

Educație media și dezinformare

Sugestie de activitate didactică

În această activitate elevii vor:

- Înțelege care sunt mecanismele implicate în dezinformare și răspândirea știrilor false;
- Analiza consecințele fenomenului de dezinformare online;
- Discuta despre acțiunile concrete pe care fiecare utilizator media le poate implementa pentru a se proteja de manipularea prin dezinformare.

Demersul didactic:

1. Exercițiu de reflecție: Care este dieta mea digitală?

Profesorul invită elevii să își monitorizeze folosirea internetului și expunerea la diferite tipuri de media timp de o zi sau mai multe. O variantă a acestui exercițiu este ca elevii să se gândească la comportamentul lor online anterior zilei de curs. Elevii primesc o fișă cu întrebările de mai jos (sau le sunt dictate) pentru a analiza consumul zilnic de media:

- a. Cât timp petrec online, pe zi? / Cât timp mă uit la televizor?
- b. Ce tipuri de conținut sau platforme online accesez zilnic/săptămânal? Ce tipuri de conținut accesez foarte rar?
- c. Exemple: profil/cont pe platforme de social media; canale pentru video-uri; website-uri de informații; bloguri; podcasturi; aplicații; platforme de mesagerie; radio; televiziune; jocuri video online sau pe consolă; forumuri online etc.
- d. Care este scopul acestor platforme? (de exemplu, de informare, comunicare, divertisment, învățare etc.)
- e. Ce tip de date ofer despre mine online? Pe ce pagini fac de obicei click?

După ce au răspuns individual la întrebări, elevii pot să discute cu colega/colegul de bancă sau pe echipe despre comportamentul lor online și consumul media. Pot să compare timpul petrecut online, tipul de conținuturi accesate etc.

2. Profesorul proiectează materialul video „Dezinformare, Fake News, Manipulare”, disponibil aici: <https://youtu.be/HMzeH5fMjhM>. Profesorul le propune elevilor să-și noteze termenii noi care apar în video, precum și orice întrebări sau nelămuriri au în legătură cu conceptele expuse, spunându-le că la final vor discuta împreună despre acestea.
3. După urmărirea materialului video elevii sunt invitați la o discuție, pe baza următoarelor întrebări:
 - a. Ce termeni noi ați reținut din video? Vor fi notați pe tablă termeni precum dezinformare, știri false, eroarea de confirmare etc., apoi profesorul va citi

Proiect derulat de:



fiecare termen nou și va întreba elevii dacă dorește cineva să îl explice pe baza informațiilor reținute din material, precum și din informațiile deținute anterior. Elevii sunt invitați să ofere exemple de situații din viața lor sau despre care au auzit și care ilustrează conceptele respective. Profesorul poate să completeze aceste definiții cu informațiile din materialul suplimentar pentru profesor, disponibil în Anexa 1 de mai jos. Dacă elevii au nevoie de clarificări în plus, se poate stabili câte un elev responsabil care să caute mai multe informații despre un concept și să le prezinte în ora următoare colegilor.

- b. Ce pot să facă oamenii obișnuiți pentru a opri răspândirea știrilor și a informațiilor false?
- c. Ce ar trebui să facă guvernele și platformele mari, precum Facebook sau Google?
- d. Care ar putea fi consecințele răspândirii virale a știrilor false?
- e. Ce putem face pentru a ne asigura că informația care ne este livrată online este echilibrată? Cum putem să evităm să fim manipulați sau dezinformați online?

Pentru a răspunde la întrebări și a discuta în profunzime despre acestea, profesorul poate să opteze să împartă elevii pe echipe pentru a răspunde la toate sau la unele dintre întrebări. Pentru fiecare întrebare se anunță câte minute au pentru discuția în echipe. La expirarea timpului, un reprezentant al echipei va trebui să prezinte în grupul mare concluziile discuției și se va preciza cât timp va avea la dispoziție pentru a face acest lucru. O alternativă este lucrul pe perechi: de exemplu fiecare elev poate să discute cu colegul de bancă. În acest mod ne asigurăm că toți elevii vor fi implicați activ în procesul de analiză și reflecție asupra informației.

4. Faceți următorul experiment de căutare online cu elevii în clasă sau invitați elevii să îl facă acasă:
 - Într-un motor de căutare introduceți „De ce pisicile sunt mai bune decât câinii” și într-o altă pagină căutați „De ce câinii sunt mai buni decât pisicile”.
 - Comparați rezultatele obținute în funcție de fiecare opțiune de căutare. De obicei, când căutăm afirmații, Google oferă rezultate care confirmă ipoteza noastră.
 - Comparați rezultatele obținute pe paginile voastre cu ale colegilor din clasă. Există diferențe?
 - Câte rezultate s-au obținut pentru fiecare dintre variante?
 - Repetați experimentul cu afirmații sau negații. De exemplu: „Ouăle cresc colesterolul” și „Ouăle nu cresc colesterolul” sau „Jocurile video sunt utile” și „Jocurile video sunt nocive”.
5. La finalul activității, invitați elevii să se gândească, individual, la un lucru pe care îl va face fiecare diferit de acum încolo în folosirea mediului digital. Poate fi o schimbare mai mică sau mai mare, în funcție de preferințele fiecăruia. Dacă este cazul, profesorul le poate sugera câteva tipuri de acțiuni: îmi schimb motorul de căutare; am grijă să nu mai distribuie informații despre care nu sunt sigur(ă) că sunt veridice, îmi șterg un cont de social media etc. Apoi, câteva persoane voluntare sunt invitate să împărtășească cu toată clasa schimbarea pe care intenționează să o facă.

Proiect derulat de:



Asociația pentru Solidaritate,
Cultură, Educație și Dezvoltare

MENNESKERETTIGHETS
AKADEMIET
HUMAN RIGHTS ACADEMY

Anexa 1

Educație media și dezinformare

Text pentru profesori

Niciodată în istoria omenirii informațiile nu s-au răspândit cu aceeași rapiditate la nivel global ca în prezent. Din cauza acestui fapt, precum și din cauza creșterii consumului ieftin de informație, rețelele de social-media au dobândit o putere similară sau mai mare decât a unor guverne, cu influență la nivel internațional. Dezinformarea este un concept care include atât dezinformarea cu scop strategic (disinformation), informare greșită (misinformation).

Dezinformarea și campaniile de social media concepute pentru a răspândi informații false sunt o problemă în creștere, cu repercusiuni pentru democrație, dezvoltare, știință, sănătate și progresul uman. Interacțiunea actorilor (fie ei statali sau non-statali) cu masele s-a schimbat într-un mod fără precedent, după apariția canalelor de socializare, iar fără un cadru internațional de reglementare, aceasta poate deveni un instrument de propagandă.¹

În sfera internetului, „nu există bariere semnificative ce reglementează conținutul sau multitudinea punctelor de vedere”². Aceasta este o caracteristică importantă, întrucât adesea mass-media tradițională nu reușește să aloce spațiu punctelor de vedere minore. Spre deosebire de aceasta, în spațiul cibernetic nu există niciun filtru de cenzură astfel că internetul oferă un spectru larg de libertate de exprimare. Această caracteristică este în contrast puternic cu mass-media tradițională, unde producătorii joacă rolul de gardian în stabilirea evenimentelor și subiectelor care sunt considerate demne de raportat. Utilizarea internetului ca un instrument al comunicării politice permite indivizilor să ocolească unele dintre impedimentele pe care le are media tradițională, precum setarea agendei și filtrarea mesajelor.

Noua tehnologie presupune și dezvoltarea unor tactici de comunicare și a unor algoritmi special concepuți pentru a amplifica erorile de judecată la care suntem predispuși cu toții. În plus, colectarea de informații despre activitatea online a utilizatorilor face ca aceste campanii să fie și mai eficiente în a crea exact tipul de mesaj care ar fi credibil pentru fiecare persoană în parte și ar avea un maximum de efect manipulator. Majoritatea dintre noi petrecem, conștient sau inconștient, o mare parte din timp sub influența social media: folosim rețele de mesagerie, vizionăm filmulețe, căutăm anumite informații în motoare de căutare sau facem cumpărături online etc.

Ce mecanisme sunt implicate?

La nivel psihologic, **eroarea de confirmare** este unul dintre mecanismele implicate în proliferarea fenomenului de fake news. Oamenii tind să considere credibile orice informații apar pe rețelele de socializare sau pe canalele de informare pe care le folosesc și care **corespund cu ceea ce simt** sau care **întăresc ceea ce gândesc deja**. Rareori avem energia sau timpul

¹ Șerb, Timea, Noua Propagandă. Social media și limitările sale, Lucrare de licență, 2021

² Akshita Piplani, Freedom of speech in cyberspace, Law Times Journal, 2019 accesat în data de 23.08.2021 la Freedom of speech in cyberspace - Law Times Journal

Proiect derulat de:



Asociația pentru Solidaritate,
Cultură, Educație și Dezvoltare

MENNESKERETTIGHETS
AKADEMIET
HUMAN RIGHTS ACADEMY

necesare pentru a trece toate informațiile prin filtrul gândirii raționale, mai ales când subiecte serioase sunt inserate printre conținuturi de divertisment sau anunțuri personale. Devenim astfel prizonierii propriilor prejudecăți și culegem doar informațiile care ne convin și se potrivesc cu imaginea noastră preexistentă despre lume.

Cum amplifică tehnologia dezinformarea: algoritmi, filter bubbles și echo chambers

În mediul online tindem să interacționăm cu persoane care ne sunt asemănătoare, cu care avem interese comune sau care ne împărtășesc opiniile. Acest fapt duce la repetarea, **ca un ecou într-o cameră**, a acelorași păreri, ceea ce ne întărește propriul sistem de credințe. Este aproape ca și cum am vorbi cu noi înșine, pentru că nu avem parteneri de dialog din medii diverse, care să ne ofere perspective diferite.

Serviciile precum Google sau Facebook folosesc **algoritmi de personalizare** pentru a determina ce tip de informație să ne furnizeze, pe baza activității noastre online. Termenul de **filter bubble** se referă la ideea că această personalizare automatizată te poate izola de anumite informații. Prin aceste mecanisme de amplificare a tendințelor noastre la erori cognitive, comunitățile online tind să devină fragmentate. Acest fapt contribuie la polarizare (împărțirea în două tabere care nu comunică între ele), rigidizarea opiniilor și la creșterea conflictului ideologic între tabere opuse.

Dacă o persoană ajunge într-un asemenea „echo chamber” care este format din informații false și un conținut senzationalist, propaganda îl lovește din două planuri: dezinformarea, ce poate duce la creionarea unor opinii deformate și contextul reafirmării convingerilor prin filtrarea informațiilor preferabile, respectiv conectarea numai cu acei indivizi care au aceleași principii³.

Date personale

Social media colectează informații care permit direcționarea personalizată a reclamelor și a anumitor conținuturi către utilizatori și se poate transforma ușor într-un instrument de propagandă. Chiar și pentru cei mai bine intenționați dintre utilizatori devine greu să reziste influenței tacticilor de micro-targetare folosite în campaniile electorale, de exemplu. Asta înseamnă că, pe baza profilului creat în funcție de activitatea noastră online, website-uri vizitate, preferințe, date demografice etc., suntem expuși la reclame și mesaje electorale create special pentru a își maximiza efectul de convingere.

Platformele au drept scop să te mențină activ și să revii cât mai des, ca să fii expus la reclamele personalizate pe baza cărora își generează veniturile.

O cercetare din 2018 a MIT a constatat că „știrile false sunt diseminate de șase ori mai rapid față de cele care provin din surse credibile”⁴. Deși cercetarea s-a concentrat pe Twitter, autorii studiului au declarat că descoperirile lor s-ar aplica probabil și platformei Facebook.

³ Șerb, Timea Noua Propagandă. Social media și limitările sale, Lucrare de licență, 2021

⁴ Massachusetts Institute of Technology 90 Soroush Vosoughi et al, Study: False news spreads faster than the truth, MIT Media Lab, 2018 accesat la <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/study-false-news-spreads-faster-truth> în data de 24.08.2021

Proiect derulat de:



Asociația pentru Solidaritate,
Cultură, Educație și Dezvoltare

MENNESKERETTIGHETS
AKADEMIET
HUMAN RIGHTS ACADEMY

Totuși, în mod surprinzător un alt studiu constată că „majoritatea oamenilor nu caută în mod activ să împărtășească știri false, dar determinându-i pe aceștia să se gândească la acuratețe, crește calitatea știrilor pe care indivizii le distribuie”⁵. Aceeași cercetare constată că peste 80% dintre respondenți consideră că este foarte important să distribuie numai conținut credibil online și că nu motivațiile partizane îi determină pe oameni să nu facă distincția între conținutul știrilor adevărate și false, ci mai degrabă o judecată indolentă - o problemă care este eventual agravată de structura rețelelor de socializare ce determină individul să deruleze conținutul cu rezeziune, acesta fiind înăbușit de un potop de informații eterogene, printre care întâlnește știri alertante amestecate cu fotografiile unor bebeluși, videoclipuri cu pisici etc.

Ce putem să facem?

Din pricina structurii internetului, niciun stat nu a găsit încă o modalitate structurală și certă de a opri activitatea cibernetică dăunătoare, care diseminează informații false pe social media, mai ales dacă sursa se află în afara frontierei teritoriale a unei țări. „Este aproape imposibil să se afle rapid și cu certitudine dacă un guvern străin se află în spatele unei campanii de dezinformare, a diseminării direcționate a unor viruși sau a furtului de date.”⁶ În plus, datele cu caracter personal sunt expuse unor riscuri fără precedent, fapt care constituie o amenințare semnificativă pentru protecția vieții private a cetățenilor care, în lipsa alfabetizării digitale corespunzătoare, poate că nici nu realizează riscul la care se expun.

În acest context, este de dorit creșterea responsabilității personale a fiecăruia asupra vieților noastre digitale. Iată câteva recomandări în acest sens:

1. Majoritatea oamenilor nu caută în mod activ să împărtășească știri false. Cei care creează conținuturi cu scopul de a dezinforma sau de a manipula se folosesc însă de neatenția ta și a mea în a le populariza. Întotdeauna când citești o informație verifică sursa. Cine se află în spatele acestei informații? Ce dovezi există? Ce spun alte surse? Care ar putea fi interesul din spatele acestui conținut? Cel mai bine ignoră și **nu da mai departe informațiile primite** decât dacă știi sigur că sunt verificate.
2. Citirea verticală, utilă pentru cărți și ziare, nu este suficientă în mediul online. Fact-checker-ii internaționali au dezvoltat o strategie numită **citire laterală**. Ei recomandă deschiderea mai multor pagini pentru a verifica sursa informației, istoricul și credibilitatea acesteia, ce alte articole a mai scris autorul și cum este tratat subiectul de alte surse sau care sunt punctele de vedere diferite.
3. **Diversificarea conținutului media:** descarcă aplicații noi de știri, abonează-te la newsletter-uri; dacă urmărești canale de youtube, profile de Snapchat sau Instagram, încearcă să diversifici sursele și alege ce te inspiră și îți este folositor. Dacă TU nu alegi conștient care va fi meniul tău zilnic de știri și informații, alții vor decide acest lucru

⁵ David Rand și Gordon Pennycook, Most People Don't Actively Seek to Share Fake News, Scientific American, 2021 accesat la Most People Don't Actively Seek to Share Fake News - Scientific American în data de 21.06.2021

⁶ A se vedea Bruce Potter, Misinformation campaigns will dominate cybersecurity headaches in 2021, Security Magazine, 2021 accesat în data de 07.05.2021 pe Misinformation campaigns will dominate cybersecurity headaches in 2021 | 2021-01-20 | Security Magazine

Proiect derulat de:



Asociația pentru Solidaritate,
Cultură, Educație și Dezvoltare

MENNESKERETTIGHETS
AKADEMIET
HUMAN RIGHTS ACADEMY

pentru tine. Există foarte multe știri care, deși sunt senzaționale, nu sunt senzaționaliste. De exemplu, faptul că un grup de elevi din Oradea a protestat împotriva discursului extremist al partidului AUR nu a fost redat de prea multe site-uri de știri, deși inițiativa elevilor a fost extraordinară.

4. Dacă nu ai timp sau crezi că nu merită efortul de a cerceta în detaliu anumite subiecte, poți să **identifici câteva surse de informație credibile** pentru informații locale, naționale și internaționale și să le urmărești doar pe acelea.
5. Alege să **urmărești persoane cu opinii și interese diverse** pentru a avea o imagine de ansamblu asupra lumii. Atenție însă la diferența dintre opinii și fapte: uneori urmărim pe social media un actor sau o cântăreață pentru că sunt talentați, au o viață interesantă și au mulți urmăritori. Faptul că sunt **influenceri** în domeniul modei nu înseamnă că trebuie să le urmărim sfatul și în domenii în care nu au expertiză și în legătură cu care își exprimă doar o opinie personală. În plus, unii influenceri nu comunică transparent faptul că au interese economice sau de altă natură pentru promovarea anumitor mesaje.
6. Folosește **motoare de căutare** care nu salvează informațiile despre comportamentul tău online. Riscul ca bula de filtrare să îți afecteze rezultatele căutării sunt mai scăzute în acest mod. De exemplu. [DuckDuckGo](#), [Qwant](#), [StartPage](#) și [Swisscows](#).
7. **Discută** cu colegii, prietenii, familia, despre pericolele răspândirii fake news.

Sunt multe lucruri pe care le poți face în mediul online pentru a limita manipularea și dezinformarea din viața ta și a celorlalți. Gândește-te cum ar arăta și cum ar funcționa o societate în care oamenii nu pot fi păcăliți și nu pot fi transformați ei înșiși în produse vândute online. Fii atent sau atentă la activitatea ta pe Internet.

Material realizat în cadrul proiectului

„Cultura democratică, un proiect al comunității”

Lucrăm împreună pentru o Europă incluzivă

<https://www.intercultural.ro/cultura-democratica-un-proiect-al-comunitatii/>

Proiect derulat de Institutul Intercultural Timișoara în parteneriat cu Asociația pentru Solidaritate, Cultură, Educație și Dezvoltare (ASCED) din Râmnicu Sărat și cu Academia pentru Drepturile Omului din Oslo, Norvegia cu sprijinul financiar Active Citizens Fund România, program finanțat de Islanda, Liechtenstein și Norvegia prin Granturile SEE 2014-2021. Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Granturilor SEE și Norvegiene 2014-2021; pentru mai multe informații accesați www.eeagrants.org.

Proiect derulat de:



Asociația pentru Solidaritate,
Cultură, Educație și Dezvoltare

MENNESKERETTIGHETS
AKADEMIET
HUMAN RIGHTS ACADEMY