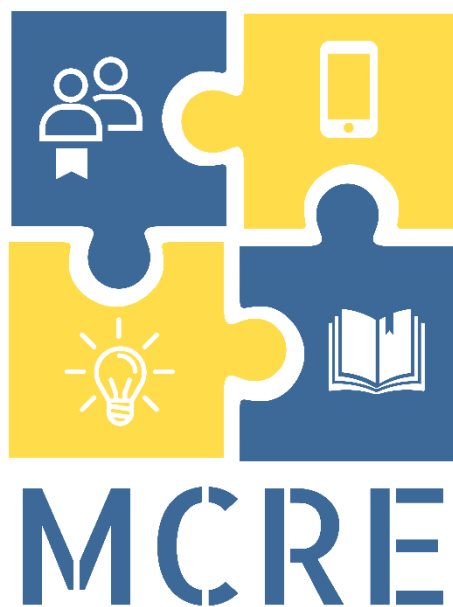




Cofinanțat de
Uniunea Europeană

NUMĂR PROIECT:
2021-1-RO01-KA220-ADU-000033435



MODULUL 7: #știri false – cum analizăm știrile răspândite pe rețelele sociale

Dezvoltat de TUCEP

în cadrul proiectului

MCRE - Media literacy, critical viewing and CREative vision as effective learning
approach for people with fewer opportunities

PARTENERIATUL:





CUPRINS

1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII	3
1.1. SCOPUL MODULULUI	3
1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII	3
2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII	3
2.1. ȘTIRILE DIN SOCIAL MEDIA: ADEVĂRATE SAU FALSE?	4
2.1.1. Potențialul, oportunitățile și riscurile utilizării rețelelor sociale	4
2.1.2. Care sunt beneficiile utilizării rețelelor sociale?	11
2.1.3. ...dar riscurile?	14
2.1.4. Social media și știrile	16
2.1.5. Cum să identifici o știre falsă care circulă pe rețelele sociale	17
2.2. ȘTIRI FALSE POPULARE PE REȚELELE SOCIALE	19
2.2.1. Cele mai vizate domenii	19
2.2.2. Câteva exemple	19
2.3. UTILIZAREA RESPONSABILĂ A REȚELOR SOCIALE PENTRU A EVITA RĂSPÂNDIREA ȘTIRILOR FALSE	22
3. RESURSE SUPLIMENTARE	25
4. BIBLIOGRAFIE	25



1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

1.1. SCOPUL MODULULUI

Prin acest modul, ne propunem să sprijinim persoanele din categorii defavorizate (adulți necalificați, șomeri, adulți expuși riscului de sărăcie) să poată **identifica** și **analiza știri false răspândite** prin **platformele sociale** și **internet**. Pentru a ajuta persoanele interesate să atingă obiectivul modulului, prezentăm o imagine de ansamblu a mai multor tipuri de rețele sociale, dar și a beneficiilor și riscurilor generate de utilizarea acestora.

Mai mult, modulul se axează pe principalele domenii care fac obiectul știrilor false, ce circulă pe rețelele și platformele de socializare, oferind și câteva exemple de știri false foarte cunoscute.

În cele din urmă, modulul urmărește să analizeze **cum ar putea fi depistate știrile false care circulă pe rețelele sociale**, oferind sfaturi practice și explicații cu privire la îmbunătățirea abilităților necesare pentru identificarea știrilor false.

1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

La sfârșitul modulului, cursantul ar trebui să fie capabil să:

- o conștientizeze beneficiile și riscurile rețelelor sociale;
- o identifice care dintre știrile ce circulă pe rețelele de socializare sunt adevărate și care sunt false;
- o analizeze știrile false care sunt foarte răspândite pe rețelele sociale;
- o gestioneze modul în care identifică știrile false care circulă pe rețelele sociale.

2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII

Social media (rețelele sociale) ca sursă de știri înseamnă utilizarea platformelor online de socializare, mai mult decât a platformelor media tradiționale pentru a afla știrile noi. Așa cum televiziunea a transformat oamenii din ascultători în privitori ai conținutului media în perioada anilor 1950-1980, rețelele sociale au creat o generație de creatori de conținut media.

Rețelele de socializare funcționează ca o platformă participativă, care permite utilizatorilor să genereze conținut și să îl distribuie în propria rețea virtuală, iar utilizarea

rețelelor sociale ca sursă de știri permite utilizatorilor să ia contact cu știrile într-o multitudine de moduri, respectiv:

- o prin citirea știrilor;
- o prin descoperirea unor știri noi;
- o prin distribuirea sau republicarea știrilor;
- o prin publicarea propriilor fotografii, videoclipuri sau rapoarte de știri;
- o prin comentarea știrilor.

Utilizarea rețelelor sociale ca sursă de informare a devenit o modalitate din ce în ce mai cunoscută de a obține informații și de a afla noi știri, atât pentru adulții în vârstă, cât și pentru cei tineri. Există o serie de modalități prin care rețelele sociale afectează în mod pozitiv lumea știrilor și a jurnalismului, dar este important să recunoaștem că acestea pot avea și un impact negativ asupra știrilor pe care oamenii le consumă, cum ar fi știrile false, știrile subiective și cele cu conținut tendențios.

Din acest motiv, este esențial să fiți capabil să identificați natura știrilor care circulă pe rețelele sociale și, în cazul în care citiți o știre falsă, să înțelegeți cum ați putea să gestionați o astfel de situație.

2.1. STIRILE DIN SOCIAL MEDIA: ADEVĂRATE SAU FALSE?

Înainte de a vedea cum să distingeți știrile reale de cele false care circulă pe rețelele sociale, este necesar să aflați câteva informații despre potențialul, oportunitățile și riscurile utilizării rețelelor sociale, precum și despre obiectivul știrilor care apar pe diferite tipuri de rețele sociale.

2.1.1. Potențialul, oportunitățile și riscurile utilizării rețelelor sociale

Pe baza celei mai cunoscute și acreditate definiții oferite de Andreas Kaplan și Michael Haenlein, social media reprezintă „*un grup de aplicații bazate pe internet care sunt construite pe fundamentele teoretice și tehnologice ale Web 2.0 și care permit crearea și schimbarea de conținut generat de utilizator*”¹.

Putem simplifica acest concept spunând că rețelele sociale sunt tehnologii interactive care facilitează crearea și partajarea de informații, idei, interese și alte forme de exprimare, prin intermediul comunităților și rețelelor virtuale.

Caracteristica principală este așadar **orizontalitatea lor** în crearea și răspândirea conținutului, care se află în contrast cu verticalitatea mediilor de comunicare clasice. Spre deosebire de mediile de comunicare tradiționale, prin rețelele sociale toți oamenii implicați pot crea, posta și distribui conținut.

Utilizarea pe scară largă a rețelelor sociale a adus schimbări nu numai în rolurile de comunicare, ci și în modurile de comunicare: nu mai este vorba de un mesaj unilateral

¹ „Utilizatori ai lumii, uniți-vă! Provocările și oportunitățile social media”, 2010, Andreas Kaplan și Michael Haenlein.



de tip „unu la mulți”, ci de un mesaj multidirecțional de tip „mulți la mulți” „ sau „de la egal la egal”. „Monologul” s-a transformat în „dialog” între utilizatori și, prin urmare, rolul de emițător și receptor se schimbă continuu, fără să mai existe un raport de ierarhizare.

Putem afirma că, deși diferite, rețelele de socializare au în comun următoarele **caracteristici**:

1. aplicații interactive Web 2.0 bazate pe internet;
2. conținut generat de utilizatori, cum ar fi texte postate sau comentarii, fotografii sau videoclipuri, precum și date generate prin toate interacțiunile online;
3. utilizatorii creează profiluri specifice serviciului pentru un anumit site web sau o aplicație, care sunt concepute și administrate de organizații din social media;
4. dezvoltarea rețelelor sociale online prin conectarea unui profil de utilizator cu cel al altor persoane sau grupuri.



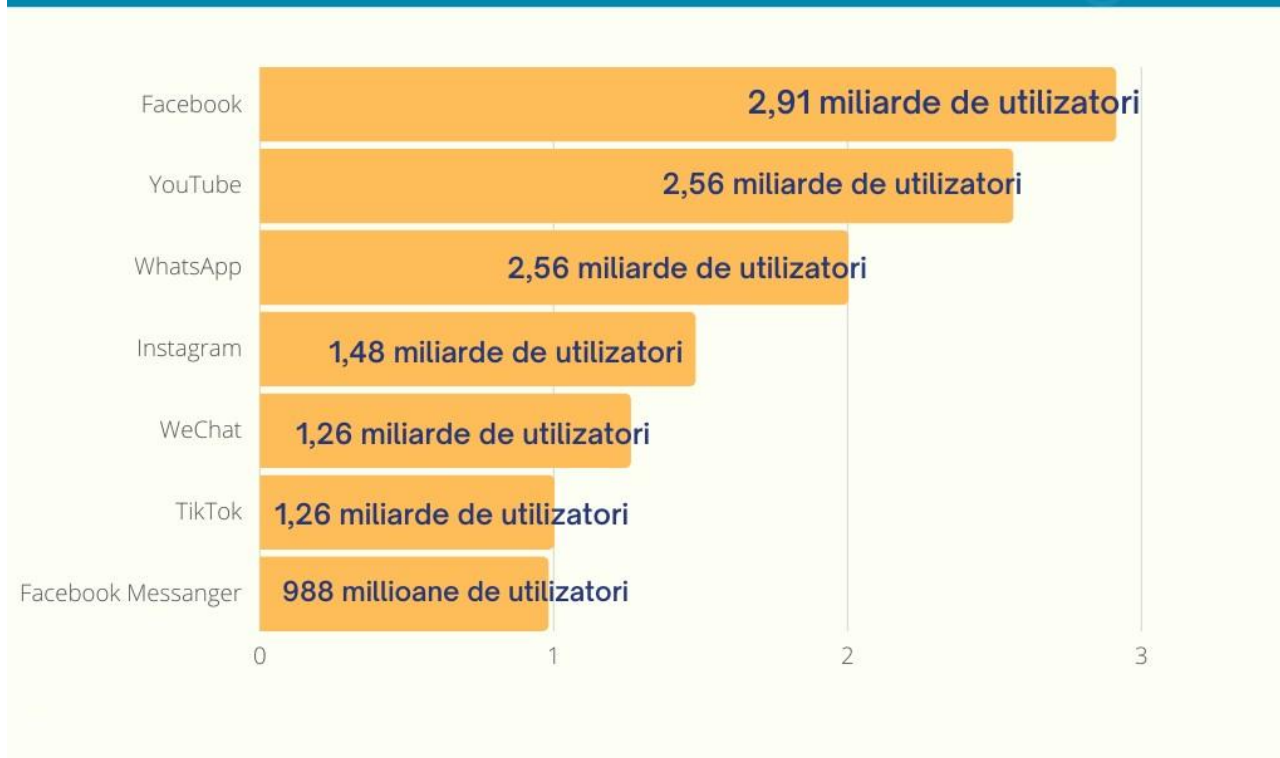
Imaginea 1: creată de TUCEP

Per ansamblu, putem prezenta numărul de utilizatori pentru cele mai cunoscute site-uri de social media din ianuarie 2022² după cum urmează:

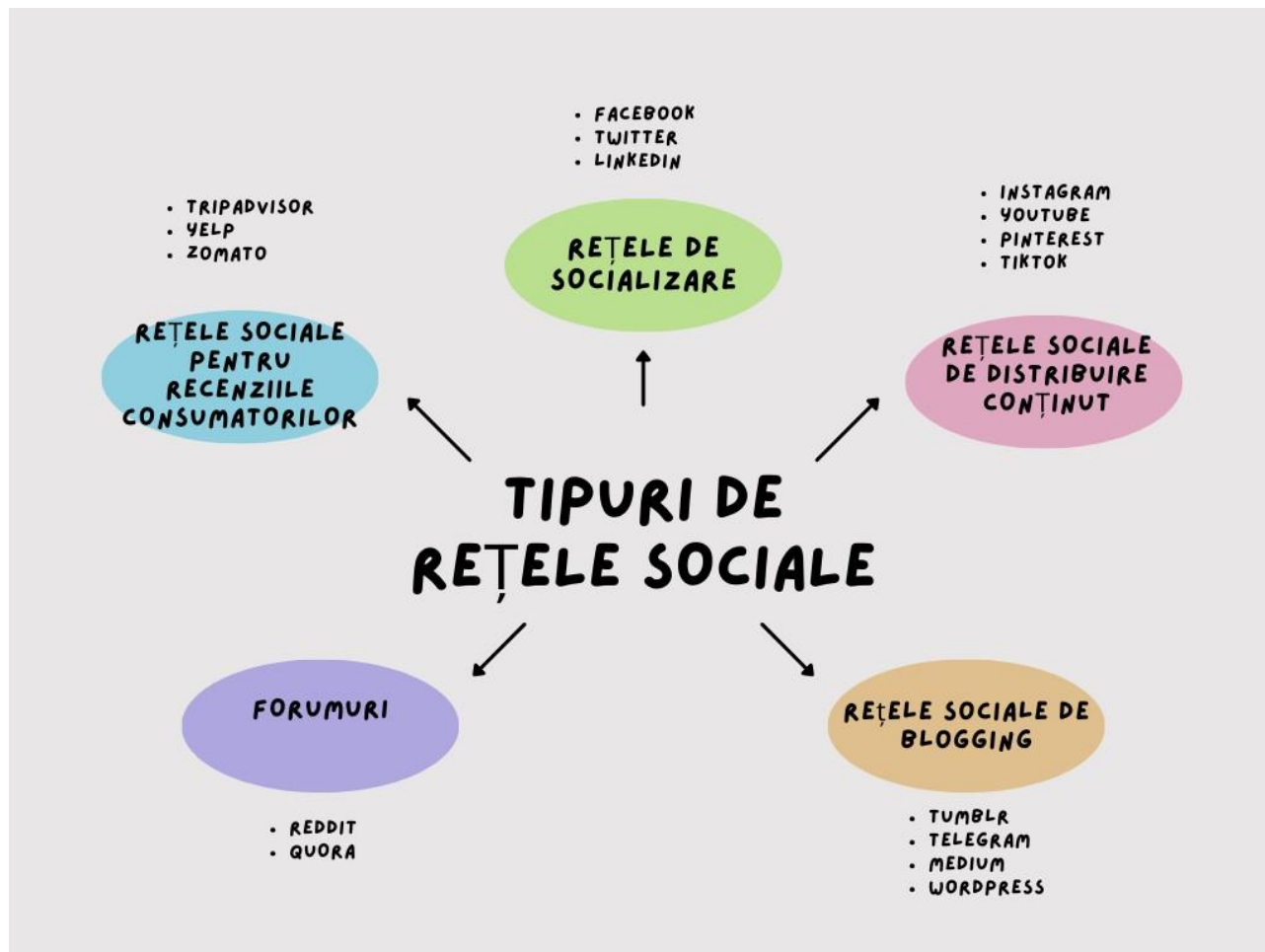
² „Cele mai populare rețele sociale din întreaga lume din ianuarie 2022, clasate după numărul de utilizatori activi lunar” - <https://www.statista.com/statistici/272014/rețele-sociale-globale-clasate-dupa-numar-de-utilizatori/>



Cele mai populare rețele sociale



Imaginea 2: creată de TUCEP



Imaginea 3: creată de TUCEP

O repartizare a rețelelor sociale se poate face în funcție de serviciile pe care le oferă. Cele mai cunoscute și utilizate sunt enumerate mai jos, fiind însoțite și de câteva exemple:

➤ **REȚELE DE SOCIALIZARE**

Scopul este împărtășirea ideilor, opiniilor și conținutului cu alți utilizatori. Facebook și Twitter sunt cele mai bune exemple în acest sens alături de LinkedIn, chiar dacă acesta este folosit în special în domeniul profesional, având astfel caracteristici care îl fac mai dificil de utilizat.

Mai jos, este oferită o scurtă descriere a rețelelor sociale care sunt cel mai frecvent utilizate:

- **FACEBOOK:** mulți oameni folosesc această platformă pentru a intra în legătură cu familia, prietenii sau diverse branduri. Puteți distribui actualizări ale statusului, fotografii, videoclipuri, link-uri de conținut sau diferite sondaje.



- **TWITTER:** are ca și Facebook-ul, această platformă este folosită pentru a posta fotografii, videoclipuri, link-uri, sondaje și multe altele, promovând o comunicare concisă și directă. Cea mai relevantă diferență este reprezentată de dimensiunea mesajului: spre deosebire de alte rețele sociale, aici se pot folosi doar 280 de caractere pentru fiecare mesaj.
- **LINKEDIN:** este o platformă destinată celor care au diverse profesii care se pot conecta sau pot crea relații profesionale, pot împărtăși informații, pot găsi noi locuri de muncă sau pot recruta noi candidați.

➤ **REȚELE MEDIA SHARING (distribuire conținut multimedia)**

Acest tip de social media este folosit pentru **distribuirea de diverse conținuturi multimedia**, cum ar fi imagini sau videoclipuri. Cele mai bune exemple de astfel de rețele sunt:

- **INSTAGRAM:** este o aplicație online gratuită de distribuire a fișierelor multimedia, unde oamenii pot încărca fotografii și videoclipuri, distribuindu-le unui grup restrâns de prieteni. Această aplicație permite prietenilor să interacționeze prin postarea de comentarii sau aprecieri la fotografiile sau videoclipurile distribuite.
- **YOUTUBE:** este al doilea cel mai mare motor de căutare din lume, precum și una dintre cele mai utilizate platforme de căutare și vizionare de videoclipuri, acoperind o gamă largă de subiecte.
- **PINTEREST:** este un site axat pe imagini vizuale, utilizat pentru postarea distribuției produselor și ideilor creative.
- **TIKTOK:** este o platformă de socializare utilizată pentru crearea, distribuția și vizualizarea videoclipurilor care nu depășesc 60 de secunde. Este o platformă folosită în special de tineri, pentru a se putea exprima prin muzică, dans, comedie sau prin mimarea versurilor.

➤ **BLOGURI SOCIALE**

Aceste rețele sociale permit oamenilor să **împărtășească informații** despre **știri, evenimente și subiecte actuale sau relevante**. De asemenea, abordează teme care se adresează unui public țintă. Blogurile sociale vă permit să împărtășiți informații în timp real, la fel ca și rețelele sociale. Blogurile sociale sunt tipuri unice de rețele sociale care implică mult mai multă muncă decât alte platforme sociale deoarece necesită crearea și publicarea constantă de conținut ceea ce impune implicarea permanentă a utilizatorului.

Exemple de rețele sociale de blogging:



- **TUMBLR**: este un instrument virtual de blogging și microblogging care permite utilizatorilor să distribuie un conținut cu text scurt, însoțit de elemente multimedia precum linkuri, imagini, citate, desene, etc.
- **TELEGRAM**: pe lângă faptul că este o aplicație de mesagerie, Telegram este și un instrument pentru crearea de canale publice sau private, prin care pot fi postate transmisiuni live audio/ video și scrieri pe o gamă largă de subiecte.
- **MEDIUM**: este o platformă de blogging creată de cofondatorii Twitter, cu aceeași structură, dar în care ideile și informațiile sunt distribuite fără limită de caractere și nu doar între prieteni, deși accesul se face doar prin invitație.
- **WORDPRESS**: este un sistem de gestionare a conținutului open-source, care facilitează crearea și gestionarea unui site web sau a unui blog care acoperă o gamă largă de subiecte, ce pot fi utilizate de oricine dorește să-l acceseze și să distribuie știri sau informații.

➤ REȚELE DE DISCUȚII (FORUMURI)

Prin intermediul acestor platforme sociale, oamenii din întreaga lume au posibilitatea de a discuta știri, informații și opinii pe o gamă largă de subiecte sau probleme, de la finanțe sau politică la știri amuzante. Oamenii urmăresc discuțiile și se înscriu la acestea pentru a vedea ce comentează sau ce spun alte persoane. Cele mai cunoscute exemple de astfel de platforme de discuții online sunt:

- **REDDIT**: este un site de știri sociale și un forum în care conținutul este creat și promovat de membrii site-ului prin vot. Într-adevăr, numele provine de la cuvintele „I read it” (l-am citit), deoarece se presupune că oamenii citesc opiniile, reflecțiile, informațiile și experiențele postate și participă la discuții, oferind feedback.
- **QUORA**: este o platformă online globală destinată adresării de întrebări și oferirii de răspunsuri pe o gamă largă de subiecte. Conținutul este generat de utilizatori, în sensul că persoanele care folosesc această platformă creează, editează și organizează modul în care sunt postate răspunsurile.

➤ REȚELE DE EVALUAREA A SATISFACȚIEI CLIEȚILOR

Prin această categorie de rețele sociale, utilizatorii pot afla, distribui și revizui diferite informații despre o varietate de **produse, servicii** sau **branduri**. Când o companie are recenzii pozitive pe aceste rețele, afirmațiile lor devin mai credibile, deoarece recenziile de pe aceste rețele reprezintă o validare socială. Aceste rețele oferă utilizatorilor posibilitatea de a oferi un feedback privind diferite tipuri de produse și servicii pe care le-au folosit. Cele mai folosite rețele de recenzii sunt TripAdvisor, Yelp sau Zomato.



Prezentarea pe scurt a diverselor rețele sociale clasificate *după scop* sunt prezentate în tabelul următor:

SCOP	TIP DE REȚEA SOCIALĂ	EXEMPLE
Dezbateri și discuții pe un subiect și exprimarea opiniilor cu privire la subiecte legate de internet	Forumuri de discuții	Reddit Quora
Vizionarea videoclipurilor	Platforme video	YouTube TikTok Facebook Instagram stories și reels
Crearea de comunități	Platforme comunitare	Grupuri pe Facebook Slack
Distribuirea de mesaje scurte atât în privat, cât și în public, cu durată de 24 de ore	Conținut care dispare	Instagram stories Snapchat Facebook stories
Ascultarea dezbaterilor live pe diverse subiecte	Platforme audio	Twitter Spotify Clubhouse
Difuzarea de videoclipuri live organizate fie de o singură persoană, fie de mai multe persoane sub formă de conferințe	Streamingul live	YouTube, Instagram live rooms Facebook live TikTok Twitch
Colaborarea cu profesioniști	Platforme digitale de afaceri	LinkedIn Twitter
Căutarea de informații pentru o gamă largă de lucruri (cumpărături, călătorii, sport, mâncare, vreme etc.).	Platforme digitale de inspirație	Pinterest, YouTube Instagram Bloguri
Difuzarea de știri și informații	Platforme informative	Telegram

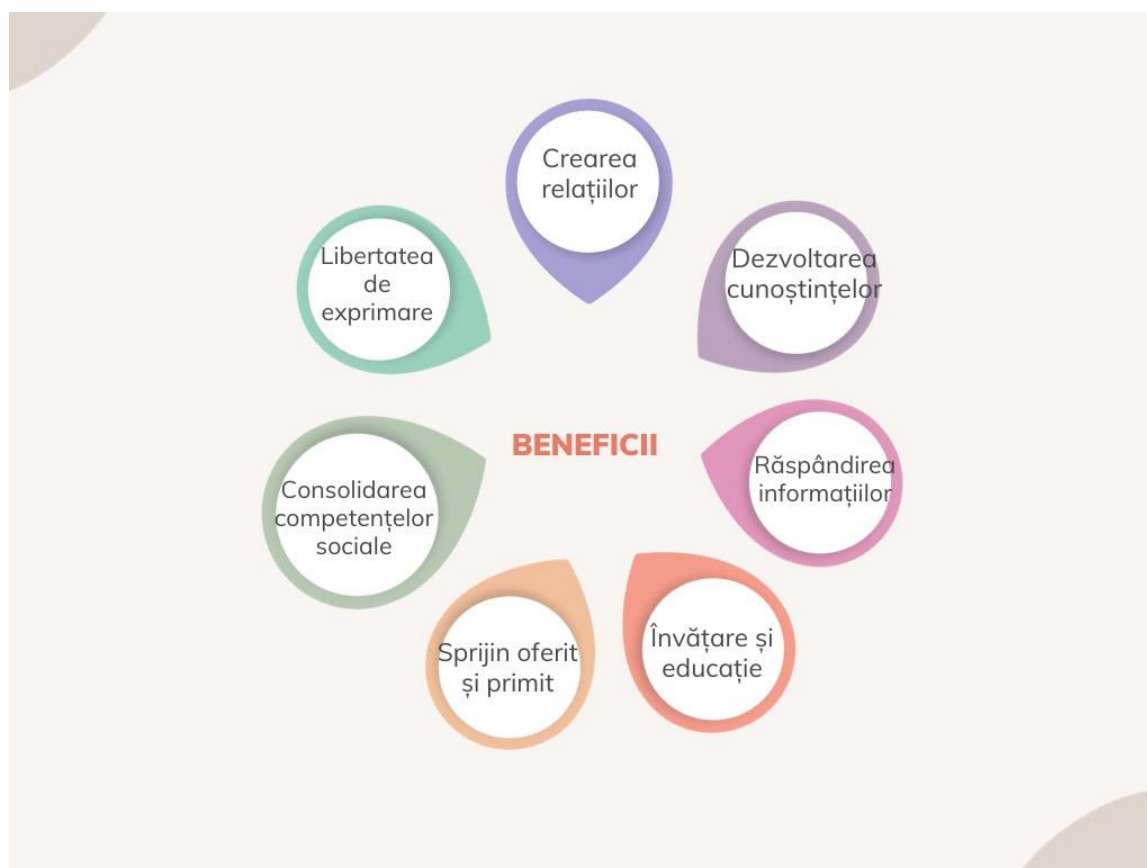
2.1.2. Care sunt beneficiile utilizării rețelelor sociale?

Este de neîgăduit că în zilele noastre toată lumea se află pe una sau mai multe platforme sociale, indiferent de vârstă, sex, mediul social și cultural, educație sau statut profesional. Adolescenții folosesc TikTok, influencer-ii, adulții sau micii întreprinzători, Instagram sau Facebook, iar cei care au o profesie, LinkedIn: rețelele sociale sunt prima opțiune care ne vine în minte atunci când căutăm oportunități de conectare, dar și informații din orice domeniu.

În general, oamenii folosesc rețelele sociale pentru a păstra legătura cu prietenii și familia extinsă. Unii oameni folosesc diverse aplicații de social media pentru oportunități de carieră sau pentru a găsi oameni cu interese similare cu care să împărtășească gânduri, sentimente, perspective și emoții. Cei care se implică în astfel de activități fac parte dintr-o rețea socială virtuală.

Rețelele sociale sunt, de asemenea, un instrument indispensabil pentru companiile care folosesc platformele pentru a interacționa cu clienții sau a găsi alții noi, pentru a stimula vânzările prin publicitate și promovare, pentru a evalua tendințele consumatorilor și pentru a oferi clienților servicii sau asistență.

Dacă sunt folosite în mod inteligent, rețelele sociale pot aduce multe beneficii. Fiind cea mai bună formă de contact direct cu publicul țintă, aceste platforme dețin toate atuurile pentru a îmbunătăți viața oricui le accesează.



Imaginea 4: creată de TUCEP

Mai jos sunt prezentate **câteva dintre beneficiile** utilizării în mod inteligent a diverselor rețele sociale:

- o **Construirea relațiilor și păstrarea legăturii.** Rețelele de socializare facilitează găsirea unor grupuri de persoane care împărtășesc aceleași idei sau găsirea de noi prieteni. O comunitate prietenoasă ne poate ajuta să ne simțim apreciați și



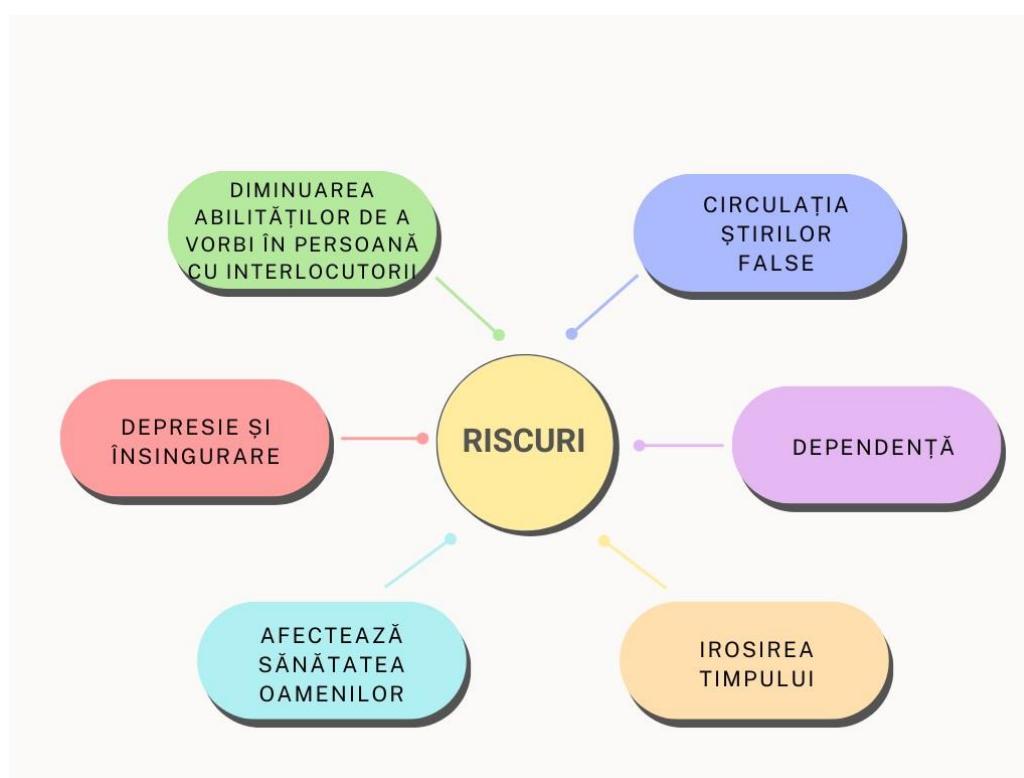
acceptați. Rețelele sociale sunt, de asemenea, o modalitate ușoară de a menține relațiile cu familia sau prietenii care sunt departe de noi, prin trimiterea de mesaje, distribuirea fotografiilor, apeluri telefonice sau apeluri video. De asemenea, putem dezvolta sau crea relații noi de prietenie. Acest nivel de conexiune reprezintă un avantaj unic al rețelelor sociale.

- **Dezvoltarea cunoștințelor.** O varietate de subiecte, vechi și noi, sunt discutate pe rețelele sociale. Citirea sau participarea la conversații poate aduce în discuție subiecte importante care ne atrag atenția și pe care le putem discuta cu persoane în care avem încredere. În plus, rețelele sociale ne oferă oportunitatea de a ne alătura grupurilor specifice sferei noastre de interes pentru a participa la discuții, a învăța și a ne dezvolta.
- **Distribuirea informațiilor.** Rețelele sociale reprezintă unul dintre cele mai rapide mijloace de răspândire a știrilor din întreaga lume. Pe de o parte, acest lucru poate fi copleșitor, dar pe de altă parte ne oferă oportunitatea de a fi permanent la curent cu evenimentele importante. În plus, rețelele sociale oferă oricărei persoane posibilitatea de a promova și distribui rapid informații atât la nivel local, cât și global despre anumite evenimente.
- **Învățare și educație.** Rețelele sociale reprezintă un loc în care oricine poate găsi experți, profesioniști, tutoriale și programe de formare pentru a deprinde noi abilități și a dobândi noi cunoștințe sau pentru a-și îmbunătăți competențele prin cursuri, conținut și seminarii online gratuite. Mulți influencer-i își împărtășesc în mod deschis cunoștințele pentru a-i ajuta pe alții să se dezvolte. De asemenea, este un spațiu ideal pentru firmele care fac publicitate propriilor servicii și produse.
- **Sprijin.** Rețelele sociale sunt un instrument excelent pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la o cauză importantă sau pentru a-i sprijini pe cei care promovează proiecte importante de interes public. În sfera privată, rețelele sociale sunt un instrument important de a oferi și de a primi sprijin în domeniul profesional, cum ar fi pentru începerea unei afaceri noi sau promovarea unor proiecte. Este, de asemenea, un mijloc de a găsi noi contacte în sfera noastră de interes, facilitând împărtășirea propriilor cunoștințe și abilități și însușirea altora noi.
- **Promovarea abilităților sociale, precum empatia.** Atunci când oamenii postează lucruri personale sau îngrijorătoare în mediul online oferă celorlalți posibilitatea de a da dovadă de empatie prin suportul și încurajarea oferită sau de a-și exprima interesul pentru ceea ce li se întâmplă prin intermediul mesajelor sau comentariilor. În plus, modul în care unii depășesc situații dificile poate crea inspirație și ne poate ajuta să vedem lucrurile dintr-o perspectivă nouă.
- **Exprimarea opiniilor.** Rețelele sociale oferă oamenilor de toate vârstele posibilitatea de a dezvolta o platformă deschisă unui public larg unde pot fi împărtășite informații, știri sau opinii. Acest lucru îi ajută pe oameni să-și dezvolte încrederea în sine, să dobândească abilități de comunicare noi și să răspândească rapid mesaje importante și pozitive.

2.1.3. ...dar riscurile?

Fiind ușor de accesat, cu o viteză mare de răspândire a informațiilor și costuri scăzute, rețelele sociale sunt cel mai rapid și mai ușor accesibil mijloc de comunicare și informare. Apariția noilor tehnologii și a unor rețele de internet accesibile a transformat utilizatorii din simpli consumatori de conținut în producători activi ai acestuia: oricine poate crea un conținut nou, pe care orice persoană îl poate edita, partaja și distribui după bunul plac.

Acesta este unul dintre principalele motive pentru care rețelele sociale pot deveni un teren fertil pentru știrile false create și difuzate de utilizatori fără scrupule.



Imaginea 5: creată de TUCEP

Deși rețelele sociale au o latură pozitivă, pe care am prezentat-o mai sus, există și o latură negativă a acestora legată de mai multe **riscuri**, după cum urmează:

- **Reducerea abilităților de comunicare față în față.** Majoritatea oamenilor folosesc rețelele sociale pentru a comunica cu ceilalți, generând astfel o reducere a capacității de a comunica față în față, de a interacționa în persoană, abilitate care include un set de alte abilități personale. O mulțime de experiențe arată că oamenii care au comunicat pe rețelele sociale și-au pierdut abilitățile de a interacționa personal și, în consecință, comunicarea față în față cu alte persoane a devenit extrem de dificilă pentru ei. Pe baza unor studii științifice, s-a constatat



că acest lucru poate crește șansele de dezvoltare a unei serii de afecțiuni psihice și comportamente bipolare.

- **Știri false.** Rețelele sociale joacă un rol semnificativ în răspândirea știrilor false, deoarece sunt oameni care creează cu ușurință postări false pe care le distribuie pe diverse grupuri. În plus, lipsa unui sistem de verificare face și mai ușoară crearea de știri false pe diverse subiecte sau teme și postarea lor pe rețelele sociale. Oamenii distribuie și transmit știrile false altor persoane sau grupuri, ducând astfel la răspândirea acestora pe tot mapamondul.
- **Dependență.** Unul dintre cele mai nocive aspecte ale rețelelor sociale o reprezintă crearea dependenței de fi accesate în permanență. Majoritatea oamenilor folosesc atât de mult rețelele sociale încât devin dependenți de ele. Ei urmăresc în mod constant fluxurile de știri pe care, de cele mai multe ori, le și distribuie. Apariția rețelelor sociale în viața oamenilor a condus la autoexcluderea acestora din viața socială, plimbările în natură devenind din ce în ce mai rare. Trăind ca într-o bulă virtuală, mulți oameni se refugiază pe rețelele sociale pentru a evita să vadă ce se întâmplă cu adevărat în lumea din jurul lor.
- **Irosirea timpului.** Mulți oameni folosesc platformele de social media din diverse motive: pentru relaxare, în scopuri personale sau profesionale. Această activitate însă necesită alocarea unei anumite perioade de timp, iar atunci când încep să navigheze sau să acceseze diferitele rețele, timpul trece extrem de repede fără ca ei să realizeze acest lucru. Fără a încerca să demonizăm utilizarea rețelelor sociale, este clar că se poate pierde timp prețios cu ele, timp care ar putea, în schimb, să fie dedicat unor activități mai productive și mai sănătoase.
- **Dăunează sănătății oamenilor.** Rețelele sociale pot afecta sănătatea oamenilor. De utilizarea excesivă a platformelor de social media au fost legate o serie de probleme de sănătate, cum ar fi, de exemplu creșterea în greutate datorată faptului că oamenii tind să devină tot mai sedentari. Astfel, tot mai mulți utilizatori ai rețelelor sociale preferă să petreacă timpul în fața dispozitivelor mobile decât să meargă afară sau să participe la diverse activități fizice și jocuri recreative care implică mișcare și relaxare.
- **Depresie și singurătate.** Oamenii care petrec prea mult timp pe rețelele sociale devin adesea deprimați și singuri. După pandemia de Covid-19, social media a devenit principalul instrument de comunicare interpersonală, favorizând însingurarea. Astfel că, în ciuda numeroșilor urmăritori de pe rețelele de socializare, oamenii sunt de fapt extrem de singuri. Mai mult, timpul petrecut în fața dispozitivelor are un impact semnificativ asupra creierului nostru: generează nu numai depresie, ci și anxietate și insomnie, stres cronic sau lipsa stimei de sine.



2.1.4. Social media și știrile

Pentru a putea detecta știrile false de pe rețelele sociale, este important să cunoaștem semnificația conceptului de „știri” și să identificăm ceea ce îl poate face foarte cunoscut.

Există posibilitatea ca orice eveniment care atrage interesul publicului să devină o știre: așadar putem afirma că **ceea ce face ca un eveniment să devină o știre este relația acestuia cu publicul.**

În acest moment, apare întrebarea: care sunt caracteristicile care fac știrile interesante și, prin urmare, foarte populare în ochii publicului?

Există anumite **criterii**, numite „valori de știri”, care ne permit să evaluăm capacitatea unei știri de a capta interesul și curiozitatea cititorului/ ascultătorului. Iată câteva dintre aceste criterii:

- CEVA NOU: când un eveniment se repetă cu o anumită frecvență și are aceleași caracteristici își pierde din popularitate pentru că publicul nu îi mai acordă niciun interes.
- Evenimente ACTUALE care s-au petrecut sau au fost descoperite recent pot stârni curiozitatea cititorilor. Este un concept important pe care se bazează și competitivitatea unui produs editorial/ media.
- PROXIMITATE: cu cât un eveniment este mai aproape de cititori (din punct de vedere al spațiului geografic, psihologiei, culturii, etc.), cu atât este mai probabil să atragă atenția publicului și să devină astfel foarte cunoscut.
- DIMENSIUNE: cu cât evenimentul are o mai mare intensitate, cu atât poate avea mai mult efect asupra audienței cititorilor/ spectatorilor.
- DRAMATISM: știrile care trezesc emoții sau impresii puternice stârnesc curiozitatea publicului mult mai mult decât știrile plictisitoare.
- CONSECINȚE PRACTICE: știrile care au un impact direct asupra vieții de zi cu zi a oamenilor sunt potențial mai populare decât știrile care nu au nicio legătură cu viața de zi cu zi (de exemplu, creșterea costului vieții, noi reglementări care aduc schimbări în viața oamenilor, crize economice).

În zilele noastre, rețelele sociale joacă un rol cheie în răspândirea știrilor. Într-adevăr, unul dintre aspectele caracteristice ale societății de astăzi este **viteza**, iar acest lucru este valabil și în domeniul informației: rețelele sociale au devenit atât de populare pentru că știrile pe care le oferă se răspândesc cu repeziciune, sunt actualizate în mod constant și sunt un instrument perfect pentru ca oamenii să fie mereu la curent cu ceea ce se întâmplă în orice parte a lumii.

Deși rețelele sociale au adus schimbări pozitive, nu trebuie să subestimăm consecințele negative a acestora. Răspândirea rapidă și imediată a informațiilor nu este doar un avantaj pentru conținutul care este considerat „valid” sau „adevărat”, ci și pentru știrile false, care îi fac pe oameni să cadă în capcana dezinformării.

Pe rețelele de socializare circulă o mare cantitate de știri false, iar articolele cu titluri inventate sau atractive sunt create pentru a capta interesul utilizatorului și pentru a-l

determina să dea click pe linkul postat (fenomenul click-baiting), creând în acest fel audiență sau obținând o vizibilitate cât mai mare.

Putem, așadar, să afirmăm că raportul dintre rețelele sociale și informație reprezintă o sabie cu două tăișuri.

Avantajul și dezavantajul circulației știrilor în rețelele de socializare au ca principală caracteristică **anularea intermediarului**. Informațiile sunt postate și distribuite pe diverse site-uri în timp real fără niciun filtru sau control, astfel că fiecare utilizator de internet poate deveni un producător de conținut.

Această libertate de a produce conținut prin intermediul rețelelor sociale îi face pe oameni să se simtă liberi și să-și exprime gândurile, opiniile, valorile și sentimentele fără să fie nevoiți să suporte anumite consecințe. Acest lucru face ca oamenii să se informeze foarte ușor și să creadă că au o părere avizată asupra unui anumit subiect despre care de fapt nu știu nimic, doar pentru simplul fapt că au citit niște articole de pe niște rețele sociale.

Deci, pe ce se bazează credibilitatea unei știri care circulă pe rețelele sociale?

Credibilitatea și seriozitatea unui editor de conținut online nu este dată de aptitudinile sau experiența sa de redactor sau de profesionist în domeniul care face obiectul știrii, ci de capacitatea acestuia de a stârni curiozitatea potențialilor cititori, fapt care duce la o vizualizare cât mai mare a știrii postate.

Libertatea mare de exprimare care permite producerea unei cantități uriașe de conținut pe site-urile web face dificilă verificarea, dacă o știre care apare pe rețelele sociale este de încredere și provine dintr-o sursă credibilă.

Mai mult, spre deosebire de știrile publicate în ziarele tradiționale, informațiile care circulă pe site-urile web și social media nu sunt obligate să urmeze rigorile jurnalistice și nici măcar nu sunt controlate de sistemele de verificare a surselor.

Toate acestea întăresc afirmația poetului și academicianului american Charles Simic, care a definit perioada istorică în care trăim drept „Epoca ignoranței”³ unde *suntem înconjurați de dezinformarea transmisă prin instrumente precum site-urile web și social media*.

2.1.5. Cum să identifici o știre falsă care circulă pe rețelele sociale

După cum s-a menționat până acum, este de necontestat faptul că știrile false găsesc un teren fertil pe rețelele sociale din mai multe motive menționate în paragrafele anterioare. Potrivit **Raportului despre știrile digitale** (Digital News Report 2023) al Institutului Reuters al Universității Oxford⁴, care a chestionat aproximativ 46 de țări, credibilitatea știrilor citite de pe rețelele sociale rămâne ridicată. Facebook a fost

³ Age of ignorance, 2012, Charles Simic, New York Review of Books

⁴ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf

recunoscută ca fiind principalul producător de știri false comparativ cu celelalte rețele sociale.

Deși majoritatea oamenilor susțin că știu ce sunt știrile false, mulți pretinzând că sunt capabili să le distingă de știrile reale, rămâne însă întrebarea de ce fenomenul dezinformării este încă larg răspândit.

Răspunsul constă în faptul că oamenii sunt prea încrezători în propriile abilități, dar în realitate nu oricine poate face distincție între informațiile adevărate și cele false care circulă pe aceste rețele.

Atunci, cum putem recunoaște știrile false care circulă pe rețelele sociale?

Deoarece o rețea socială este o platformă publică pe care oricine poate posta orice fără a fi responsabil pentru acest lucru, este la latitudinea utilizatorilor să facă diferența între informare greșită și dezinformare. **Ceea ce face ca informarea greșită să fie diferită de dezinformare este intenția persoanei sau a canalului care distribuie o știre falsă.**

INFORMARE GREȘITĂ	DEZINFORMARE
Informarea greșită constă în prezentarea de informații false sau inexacte. Aceasta este clasificat drept „conținut fals sau înșelător, incluzând farse, teorii ale conspirației, știri fabricate, titluri care atrag click-uri și chiar satiră”. Informarea greșită NU ARE scopul deliberat de a induce în eroare. În schimb, are scopul de a modela sau schimba opinia publică cu privire la un anumit subiect.	Dezinformarea este o informație falsă care ARE scopul deliberat de a induce în eroare prin prezentarea în mod eronat a faptelor. Poate fi răspândită prin foarte multe metode similare cu cele ale informării greșite: farse, click-bait-uri, știri inventate. Dezinformarea este creată pentru a înșela.

Există mai multe motive pentru care conturile de social media ale persoanelor fizice sau chiar ale companiilor pot răspândi informații greșite. Ar putea fi pentru a crește eficiența marketingului pe rețelele sociale, pentru a crește traficul online sau numărul de urmăritori ai paginii unei persoane sau a unei companii, pentru provocarea unei reacții emoționale sau pentru distragerea atenției.

Răspândirea de informații greșite pe rețelele sociale poate fi periculoasă, deoarece cantitatea enormă de informații și creșterea în intensitate a atenției cititorilor le permite creatorilor de știri false să dețină controlul.

Dacă vreți să deveniți cunoscător în domeniul media și să fiți capabil să identificați știrile false, există o serie de întrebări pe care să vi le puneți, cum ar fi:

- ✓ Contul care a distribuit postarea pune accent pe crearea de emoții sau pe prezentarea obiectivă și profesională a informațiilor?
- ✓ Pe ce pretinde a se concentra conținutul?
- ✓ Informația este întemeiată?
- ✓ Este de încredere sau menționează surse de încredere?
- ✓ De ce este știrea importantă pentru deținătorul contului care a distribuit-o?

2.2. ȘTIRI FALSE POPULARE PE REȚELELE SOCIALE

Rețele sociale și noile forme de relații asociate acestora au devenit principalul spațiu de schimb de informații, opinii, stabilirea de relații, dar și un spațiu de lucru și învățare. Prin intermediul platformelor digitale, informațiile sunt create și vehiculate de oricine, relațiile private și publice sunt transformate, iar fenomenele sociale și politice sunt influențate predominant.

În același timp, aceste instrumente și-au manifestat puterea în transmiterea informațiilor și știrilor de interes general și în raportarea faptelor de interes public cu o rapiditate extraordinară.

De-a lungul timpului, toate acestea au facilitat proliferarea știrilor false în diferite domenii și sfere ale vieții publice și private.

2.2.1. Cele mai vizate domenii

Care sunt domeniile în care știrile false sunt cele mai frecvente și, în consecință, foarte răspândite?

Pe baza raportului elaborat la nivel transnațional de către organizațiile partenere MCRE, axat pe analiza știrilor false din șase țări UE (România, Italia, Cipru, Polonia, Portugalia, Spania), s-a constatat că principalele domenii în care circulă știrile false sunt următoarele:

- politică și guvernare;
- sănătate;
- mediu înconjurător;
- economie și afaceri;
- divertisment și sport.

2.2.2. Câteva exemple

Fluxul continuu de informații distribuite în timp real a transformat social media într-un element fundamental al societății noastre și un mijloc de informare privind evenimentele de actualitate, fie ele naționale sau internaționale. Datorită multitudinii de platforme sociale disponibile, toată lumea are posibilitatea de a fi la curent în mod constant, în timp real, cu știrile și noutățile din domeniul politic prin intermediul articolelor, postărilor, videoclipurilor, live stream-urilor, tweet-urilor și mesajelor

distribuite de persoane fizice, jurnaliști sau instituții guvernamentale. Toate acestea ne permit să monitorizăm situația de pe teren și eventualele evoluții politice.

În domeniul **politicii**, există nenumărate exemple de știri false care circulă în momente istorice și cruciale atât la nivel local/ național, cât și global.

Războiul Rusia - Ucraina

Cu siguranță, cel mai actual exemplu se referă la rolul pe care social media l-a jucat în **conflictul dintre Rusia și Ucraina**: este primul eveniment de mare anvergură prezentat atât de presa tradițională, ci și de social media, care au o comunicare orizontală și pe mai multe direcții, în care guvernele și organismele dialoghează cu populația, care, la rândul ei, dialoghează în același timp cu acestea.

De la începutul războiului, social media a devenit atât un mijloc atât de comunicare și informare, cât și un mijloc de propagandă politică în conflictul dintre Rusia și Ucraina. Vestea a șocat lumea și, pe bună dreptate, a monopolizat titlurile din ziare, din presa scrisă și de pe platformele digitale.

Fluxul de informații nu mai circulă ca în trecut exclusiv prin intermediul mass-media tradițională (cum ar fi televiziunea, ziarele sau radioul): nu mai există doar fotografiile realizate de fotoreporteri sau videoclipuri ale reporterilor transmise din zonele de conflict, ci orice persoană care se află în zona de conflict poate înregistra ceea ce se întâmplă prin folosirea propriului telefon mobil și apoi îl poate împărtăși restului lumii prin intermediul internetului.

Astfel, platforme precum Twitter, Instagram, TikTok și Telegram sunt folosite pentru a spune povestea și experiența personală cu privire la războiul care se desfășoară în prezent. Uneori se întâmplă ca cetățenii să împărtășească știrile în timp real, chiar înainte ca mass-media să ajungă direct la fața locului.

Această caracteristică reprezintă însă un **risc privind seriozitatea știrilor care circulă pe rețelele sociale**: pe de o parte, înțelegerea războiului și a ceea ce se întâmplă este facilitată de acestea; pe de altă parte, însă, fiind un instrument în mâinile oricui, acestea **pot fi obiect de propagandă și manipulare, dar și un mod de dezinformare neintenționată**.

Așadar, informațiile, fie ele adevărate sau false, sunt răspândite prin intermediul platformelor digitale mult mai rapid, iar evenimentele sunt prezentate în timp real.

Războiul din Ucraina reprezintă momentul în care TikTok a devenit, pentru prima dată, o rețea socială de top în formarea discursului și a opiniei publice. Acest lucru a generat un flux de conținut, care a fost distribuit și a devenit viral, chiar dacă o mare parte din el nu a fost niciodată verificat în ceea ce privește adevărul informațiilor. Este un haos în care totul pare scos din context, fiind extrem de dificil să se facă distincția dintre ficțiune și realitate. În altă ordine de idei, acesta este modul în care TikTok este structurat: un flux nesfârșit de videoclipuri scurte, captivante, dar nu foarte mult editate, unde apare nu doar conținutul din profilurile pe care utilizatorii s-au hotărât să le urmărească, ci tot felul

de alte conținuturi pe care algoritmul platformei le identifică ca fiind interesante pentru aceștia.

Alegerile prezidențiale din SUA din 2016

Alegerile prezidențiale din SUA din 2016 sunt un exemplu de bună documentare cu privire la impactul pe care îl are răspândirea de informații false prin intermediul platformelor sociale. Acest fenomen profită de puterea rețelelor sociale, permițând oricui să ajungă la o audiență de milioane de oameni, distribuind un conținut care nu este verificat.

Când vine vorba de aflarea știrilor de ultimă oră, Twitter este prima platformă accesată: această rețea a fost, de fapt, criticată pentru rolul său în alegerile prezidențiale din SUA din 2016. Un studiu realizat de cercetătorii de la Universitatea Oxford⁵ susține că Twitter a fost plin de conținut polarizant și conspirativ în timpul alegerilor prezidențiale din 2016. Conținutul includea link-uri în limba rusă, WikiLeaks și surse de știri nedorite. Conținutul a folosit informații înșelătoare pentru a influența înțelegerea de către cititori a problemelor publice, folosind o exprimare dezbinătoare și inflamatorie.

Deși utilizatorii rețelelor sociale au împărtășit mult conținut politic, cantitatea de știri politice și informații scrise de profesioniști a fost constant mai mică decât cantitatea de știri extremiste, de senzație, conspirative, false și alte forme de știri nedorite.

Drept urmare, știrile false difuzate au creat o dezorientare considerabilă în rândul cititorilor, care au fost presați să aprecieze sau să urască un candidat în detrimentul altuia, pe baza unor mesaje adesea extrem de emoționale.

COVID-19

În timpul pandemiei de COVID-19, utilizarea rețelelor sociale ca mijloc de informare a crescut foarte mult. Un procent mare din populație a căutat informații despre pandemie pe Instagram, Facebook și Twitter. Oamenii aveau nevoie să înțeleagă ce se întâmplă, dar și să fie permanent la curent cu tot ceea ce se întâmplă. Cu toate acestea, neputând evalua dacă știrile care circulă pe rețelele sociale provin din surse autorizate și de încredere, mulți au căzut victime știrilor false și teoriilor conspiraționiste care au găsit astfel teren fertil pe numeroasele platforme sociale.

Răspândirea de informații false și dezinformarea privind pandemia COVID-19 a avut repercusiuni foarte grave, punând în pericol sănătatea publică și afectând direct viața oamenilor.

Știrile false care au circulat de la începutul pandemiei și care au reprezentat un pericol grav pentru sănătatea oamenilor au vizat în esență:

⁵ <https://www.courthousenews.com/wp-content/uploads/2017/11/social-media-report.pdf>

„Rețelele sociale, știrile și informațiile politice în timpul alegerilor din SUA: conținutul polarizant a fost concentrat în statele swing?” - 28.09.2017

- o promovarea produselor și serviciilor false (de exemplu, teste și vaccinuri false COVID-19);
- o încurajarea unui fals sentiment de securitate (de exemplu, informații înșelătoare despre tratamente);
- o crearea de suspiciuni și îndoieli cu privire la instrucțiunile și sursele oficiale.

2.3. UTILIZAREA RESPONSABILĂ A REȚELOR SOCIALE PENTRU A EVITA RĂSPÂNDIREA ȘTIRILOR FALSE

Posibilitatea oferită de social media de a se simți parte activă a sistemului informațional extinde aria de responsabilitate a utilizatorilor individuali și comportamentul „social” al acestora. Utilizatorii sunt îndemnați să recurgă la un mod de „utilizare responsabilă” a rețelelor sociale, evitând răspândirea, fără control a conținutului și a mesajelor de slabă calitate și credibilitate îndoielnică. Această măsură este necesară pentru a proteja atât credibilitatea utilizatorului, cât și credibilitatea sistemului informațional, în general.

Ceea ce spunem, postările care ne plac și conținutul pe care îl distribuim devin parte din fluxul de informații al persoanelor de contact. Fiecare dintre noi este „media” și ar trebui să ne simțim responsabili pentru acțiunile și alegerile noastre în aceste medii digitale. A fi pe deplin conștienți de comportamentul nostru online ne poate face să fim mai buni și împreună să contribuim în mod pozitiv și constructiv la protejarea ecosistemului informațional.

Valigia Blu (Comunitatea informațională italiană), postată la 20.10.2016

Întrucât lumea digitală și virtuală de astăzi ne oferă oportunitatea de a participa activ, de a distribui și de a crea conținut, este important să dobândim cunoștințele, aptitudinile și abilitățile pentru a recunoaște când și ce fel de informații avem nevoie, unde și cum să obținem aceste informații, cum să le evaluăm și mai ales cum să le folosim cu responsabilitate. Acest set de cunoștințe și abilități se numește **alfabetizarea media și informațională** și a fost definit de UNESCO⁶.

După cum s-a discutat pe larg mai sus, în zilele noastre suntem copleșiți de o multitudine de știri: unele adevărate, altele false, altele incorecte. Pe lângă dezvoltarea abilităților precum gândirea critică, putem învăța să distingem știrile adevărate de cele false prin practică: aceasta înseamnă să acordăm mai multă atenție informațiilor care circulă în mediul online, să punem întrebări, să citim cu atenție și să căutăm dovezi care să susțină ceea ce citim.

Toți oamenii care folosesc rețelele sociale au un rol important în prevenirea răspândirii știrilor false, asigurându-se că ceea ce distribuie provine dintr-o sursă de încredere. Deci, ce putem face pentru a recunoaște conținutul fals din mediul online? Când este necesar să verificați din nou înainte de a distribui ceva în mediul online?

⁶ <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>

Nu ar trebui să mergem atât de departe încât să dezmințim tot ceea ce apare pe rețelele sociale, dar trebuie să adoptăm anumite **comportamente** și **să dezvoltăm anumite abilități** care să ne permită să facem o evaluare adecvată și corectă a știrilor postate.

Când întâlnim o știre care circulă pe internet prin intermediul rețelelor sociale, ar trebui mai întâi să ne punem câteva întrebări înainte de a distribui sau redirecționa postarea sau articolul, după cum urmează:

M-am asigurat de sursă? Este un subiect fierbinte sau controversat? Ar putea cineva să-mi citească postarea dacă o distribui? Pare „prea frumos pentru a fi adevărat”?

Pentru a facilita analiza unei știri care circulă în mediul online, ar putea fi util să ne răspundem la următoarele cinci întrebări:

CE fel de conținut este? Este adevărat sau fals?

Înainte de a crede sau de a distribui ceva, este important să identificăm dacă respectivul conținut este adevărat sau fals. Dintre diferitele tipuri de informații false care sunt răspândite, cele mai relevante sunt:

Farse și știri false: sunt răspândite cu intenția de a induce oamenii în eroare. Motivele pentru care acestea sunt răspândite pot fi diverse: motive politice, ideologice, intenții rău-voitoare de a pune într-o lumină proastă persoanele cunoscute, câștig financiar, etc. O farsă devine „știre” atunci când este răspândită și amplificată de mass-media, fie intenționat, fie neintenționat, din cauza unei verificări insuficiente a surselor știri.

Escrocherii: există știri sau postări care au ca scop „să fure” informații personale sau să vă determine să accesați link-uri care v-ar descărca programe malware pe computer.

Reclame: Uneori există reclame false deghizate în conținut real care pot induce în eroare cititorul.

CINE răspândește aceste informații?

Există probabilitatea ca adulții să aibă încredere în conținutul unei povești dacă aceasta a fost distribuită de o persoană în care au încredere, așa că identificați întotdeauna persoana care a postat-o. Dacă persoana care a distribuit știrea nu a indicat sursa, căutați-o și nu presupuneți că sursa ar putea fi un ziar, un canal TV sau un site de știri online.

Odată ce ați identificat sursa, aflați cine este autorul și de acesta ar putea fi considerat o sursă validă pentru știrile distribuite. În funcție de tipul de sursă, puteți efectua următoarele verificări:

- o Site web: verificați dacă există adresa web indicată.
- o Articol științific sau despre sănătate: căutați numele autorului pentru a afla ce calificări are.
- o O fotografie/ un articol despre ceva ce se întâmplă într-un anumit loc: verificați dacă au mai fost postate și alte știri/ fotografii despre acest eveniment.

DE CE se răspândește știrea?

Este important să identificați motivul pentru care este publicată o știre: amintiți-vă că știrile sau titlurile de senzație sau extravagante maschează adesea știri false. Este necesar să se facă o investigație cu ajutorul unor întrebări de ghidare, cum ar fi:

Vrea să mă facă să râd? Să mă sperie? Să mă supere? Folosește cuvinte sau imagini cu puternic impact emoțional pentru a-mi trezi emoții puternice?

De asemenea, țineți cont de faptul că unele surse de știri false tratează subiecte pe care sunteți tentat să le credeți ca fiind adevărate, ducând la accesarea și distribuirea acestora.

CÂND a început să se răspândească știrea?

Multe știri sunt publicate de mai multe ori: puteți căuta povestea pentru a vedea dacă a mai fost publicată. În cazul unei fotografii, puteți căuta dacă au mai fost publicate fotografii similare.

Un alt semnal de luat în considerare atunci când se evaluează seriozitatea știrii este de cât timp este activ contul persoanei care postează știrea. Fiți critic și vigilent dacă un cont pare a fi nou sau a început să posteze recent, fără să aibă un istoric.

UNDE pot afla dacă un subiect este real?

În mediul online, există multe metode prin care puteți afla sau înțelege dacă o știre este reală sau nu:

- pentru verificarea știrilor online, se pot accesa site-uri speciale care monitorizează acuratețea faptelor precum www.factcheck.org, www.snopes.com, www.poynter.org, www.PolitiFact.com (la nivel internațional) și alte site-uri similare la nivel național (www.factual.ro, www.antifake.ro, www.veridica.ro).
- Pentru verificarea imaginilor, se poate efectua o căutare inversă pe TinEye (www.tineye.com) unde se găsesc informații despre locul în care a apărut imaginea și, de asemenea, se vor afișa imagini similare pentru a determina dacă o imagine a fost modificată.

Pe scurt, fără a fi necesar să deveniți „evaluator” sau „verificator de fapte”, puteți urma sfaturi utile pentru a observa dacă ceea ce citiți este inexact, incorect sau chiar fals.



3. RESURSE SUPLIMENTARE

Ce este Social Media în engleza pe înțelesul tuturor - Creat de Rapid Learning Life
<https://www.youtube.com/watch?v=jQ8J3IHhn8A>

Social Media, explicată pentru începători cu sfaturi, istoric, învățare, resurse
<https://www.youtube.com/watch?v=ItoTvKPhgFk>

Top 10 cele mai populare platforme de social media în 2023
<https://www.shopify.com/blog/most-popular-social-media-platforms#:~:text=The%20latest%20statistics%20show%20that,are%20active%20users%20of%20Facebook>

„25 de avantaje ale rețelelor sociale de care trebuie să ții cont”
<https://www.youtube.com/watch?v=3zQtfnCdcNw>

Care sunt pericolele distribuirii excesive pe rețelele sociale?
<https://www.youtube.com/watch?v=e2xm5fc5MQk>

„Sursă credibilă: cinci sfaturi pentru a afla dacă sursa este credibilă”
<https://www.youtube.com/watch?v=tdcmjPR7Ntw>

4. BIBLIOGRAFIE

„Cele mai populare rețele sociale din lume în ianuarie 2022, clasate după numărul de utilizatori activi lunar”: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

<https://www.digitalvidya.com/blog/types-of-social-media/>

<https://www.webfx.com/blog/social-media/types-of-social-media/#:~:text=Reddit%20is%20a%20popular%20discussion,communities%20covers%20a%20different%20topic>

<https://giustocontatto.it/quando-un-tuo-evento-diventa-una-notizia/>

<https://www.culturedigitali.org/i-social-media-in-guerra-tra-informazione-e-disinformazione/>

<https://www.agendadigitale.eu/cultura-digitale/guerra-il-ruolo-centrale-di-tiktok-per-informazione-e-fake-news/>

<https://www.jumpstartmag.com/top-fake-news-stories-on-social-media/>

Parkinson, H. J. Dați clic și alegeți: cum l-au ajutat știrile false pe Donald Trump să câștige alegerile. The Guardian (2016)

<https://www.europol.europa.eu/covid-19/covid-19-fake-news>



<https://www.indypl.org/blog/for-adults/fake-news>

<https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/> "Cum să identificați știrile false?" Eugene Kiely, Lori Robertson, postat pe 18 noiembrie 2016

https://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/tip-sheet/tipsheet_false_content.pdf