσεις	31	18
Δημοσιογράφοι	52	31
Η διεύθυνση των μέσων ενημέρωσης	33	19
Θεσμικά όργανα της ΕΕ	33	19
Εθνικές αρχές	36	21
Οι ίδιοι οι πολίτες	52	31
Όλοι οι παραπάνω	59	35
Κανένας	5	3
Δεν γνωρίζω	11	6

Πίνακας 4. Στατιστική ανάλυση ιεραρχικών μεταβλητών

Ερ.	Ερώτηση	MIN	MAX	ΜΟ	ΤΑ
2	Πόσο συχνά χρησιμοποιείς διαδικτυακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογές μηνυμάτων;	1	5	3.98	0.21
4	Όταν διαβάζεις ένα δημοσίευμα, πόσο συχνά αναζητάς την πηγή του;	1	5	2.48	1.12
5	Όταν διαβάζεις ένα δημοσίευμα, πόσο συχνά παρατηρείς τα στοιχεία του (ποιος το δημοσίευσε, πότε και που δημοσιεύθηκε, πως αναπαράχθηκε);	1	5	2.96	0.89
7	Πόσο εμπιστεύεσαι ή όχι τα νέα και τις πληροφορίες στις οποίες έχεις πρόσβαση μέσω των διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων και εφαρμογών μηνυμάτων;	1	4	2.32	0.99

8	Πόσο εμπιστεύεσαι ή όχι τα νέα και τις πληροφορίες στις οποίες έχεις πρόσβαση μέσω των διαδικτυακών εφημερίδων και περιοδικών;	1	4	2.67	0.65
9	Πόσο εμπιστεύεσαι ή όχι τα νέα και τις πληροφορίες στις οποίες έχεις πρόσβαση μέσω των παραδοσιακών πηγών ενημέρωσης (Τηλεόραση, ραδιόφωνο, εφημερίδες και περιοδικά)	1	4	2.98	0.35
10	Πόσο συχνά συναντάς ειδήσεις ή πληροφορίες που θεωρείς ότι παραποιούν την πραγματικότητα ή είναι ακόμα και ψευδείς (Fake News);	1	4	2.50	0.79
11	Πόσο ικανός πιστεύεις ότι είσαι να εντοπίσεις ειδήσεις ή πληροφορίες που θεωρείς ότι παραποιούν την πραγματικότητα ή ακόμα είναι και ψευδείς (Fake News);	1	4	2.74	0.64
13	Έχεις ποτέ ξεγελαστεί από ψεύτικα νέα που πίστεψες ότι είναι πραγματικά;	1	4	1.49	0.48
15	Κατά την άποψη σου, η ύπαρξη ειδήσεων ή πληροφοριών που παραποιούν την πραγματικότητα ή ακόμα είναι και ψευδείς (Fake News) αποτελούν πρόβλημα για την χώρα σου;	1	4	2.94	0.72
16	Κατά την άποψη σου, η ύπαρξη ειδήσεων ή πληροφοριών που παραποιούν την πραγματικότητα ή ακόμα είναι και ψευδείς (Fake News) αποτελούν πρόβλημα για την δημοκρατία γενικά;	1	4	3.07	0.62

Όλοι οι μαθητές κάνουν χρήση διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων, με την συντριπτική πλειοψηφία (70%) να δηλώνει πως τα χρησιμοποιεί συνεχώς ή σχεδόν συνεχώς, το 24% τακτικά και μόνο το 5% περιστασιακά (MT 3.98). Η κύρια χρήση που κάνουν είναι να διαβάσουν ή να ακούν τι δημοσιεύουν οι άλλοι (76%), σε ποσοστό 46% μοιράζουν υλικό που βρίσκουν μόνοι τους και το 28% μοιράζει υλικό που οι άλλοι έχουν μοιραστεί μαζί τους. Η συμμετοχή τους στη χρήση και την αναπαραγωγή ψεύτικων ειδήσεων φαίνεται να είναι σημαντική, αφού, σε ποσοστό 68%, οι μαθητές δεν ελέγχουν καθόλου ή το κάνουν περιστασιακά, την πηγή του δημοσιεύματος που αναδημοσιεύουν. Επίσης το 8% όταν αναδημοσιεύει μία είδηση διαβάζει απλά τον τίτλο, 47% διαβάζει τον τίτλο και το περιεχόμενο και μόνο το 32% εξετάζει άλλα στοιχεία της είδησης όπως την πηγή κλπ.

Σε ότι έχει να κάνει με την ενημέρωση των μαθητών, προτιμούν να ενημερώνονται από διαδικτυακά μέσα και εφαρμογές μηνυμάτων (e.g. Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, Messenger, Viber, Twitter) σε ποσοστό 83%, ακολουθεί η τηλεόραση 68%, οι διαδικτυακές εφημερίδες και περιοδικά 55%, το ραδιόφωνο 28% και στην τελευταία θέση οι έντυπες εφημερίδες και περιοδικά 19%.

Οι μαθητές ρωτήθηκαν πόσο εμπιστεύονται τις ειδήσεις που λαμβάνουν μέσω των διαφόρων πηγών ενημέρωσης (MT 2.65). Μόνο μία μειοψηφία τα εμπιστεύονται «απόλυτα», με τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης (ραδιόφωνο, TV, έντυπες εφημερίδες και περιοδικά) να έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό (27%), και 22% τα διαδικτυακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εφαρμογές μηνυμάτων. Ωστόσο, η πλειοψηφία των μαθητών εμπιστεύεται τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης, αφού τα 2/3 (74%) τα «εμπιστεύονται απόλυτα» ή «έχουν την τάση να τα πιστεύουν». Το ποσοστό αυτό είναι μικρότερο για τις διαδικτυακές εφημερίδες και περιοδικά (65%) και κατά πολύ μικρότερο για τα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα (42%).

Στην ερώτηση πόσο συχνά συναντούν ψεύτικες ειδήσεις (Ερώτηση 10, ΜΤ 2.50, ΤΑ 0.79), το 14% απάντησε κάθε μέρα η σχεδόν κάθε μέρα, ενώ το 31% τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα. Περίπου 28% συναντά ψευδείς ειδήσεις αρκετές φορές το μήνα όταν το 15% λέει πως αυτό συμβαίνει ποτέ ή σχεδόν ποτέ. Αξιοσημείωτο είναι και το ποσοστό (11%) αυτών που απαντούν πως «δεν γνωρίζουν» (μπορεί και να έρχονται σε επαφή με ψευδείς ειδήσεις αλλά δεν το αντιλαμβάνονται). Ωστόσο, 54% απαντά πως ποτέ ή σπάνια έχουν ξεγελαστεί από ψευδείς ειδήσεις, με το 6% να δηλώνει πως έχει εξαπατηθεί τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα και το 29% αρκετές φορές το μήνα (Ερώτηση 13, ΜΤ 1.49, ΤΑ 0.48).

Σχεδόν τα 2/3 των μαθητών (65%) πιστεύουν πως είναι «κάπως ικανοί ή πολύ ικανοί» να εντοπίσουν ψευδείς ειδήσεις (Ερώτηση 11, ΜΤ 2.74, ΤΑ 0.64). Ωστόσο, μόνο 8% απαντούν πως είναι πολύ ικανοί. Επιπλέον, 21% απαντούν πως δεν είναι πολύ ικανοί και 5% καθόλου ικανοί. 10% των ερωτηθέντων απαντούν πως δεν γνωρίζουν.

Στην ερώτηση πώς ελέγχουν οι μαθητές αν αυτό που διαβάζουν είναι ακριβές και αξιόπιστο, το 22% απαντούν πως δεν το ελέγχουν αφού θεωρούν πως είναι αξιόπιστο επειδή έχει δημοσιευτεί στο διαδίκτυο. Το 45% απαντά πως ελέγχει αν οι φωτογραφίες του άρθρου είναι προϊόν photoshop, το 52% εξετάζουν το όνομα του εκδότη, το 28% αν το κείμενο είναι προϊόν αυτόματης μετάφρασης και το 40% ζητούν την γνώμη από κάποιον που εμπιστεύονται.

Οι μαθητές πιστεύουν πως το κύριο κίνητρο για την διάδοση των ψεύτικων νέων είναι τα πολιτικά και οικονομικά οφέλη σε ποσοστό 54%, το 17% δημιουργία σύγχυσης, το 18% για διασκέδαση και τέλος το 6% απαντά πως δεν υπάρχει κανένα κίνητρο.

Σχεδόν τα 2/3 των μαθητών (68%) απαντά (ερώτησης 15 & 16) πως οι ψευδείς ειδήσεις είναι πρόβλημα για την χώρα τους και γενικά για την δημοκρατία ενώ το 22% όχι.

Τέλος, οι μαθητές απαντούν πως κύριος υπεύθυνος για την διάδοση των ψευδών ειδήσεων είναι τα Διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα (45%), ακολουθούν οι δημοσιογράφοι και οι ίδιοι οι πολίτες (31%).

Δημογραφική Ανάλυση επιπέδου εμπιστοσύνης εφήβων στα ΜΜΕ

Στον πίνακα 5 παρατηρούμε, πως συνολικά οι έφηβοι και των τεσσάρων σχολείων εμπιστεύονται περισσότερο για την ενημέρωσή τους τα παραδοσιακά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ) (ΜΤ 2.98), λιγότερο τις διαδικτυακές εφημερίδες και περιοδικά (ΜΤ 2.67) και ακόμα λιγότερο τα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα και εφαρμογές μηνυμάτων (ΜΤ 2.38). Επιπλέον, οι Έλληνες και Γερμανοί μαθητές εμπιστεύονται λιγότερο τα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα και τις εφαρμογές μηνυμάτων (ΜΤ 2.18) από ότι οι Ισπανοί και Φινλανδοί (ΜΤ 2.39 και 2.58 αντίστοιχα). Κάτι παρόμοιο συμβαίνει και για τις διαδικτυακές εφημερίδες και περιοδικά. Για τα παραδοσιακά ΜΜΕ η κατάσταση είναι διαφορετική, οι Γερμανοί μαθητές είναι αυτοί που τα εμπιστεύονται περισσότερο (ΜΤ 3.30), Φινλανδοί και Ισπανοί ακολουθούν με ΜΤ 3.08 και 3.07 αντίστοιχα, ενώ οι Έλληνες με ΜΤ 2.58 είναι αρκετά πιο χαμηλά από την μέση τιμή και των τεσσάρων (ΜΤ 2.98). Συμπερασματικά, οι Έλληνες μαθητές είναι αυτοί που εμπιστεύονται το λιγότερο και τους τρεις τρόπους ενημέρωσης.

Πίνακας 5. Επίπεδο εμπιστοσύνης εφήβων στα ΜΜΕ ανά δημογραφικό χαρακτηριστικό

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ 7,8,9	Πόσο εμπιστεύεσαι ή όχι τα νέα και τις πληροφορίες στις οποίες έχεις πρόσβαση μέσω..		
	1 ^ο τρόπος	2 ^ο ς τρόπος	3 ^ο ς τρόπος
Εμπιστοσύνη στις πηγές ενημέρωσης	Διαδικτυακών κοινωνικών δικτύων και εφαρμογών μηνυμάτων	Διαδικτυακών εφημερίδων και περιοδικών	Παραδοσιακών πηγών ενημέρωσης (Τηλεόραση, ραδιόφ., εφημερίδες και περιοδικά)

Min: 1 Max: 4		MT	TA	MT	TA	MT	TA
Μέση τιμή στα 4 σχολεία		2.32	0.99	2.67	0.65	2.98	0.35
Χώρα Προέλευσης	Ελλάδα	2.18	0.85	2.28	0.74	2.58	0.46
	Γερμανία	2.18	1.17	2.57	1.11	3.30	0.33
	Ισπανία	2.39	1.06	2.89	0.47	3.07	0.30
	Φινλανδία	2.58	0.86	2.96	0.24	3.08	0.25
Φύλο	Αγόρια	2.25	0.90	2.68	0.61	2.83	0.27
	Κορίτσια	2.36	1.03	2.66	0.68	3.05	0.39
Περιοχή Διαμονής	Αστική	2.30	1.11	2.78	0.61	2.95	0.32
	Ημιαστική	2.25	0.95	2.61	0.65	2.88	0.47
	Αγροτική	2.51	0.86	2.62	0.73	3.25	0.10
Μέλος Erasmus+	ΌΧΙ	2.33	1.63	2.67	0.58	2.87	0.38
	ΝΑΙ	2.31	1.58	2.67	0.74	3.09	0.32

Συνεχίζοντας, το επίπεδο εμπιστοσύνης ως προς το φύλο δεν διαφέρει στην περίπτωση των διαδικτυακών εφημερίδων και περιοδικών, όμως τα κορίτσια εμπιστεύονται περισσότερο για την ενημέρωσή τους τα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα και εφαρμογές μηνυμάτων (MT 2.36), έναντι των αγοριών (MT 2.25). Το ίδιο συμβαίνει και στην περίπτωση των παραδοσιακών ΜΜΕ (κορίτσια: MT 3.05, αγόρια: MT 2.83). Τέλος, επιβεβαιώνεται πως και οι δύο εμπιστεύονται λιγότερο τον πρώτο τρόπο ενημέρωσης και περισσότερο τον τρίτο.

Ως προς την περιοχή διαμονής, παρατηρείται επίσης, πως ανεξάρτητα από το πού διαμένουν οι μαθητές, εμπιστεύονται λιγότερο τον πρώτο τρόπο ενημέρωσης και περισσότερο τον τρίτο. Ποιο αναλυτικά, οι μαθητές που προέρχονται από αγροτικές περιοχές εμπιστεύονται περισσότερο και τους τρεις τρόπους ενημέρωσης (MT 2.51, 2.62 και 3.25 αντίστοιχα), ακολουθούν οι μαθητές αστικών περιοχών (MT 2.30, 2.78 και 2.95), και, τέλος οι μαθητές ημιαστικών περιοχών (MT 2.25, 2.61 και 2.88). Σημειώνεται πως το επίπεδο εμπιστοσύνης των μαθητών αγροτικών περιοχών προς τα παραδοσιακά ΜΜΕ είναι ιδιαίτερα υψηλό (MT 3.25).

Οι μαθητές που είναι μέλη του Ευρωπαϊκού προγράμματος Erasmus+, δείχνουν περισσότερο εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά ΜΜΕ (MT 3.05) έναντι των μη μελών (MT 2.83). Στους άλλους δύο τρόπους ενημέρωσης δεν υπάρχει σημαντική διαφοροποίηση.

Δημογραφική Ανάλυση επιπέδου επίγνωσης εφήβων στις ψευδείς ειδήσεις

Σύμφωνα με τον πίνακα 6, οι περισσότεροι μαθητές απαντούν πως συναντούν Fake News αρκετές φορές το μήνα (MT 2.50), όμως οι περισσότεροι απαντούν πως δεν έχουν ξεγελαστεί ή σπάνια έχουν ξεγελαστεί (MT 1.49). Εξετάζοντας την κάθε χώρα ξεχωριστά, οι Φινλανδοί συναντούν πιο σπάνια ψεύτικες ειδήσεις σε σχέση με τους υπόλοιπους (MT 2.18), ενώ οι Έλληνες μαθητές έχουν την πρώτη θέση (MT 2.65). Οι Ισπανοί απαντούν πως έχουν ξεγελαστεί περισσότερες φορές από ότι οι υπόλοιποι (MT 1.65), με μέσο όρο και των τεσσάρων χωρών 1.49. Αυτοί που έχουν ξεγελαστεί λιγότερο είναι οι Γερμανοί (MT 1.26).

Πίνακας 6. Επίγνωση εφήβων στις ψευδείς ειδήσεις ανά δημογραφικό χαρακτηριστικό

		Ερώτηση 10 Πόσο συχνά συναντάς ειδήσεις ή πληροφορίες που θεωρείς ότι παραποιούν την πραγματικότητα ή είναι ακόμα και ψευδείς (Fake News);		Ερώτηση 13 Έχεις ποτέ ξεγελαστεί από ψεύτικα νέα που πίστεψες ότι είναι πραγματικά;	
Min: 1 Max: 4		MT	TA	MT	TA
Μέση τιμή για N=170		2.50	0.79	1.49	0.48
Χώρα Προέλευσης	Ελλάδα	2.65	0.76	1.46	0.28
	Γερμανία	2.52	0.75	1.26	0.33
	Ισπανία	2.47	0.93	1.65	0.78
	Φινλανδία	2.18	0.60	1.46	0.43
Φύλο	Αγόρια	2.70	0.76	1.49	0.57
	Κορίτσια	2.39	0.80	1.49	0.43
Περιοχή Διαμονής	Αστική	2.30	0.95	1.51	0.59
	Ημιαστική	2.68	0.83	1.50	0.46
	Αγροτική	2.38	0.49	1.46	0.37
Μέλος Erasmus+	ΌΧΙ	2.43	1.86	1.56	0.54
	ΝΑΙ	2.57	1.92	1.42	0.42

Συνεχίζοντας, τα αγόρια συναντούν ψευδείς ειδήσεις πιο συχνά από τα κορίτσια (MT 2.79 και 2.39 αντίστοιχα). Όσον αφορά την συχνότητα που έχουν ξεγελαστεί, και τα δύο φύλα συμπίπτουν (MT 1.49), αρκετά χαμηλά.

Οι μαθητές των ημιαστικών περιοχών, έρχονται πιο συχνά σε επαφή με ψευδείς ειδήσεις (MT 2.68), έναντι των αστικών (MT 2.30) και των αγροτικών (MT 2.38). Ως προς την συχνότητα εξαπάτησης, την μικρότερη εμφανίζουν αυτοί των αγροτικών περιοχών (MT 1.46).

Οι μαθητές μέλη του Ευρωπαϊκού προγράμματος, αν και δηλώνουν πως συναντούν πιο συχνά ψευδείς ειδήσεις (MT 2.57) έναντι των μη μελών (MT 2.43), έχουν ξεγελαστεί λιγότερο συχνά (MT 1.42) έναντι των μη μελών (MT 1.56).

Συμπεράσματα

Η εργασία αυτή εξετάζει την ευαισθητοποίηση και την στάση των μαθητών ηλικίας 15-18, τεσσάρων Ευρωπαϊκών σχολείων που συμμετέχουν σε κοινό πρόγραμμα Erasmus+, απέναντι στην ύπαρξη ψεύτικων ειδήσεων και παραπληροφόρησης στο διαδίκτυο. Τα ευρήματα αυτής της εργασίας συγκρίνονται με αντίστοιχη έρευνα του Ευρωβαρομέτρου και του Ινστιτούτου Reuters, οι οποίες βέβαια αφορούν την ηλικιακή ομάδα 15-24.

Η εργασία δείχνει πως η συντριπτική πλειοψηφία των μαθητών των συγκεκριμένων σχολείων ενημερώνεται από τα διαδικτυακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις εφαρμογές μηνυμάτων αλλά και από την τηλεόραση, η οποία αποτελεί επίσης ένα σημαντικό μέσο ενημέρωσης. Γενικά, βέβαια, παρατηρείται ένας βαθμός δυσπιστίας απέναντι στα ΜΜΕ, με τους Έλληνες μαθητές να τα εμπιστεύονται το λιγότερο ενώ τους Φινλανδούς το περισσότερο. Τα παραδοσιακά ΜΜΕ, θεωρούνται από τους μαθητές, ανεξάρτητα από φύλο, ως η πιο έγκυρη πηγή πληροφόρησης έναντι των διαδικτυακών. Τα παραπάνω αποτελέσματα ενισχύονται τόσο με την έρευνα του Ευρωβαρομέτρου όσο και με αυτή του

Ινστιτούτου Reuters, σύμφωνα με τις οποίες οι νέοι κάτω των 24 ετών προτιμούν να ενημερώνονται από τα διαδικτυακά μέσα ενημέρωσης. Συγκεκριμένα, η έκθεση του Ινστιτούτου Reuters αναφέρει πως τα κοινωνικά δίκτυα αποτελούν την κύρια πηγή ενημέρωσής (28%) για τους νέους, με τον ρόλο του Facebook να χρησιμοποιείται από το 44% για να αναζητήσει, να διαβάσει, να παρακολουθήσει, να διαμοιράσει ή να σχολιάσει ειδήσεις. Σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο, ενώ το επίπεδο εμπιστοσύνης στα παραδοσιακά ΜΜΕ είναι 70%, με τους Φινλανδούς να τα εμπιστεύονται περισσότερο και τους Έλληνες λιγότερο, στα διαδικτυακά είναι μόλις 26%, με τους Γερμανούς να τα εμπιστεύονται το λιγότερο, κάτι που ανέδειξε και η δική μας έρευνα.

Όσον αφορά την συχνότητα συνάντησης ψευδών ειδήσεων, σχεδόν ένας στους δύο εφήβους μαθητές απαντούν πως τις εντοπίζουν τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα, τα αγόρια πιο συχνά από τα κορίτσια, με τους Φινλανδούς μαθητές λιγότερο συχνά και τους Έλληνες πιο συχνά από όλους. Σύμφωνα με το Ευρωβαρόμετρο, το ποσοστό συνάντησης ψευδών ειδήσεων τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα για τους νέους ηλικίας 15-24 στην Ευρώπη είναι ακόμα μεγαλύτερο (68%), με του Φινλανδούς να βρίσκονται στην τελευταία θέση (50%) και τους Ισπανούς και Έλληνες στις πρώτες θέσεις (78%) και (74%) αντίστοιχα. Είναι αξιοσημείωτο, σύμφωνα πάντα με το Ευρωβαρόμετρο, πως πάνω από 77% των Ευρωπαίων ηλικίας 15-24 ετών δηλώνουν πως είναι «κάπως ικανοί ή πολύ ικανοί» να ξεχωρίσουν μία ψευδή είδηση με το αντίστοιχο ποσοστό στην έρευνά μας να είναι 66% και αυτό της έρευνας τους Ελληνικού Κέντρου Ασφαλούς διαδικτύου για τους Έλληνες μαθητές να είναι 58%. Επιπλέον, πάνω από τους μισούς μαθητές της έρευνας μας απαντούν πως ποτέ ή σπάνια έχουν ξεγελαστεί από ψεύτικα νέα. Ωστόσο, σύμφωνα με σχετική έρευνα του Πανεπιστημίου του Stanford (The Wall Street Journal, 2016), το 80% των μαθητών και φοιτητών δεν ήταν ικανοί να διακρίνουν ένα αληθινό άρθρο από ένα ψεύτικο ούτε ένα δημοσιογραφικό άρθρο από ένα διαφημιστικό. Στην ίδια έρευνα, κριτήριο εγκυρότητας για τους νέους, αποτελεί η μεγάλη φωτογραφία σε ένα άρθρο και όχι η πηγή του, στοιχείο που αναδεικνύει και η παρούσα έρευνα αφού το 60% των μαθητών δηλώνουν πως δεν ελέγχουν καθόλου ή ελέγχουν περιστασιακά, την πηγή του δημοσιεύματος που αναδημοσιεύουν. Λαμβάνοντας υπόψη, πως πάνω από τα 2/3 των μαθητών δηλώνουν πως χρησιμοποιούν τα διαδικτυακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να διαβάζουν ή να ακούν τι δημοσιεύουν οι άλλοι και μοιράζουν υλικό που έχουν βρει μόνοι τους ή/και έχουν μοιραστεί οι άλλοι μαζί τους, συμπεραίνουμε την ενεργή συμμετοχή των νέων στην χρήση και αναπαραγωγή ψευδών ειδήσεων.

Η πλειοψηφία των μαθητών θεωρεί ως κίνητρο διασποράς ψευδών ειδήσεων το οικονομικό και κερδοσκοπικό και ως κύριο φορέα μείωσης αυτών, τα ίδια τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τους δημοσιογράφους. Οι περισσότεροι θεωρούν την διασπορά ψευδών ειδήσεων ως πρόβλημα τόσο για τη χώρα τους όσο και για τη δημοκρατία εν γένει. Τα παραπάνω συμπεράσματα δεν διαφοροποιούνται σημαντικά με την σχετική έρευνα του Ευρωβαρομέτρου.

Συνεχίζοντας, ανεξάρτητα από την περιοχή διαμονής των μαθητών, αυτοί εμπιστεύονται για την ενημέρωσή τους, λιγότερο τα διαδικτυακά κοινωνικά δίκτυα και περισσότερο τα παραδοσιακά ΜΜΕ, με τους μαθητές των ημιαστικών περιοχών να δηλώνουν πως έρχονται αρκετά πιο συχνά σε επαφή με ψευδείς ειδήσεις έναντι των άλλων. Ιδιαίτερα υψηλό (MT 3.25) είναι το επίπεδο εμπιστοσύνης των μαθητών αγροτικών περιοχών προς τα παραδοσιακά ΜΜΕ, κάτι που ίσως σχετίζεται και με την μικρότερη συχνότητα εξαπάτησης αυτών από ψευδείς ειδήσεις.

Τέλος, σημαντική διαφοροποίηση προκύπτει για τους μαθητές που συμμετέχουν στο πρόγραμμα Erasmus+ έναντι των υπολοίπων. Οι συγκεκριμένοι μαθητές, λόγω της γενικότερης γνώσης και επιμόρφωσης που έχουν λάβει μέσα από το συγκεκριμένο πρόγραμμα, δείχνουν περισσότερη εμπιστοσύνη στα παραδοσιακά ΜΜΕ, μπορούν να εντοπίσουν με μεγαλύτερη επιτυχία ψευδείς ειδήσεις και έχουν εξαπατηθεί λιγότερο συχνά.

Εν κατακλείδι, η ευρεία χρήση των διαδικτυακών εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης ανάμεσα στους νέους και ο πλημμελής έλεγχος της πηγής του δημοσιεύματος, συμβάλουν στην ταχύτερη διασπορά ψευδών ειδήσεων. Οι μαθητές, βέβαια, που συμμετείχαν στο πρόγραμμα Erasmus+ και ενεπλάκησαν σε επιμόρφωση μιντιακού εγγραμματισμού, φαίνεται να ανέπτυξαν σχετική με το θέμα αυτό παιδεία και δεξιότητες. Αυτό, γίνεται ακόμα πιο υποσχόμενο αφού το πρόγραμμα βρίσκεται μόλις στο πρώτο έτος υλοποίησης του. Η απάντηση, συνεπώς, στην αντιμετώπιση του φαινομένου της διασποράς ψευδών ειδήσεων από τους νέους, δεν είναι άλλη από την καλλιέργεια κριτικής σκέψης και εγρήγορης (Ελληνικό Κέντρο Ασφαλούς Διαδικτύου, 2019) που θα πρέπει να αποτελεί μέλημα της εκπαιδευτικής πολιτικής κάθε κράτους.

Αναφορές

Creswell, J. (2016). *Η έρευνα στην Εκπαίδευση. Σχεδιασμός, Διεξαγωγή και Αξιολόγηση Ποσοτικής και Ποιοτικής Έρευνας*. Εκδόσεις Ιων.

Collins Dictionaries, (2017). Collins Word of the Year 2017. Ανακτήθηκε στις 28/11/2019 από <https://www.collinsdictionary.com/word-lovers-blog/new/etymology-corner-collins-word-of-the-year-2017,400,HCB.html>

Dizikes, P. MIT News Office (2018). "Study: On Twitter, false news travels faster than true stories". Ανακτήθηκε στις 28/5/2019 από <http://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>

European Commission, (2018). *Η Έκθεση (12/03/18) Ομάδας εμπειρογνομώνων για τη διασπορά ψευδών ειδήσεων προς την επίτροπο Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας Mariya Gabriel*. Ανακτήθηκε στις 25/11/2019 από <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/fake-news-disinformation>

Flash Eurobarometer 464, (2018). "Fake News and Disinformation Online". Ανακτήθηκε στις 20/5/2019 από <http://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/search/464/surveyKy/2183>

Mehrdad, K. & Anna, S. (2017), "Information Re-Sharing on Social Network Sites in the Age of Fake News". Informing Science. The International Journal Of An Emerging Transdiscipline, Vol 20, p 215-235 (2017), p. 215.

Reuters Institute, (2019). Digital News Report 2019. Ανακτήθηκε στις 20/02/2020 από https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf

Silverman, C. (2016). *How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook*. BuzzFeed News, Canada. Ανακτήθηκε στις 20/10/2019 από <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook>.

The Guardian, (2017). "Russia used hundreds of fake accounts to tweet about Brexit, data shows". Ανακτήθηκε στις 19/11/2019 από <https://www.theguardian.com/world/2017/nov/14/how-400-russia-run-fake-accounts-posted-bogus-brexit-tweets>.

The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions (2018). "Action Plan against Disinformation". Ανακτήθηκε στις 28/11/2019 από <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/action-plan-against-disinformation>

The Washington Post, (2016). "Hillary Clinton: Hillary Clinton attacks 'fake news' in post-election appearance on Capitol Hill". Ανακτήθηκε στις 27/5/2019 από https://www.washingtonpost.com/news/powerpost/wp/2016/12/08/hillary-clinton-attacks-fake-news-in-post-election-appearance-on-capitol-hill/?noredirect=on&utm_term=.19aede541d57

The Wall Street Journal, (2016). *“Most Students Don’t Know When News Is Fake, Stanford Study Finds”*. Ανακτήθηκε στις 27/5/2019 από <https://www.wsj.com/articles/most-students-dont-know-when-news-is-fake-stanford-study-finds-1479752576>

Γουντέλιας, Γ. (2018). «*FAKE NEWS ΣΤΑ SOCIAL MEDIA*». Διπλωματική Εργασία. Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης.

Ελληνικά Hoaxes, (2020). *Παραπληροφόρηση*. Ανακτήθηκε στις 7/3/2020 από <https://www.ellinikahoaxes.gr/category/kathgories/paraplhroforhsh/>

Ελληνικό Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου του ΙΤΕ, (2018). *Ασφάλεια στο διαδίκτυο*. Ανακτήθηκε στις 20/5/2019 από https://saferinternet4kids.gr/wp-content/uploads/2019/02/parousiasi_ereynas.pdf

Ελληνικό Κέντρου Ασφαλούς Διαδικτύου του ΙΤΕ, (2019). *Fake News*. Ανακτήθηκε στις 20/3/2020 από <https://saferinternet4kids.gr/wp-content/uploads/2018/02/fake-news-per-page.pdf>