



Η προσαρμογή στα ελληνικά πραγματοποιήθηκε με την επιμέλεια του
Επιστημονικού Οργανισμού «Μαζί για την Εφηβική Υγεία»
www.youth-life.gr



Κριτική σκέψη

Ποτέ δεν υπήρξε τόση πληροφόρηση στην άκρη των δακτύλων μας όσο σήμερα.

Το διαδίκτυο αποτελεί έναν ολόκληρο κόσμο γνώσης στον οποίο όλοι έχουν πρόσβαση και μπορούν να συνεισφέρουν. Αυτό μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα χρήσιμο. Αν ψάχνετε απάντηση σε μία ερώτηση, κάτι για μία σχολική εργασία, θέλετε να μάθετε τι κάνει η αγαπημένη σας διασημότητα ή να περάσετε ώρες βλέποντας αστεία βίντεο με γάτες, τα πάντα γίνονται με το πάτημα ενός πλήκτρου.





Αλλά, με τόσες πληροφορίες, πώς ξεχωρίζετε τι είναι αληθές και τι όχι; Τι είναι σωστό και τι λάθος;



Εκεί χωράει η κριτική σκέψη.

Σκεπτόμενοι καθαρά και προσεκτικά για ό,τι λέγεται και γράφεται online, μπορείτε να διακρίνετε μία έγκυρη πληροφορία από μία εσφαλμένη.

Η κριτική σκέψη μπορεί επίσης να σας βοηθήσει να αποφύγετε παγίδες στο διαδίκτυο, όπως να πέσετε θύμα διαδικτυακής απάτης, να πιστέψετε ψευδή ή αναληθή πράγματα, ή να αγοράσετε κάτι χωρίς να το συνειδητοποιήσετε.

Να σκέπτεστε κριτικά θέτοντας στον εαυτό σας τις παρακάτω ερωτήσεις όταν βλέπετε κάθε πληροφορία – είτε φωτογραφία, άρθρο, ανάρτηση σε μέσο κοινωνικής δικτύωσης ή βίντεο – στο διαδίκτυο:

-  Ποιος το είπε;
-  Πότε το είπε;
-  Ποιο είναι το επιχείρημά του;
-  Τι γνωρίζω σχετικά με αυτόν;
- Ποιο είναι το κοινό – στόχος αυτής της πληροφορίας;

-  Λέει κανείς κάτι διαφορετικό;
-  Ποιος παρέχει στην πραγματικότητα το περιεχόμενο αυτό; Μήπως πληρώνεται – όπως μία καταχώρηση ή διαφημιζόμενο περιεχόμενο;
- Αν πρόκειται για διαφήμιση, μήπως μου δείχνει μόνο τα θετικά; Ποια μπορεί να είναι τα αρνητικά του;

Διαφήμιση

Η διαφήμιση στο διαδίκτυο μπορεί να προκαλέσει σύγχυση. Από χορηγούμενα αποτελέσματα αναζήτησης έως διαφημιστικές καταχωρήσεις, μπορεί να είναι δύσκολο να διακρίνει κανείς πότε ένα brand προσπαθεί να του πουλήσει το προϊόν του.

Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, παρόμοιο περιεχόμενο πρέπει να φέρει την ένδειξη «χορηγία από», «διαφήμιση» ή «διαφημιστική προώθηση». Ωστόσο, δεν είναι πάντα ευδιάκριτη.

Διασημότητες στο διαδίκτυο, ως διαχειριστές βιντεολογιών συχνά διαφημίζουν προϊόντα και πάλι, στην περίπτωση αυτή, δεν είναι πάντα εύκολο να το διακρίνει κανείς. Αναζητήστε τις λέξεις «#ad» ή «#spon» σε βίντεο που προβάλλονται στο YouTube για να διαπιστώσετε αν ένα brand έχει πληρώσει για την προώθηση ενός προϊόντος του.

Clickbait

Οι ιστότοποι και οι online πλατφόρμες επιζητούν όσα περισσότερα κλικ από εσάς, γιατί μέσω αυτών αποκτούν έσοδα από τη διαφήμιση.

Αλλά οι ειδήσεις που προβάλλουν σε συνδέσμους τους είναι συχνά υπερβολικές για να σας παρακινήσουν να τους ανοίξετε.

Έχετε ποτέ δει έναν τίτλο άρθρο όπως οι παρακάτω;

«Δε θα πιστέψετε τι συνέβη ύστερα!»

«Ένας συνηθισμένος άνθρωπος πηγαίνει να αγοράσει γάλα. Αυτό που συμβαίνει στη συνέχεια είναι φοβερό»

«Πέντε εκπληκτικά στοιχεία για [όνομα διασημότητας]»

«Δείτε το βίντεο για να ανακαλύψετε την αλήθεια για [όνομα διασημότητας]»

Αυτά είναι παραδείγματα clickbait. Είναι σημαντικό να σκέφτεστε γιατί παρουσιάζεται κατ' αυτό τον τρόπο μία πληροφορία πριν κάνετε κλικ σ' αυτή.

Φήμες

Οι ψευδείς φήμες υπάρχουν και στον πραγματικό και στο διαδικτυακό κόσμο, αλλά με την άμεση εμβέλεια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μερικές φορές εσφαλμένες πληροφορίες και φήμες διαδίδονται σαν πυρκαγιά.

Μία παρανόηση ή παραπλανητική πληροφορία μπορεί να διαδοθεί ταχύτατα στο διαδίκτυο, επομένως είναι σημαντικό να θυμάστε ότι μόνο και μόνο επειδή κάτι είναι δημοφιλές, δε σημαίνει ότι είναι και αληθές.