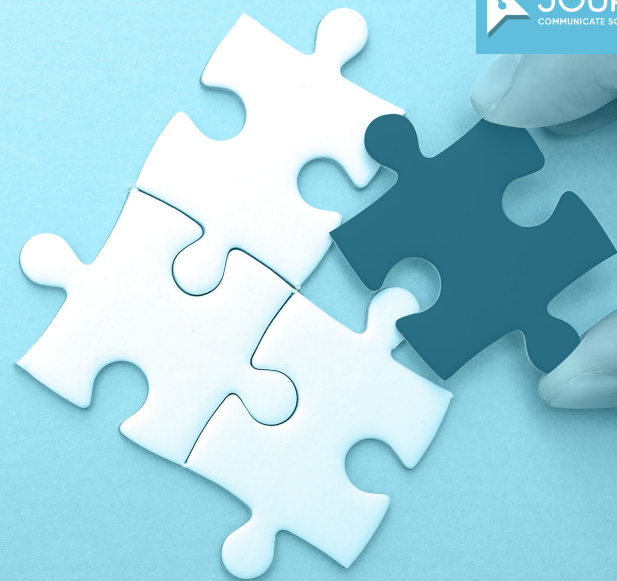


Η επικοινωνία της επιστήμης και η δύναμη του πλήθους στη ψηφιακή δημοσιογραφία

 **JOUREDIS**
COMMUNICATE SCIENCE RESPONSIBLY



#jouedisproject

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ
ΝΕΑ ΜΕΣΑ, ΝΟΗΣΗ, ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΗ



ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ



ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ



01

Η επιστήμη απλά: Πώς επικοινωνούμε αποτελεσματικά την επιστήμη στο ευρύ κοινό

Ομιλία:

Δρ Μυρτάνη Πιερή, Επίκουρη Καθηγήτρια στην Ανθρώπινη Φυσιολογία, Τμήμα Επιστημών Ζωής και Υγείας, Σχολή Επιστημών και Μηχανικής, Πανεπιστήμιο Λευκωσίας

02

Δημοσιογραφία με τη δύναμη του πλήθους

Τι είναι ο πληθοπορισμός και πώς μπορεί να αξιοποιηθεί στη δημοσιογραφία;

03

Συμβουλές για την υιοθέτηση του πληθοπορισμού στη δημοσιογραφία

Εισηγήσεις για την αποτελεσματική υιοθέτηση του πληθοπορισμού σε ένα δημοσιογραφικό έργο

04

Εξοικείωση με εργαλεία

Παραδείγματα εργαλείων όπως Google Forms, Truly Media.

Η επιστήμη απλά: Πώς επικοινωνούμε αποτελεσματικά την επιστήμη στο ευρύ κοινό

*Δρ Μυρτάνη Πιερή, Επίκουρη Καθηγήτρια στην Ανθρώπινη
Φυσιολογία, Τμήμα Επιστημών Ζωής και Υγείας, Σχολή Επιστημών
και Μηχανικής, Πανεπιστήμιο Λευκωσία*



Δημοσιογραφία με τη δύναμη του πλήθους

02

Τι είναι ο πληθοπορισμός (crowdsourcing);

Είναι μια πρακτική συλλογής πληροφοριών με τη βοήθεια του πλήθους. Η συμμετοχή είναι εθελοντική και πραγματοποιείται μέσω διαδικτύου έπειτα από στοχευμένη ανοικτή πρόσκληση.

Ποιους περιλαμβάνει η λέξη «πλήθος»;

- Προϋπάρχουσα λίστα αναγνωστών / συνδρομητών
- Το ευρύ κοινό
- Ομάδες ενδιαφέροντος ή οργανωμένες ομάδες
- Ειδικούς

! Όσο πιο στοχευμένη η πρόσκληση προς συγκεκριμένο κοινό, τόσο καλύτερη είναι και η ποιότητα των ανταποκρίσεων.



Η «σοφία του πλήθους»

Ο πληθοπορισμός βασίζεται στην ιδέα της «σοφίας του πλήθους» που υποστηρίζει ότι το άθροισμα της συλλογικής γνώμης συνήθως μπορεί να οδηγήσει σε καλύτερες απαντήσεις ή αποφάσεις.

Πώς εφαρμόζεται στη δημοσιογραφία;

1. **Αναζήτηση πληροφοριών:** με βάση την ιδέα της «σοφίας του πλήθους», ένας ειδησεογραφικός οργανισμός / δημοσιογράφος μπορεί να αναζητήσει ένα ευρύ φάσμα εμπειρογνωμοσύνης για να επιλύσει ένα πρόβλημα
2. **Συλλογή πληροφοριών με τη βοήθεια του πλήθους:** ένας ειδησεογραφικός οργανισμός / δημοσιογράφος μπορεί να αναθέσει σε πολλούς χρήστες να ολοκληρώσουν ένα έργο (π.χ. συλλογή ειδήσεων, δεδομένων).



Πλεονεκτήματα του πληθοπορισμού στη δημοσιογραφία

- Τα προβλήματα μπορούν να επιλυθούν με συγκριτικά μικρό ή καθόλου κόστος και συχνά πολύ γρήγορα.
- Ο ειδησεογραφικός οργανισμός μπορεί να αξιοποιήσει ένα μεγαλύτερο εύρος δεξιοτήτων απ' ότι διαθέτει.
- Ακούγοντας το πλήθος, οι ειδησεογραφικοί οργανισμοί αποκτούν άμεση επίγνωση των επιθυμιών των αναγνωστών τους.

Τύποι πληθοπορισμού στη δημοσιογραφία

Έρευνα βασισμένη σε συνεντεύξεις, ερωτηματολόγια και μελέτες περίπτωσης από το Tow Center for Digital Journalism, στο πανεπιστήμιο Columbia ανέδειξε έξι τύπους πληθοπορισμού:

1. Ψηφοφορία
2. Μαρτυρία
3. Κοινοποίηση προσωπικής εμπειρίας
4. Αξιοποίηση εξιδεικευμένης τεχνογνωσίας
5. Ολοκλήρωση εργασίας
6. Προσέλκυση κοινού

Τύποι πληθοπορισμού στη δημοσιογραφία

1. Ψηφοφορία

Δίνοντας προτεραιότητα στο κοινό να επιλέξει με ποια θέματα να ασχοληθούν οι δημοσιογράφοι



Ψηφοφορία: Παράδειγμα

Φόρμα υποβολής για θέματα που ενδιαφέρουν το κοινό από το ραδιοφωνικό σταθμό WBEZ στο Σικάγο, για την εκπομπή Curious City.

«Τι αναρωτιέστε για το Σικάγο, την περιοχή ή τους κατοίκους του που θέλετε να διερευνήσει το WBEZ; Θα επικοινωνήσουμε εάν εξετάσουμε την ερώτησή σας.»

Τα πρώτα δυο χρόνια ο ραδιοφωνικός σταθμός έλαβε περίπου 5,000 ερωτήσεις συνολικά, και από αυτές προέκυψαν 250 ιστορίες.

Η δημοσιογραφική ομάδα επέλεγε τρία θέματα κάθε φορά και οι ακροατές μπορούσαν ψηφίσουν το θέμα που προτιμούσαν.

WBEZ CHICAGO
CURIOUS CITY

What do you wonder about Chicago, the region or its people that you want WBEZ to investigate? We'll be in touch if we look into your question.

0/280

Name

Email address

Zip Code

Yes! Keep me informed about WBEZ

I wish to remain anonymous.

I am over 16 years old

I accept the [Terms of Service](#)

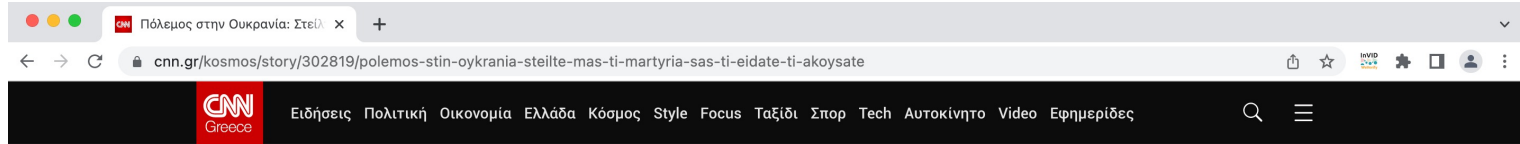
Τύποι πληθοπορισμού στη δημοσιογραφία

2. Μαρτυρία

Διαμοιρασμός βίντεο, φωτογραφιών ή πληροφοριών από άτομα που βρίσκονται στο κέντρο της δράσης, ιδιαίτερα σε έκτακτες ειδήσεις.



Παράδειγμα: Μαρτυρία



ΚΟΣΜΟΣ

Πόλεμος στην Ουκρανία: Στείλτε μας τη μαρτυρία σας - Τι είδατε, τι ακούσατε



Newsroom

Παρασκευή, 25 Φεβρουαρίου 2022 11:30

44   



Τύποι πληθοπορισμού στη δημοσιογραφία

3. Κοινοποίηση προσωπικής εμπειρίας

Πρόσκληση προς το κοινό να αποκαλύψουν κάτι από τις δικές τους εμπειρίες, με στόχο να ακουστούν και φωνές ή εμπειρίες από συγκεκριμένες κοινότητες που μπορούν να αναδείξουν νέες προοπτικές στις τυποποιημένες αφηγήσεις.



Παράδειγμα: Κοινοποίηση προσωπικής εμπειρίας

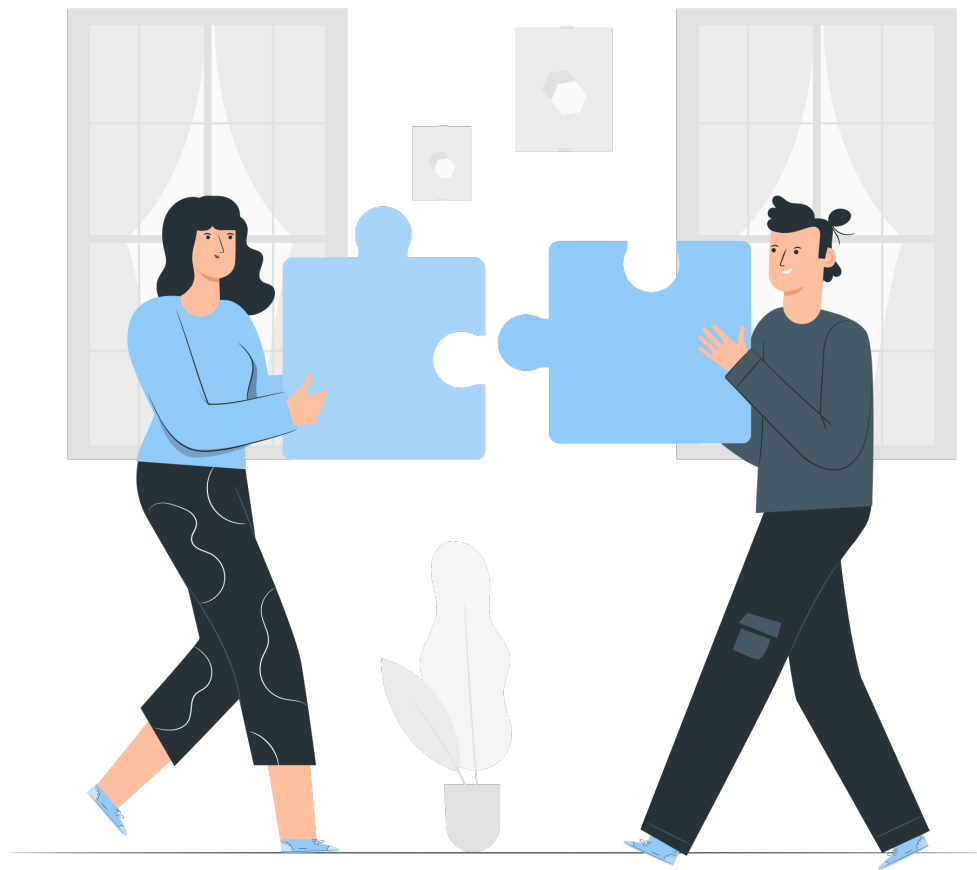
https://twitter.com/BBC_HaveYourSay

The image shows a screenshot of the Twitter profile for BBC_HaveYourSay. The profile header includes the Twitter logo, the name 'BBC_HaveYourSay' with a verified badge, and '36K Tweets'. The profile picture is a red circle with 'BBC NEWS HAVE YOUR SAY' text. The bio states: 'What's happening where you are? DM or @ us, WhatsApp +44 7756 165803, haveyoursay@bbc.co.uk, pics/vids - yourpics@bbc.co.uk Our terms: bbc.co.uk/terms'. It also shows '18.9K Following', '135.6K Followers', and 'Joined March 2008'. A tweet from March 8 asks 'What creative ways have you recycled plastics?' and provides contact info: '@BBC_HaveYourSay', 'haveyoursay@bbc.co.uk', '+44 7756 165803', and 'YourPics@bbc.co.uk'. The right sidebar features 'You might like' with accounts like Sky News, The Duke and Duchess of Kensington, and Channel 4 News, and 'Worldwide trends' with #FightSong, Rizekusu, and #MsMarvel.

Τύποι πληθοπορισμού στη δημοσιογραφία

4. Αξιοποίηση εξειδικευμένης τεχνογνωσίας

Οι δημοσιογράφοι αναγνωρίζουν ότι τα κενά στη γνώση που έχουν δε μπορούν να καλυφθούν με τις τυπικές δημοσιογραφικές πρακτικές και προσκαλούν άλλα άτομα, που κατέχουν εξιδικευμένες γνώσεις, για να τους βοηθήσουν.



Παράδειγμα: Αξιοποίηση εξειδικευμένης τεχνογνωσίας

The screenshot displays the Truly Media web application interface. The browser address bar shows the URL app.truly.media/collection/5fac172044b90b389adf64a5. The page title is "Conspiracies abo...". The interface includes a navigation menu on the left with options like "Create Collection", "Conspiracies abo...", "Anti-lockdown ...", "Climate Change", and "Mask Off Camp...". The main content area shows a grid of social media posts, including a Facebook post by Laura Huhtasaari - Suomi Takaisin and several posts from Facebook with verification buttons. The posts are sorted by "Date added (newest)" and show 1-10 of 25 items.

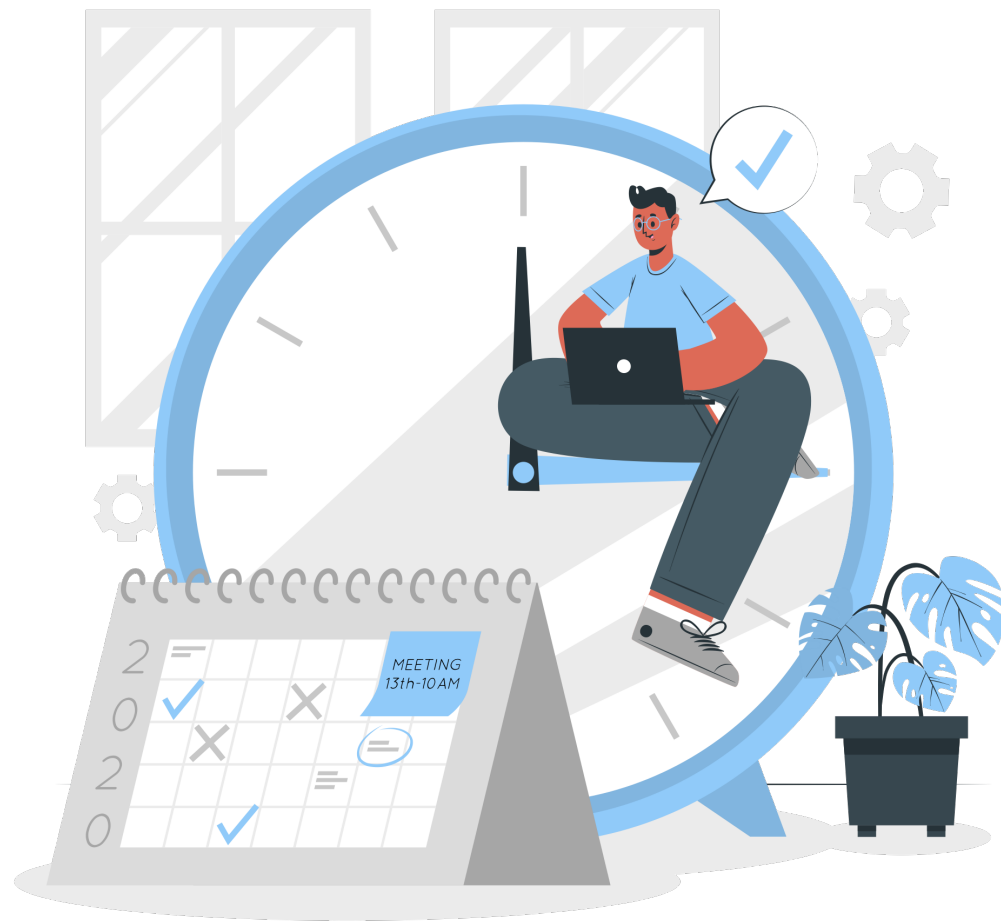
Truly Media:
Μια διαδικτυακή πλατφόρμα που αποσκοπεί να στηρίξει δημοσιογράφους στη διαδικασία επαλήθευσης ειδήσεων και αναρτήσεων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

<https://app.truly.media/login>

Τύποι πληθοπορισμού στη δημοσιογραφία

5. Ολοκλήρωση εργασίας

Πρόσκληση εθελοντικής συμμετοχής για την ολοκλήρωση μέρος ειδησεογραφικής αναφοράς όταν υπάρχει περιορισμένος χρόνος και πόροι.



Παράδειγμα: Ολοκλήρωση εργασίας

Εφημερίδα *The Guardian*

700,000 αρχεία που κυκλοφόρησε η Βουλή στο Η.Β. (από τα οποία 5,500 ήταν σε μορφή PDF), που αφορούσαν 646 βουλευτές.

Οδηγίες

Για κάθε απόδειξη μπορείτε:

- Να σχολιάσετε τα προσωπικά έξοδα
- Να δώσετε έμφαση στα έξοδα που έχουν ενδιαφέρον
- Να μας πείτε πόσο ενδιαφέρουσα είναι η απόδειξη
- Να μας βοηθήσετε σημειώνοντας τα ποσά που βλέπετε.

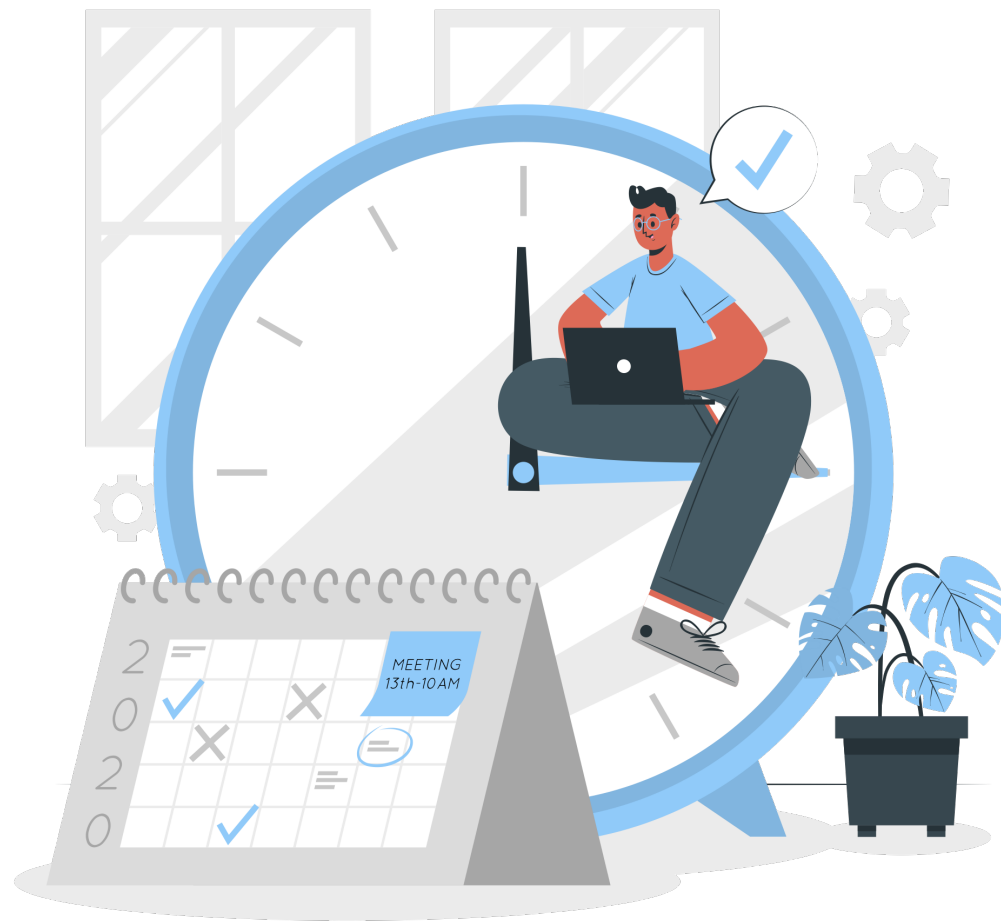
The screenshot shows a web browser displaying a Guardian article. The article title is "How to crowdsource MPs' expenses" by Simon Rogers, dated Thu 18 Jun 2009 15:34 BST. The article content includes a survey titled "What kind of page is this?" with options: Claim (An expense form), Proof (Receipt, invoice or purchase order), Blank (Nothing to see here), and Other (Something we haven't thought of). Below this is another survey: "Is this page interesting? Should we investigate further?" with options: Not interesting (e.g. a coversheet or stationery) and Interesting (It's significant expenses data). The article text states: "The Guardian has launched a unique experiment in crowdsourcing. Today the House of Commons has released thousands of MPs' receipts - 700,000 individual documents contained within 5,500 PDF files covering all 646 members of parliament. It's an enormous potential dataset - four years worth of expenses and every claim. Each MP's information could be up to 7MB of receipts covering their mortgages, second home purchases, duck...".

<https://www.theguardian.com/news/datablog/2009/jun/18/mps-expenses-houseofcommons>

Τύποι πληθοπορισμού στη δημοσιογραφία

6. Προσέλκυση κοινού

Συμμετοχή σε μηνύματα που κυμαίνονται από ενημερωτικά έως και διασκεδαστικά. Απώτερος σκοπός είναι η σύνδεση με το κοινό.



Παράδειγμα: Προσέλκυση κοινού

Εφημερίδα *The Guardian*

Αναγνώστες απαντούν
τις ερωτήσεις
αναγνωστών

The screenshot shows the homepage of The Guardian. At the top, there's a navigation bar with 'Support the Guardian' (Available for everyone, funded by readers) and a 'Show your support' button. The main navigation includes 'News', 'Opinion', 'Sport', 'Culture', 'Lifestyle', and 'More'. The article featured is 'Readers reply: how long could a person possibly live?' under the 'Notes and queries' section, specifically 'Ageing'. The article text discusses a long-running series where readers answer questions on various topics. A photograph shows an elderly woman celebrating her 100th birthday with a child. The article is dated Sun 13 Mar 2022 14:00 GMT. On the right, there's a promotional banner for 'Exclusive features for you, independent journalism for everyone' and a '50% off for three months' offer. Below that, a 'Most viewed' section lists several news items: 'Live Ukraine-Russia war latest news: Russian 'war machine' will target others after Ukraine, Zelenskiy warns - live', 'It's the right thing to do: the 300,000 volunteer hackers coming together to fight Russia', 'India court in Karnataka upholds ban on hijabs in colleges', 'They're lying to you: Russian TV employee interrupts news broadcast', and 'China has already decided to send economic aid to'.

Πληθοπορισμός: εργαλείο συνεργασίας

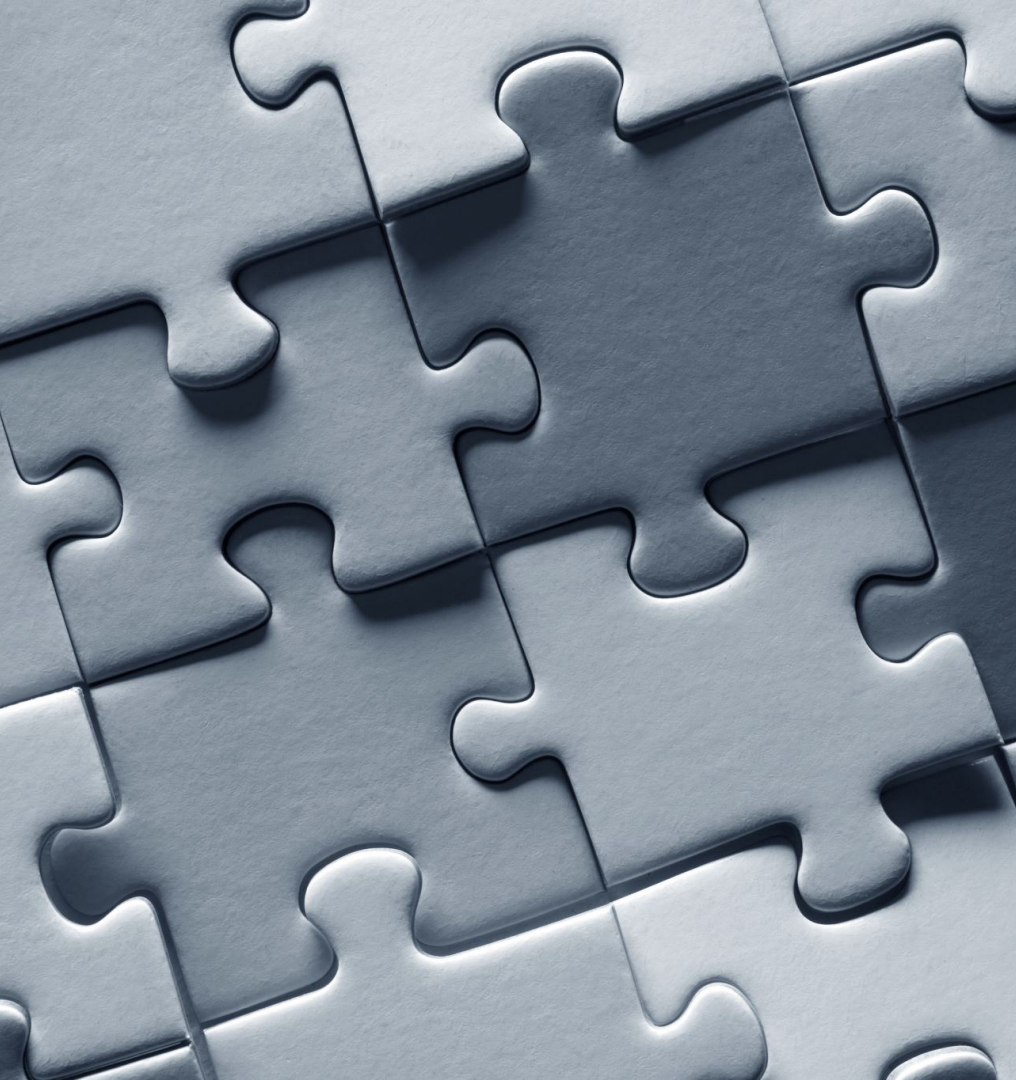
Δημοσιογράφος – Δημοσιογράφος
Δημοσιογράφος – Αναγνώστες
Δημοσιογράφος – Ειδικοί





Μέθοδοι πρόσκλησης

Ιστοσελίδα
Μέσω ειδησεογραφικής εφαρμογής
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης



Πληθοπορισμός: Πιθανά εμπόδια

Μπορεί να υπάρχει μειωμένη ανταπόκριση από το κοινό όταν υπάρχει ανοικτή πρόσκληση για συμμετοχή.

Κίνητρα για συμμετοχή

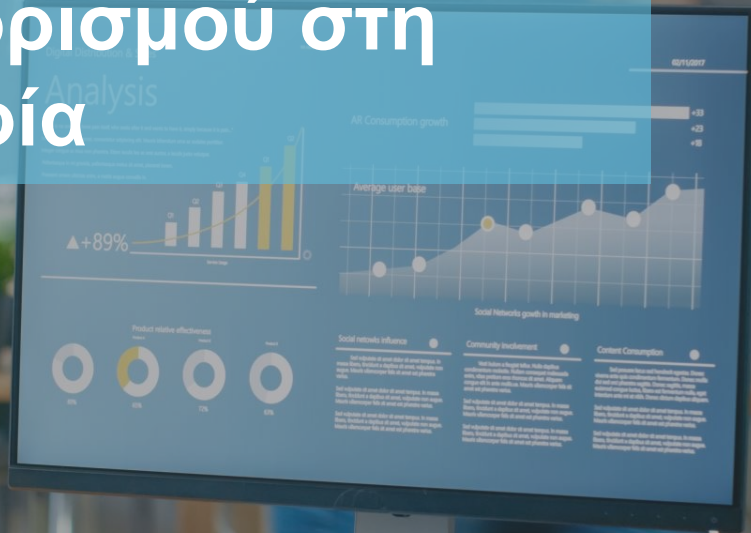
Το «πλήθος» που επιλέγει να συμμετέχει θέλει:

- Να συμβάλει στην κοινωνική αλλαγή
- Να συνεισφέρει στην ενημέρωση των συμπολιτών του
- Να μάθει από τη συμμετοχή (μέσω της διαδικασίας ή μέσω άλλων συμμετεχόντων)

Πηγή: Aitamurto, T. (2015). Motivation factors in crowdsourced journalism: Social impact, social change, and peer learning. *Social Change, and Peer Learning* (October 16, 2015). *International Journal of Communication*, 9, 3523-3543.



Συμβουλές για την υιοθέτηση του πληθοπορισμού στη δημοσιογραφία



Προσδιορίστε ξεκάθαρα τους στόχους σας

Καθορίστε τις αρχικές σας προθέσεις με σαφή και συνοπτικό τρόπο, ώστε το έργο σας να μην παραβλέπει τους αρχικούς σας στόχους.

Προσδιορίστε σε ποιο «πλήθος» θα στοχεύσετε

Χρειάζεστε βοήθεια από ειδικούς; Από συγκεκριμένες ομάδες ατόμων ή γενικότερα από οποιοδήποτε ενδιαφέρεται για το θέμα;

Τα κίνητρα είναι απαραίτητο συστατικό

Για την κινητοποίηση του πλήθους πρέπει να ληφθούν υπόψη τα κίνητρα που θα ωθήσουν κάποιον/α να συμμετέχει. Τα κίνητρα συνδέονται άμεσα με το πλήθος στο οποίο θα απευθυνθείτε.

Επιλέξτε την κατάλληλη μέθοδο πρόσκλησης

Επιλογή μέσω ιστοσελίδα, εφαρμογής, ή ΜΚΔ αναλόγως του
«πλήθους»

Αυτο-αξιολόγηση

Στο τέλος κάθε έργου πληθοπορισμού, αναλογιστείτε σε ποιο βαθμό ήταν επιτυχημένο και γιατί (ή γιατί όχι). Αυτή η αυτο-αξιολόγηση πιθανόν να βελτιώσει μελλοντικές προσπάθειες.



Συζήτηση

Έχετε κάποια παραδείγματα εφαρμογής του πληθοπορισμού από τη δική σας εμπειρία;



Εξοικείωση με εργαλεία

Εργαλεία και παραδείγματα

Παράδειγμα 1

Τύπος πληθοπορισμού: Κοινοποίηση προσωπική εμπειρίας

Εργαλείο: Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Παράδειγμα 2

Τύπος πληθοπορισμού: Ψηφοφορία

Εργαλείο: Google Forms

Παράδειγμα 3

Τύπος πληθοπορισμού: Αξιοποίηση εξειδικευμένης τεχνογνωσίας & ολοκλήρωση εργασίας

Εργαλείο: Truly Media

Παράδειγμα 1: Κοινοποίηση προσωπικής εμπειρίας

ΣΤΟΧΟΣ:

Θέλετε να προσκαλέσετε το κοινό να μοιραστεί μαζί σας κάτι από τις δικές τους εμπειρίες σε σχέση με ένα επιστημονικό θέμα. Η πρόσκληση πρέπει να περιέχει μια ερώτηση ανοικτού τύπου και να έχει προσωπικό χαρακτήρα.

Μέσω αυτής της διαδικασίας μπορούμε να συλλέξουμε εμπειρίες που μπορούν να αναδείξουν νέες προοπτικές στις τυποποιημένες αφηγήσεις για ένα επιστημονικό θέμα.

Παράδειγμα:

Θέμα ενδιαφέροντος: Βιωσιμότητα

Πρόσκληση για συμμετοχή:

Με ποιους δημιουργικούς τρόπους ανακυκλώνετε; Στείλτε μας τη δική σας ιστορία και τις ερωτήσεις σας.

Δική σας σειρά

Θέμα:

Περιβάλλον και παραπληροφόρηση

- Εσείς τι ερωτήσεις θα κάνατε για να ενθαρρύνετε τη συμμετοχή του κοινού στα ΜΚΔ;
- Σε ποιο ΜΚΔ και γιατί;

Παράδειγμα 2: Ψηφοφορία

ΣΤΟΧΟΣ:

Θέλετε να δώσετε προτεραιότητα στο κοινό να επιλέξει με ποια θέματα να ασχοληθούν οι δημοσιογράφοι είτε μέσω:

- A) ανοικτής πρόσκλησης για υποβολή συγκεκριμένων θεμάτων που να ενδιαφέρουν τους αναγνώστες, ή
- B) Επιλογή συγκεκριμένων ιδεών για περαιτέρω διερεύνηση

Εργαλείο: Google Form

Παράδειγμα:

<https://forms.gle/N8mNYcwAQJ41tXLR6>

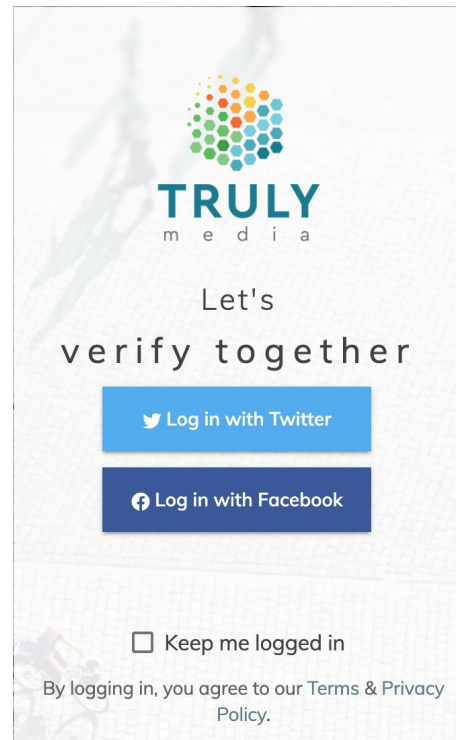
Παράδειγμα 3: Αξιοποίηση εξειδικευμένης τεχνογνωσίας & ολοκλήρωση εργασίας

ΣΤΟΧΟΣ:

Έχετε εντοπίσει άρθρα ή αναρτήσεις στο διαδίκτυο οι οποίες δεν σας φαίνονται αληθείς. Θέλετε να μαζέψετε αυτές τις πληροφορίες και να τις μοιραστείτε με άτομα που να έχουν πείρα στην επαλήθευση πληροφοριών (π.χ. οργανισμών fact checking)

Εργαλείο: Truly Media

<https://app.truly.media/login>



Ευχαριστούμε

jouredis.cut.ac.cy



#jouedisproject

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου



ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ
ΝΕΑ ΜΕΣΑ, ΝΟΗΣΗ ΚΑΙ ΜΑΘΗΣΗ



ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ



ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

