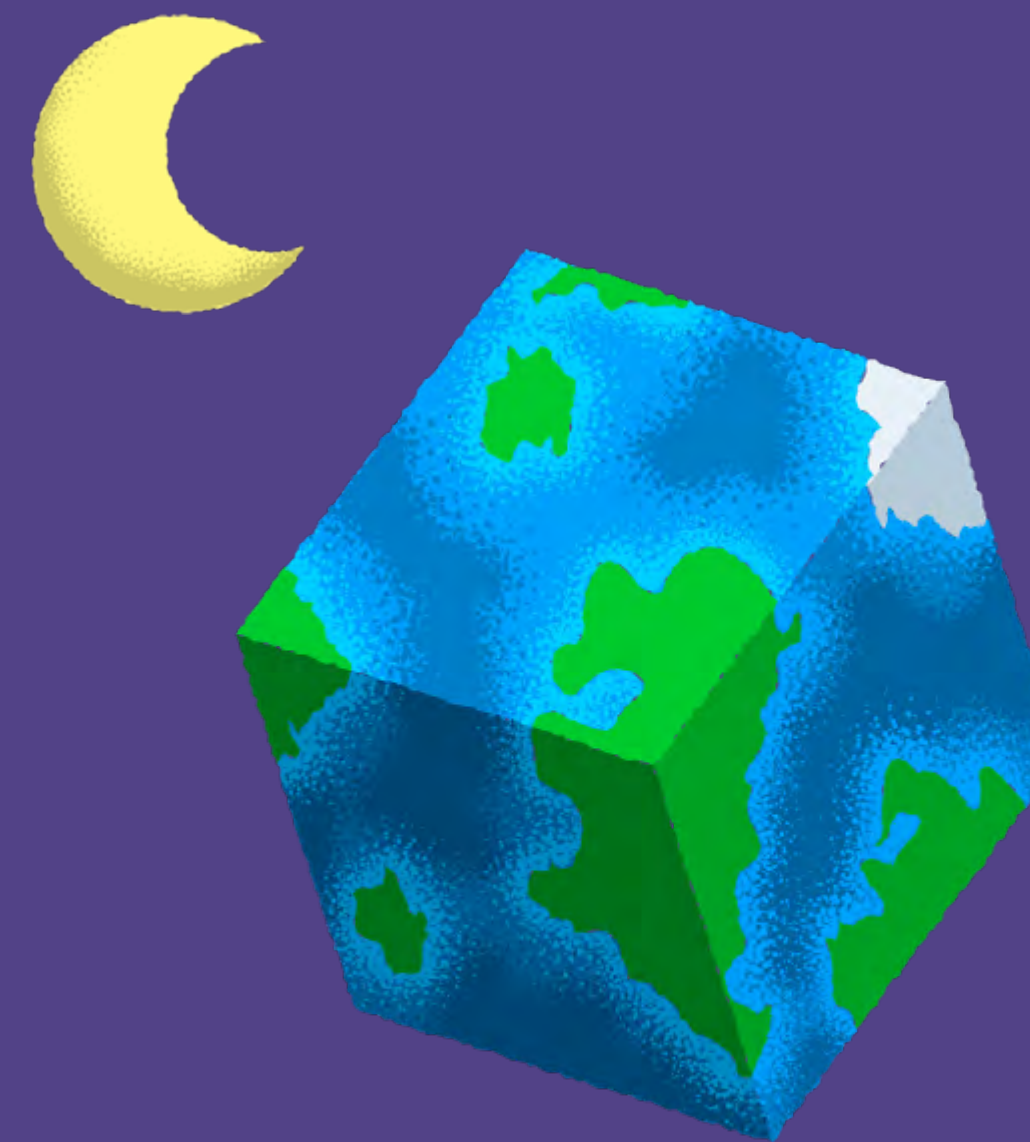


Scurt ghid pentru o informare corectă



Un material realizat de Bloc Zero împreună cu Scena9

Autor: Andrei Petre
Editor: Andra Matzal
Grafică și DTP: Studio Fluid



Scena9

Co-finanțat de:



Proiectul nu reprezintă în mod necesar poziția Administrației Fondului Cultural Național. AFCN nu este responsabilă de conținutul proiectului sau de modul în care rezultatele proiectului pot fi folosite. Acestea sunt în întregime responsabilitatea beneficiarului finanțării.

Partener



1. Știri & știri false. Informare & dezinformare

Ai fost pe fază pe 19 august, când România TV a răspândit la televizor și în rețelele sociale o informație referitoare la vloggerul Selly, care ar fi făcut un accident cu mașina? Articolul a fost apoi preluat și publicat de Libertatea, Digi24 și de alte redacții din România, a fost citit și distribuit instantaneu de zeci de mii de oameni.

O zi mai târziu, vloggerul a postat pe canalul lui de YouTube un videoclip în care povestea că și-a înscenat accidentul pentru a arăta cât de ușor se răspândește o știre falsă (*fake news*, în engleză). [Videoclipul](#) pe care îl trimisese către presă era regizat în așa fel încât să pară filmat de un copil, imitând o estetică de tip imagine de amator. Pentru mașină folosise un model 3D, iar imaginea fusese editată de cineva cu experiență în domeniul efectelor speciale, ca să arate cât mai credibil.

Până când Selly a dezvăluit că accidentul era o înscenare, informația ajunsese deja la milioane de persoane și fusese considerată adevărată.

De ce ar trebui să ne pese, totuși, că există știri false și de ce sunt ele periculoase? Înainte să intrăm în această discuție, ar trebui să înțelegem clar ce sunt știrile false. Dar ca lucrurile să fie și mai clare, să lămurim și **ce sunt știrile**.



1. Știri & știri false. Informare & dezinformare

Știrile sunt texte concise, scrise de jurnaliști, care au rolul de a te informa corect în legătură cu ce se întâmplă în societate. Pentru a face asta, jurnaliștii oferă informații actuale, relevante și verificate din minim trei surse de încredere, de preferat surse oficiale, precum instituții publice, sau experți. Poți să dai de știri la televizor, în ziare sau pe site-urile unor publicații de presă. Publicațiile de presă își distribuie știrile și în rețele de social media, dar nu sub formă de text, ci sub formă de link către articolul din site-ul lor.

Așadar, dacă unchiul tău îți trimite pe WhatsApp mesajul *Guvernul ne interzice să ieșim din casă atunci când ninge*, aceasta nu este o știre, ci doar o răspândire de zvonuri. Ca ea să fie știre, ar fi trebuit să îți trimită un link de la un articol de pe un site al unei publicații de presă în care să existe această informație. Iar informația ar fi trebuit să fie bazată pe declarații, decizii oficiale ș.a.m.d.





Trebuie să ții cont însă că nu orice site care se autointitulează publicație de presă răspândește știri. Cel mai bine e să cauți pe Google informația pe care ai primit-o și să vezi dacă o găsești și pe site-uri ale publicațiilor de presă despre care știi că sunt credibile.

Pe scurt, știrile au rolul de a te informa în legătură cu ceva relevant și important care se întâmplă în societate și care îți poate afecta viața. De exemplu: Cum poți să votezi? S-au mărit taxele și impozitele? S-au închis

granițele unei țări? În ce condiții reîncepe școala în pandemie?

Nu orice informație este însă o știre. De exemplu, „formula chimică a apei este H₂O” este o informație generală, în timp ce „în peste 800 de comune curge apă nepotabilă fără ca oamenii să fie anunțați” este o **știre**. Diferențele constau în faptul că cel de-al doilea exemplu are un element de noutate și prezintă o situație de interes public - faptul că apa din acele comune este contaminată.

De asemenea, informațiile publicate de unii politicieni nu au scopul de a te informa, ci de a te face să crezi în ei, de a-i discredita pe adversarii lor politici și de a te face să îi votezi.

Ca să te orientezi prin tonele de informații din nenumărate surse pe care le primim cu toții zilnic, e esențial să ții minte că nu orice informație transmisă printr-un link sau un mesaj oarecare e o știre.

Știrile false (*fake news*) sunt materiale care iau forma știrilor, dar care, în loc să redea o situație adevărată, prezintă în mod intenționat informații false sau scoase din context, cu scopul de a-l manipula pe cel care le citește, ascultă etc.



Înainte să vorbim pe larg despre știrile false, ca să înțelegem cum ne afectează ele, mai avem nevoie să facem o distincție importantă. Iar pentru asta, revenim la cazul „accidentului” lui Selly, în care nu putem vorbi, cu certitudine, despre o rea intenție din partea redacțiilor ziarelor și televiziunilor care au difuzat informația fără să o verifice. Pur și simplu a fost vorba despre o eroare umană sau de lipsă de profesionalism, pentru că nu l-au sunat pe Selly să îl întrebe dacă accidentul chiar a avut loc, așa cum cere meseria de jurnalist.

Astfel, nu avem de-a face cu un caz clasic de **fake news**. Aici putem vorbi mai degrabă despre **dezinformare (disinformation)** sau de **informare greșită (misinformation)**. Acestea pot fi accidentale, atunci când jurnaliștii nu verifică atent informațiile, dar pot fi și deliberate.

Dezinformarea este o practică extrem de răspândită, pe care o folosesc deopotrivă politicienii, când vor să-și înșele alegătorii sau să-și saboteze oponentii, dar și diferite grupări care promovează diferite convingeri și ideologii, cum ar fi mesajele anti-vaccin, conspirațiile împotriva minorităților sexuale sau etnice, conspirațiile extremiste care susțin că un anumit popor sau o anumită rasă este superioară altora, sau conspirațiile care susțin că pământul este plat.



Chiar așa:

Tu crezi că ai fost vreodată dezinformat?

Dar cu știrile false ții minte să te fi întâlnit?

2. Cum am ajuns să vorbim despre *fake news*

Deși dezinformarea se practică sub forme diferite dintotdeauna, **fake news** e un concept relativ recent, și tot mai răspândit, ale cărui implicații pentru indivizi și societate sunt studiate de jurnaliști și cercetători. S-a popularizat masiv în SUA, odată cu începutul mandatului de președinte al lui Donald Trump. În timpul mandatului său, Trump a început să folosească termenul de *fake news* pentru a-i critica pe cei care nu îl susțin. De exemplu, în 2017, Donald Trump l-a acuzat pe un reporter al redacției de presă americane CNN că „este *fake*

news”. Președintele a refuzat să răspundă la întrebările jurnalistului, deși CNN este unul dintre cele mai respectate trusturi de presă din SUA. Trump a ales să îi discrediteze pentru că erau critici la adresa lui.

Pe **4 decembrie 2016**, după alegerile prezidențiale din SUA, știrile false au dus, printre altele, la un incident cât se poate de real. Un american a intrat cu o mitralieră într-o pizzerie din Washington. Acolo i-a amenințat pe angajați cu arma și a încercat să caute beciul pizzeriei, unde, dacă

e să ne luăm după datele în care credea acesta, aveau loc ritualuri satanice. Pizzeria nu avea însă niciun beci. Acțiunile tânărului de 28 de ani au fost alimentate de către o teorie a conspirației născută din *fake news* și despre care **citise pe numeroase site-uri**. Conspirația poartă numele de Pizzagate.



2. Cum am ajuns să vorbim despre *fake news*

Conform informațiilor false care au creat conspirația Pizzagate, Hillary Clinton, contracandidata democrată a lui Trump la alegerile prezidențiale din SUA, ar fi făcut parte dintr-o rețea de pedofili și de traficanți de minori, iar pizzeria Comet Ping Pong din Washington DC, unde tânărul s-a dus înarmat, ar fi fost un loc de întâlnire pentru un grup de sataniști din care făcea parte și Hillary Clinton.

Conform BBC, știrile false despre Pizzagate au apărut și s-au viralizat pe platforme precum 4chan, 8chan și

Twitter, Reddit, YouTube și Facebook. În plus, printre cei care au încercat să răspândească informațiile false despre Pizzagate au fost și trolii de la „Internet Research Agency”, o agenție de cercetare din Rusia, care este susținută de guvernul rus. Trolii au folosit identități false și au răspândit *fake news* care susțineau teoriile conspirației despre Hillary Clinton.

În cazul acesta, în Rusia, de exemplu, ai putea chiar să te angajezi și să lucrezi ca trol. Ai sta la birou toată ziua și ai posta pe net informații

controversate ori false, sau te-ai certa cu oamenii în comentarii pe Facebook, Twitter sau Instagram. Ai lucra cot la cot cu trolii care, în timpul alegerilor prezidențiale din SUA din 2016, au răspândit teorii conspiraționiste despre candidați, precum Pizzagate, sau, în mai 2016, au organizat două proteste în același loc din Texas, unul pro Islam și altul anti Islam. Trolii fac acest lucru pentru că nu susțin neapărat vreo cauză; unii o fac doar pentru bani, alții doar ca să provoace conflicte pentru a destabiliza societatea. Ceea ce își doresc și cei care finanțează



trolii, să aprindă ura și să incite categorii de oameni împotriva altora: tineri versus bătrâni, progresiști versus conservatori, heterosexuali versus homosexuali ș.a.m.d.



Dacă nu știi ce e un trol, iată aici definiția: trolul este o persoană care încearcă intenționat să nască conflicte și să-i enerveze pe alții pe internet. Sigur ai întâlnit cel puțin unul. El poate să facă asta din proprie inițiativă, pentru a se distra sau pentru a obține bani, sau plătit de cineva, pentru a-i reprezenta interesele.

Ca să înțelegi cât de puțin le pasă celor care răspândesc *fake news*, hai să ne mai uităm puțin la alegerile din America din 2016. Atunci, una dintre cele mai active grupări care au răspândit *fake news* care îl avantajau pe Donald Trump au fost niște adolescenți dintr-un orășel din Macedonia. Au făcut acest lucru doar pentru bani, fără să le pese de consecințele negative. Știrile false le aduceau multe click-uri, așa că au profitat de oameni pentru a obține bani din reclame. Un tânăr de 19 ani din Macedonia care a răspândit *fake news* pro Trump a declarat pentru

BBC că avea colegi care câștigau mii de euro pe zi doar din răspândirea știrilor false. Conform declarațiilor sale, el însuși câștiga mai puțin, doar 1.800 de euro pe lună, în condițiile în care salariul mediu în Macedonia e mai mic de 800 de euro. Alegerea lui Trump, la care au contribuit aceste știri false, a însemnat începutul unui conduceri anti-democratice în țara considerată până atunci drept etalonul democrației în lume.



Poate că alegerile prezidențiale din SUA și trolii din Rusia ți se par îndepărtați de viața ta, iar Pizzagate ți se pare o poveste caraghioasă, dar știrile false iau forme extrem de diferite și își fac loc în realitatea noastră apropiată. Lor le poate cădea pradă oricine, indiferent că vorbim de profesori, părinți, prieteni – nici măcar tu nu ești invincibil în fața dezinformării și a informării greșite. Dar să le luăm pe rând.

3. Dezinformare, *fake news*, informare greșită

Cristina Lupu e directoare a Centrului pentru Jurnalism Independent (CJI) și profesor de educație media. Alături de alți colegi de-ai ei de la CJI, învață profesorii și liceeni din România să respecte rolul mass media într-o societate democratică, să distingă informația de propagandă și să folosească responsabil rețelele sociale, unde toți petrecem o mult prea mare parte a timpului. Cristina spune că, înainte de toate, ar trebui să vorbim despre **dezinformare**.

„Termenul *fake news* a ajuns să fie folosit atunci când nu îți convine informația, când te critică cineva”. Într-un [status](#) postat pe Twitter în 2018, Donald Trump confirmă ce spune Cristina. Din tweetul lui reiese că, pentru el, „fake news” înseamnă, cum spuneam mai sus, știrile care îl critică. Cu alte cuvinte, a acuza pe cineva că răspândește știri false a devenit și o formă de a arunca îndoiala asupra celui care te critică și de a deturna atenția asupra greșelilor și neregulilor de care ești acuzat.



3. Dezinformare, *fake news*, informare greșită

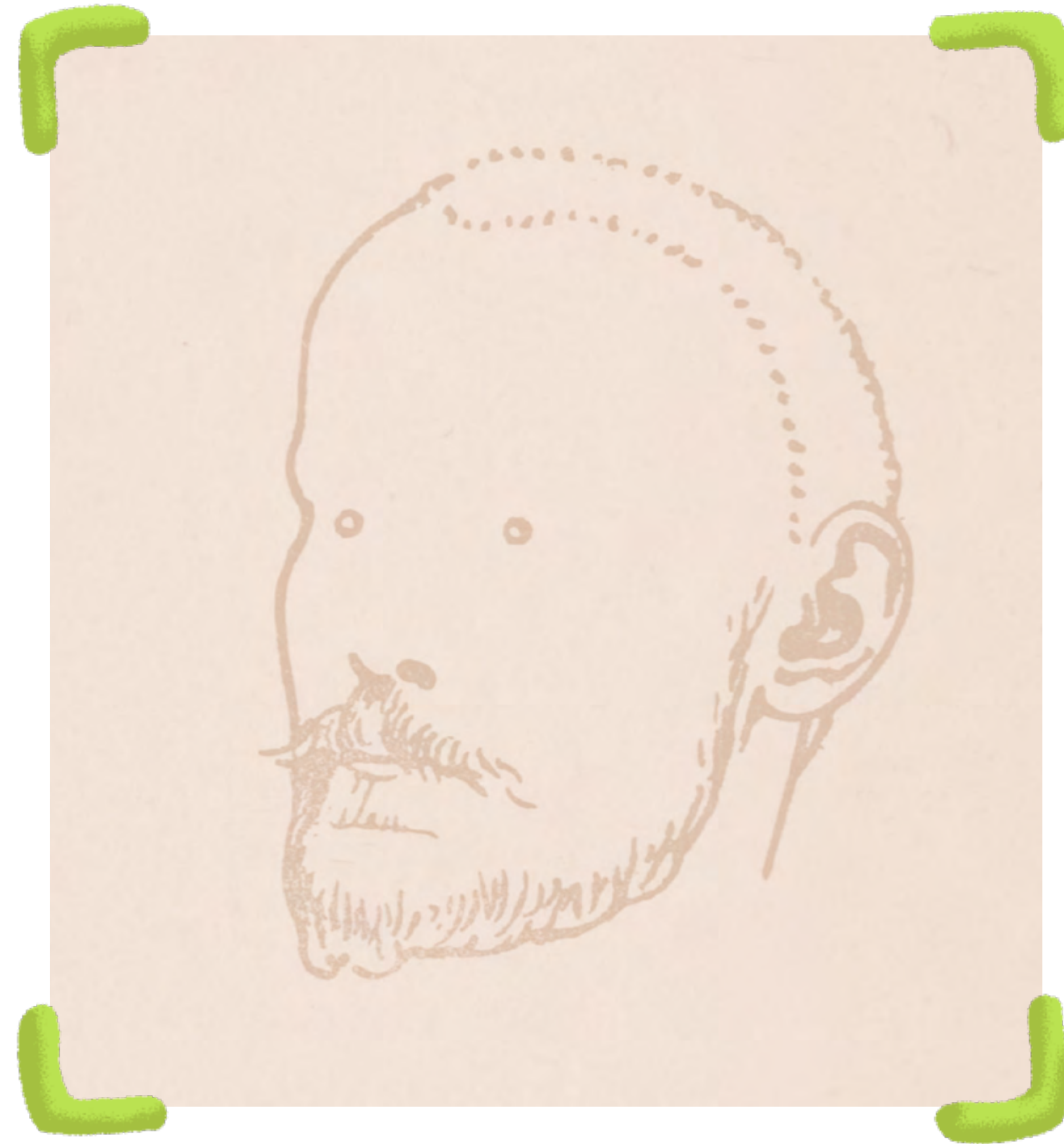
Facebook a renunțat să mai vorbească despre *fake news* încă din 2017, atunci când [a înlocuit](#) sintagma cu cea de *false news*, tocmai pentru că sensul *fake news* a fost denaturat și oamenii nu mai înțelegeau despre ce este vorba.

Dezinformarea e un fenomen mai amplu și, potrivit Cristinei Lupu, **distribuirea de *fake news* este doar o tehnică folosită pentru a dezinforma.**

Conform **definiției** din **dicționarul Cambridge**, **dezinformarea este acțiunea de a răspândi informații false cu scopul de a induce pe cineva în eroare. Ea are efecte puternice, atât politic, cât și social. Pe plan politic, te poate face să votezi oameni incapabili, incompetenți sau care au probleme cu legea, iar pe plan social, te pot face să crezi, de exemplu, că persoane care au altă etnie, naționalitate sau orientare sexuală merită rănite, exterminate sau excluse din societate. Sau te poate determina să crezi lucruri greșite, pe care știința le demontează.**

Dezinformarea mai poate fi făcută cu ajutorul teoriilor conspirației și a pozelor și videoclipurilor trucate. Oamenii pot fi dezinformați și cu ajutorul unor fotografii și videoclipuri scoase din context. [De exemplu](#), în timpul protestelor împotriva rasismului poliției din SUA din 2020, a circulat un clip care dorea să prezinte cum o persoană de culoare este arestată de poliție fără un motiv clar. În clip, victima susține că polițiștii îl confundă cu altcineva. Când este încătușat, le cere ofițerilor să-i verifice portofelul. După ce fac asta, polițiștii îl eliberează

pentru că își dau seama că, într-adevăr, l-au confundat. Persoana din videoclip a fost prezentată drept agent FBI și s-a insinuat că polițiștii l-au eliberat după ce i-au văzut insigna de la FBI. Ulterior, s-a dovedit că victima nu lucra la FBI. Mai mult, clipul nici măcar nu era din timpul protestelor, ci fusese filmat în 2019. La fel cum am văzut și în exemplul lui Selly, prezența imaginilor nu garantează că informația pe care o reprezintă este adevărată.





În timpul pandemiei, în România [a circulat](#) un „articol” cu titlul „UN TIR PLIN CU CADAVRE A FOST DEPISTAT AZI DIMINEAȚĂ ÎN CAPITALĂ! 250 DE PERSOANE SE PRESUPUNE CĂ TOȚI SUNT MORȚI DE COVID”. Acest „articol” era ilustrat de o poză cu un tir care căra saci negri ce conțineau cadavre, dar fotografia nu era din România și nici din timpul pandemiei, ci din 2018, din Mexic.

Gândiți-vă cât de ușor putem falsifica astăzi informații și acuzații la adresa cuiva și cât de repede se răspândesc: niciodată în istoria omenirii informațiile nu au circulat cu atâta viteză și eficiență. Odată cu această putere pe care o avem cu toții prin accesul la tehnologie, vine însă și **o mare responsabilitate față de informațiile pe care le consumăm, creăm și dăm mai departe.**

Pe lângă dezinformare cu intenție, mai există **și informarea greșită sau *misinformation*.** Vorbim despre *misinformation*, iar nu despre *disinformation* atunci când **cel / cea care răspândește informațiile crede că ele sunt adevărate.**

Ai în minte vreun exemplu când ție sau cuiva cunoscut i s-a întâmplat să creadă anumite lucruri, pe care să le transmită mai departe, dar care să se dovedească false? Cu siguranță ai trecut prin asta, și nu ești singurul(a).

Pe 5 august, într-un comunicat de presă în care vorbea despre scenariile de începere a școlii, Klaus Iohannis **a răspândit** fără să vrea o *informație falsă* despre formula de calcul prin care urma să se decidă cum vor reveni elevii la școală. A doua zi, Administrația Prezidențială

a corectat eroarea printr-un alt comunicat de presă și a recunoscut că Președintele fusese informat greșit.

De cele mai multe ori însă, corecturile și variantele adevărate nu mai ajung la toți cei care au primit și distribuit informațiile false. **Un studiu** publicat în 2018 a analizat modul în care 3 milioane de oameni au răspândit aproximativ 126,000 de povești. Studiul a arătat că **informațiile false circulă mult mai repede decât minciuna**. Unul dintre autorii studiului **a explicat** pentru o publicație din SUA că

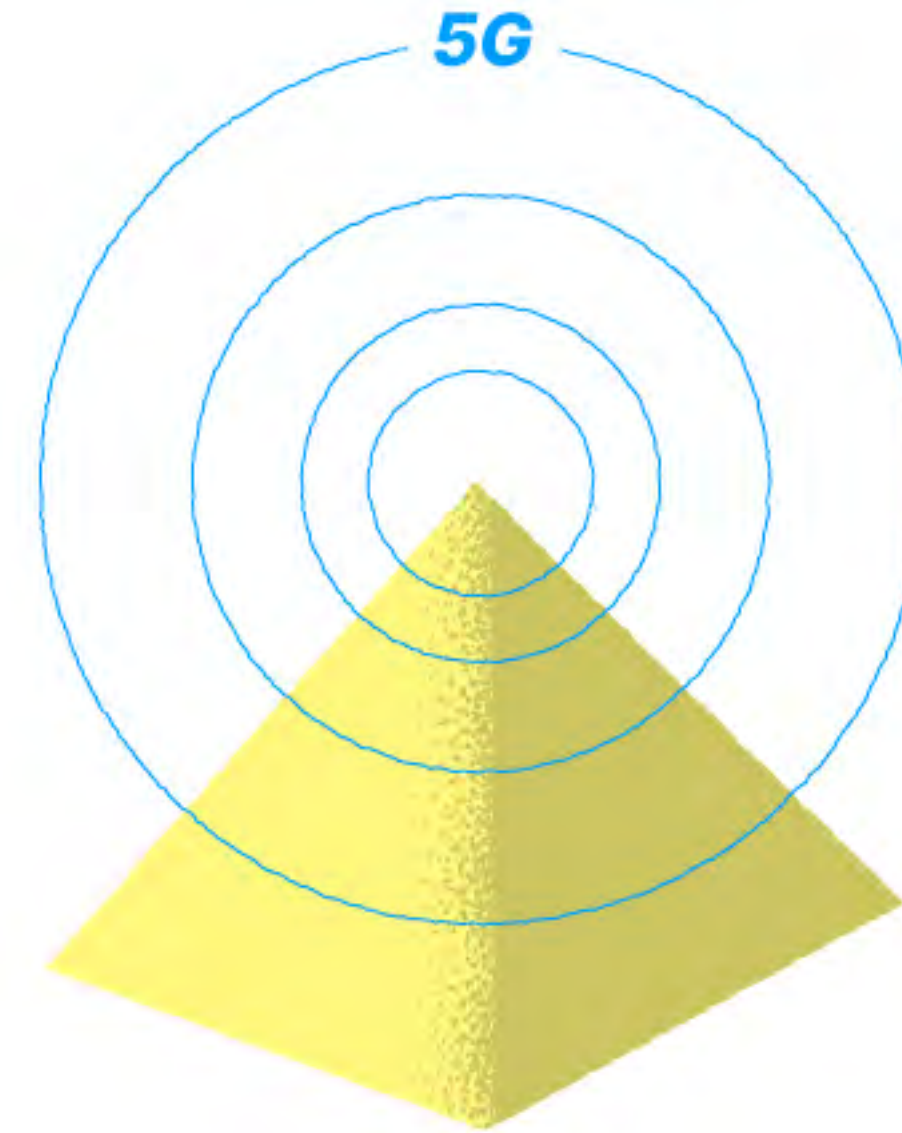
acest lucru se întâmplă din pricina tendinței oamenilor de a distribui mai degrabă știri false decât unele adevărate. El mai spune că cercetătorii nu au reușit să înțeleagă de ce, pentru că, în mod evident, nu pot intra în capul celor care răspândesc aceste informații. Acestei observații i se adaugă și faptul că rețelele sociale sunt un mediu bun de transmitere a unor informații menite să inflameze spiritele. Gândiți-vă ce sună mai palpitant: „A fost găsit un tir plin cu cadavre” sau „Cei care au scris că s-a găsit un tir plin cu cadavre mint”?



4. Conspirații

De obicei, dezinformarea și informațiile false merg mână-n mână cu apariția și răspândirea teoriilor conspiraționiste. Dacă nu știi ce-i o **teorie conspiraționistă**, **hai să-i dăm o definiție.**

O teorie a conspirației este o explicație a unei situații relativ complexe, în care se dă vina pe un grup de persoane puternice, care ar fi complotat împotriva unui alt grup social. De obicei, conspiraționiștii cred că acest grup de persoane influente doresc să conducă lumea din umbră (dacă nu o conduc deja), că vor să le facă rău celorlalți sau să le ascundă adevărul.



Cele mai populare teorii ale conspirației sunt teoria pământului plat, care susține că pământul este plat și că oamenii de știință ascund adevărul, și teoria că lumea este condusă din umbră de o grupare secretă numită Illuminati, care organizează cele mai importante evenimente care se produc și care dorește să reducă numărul populației lumii. Poveștile din jurul acestor scenarii sunt extrem de elaborate, iar fiindcă sună extrem de palpitant, mulți oameni le cad pradă.

Poate mai ții minte că în toamna anului 2017, în mai multe județe din țară au fost organizate **proteste împotriva vaccinării** obligatorii. La ele au participat sute de oameni care s-au poziționat împotriva măsurii de a introduce obligativitatea vaccinării copiilor împotriva mai multor boli. Ei se bazau pe informații false, care susțineau că vaccinurile provoacă afecțiuni precum autismul sau Sindromul Down, chiar dacă autoritățile și cercetătorii **au spus** că nu există astfel de riscuri. Unul dintre principalii pionieri care au răspândit la noi

fake news despre vaccinuri a fost Olivia Steer, o fostă prezentatoare de televiziune, care a răspândit teorii care susțineau că vaccinurile conțin cantități uriașe de aluminiu și că îi îmbolnăvesc pe copii sau le provoacă autism. Deși toate acestea au fost demontate de oameni de știință, informațiile au fost distribuite masiv pe grupuri de Facebook ale susținătorilor medicinei alternative și ale oamenilor care negau eficiența vaccinării.

În 2018 a avut loc Referendumul pentru Familie, prin care mai multe grupări conservatoare

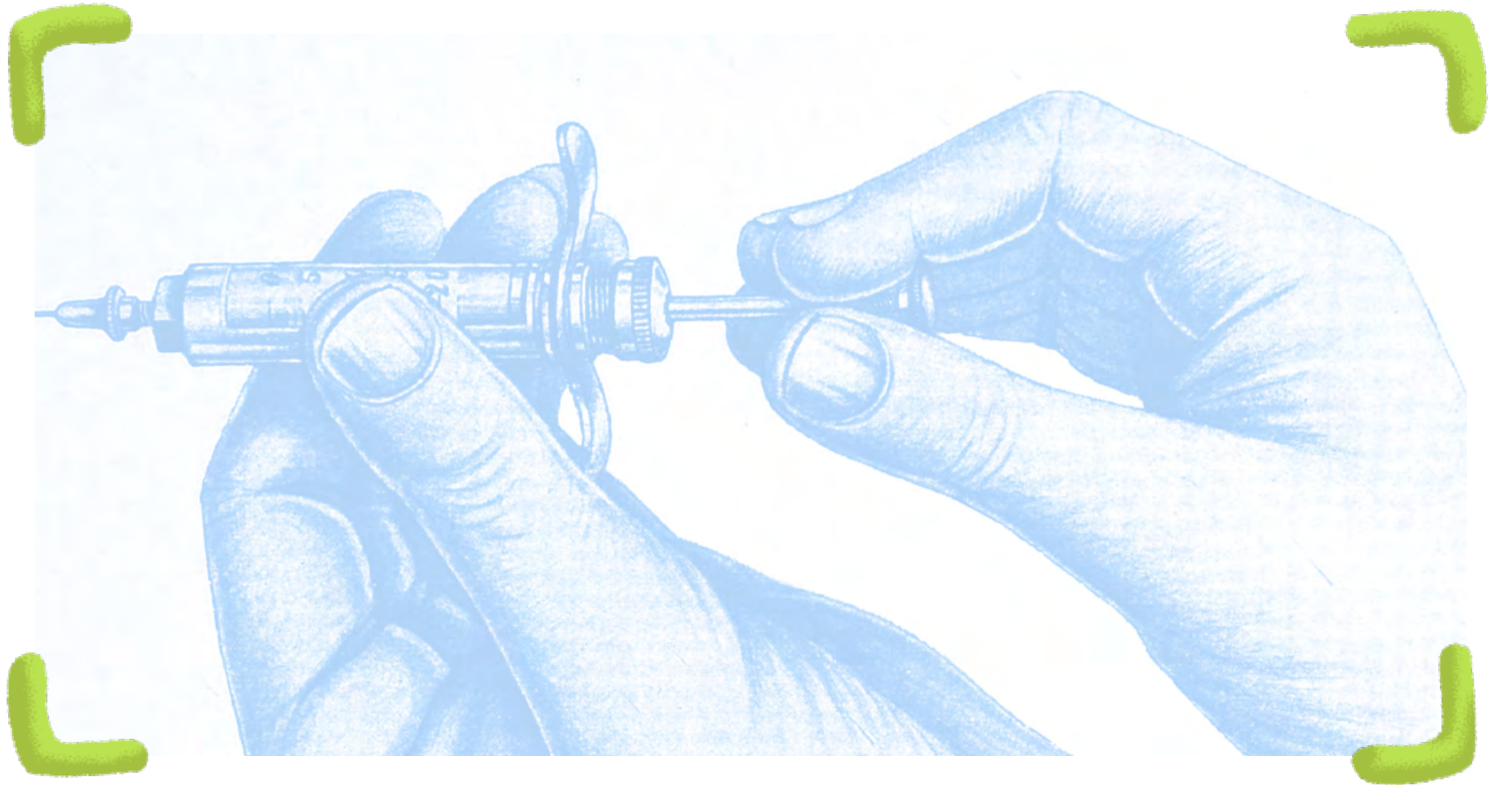
doreau **modificarea** Constituției, astfel încât sintagma „căsătorie între soți” să fie înlocuită cu „căsătorie între un bărbat și o femeie”. Cu alte cuvinte, doreau să elimine prin lege posibilitatea ca pe viitor cuplurile de același sex să se poată căsători. În octombrie, cu puțin timp înainte de vot, prin mai toate canalele de presă și pe numeroase site-uri s-a dus o campanie de dezinformare împotriva comunității LGBT din România, din care fac parte minoritățile sexuale. În timpul acesteia, **au circulat** materiale de dezinformare care

susțineau lucruri neadevărate, ca de exemplu că „dacă nu vii la vot, doi bărbați vor adopta copilul tău”. Aceste informații erau false, dar erau folosite pentru a induce panică în rândul oamenilor cu tendințe conservatoare și, implicit, pentru a incita la ură împotriva persoanelor care nu sunt heterosexuale.

Mai recent, dezinformarea privind rețelele de telecomunicații a creat pagube materiale în Europa. Până **în mai**, în Marea Britanie au fost incendiate 77 de antene 5G și 40 de angajați ai

companiilor de telecomunicații au fost atacați din cauza unor teorii ale conspirației care susțin că tehnologia 5G duce la răspândirea COVID-19.

Și în România, pe 15 și 16 mai, **dezinformarea** a scos în stradă sute de oameni care au protestat împotriva măsurilor luate de autorități pentru a preveni răspândirea infecției cu COVID-19. Persoanele ieșite la protest susțineau faptul că virusul nu există sau că nu este atât de grav pe cât spun autoritățile. Protestatarii nu au respectat distanțarea socială și nu au purtat mască.



Mai târziu, pe 10 august, peste 200 de oameni s-au adunat în Piața Victoriei din București, cu pancarte cu mesaje de susținere pentru Donald Trump, cu mesaje împotriva vaccinării, dar și mesaje împotriva unei presupuse grupări secrete. Ei erau membri ai QAnon România, o filială a unei [conspirații globale de extremă dreapta](#), care susține că președintele american Donald Trump se luptă cu *oculta mondială*, o grupare secretă satanistă care practică pedofilia și care conduce lumea din umbră. Aceștia au protestat împotriva măsurilor

luate pentru prevenirea răspândirii pandemiei, împotriva purtării măștilor și împotriva masoneriei. Informațiile pe care le răspândesc sunt complet false, dar cei care le cred sunt, de obicei, persoanele cele mai afectate de pandemie – persoanele în vârstă. Asta se întâmplă din cauza faptului că încă există lucruri neștiute despre coronavirusul care a provocat pandemia, dar și din cauza faptului că aceste informații false îi scapă, cel puțin pe unii dintre ei, de anxietate și de teamă.

În timpul pandemiei, informațiile false au contribuit și contribuie la formarea unor comportamente periculoase în fața virusului, cum ar fi renunțarea la purtarea măștii sau nerespectarea distanțării sociale. Aceste comportamente nu sunt cauzate doar de *fake news*, ci și de alte tehnici de dezinformare, cum ar fi răspândirea de informații false în grupuri de Facebook, de WhatsApp sau de Telegram.



5. Cum se răspândește dezinformarea?

Un articol publicat de *Scientific American*, o revistă de știință din SUA, explică faptul că absolut orice informație se poate viraliza, adică se poate răspândi cu o viteză uriașă prin intermediul rețelelor sociale. Conform articolului, chiar și într-o lume perfectă, unde toată lumea ar vrea să răspândească exclusiv informații adevărate și verificate, unele *fake news* pot ajunge la mii sau chiar milioane de oameni, și asta datorită cantității uriașe de informații care există în spațiul public.

Scientific American citează un studiu publicat de revista [Nature](#), care demonstrează faptul că *fake news* pot exista în orice tip de societate, din cauza a trei factori:

- **cantitatea imensă de informații în care înotăm toți;**
- **capacitatea limitată de atenție a oamenilor;**
- **modul în care sunt structurate rețelele sociale și care permite răspândirea *fake news*.**



5. Cum se răspândește dezinformarea?

Pe scurt, la televizor sau în ziare poți alege un domeniu care te interesează, dar de obicei primești și informații care îți contrazic credințele. În schimb, rețelele sociale îți permit să intri într-un grup de Facebook în care sunt doar oameni care au aceleași credințe ca tine. În astfel de grupuri se vor distribui doar știri care îți confirmă punctul de vedere, chiar dacă ele ar putea să fie false. Rețelele sociale permit diseminarea *fake news* pentru că îți oferă doar informații cu care interacționezi și cu care ești de acord, nu și informații care, probabil, te vor întrista

sau îți vor dovedi că punctul tău de vedere este greșit.

Studiul portretizează informația falsă ca pe un virus. Dacă tu ești „infectat”, poți transmite virusul *fake news* și prietenilor tăi, care îl vor răspândi la rândul lor mai departe. Asta se întâmplă și pentru că, de obicei, oamenii tind să-și considere prietenii surse de încredere de informare.

În ceea ce privește rețelele sociale, platformele încearcă să te țină cât mai mult pe site-ul lor. Reușesc să facă

asta atunci când îți oferă postări similare cu cele pe care le distribuie, apreciezi sau la care comentezi. Astfel, dacă, să zicem, apreciezi materiale dintr-o sursă care nu e credibilă, algoritmul începe să îți sugereze și mai mult conținut din surse asemănătoare. Să zicem că stai pe YouTube și, dintr-o dată, dai de un videoclip de două ore care susține că vaccinarea provoacă autism. Dacă te uiți la tot clipul, apoi mai cauți și altele care să vorbească despre „pericolul” cauzat de vaccinuri, algoritmul va începe să îți ofere mai mult conținut

pe această temă, tocmai pentru a te ține conectat și pentru a-ți da reclame. Ca să combată acest lucru, [YouTube](#), [Facebook](#) și [Twitter](#) au anunțat începând cu 2017 că iau măsuri pentru combaterea răspândirii dezinformării și că încearcă să elimine sau să nu mai promoveze conținutul fals. Dar, din păcate, pașii pe care îi fac sunt prea mici și informațiile false circulă în continuare libere prin intermediul acestor rețele.



În ceea ce privește **sursele dezinformării**, în unele cazuri ele sunt chiar agențiile de presă, care teoretic ar trebui să ne informeze corect, dar care, din dorința de a ajunge la un public cât mai mare, publică materiale care îi inflamează pe oameni. De multe ori, știrile adevărate pot fi mult mai „plictisitoare” decât scenariile fanteziste promovate prin *fake news*, care le stârnesc oamenilor curiozitatea și reacțiile. Uneori dezinformarea e făcută și de agenți externi care vor să răspândească o agendă, adică să te facă să îi votezi, să crezi în ei sau

să nu mai crezi în oficialii din țara în care te afli. Aici putem vorbi despre partide politice care vor să obțină voturi sau popularitate sau de guverne străine, care vor să destabilizeze societatea.

În timpul pandemiei, reprezentanții Uniunii Europene **au descoperit** că agenții externi care au dezinformat cel mai mult au fost Rusia și China. Cele două state au făcut campanii de propagandă și dezinformare în toată lumea, cu scopul de a deteriora încrederea cetățenilor țărilor membre UE în Uniunea

Europeană și, în cazul Chinei, de a arunca vina pentru izbucnirea pandemiei către alte state, precum Italia sau SUA.

Din nou, toate aceste relatări despre guverne străine care dezinformează, conspiraționiști și agende ascunse pot părea departe de lumea în care vă mișcați tu și prietenii tăi. Însă aceste universuri sunt mult mai aproape decât ai crede la prima vedere.



Informațiile false, create deliberat sau accidental, se răspândesc prin smartphone-urile părinților tăi, ale prietenilor tăi și ale profesorilor tăi, și ne modifică tuturor viziunea despre societate, comportamentul, deciziile.

Într-un context de criză, cum este cazul unei pandemii, importanța informării corecte devine o problemă vitală la propriu: știrile false despre inexistența virusului și ineficiența măștilor, care ignoră cunoașterea științifică și expertiza medicilor, pun în pericol viața tuturor.

6. În luptă cu dezinformarea

În România, statul a încercat să elimine dezinformarea din jurul pandemiei.

Pe 16 martie, Klaus Iohannis, președintele României, semna un decret de lege prin care instituia starea de urgență pe teritoriul României din cauza răspândirii COVID-19. Cu siguranță țineți minte asta, fiindcă atunci s-a dat toată lumea noastră peste cap. Spre finalul textului de lege se reglementa situația instituțiilor mass-media care răspândesc informații false cu privire la pandemia de COVID-19. Mai exact, președintele împuternicea o entitate a

statului, anume Grupul de Comunicare Strategică (GCS), cel care decide cum e gestionată pandemia, să șteargă orice considera că este *fake news*.

Așadar, GCS a obținut puterea să blocheze accesul la site-urile care răspândesc informații false despre pandemie, ca să-i protejeze pe cetățeni în fața coronavirusului. Din 16 martie și până în 15 mai, când starea de urgență a luat sfârșit, statul a blocat accesul românilor la 16 site-uri care au răspândit informații false. Deși la prima vedere poate părea o idee bună să cenzurezi

informațiile false, Cristina Lupu, directoarea executivă al Centrului pentru Jurnalism Independent, spune că nu e rolul statului să șteargă informațiile false și că măsura luată nu a avut neapărat efectul dorit. Închiderea acestor site-uri le întărește convingerile celor care cred în informațiile false, iar pe autorii lor îi transformă în super-eroi nedreptățiți. Mai mult, dacă închizi un site, el poate fi copiat aproape imediat la o altă adresă, iar informațiile false pe care le găzduiește nu dispar odată cu el.



6. În luptă cu dezinformarea

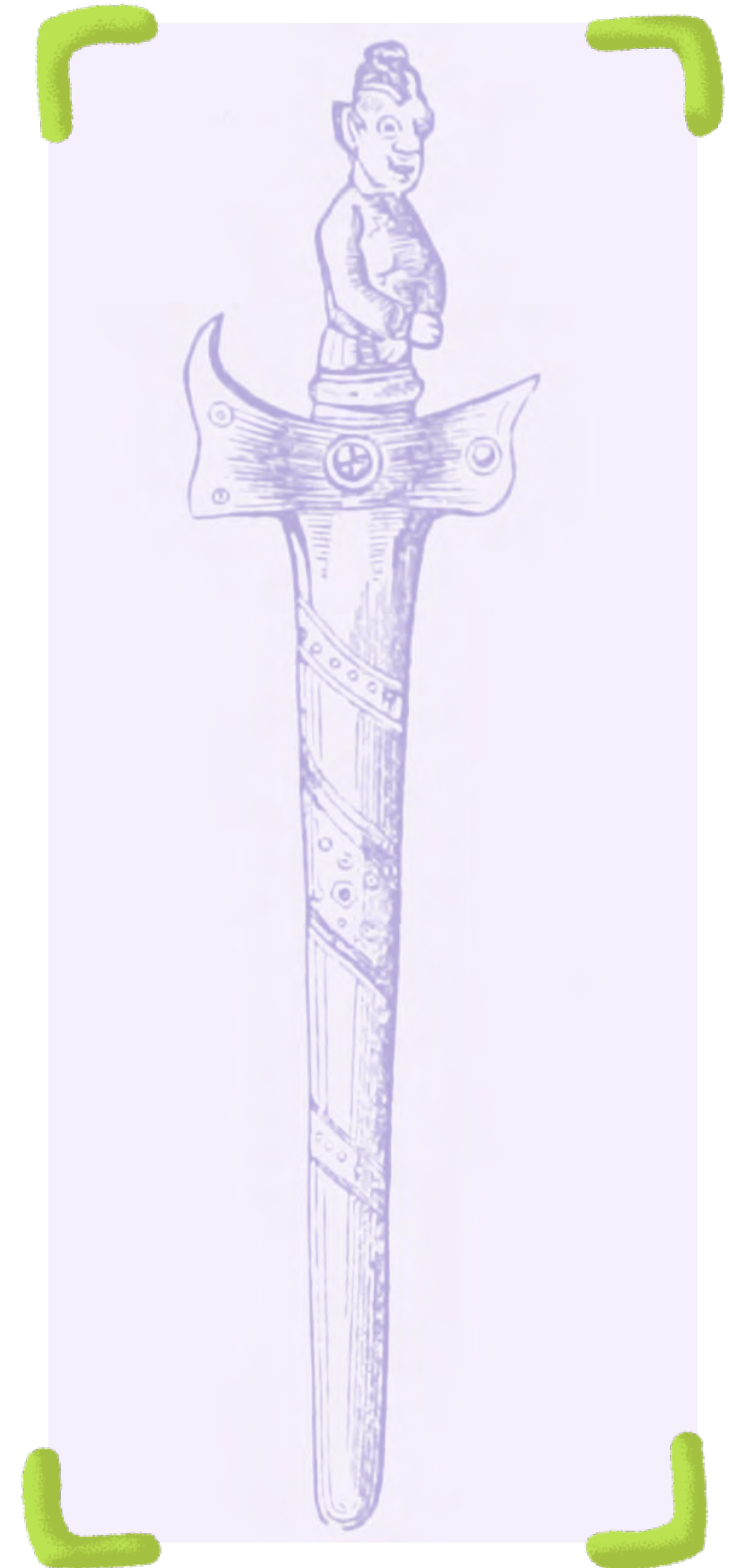
Orodoxinfo, unul dintre site-urile închise pentru că a răspândit informații care susțineau că „bătrânii vor fi gazați în lagăre de concentrare” pe timpul carantinei, are afișat acum, la finalul fiecărui articol, un paragraf în care cere donații de la cititori. Deținătorii site-ului susțin că „guvernul nu dorește aflarea adevărului despre pandemia COVID-19. Încercăm să menținem viu acest site și să vă punem la dispoziție informații care să facă lumină în cea mai mare provocare pe care o trăim”. Așadar, faptul că site-ul a fost închis i-a făcut să se prezinte drept o publicație

care e adusă la tăcere pentru că arată adevăruri incomode. În realitate, este un canal de dezinformare, prin care sunt alimentate idei și comportamente dăunătoare nu doar sănătății, ci și democrației.

Pe lângă asta, atunci când statul obține puterea de a cenzura publicații, poate începe chiar să cenzureze informațiile care nu îi convin. În Rusia, în 2019, **a fost adoptată** o lege prin care cei care răspândesc informații pe care statul le consideră false și informații care critică statul pot fi pedepsiți cu amenzi

sau cu închisoarea. Și în alte țări precum Egipt, Azerbaijan, Honduras sau Singapore, guvernul **se folosește** de pretextul *fake news* pentru a aresta și hărțui jurnaliști. În felul acesta, ideea de *fake news* a devenit o armă cu două tăișuri.

Într-un raport publicat în iulie 2020, Comitetul pentru Protecția Jurnaliștilor explică faptul că, dacă statul ajunge să decidă ce e *fake news*, libertatea presei e încălcată. Sună ciudat și asta pentru că *fake news* nu reprezintă presa, dar, într-o democrație, statul nu ar trebui să aibă puterea să decidă ce e *fake news* și ce nu.



7. Și totuși, cine are rolul să lupte cu dezinformarea?

Din moment ce statul nu trebuie să dea legi care să interzică *fake news*, rămâne întrebarea: cine ar trebui să se lupte cu dezinformarea?

Teoretic, jurnalistul are rolul de a filtra cantitatea imensă de informații care există, astfel încât să îi livreze publicului informații corecte și care asigură *interesul public*. O informație este de interes public atunci când este de actualitate, semnificativă și când îi afectează pe oameni:

- **Primarul orașului tău e judecat într-un dosar pentru că a primit mită;**
- **S-a mărit prețul benzinei;**
- **Primul ministru vrea să-și ridice o statuie de 50 de metri din bani publici.**

Totuși, Cristina Lupu spune că situația nu mai stă mereu în acest fel. „În perioada asta, pentru că redacțiile sunt mult mai mici și pentru că goana după trafic este foarte mare și pentru că presiunea de a da 20-30 de știri pe zi este uriașă, de multe ori putem să

vedem că jurnaliștii au început să nu mai aplice atât de mult standardele profesiei.”

Pe de altă parte, numărul site-urilor care se prezintă drept ziare sau agenții de știri, dar care publică materiale de calitate îndoielnică, a crescut enorm, iar mulți dintre cei care semnează ca jurnaliști nu respectă criteriile și principiile de bază ale acestei meserii.



8. Rolul publicului

Odată cu tehnologia, o mare parte din instituțiile de presă s-au mutat online, iar în mediul digital, banii se obțin de cele mai multe ori în funcție de numărul de click-uri. Astfel, pentru a-i face pe oameni să intre pe site-urile lor, multe publicații pot pune titluri înșelătoare și senzaționale, care nu ilustrează de fapt textul articolului de presă. Poți vedea un titlu care să spună A MURIT CEL MAI ÎNDRĂGIT ACTOR DE FILM, și, după ce dai click pe articol, să afli că a murit, de fapt, un actor din Peru. Sau un altul care să spună ȘOC – TRAUMĂ PENTRU ȘOFERI, pentru

un articol care spune că s-a introdus o taxă de trecere pentru un pod din SUA.

Aceste titluri poartă numele de *clickbait* – adică momeală de click-uri, prin care noi, cititorii, devenim peștișorii care trebuie prinși în cârlig.

Un articol publicat de Washington Post în 2016 menționa că 59% din link-urile distribuite pe social media nu au fost accesate vreodată. Lucrul acesta indică faptul că, uneori, clickbait-ul nu funcționează și e înlocuit de *sharebait*, dar arată și că o mare parte din public citește doar titlul știrilor.



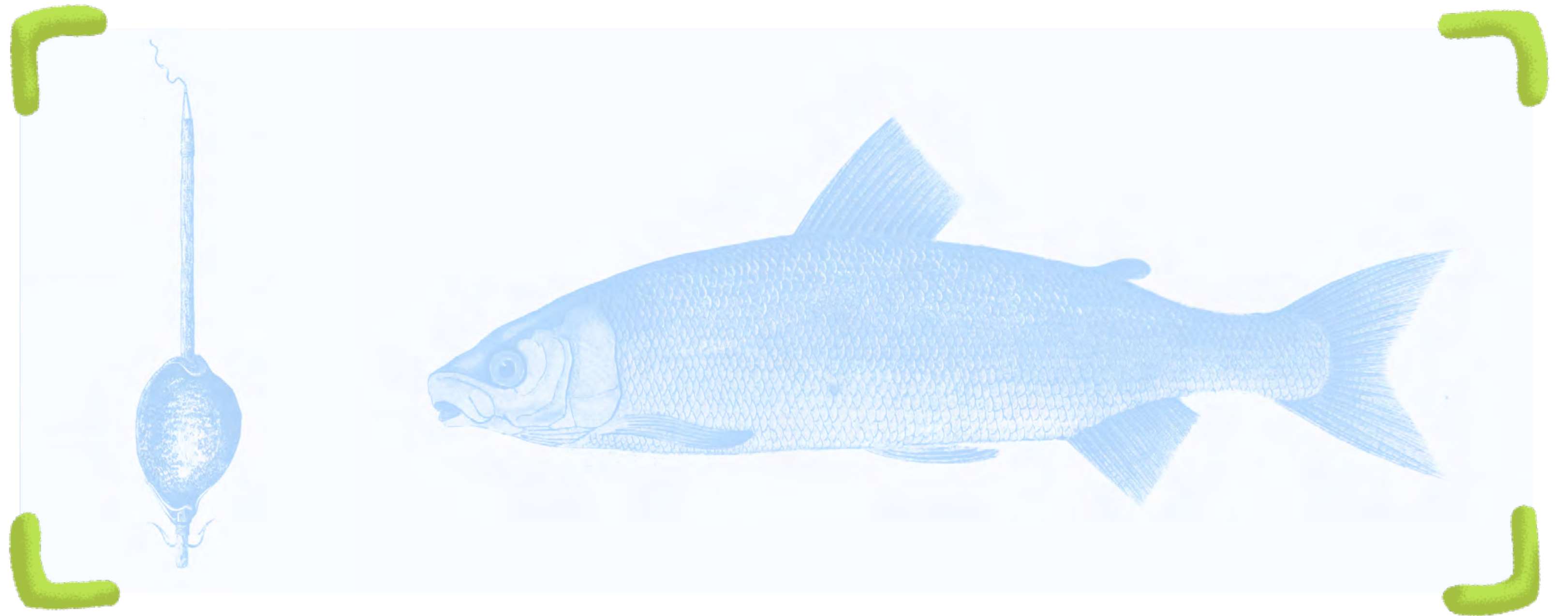
8. Rolul publicului

Sharebait-ul se întâmplă atunci când cineva publică un articol cu un titlu extrem de impresionant, dar cu un conținut slab, doar pentru că știe că unii utilizatori nu vor citi întreaga știre și o vor distribui doar din cauza titlului.

De exemplu, în 2018, publicația de știință The Science Post a publicat un articol cu titlul: **STUDIU: 70% din utilizatorii de Facebook citesc doar titlul unui articol de știință înainte să comenteze.** Articolul a fost răspândit masiv, dar, dacă dădeai click pe el, ai fi văzut că textul articolului era un text generat automat de calculator care nu avea nicio legătură cu titlul.

Cristina Lupu povestește din experiența de educație media cu liceeni și cu profesori și spune că noi, cititorii, nu căutăm informații și știri ca să aflăm mai multe.

„Noi nu consumăm informație ca să ne deșeptăm. Noi consumăm informație care ne confirmă cât de deștepți suntem și care e părerea noastră despre lume. Nu căutăm informații care ne contrazic punctul de vedere, pentru că asta ne face să ne simțim proști, să ne enervăm.”



Astfel, **trebuie să fim vigilenți când alegem informațiile pe care le citim și să ne păstrăm mereu o doză de scepticism, care se poate dovedi esențială în a discerne o informație adevărată de una falsă.**

Apoi, mai spune Cristina Lupu, trebuie să ținem cont că cea mai multă informație pe care o consumăm pe internet ajunge la noi gratuit. Dacă nu suntem dispuși să plătim pentru conținut de calitate, spune ea, atunci contribuim la o calitate mai slabă a informației.

„E foarte simplu să critici media că e proastă, că e coruptă, că nu-ți dă informații, că fuge după click-uri, dar dacă nu plătești pentru conținut, altcineva o să plătească pentru tine. Când vorbim despre altcineva, poți vorbi de faptul că redacțiile au nevoie de trafic uriaș pentru a aduna niște bani din publicitate, pentru că publicitatea online este foarte ieftină. Mai poți spune că, în momentul în care nu există alți bani, jurnaliștii ajung să ia contracte din bani publici, să primească bani de



la politicieni, bani care uneori vin cu autocenzură. Jurnaliștii și editorii ajung să fie speriați de faptul că dacă scriu ceva critic, s-ar putea să piardă contractele. Experiența i-a învățat că asta se întâmplă în mod normal.

Publicul ar trebui să fie extrem de conștient de faptul că, dacă nu plătește pentru informație, va avea mereu acces la informație plătită de alții, iar acest lucru poate fi uneori riscant, pentru că poate favoriza o agendă părtinitoare.”

Până vom putea plăti pentru informații cu adevărat verificate, e important să încercăm fiecare pe cont propriu să identificăm știrile false. Având în vedere cât de multă informație există în fiecare zi în presă și pe toate celelalte canale de informare, misiunea asta nu-i deloc ușoară. Dar câteva lucruri esențiale ar trebui să se afle în trusa de orientare în haosul digital a fiecăruia.

9. Bine, bine, dar cum verifici informațiile?



- Citește mai mult decât titlul.

În multe cazuri, titlul este *clickbait* și vrea să ne atragă cu orice preț, așa că exagerează sau denaturează cu totul conținutul articolului. Nu de puține ori, conținutul articolului nu corespunde deloc titlului;



- Verifică sursele citate în articol.

De obicei, sursele oficiale (instituții ale statului) sunt cele mai credibile, dar există **excepții**, când autoritățile mint ca să-și ascundă greșelile. Dacă sunt citați oameni, vezi ce expertiză au. Un inginer care vorbește despre domeniul medical sau un astrolog care pretinde că știe cum se va sfârși lumea cel mai probabil nu sunt surse de încredere. Când sunt citate publicații străine, verifică-le credibilitatea și înclinația politică cu ajutorul site-ului [acestuia](#);



- Uită-te la tonul pe care e livrată informația.

Jurnalistul trebuie să fie obiectiv și să-ți prezinte echilibrat lucrurile. Dacă ți se pare că textul favorizează pe cineva sau nu prezintă decât o singură perspectivă, cel mai probabil chiar o face. Trebuie să ții cont că astfel de materiale nu au rolul de a te informa, ci de a pune pe cineva/ ceva într-o lumină (ne)favorabilă. **Ferește-te de articole inflamatoare, jignitoare, dar și extrem de laudative.** O „știre” cu titlul „Avem un primar extraordinar de bun!” este mereu un semnal de alarmă;



- Dacă o informație îți ridică semne de întrebare – ți se pare greu de crezut sau neplauzibilă –, **verifică din mai multe surse decât cele de presă.** Pentru informații științifice, de exemplu, apelează la surse din domeniu;



- **Vezi ce e publicația care răspândește informațiile.** Uită-te ce alte tipuri de informații a mai publicat, cine se află în echipa redacției, cu ce alte publicații mai are legătură;



- **Vezi cine este autorul/ autoarea și ce fel de articole a mai scris.** În felul ăsta, poți vedea dacă are vreo afinitate politică sau dacă este asociat unor curente de gândire certate cu adevărul, cum ar fi teoriile conspiraționiste. Dacă textul nu e semnat, înseamnă că nu e asumat de vreo persoană fizică. E un semnal de alarmă.



- **Copiază pasaje din text și caută-le pe Google.** În felul acesta vei afla care mai sunt sursele care oferă aceeași informație. Cu cât mai multe, cu atât mai bine. Ai grijă, totuși, ca și celelalte surse să fie credibile. Dacă informația se repetă identic în toate sursele pe care le găsești, continuă să sapi. Undeva vei da de sursa originală, despre care îți vei putea da seama dacă este de încredere sau nu.



- **Verifică ce fel de articol este cel pe care-l ai în față.** Pe lângă știri, reportaje, portrete, investigații, în presă se mai publică:



1. Advertoriale – materiale care fac reclamă la un produs, deși de multe ori nu sunt semnalizate ca publicitate. Informația din acest tip de material e plătită și o să fie mereu părtinitoare pentru cel care plătește.



2. Publicitate electorală – materiale plătite de politicieni. Informația din acest tip de material urmărește agenda politică a politicianului respectiv și e considerată propagandă electorală, nu știre sau articol de presă. Aproape niciodată, însă, lucrul acesta nu este precizat. Dar îți poți da seama dacă e publicitate electorală după cantitatea de laude și complimente.



3. Opinie – materiale în care o persoană își exprimă părerile. Informația din acest tip de material nu e obiectivă, ci prezintă punctul de vedere al autorului. Conținutul ei trebuie luat ca atare.



Nu în ultimul rând:

Chestionează. Întreabă dacă ai nelămuriri. Păstrează-ți spiritul critic.

Mulțumim că ai citit până aici și ai grijă pe internet!