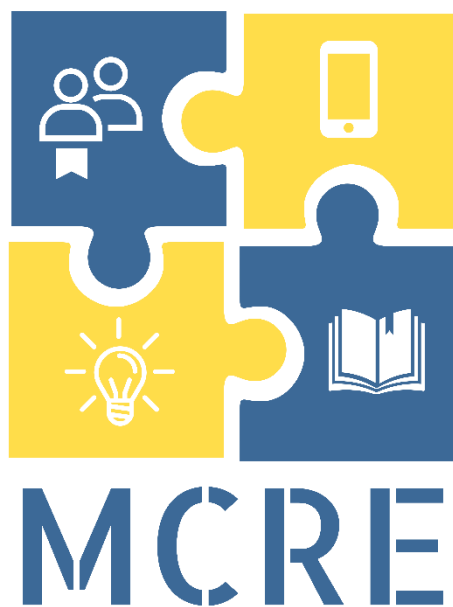




Cofinanțat de
Uniunea Europeană

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



Ghidul MCRE

Dezvoltat de Consorțiul Proiectului MCRE

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

PARTENERIATUL:



CUPRINS

INTRODUCERE.....	7
1. CONTEXTUL ȘI SCOPUL GHIDULUI	8
1.1. CONTEXT.....	8
1.2. SCOPUL GHIDULUI.....	9
MODULUL 1: Ce sunt dezinformarea și știrile false?	10
1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII.....	11
1.1. SCOPUL MODULULUI	11
1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII	11
2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII	11
2.1. CE SUNT ȘTIRILE FALSE?	11
2.1.1. Concept și tipuri de știri false	11
2.1.2. Cum se răspândesc	16
2.1.3. De ce sunt crezute	17
2.2. CONCEPTE CORELATE CU ȘTIRILE FALSE.....	19
2.2.1. Dezinformare	19
2.2.2. Post-adevăr.....	19
2.2.3. Infodemii	20
2.2.4. Farse (hoaxes).....	20
2.2.5. Deepfake-uri	20
2.2.6. Înșelătorii.....	20
2.2.7. Provocări online.....	21
2.3. CUM SĂ IDENTIFICAȚI ȘTIRILE FALSE	21
2.3.1. Importanța adevărului.....	21
2.3.2. Învățați să respingeți știrile false	24
2.3.3. Ce face Europa în privința știrilor false?	24
3. RESURSE SUPLIMENTARE.....	28
4. BIBLIOGRAFIE	28
MODULUL 2: De ce avem nevoie de gândire critică și de o viziune critică.....	29
1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII.....	30
1.1. SCOPUL MODULULUI	30
1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII	30
2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII	30
2.1. CONCEPTUL DE GÂNDIRE CRITICĂ ȘI DE VIZIUNE CRITICĂ.....	30
2.1.1. Abilitățile de gândire critică.....	31
2.1.2. Procesul gândirii critice	33
2.2. CÂND ESTE NECESARĂ GÂNDIREA CRITICĂ	34
2.2.1. Gândirea critică în viața de zi cu zi	35



2.3. BENEFICIILE GÂNDIRII CRITICE.....	37
2.3.1. Gândirea critică promovează creativitatea	38
2.3.2. Gândirea critică îmbunătățește relațiile	40
2.3.3. Gândirea critică antrenează mintea	42
2.3.4. Gândirea critică ne ajută să facem alegeri și să luăm decizii conștiente	44
2.3.5. Gândirea critică ajută la rezolvarea problemelor	45
2.3.6. Gândirea critică și munca în echipă	47
2.3.7. Gândirea critică este benefică pentru managementul financiar	49
2.3.8. Gândirea critică promovează o comunicare mai eficientă	50
2.4. VIZIUNEA CRITICĂ NE AJUTĂ SĂ NE SCHIMBĂM OPINIILE ATUNCI CÂND APAR NOI DOVEZI	52
3. RESURSE SUPLIMENTARE.....	54
4. BIBLIOGRAFIE.....	55
MODULUL 3: Abilitățile de gândire critică - cum le dezvoltăm?	56
1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII.....	57
1.1. SCOPUL MODULULUI	57
1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII	57
2. EXERCIȚIU DE AUTOEVALUARE - SUNTEȚI O PERSOANĂ CARE GÂNDEȘTE CRITIC?.....	58
3. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII	60
3.1. CARACTERISTICILE DEZVOLTĂRII ABILITĂȚILOR DE GÂNDIRE CRITICĂ	60
3.2. PRINCIPIILE ÎNVĂȚĂRII GÂNDIRII CRITICE	67
3.3. METODE ȘI EXERCIȚII	69
3.3.1. Analiza critică.....	69
3.3.2. Echipe de dezbateri	70
3.3.3. Joc de rol.....	70
3.3.4. Testul labirintului.....	71
3.3.5. Tehnica incidentului critic.....	71
3.3.6. Metoda socratică.....	71
3.3.7. Vizualizare creativă.....	71
3.3.8. Scrierea unui jurnal.....	72
3.4. RECOMANDĂRI CHEIE – INCLUDEREA GÂNDIRII CRITICE ÎN OBICEIURILE COTIDIENE	72
4. RESURSE SUPLIMENTARE.....	74
5. BIBLIOGRAFIE.....	74
MODULUL 4: Cum să analizăm informațiile pe care le primim	76
1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII.....	77
1.1. SCOPUL MODULULUI	77
1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII	77
2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII	77
2.1. DOMENIILE DE INTERNET.....	77



2.1.1.	Ce este un nume de domeniu?	78
2.1.2.	Cum se înregistrează un domeniu?	78
2.1.3.	Care sunt tipurile de nume de domeniu extensiile acestora?	78
2.2.	METODE DE IDENTIFICARE A SURSELOR DE ÎNCREDERE	80
2.2.1.	Metoda C.R.A.A.P.	85
2.2.2.	Metoda SIFT.....	86
2.2.3.	Metoda ACT UP	90
	Cu toții avem prejudecăți... deci ce ar trebui să facem?	91
	Privilegiile există în mediul publicistic, academic sau în biblioteci.	91
2.2.4.	Citirea laterală	94
2.2.5.	10 moduri de a identifica și opri știrile false.....	95
3.	RESURSE SUPLIMENTARE.....	97
4.	BIBLIOGRAFIE.....	97
	MODULUL 5: Folosirea eficientă a mass-mediei	98
1.	SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII.....	99
1.1.	SCOPUL MODULULUI	99
1.2.	OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII	99
2.	CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII	99
2.1.	SCHEMA COMUNICĂRII APLICATĂ COMUNICĂRII DIGITALE	100
2.1.1.	Teoria comunicării	100
2.2.	REȚELELE DE SOCIALIZARE ȘI TEORIA CONVERSAȚIEI	101
2.3.	CUM PUTEM FOLOSI CELE PATRU MAXIME ALE CONVERSAȚIEI ÎN EDUCAȚIE?.....	102
2.4.	EDUCAȚIE MEDIA ȘI EDUCAȚIE ÎN COMUNICARE SOCIALĂ	103
2.5.	REGULI DE COMUNICARE: MODELUL LASSWELL	103
2.6.	REFLECȚII ASUPRA MODELULUI LUI HAROLD LASSWELL CU PRIVIRE LA COMUNICAREA SOCIALĂ 104	
2.7.	CUM PUTEM FOLOSI TEORIA CELOR 5W ÎN PREDARE?	105
2.8.	GÂNDIREA CRITICĂ ȘI REȚELELE DE SOCIALIZARE	105
2.9.	CUM PUTEM PROMOVA DEZVOLTAREA GÂNDIRII CRITICE?	108
2.10.	REGULI PENTRU O COMUNICARE SOCIALĂ EFICIENTĂ - NU TOATE REȚELELE SOCIALE SUNT LA FEL 109	
2.10.1.	Facebook	111
2.10.2.	LinkedIn	113
2.10.3.	Instagram.....	115
2.10.4.	WhatsApp	117
2.10.5.	E-mail.....	119
3.	RESURSE SUPLIMENTARE.....	121
4.	BIBLIOGRAFIE.....	121

MODULUL 6: Instrumente digitale care ne sprijină munca.....	122
1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII.....	123
1.1. SCOPUL MODULULUI	123
1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII	123
2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII	123
2.1. INSTRUMENTE ONLINE DISPONIBILE PENTRU VERIFICAREA INFORMAȚIILOR	123
2.2. PLATFORME ȘI APLICAȚII ONLINE PENTRU VERIFICAREA FAPTELOR	124
2.2.1. AdblockPlus	124
2.2.2. Factual	125
2.2.3. Website Whitelist	126
2.2.4. Domain whitelist.....	127
2.2.5. Logically	128
2.2.6. MediaBias Ratings	129
2.2.7. Snopes	130
2.2.8. FactCheck.org	131
2.3. INSTRUMENTE DIGITALE PENTRU VERIFICAREA VIDEOCLIPURILOR ȘI IMAGINILOR.....	132
2.3.1. Google Reverse Image Search	132
2.3.2. TinEye	133
2.3.3. Forensically	134
2.3.4. InVID	135
2.4. INSTRUMENTE ONLINE PENTRU REȚELELE SOCIALE	136
2.4.1. Social Fixer - un instrument util pentru Facebook.....	136
2.4.2. Hoaxy	137
2.4.3. TwitterTrails.....	139
2.4.4. Bot Sentinel	140
2.5. INSTRUMENTE DE FORMARE ONLINE PENTRU A DEZVOLTA ABILITĂȚI ÎN RECUNOAȘTEREA ȘTIRILOR FALSE	141
2.5.1. Factitious	141
2.5.2. Bad News	142
3. RESURSE SUPLIMENTARE.....	143
4. BIBLIOGRAFIE.....	143
MODULUL 7: #știri false – cum analizăm știrile răspândite pe rețelele sociale	145
1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII.....	146
1.1. SCOPUL MODULULUI	146
1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII	146
2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII	146
2.1. STIRILE DIN SOCIAL MEDIA: ADEVĂRATE SAU FALSE?	147
2.1.1. Potențialul, oportunitățile și riscurile utilizării rețelelor de socializare	147
2.1.2. Care sunt beneficiile utilizării rețelelor sociale?.....	153
2.1.3. ...dar riscurile?	155
2.1.4. Rețelele sociale și știrile.....	157



2.1.5.	Cum să identifici o știre falsă care circulă pe rețelele sociale	159
2.2.	ȘTIRI FALSE POPULARE PE REȚELELE SOCIALE	160
2.2.1.	Cele mai vizate domenii.....	161
2.2.2.	Câteva exemple	161
2.3.	UTILIZAREA RESPONSABILĂ A REȚELOR SOCIALE PENTRU A EVITA RĂSPÂNDIREA ȘTIRILOR FALSE	163
3.	RESURSE SUPLIMENTARE.....	166
4.	BIBLIOGRAFIE.....	167



INTRODUCERE

1. CONTEXTUL ȘI SCOPUL GHIDULUI

1.1. CONTEXT

Acest ghid electronic este dezvoltat în cadrul proiectului MCRE (Media literacy, critical viewing and CREative vision as effective learning approach for people with fewer opportunities - Educație Media, gândire critică și viziune CREativă - o abordare eficientă de învățare pentru persoanele cu mai puține oportunități), nr.: 2021-1-RO01-KA220-ADU-000033435, finanțat de UE prin Programul Erasmus+, acțiunea cheie 2 (Parteneriate de cooperare în educația adulților) și implementată de un consorțiu format din 7 organizații din 6 țări partenere – ADES (România), CWEP (Polonia), LOVILA (Cipru), MEUS (Spania), TUCEP (Italia), LABC (Italia) și E&D (Portugalia).

Scopul proiectului este de a îmbunătăți educația media și viziunea critică în rândul persoanelor cu mai puține oportunități, precum și educația adulților din România, Polonia, Italia, Cipru, Spania și Portugalia. Scopul proiectului este de a sprijini persoanele adulte în analiza informațiilor, astfel încât acestea să poată fi mai reziliante în fața știrilor false și a dezinformării și de a le echipa cu instrumente, precum o aplicație mobilă, care să le ajute în analiza știrilor false.

Acest obiectiv va fi atins prin dezvoltarea:

1. ghidului MCRE, care oferă informații și tehnici pentru îmbunătățirea capacității de a analiza conținutul primit;
2. aplicației MCRE pentru telefonul mobil, care va fi o aplicație mobilă gratuită pentru iOS și Android, constând din mai multe elemente, care să sprijine grupul țintă în verificarea informațiilor provenite din mass-media și în dezvoltarea unei gândiri critice.

Grupurile țintă ale Proiectului MCRE și beneficiarii rezultatelor acestuia sunt persoanele cu oportunități reduse (persoane slab calificate, tineri șomeri, adulți în risc de sărăcie, etc.) și formatorii de adulți.

Ghidul MCRE este o colecție de conținut, menită să ajute oamenii din Europa, în special cei proveniți din grupurile țintă, să își îmbunătățească abilitățile de gândire critică. Îi învață cum să înțeleagă și să analizeze mai bine informațiile din diverse surse.

Pandemia de Covid-19 ne-a arătat că comunitățile europene au probleme în a înțelege și a studia informațiile pe care le primesc. Acest manual oferă informații și tehnici care să vă ajute să analizați informațiile pe care le primiți și să le înțelegeți mai bine. Acest lucru va contribui la creșterea educației și a rezilienței societății, în special pentru persoanele dezavantajate.

Ghidul MCRE va ajuta la combaterea informațiilor false și a miturilor la care sunt expuse comunitățile europene.

Ghidul MCRE include conținut pe următoarele teme:

1. Ce sunt dezinformarea și știrile false
2. De ce avem nevoie de gândire critică și de o viziune critică
3. Gândirea critică – cum să vă îmbunătățiți abilitățile
4. Cum să analizăm informațiile pe care le primim
5. Folosirea eficientă a mass-media
6. Instrumente online pentru a vă sprijini munca
7. #fake news - analiza știrilor populare pe rețelele sociale

1.2. SCOPUL GHIDULUI

Prin acest ghid urmărim:

- să prezentăm fenomenul dezinformării, pe baza unor exemple reale și să arătăm amploarea fenomenului în Europa;
- să demonstrăm că abilități de gândire critică și viziune critică sunt abilități-cheie pentru utilizarea eficientă și informată a mass-media;
- să oferim grupului țintă abilități și tehnici, care să le ajute să evalueze mai eficient veridicitatea informațiilor pe care le primesc;
- să oferim grupului țintă informații despre cum să folosească în mod eficient diferitele forme de media (atât cele tradiționale, cât și cele noi);
- să oferim informații despre instrumentele, aplicațiile și platformele online disponibile, care pot sprijini oamenii, atât în dezvoltarea abilităților de gândire critică, cât și în analiza informațiilor primite.

Formatorii de adulți vor putea folosi ghidul MCRE în mai multe moduri, împreună cu sau separat de aplicația mobilă MCRE:

- pentru a-și extinde propriile cunoștințe despre subiectele prezentate în ghid;
- ca bază pentru activitățile lor educaționale;
- ca material suplimentar pentru cursanții/ studenții lor.

Pot folosi textul așa cum este sau îl pot adapta în funcție de nevoile claselor lor.

Persoanele cu oportunități reduse (persoane slab calificate, tineri șomeri, adulți aflați în risc de sărăcie, etc.) pot folosi și ele acest ghid, pentru a-și extinde cunoștințele, după ce au folosit aplicația mobilă MCRE.



MODULUL 1: Ce sunt dezinformarea și știrile false?



1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

1.1. SCOPUL MODULULUI

Scopul acestui modul este de a introduce cursantul în conceptele de bază legate de dezinformare și știrile false în așa fel încât, prin înțelegerea acestora și după parcurgerea următoarelor module ale Ghidului MCRE, acesta să își poată îmbunătăți nivelul de educație media și viziune critică.

1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

La finalizarea acestui modul, cursantul va ști:

- o conceptele cheie de dezinformare și știri false;
- o cât de important este să trăiești în adevăr și să spui adevărul;
- o cum să detecteze știrile false.

2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII

2.1. CE SUNT ȘTIRILE FALSE?

Știrile înșelătoare au existat întotdeauna, dar de la apariția internetului și a noilor tehnologii de comunicare și informare, știrile false au proliferat pe tot globul. În această secțiune, veți descoperi câteva concepte de bază care vă vor ajuta să aprofundați câteva informații legate de știrile înșelătoare.

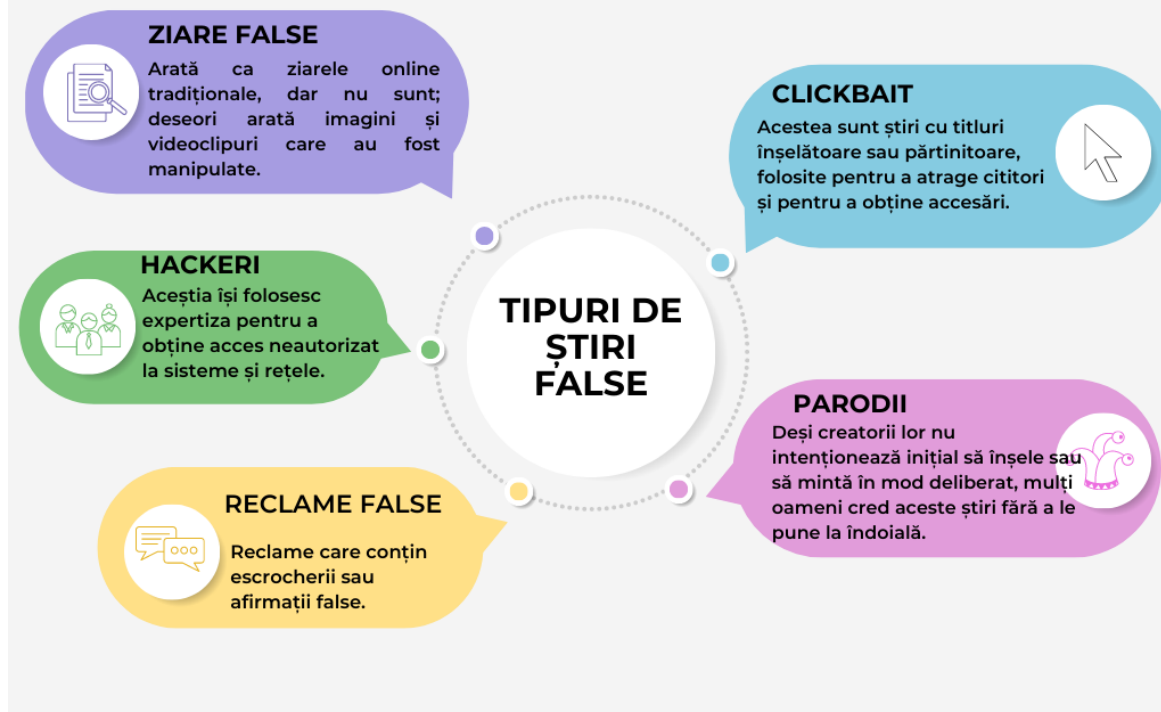
2.1.1. Concept și tipuri de știri false

Știrile false sunt informații care au fost generate intenționat pentru a induce în eroare sau a dezinforma cititorii. Printre altele, ele sunt utilizate frecvent pentru a răspândi dezinformare, a modela agenda politică sau a influența opiniile utilizatorilor.

În general, acestea tind să fie știri de impact, ce pot circula rapid și care sunt greu de oprit, odată ce au fost recunoscute și multiplicare înainte de a fi comparate. Chiar dacă publicul este deja la curent cu acest tip de știri, ele încă evoluează și se răspândesc sub formă de date, imagini și chiar videoclipuri.

În imaginea următoare, vă arătăm câteva dintre tipurile de știri false existente:

Tipuri de știri false



Imaginea 1 – creată de MEUS

Chiar înainte de alegerile prezidențiale din SUA, milioane de oameni au transmis pe Twitter că Hillary Clinton și managerul ei de campanie țineau copii închiși în subsolul unei pizzerii din Washington, pe care îi foloseau ca sclavi sexuali.

Un tip înarmat cu o pușcă a luat cu asalt pizzeria pentru a salva copiii, dar aceasta nici măcar nu avea un subsol. Așadar, 46% dintre cei care l-au votat pe Donald Trump au crezut că așa-numitul „pizzagate” este adevărat.

Există multe astfel de exemple, care ne arată că „știrile false” nu sunt o glumă, sunt intenționate, iar marea majoritate au scopul de a schimba opinia publică, pentru a atinge un obiectiv anume. În secțiunea următoare, vom analiza câteva modalități în care sunt răspândite știrile false.

Dar de ce este creat acest tip de conținut? First Draft stabilește cei opt „P”, 8 motive care ajută la explicarea acestuia:

1. Jurnalism de Proastă calitate
2. Parodiere
3. Provocare
4. Pasiune
5. Spirit de Partizan
6. Profit

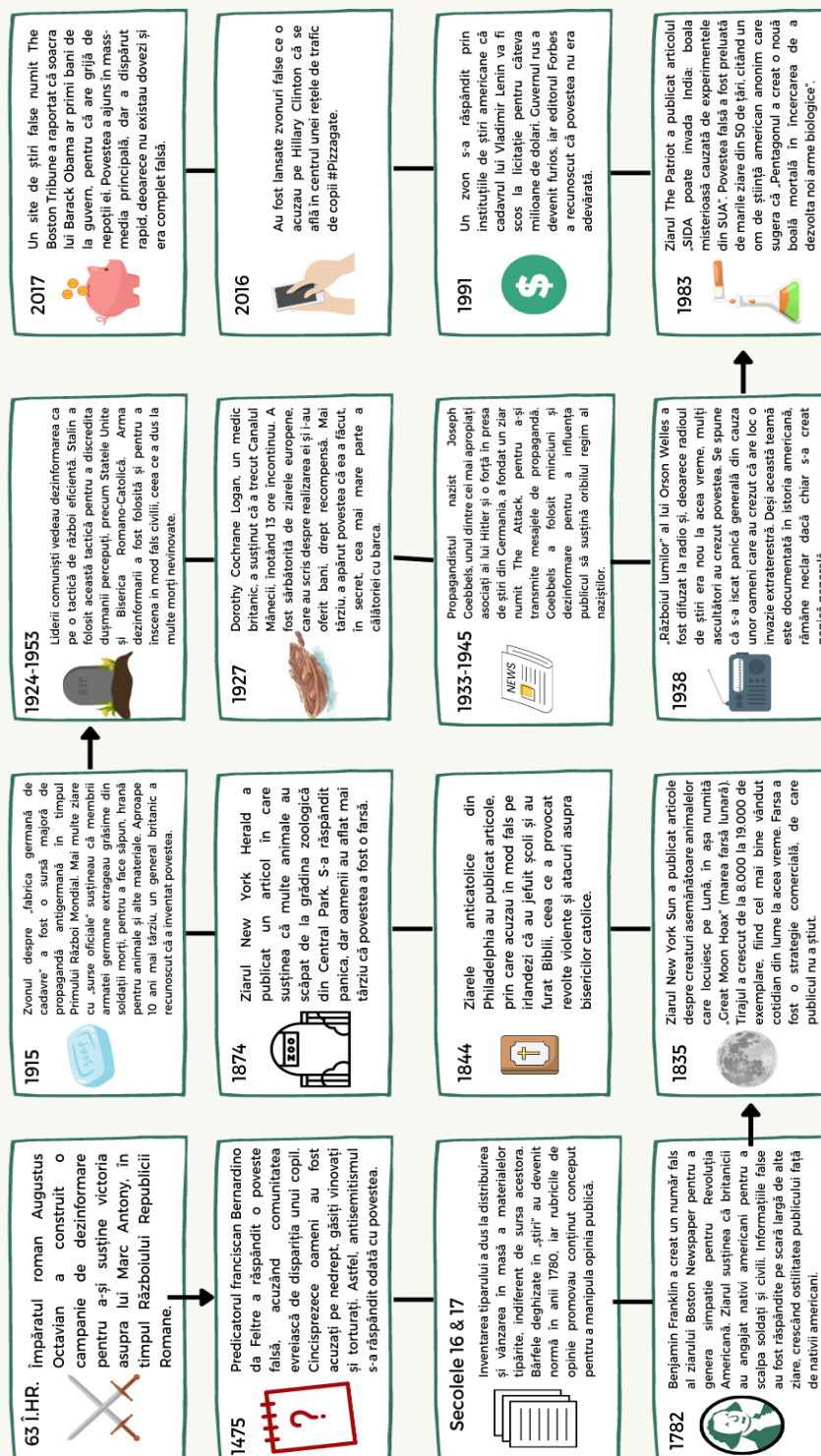


7. Putere sau influență politică
8. Propagandă

Fiecare tip de dezinformare și conținut înșelător conține unul dintre cei opt „P”.

Dar știrile false nu au apărut în epoca noastră modernă, deși datorită noilor tehnologii, acest tip de știri se răspândesc acum mai repede, așa că haideți să aruncăm o privire către istorie!

ȘTIRI FALSE: CRONOLOGIE ISTORICĂ



Imaginea 2 – Imagine creată de MEUS, pe baza conținutului preluat de la www.commonsense.org



Și **ce are jurnalismul de spus despre știrile false?** Site-ul UNESCO conține câteva citate de la profesioniști în jurnalism, pe care le împărtășim mai jos:

„Cu tot mai multe dovezi ale interferenței în procesele democratice din întreaga lume, dezbateră despre expunerea și eliminarea știrilor false se va intensifica cu siguranță. Dar, discuția este deja încurcată de o neînțelegere a fenomenului, a originilor sale și de ce reprezintă o amenințare în primul rând.

Pentru a încerca să ilustreze problema, Ethical Journalism Network (EJN) a dezvoltat o definiție pentru știrile false: „Informații fabricate și publicate în mod deliberat pentru a înșela și a induce în eroare pe alții, să creadă falsități sau să se îndoiască de fapte verificabile”. Folosind această definiție, este mai ușor să separăm propaganda, faptele „alternative” și minciunile rău intenționate de jurnalism.”

**Aidan White, Director,
Ethical Journalism Network**

„Știrile false otrăvesc atmosfera în care activăm cu toții. Din cauza știrilor false, publicul are acum îndoieli cu privire la toate știrile. A afectat cu adevărat relația dintre membrii audienței și mass-media.”

**Verashni Pillay, Redactor șef,
Huffington Post, Africa de Sud**

„Exagerăm cu ușurință efectul știrilor false asupra jurnalismului. Nu vreau să par că nu iau asta în serios - este o provocare serioasă pentru societate și instituționalitate. Scopul știrilor false nu este să spună o altă poveste, scopul principal al știrilor false este de a scădea credibilitatea instituțiilor, inclusiv a jurnalismului, dar nu numai a jurnalismului.”

**Kari Huhta, Redactor diplomatic,
Helsingin Sanomat, Finlanda**

„Întotdeauna au existat știri false, de când oamenii și-au dat seama de puterea presei în a influența opinia publică. Cu toate acestea, diferența astăzi este că rețelele sociale și platformele precum Google și Facebook permit știrilor false să se răspândească la scară largă și mai rapid decât oricând, iar aceasta este de fapt problema.

Știrile false schimbă jurnalismul prin faptul că reprezintă o adevărată provocare pentru jurnalism, deoarece nu este întotdeauna ușor să distingi știrile false de știrile reale, iar jurnalismul devine cu atât mai important. Pentru că dacă cineva trebuie să denunțe public știrile false, acesta este jurnalistul - jurnalistul responsabil, adică. Aș spune că, pe termen scurt, știrile false sunt o problemă pentru jurnaliști. Dar pe termen lung, îi validează și le oferă o importanță sporită în societate.”

**Ivor Gaber, Profesor de jurnalism,
Universitatea din Sussex, Marea Britanie**

„Știrile false întăresc o misiune tradițională a jurnalismului, care încearcă să aprindă o lumină în întuneric, pentru societăți și publicul larg. Misiunea noastră trebuie

consolidată pe această valoare de bază, încercând să iluminăm dezbaterile, să arătăm publicului unde sunt faptele reale și dezbaterile reale.”

***Ricardo Gandour, Director de jurnalism,
CBN, Brazilian Radio Network, Brazilia***

2.1.2. Cum se răspândesc

Câteva moduri prin care sunt răspândite știrile false sunt:

REȚELE DE SOCIALIZARE

Canalul prin care știrile false se răspândesc cel mai rapid sunt rețelele de socializare, deoarece, în prezent, oricine poate crea și posta informații pe internet: toți suntem producători și consumatori de informații în același timp, ceea ce înseamnă că oricine poate răspândi o farsă prin rețelele de socializare și aceasta poate deveni cu ușurință virală, mai ales dacă face aluzie la sentimente și emoții.

VIRALITATE

Aceasta este capacitatea unui anumit conținut de a circula rapid online și are atașată o componentă psihologică semnificativă. Pe rețelele de socializare, oamenii împărtășesc conținut care le provoacă emoții, cu care se identifică în mod pozitiv sau față de care simt o emoție nefavorabilă.

ALGORITMI

Algoritmii Big Data analizează datele consumatorilor, prognozează rezultatele alegerilor și sunt familiarizați cu preferințele umane. Cel mai cunoscut algoritm este PageRank, care a fost dezvoltat de Google în 1998. Succesul său s-a datorat accesării cu crawlere a site-ului și rezultatelor de căutare clasificate în funcție de importanța oferită. De atunci, algoritmul s-a schimbat, incluzând preferințele utilizatorului în calculele sale (diferă pentru adult și copil, și în funcție de țara din care cauți).

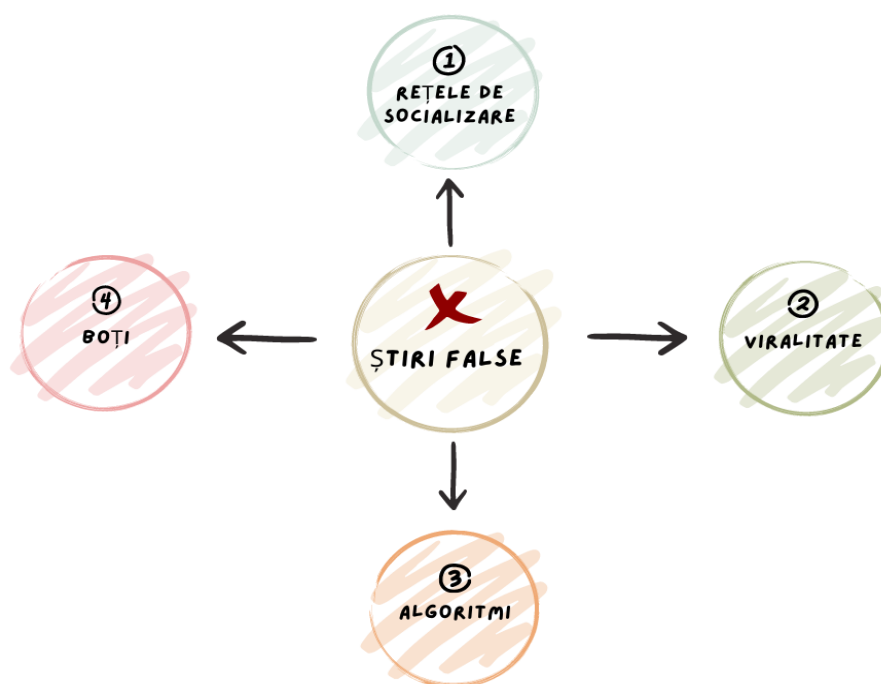
BOȚI

Răspândirea se face și prin organizații care folosesc rețele de tip botnet și „ferme de troli”, pentru a încerca să influențeze opinia publică. Boții, programe de calculator concepute pentru a colecta date automat, dau informații despre ce site-uri web sunt vizitate și ce lucruri se cumpără, precum și de către cine și cât de des.

În contextul știrilor false, boții, profilurile false care sunt principalii propagatori ai informațiilor false pe Twitter, au năvălit pe scenă. Se crede că 9-15% dintre conturile active Twitter sunt boți. Boții sociali și politici sunt proiectați pentru a manipula populațiile în a gândi într-un anumit fel, a dezinforma și a face propagandă în favoarea anumitor persoane sau probleme. Puterea acestor roboți a fost evidențiată în campanii electorale, precum alegerile prezidențiale din SUA din 2016 sau referendumul Brexit, în dezbaterile vaccinelor, în răspândirea de zvonuri false despre atacuri teroriste, în manipularea piețelor financiare și, recent, în criza coronavirusului. Coordonați, aceștia pot face mult zgomot sau pot trimite alte știri în fundal.

Potrivit firmei de consultanță Gartner, mai mult de jumătate dintre companii cheltuie mai mulți bani în fiecare an pentru crearea de roboți și chatbot-uri decât pentru dezvoltarea de aplicații mobile tradiționale.

Cu viteza de răspândire și raza de acțiune pe care o au, ajung mai departe, mai repede și la mai mulți oameni decât informațiile reale. Un studiu publicat în revista Science a constatat că informațiile false se răspândesc „în mod semnificativ mai departe, mai rapid, mai profund și mai larg” decât informațiile adevărate „în toate categoriile de informații, iar fost cele mai pronunțate efecte le au știrile politice false”.¹.



Imaginea 2 – creată de MEUS

2.1.3. De ce sunt crezute

Un factor cheie care ne face să credem în știrile false sunt emoțiile pe care le trezesc în noi. Știrile false se joacă cu emoțiile noastre, căutând să genereze un răspuns emoțional și impulsiv, care să depășească judecata noastră critică.

Un infografic al lui Eoghan Sweeney rezumă foarte bine sentimentele pe care ni le generează un anumit conținut. Infograficul prezentat mai jos a fost creat pe baza infograficului lui Eoghan Sweeney, reflectând același conținut:

¹ Journal Science, “The spread of true and false news online”

CUM VĂ SIMȚI?

REAȚIA DVS. VĂ POATE AJUTA ÎN IDENTIFICAREA MOTIVELOR

VĂ FACE SĂ
VREȚI SĂ
CUMPĂRAȚI
CEVA?



Promisiunile de vindecare instant sau protecție garantată, cu link-uri către site-uri de unde le puteți obține, sunt un semn sigur că cineva încearcă să câștige niște bani.

VREȚI SĂ DAȚI
UN LIKE, SĂ
DISTRIBUIȚI
SAU SĂ VĂ
ABONAȚI?



Poveștile dramatice „neraportate” sunt adesea o încercare de a atrage implicarea pe rețelele sociale, care este valoroasă pentru cei care câștigă bani din prezența online.

VĂ FACE SĂ VĂ
TEMEȚI SAU SĂ
URĂȚI PE
CINEVA?



Unii profită de un sentiment accentuat de criză pentru a genera sentimente ostile față de minorități și alte grupuri, în scopuri politice sau ideologice.

VI SE PARE
AMUZANT SAU
ȘOCANT?



Da, din păcate, există oameni care răspândesc dezinformare potențial dăunătoare, pentru a se amuza sau din răutate. Nu hrăniți trolii.

Imaginea 3 – creată de MEUS, pe baza conținutului preluat de la Eoghan Sweeney

Și, totuși, **de ce cred oamenii știrile false?** Iată câțiva factori determinanți:

1. **Eroarea de atribuire:** asta se întâmplă când ceva sună cunoscut, dar nu ne amintim unde l-am văzut. Este suficient să vadă un titlu fals, de exemplu, „imigranții primesc apartamente gratuite în Spania”, pentru ca oamenii să devină mai sensibili la știrile false despre imigrație în viitor. Mai mult, atunci când o minciună se repetă, ne dă un fals sentiment de consens, că toată lumea gândește așa. Acest lucru poate duce la false convingeri colective, așa-numitul efect Mandela, deoarece unii oameni cred că președintele Africii de Sud a murit în închisoare în anii 1980. În realitate, a murit acasă în 2013. Sau, de exemplu, celebrul om cu o pungă de plastic în mână nu a fost lovit de tanc în protestele din Piața Tiananmen, deși mulți oameni cred că a fost.
2. **Prejudicata de confirmare:** aceasta este tendința naturală a creierului de a crede că ceea ce se potrivește gusturilor sau opiniilor noastre este real, chiar dacă este fals. În plus, atunci când o știre trezește emoții, este mai ușor de crezut.
3. **Consolidarea socială** sau discreditarea celor care cred altfel. Convingerile legate de sentimente puternice caută întărire socială, să-i sprijine pe cei care gândesc la fel și să-i respingă sau să discrediteze pe cei care cred contrariul (chiar și atunci

când oferă date și dovezi). Este ușor ca această părtinire să apară în situațiile în care un subiect stârnește reacții emoționale puternice - subiecte politice - și despre care raționăm mai mult în funcție de sursă sau de cine împărtășește informația. Farsele apar sub iluzia falsă că sunt împărtășite de mulți, când de fapt sunt răspândite de boți.

Universitatea din Michigan a dezvoltat o inteligență artificială care a identificat „știri false” în 76% din cazuri, în timp ce oamenii au avut dreptate doar în 50% din cazuri.

Ce putem face? Să ne dezvoltăm gândirea critică! Acesta este motivul pentru care a luat naștere proiectul MCRE, care vă va ajuta să vă dezvoltați abilitățile și competențele necesare pentru a detecta știrile false și a analiza sursa acestora, canalul prin care sunt distribuite, etc. înainte de a apăsa butonul de distribuire.

2.2. CONCEPTE CORELATE CU ȘTIRILE FALSE

În această secțiune, vă prezentăm un glosar de concepte legate de știrile false. Cu cât știți mai multe despre aceste concepte, cu atât vă va fi mai ușor să detectați știrile false.

2.2.1. Dezinformare

Informații false, care sunt împrăștiate în mod deliberat pentru a induce în eroare.

Deoarece nu există un acord universal asupra definiției sale, termenul „dezinformare” este în prezent preferabil celui de „știri false”. Acest lucru este recomandat de Raportul Grupului de Experti al Comisiei Europene ["A multidisciplinary approach to disinformation"](#), care respinge folosirea termenului de „știri false”. Pentru a pune capăt inexactității termenului, Comisia Europeană (CE) a inventat conceptul de „disfuncție informațională”, termen care include:

- „Informare greșită”, adică informații false partajate în rețele, dar fără intenția de a provoca vreun rău;
- „Dezinformare” sau informații false împărtășite cu intenția de a provoca rău;
- „Informare rău-voitoare”, în care informații veridice sunt partajate pentru a provoca prejudicii, cum ar fi dezvăluirea de informații private în sfera publică.

2.2.2. Post-adevăr

Oxford îl definește ca fiind fenomenul care apare atunci când „faptele obiective au o influență mai mică în definirea opiniei publice decât cele care fac apel la emoții și convingeri personale”, și a fost un termen utilizat pe scară largă în timpul campaniei electorale a președintelui Trump și, de asemenea, cu campania pentru Brexit în Regatul Unit. „Post-adevăr” a fost votat cuvântul anului 2016 de către The English Oxford Dictionary, utilizarea sa crescând cu 2000%.

2.2.3. Infodemii

Organizația Mondială a Sănătății (OMS) folosește cuvântul infodemie pentru a se referi la supraabundența de informații false și răspândirea lor rapidă, ceea ce face dificilă găsirea unor resurse de încredere.

2.2.4. Farse (hoaxes)

Deși farsele nu sunt fenomene noi, tehnologia modernă a conferit acestor minciuni o capacitate de difuzare și o influență virală, care era înainte de neimaginat, având chiar un impact asupra modului în care țările democratice desfășoară alegeri. Pentru că facilitează producerea și distribuirea de informații false, internetul a contribuit la răspândirea știrilor false.

2.2.5. Deepfake-urile

Potrivit lui Andrés Visus, profesor de licență, studii postuniversitare și educație executivă la ESIC, „un deepfake este un videoclip care afișează imagini sintetice, de obicei, ale unei persoane, care par a fi reale și care au fost create folosind inteligența artificială. În acest caz, se referă la tehnici de învățare automată numite învățare profundă, care utilizează tehnici algoritmice ale rețelei neuronale.”²

2.2.6. Înșelătorii

Într-o înșelătorie online, infractorii folosesc platforme online pentru a constrânge o victimă să dezvăluie informații personale, cum ar fi autentificarea contului bancar sau date de conectare la cont. Înșelătoriile pot apărea pe orice serviciu online.

Iată câteva exemple:

- **E-mailuri sau mesaje de phishing** trimise pe un dispozitiv personal, prin care se solicită bani sau informații personale. Acestea pot fi uneori făcute să pară că provin de la organizații sau companii de renume.
- **Promovare de produse sau reclame înșelătoare**, prin care oamenii sunt încurajați să cumpere produse care pretind să ofere beneficii, pe care, de fapt, nu le pot oferi.
- **Concursuri sau chestionare**, care te fac să crezi că va exista un premiu dacă participi.
- **Catfishing** – cineva se dă drept altcineva pentru a păcăli persoana vizată să facă ceva.
- **Furt de identitate** - oamenii sunt păcăliți să partajeze informații personale, în scopul piratării alte conturi.

² <https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/deep-fakes-que-es-como-se-crean-primeros-y-futuros>

2.2.7. Provocări online

O provocare online este o sarcină care implică, de obicei, postarea unei imagini sau a unui videoclip cu performanța realizată într-o misiune atribuită. Provocările pot apărea pe aproape toate platformele online, dar cel mai frecvent se întâmplă pe YouTube și TikTok.

Tinerii sunt cei care se bucură, de obicei, să ia parte la mai multe provocări online. De exemplu, concursuri de dans sau care susțin cauze caritabile. Cu toate acestea, atunci când includ cascadorii sau activități riscante care ar putea răni fizic sau psihologic, provocările online pot deveni periculoase. Creatorii de videoclipuri își pot modifica cu ușurință munca pentru a o face să pară ca și cum și-au asumat un risc sau au făcut ceva dăunător atunci când de fapt nu au făcut-o.

2.3. CUM SĂ IDENTIFICAȚI ȘTIRILE FALSE

Acum că știți elementele de bază, în această ultimă parte vom discuta despre importanța adevărului și vă vom oferi instrumentele de care aveți nevoie pentru a detecta știrile false.

2.3.1. Importanța adevărului

Minciuna și dezinteresul de a spune întregul adevăr au devenit parte din cultura noastră, ceea ce are consecințe enorme, pentru că suntem obișnuiți să acceptăm informațiile așa cum apar, fără a ne deranja să căutăm mereu adevărul. Auzim informații care ulterior sunt infirmate, dar aceasta nu are repercusiuni pentru persoana care nu a spus adevărul și nici nu este de obicei corectată.

Pentru că dă sens respectului față de ceilalți, adevărul este o valoare etică, unul dintre pilonii fundamentali care stau la baza conștiinței morale a unei comunități și cuprinde toate sferele vieții umane.

A spune adevărul ne ajută să empatizăm și să construim relații puternice și de durată. Ne face mai umani și mai apropiați și ne permite să relaționăm mai mult și mai bine cu oamenii pe care îi iubim.

Acest lucru se întâmplă și la nivel personal. Am fost educați să fim corecți din punct de vedere politic și, când ne confruntăm cu oportunitatea de a fi sinceri și de a înfrunta o problemă specifică, fugim, continuând să hrănim minciuna. Nu doar la nivel personal, ci mai ales la locul de muncă. Fugim de conflicte și pierdem oportunitățile de a spune adevărul. Doar exprimând judecăți de valoare în mod politicos, ne putem ajuta unii pe alții în a construi relații de durată.

Consecințele de a nu fi sinceri fac ca problemele să crească la infinit. Dacă toți am încerca să trăim în adevăr și să căutăm adevărul, s-ar genera mai puține știri false, sau, cel puțin, am avea spiritul de a lupta împotriva minciunii, de a căuta constant adevărul.



Și ce legătură are adevărul cu jurnalismul?

Majoritatea codurilor de etică consideră respectul pentru adevăr drept primul principiu etic, care trebuie să inspire comportamentul tuturor profesioniștilor din domeniul informației. Cu toate acestea, practica zilnică a jurnalismului se îndepărtează prea des de acest criteriu moral. Jurnalistul, ca individ, este supus multor presiuni: omul de afaceri sau redactorul stabilește liniile de informare, iar interesele politice sau economice, cărora media îi este datoare, promovează un comportament de o slabă calitate morală.

În multe cazuri, adevărul nu este obiectivul fundamental al informării jurnalistice. Uneori, se realizează prin omiterea unor informații esențiale despre un fapt, denaturarea materialului informativ, ca să nu mai vorbim de ocaziile în care se urmărește mai degrabă îndoctrinarea, manipularea și, pe scurt, înșelarea, decât transmiterea complexității faptelor cu cea mai mare rigoare.

Pentru jurnaliști, cuvântul „adevăr” înseamnă fidelitate față de faptele pe care le relatează. De aceea, adevărurile lor sunt provizorii, pentru că faptele evoluează și mereu va fi ceva de adăugat la ele. Prin urmare, jurnalistul trebuie să fie întotdeauna gata să corecteze, să adauge sau să clarifice informațiile sale despre fapte, dar acesta nu este întotdeauna cazul.

Dacă am educa cetățenii și i-am ajuta să fie „adevărați”, dacă am avea o societate care cere și prețuiește adevărul, jurnaliștii, companiile și toți cei care folosesc știrile false pentru a-și atinge anumite interese s-ar răzgândi, sau măcar s-ar întreba dacă merită să trăim într-o societate a minciunilor.

Îndrăzniți să fiți onești!

Dacă ați înțeles deja de ce valoarea sincerității este importantă, s-ar putea să fiți interesați și de cum puteți fi onești. Trebuie să știți de la început că va fi un proces de durată. Nu devii o persoană onestă peste noapte, pentru că nu este suficient să reduci numărul de minciuni sau să exprimi sincer ceea ce crezi.

Puteți începe să fiți onești cu pași mici, pentru a putea integra treptat caracteristicile unei persoane sincere și oneste. Pentru început, puteți urma sfaturile de mai jos:



Cum să fii sincer

Îndrăznește să fii onest!



Recunoaște-ți lipsa de onestitate

Dacă vrei să fii mai bun, mai întâi trebuie să recunoști problema, așa că gândește-te la momentele în care nu ai fost onest în trecut și admite că, în anumite circumstanțe, ți-a lipsit onestitatea.



Pune-te în locul celuilalt

Imaginează-ți că ești în pielea unor oameni cu care ai fost adesea necinstit, cum te-ai simți dacă și tu ai fi înșelat, la rândul tău?



Înfruntă-ți temerile

Dacă uneori ai fost necinstit cu ceilalți, poate fi din cauză că ți-a fost teamă să te expui la o judecată negativă din partea lor.



Fii onest în lucrurile mărunte

Pentru că onestitatea să devină un obicei, începe cu lucrurile mărunte.



Folosește cuvintele potrivite

Există modalități și mijloace de a exprima un gând sincer. Totul depinde de cuvintele pe care le folosim. Încearcă să fii asertiv!



Imaginea 5 – creată de MEUS

2.3.2. Învățați să respingeți știrile false

Pentru a contracara aceste farse și informații false, trebuie să dezvoltăm practica scepticismului sănătos. Pentru a verifica informațiile, rețineți următoarele:

1. **Verificați credibilitatea autorului și a sursei.** Verificați semnătura. Verificați dacă informații precum o adresă de e-mail, un cont Twitter sau un profil de pe un site web sau rețea socială sunt furnizate în plus față de numele complet, deoarece acest lucru va arăta că în spatele informațiilor există o persoană care este capabilă să își asume responsabilitatea pentru acestea.
2. **Nu vă opriți la titlu.** Este indicat să citiți întreaga poveste. Titlurile alarmiste caută să ne facă să dăm clic, este necesar să citiți întregul conținut al acelor știri care sunt foarte frapante.
3. **Fiți atenți la limbajul simplist și exagerat** sau la limbajul care este mai concentrat pe a stârni emoții decât pe transmiterea de informații de încredere.
4. **Știrea conține date, grafice și declarații?** Datele trebuie să aibă linkuri către sursele consultate, iar declarațiile trebuie să provină de la o persoană identificabilă.
5. **Ignorați lanțurile WhatsApp**, si mai presus de toate, nu le continuați! În aceeași ordine de idei, nu deschideți fișiere audio sau video, a căror origine nu o cunoașteți. Găsiți conținutul original pentru a afla unde și când a fost generat și de către cine. Ar trebui să ne întrebăm cum a ajuns la noi această știre: prietenii și familia pot face și ei greșeala de a nu verifica conținutul dubios și de a-l redirecționa către persoanele apropiate lor.
6. Știrea este atât de șocantă încât nu-ți vine să crezi? Sau este atât de șocantă încât o crezi? **Gândiți-vă la răspunsul dvs. emoțional.** Ambele reacții sunt semne de avertizare. Multe știri false se joacă cu credințele noastre preexistente.
7. **Căutați știrea și verificați-o** cu alte surse sigure de informații, dacă aveți îndoieli cu privire la informația prezentată. Comparați rezultatele redactate la căutarea pe Google.
8. Luați în conderare **părtinirea ideologică a conținutului excesiv de politizat.** În situații de incertitudine extremă, cum ar fi cea în care trăim, dezinformarea este de interes pentru câștig politic sau beneficiu economic.
9. **Atenție la pseudo-terapii!** Știința poate fi dovedită cu fapte, iar publicarea ei este supusă unui sistem de control, în timp ce pseudoștiința se bazează pe ipoteze și teorii nedovedite.
10. Puteți **verifica veridicitatea imaginilor suspecte** și a videoclipurilor pe care le primim folosind căutarea inversă de imagini de la Google. Găsiți un tutorial în capitolul 3 – Resurse suplimentare și, de asemenea, accesând acest [link](#).

2.3.3. Ce face Europa în privința știrilor false?

„Planul de acțiune împotriva dezinformării” a fost elaborat de Comisia Europeană în 2019.

Consiliul European a solicitat, în perioada iunie-octombrie 2018, elaborarea unui plan de acțiune pentru a aborda problemele din acest domeniu, în special în lumina viitoarelor

alegeri europene. Modul de combatere a dezinformării este un subiect cheie, atât în UE, cât și în țările învecinate.

Planul de acțiune împotriva dezinformării vizează:

- o îmbunătățirea detectării, analizei și demascării dezinformării;
- o consolidarea cooperării și a răspunsurilor comune la dezinformare;
- o mobilizarea sectorului privat pentru a combate dezinformarea;
- o creșterea gradului de conștientizare și îmbunătățirea rezilienței societății.

În acest plan de acțiune, dezinformarea este definită ca fiind informații false sau înșelătoare verificabile, care sunt create, prezentate și distribuite în scopul câștigului economic sau pentru a înșela publicul în mod intenționat, și care pot cauza prejudicii publice.

Potrivit unui sondaj realizat pentru dezvoltarea acestui plan de acțiune, 83% dintre europeni cred că știrile false reprezintă o amenințare la adresa democrației, iar 73% dintre utilizatorii de internet sunt îngrijorați de dezinformarea online din perioada preelectorală.

Pe lângă planul european de dezinformare, în Europa au fost întreprinse multe acțiuni pentru combaterea dezinformării. Mai jos, veți găsi o cronologie a acțiunilor care au fost întreprinse de instituțiile Uniunii Europene, și care au fost preluate de pe [site-ul web al Comisiei Europene](#).

Cronologia acțiunilor UE împotriva dezinformării

Din 2015, UE și statele membre și-au consolidat abordarea împotriva dezinformării.

Martie 2015

A fost lansat Grupul Operativ East StratCom în cadrul Serviciului European de Acțiune Externă.

Aprilie 2016

Cadrul comun privind contracararea amenințărilor hibride - o abordare cuprinzătoare care să îmbunătățească răspunsul comun la provocările pe care amenințările hibride le aduc la adresa statelor membre, a cetățenilor europeni și a securității colective a Europei.

Martie 2018

Raportul grupului de experți independenți la nivel înalt privind știrile false și dezinformarea online - recomandă adresarea problemelor presante și formularea unor răspunsuri pe termen mai lung, pentru a crește reziliența societății în fața dezinformării.

Aprilie 2018

Comunicarea privind combaterea dezinformării online – anunță, printre altele, Codul de bune practici privind dezinformarea

Septembrie 2018

Comunicarea privind asigurarea unor alegeri europene libere și corecte

Octombrie 2018

Codul de bune practici privind dezinformarea – un instrument inovator de autoreglementare, menit să asigure o mai mare transparență și responsabilitate a platformelor online, precum și un cadru pentru monitorizarea și îmbunătățirea politicilor acestora cu privire la dezinformare.

Decembrie 2018

Planul de acțiune împotriva dezinformării - stabilește cadrul acțiunilor UE, urmărind îmbunătățirea capacităților de detectare și analiză, creșterea gradului de conștientizare, consolidarea rezilienței societății, multiplicarea răspunsurilor coordonate și mobilizarea platformelor online și a sectorului publicitar.

Martie 2019

Este lansat Sistemul de Alertă Rapidă împotriva dezinformării.



Iunie 2020

- **Comunicare: Abordarea dezinformării COVID-19 și lansarea programului de monitorizare a dezinformării COVID-19** - o măsură de asigurare a transparenței privind responsabilitatea față de public a eforturilor depuse de semnatarii Codului pentru a limita dezinformarea online legată de COVID-19.
- **Este lansat Observatorul european al mass-mediei digitale** – creează și susține o comunitate multidisciplinară, incluzând persoane ce verifică veridicitatea informațiilor, cercetători academici și alte părți interesate relevante, care contribuie la combaterea dezinformării.
- **Raportul privind alegerile pentru Parlamentul European din 2019**

Decembrie 2020

- **Propunere pentru introducerea unui act legislativ privind serviciile digitale** - definește responsabilități mai clare pentru platformele online, în funcție de rolul, dimensiunea și impactul acestora în ecosistemul online.
- **Planul de acțiune pentru democrația europeană** - include acțiuni de îmbunătățire a instrumentelor UE de contracarare a interferențelor străine, precum impunerea de amenzi și îndrumări pentru consolidarea Codului de bune practici privind dezinformarea.

Mai 2021

- **Ghid pentru consolidarea Codului de practici privind dezinformarea** – prezintă opiniile Comisiei despre modul în care platformele ar trebui să abordeze lacunele și deficiențele din Cod și să creeze un mediu online mai transparent, sigur și de încredere.
- **Lansarea centrelor naționale ale Observatorului european al mass-mediei digitale** – pentru a îmbunătăți capacitatea de detectare, analiză și expunere a campaniilor de dezinformare.

Iunie 2021

Lansarea procesului de revizuire de către semnatarii Codului 2018 și noi potențiali semnatori.

Noiembrie 2021

Propunere legislativă privind transparența și vizarea unui public țintă în reclamele politice.

Iunie 2022

- Codul de bune practici consolidat.



Dezinformarea este un motiv de îngrijorare pentru cetățenii europeni și pentru guvernele democratice, deoarece în spatele știrilor false există întotdeauna un interes pentru manipularea opiniei publice și destabilizarea statelor și a instituțiilor acestora, punând în pericol democrația și libertatea, motiv pentru care Comisia Europeană lucrează la aceasta.

3. RESURSE SUPLIMENTARE

Dacă doriți să aprofundați subiectul acestui modul, iată și câteva resurse suplimentare:

VIDEOCLIPURI

- <https://www.edupedu.ro/cum-recunoastem-fake-news-cum-deosebim-adevarul-de-fals/>
- [Cum sa verificam daca o poza e fake pe net](#)
- [Google Image Search: How can I verify, track, or find information about an image?](#)
- [Here's How Fake News Works \(and How the Internet Can Stop It\)](#)
- [Why Do Our Brains Love Fake News?](#)
- [How Does "Fake" News Become News?](#)
- [5 ways to spot fake news](#)
- [How do fake news sites make money?](#)
- [How to choose your news?](#)

SITE-URI CARE VERIFICĂ ȘTIRILE:

- [Factual.ro](#)
- [antifake.ro](#)
- [veridica.ro](#)
- [FactCheck.org](#)
- [Politifact.com](#)
- [Snopes](#)
- [TruthorFiction](#)
- [Hoax-Slayer](#)

Planul de acțiune împotriva dezinformării

4. BIBLIOGRAFIE

<https://www.arimetrics.com/glosario-digital/fake-news>

[A multi-dimensional approach to disinformation](#)

<https://www.psicologia-online.com/caracteristicas-de-una-persona-sincera-6043.html>

<https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/desinformacion-concepto-y-perspectivas/>

https://uned.libguides.com/noticias_falsas/herramientas/cajas



MODULUL 2: De ce avem nevoie de gândire critică și de o viziune critică



1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

1.1. SCOPUL MODULULUI

Scopul modulului este de a introduce cursanții în conceptele de gândire critică și viziune critică, ce joacă un rol deosebit în zilele noastre, mai ales când vine vorba de organizarea și identificarea informațiilor, ce pot fi găsite cu sutele pe internet, în fiecare zi. Modulul este conceput pentru a prezenta cursanților motivele pentru care au nevoie de gândire critică, de ce este importantă și necesară, și pentru a identifica domeniile în care gândirea critică și o viziune critică aduc beneficii tangibile celor care folosesc ambele tehnici.

De ce este atât de importantă gândirea critică și de ce ne concentrăm pe acest subiect? Alegerile pe care le faci afectează calitatea vieții tale. Și dacă vrei să trăiești cea mai bună, cea mai de succes și cea mai fericită viață, trebuie să iei decizii informate. Puteți realiza acest lucru printr-o metodă simplă cunoscută sub numele de gândire critică.

Gândirea critică este extrem de importantă, mai ales în zilele noastre, când informațiile se răspândesc foarte repede prin intermediul rețelelor sociale și al altor platforme online. Nu putem presupune pur și simplu că tot ceea ce vedem sau citim în mass-media este adevărul. Printre altele, această problemă va fi abordată în acest modul. Prin conținutul inclus aici, cursantul va învăța cum abilitățile de gândire critică pot oferi beneficii tangibile și de ce este dificil să se descurce în diferite domenii ale vieții fără această abilitate.

1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

La finalizarea acestui modul:

- o veți putea să înțelegeți ce este gândirea critică și ce presupune aceasta;
- o veți putea să identificați domeniile în care gândirea critică este esențială în viața de zi cu zi;
- o veți putea să identificați beneficiile pe care gândirea critică le aduce anumitor aspecte ale vieții de zi cu zi;
- o veți ști ce este viziunea critică și în ce situații este folosită.

2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII

2.1. CONCEPTUL DE GÂNDIRE CRITICĂ ȘI DE VIZIUNE CRITICĂ

Pentru a înțelege bine subiectul și pentru a putea pune în practică problemele discutate în acest modul, să începem cu definiții simple.

Să începem prin a observa că conceptul de gândire critică datează de la mijlocul secolului al XX-lea. Mulți dintre marii filozofi, gânditori și reformatori ai lumii au definit termenul de gândire critică în propriile cuvinte. Deși există multe definiții ale termenului, fiecare încapsulează esența a ceea ce este termenul gândire critică. Haideți să ne uităm la o astfel de definiție!

Gândirea critică este **capacitatea de a analiza și evalua informațiile și argumentele în mod independent și obiectiv**. Acesta cuprinde o abordare critică a diferitelor idei, teorii, afirmații și situații, pentru a rezolva eficient problemele, a lua decizii și a trage concluzii.

Este un **proces** în care o persoană **analizează cu atenție** datele, argumentele sau situațiile, mai degrabă decât să le accepte necondiționat. Gândirea critică include capacitatea de a identifica ambiguitatea, de a recunoaște erorile logice, de a evalua sursele de informații, de a lua în considerare diferite perspective și de a trage concluzii pe baza unei **analize solide**.

Mai simplu spus, gândirea critică ne permite să dezvoltăm idei și perspective noi, care sunt diferite de celelalte. De asemenea, ajută la luarea deciziilor corecte. În plus, oamenii care gândesc critic economisesc mult timp, bani, resurse și efort, alegând lucrurile potrivite și eliminând pe cele greșite și inutile.

Abilitatea de a gândi critic îi ajută pe oameni atât în viața personală, cât și în cea profesională, și este apreciată de majoritatea angajatorilor.

Viziunea critică, pe de altă parte, este un concept asemănător gândirii critice și este un fel de completare a acesteia. Viziunea critică **se referă la capacitatea de a examina și analiza informațiile, ideile și situațiile într-o manieră obiectivă și sceptică**. Aceasta implică interogarea ipotezelor, evaluarea dovezilor, identificarea părtinirilor și luarea în considerare a perspectivelor alternative. Viziunea critică ne permite să trecem dincolo de înțelegerea superficială și încurajează o examinare mai profundă a factorilor de bază, a implicațiilor și a potențialelor consecințe.

Cultivarea unei viziuni critice este esențială pentru luarea deciziilor în cunoștință de cauză, dezvoltarea intelectuală și o implicare mai pătrunzătoare și mai atentă la lumea din jurul nostru. Ne dă putere să navigăm prin probleme complexe, să provocăm normele stabilite și să contribuim la o societate mai rațională, mai incluzivă și mai informată.

2.1.1. Abilitățile de gândire critică

Este dificil să găsim o schemă universală, care să reprezinte abilitățile ce compun gândirea critică. Dar, putem evidenția câteva dintre cele considerate pe scară largă ca fiind cele mai importante în acest domeniu. Dacă ne concentrăm asupra lor, fiecare dintre noi poate deveni o persoană care gândește critic extraordinară.

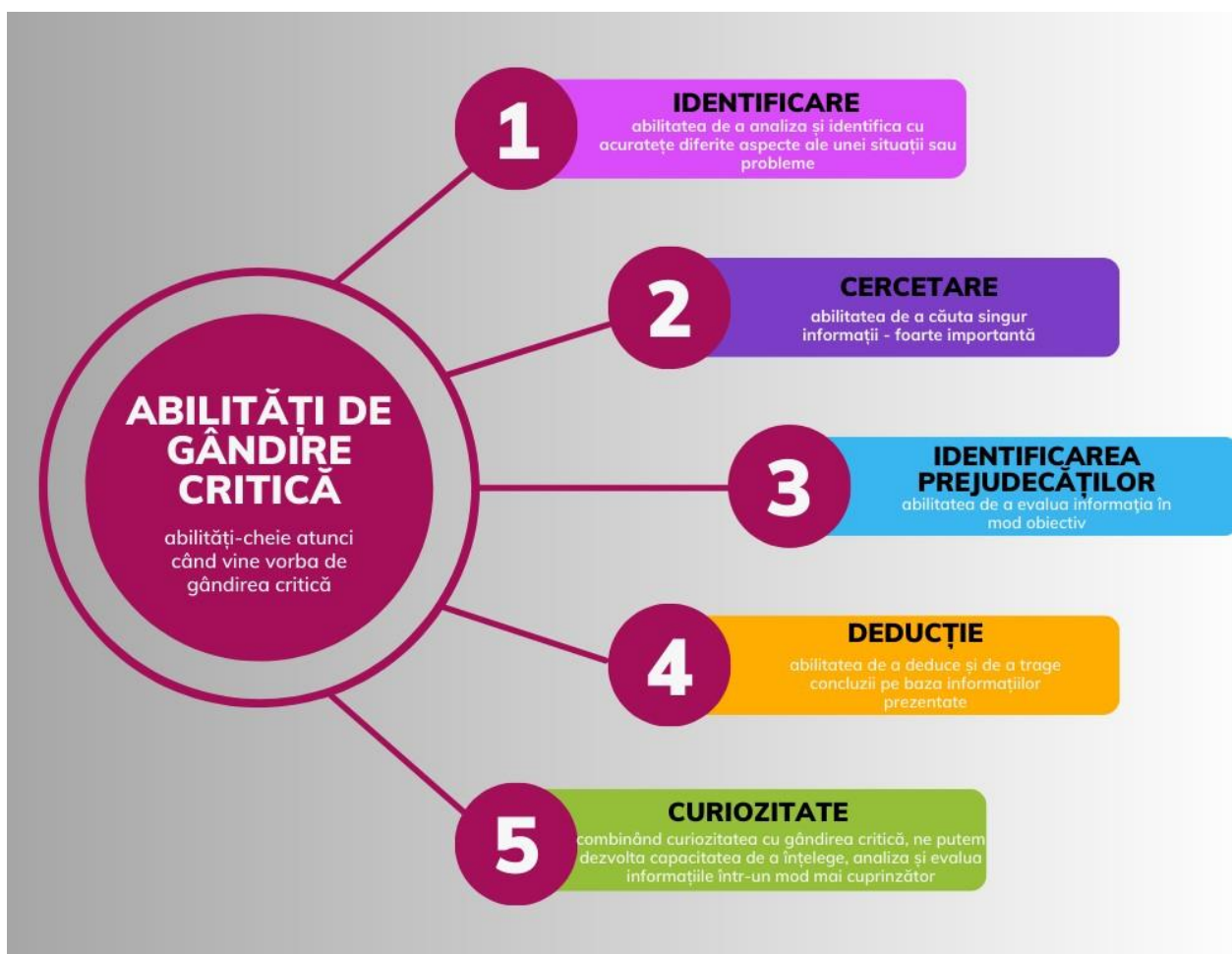
Prin urmare, să aruncăm o privire la o listă de abilități esențiale atunci când vine vorba de gândirea critică:



- o **Legătura dintre gândirea critică și identificare.** Gândirea critică și identificarea sunt interdependente deoarece gândirea critică se bazează pe capacitatea de a analiza și recunoaște cu acuratețe diferite elemente dintr-o situație sau problemă. Identificarea implică identificarea și înțelegerea precisă a informațiilor relevante, ce sprijină procesul gândirii critice, în timp ce gândirea critică permite evaluarea și interpretarea eficientă a acestor informații.
- o **Importanța cercetării.** Căutarea independentă a informațiilor este foarte valoroasă. Argumentele sunt concepute pentru a fi convingătoare, ceea ce înseamnă că faptele și cifrele justificative pot fi prezentate în afara contextului sau provin din surse nesigure.
- o **Identificarea prejudecăților.** Abilitatea deloc ușoară de a evalua în mod obiectiv informațiile și de a recunoaște părtinirile.
- o **Deducția.** Capacitatea de a deduce și de a trage concluzii pe baza informațiilor prezentate. Abilitatea de a deduce ne permite să explorăm și să descoperim posibile rezultate atunci când evaluăm un scenariu. Este important să reținem însă că nu toate concluziile vor fi corecte.
- o **Curiozitatea.** Combinând curiozitatea cu gândirea critică, capacitatea noastră de a înțelege, analiza și evalua în mod cuprinzător informațiile poate fi îmbunătățită. Acestea sunt abilități esențiale care ne permit să gândim independent și să luăm decizii mai bune în diverse aspecte ale vieții.

Este important să dezvoltăm abilitățile de gândire critică, menținând în același timp moderația și flexibilitatea. Lucrul la aceste abilități necesită un echilibru conștient între analiză și deschidere către idei noi, precum și noi perspective.

Abilitățile de gândire critică se dezvoltă treptat și pot necesita practică. Nu este mereu ușor ca acestea să se manifeste în toate situațiile, dar urmărirea gândirii critice vă poate ajuta să înțelegeți mai bine lumea din jur și să luați decizii mai raționale. De fapt, cu cât exersați mai mult, cu atât veți avea mai multe rezultate pozitive.



Imaginea 1: creată de ADES

2.1.2. Procesul gândirii critice

Este important să recunoaștem că gândirea critică nu este întotdeauna prezentă în gândurile noastre. Există momente în care gândirea noastră se abate de la analiza critică, cum ar fi atunci când emoțiile noastre, precum furia, durerea sau bucuria ne influențează autocontrolul sau când, pur și simplu, suntem încăpățânați. Cu toate acestea, partea pozitivă este aceea că capacitatea noastră de gândire critică nu este fixă; poate varia în funcție de mentalitatea noastră actuală. Aceasta înseamnă că, de cele mai multe ori, avem potențialul de a ne îmbunătăți abilitățile de gândire critică, prin încorporarea anumitor activități de rutină și aplicarea lor la orice problemă pe care o întâlnim.

Odată ce înțelegem principiile de bază ale gândirii critice, cheia pentru îmbunătățirea abilităților noastre de gândire critică constă în persistență și practică.

Pentru a vă ajuta să începeți să gândiți critic, puteți încerca exercițiul de mai jos³. Acesta implică analiza a ceea ce vi s-a spus, folosind întrebări.

³Sursa: <https://www.skillsyouneed.com/learn/critical-thinking.html>



Gândiți-vă la ceva ce vi s-a spus recent. Apoi puneți-vă următoarele întrebări:

Cine v-a spus?	Cineva cunoscut? Cineva cu autoritate sau putere? Contează cine v-a spus?
Ce v-a spus?	A prezentat fapte sau opinii? A prezentat toate faptele? A omis ceva?
Unde v-a spus?	În public sau în privat? Au avut și alți oameni șansa să răspundă și să ofere o variantă alternativă?
Când v-a spus?	A fost înainte, în timpul sau după un eveniment important? A contat momentul în care v-a spus?
De ce v-a spus?	A explicat motivele părerii sale? A încercat să facă pe cineva să arate bine sau rău?
Cum v-a spus?	Persoana care v-a spus era fericită sau tristă, supărată sau indiferentă? V-a spus verbal sau în scris? Ați putut înțelege ce vi s-a spus?

2.2. CÂND ESTE NECESARĂ GÂNDIREA CRITICĂ

Gândirea critică este necesară în diverse aspecte ale vieții, când întâlnim situații complexe, probleme provocatoare sau vrem să luăm decizii informate. Este o abilitate esențială, care ne ajută să analizăm informațiile, să evaluăm argumentele și să ajungem la concluzii bine fundamentate. Fie în contexte personale, profesionale sau academice, gândirea critică ne permite să navigăm prin complexitatea lumii, să gândim independent și să emitem judecăți informate. Ne permite să punem sub semnul întrebării ipotezele, să identificăm părtinirile și să abordăm problemele cu o minte deschisă, ceea ce duce la o rezolvare mai eficientă a acestora, la decizii mai bune și la o înțelegere mai profundă a lumii din jurul nostru. În cele din urmă, gândirea critică reprezintă un set de abilități valoroase, care ne dă putere să navigăm prin viață cu claritate, logică și rigoare intelectuală.

În general, gândirea critică este esențială în diferite aspecte ale vieții și în diferite contexte.

Iată câteva situații în care gândirea critică este deosebit de importantă:

- **Rezolvarea problemelor.** Când ne confruntăm cu probleme provocatoare sau complexe, gândirea critică ajută la analiza situațiilor, la identificarea de soluții potențiale și la luarea deciziilor în cunoștință de cauză, bazate pe dovezile disponibile și pe raționamentul logic.
- **Luarea deciziilor.** Gândirea critică joacă un rol cheie în evaluarea opțiunilor, cântărirea argumentelor pro și contra și luarea în considerare a potențialelor consecințe, înainte de a face o alegere. Ajută la minimizarea părtinirilor și la luarea deciziilor în cunoștință de cauză.
- **Evaluarea informațiilor.** Într-o epocă a supraîncărcării informaționale, gândirea critică ne ajută să evaluăm credibilitatea, acuratețea și relevanța informațiilor pe



care le întâlnim. Aceasta implică analizarea surselor, verificarea faptelor și distingerea între informații credibile și dezinformare.

- o **Analizarea argumentelor.** Gândirea critică ne permite să evaluăm puterea argumentelor, să identificăm erori logice, părtiniri și raționament defectuos. Aceasta implică chestionarea ipotezelor, examinarea dovezilor și evaluarea coerenței și validității afirmațiilor.
- o **Implicarea în dezbateri și discuții.** Gândirea critică este esențială pentru implicarea constructivă și semnificativă în dezbateri și discuții. Ne ajută să ascultăm în mod activ, să luăm în considerare perspective diferite, să evaluăm dovezile și să aducem contribuții informate la schimbul de idei.
- o **Context profesional și academic.** Gândirea critică este foarte apreciată la locul de muncă și în mediul academic. Ajută profesioniștii să rezolve probleme, să emită judecăți în cunoștință de cauză și să se adapteze la circumstanțe în schimbare. În mediul academic, gândirea critică este esențială pentru efectuarea cercetării, analizei și dezvoltarea argumentelor solide.
- o **Considerații etice.** Gândirea critică ajută la luarea deciziilor etice, prin evaluarea implicațiilor etice, luând în considerare mai multe perspective și evaluând consecințele acțiunilor.

În general, gândirea critică este esențială în situațiile care necesită analiză obiectivă, judecată informată, rezolvarea unor probleme și luarea unor decizii eficiente. Îmbunătățește autonomia intelectuală, ne ajută să gândim independent și favorizează o înțelegere mai profundă a lumii din jurul nostru.

2.2.1. Gândirea critică în viața de zi cu zi

Gândirea critică este de neprețuit în viața de zi cu zi, deoarece ne dă putere să navigăm în diverse situații cu claritate și raționalitate. Ne ajută să luăm decizii informate, să analizăm informații, să rezolvăm probleme și să evaluăm situațiile.

În general, gândirea critică este o abilitate fundamentală care ne îmbunătățește capacitatea de a ne implica în lumea din jurul nostru. Ne ajută să facem alegeri mai informate, să rezolvăm probleme în mod eficient, să evaluăm critic informațiile și să comunicăm cu atenție. Aplicând gândirea critică în viața de zi cu zi, putem face față provocărilor, luăm decizii mai bune și ducem vieți mai satisfăcătoare și îmbogățite intelectual.

Iată câteva exemple despre modul în care gândirea critică poate fi utilă în diferite sfere ale vieții:

- o **Viața profesională.** La locul de muncă, gândirea critică ne permite să analizăm datele, să evaluăm opțiunile și să luăm decizii informate. Sprijină rezolvarea problemelor, ajută la identificarea relațiilor cauză-efect și încurajează explorarea soluțiilor inovatoare. În continuare, abilitățile de gândire critică sunt o resursă importantă pentru un angajat, deoarece șefii tind să respecte candidații care pot analiza cu exactitate o circumstanță și pot descoperi un aranjament coerent. Timpul este un atu valoros pentru majoritatea managerilor, iar un angajat capabil



să facă alegerile corecte, fără supraveghere, va economisi atât directorului, cât și companiei, în ansamblu, timp profitabil.

- **Viața personală.** Gândirea critică este valoroasă și în viața personală. Ne dă putere să evaluăm informațiile întâlnite în mass-media, știri sau articole științifice, ajutându-ne să navigăm printre mesaje părtinitoare sau înșelătoare. Ne încurajează să ne gândim la noi înșine, permițându-ne să ne analizăm mai obiectiv convingerile, acțiunile și alegerile.
- **Relații interpersonale.** Gândirea critică ne îmbunătățește capacitatea de a construi relații interpersonale sănătoase. Analizând propriile noastre atitudini și comportamente, putem înțelege mai bine impactul acestora asupra celorlalți. Gândirea critică ne ajută, de asemenea, să îi ascultăm în mod activ pe ceilalți, să le înțelegem perspectivele și să recunoaștem comportamentele manipulative sau exploatare.
- **Consum și cumpărături.** În domeniul consumului și al cumpărăturilor, gândirea critică este esențială. Ne ajută să evaluăm critic reclamele, recenziile și informațiile despre produse. Prin analiză, putem evalua calitatea, beneficiile și costurile produselor, evitând să cădem în capcane de marketing și luând decizii de cumpărare bine informate.

Per ansamblu, gândirea critică joacă un rol important la locul de muncă, în viața personală, în relațiile interpersonale și în luarea deciziilor consumatorilor. Ne ajută să gândim independent, să emitem judecăți solide și să navigăm printre complexitatea vieții noastre de zi cu zi.

Merită menționat că gândirea critică este un set extrem de important de abilități în lumea de astăzi plină de informații și perspective diverse.

Iată câteva exemple despre modul în care gândirea critică ne poate ajuta în viața de zi cu zi:

- **Mass-media și informare.** Gândirea critică este esențială în a ne proteja de influența dezinformării și a știrilor false. Ne permite să evaluăm critic informațiile pe care le întâlnim, discernând sursele de încredere de cele nesigure.
- **Politică și dezbateri publice.** Gândirea critică ne dă putere să luăm decizii mai informate în domeniul politicii. Ne permite să analizăm și să evaluăm argumentele prezentate în dezbaterile publice, ajutându-ne să ne formăm opinii bine fundamentate și să ne angajăm în discuții constructive.
- **Cultura consumatorului.** Gândirea critică ne ajută să analizăm critic publicitatea și promoțiile. Ne oferă capacitatea de a evalua calitatea produselor și serviciilor, luând decizii de cumpărare, care se aliniază cu nevoile și valorile noastre individuale.
- **Relații sociale.** Gândirea critică ne ajută să analizăm situațiile sociale, să evaluăm comportamentul celorlalți și să luăm decizii bazate pe valorile și intențiile noastre. Ne permite să navigăm prin manipularea emoțională și să facem alegeri bine informate cu privire la relațiile noastre.
- **Educație și dezvoltare personală:** Gândirea critică promovează o mentalitate de scepticism, investigație și căutarea unor cunoștințe mai profunde. Promovează o mai bună înțelegere a lumii și încurajează creșterea și dezvoltarea personală.



Imaginea 2: creată de ADES

2.3. BENEFICIILE GÂNDIRII CRITICE

Gândirea critică are numeroase implicații și beneficii atât la nivel uman, cât și la nivel social. Iată câteva dintre ele:

- o promovează creativitatea,
- o crește inovarea,
- o deschidere la minte și toleranță față de diferite perspective,
- o decizii mai bune și mai informate,
- o relații mai bune,
- o rezolvarea mai eficientă a problemelor,
- o dezvoltare personală,
- o abilități analitice mai puternice,
- o comunicare eficientă,
- o gestionarea corectă a conflictelor etice,
- o management optim al resurselor,
- o conștientizare de sine crescută,
- o adaptabilitate și flexibilitate,

- o evaluare mai detaliată a riscurilor,
- o învățare pe tot parcursul vieții.

Gândirea critică ne ajută să abordăm probleme complexe cu o mentalitate logică și sistematică, ceea ce duce la o rezolvare mai eficientă a problemelor. De asemenea, ajută la evitarea deciziilor pripite sau impulsive și încurajează capacitatea de a face judecăți solide bazate pe dovezi și raționament logic. Gândirea critică întărește abilitățile analitice, prin îmbunătățirea capacității de a evalua informațiile, de a identifica tipare și de a trage concluzii logice. Ne îmbunătățește capacitatea de a evalua credibilitatea și acuratețea surselor, de a analiza critic argumentele și de a formula judecăți bine motivate. Promovează abilitățile de comunicare eficiente, încurajându-ne să ne exprimăm gândurile în mod clar, să ascultăm activ și să luăm în considerare perspective diferite. Ne îmbunătățește capacitatea de a articula idei, de a prezenta argumente logice și de a ne angaja într-un dialog constructiv, favorizând o mai bună înțelegere și colaborare în relațiile personale și profesionale. Ne ajută să ne recunoaștem propriile păriniri și să ne provocăm noțiunile preconcepuate, ducând la interacțiuni mai incluzive și mai empatică cu ceilalți. Ne determină să ne examineze propriile convingeri, păriniri și ipoteze, permițând creșterea și dezvoltarea personală.

Fiind conștienți de propriile procese de gândire și păriniri cognitive, putem face alegeri mai informate și ne putem îmbunătăți continuu abilitățile de gândire. Gândirea critică promovează adaptabilitatea și flexibilitatea în fața circumstanțelor în schimbare sau a informații noi. Ne încurajează pe indivizi să ne reevaluăm ipotezele, să ne ajustăm gândirea și să ne modificăm abordarea atunci când este necesar. Această adaptabilitate este valoroasă în navigarea unor medii complexe și dinamice. Gândirea critică stimulează, de asemenea, o mentalitate de învățare continuă și curiozitate intelectuală. Ne încurajează să căutăm noi cunoștințe, să explorăm perspective diferite și să ne angajăm în provocări intelectuale. Ne îmbunătățește capacitatea de a evalua critic informațiile și de a ne angaja în învățarea pe tot parcursul vieții, pentru dezvoltarea personală și profesională. Abilitatea gândirii critice și a viziunii critice nu numai că ajută la rezolvarea problemelor existente, dar ajută și la anticiparea potențialelor probleme. Analizând critic situațiile, identificând modele și evaluând riscuri, putem aborda în mod proactiv provocările, înainte ca acestea să escaladeze, ceea ce duce la o prevenire mai eficientă a problemelor și la un bun management al riscurilor.

În general, gândirea critică oferă o serie de beneficii, inclusiv rezolvarea eficientă a problemelor, luarea unor decizii mai bune, creativitate și inovare sporite, abilități analitice mai puternice, comunicare eficientă, deschidere la minte, conștientizare de sine crescută, adaptabilitate, învățare pe tot parcursul vieții și anticiparea unor probleme. Prin cultivarea și aplicarea abilităților de gândire critică, putem naviga printre situații complexe, putem face alegeri informate și putem prospera în diverse eforturi personale și profesionale.

2.3.1. Gândirea critică promovează creativitatea

Poate gândirea critică să promoveze creativitatea? Absolut! După cum știm deja, gândirea critică este capacitatea de a analiza, evalua și sintetiza informații pentru a ne



dezvolta propriile concluzii și soluții. Când suntem capabili să gândim critic despre probleme și provocări, punem întrebări, explorăm perspective diferite, luăm în considerare alternative și examinăm consecințele. Ceea ce este important aici este echilibrul dintre gândirea critică și demonstrarea creativității.

Gândirea critică ne încurajează să gândim „în afara cutiei”, în mod neconvențional, să provocăm ipoteze și să explorăm posibilități alternative. Încurajează creativitatea și inovarea prin promovarea generării de idei unice, făcând conexiuni între diferite concepte și abordând problemele din unghiuri diferite. Gândirea critică este strâns legată de creativitate și adesea acționează ca un catalizator pentru idei inovatoare și rezolvarea problemelor.

Gândind critic, descoperim conexiuni neevidente între fapte, detectăm tipare ascunse și generăm idei originale. Prin întrebări și stârnindu-ne curiozitatea, gândirea critică ne stimulează procesul creativ, ducând la apariția unor concepte noi.

Mai mult, gândirea critică joacă un rol vital în evaluarea și îmbunătățirea ideilor existente. Analizând punctele forte și punctele slabe ale diferitelor soluții, ne putem rafina conceptele, putem inova și dezvolta o abordare mai creativă și mai eficientă. Gândirea critică ne dă putere să evaluăm critic și să evoluăm prin idei, stimulând inovarea și progresul.

Gândirea critică are multe aspecte pozitive care încurajează creativitatea. Cele mai importante dintre acestea sunt:

- analiza problemelor,
- găsirea erorilor,
- rezolvarea creativă a problemelor,
- evaluarea și rafinarea ideilor.

Cu toate acestea, este important să reținem că gândirea critică și creativitatea nu trebuie întotdeauna să funcționeze în combinație. Gândirea critică poate inhiba uneori creativitatea, mai ales atunci când este prea critică sau limitată la cadrele și modelele de gândire tradiționale. Prin urmare, este important să găsim un echilibru între analiză și imaginație, pentru a dezvolta atât gândirea critică, cât și creativitatea.



Imaginea 3
Sursa: [Freepik](#)

Există diverse exerciții menite să promoveze gândirea critică și, în același timp, să dezvolte creativitatea. Unul dintre acestea este un exercițiu numit „șase pălării gânditoare”. Acesta este un exercițiu popular, dezvoltat de Edward de Bono. Doriți să aflați în ce constă? Aici puteți afla mai multe detalii: [Metoda celor șase pălării gânditoare](#).

Pe scurt, gândirea critică joacă un rol important în promovarea creativității. Contestând ipotezele, evaluând perspective, rezolvând probleme, generând soluții alternative, creând conexiuni, îmbrățișând ambiguitatea și învățând din greșeli, persoanele care gândesc critic sunt capabile să gândească creativ și să contribuie cu idei și soluții inovatoare. Cu toate acestea, este important să ne amintim că, uneori, gândirea critică poate inhiba creativitatea, atunci când este prea fixă și prea critică. Prin urmare, un echilibru între cele două este extrem de important.

2.3.2. Gândirea critică îmbunătățește relațiile

Gândirea critică joacă un rol important în relațiile interpersonale? Da, într-adevăr poate îmbunătăți relațiile! Când folosim gândirea critică în relațiile interpersonale, putem înțelege, interpreta și răspunde mai bine situațiilor, ceea ce duce la interacțiuni mai sănătoase și mai constructive.

Iată câteva moduri în care gândirea critică poate avea un impact pozitiv asupra relațiilor:

1. **Comunicare eficientă.** Gândirea critică implică ascultarea activă, evaluarea informațiilor și răspunsul atent. Prin aplicarea abilităților de gândire critică, indivizii pot comunica mai eficient, își pot exprima gândurile și opiniile în mod clar și pot înțelege perspectivele celorlalți. Acest lucru duce la o mai bună înțelegere, o mai bună comunicare și mai puține neînțelegeri în relații.
2. **Rezolvarea conflictelor.** Gândirea critică ne permite să abordăm conflictele într-o manieră rațională și obiectivă. Ajută la analiza cauzelor fundamentale ale conflictelor, la identificarea posibilelor soluții și la evaluarea consecințelor acestora. Prin aplicarea abilităților de gândire critică, putem găsi un teren comun,



putem negocia compromisuri și putem rezolva conflictele într-o manieră constructivă și respectuoasă.

3. **Analiza situației.** Gândirea critică ne permite să privim o situație din perspective diferite. Ne permite să evaluăm care sunt faptele, care sunt propriile noastre convingeri și care sunt intențiile celorlalți. Acest lucru ne ajută să evităm să facem judecăți pripite și să înțelegem mai bine motivațiile și nevoile celorlalți.
4. **Empatie și înțelegere.** Viziunea critică ne încurajează să luăm în considerare mai multe perspective și să gândim dincolo de propriile părținiri și presupuneri. Această mentalitate promovează empatia și înțelegerea în relații. Căutând în mod activ să înțeleagă punctele de vedere ale altora, persoanele care gândesc critic pot stimula conexiuni mai profunde, pot construi încredere și pot promova interacțiuni mai sănătoase.
5. **Rezolvarea problemelor.** Gândirea critică ne echipează cu abilități de rezolvare a problemelor, ce pot fi aplicate problemelor relaționale. Ajută la identificarea și abordarea problemelor de bază, la analizarea soluțiilor posibile și la evaluarea rezultatelor potențiale ale acestora. Folosind gândirea critică, putem lucra împreună pentru a găsi soluții eficiente și pentru a lua decizii informate, care să ajute relația.
6. **Evaluarea ipotezelor și părținirilor.** Gândirea critică implică punerea sub semnul întrebării a ipotezelor, credințelor și părținirilor. Aplicând această abordare relațiilor, putem contesta noțiunile preconcepute și părținirile care ar putea împiedica comunicarea și înțelegerea eficientă. Această autorefecție ajută la promovarea unor relații mai deschise la minte și mai incluzive.
7. **Dezvoltare și învățare.** Persoanele care gândesc critic sunt deschise către învățare și dezvoltare personală. Apreciază feedbackul constructiv și sunt dispuse la autorefecție și la adaptarea comportamentelor și perspectivelor. În relații, această dorință de a crește și de a învăța favorizează un mediu sănătos pentru dezvoltarea personală și întărește legătura dintre indivizi.
8. **Conștientizarea de sine.** Gândirea critică ne cere, de asemenea, să reflectăm asupra propriilor convingeri, părținiri și greșeli. Ne ajută să ne identificăm punctele slabe și zonele în care ne putem îmbunătăți. Acest lucru duce la o mai mare conștientizare de sine și o capacitate de autodezvoltare, care aduce beneficii relațiilor noastre cu ceilalți.

Cum ar putea o persoană care gândește critic să ne afecteze viața și relațiile?

A fi o persoană care gândește critic poate avea un impact pozitiv asupra vieții și relațiilor în mai multe moduri. În primul rând, ne permite să înțelegem mai bine perspectivele altor oameni și să fim deschiși la o varietate de puncte de vedere. În al doilea rând, ne ajută să ne comunicăm sentimentele și gândurile în mod eficient.

A fi o persoană care gândește critic ne permite, de asemenea, să înțelegem mai bine perspectivele celorlalți și ne poate ajuta să devenim mai deschiși către diferite puncte de vedere. Este un instrument important în construirea unor relații interpersonale sănătoase. Ne ajută să înțelegem mai bine pe ceilalți, să comunicăm eficient, să luăm decizii informate și să rezolvăm problemele. Cu ajutorul gândirii critice, putem crea relații mai atente, empatică și constructive cu alți oameni.

Pe scurt, gândirea critică îmbunătățește comunicarea, promovează rezolvarea eficientă a conflictelor, cultivă empatia și înțelegerea, ajută la rezolvarea problemelor, ajută la evaluarea ipotezelor și a prejudecăților, construiește încredere și credibilitate și încurajează dezvoltarea și învățarea. Aceste calități contribuie la relații mai sănătoase și mai satisfăcătoare.

2.3.3. Gândirea critică antrenează mintea

Gândirea critică este una dintre cele mai importante abilități intelectuale de dezvoltat în lumea de astăzi plină de informații și perspective diverse. Nu fără motiv se spune că gândirea critică exersează mintea. Face acest lucru prin implicarea și provocarea abilităților cognitive. Această abordare trezește procesele de gândire, permițându-ne să înțelegem mai bine problemele, să luăm decizii raționale și să formulăm argumente solide.

Mai presus de toate, gândirea critică și percepția critică **dezvoltă capacitatea oamenilor de a analiza și evalua argumentele**. Permite detectarea unor argumente slabe bazate pe emoții, prejudecăți sau lipsă de informații, permițându-ne să abordăm, printre altele, dezbaterile și rezolvarea problemelor într-un mod mai logic. **Abilitatea de a ne autocritica** include **abilitatea de a evalua și analiza critic propriile noastre convingeri, greșeli și inadecvări**. Concentrându-ne pe punctele noastre slabe, ne putem îmbunătăți abilitățile, ne putem extinde cunoștințele și ne putem crește ca indivizi. Privindu-ne pe noi înșine critic, evităm autopromovarea și o abordare necritică a propriilor acțiuni, ceea ce ar duce la stagnare și pierderea perspectivei. Gândirea critică ne antrenează mintea, ne ajută să înțelegem probleme mai complexe și ne îmbogățește intelectual. În lumea rapidă și informativă de astăzi, este o abilitate extrem de valoroasă și necesară pentru succes și împlinire în diverse sfere ale vieții.

Iată cum exercițiile de gândire critică pot aduce beneficii și pot întări mintea:

1. **Gândire analitică.** Exercițiile de gândire critică ne cer să analizăm informațiile, să le descompunem în componentele sale și să le evaluăm relevanța și credibilitatea. Acest proces îmbunătățește abilitățile de gândire analitică, permițându-ne să abordăm problemele și situațiile cu o mentalitate mai logică și mai sistematică.
2. **Abordarea problemelor.** Exercițiile de gândire critică implică adesea rezolvarea unor probleme sau puzzle-uri complexe. Aceste exerciții stimulează mintea să identifice tipare, să ia în considerare diverse soluții și să evalueze rezultatele potențiale ale acestora. Practica regulată îmbunătățește abilitățile de rezolvare a problemelor și capacitatea de a aborda provocările din viața reală mai eficient.
3. **Creativitate și inovare.** Exercițiile de gândire critică pot stârni creativitatea, încurajându-ne să gândim „în afara cutiei” și să venim cu idei noi. Aceste exerciții ne cer adesea să facem conexiuni între concepte care aparent nu au nicio legătură între ele, să explorăm perspective alternative și să concepem soluții inovatoare. Aplicând gândirea creativă, ne extindem flexibilitatea mentală și promovăm imaginația.
4. **Decizii mai bune.** Exercițiile de gândire critică implică luarea de decizii bazate pe dovezi, raționament și evaluare atentă. Acestea ne cer să cântărim diferiți factori,

- să luăm în considerare potențiale consecințe și să alegem cea mai bună cale de acțiune. Practica regulată întărește abilitățile de luare a deciziilor, ajutându-ne să facem alegeri informate și bine motivate în diferite aspecte ale vieții.
5. **Raționament logic.** Exercițiile de gândire critică antrenează mintea în practicarea raționamentului logic. Acestea ne cer să identificăm erori logice, să evaluăm argumente și să tragem concluzii valide. Prin exerciții de raționament logic, îmbunătățim capacitatea de a detecta defectele raționamentului și de a construi argumente solide și coerente.
 6. **Reflecție și conștientizare de sine.** Exercițiile de gândire critică implică adesea reflecție și autoevaluare. Ele ne îndeamnă să ne examinăm propriile convingeri, păriniri și presupuneri și să punem la îndoială validitatea lor. Acest proces cultivă conștientizarea de sine, ajutându-ne să ne înțelegem mai bine propriile gânduri și perspective, precum și să recunoaștem potențialele prejudecăți cognitive care ne-ar putea influența gândirea.
 7. **Agilitate și flexibilitate mentală.** Exerciții de gândire critică practicate în mod regulat ne provoacă mintea și promovează agilitatea mentală. Ne împinge să ne adaptăm la informații noi, să luăm în considerare puncte de vedere alternative și să ne adaptăm gândirea în consecință. Această flexibilitate întărește abilitățile cognitive și ne ajută să abordăm situații complexe cu o mentalitate bazată pe deschidere și adaptabilitate.
 8. **Învățare pe tot parcursul vieții.** Exercițiile de gândire critică promovează o mentalitate de învățare continuă și curiozitate intelectuală. Ele ne încurajează să căutăm noi cunoștințe, să explorăm perspective diferite și să ne implicăm în provocări intelectuale. Acest angajament față de învățarea pe tot parcursul vieții ne menține mintea activă și ne acutizează continuu abilitățile de gândire critică.



Imaginea 4
Sursa: [Freepik](#)

Pe scurt, exercițiile de gândire critică ne antrenează mintea prin îmbunătățirea gândirii analitice, abilităților de rezolvare a problemelor, creativității, abilităților de luare a deciziilor, raționamentului logic, conștientizării de sine, agilității mentale și încurajând angajamentul față de învățarea pe tot parcursul vieții. Practicând în mod regulat aceste exerciții, ne putem consolida abilitățile cognitive și dezvoltăm o minte mai agilă și mai adaptabilă.

2.3.4. Gândirea critică ne ajută să facem alegeri și să luăm decizii conștiente

După cum s-a menționat chiar la începutul acestui modul, gândirea critică este capacitatea de a analiza informațiile, de a înțelege contextul și de a ne forma propriile concluzii informate. Folosirea corectă a gândirii critice ne ajută să facem alegeri informate, luând în considerare atât aspectele pozitive, cât și pe cele negative ale unei situații, decizie sau problemă. Gândirea critică este o abilitate care ne poate ajuta să luăm decizii mai bune. Înseamnă analiza, evaluarea și înțelegerea informațiilor înainte de a lua orice decizie sau de a acționa.

Când folosim gândirea critică, încercăm să abordăm un subiect în mod obiectiv și cu mintea deschisă. Aceasta înseamnă să analizăm informațiile dintr-o varietate de surse, să explorăm diferite puncte de vedere și să luăm în considerare atât avantajele cât și dezavantajele unei situații. În acest fel, putem evita gândirea unilaterală și putem lua în considerare o gamă largă de factori.

Gândirea critică pentru a face alegeri informate implică aplicarea abilităților de gândire analitică și evaluativă proceselor de luare a deciziilor. Implică examinarea informațiilor, luarea în considerare a diferitelor perspective și alegeri gândite și informate, bazate pe raționament și dovezi solide. Acest proces constă din mai multe etape, care sunt:

1. colectarea de informații;
2. analiza ipotezelor și părților;
3. evaluarea dovezilor;
4. luarea în considerare a consecințelor;
5. identificarea și evaluarea alternativelor;
6. cântărirea riscurilor și beneficiilor;
7. reflecție asupra valorilor și eticii;
8. proces iterativ de luare a deciziilor.

Gândirea critică recunoaște că luarea deciziilor este adesea un **proces iterativ**. Aceasta implică revizuirea și reevaluarea alegerilor, pe măsură ce noi informații devin disponibile sau împrejurările se schimbă. Această abordare flexibilă și adaptabilă permite îmbunătățirea continuă și ajustarea deciziilor, pe baza unor noi perspective și feedback.

Pentru a face din gândirea critică un proces eficient, atunci când vine vorba de a lua decizii informate, este util să ținem cont de câteva dintre următoarele sfaturi. Ele vor fi de ajutor în orice context în care trebuie luată o decizie importantă. Iată care sunt acestea:

Puneți la îndoială informațiile pe care le primiți. Constați întotdeauna informațiile pe care le primiți. Întrebați-vă despre sursa, credibilitatea și scopul acesteia. Există dovezi justificative și baze factice? Există motive sau părtiniri ascunse?

Explorați diferite perspective. Faceți eforturi pentru a examina situația din diferite puncte de vedere. Înțelegerea diferitelor perspective vă va oferi o înțelegere mai cuprinzătoare a problemei și vă va permite să luați decizii mai echilibrate.

Evaluati dovezile. Mențineți o poziție sceptică față de dovezile și argumentele prezentate. Verificați dacă acestea sunt bine fundamentate și bazate pe cercetări sau surse de încredere. Nu vă bazați exclusiv pe emoții sau convingeri personale.

Dezvoltați-vă capacitatea de a identifica manipularea. Rămâneți vigilenți împotriva diferitelor tehnici de manipulare, cum ar fi apelurile emoționale, raționamentul simplificat excesiv, limbajul persuasiv sau statisticile înșelătoare. Învățați să recunoașteți aceste tehnici și să verificați informațiile pentru a evita căderea în capcane de manipulare.

Fiți deschiși la schimbare. Nu ezitați să vă modificați punctul de vedere dacă apar noi informații sau dovezi. Gândirea critică necesită adaptabilitate și dorința de a ne revizui perspectivele pe baza unor fapte noi.

Obțineți informații de încredere. Încercați să utilizați o varietate de surse de informații de încredere și de renume. Evitați să vă bazați doar pe o singură sursă sau să vă lăsați păcăliți de dezinformări.

Practicați gândirea logică. Îmbunătățiți-vă abilitățile de gândire logică, rezolvând probleme, analizând argumente și utilizând raționamentul deductiv. Luați decizii bazate pe justificări logice și raționale.

Pe scurt, prin aplicarea abilităților de gândire critică în procesul de luare a deciziilor, putem face alegeri mai bine gândite și informate, care sunt în conformitate cu valorile și obiectivele noastre. Încorporând gândirea critică în procesele de luare a deciziilor, vom lua decizii obiective și eficiente în diferite aspecte ale vieții tale. Gândirea critică influențează pozitiv luarea deciziilor prin promovarea raționamentului rațional și logic, analizarea unei probleme în profunzime, evaluarea opțiunilor, identificarea și evaluarea ipotezelor, luarea în considerare a consecințelor, stimularea creativității și inovării, insuflarea încrederii și responsabilității și promovarea unei mentalități de îmbunătățire continuă.

Gândirea critică oferă un cadru sistematic și logic pentru luarea deciziilor. Îmbunătățește obiectivitatea, abilitățile de rezolvare a problemelor și de evaluare a dovezilor și ajută la atenuarea părtinirilor, conducând în cele din urmă la procese de luare a deciziilor mai informate și mai eficiente.

2.3.5. Gândirea critică ajută la rezolvarea problemelor

Gândirea critică este un proces iterativ care necesită practică și îmbunătățire continuă. Gândirea critică este o abilitate valoroasă care ne poate ajuta să abordăm problemele într-un mod sistematic și logic.

Utilizarea gândirii critice pentru a rezolva probleme implică aplicarea abilităților de gândire logică și analitică pentru a identifica, analiza și a face față provocărilor sau

obstacolelor. Aceasta implică o abordare sistematică a soluționării problemelor care pune accent pe evaluarea dovezilor, luarea în considerare a diferitelor perspective și generarea de soluții inovatoare.

Rezolvarea problemelor este un proces. Prin urmare, trebuie luate o serie de pași pentru a găsi soluția potrivită și fiecare pas trebuie efectuat în mod corespunzător pentru ca întregul proces să fie eficient. Mai jos, puteți vedea un exemplu de proces de rezolvare a problemelor folosind gândirea critică:

1. Gândirea critică **începe cu identificarea și definirea corectă a problemei**. Acest lucru necesită o observare atentă, strângerea de informații și înțelegerea contextului și a factorilor de bază care contribuie la problemă. Cei care gândesc critic pun întrebări, pentru a obține o înțelegere cuprinzătoare a problemei în cauză.
2. Acest tip de abordare presupune **defalcarea problemei în părțile sale componente și analizarea lor sistematică**. Această etapă implică examinarea cauzelor și efectelor problemei, identificarea tiparelor și evaluarea relevanței și credibilității informațiilor colectate. Cei care gândesc critic evaluează dovezile și iau în considerare mai multe perspective, pentru a obține o înțelegere holistică a unei probleme.
3. Gândirea critică încurajează **generarea de soluții sau abordări alternative multiple pentru rezolvarea unei probleme**. Acest proces implică gândire creativă, explorarea diferitelor posibilități și luarea în considerare a ideilor neconvenționale sau inovatoare. Cei care gândesc critic contestă ipotezele și constrângerile pentru a lărgi gama de soluții alternative.
4. **Evaluarea fezabilității, eficacității și potențialelor consecințe ale fiecărei alternative** este extrem de importantă. Persoanele care gândesc critic cântăresc avantajele și dezavantajele fiecărei opțiuni, iau în considerare resursele și constrângerile disponibile și emit judecăți informate bazate pe raționament logic. Acestea selectează cele mai viabile soluții, care sunt în concordanță cu rezultatele dorite.
5. Gândirea critică presupune **elaborarea unui plan de acțiune pentru implementarea soluției alese**. Acesta poate include împărțirea soluției în pași mai mici, atribuirea de responsabilități și stabilirea unor termene. Cei care gândesc critic anticipează, de asemenea, provocările potențiale și dezvoltă planuri de urgență. Implementarea soluției le permite să testeze eficacitatea acesteia și să facă orice ajustări necesare.
6. O fază a procesului de rezolvare a problemelor folosind gândirea critică implică **reflectarea asupra procesului de rezolvare a problemelor și evaluarea rezultatelor acestuia**. Persoanele care gândesc critic evaluează punctele forte și punctele slabe ale abordării lor, identificând lecțiile învățate și zonele de îmbunătățire. Această practică reflectivă contribuie la învățarea continuă și îmbunătățește abilitățile de rezolvare a problemelor pentru provocările viitoare.
7. După cum s-a menționat deja în contextul luării deciziilor, gândirea critică recunoaște că **rezolvarea problemelor este adesea un proces iterativ**. Dacă soluția inițială nu produce rezultatele dorite, cei care gândesc critic reevaluează problema, adună informații suplimentare și își schimbă abordarea. Sunt pregătiți

să-și adapteze și să-și modifice strategiile pe baza unor noi perspective sau a circumstanțelor în schimbare.

8. Gândirea critică poate fi îmbunătățită prin colaborare și comunicare eficientă. **Luând în considerare perspective diferite și căutând contribuții de la alte persoane** poate îmbogăți eforturile de rezolvare a problemelor. Cei care gândesc critic ascultă în mod activ, se angajează într-un dialog constructiv și își articulează clar raționamentul și soluțiile, pentru a facilita înțelegerea și colaborarea.

Să nu uităm că fiecare problemă este diferită, dar soluția prezentată este cât se poate de universală.

Pe scurt, folosirea gândirii critice pentru rezolvarea problemelor implică identificarea problemei, analiza, generarea de soluții alternative, evaluarea și selectarea soluțiilor, implementarea și testarea soluțiilor, reflecția și învățarea din proces și implicarea în comunicarea colaborativă. Folosind abilitățile de gândire critică, putem aborda problemele într-o manieră sistematică și logică, conducând la rezolvarea eficientă a problemelor și la soluții inovatoare.



Imaginea 5
Sursa: [Freepik](#)

2.3.6. Gândirea critică și munca în echipă

Munca în echipă și gândirea critică sunt strâns legate și au beneficii reciproce. Ambele sunt extrem de importante pentru o muncă în echipă eficientă și performanță ridicată. În plus, munca în echipă poate avea un impact asupra dezvoltării gândirii critice.

Munca în echipă presupune cooperarea și interacțiunea dintre membrii echipei pentru a atinge un obiectiv comun. În acest context, gândirea critică se referă la capacitatea de a analiza, evalua și distinge, apoi formula și lua decizii raționale pe baza acestor analize.



Imaginea 6: creată de ADES

Munca în echipă contribuie la îmbunătățirea gândirii critice în diferite moduri:

- **Diversitatea perspectivelor.** Atunci când oameni din medii, cu experiențe și domenii de expertiză diferite se reunesc într-o echipă, punctele lor de vedere unice aduc o analiză mai cuprinzătoare a problemelor. Luând în considerare perspective diferite, membrii echipei contestă ipotezele, evaluează dovezile și cercetează soluții alternative, stimulând astfel gândirea critică.
- **Rezolvarea în colaborare a problemelor.** Munca în echipă implică adesea colaborarea în rezolvarea unor probleme complexe. Prin implicare activă, membrii echipei pot face schimb de idei, pot face brainstorming pentru soluții și pot participa la discuții sănătoase. Acest proces de colaborare hrănește abilitățile de gândire critică, pe măsură ce oamenii analizează și evaluează diferite opțiuni, anticipează provocările și iau în considerare urmările deciziilor lor.
- **Sinergia ideilor.** Munca în echipă în colaborare permite membrilor echipei să se bazeze pe ideile colegilor, conducând la soluții inovatoare și complete. Prin rezumarea diferitelor perspective și valorificarea punctelor forte ale fiecăruia, pot fi depășite prejudecățile, limitările și punctele oarbe care împiedică gândirea critică.
- **Discuții care îndeamnă la analiză.** Discuțiile regulate în cadrul unei echipe oferă oportunități pentru dezvoltarea gândirii critice. Membrii echipei își pot examina abordarea, pot identifica punctele forte și punctele slabe și pot căuta și analiza strategii alternative pentru eforturile viitoare. Prin aceste discuții și analize,



abilitățile de gândire critică sunt perfecționate, ajutând astfel oamenii să-și perfecționeze abilitățile de rezolvare a problemelor și procesele de luare a deciziilor.

- o **Feedback constructiv.** Munca în echipă oferă un mediu de sprijin pentru feedbackul colegilor. Evaluarea ideilor sau muncii celui alt ajută la perfecționarea abilităților de gândire critică. Feedbackul constructiv încurajează oamenii să pună la îndoială presupunerile, să provoace raționamentul și să îmbunătățească abordările de rezolvare a problemelor. Includerea feedbackului în procesul de gândire duce la îmbunătățirea abilităților de gândire critică și la dezvoltarea unei mentalități analitice mai puternică.
- o **Implicare activă.** Implicarea activă în munca în echipă îmbunătățește gândirea critică prin promovarea colaborării, analizei și evaluării ideilor. Prin participarea activă, membrii echipei sunt încurajați să-și exprime opiniile, să provoace ipoteze și să contribuie la discuții, ceea ce stimulează gândirea critică. Implicarea în schimburi semnificative cu membrii echipei permite oamenilor să evalueze perspective diferite, să analizeze soluții diverse și să cântărească meritele diferitelor opțiuni, încurajând o abordare mai cuprinzătoare și mai atentă a rezolvării problemelor. În cele din urmă, implicarea activă în munca în echipă cultivă un mediu care încurajează gândirea critică și ajută oamenii să-și perfecționeze abilitățile analitice.

Munca în echipă încurajează implicarea activă, perspectivele diverse, rezolvarea în colaborare a problemelor și feedbackul constructiv, toate acestea contribuind la îmbunătățirea abilităților de gândire critică. Lucrând împreună, oamenii își pot contesta propriile ipoteze, pot lua în considerare diferite puncte de vedere și pot dezvolta abordări mai solide și mai eficiente pentru rezolvarea problemelor.

2.3.7. Gândirea critică este benefică pentru managementul financiar

Gândirea critică în contextul managementului financiar se referă la capacitatea de a analiza, evalua și interpreta informațiile financiare și de a lua decizii corecte bazate pe raționament logic și dovezi. Aceasta implică examinarea datelor financiare, luarea în considerare a diferșilor factori și evaluarea riscurilor și oportunităților potențiale înainte de a face judecăți în cunoștință de cauză. Gândirea critică este o parte importantă a afacerilor și a finanțelor; fără gândire critică, s-ar putea să nu existe capacitatea de a articula clar și a demonstra abilitățile și soluțiile necesare unei firme sau unui client. Gândirea critică joacă un rol semnificativ în managementul financiar, oferind oamenilor abilitățile necesare pentru a analiza situații financiare complexe, a lua decizii informate și a atenua riscurile.

În ce constă managementul financiar eficient, folosind gândirea și viziunea critică? Cei mai importanți pași ai acestui proces sunt:

- o analiza datelor financiare;
- o evaluarea deciziilor financiare;
- o depășirea provocărilor și problemelor;
- o analiza perspectivelor alternative;

- o învățare continuă și adaptabilitate.

În managementul financiar, persoanele care gândesc critic se angajează într-o analiză atentă a situațiilor financiare, a rapoartelor și a datelor relevante pentru a detecta tendințe, modele și neconcordanțe. Aceste persoane folosesc rata dobânzilor, benchmark-uri și comparații din industrie pentru a obține informații despre sănătatea financiară a unei organizații, acordând o atenție meticuloasă detaliilor.

Atunci când iau decizii financiare, persoanele care gândesc critic evaluează posibile consecințe și rezultate. Evaluează impactul pe termen scurt și pe termen lung, efectuează analize cost-beneficiu și iau în considerare riscurile și recompensele asociate diferitelor opțiuni. Prin evaluarea critică a cursurilor alternative de acțiune, acestea determină cel mai favorabil rezultat pentru organizație.

În abordarea problemelor și provocărilor complexe din managementul financiar, persoanele care gândesc critic le descompun în componente mai mici, mai ușor de gestionat. Acestea adună date pertinente, identifică soluții potențiale, evaluează fezabilitatea acestora și selectează strategii eficiente pentru a rezolva problemele financiare.

Persoanele care gândesc critic în managementul financiar apreciază diverse puncte de vedere și perspective, favorizează discuții deschise și caută în mod activ contribuția părților interesate, pentru a obține o înțelegere cuprinzătoare a problemelor financiare. Analizând mai multe perspective, acestea descoperă riscuri potențiale, identifică oportunități ascunse și iau decizii bine informate.

Recunoscând natura dinamică a piețelor financiare și a reglementărilor, persoanele care gândesc critic caută în permanență noi cunoștințe și rămân la curent cu tendințele din industrie, tehnologiile emergente și practicile financiare în evoluție. Își adaptează procesele de gândire și de luare a deciziilor, pentru a încorpora informații noi și pentru a răspunde eficient circumstanțelor în schimbare.

Pe scurt, gândirea critică în managementul financiar permite analiza datelor financiare, luarea deciziilor în cunoștință de cauză, gestionarea riscurilor și comunicarea eficientă. Le permite managerilor financiari (dar nu numai) să navigheze prin peisaje financiare complexe și contribuie la succesul financiar în viața și în organizațiile lor.

2.3.8. Gândirea critică promovează o comunicare mai eficientă

Gândirea critică joacă un rol important în comunicarea eficientă. Aceasta ajută oamenii să analizeze informațiile, să evalueze argumentele și să ia decizii raționale. Aplicarea gândirii critice în comunicare îmbunătățește claritatea, consistența și încrederea.

Gândirea critică ajută la îmbunătățirea comunicării. Și o bună comunicare influențează gândirea critică.

Aspectele cheie ale gândirii critice care pot contribui la o comunicare mai eficientă includ:

- o punerea sub semnul întrebării a ipotezelor;



- o evaluarea dovezilor;
- o recunoașterea părtinirilor;
- o explorarea punctelor de vedere alternative;
- o reflectarea asupra ipotezelor și concluziilor.

Gândirea critică implică punerea sub semnul întrebării a presupunerilor. Prin contestarea ipotezelor, se pot descoperi părtiniri, se pot identifica erori logice și se poate obține o înțelegere mai adâncă a subiectului. Acest lucru înseamnă o comunicare mai precisă și ajută la evitarea declarațiilor înșelătoare.

Gândirea critică necesită evaluarea calității și validității dovezilor ce susțin o afirmație sau un argument. Când comunicăm, este important să prezentăm dovezi credibile care să ne susțină punctul de vedere. Evaluarea critică a dovezilor ajută la evitarea afirmațiilor fără temei și face ca mesajul să fie mai convingător.

De asemenea, înseamnă a fi conștient de propriile părtiniri și a le recunoaște pe ale celorlalți. Recunoscând existența prejudecăților, vom depune eforturi pentru a fi obiectivi și onești în comunicare. Vom prezenta astfel perspective echilibrate, vom promova dialogul constructiv și vom evita conflictele inutile.

Gândirea critică ne încurajează să luăm în considerare mai multe perspective și să căutăm opinii diferite. În comunicare, este important să-i ascultăm pe ceilalți și să le înțelegem punctele de vedere. Luând în considerare perspective alternative, ne putem lărgi înțelegerea, nu putem angaja în discuții semnificative și putem construi argumente mai puternice.

Gândirea critică presupune și a ne gândi la propriile noastre presupuneri și a verifica validitatea concluziilor. Alocarea timpului pentru reflecție în timpul comunicării ajută la rafinarea mesajului, clarificarea ambiguităților și asigurarea coerenței. De asemenea, ajută la recunoașterea potențialelor părtiniri sau erori logice, ce pot afecta eficiența comunicării.

Gândirea critică și viziunea critică îmbunătățesc comunicarea prin promovarea rigorii intelectuale, a raționamentului logic și a capacității de a evalua și transmite informații în mod eficient. Prin aplicarea abilităților de gândire critică, oamenii pot deveni comunicatori mai articulați, mai convingători și mai deschiși la minte.

Gândirea critică pune accent pe comunicarea clară și precisă. Organizându-ne gândurile, construind logic argumente și folosind un limbaj adecvat, ne putem comunica eficient mesajul. Claritatea în comunicare reduce neînțelegerile și crește impactul ideilor noastre. Gândirea critică și abilitățile puternice de comunicare îmbunătățesc capacitatea de rezolvare a problemelor. Toate acestea ne ajută să ne concentrăm asupra scopului și să gândim rațional.

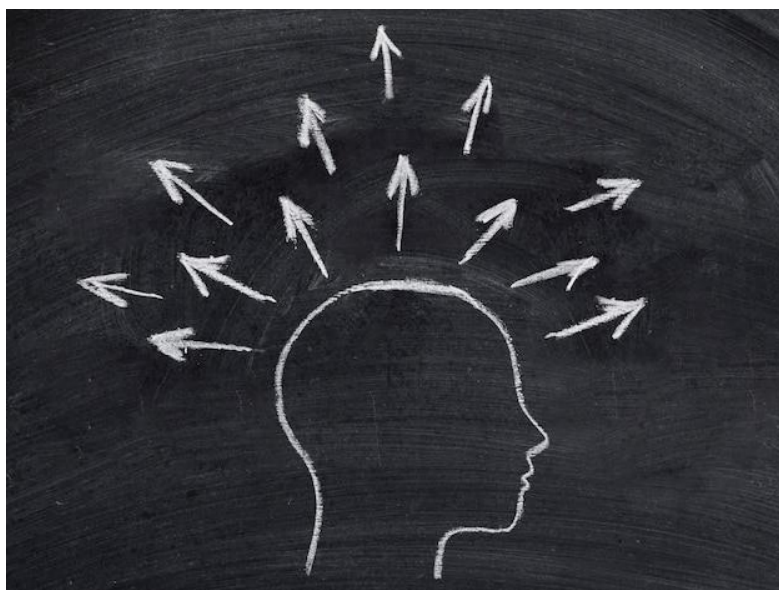


2.4. VIZIUNEA CRITICĂ NE AJUTĂ SĂ NE SCHIMBĂM OPINIILE ATUNCI CÂND APAR NOI DOVEZI

În era informațiilor ușor accesibile și rapid împrăștiate, capacitatea de a le privi cu un ochi critic devine din ce în ce mai importantă. Pe măsură ce sunt prezentate noi dovezi, este necesar să ne adaptăm opinia și abordarea pentru a ține cont de acestea. Nu putem fi mereu părținitori, deoarece, de multe ori, acest aspect ne împiedică să facem o evaluare corectă. Gândirea critică este un proces prin care analizăm și evaluăm informațiile în mod obiectiv și rațional. Prin urmare, este o abilitate esențială, necesară pentru a analiza ceea ce vedem (de exemplu, online), pentru a trage concluzii raționale și pentru a fi precauți în a face judecăți, dacă dovezile într-un context dat nu sunt suficiente.

Gândirea critică necesită flexibilitate și dorința de a ne schimba convingerile în lumina noilor dovezi. Există câțiva pași pe care îi putem face pentru a ne ajusta gândirea critică:

- **Familiarizarea cu dovezile noi (citire, vizualizare etc.).** Examinați cu atenție noile dovezi și evaluați impactul acestora asupra convingerilor dvs. actuale. Încercați să înțelegeți contextul, credibilitatea și implicațiile informațiilor prezentate.
- **Analiza dovezilor.** Ar trebui să puneți accent pe evaluarea credibilității și a puterii dovezilor. Cercetați dacă sunt bine susținute de surse credibile și dacă contrazic alte fapte sau dovezi stabilite.
- **Reevaluarea convingerilor.** Pe baza noilor dovezi, revizuiți-vă convingerile și gândiți-vă dacă acestea trebuie schimbate. Analizați dacă noile dovezi sunt suficient de convingătoare pentru a justifica o schimbare de perspectivă. Explorați posibile explicații alternative, dacă există.
- **O analiză atentă și amănunțită.** Este extrem de important să luați în considerare toate informațiile disponibile și puncte de vedere diferite. Fiți conștienți de potențialele defecte sau limitări ale noilor dovezi. Nu uitați că gândirea critică înseamnă să aveți în vedere explicațiile alternative și posibilele erori.
- **Actualizarea opiniilor dvs. pe baza tuturor dovezilor și informațiilor disponibile.** În cele din urmă, dacă noile dovezi sunt convingătoare, credibile și analiza duce la concluzia că o schimbare este justificată, fiți pregătit să vă schimbați punctul de vedere. Nu ezitați să vă actualizați convingerile pe baza noilor dovezi și informații disponibile.



Imaginea 7
Sursa: [Freepik](#)

Schimbarea opiniei atunci când sunt prezentate dovezi noi este un aspect fundamental al gândirii critice. Oamenii care gândesc critic înțeleg că convingerile și opiniile lor trebuie să se bazeze pe dovezi, rațiune și analiză logică, mai degrabă decât să se agațe cu încăpățănare de idei preconcepute.

Când apar dovezi noi, persoanele care gândesc critic sunt deschise să-și reevalueze perspectivele. Acestea evaluează cu atenție credibilitatea, fiabilitatea și relevanța noilor informații, analizează dacă dovezile le provoacă sau le susțin convingerile și opiniile existente.

Persoanele care gândesc critic acordă prioritate căutării adevărului și corectitudinii, dând deoparte părerile personale sau atașamentele emoționale pentru opiniile lor anterioare. Sunt dispuse să recunoască când s-au înșelat sau le-au lipsit informații complete, deoarece pun preț pe integritatea intelectuală și pe dezvoltare.

Schimbarea opiniei în baza unor noi dovezi nu este văzută ca o slăbiciune, ci ca o putere în gândirea critică. Demonstrează flexibilitate intelectuală, angajament față de gândirea bazată pe dovezi și dorința de a perfecționa înțelegerea unui subiect. Fiind deschiși către a-și schimba părerea, cei care gândesc critic își îmbunătățesc continuu cunoștințele, iau decizii mai informate și încurajează dezvoltarea intelectuală.

Printre aspectele pozitive ale schimbării părerii pe baza unor dovezi noi, putem include **dezvoltarea intelectuală**, o mai mare **raționalitate și obiectivitate**, **adaptabilitate** și **decizii mai bune**.

În ciuda acestor beneficii, există potențiale aspecte negative legate de schimbarea prea des a părerii sau schimbarea părerii fără dovezi suficiente. Aceste aspecte negative includ mai ales **inconsecvența**, **lipsa convingerii cuvenite**, **prejudicata de confirmare**

(tendința de a căuta și prefera informații care susțin convingerile noastre deja existente⁴) și **presiunea socială**.

Pentru a rezuma, schimbarea părerii atunci când sunt prezentate dovezi noi este un aspect general pozitiv al gândirii critice. Promovează dezvoltarea intelectuală, gândirea rațională și adaptabilitatea. Cu toate acestea, este important să abordăm dovezile noi cu o atitudine echilibrată, să le analizăm cu ochi critici și să evităm a ne lăsa pradă prejudecății de confirmare sau a respingerii excesive fără o justificare suficientă.

Abilitățile de gândire critică se dezvoltă în timp, dar, cu puțin efort și răbdare veți putea aplica procese de gândire obiectivă și analitică în toate situațiile. Gândirea critică este una dintre multele abilități pe care membrii echipei, managerii și angajații eficienți le au. Este utilă în activitățile de zi cu zi și vă permite să priviți puțin diferit față de ceilalți la tot felul de aspecte, pe care le puteți supune apoi propriei analize.

3. RESURSE SUPLIMENTARE

Iată câteva resurse suplimentare, pe care le puteți folosi pentru a aprofunda cunoștințele legate de acest modul:

- Cum mă ajută gândirea critică și de ce să mi-o dezvolt - <https://eugeniahazazup.com/gandirea-critica-cum-ma-ajuta-si-de-ce-sa-mi-o-dezvolt-2/>
- Dezvoltarea gândirii critice în context educațional: chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.psih.uaic.ro/a/_fis/sc_doc/buzduga_a_rezumat_ro.pdf
- 11 Benefits of Critical Thinking That Rapidly Improve Your Life – <https://www.magneticmemorymethod.com/benefits-of-critical-thinking/>
- Critical Thinking - Critical Thinking in Communication – <https://youtu.be/mnbYd3eexdQ>
- Critical thinking and adult education: A conceptual model for developing critical thinking in adult learners – https://www.researchgate.net/publication/240528387_Critical_thinking_and_adult_education_A_conceptual_model_for_developing_critical_thinking_in_adult_learners
- Critical Thinking Skills – <https://www.skillsyouneed.com/learn/critical-thinking.html>
- Critical Viewing – https://www.researchgate.net/publication/306080494_Critical_Viewing
- Why Is Critical Thinking Important? A Survival Guide – <https://www.uopeople.edu/blog/why-is-critical-thinking-important/>

⁴Sursa: <https://www.scribbr.com/research-bias/confirmation-bias/>



4. BIBLIOGRAFIE

1. Choudhuri, Aveek Pal. (n.d.). "Why Communication and Critical Thinking are the Most Essential 21st Century Skills". Disponibil la: <https://www.thehighereducationreview.com/news/why-communication-and-critical-thinking-are-the-most-essential-21st-century-skills-nid-1349.html>
2. Doyle, Alison. (2022). "Critical Thinking Definition, Skills, and Examples". Disponibil la: <https://www.thoughtco.com/critical-thinking-definition-with-examples-2063745>
3. Facione, Peter. (2015). "Critical Thinking: What It Is and Why It Counts". Disponibil la: https://www.researchgate.net/publication/251303244_Critical_Thinking_What_It_Is_and_Why_It_Counts
4. Maria. (n.d.). "Concept Of Critical Thinking". Disponibil la: <https://learnfromblogs.com/concept-of-critical-thinking>
5. Nikolopoulou, Kassiani. (2022). "What Is Confirmation Bias? | Definition & Examples". Disponibil la: <https://www.scribbr.com/research-bias/confirmation-bias/>
6. Novak, David R. (2020). "Critical Thinking & Communication". Disponibil la: <https://communicate.substack.com/p/critical-thinking-and-communication>
7. Performance Management Consultants. (n.d.). "What is critical thinking and why is it valuable in the workplace?". Disponibil la: <https://pmctraining.com/site/resources-2/what-is-critical-thinking-and-why-is-it-valuable-in-the-workplace/>
8. Ryan, Eoghan. (2022). "What Is Critical Thinking? | Definition & Examples". Disponibil la: <https://www.scribbr.com/working-with-sources/critical-thinking/>
9. Singh, Manpreet. (2021). "8 Characteristics Of Critical Thinking". Disponibil la: <https://numberdyslexia.com/8-characteristics-of-critical-thinking/>
10. Skills You Need. (n.d.). "Critical Thinking Skills". Disponibil la: <https://www.skillsyouneed.com/learn/critical-thinking.html>
11. The Black Sheep Institute. (2023). "9 Benefits of Critical Thinking Explained". Disponibil la: <https://www.theblacksheep.community/benefits-of-critical-thinking/>
12. U.S. Department of Labor. (n.d.). "Problem Solving and Critical Thinking". Disponibil la: <https://www.dol.gov/sites/dolgov/files/odep/topics/youth/softskills/problem.pdf>



MODULUL 3: Abilitățile de gândire critică - cum le dezvoltăm?



1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

1.1. SCOPUL MODULULUI

Scopul acestui modul este de a vă motiva să vă îmbunătățiți competențele și să vă dezvoltați abilitățile de gândire critică, într-un mod care vă va permite să înțelegeți și să analizați informațiile primite.

Importanța dezvoltării personale se datorează amplitudinii pe care a luat-o fenomenul dezinformării și răspândirea știrilor false, menite să inducă în eroare cititorii. Circulația informațiilor false are un impact negativ asupra opiniei publice, reprezentând astfel o amenințare la adresa societății și a principiilor democratice. Având în vedere că astfel de expuneri narative continuă să fie difuzate în media, la televizor, pe rețelele sociale sau pe internet (în general), este important ca persoanele care folosesc platformele online să fie capabile să verifice veridicitatea informațiilor pe care le primesc. Această abilitate implică înțelegerea și analizarea într-o manieră critică a informațiilor prezentate, pentru a identifica dacă faptele prezentate sunt adevărate, dar și pentru a evita distribuirea știrilor false.

Gândirea critică este o competență deosebit de relevantă în contextul actual, în care asistăm la o evoluție amplă și rapidă a tehnologiilor informației și comunicațiilor, fiind expuși zilnic acestora. Prin urmare, scopul acestui modul este acela de a vă comunica metodele utile prin care puteți dobândi sau dezvolta această abilitate. Modulul oferă conținut de învățare și activități practice, pentru a dobândi o cât mai bună înțelegere a acestui concept, precum și a abilității de dezvoltare a gândirii critice.

1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

La finalizarea prezentului modul, veți putea să:

- o identificați nivelul dvs. de gândire critică;
- o recunoașteți tipurile de nevoi, pentru a vă îmbunătăți abilitățile de dezvoltare personală;
- o recunoașteți capacitatea de a pune sub semnul întrebării informațiile primite;
- o interpretați informațiile într-o manieră critică;
- o accesați, adunați și înțelegeți strategiile și tehnicile relevante pentru a vă perfecționa atât propriile abilități, cât și abilitățile altor persoane.



2. EXERCİIU DE AUTOEVALUARE - SUNTEȚI O PERSOANĂ CARE GÂNDEȘTE CRITIC?

Pe baza modulului anterior, care oferă o perspectivă clară asupra conceptelor gândirii critice, vă prezentăm un scurt exercițiu de autoevaluare, prin care să descoperiți care este nivelul abilităților dvs. de gândire critică. Exercițiul este o adaptare a unui test cunoscut de evaluare a aptitudinilor – testul Watson-Glaser de evaluare a gândirii critice. Această versiune⁵ constă dintr-un set de 5 întrebări, cu diferite tipuri de răspuns. Fiecare întrebare corespunde unei competențe din sfera gândirii critice. Scopul este ca dvs. să răspundeți și să analizați la final abilitățile pe care tocmai le-ați folosit în cadrul acestui exercițiu.¹

Întrebarea #1 | Inferența

S-a propus interpretarea fragmentului de mai jos. Exprimați-vă opinia cu privire la veridicitatea interpretării, pe baza a ceea ce scrie în respectivul fragment.

Fragment: 50 de persoane au fost intervievate pentru un post vacant. În cadrul întâlnirilor cu interviuatorii, voluntariatul a fost cel mai discutat element pentru că este considerat ca fiind de mare importanță în ocuparea unui post într-o companie.

Interpretare: compania nu a găsit candidatul potrivit, pentru că toți cei intervievați au experiență în munca de voluntariat.

Adevărat

Probabil adevărat

Date insuficiente

Probabil fals

Fals

Întrebarea #2 | Identificarea ipotezelor

Scopul este de a verifica dacă ipoteza propusă poate fi subînțeleasă din următoarea afirmație.

Afirmație: Lipsa anumitor produse alimentare dintr-un supermarket înseamnă că acestea nu au fost aduse.

Ipoteza propusă: Circumstanțele imprevizibile pot condiționa furnizarea de bunuri către magazinele de vânzare cu amănuntul.

Ipoteză validă

Ipoteză nevalidă

Întrebarea #3 | Deducția

Obiectivul exercițiului este de a verifica dacă afirmația de mai jos are următoarea concluzie posibilă.

⁵ Adaptat după a mostră a testului Watson-Glaser, preluată de la JobTestPrep.co.uk



Afirmație: Majoritatea oamenilor care încearcă să se integreze pe piața muncii caută posturi vacante în domeniile în care s-au specializat. Și totuși, este important ca oamenii să opteze și pentru joburi din sfera ariei lor de interes.

Concluzie posibilă: Unii oameni caută locuri de muncă vacante în domeniile care îi interesează.

Concluzie validă

Concluzie nevalidă

Întrebarea #4 | Interpretarea

Din următoarea afirmație, verificați dacă eventuala concluzie care este prezentată este validă dincolo de orice îndoială rezonabilă.

Afirmație: John este persoana care vorbește cele mai multe limbi străine din orașul său; el vorbește 10 limbi străine, inclusiv limba română, poloneză, greacă, turcă, spaniolă, italiană și portugheză.

Concluzie posibilă: Dacă John ar întâlni o persoană de origine spaniolă, ar putea purta o conversație cu aceasta.

Concluzie validă

Concluzie nevalidă

Întrebarea #5 | Evaluarea argumentelor

Evaluați dacă răspunsul la următoarea întrebare reprezintă un argument puternic sau slab. Rețineți că un argument puternic este unul definit ca relevant și important.

Întrebare: Companiile aeriene ar trebui să acorde o reducere la biletele de avion cumpărate în ultimul moment?

Argument: Da. Deoarece reducerea poate motiva oamenii să cumpere bilete, iar dacă locurile din avion sunt ocupate integral, se evită poluarea aerului pentru că se efectuează o singură cursă.

Argument puternic

Argument slab

3. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII

În acest capitol, ne propunem să vă oferim un set de resurse, materiale, informații necesare pentru a vă dezvolta și îmbunătăți abilitățile de gândire critică.

După cum s-a observat în modulele anterioare și pe parcursul acestui ghid, gândirea critică este un instrument valoros și foarte important pentru gestionarea numeroaselor situații zilnice, care pot apărea în viața noastră. Aplicarea și folosirea abilităților de rezolvare a problemelor, a celor de analiză și creativitate, precum și deținerea cunoștințelor pot avea un impact important asupra modului în care ne informăm, a modului în care relaționăm cu celelalte persoane, dar și asupra dezvoltării procesului de învățare.

3.1. CARACTERISTICILE DEZVOLTĂRII ABILITĂȚILOR DE GÂNDIRE CRITICĂ

În această secțiune, vom aborda subiectul privind metodele și instrumentele mentale de îmbunătățire a abilităților de gândire critică, pe care cercetătorii din educație le definesc generic ca dispoziții. La nivel mental, ele contribuie la îmbunătățirea capacităților de gândire, stabilind disponibilitatea și deschiderea unei persoane către a-și dezvolta gândirea critică.

Este important să aveți aceste înclinații pentru procesul de învățare a gândirii critice, dar, în același timp, este și mai important să vă alocați timp pentru a acumula cât mai multe cunoștințe despre acest subiect și a vă dezvolta în această direcție.

Există două tipuri de dispoziții mentale²:

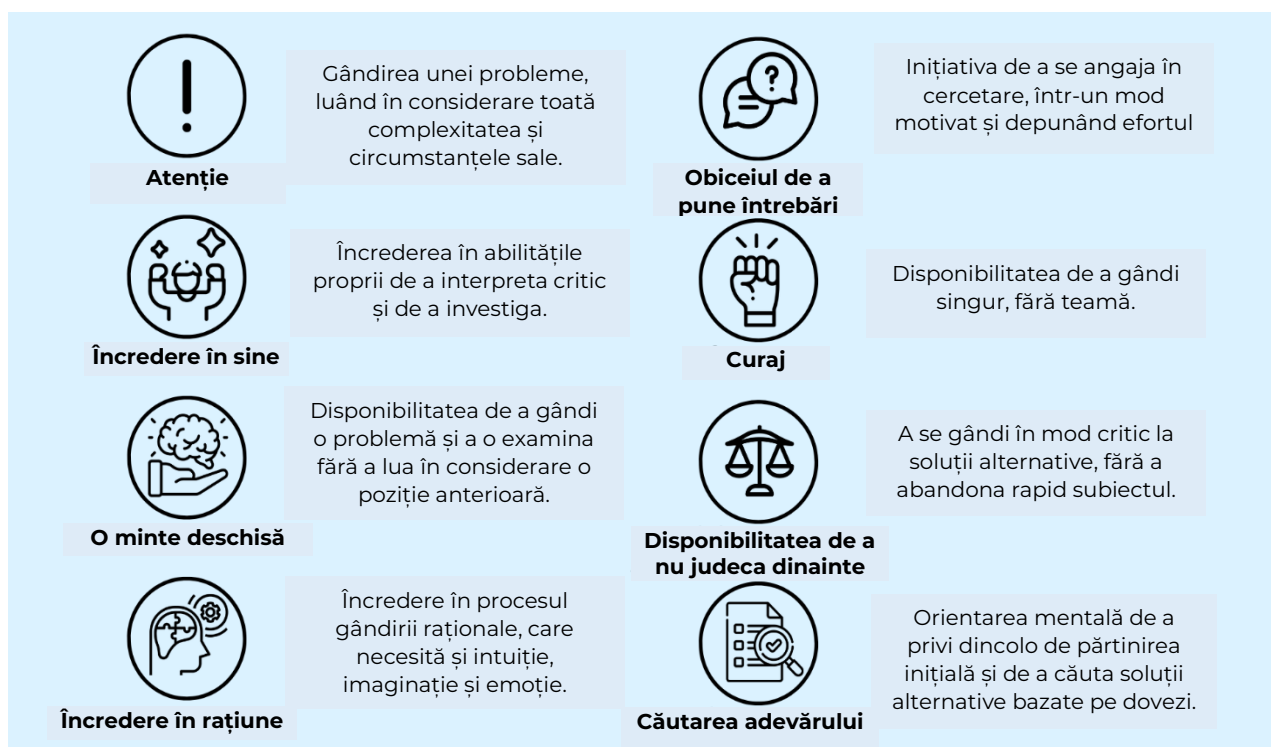
Dispoziții de inițiere

Obiceiuri care contribuie cauzal la declanșarea procesului de tranziție a gândirii

Dispoziții interioare

Obiceiuri care contribuie cauzal la procesul de gândire critică, după ce acesta a fost declansat

Deși, ambele tipuri de dispoziții pot ajuta în orice fază a procesului de gândire critică, sunt unii autori care consideră următoarele elemente ca fiind importante pentru derularea acestui proces:



Imaginea 1: dezvoltată și adaptată de E&D pe baza conținutului preluat de la David Hitchcock (2018)

Gândirea critică este „procesul disciplinat din punct de vedere intelectual de conceptualizare, aplicare, analiză, sinteză și/sau evaluare în mod activ și abil, a informațiilor adunate sau generate prin observare, experimentare, reflecție, gândire sau comunicare, ce acționează ca un ghid pentru formarea de opinii și acțiune.” – Robert Ennis, 2015

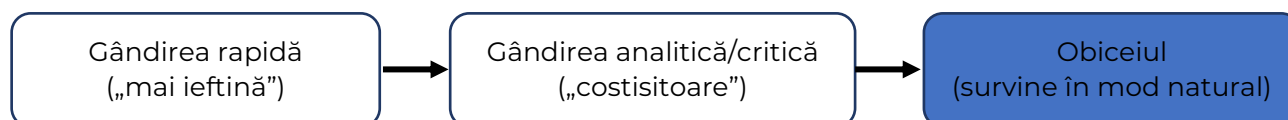
Dezvoltarea unei mentalități în pregătirea noastră pentru procesul de gândire critică implică, de asemenea, înțelegerea diferențelor dintre tipul de gândire pe care ne propunem să-l atingem și propriul mod de gândire. Abilitățile de gândire critică implică, conform modului de gândire logică descrisă în ghidul MCRE, conectarea³:

- o cu cunoștințele dobândite din experiență: adică, dezvoltarea și adaptarea convingerilor și punctelor noastre de vedere la realitățile pe care le experimentăm zilnic;
- o cu gândirea abstractă: adică, punerea cap la cap a puzzle-ului format din diferite scenarii și posibilități, atunci când ne aflăm în fața unui fapt care aparține realității concrete.

Din punctul de vedere al modului în care astfel de abilități pot fi îmbunătățite, acest modul se concentrează pe descrierea dobândirii acestor abilități, ca pe o ierarhie a învățării, în care pentru început ar trebui însușite abilitățile de bază, urmate apoi de abilități mai avansate sau superioare. Modelul propus presupune că această evoluție este un proces ce poate fi încorporat și, în cele din urmă, poate deveni parte din rutinele noastre de gândire, fără a fi nevoie să inițiem întregul proces atunci când apar situații

care necesită activarea gândirii critice, cum ar fi a verifica dacă o știre este falsă sau are un conținut dezinformator.

Îmbunătățirea abilităților de gândire critică apare nu pentru că este ceva ce ne lipsește, ci din dorința de a ne dezvolta ca persoane funcționale în societate, la locul de muncă, la școală, etc.



Instinctiv, mintea aplică o abordare de „gândire rapidă”, o soluție ”ieftină” din punct de vedere al timpului consumat, care nu necesită un grad mare de concentrare sau o analiză profundă și detaliată a informațiilor, observațiilor sau experiențelor. Problema constă în faptul că, atunci când este activat acest tip de gândire prea direct, lipsit de atenție, în cadrul procesului nostru de luare a deciziilor apar erori sistematice numite **prejudecăți cognitive**, care generează raționamente greșite și incorecte⁵.

Prin urmare, deși dezvoltarea gândirii critice poate fi un proces mai lent, mai „costisitor” din punct de vedere al timpului consumat și al efortului mental, aceasta este de fapt o soluție de integrare a obișnuinței de a pune întrebări și de a privi critic în modul nostru obișnuit de gândire, ducând în cele din urmă la reducerea „costurilor” generate de gândirea critică.

Astfel, vă oferim un punct de plecare, care să sugereze informațiile pe care le veți dobândi la finalul ghidului MCRE, despre atitudinile, comportamentele și abilitățile specifice gândirii critice.

Următoarele afirmații⁶ dezvăluie abilități de gândire critică⁶. Deși scopul lor este acela de a avea un punct de plecare către dezvoltarea competențelor, le puteți folosi ca exercițiu de autoevaluare, pentru a înțelege perspectiva asupra acțiunilor descrise.

⁶ Adaptat după versiunea scurtă Critical Thinking Self-Assessment a Universității din Manchester.



< Observații



Acțiuni legate de abilitățile de gândire critică

- ☐ Caut dovezi înainte de a da crezare spuselor altor persoane.
- ☐ Analizez o problemă sau situație din perspective diferite.
- ☐ Îmi prezint argumentele cu încredere, chiar dacă sunt contrare opiniilor celorlalți.
- ☐ Caut în mod activ dovezi contrare convingerilor și credințelor mele.
- ☐ Opiniile mele se bazează pe dovezi, nu doar pe propria experiență sau emoții.
- ☐ Dacă nu sunt sigur(ă) de ceva, caut să aflu mai multe informații despre acel lucru.
- ☐ Caut informații din surse de încredere, pentru a înțelege un anumit subiect.
- ☐ Extrag concluzii logice pe baza informațiilor obținute.
- ☐ Rezolv problemele în mod sistematic (definirea problemei, identificarea cauzelor, prioritizarea, etc.) și evit să iau decizii bazându-mă pe intuiție

Imaginea 2: adaptată și dezvoltată de E&D, pe baza conținutului preluat de la Universitatea din Manchester

În continuare, vă prezentăm o știre care conține o declarație făcută de fostul președinte al S.U.A., Donald Trump, pe postul de televiziune NBC NEWS, în 2020. Obiectivul dvs. este să interpretați și să reanalizați informația (din titlu, subtitlu și textul propriu-zis⁷), aplicând exclusiv acțiunile care apar în imaginea 2 de mai sus.

⁷ [News piece: Trump suggests 'injection' of disinfectant to beat coronavirus and 'clean' the lungs](#)



Imaginea 3: dezvoltată de E&D pe baza știrii menționate.

Din acest exercițiu, pot fi luate în considerare câteva elemente referitoare la procesul gândirii critice și analitice:

- Căutarea dovezilor înainte de a da crezare afirmațiilor: luați în considerare daunele/pericolele reale ale produselor chimice care intră în contact cu corpul nostru. Este foarte important să căutați informații despre subiect înainte de a avea încredere în astfel de afirmații care pot avea urmări periculoase.
- Luarea în considerare a soluțiilor și a altor remedii alternative: căutarea unor mijloacelor de protecție împotriva bolii, dovedite din punct de vedere medical și analizarea declarațiilor emise de experți.
- Emiterea concluziilor în urma cercetării informațiilor: informarea detaliată și aprofundată a faptelor și dovezilor, cercetarea din surse multiple, emiterea concluziilor cu privire la adevărul informațiilor.

În acest moment, putem spune că gândirea rapidă poate genera erori în procesul de gândire, iar persoana în cauză nu analizează cu atenție și critic toate aspectele sau alternativele unei soluții sau ale unei probleme, ajungând astfel la declarații eronate.

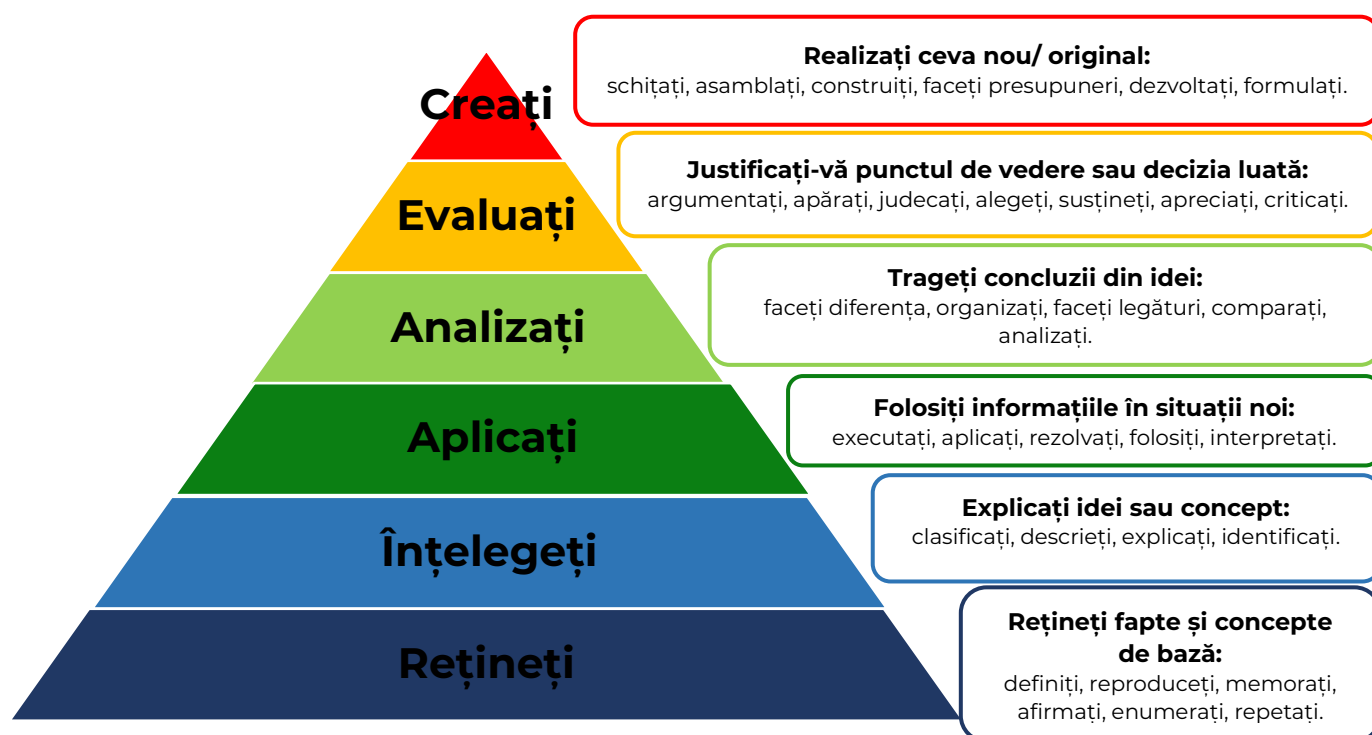
După cum s-a menționat pe parcursul modulului, învățarea îmbunătățirii abilităților de gândire critică nu este un proces direct cu rezultate instantanee, ci mai degrabă un proces de dobândire a unor obiceiuri utile și clare în modul nostru de gândire, care ne pot ajuta să analizăm altfel informațiile, ideile și convingerile pe care le credem a fi adevărate, pe măsură ce tehnologia informației și comunicațiilor se dezvoltă. Acest



proces de învățare nu este exclusiv atunci când vine vorba de îmbunătățirea abilităților de gândire critică, deoarece poate fi dezvoltat în mai multe moduri, în funcție de persoana de interes - cursantul. Unii autori oferă explicații și strategii de învățare, emițând ipoteza existenței unei ierarhii a abilităților de gândire. Conform acestei ipoteze, se începe cu învățarea abilităților de gândire de ordin inferior care este necesară pentru învățarea abilităților superioare, ajungându-se în cele din urmă la însușirea unui set complet de abilități de gândire critică.

O referință importantă în acest sens este Taxonomia lui Bloom⁸, ca punct de referință pentru procesul de învățare condus după obiective educaționale clare și gândire clasificată în funcție de ordinea abilităților.⁷

Taxonomia lui Bloom



Imaginea 4: adaptată și dezvoltată de E&D, pe baza conținutului preluat de la Vanderbilt University Center for Teaching

Pentru un cursant care dorește să-și îmbunătățească abilitățile de gândire critică, Taxonomia lui Bloom este utilă pentru a defini obiectivele de învățare și exercițiile practice, în conformitate cu ordinea logică, astfel încât cursantul să poată folosi abilitățile de ordin superior, susținute de abilitățile de bază. În Imaginea 4, pentru fiecare abilitate există mai multe verbe, ce corespund unor acțiuni care pot fi efectuate sau dezvoltate pentru îmbunătățirea abilităților. Sunt create activități care se concentrează pe un

⁸ Adaptată după resursele online preluate de la Vanderbilt University Center for Teaching.



anumit subiect/ segment (cum ar fi o știre, un text sau un videoclip), pe care cursantul trebuie să le efectueze.¹⁴

De exemplu, menționăm că, dacă se dorește analizarea răspândirii rapide a știrilor false din ultimii ani în Europa, cursantul ar trebui să fie capabil să înțeleagă mai multe elemente ale subiectului, cum ar fi mijloacele de propagare, impactul social sau politic, evenimentele economice care s-au derulat, sau conștientizarea și asimilarea acestor subiecte de către populația europeană.

Pentru formator, taxonomia reprezintă un cadru de referință care ajută la dezvoltarea exercițiilor pentru evaluarea capacității de gândire a cursanților și pentru stabilirea unui schimb reciproc de informații și a unei conștientizări a abilităților de gândire critică, ca bază comună de înțelegere și acțiune pentru formatori și cursanți. Ca atare, exercițiile care implică o integrare completă a abilităților într-o anumită ordine (prin acțiunile de clasificare) ajută la îmbunătățirea abilităților de gândire critică și analitică.^{7,8}

Exemplu de exercițiu:

Pentru formatori: un exercițiu bazat pe sarcini poate fi util în procesul de învățare a gândirii critice; acesta constă în utilizarea unei abordări integrate a sarcinilor pentru a-i determina pe cursanți să ajungă la un anumit rezultat. Sarcinile concepute ar trebui să fie prezentate într-o ordine logică pentru a se atinge scopul țintă, conform acțiunilor menționate în Taxonomia lui Bloom.

Un exemplu pentru cursanți și formatori:

1. Cauzele și posibilele soluții ale răspândirii știrilor false din ultimii ani.
 - Enumerați cauzele răspândirii recente de știri false, pe baza a ceea ce știți deja;
 - Explicați cauzele fenomenelor;
 - Interpretați-le și stabiliți o conexiune între ele și alte evenimente care s-au derulat în societatea europeană și globală;
 - Analizați informațiile pe care le aveți la dispoziție pentru a soluționa problema;
 - Faceți recomandări pentru posibile soluții în vederea combaterii răspândirii rapide a știrilor false.
2. Avantajele și dezavantajele învățării online.
 - Identificați argumentele pro și contra implementării învățământului online;
 - Comparați opiniile și argumentele pro și contra;
 - Pe baza argumentelor oferite, susțineți-vă punctul de vedere;
 - Spuneți-le celorlalți părerea dvs. despre acest subiect și aduceți argumente explicative.

Învățarea și dezvoltarea gândirii critice este foarte importantă pentru cursant, pentru că ajunge să fie conștient de modul său de gândire. Astfel, unii autori folosesc modelul THINK pentru a-i ajuta pe cursanți să se perfecționeze. Urmând acești pași, veți putea conștientiza o serie de abilități și atitudini care fac parte din abordarea gândirii critice,



atunci când observați lucrurile din jurul dvs., când interpretați afirmațiile celorlalți sau analizați și conștientizați informațiile la care sunteți zilnic expus.



Imaginea 5: adaptată și dezvoltată de E&D, pe baza conținutului preluat de la Rubenfeld și Scheffer (1999)

3.2. PRINCIPIILE ÎNVĂȚĂRII GÂNDIRII CRITICE

“Oamenii sunt mai pregătiți să gândească singuri dacă învață mai întâi cum să folosească procesul gândirii critice prin practică asistată” – Wales, Nardi și Stager, 1993⁹

Adoptarea gândirii critice reprezintă o schimbare importantă adusă obiceiurilor și proceselor noastre de gândire, ce poate facilita modul în care ajungem la concluzii logice bazate pe fapte și dovezi, dar și pe propria noastră experiență. Mai multe studii susțin că dezvoltarea (continuă) a abilităților de gândire critică ar trebui să facă parte din programele de educație, pentru a pregăti cursanții de toate vârstele să facă față noilor



provocări ale societății actuale, datorate dezvoltării rapide a tehnologiile de comunicare a informațiilor, și implicit a creșterii cantității de informație.

Gândirea critică îi ajută pe cursanți să se vadă pe ei înșiși ca indivizi autonomi, care își folosesc abilitățile dobândite în mod independent. Pentru ca acest lucru să se întâmple, trebuie asigurate condiții speciale de învățare astfel:

- abordarea ideilor cu **mintea deschisă** pentru a asimila cunoștințe și a le dezvolta;
- un **sentiment de autonomie** și un mediu în care să predomină respectul și sensibilitatea față de punctele de vedere ale altora;
- un mediu sigur, în care cursanții să se simtă liberi **să ia inițiativa** și în care dialogul interactiv, implicarea și răspundere să depășească limitele impuse de simpla primire și transmitere a informațiilor;
- timp suficient, sprijin și îndrumare în **procesul de reflecție și analiză**;
- un **formator/ îndrumător** care să îi ajute pe cursanți în procesul de învățare;
- crearea unui **mediu de învățare cooperant**, fără stres, în care ideile sunt liber exprimate și puse în aplicare, iar ipotezelor alternative sunt acceptate în procedura de rezolvare a problemelor sau de luare a deciziilor;
- generarea **discuțiilor care stimulează gândirea** - relația dintre dialog și analiză/ gândire, deoarece este foarte important impactul pe care o întrebare îl poate avea în procesul de gândire și învățare;
- accent pe „**puterea educațională a dialogului rațional** concentrat pe chestiuni importante, într-o atmosferă de sprijin reciproc și cooperare” (Richard Paul, 1984);
- accent pe **învățare prin adresarea de întrebări cognitive superioare**, care stimulează procesul de gândire, pentru obținerea de răspunsuri, și nu formularea de noi întrebări;
- implicarea unui formator/ îndrumător care să demonstreze **comportamente metacognitive** legate de conștientizarea proceselor de gândire și de asimilare a cunoștințelor, cum ar fi planificarea schimbului de informații, descrierea scopurilor și obiectivelor acțiunilor de învățare;
- **spirit critic!** Acest lucru este posibil prin:
 - ✓ adoptarea și utilizarea abilităților de gândire critică în explorarea mentală a subiectelor și situațiilor;
 - ✓ gândire critică despre propriul nostru proces de gândire și modul în care ar putea fi îmbunătățit;
 - ✓ acțiuni care să fie în concordanță cu procesul gândirii critice.

Cele **12 principii ale gândirii critice pentru cursanții adulți**¹⁰ sunt referințe importante pentru îmbunătățirea abilităților de gândire critică în diferite contexte de învățare, prin motivarea atât a cursantului, cât și a formatorului în a-și spori cunoștințele și gradul de conștientizare pe această temă.

1. Pentru a îmbunătăți gândirea critică, mediul de învățare trebuie să ofere cursanților posibilitatea de lua în considerare mai multe puncte de vedere total diferite prin care pot descoperi care sunt plusurile și minusurile lor.



2. Posibilitatea de a analiza, de a discuta și de a evalua atât propriile convingeri și acțiuni, cât și ale celorlalți favorizează gândirea critică.
3. Este important să se evalueze un spectru larg de alternative atunci când se iau decizii.
4. Mediul de învățare trebuie să încurajeze cursanții (adulți) să adreseze întrebări etice cu privire la acțiunile unei persoane și la consecințele acestora asupra lor, dar și asupra celorlalți.
5. Dialogul interactiv, bazat pe întrebări, purtat între participanții la procesul de învățare și în special între cursanți și formator trebuie să fie prezent în mediul de învățare.
6. Contextul de învățare trebuie să conțină întrebări analitice, acolo unde gândirea este necesară.
7. Gândirea critică este înlesnită în special atunci când cursanții sunt motivați și se angajează în dialoguri exploratorii, în care își prezintă propriile opinii, analizează idei și situații folosindu-și gândirea analitică.
8. Oportunitatea de a identifica, examina și pune sub semnul întrebării ipotezele joacă un rol important în dezvoltarea gândirii și spiritului critic.
9. Interferențele, interpretările și concluziile bazate pe observație și informații ar trebui să constituie elemente ale contextului de învățare.
10. Dezbaterile opiniilor, ideilor sau acțiunilor contradictorii stimulează abordarea critică.
11. Cursanților trebuie să li se ofere posibilitatea de a identifica consecințele acțiunilor.
12. Generalizările ar trebui contestate în mediile de învățare, încurajându-se dialogul și punerea sub semnul întrebării a tuturor informațiilor primite (Jones, 1989)¹⁰.

3.3. METODE ȘI EXERCIȚII

Această secțiune oferă strategii care pot fi utilizate fie de către formatori, fie de către cursanți, care vor stimula dezvoltarea abilităților de gândire critică. Autorii¹⁰ sugerează, că aceste metode și instrumente pot fi totodată utilizate în diferite contexte de învățare, cum ar fi învățarea la distanță sau mixtă, și nu doar în contexte obișnuite/ tradiționale de învățare.

3.3.1. Analiza critică

Această strategie se aplică unui singur cursant sau grupurilor mici de cursanți și constă în dezbaterile, analizarea și emiterea de opinii sau critici asupra unui anumit subiect apărut în media.

Exemplu:

Tema

Dezbaterea problemelor politice ale societății.

Activități

Citiți și dezbateti articole din ziare și surse online de încredere cu privire la evenimentele sociale actuale.

Întrebări ce pot fi ridicate

Care sunt nevoile societății noastre și ale comunităților locale?

Ce partide pot reprezenta cel mai bine societatea și nevoile acesteia?

Ce probleme sunt abordate în prezent? De către cine?

Cum putem noi, ca și colectiv, să dăm importanță anumitor subiecte?

3.3.2. Echipe de dezbatere

Sunt constituite două echipe adverse din cursanții participanți. Una dintre echipe susține și apără un anumit subiect sau o poziție, iar cealaltă i se opune. În urma unei prezentări introductive generale din partea organizatorului sesiunii, membrii echipelor prezintă dovezi și argumente logice în apărarea propriilor poziții. Strategia folosită este cu atât mai importantă cu cât poziția apărută de echipa cursantului este diferită de cea proprie.

Exemplu:

Tema

Rețelele de socializare ca sursă de informare

Pro

Distribuirea masivă a informațiilor duce la o capacitate mai mare de accesare a acestora.

Abordări colaborative și creative.

Contra

Un risc mai mare pentru dezinformare și răspândire de știri false.

Utilizare într-o mai mică măsură a mijloacelor de informare tradiționale.

3.3.3. Joc de rol

Folosirea dialogului și a jocului de rol pentru interpretarea și analiza situațiilor. Este vorba despre o intrigă holistică și dezvoltată în detaliu. Formatorul prezintă o secțiune dintr-un videoclip, un episod relevant dintr-o emisiune TV sau dintr-un film, care abordează subiectul ce va constitui tema exercițiului. După vizualizarea segmentului video, grupuri mici de cursanți vor gândi, scrie și juca finalul filmului, care va fi prezentat în diferite variante.



3.3.4. Testul labirintului

Cursanții sunt împărțiți în grupuri formate din doi/ trei participanți; fiecărui grup i se va prezenta o temă (sau își crează ei propriul scenariu) pe care trebuie să o rezolve pe baza informațiilor pe care le dețin. Adesea, li se prezintă câteva posibile scenarii de rezolvare, dar pentru un proces de dezvoltare eficient al gândirii critice, cursanții ar trebui să-și creeze propriile scenarii, să-și aleagă propriile subiecte de dezbatere, identificând, consecințele rezultate pentru fiecare variantă a acțiunii prezentate. Fiecare set de consecințe este scris pe o tablă, iar acțiunea care le generează este menționată pe o foaie adezivă care este pusă deasupra celor scrise pe tablă. Formatorul poate prezenta cât mai multe situații care ar rezulta din acțiunea respectivă. Odată ce activitatea s-a terminat, echipele completează și analizează labirintul de rezolvare creat de o altă echipă. Ei identifică acțiuni și consecințe alternative și le compară cu cele stabilite deja.

3.3.5. Tehnica incidentului critic

Această strategie presupune prezentarea de către formator a unei părți extrem de importante a unei presupuse situații sau probleme critice, pe care cursanții trebuie să o rezolve. Formatorul, care deține toate informațiile, le împărtășește cursanților doar pe baza întrebărilor adresate direct. Odată ce soluțiile sunt împărtășite, formatorul menționează punctele importante și comentează răspunsurile primite.

3.3.6. Metoda socratică

Această strategie este o metodă și o referință importantă în dezvoltarea abilităților de gândire critică, deoarece antrenează tipul de gândire care se bazează pe raționamentul logic în analizarea anumitor situații. Se bazează pe adresarea unor întrebări adecvate, evitându-se întrebările închise, la care cursantul să răspundă cu da/nu sau prin repetarea informațiilor deja cunoscute. Conform taxonomiei lui Bloom, întrebări închise scad abilitățile de gândire și nu necesită o capacitate de gândire mai profundă. Întrebările socratice, numite după Socrate, oferă posibilitatea de a face schimb de idei și viziuni, de a da noi semnificații conținutului acestora, dar și de a căuta și accesa noi informații.

Exemplu:

Logica dinamicii

- În cazul lockdown-ului impus de evenimente imprevizibile legate de sănătatea publică, cum putem asigura menținerea desfășurării activităților didactice?
- Există posibilitatea învățământul la distanță.
- Ce impact ar avea asupra procesului de învățare acest tip de abordare?

3.3.7. Vizualizare creativă

Această metodă permite cursantului să se imagineze pe sine în viitor, într-o anume situație. În timp ce cursanții stau cu ochii închiși într-o poziție relaxantă, formatorul îi va

ajuta prin întrebări să creeze o imagine mentală, cerându-le totodată să descrie și emoțiile pe care le simt.

Exemplu:

Situație posibilă:

Sunteți administratorul sau managerul unui canal de știri.

Întrebări pe care să le puneți:

- Cum petreceți o zi normală? Care sunt activitățile dumneavoastră?
- Ce vă motivează să verificați veridicitatea informațiilor?
- Cum adaptați nevoile organizației dumneavoastră la cele ale persoanelor pe care doriți să le angajați?

3.3.8. Scrierea unui jurnal

Această metodă constă în ținerea unui jurnal, în care cursanții sunt rugați să-și scrie, în pauzele dintre sesiunile procesului de dezvoltare a abilităților gândirii critice, opiniile personale cu privire la analizarea modului în care au reacționat sau acționat în diferite situații. Astfel, scrierea jurnalelor ar putea contribui la dezvoltarea gradului de conștientizare al cursanților, pentru că le oferă posibilitatea de a se raporta la și a analiza corect anumite subiecte pe care aceștia le abordează.

3.4. RECOMANDĂRI CHEIE – INCLUDEREA GÂNDIRII CRITICE ÎN OBICEIURILE COTIDIENE

Abilitățile de gândire critică sunt abilități importante, relevante în multe sectoare ale vieții noastre de zi cu zi, respectiv la locul de muncă sau în activitățile dedicate studiului sau informării, aducând multe beneficii și avantaje persoanelor care le folosesc. În această secțiune a modului, vă prezentăm trei principii sau sfaturi care odată încorporate, acționează ca obiceiuri importante menite să contribuie în mod eficient la dezvoltarea procesului de învățare a gândirii critice. Aceste practici evoluează în jurul unei atitudini de chestionare a informațiilor disponibile, generând un proces de gândire adaptat logicii și raționamentului, care poate fi diversificat și flexibil.^{12,14}

o Dezvoltați-vă propriul set de abilități!

Autocunoașterea vă va ajuta să identificați punctele dvs. tari și slabe, propriile abilități, capacități, și cunoștințe, oferindu-vă astfel o nouă percepție asupra abilităților pe care le puteți dezvolta și folosi, pentru a performa în viața de zi cu zi. De asemenea, aflând mai multe despre prejudecăți în general, dar și despre prejudecăți dvs. și modul subiectiv în care priviți lucrurile din jur, veți putea aborda dintr-o perspectivă diferită punctele de vedere ale altor persoane, care sunt în contradicție cu opiniile dvs. Luarea în considerare a acestora vă va ajuta să vă dezvoltați și să vă deschideți mintea către noi moduri de a gândi, oferindu-vă soluții diferite. Este foarte important, totodată să accesați și să apelați la cât mai multe surse de informare, cum ar fi cărți, lucrări sau articole despre anumite



abilități pe care ați dori să le îmbunătățiți (sau să aflați cât mai multe informații despre ce înseamnă de fapt, gândirea critică).^{12,14}

- o **Luați inițiativa de a rezolva probleme!**

Atunci când vă confrunțați cu o situație dificilă sau cu o problemă, este foarte important să vă faceți timp pentru a reflecta și a vă gândi la aceasta. Presupunând că dispuneți de timpul necesar, este important să analizați modul în care puteți găsi o soluție sau atunci când vă confrunțați cu o posibilă problemă, să reflectați la informațiile pe care le aveți, la momentul în care aceasta a apărut, și să găsiți o modalitate de rezolvare a acesteia, luând în considerare diverse perspective și interpretări. Acest proces de rezolvare a problemelor necesită o abordare detaliată care constă în analizarea datelor și punerea în practică a altor abilități, cum ar fi gândirea creativă, proiectarea și planificarea, precum și implementarea unor strategii brainstorming sau cercetare, pentru a dobândi noi informații. Accesarea surselor de informație de încredere și susținerea punctelor de vedere, încercarea de a analiza în mod obiectiv o situație pentru obținerea unei soluții corecte pot deveni obiceiuri pozitive care contribuie la dezvoltarea procesului de învățare și aplicare a gândirii critice.^{14,15}

- o **Antrenați-vă creierul!**

Gândirea critică poate fi îmbunătățită prin jocuri de cuvinte, puzzle-uri, diverse activități distractive, precum și alte exerciții mentale care dezvoltă atenția, concentrarea și abilitățile de rezolvare a problemelor. Acest gen de activități sunt caracterizate ca fiind generatoare de un stres minim, antrenând concentrarea, flexibilitatea cognitivă, capacitatea mentală și controlul. Printre aceste activități se pot număra puzzle-uri logice, ghicitori, șah, solitaire sau cuvinte încrucișate.^{14,16}



4. RESURSE SUPLIMENTARE

În această secțiune, oferim resurse suplimentare pe care le puteți folosi pentru a aprofunda cunoștințele legate de modul:

- Relația dintre scris și gândire – [Jordan Peterson - The Best Way To Learn Critical Thinking](#)
- Programe de educație cu discipline multiple și percepția studenților asupra gândirii critice – [Teun J. Dekker - Teaching critical thinking through engagement with multiplicity](#)

5. BIBLIOGRAFIE

1. JobTestPrep (2021), "Watson Glaser Test Practice - All 5 Sections Fully Explained" (Youtube video). Consultat în septembrie și octombrie 2022 la: <https://www.youtube.com/watch?v=zGenhWw-ebA>.
2. Hitchcock, David (2018), "Critical Thinking", Stanford Encyclopedia of Philosophy. Consultat în septembrie și octombrie 2022 la: <https://plato.stanford.edu/entries/critical-thinking/#ProcThinCrit>.
3. List, John A. (2021), "Enhancing Critical Thinking Skill Formation: Getting Fast Thinkers to Slow Down". Consultat la: <https://www.pearson.com/content/dam/one-dot-com/one-dot-com/us/en/files/Enhancing-Critical-Thinking-Skill-Formation.pdf>.
4. Dekker, Teun J. (2020), "Teaching critical thinking through engagement with multiplicity", Thinking Skills and Creativity 37. Consultat la: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1871187120301759>.
5. Cherry, Kendra (2020), "What Is Cognitive Bias?". Consultat în octombrie 2022 la: <https://www.verywellmind.com/what-is-a-cognitive-bias-2794963>.
6. Oliveira, Sara (2022), "How to develop the 7 skills of critical thinking". Consultat în octombrie 2022 la: <https://www.brightconcept-consulting.com/en/blog/leadership/how-to-develop-the-7-skills-of-critical-thinking>.
7. Armstrong, Patricia (2010), "Bloom's Taxonomy", Vanderbilt University Center for Teaching. Consultat în octombrie 2022 la: <https://cft.vanderbilt.edu/guides-sub-pages/blooms-taxonomy/>.
8. Simplilearn (2021), "Bloom's Taxonomy In 5 Minutes | Bloom's Taxonomy Explained | What Is Bloom's Taxonomy? | Simplilearn" (Youtube video). Consultat în octombrie 2022 la: <https://www.youtube.com/watch?v=NjOa6l4GFJA>.
9. Brunt, Barbara A. (2005), "Models, Measurement, and Strategies in Developing Critical-Thinking Skills", The Journal of Continuing Education in Nursing. Consultat la: <https://www.researchgate.net/publication/7397975>.



10. Jones, Jo M. and R. Dale Safrit (1994), "Developing critical thinking skills in adult learners through innovative distance learning" (Conference paper). Consultat la: <https://eric.ed.gov/?id=ED373159>.
11. ICALTEFL (2021), "Action Mazes in TEFL". Consultat în octombrie 2022 la: https://icaltefl.com/action-mazes-in-tefl/?doing_wp_cron=1665755488.8086071014404296875000.
12. Bouygues, Helen Lee (2019), "3 Simple Habits to Improve Your Critical Thinking", Harvard Business Review. Consultat în octombrie 2022 la: <https://hbr.org/2019/05/3-simple-habits-to-improve-your-critical-thinking>.
13. Westbrook, Carolyn (2014), "Teaching critical thinking using Bloom's Taxonomy", Cambridge, World of better learning. Consultat în octombrie 2022 la: <https://www.cambridge.org/elt/blog/2014/04/18/teaching-critical-thinking-using-blooms-taxonomy/>.
14. Get Ahead by LinkedIn News (2022), "What Are Critical Thinking Skills and How to Improve Them", LinkedIn. Consultat în noiembrie 2022 la: <https://www.linkedin.com/pulse/what-critical-thinking-skills-how-improve-them/>.
15. Doyle, Alison (2020), "What Are Problem-Solving Skills?", The Balance. Consultat în ianuarie 2023 la: <https://www.thebalancemoney.com/problem-solving-skills-with-examples-2063764>.
16. Tayim, Fadi M. (2022), "Wordle And Other Games a 'Mental Jog' For Your Brain", Premier Health Now. Consultat în ianuarie 2023 la: <https://www.premierhealth.com/your-health/articles/healthnow/wordle-and-other-games-a-mental-jog-for-your-brain>.

Resurse pentru imagini:

- <https://www.flaticon.com/>
- <https://pixabay.com/>



MODULUL 4: Cum să analizăm informațiile pe care le primim

1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

1.1. SCOPUL MODULULUI

Obiectivul acestui modul este de a aduce la cunoștința utilizatorului moduri de analizare și interpretare a informațiilor pe care le primește, pentru a nu cădea în capcana știrilor false și a dezinformării.

Oamenii din întreaga lume pot accesa și posta informații utile pe Internet. Este posibil ca informațiile prezentate să nu fie întotdeauna de încredere sau exacte, chiar dacă există o mare varietate de surse, tocmai pentru că oricine ar fi putut crea și posta aceste informații. Puteți să vă luați informațiile necesare lucrărilor de studiu pe care le întreprindeți dintr-o multitudine de surse. Dar, nu ar trebui să aveți încredere niciodată în totalitate în ceea ce citiți online sau în orice altă sursă de informare.

Înainte de a vă folosi de o sursă de informare pentru a face o lucrare de studiu, ar trebui să verificați dacă aceasta este de încredere și exactă, pentru a vă asigura că argumentele dvs. se bazează pe date credibile.

1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

La finalizarea acestui modul, cursantul va fi capabil să:

- o identifice surse de încredere;
- o filtreze informațiile;
- o evalueze sursele de informații.

2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII

2.1. DOMENIILE DE INTERNET

Acest subcapitol oferă o scurtă prezentare generală a diferitelor tipuri de site-uri care îl ajută pe utilizator să identifice proprietarul site-ului.

Pe Internet, fiecare site web are o adresă URL care îl identifică pe proprietarul site-ului. Domeniul poate fi o modalitate rapidă de a evalua calitatea unui site web înainte de a-l accesa. În general, ".edu", ".gov" și ".org" au mai multe șanse să aibă informații de calitate superioară decât domeniile ".com". Dar, înainte de a începe, ar trebui să vedem mai întâi ce este un nume de domeniu.

2.1.1. Ce este un nume de domeniu?

În primul rând, un nume de domeniu face referire la o anumită sursă de pe Internet. Acesta localizează o organizație sau o altă entitate vizibilă online. În general, un [nume de domeniu](#) este o adresă prin care utilizatorii de internet pot accesa site-ul web.

2.1.2. Cum se înregistrează un domeniu?

Primul pas în crearea unui site web îl reprezintă, de regulă, alegerea și înregistrarea unui nume de domeniu. Procesul de înregistrare a unui nume de domeniu este descris mai jos.

1. **Găsiți un registrator de nume de domeniu:** registratori de nume de domeniu, precum GoDaddy, Bluehost, Domain.com, romarg.ro, EURid.eu, vând și gestionează nume de domenii.
2. **Căutați un nume de domeniu:** puteți consulta registratorul de nume de domenii pentru a căuta un nume de domeniu disponibil. Asigurați-vă că includeți cuvinte cheie importante dacă este necesar.
3. **Alegeți extensia numelui de domeniu:** după ce ați ales un nume de domeniu, următorul pas este să alegeți o extensie. Cele mai utilizate extensii sunt ".com", ".net" sau ".org".
4. **Achiziționați un nume de domeniu:** după ce ați ales numele și extensia domeniului, va trebui să îl achiziționați prin intermediul registratorului de domenii. Veți plăti dreptul de folosință al domeniului pentru un an și apoi veți plăti în mod constant pentru a vă reînnoi dreptul de folosință.
5. **Introduceți datele cu caracter personal:** atunci când înregistrați un nume de domeniu, trebuie să includeți informații precum numele dvs., numărul de telefon, adresa fizică și adresa de e-mail, care vor deveni publice odată ce numele de domeniu a fost înregistrat. Puteți opta pentru confidențialitatea domeniului, pentru a vă proteja informațiile cu caracter personal de hoții de identitate.

2.1.3. Care sunt tipurile de nume de domeniu extensiile acestora?

Domeniile sunt clasificate în trei tipuri de domenii de nivel superior (TLD-uri). Acestea sunt: **domenii generice de nivel superior (gTLD-uri)**, **domenii noi de nivel superior (nTLD-uri)** și **domenii naționale de nivel superior (ccTLD)**, în care țările utilizează propriile coduri de două litere, precum și alte domenii noi, în care vă puteți înregistra domeniul.

Principalele categorii de domenii de nivel superior pe care toată lumea ar trebui să le cunoască sunt:

- o **gTLD-uri (Generic Top-Level Domains)** – acestea sunt cele mai des întâlnite extensii. Ele sunt numite generice datorită vechimii și notorietății lor. De-a lungul timpului, grupul de domenii generice de nivel superior a inclus domenii care au fost create la începutul dezvoltării sistemului de nume de domenii, în prezent fiind

sponsorizate de anumite agenții sau organizații, adresându-se doar anumitor tipuri de solicitanți.

DOMENIU DE NIVEL SUPERIOR	SEMNIFICAȚIA EXTENSIEI PENTRU NUMELE DE DOMENII
.com	Este forma scurtă a termenului comercial și este folosită adesea la e-mailuri și site-uri web din domeniul afacerilor.
.net	Reprezintă prescurtarea termenului network (rețea) , folosită de organizații tip rețea sau site-uri care își promovează propriile idei sau servicii.
.org	Reprezintă prescurtarea termenului organizație , cu precădere referindu-se la cele care sunt non-profit. Cu toate acestea, astăzi acest domeniu este folosit și de școli, comunități și companii cu scop lucrativ.
.gov	Reprezintă prescurtarea termenului government (guvern) . Este folosit de agenții, orașe, state, orașe care dezvoltă și promovează proiecte asociate guvernului.
.edu	Este prescurtarea termenului educație , fiind creat pentru instituții de învățământ (școli, universități și biblioteci).
.mil	Este prescurtarea termenului militar . Aceste site-uri pot oferi informații despre armata unui stat.
.info	Denumirea derivă din termenul informații .
.biz	Acest domeniu este destinat înregistrării domeniilor utilizate de companii . Numele este o scriere fonetică a primei silabe a termenului business (afacere) .

Tabelul cu domeniile generice de nivel superior

- o **nTLD (domenii noi de nivel superior)** – Acestea pot fi personalizate și permit ca numele de domeniu pe care îl dețineți să fie relevant pentru site-ul dvs. web. Printre astfel de exemple se numără „voyage”, „ninja” sau „app”. Anumite nume de domenii sunt orientate către mărci, organizații sau servicii.



Imaginea 1.

Sursa: <https://academy.domainx.org/>

- o **ccTLD (domenii naționale de nivel superior)** – acestea sunt specifice fiecărei țări.

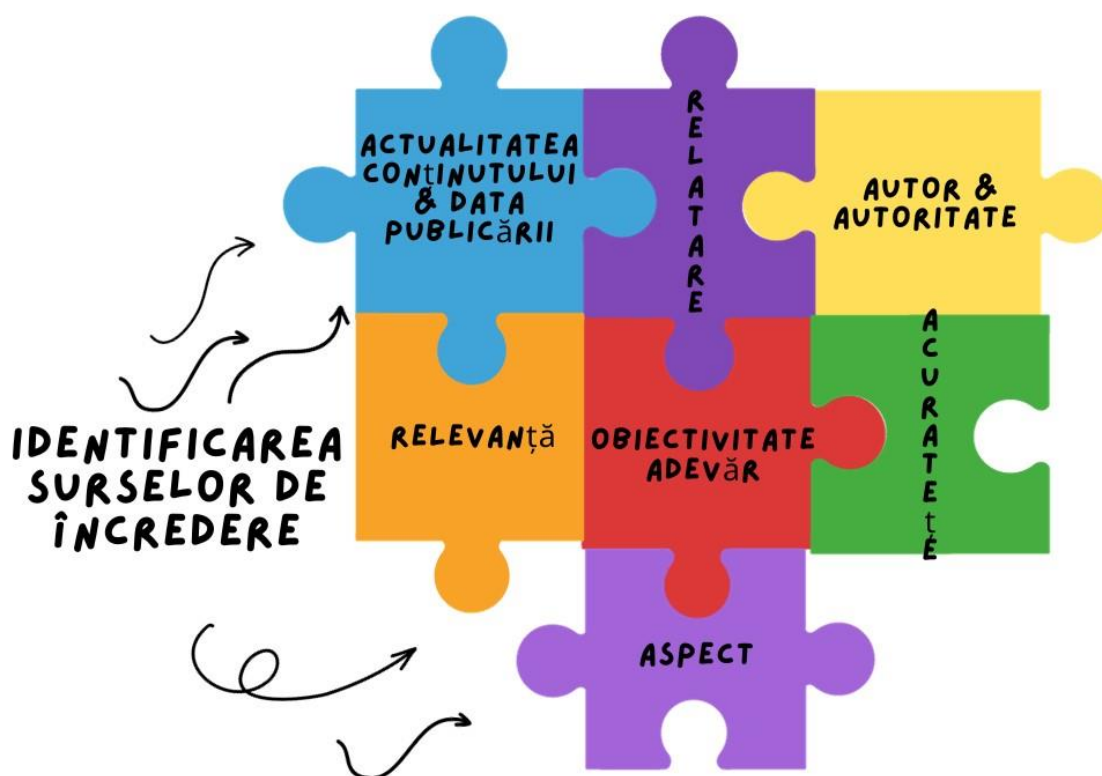
ȚARĂ	COD DE ȚARĂ
Belgia	.be
Australia	.au
Brazilia	.br
Cipru	.cy
Anglia	.uk
Italia	.it
Portugalia	.pl
Spania	.pt
România	.ro
Polonia	.es

Tabel cu exemple de nume de domenii ce aparțin diverselor țări

(<https://www.worldstandards.eu/other/tlds/>)

2.2. METODE DE IDENTIFICARE A SURSELOR DE ÎNCREDERE

Although identifying a reliable source of information from the Internet is a challenging and complex task, there are some tricks to help you with. Below you can find some characteristics that can easily help someone evaluate whether a website is an appropriate resource.



Imaginea 2: realizată de Lovila

Acuratețe

Acuratețea se referă la credibilitatea, veridicitatea și corectitudinea conținutului. Pentru a verifica corectitudinea informațiilor unui articol, ar trebui să vă întrebați:

- De unde provin datele?
- Informațiile pot fi susținute de documente justificative?
- Datele au fost corectate sau revizuite?
- Puteți verifica informațiile furnizate folosind surse suplimentare?
- Articolul reflectă subiectivitatea sau obiectivitatea autorului?
- Sursele informațiilor sunt citate în detaliu pentru a putea fi verificate?
- Există greșeli tipografice, gramaticale sau de altă natură în informațiile prezentate?

Este esențial și foarte important ca cititorul să poată verifica sursa informației care poate fi un articol sau care face trimiteri la scrieri academice, etc. O pagină cu informații fără referințe corecte și justificative despre o persoană sau o organizație este lipsită de credibilitate.

Gramatica joacă un rol important, precum și greșelile de ortografie și de scriere. Atunci când o persoană observă greșeli de scriere în articolul pe care îl citește, își formează

automat o imagine proastă cu privire la conținutul acestuia. În acest caz cititorul este îndreptățit să pună la îndoială acuratețea articolului.

Există mulți indicatori care ne pot ajuta să înțelegem dacă o sursă este inexactă sau arată că nu este de încredere. Mai jos sunt prezentate câteva exemple:

- *Nu este trecută data la care articolul a fost publicat pe site;*
- *Există generalizări vagi;*
- *Există informații care nu mai sunt de actualitate și care se schimbă continuu (de exemplu necesitatea vaccinării de rapel împotriva Covid-19);*
- *Nu există opinii divergente cu privire la un anumit subiect.*

În concluzie, acuratețea este un test care trebuie efectuat în privința informațiilor de pe un anumit site pentru a vă asigura că acestea sunt exacte, actuale, precise și detaliate. Pentru a găsi/ scrie informații de încredere, cititorii și autorii trebuie să ia în considerare aceste indicații.

Obiectivitate/ Adevăr/ Imparțialitate

Obiectivitatea reprezintă cel mai important atribut în transmiterea informațiilor, fie pe cale orală, fie în scris. Întrucât obiectivitatea a fost „elaborată, modificată, contestată și apărută” de numeroși indivizi și profesioniști, putem afirma că obiectivitatea în mass-media continuă să fie într-un permanent proces de dezvoltare. Obiectivitatea nu există în afara spațiului sau timpului.

Primul impuls este de a identifica obiectivitatea cu **adevărul**. Astfel, de multe ori ne întrebăm: „Acest articol îmi spune adevărul despre...?” Adevărul, pe de altă parte, este o cunoaștere care a fost dezvoltată pe baza gândirii și a prezentării realității. Ca urmare, autorul unui articol sau al unei informații ar trebui să fie obiectiv și imparțial atunci când livrează informația; în caz contrar, autorul nu prezintă adevărul. O altă întrebare care se ridică este cum știți dacă **autorul a fost imparțial sau nu**? Răspunsul este că un autor care este subiectiv și își expune gândurile și opiniile personale folosește un ton specific și emoționant în scrierea sa. Pe un site web de încredere, tonul autorului ar trebui să fie calm și rezonabil, în timp ce prezintă informațiile pe un ton echilibrat și obiectiv.

Mai mult, atunci când vorbim despre obiectivitate în mass-media, trebuie să analizăm motivul pentru care articolul/ informația este afișat/ă online. Există trei motive pentru care o informație este făcută publică:

- 1) Pentru *vânzarea unui produs*. În acest caz, site-ul pe care îl vizitați are extensia „.com”.
- 2) Pentru *a vă influența*. Aceste site-uri web servesc de obicei pentru propagandă sau dezinformare.
- 3) Pentru *a vă informa*. Deoarece aceste site-uri web sunt asociate cu universități, extensiile lor se încheie cu „.edu”.

O altă problemă pe care ar trebui să o menționăm o reprezintă obstacolele cu care se poate confrunta un autor sau un jurnalist în procesul de creare și scriere a unei povești/ articol. Opiniile și înclinațiile sau prejudecățile politice pot influența autorul unui articol



care ne oferă informații despre desfășurarea unui eveniment. Mai mult decât atât, jurnaliștii și scriitorii fac parte din societatea în care trăiesc, respectând normele și valorile acesteia. Prin urmare, este normal ca ei să prezinte informațiile într-un mod greșit ca urmare a normelor societății în care trăiesc. Doar un jurnalist și scriitor care reușește să depășească această barieră poate deveni un profesionist și un jurnalist de încredere.

- *Site-urile comerciale* sunt cele care de cele mai multe ori se termină în „.com”.
- *Site-urile academice* sunt cele care se termină întotdeauna în „.edu”; totuși trebuie să fiți atenți și să verificați dacă vă aflați pe o pagină unei biblioteci, pe pagina unei universități, pe pagina personală a profesorului sau a studentului.
- Există, de asemenea, site-uri afiliate *guvernului* care se termină în „.gov” și, care, în general, sunt de încredere. Dar, trebuie să țineți cont de faptul că un site ar putea fi corupt de un partid politic care are putere și influență în parlament.
- *Site-urile militare* care se termină în „.mil” oferă informații care sunt aproape întotdeauna exacte.
- *Site-uri de rețea/ site-uri ale organizațiilor* care se termină în „.net”, sunt site-urile pe care acestea își promovează activitatea și diversele puncte de interes.
- În cele din urmă, sunt *site-urile/ grupurile non-profit*, care se termină în „.org” sunt cele pe care organizațiile își promovează de cele mai multe ori punctul lor de vedere.

În concluzie, ori de câte ori vi se pare că un articol reflectă punctul de vedere subiectiv al autorului, este indicat să verificați obiectivitatea informațiilor acestuia, accesând alte surse de informare. Un articol nu poate fi obiectiv sută la sută, dar fiecare autor ar trebui să aibă capacitatea de a-și regla și controla propriile opinii subiective legate de subiectul pe care îl tratează.

Actualitatea conținutului și data publicării

Aflați când a fost **publicată sau verificată o anumită sursă de informare**. În unele domenii, precum știința, este necesar să existe surse exacte; dar în altele, precum cele umaniste, este necesar să se includă materiale mai vechi. Este posibil ca uneori să fiți nevoit să căutați o versiune mai veche a unei surse, chiar și atunci când o versiune actualizată a acesteia a fost deja publicată. Căutați resurse academice într-o bază de date academică (sau surse cunoscute într-o librărie online) și verificați dacă există o versiune mai nouă a acestora. Dacă acestea există, ar fi indicat să le căutați și să le accesați. Cu cât o sursă are mai multe apariții sau publicații, cu atât informațiile vor fi mai corecte și de încredere.

Întrebările pe care ar trebui să vi le puneți pentru verificarea acurateții informațiilor de pe site ar fi:

- *Sursa este actualizată?*
- *Dacă sursa este actualizată, datele corespund informațiilor din sursă?*
- *Persoana sau organizația care publică sursa este de încredere și are notorietate?*
- *Când a fost revizuit site-ul ultima dată?*
- *Când a apărut informația?*



- Când a fost afișată informația pe site-ul web pentru prima dată?

Relevanță

Este indicat să utilizați o informație doar după ce **verificați autorul articolului**. Iată pașii care ar trebui urmați:

- Dacă găsiți o carte pe un site web, verificați dacă conținutul acesteia este relevant pentru ceea ce căutați.
- Alegeți-vă sursele cu atenție; de preferat este să alegeți pe cele care sunt afiliate instituțiilor de învățământ sau guvernului, în detrimentul site-urilor comerciale.
- Dacă nu sunteți sigur că site-ul web, cărțile sau articolul online reprezintă o sursă de încredere, puteți compara cu altele care abordează aceeași temă de interes pentru dvs. sau puteți cere ajutorul unei persoane care cunoaște problema cu care vă confrunțați.

În general, relevanța este ceva foarte subiectiv și, prin urmare, de cele mai multe ori, oamenii nu reușesc să găsească sursa potrivită pentru subiectele pe care le cercetează.

Autor/ Autoritate

Persoana care are autoritatea de a publica informații este direct responsabilă pentru **obiectivitatea cu care sunt relatate**. De asemenea, autorului site-ului web ar trebui să-i fie evaluată credibilitatea. Oricine poate scrie despre un subiect sau poate comenta pe baza unui incident, a unei situații, dar doar cineva care este bine informat poate scrie un articol în care să comenteze un subiect sau eveniment, oferind informații credibile și fiabile.

Deși există mai multe rețele sau formulare disponibile pe diverse site-uri web, nu putem fi siguri că informațiile furnizate sunt corecte sau că autorul reprezintă o sursă de încredere. De exemplu, poate fi o adevărată provocare să evaluați autenticitatea celor care publică pe site-uri web precum Wikipedia sau Google.

Ar fi mult mai înțelept să verificați autorul, înainte de a citi conținutul articolului publicat. Un autor este credibil și de încredere dacă:

- are o diplomă academică în domeniul său de competență;
- activează în domeniul său de competență, în organizații, ONG-uri, în domeniul afacerilor sau în domeniul politic;
- este implicat activ, efectuând studii și cercetări îndelungate, într-o organizație din domeniul de activitate care face obiectul cercetării sale;
- notorietatea și pregătirea sa academică (diplome de specializare, doctorat, etc.), precum și statutul său profesional sunt de asemenea foarte importante.

În plus, așa cum s-a indicat anterior, trebuie să verificați domeniul site-ului web pentru a confirma acuratețea informațiilor furnizate de autor. Trebuie verificat totodată dacă adresa URL aparține unui autor sau organizații cunoscute, care au legătură cu subiectul cercetat.



Relatarea conținutului

Înainte de a publica un articol informativ pe un site web, este foarte important să se ia în considerare modul în care **va fi relatat**. Sunt foarte importante subiectele care apar pe fiecare pagină și modul în care sunt tratate. Întrucât există și alte surse care ar putea aborda același subiect, utilizatorii nu ar trebui să se bazeze doar pe un site web și pe informațiile pe care acesta le oferă. În consecință, ar trebui să accesați surse de încredere, dar să căutați și altele noi, care abordează și alte subiecte care nu vă sunt familiare. Iată câteva întrebări ale căror răspunsuri v-ar interesa, dacă sunteți interesați să aflați care sunt cerințele de relatare ale unui subiect:

- *Subiectul este relatat în mod profesionist, cu argumente clare și dovezi suficiente?*
- *Publicul țintă al articolului este cel adecvat cercetării dvs.?*
- *Articolul abordează subiectul care vă interesează?*

Aspect

Aspectul articolului ar trebui să fie unul dintre cei mai importanți factori de luat în considerare înainte de publicarea pe un site web. Astfel, autorul ar trebui să verifice dacă linkul funcționează, dacă site-ul funcționează și grafica și imaginile sunt clare.

Articolul online trebuie să fie la fel de bine structurat și organizat ca un articol tipărit, pentru a atrage cititorii sau cercetătorii. Un site web bine structurat și organizat înseamnă că oferă linkuri ușor de accesat, în care pot fi găsite toate datele și informațiile necesare.

2.2.1. Metoda C.R.A.A.P.

Cel mai bun mod de a evalua sursa unei informații este prin utilizarea **metodei C.R.A.A.P.**, reprezintă inițialele cuvintelor din limba engleză: **Currency (actualitatea conținutului), Relevance (relevanță), Authority (autoritate), Accuracy (acuratețe) și Purpose (scop).**

Cei cinci pași de mai jos sunt cei pe care metoda C.R.A.A.P. se concentrează: actualitate, relevanță, autoritate, acuratețe și scop. Utilizatorul ar trebui să răspundă cu da sau la fiecare dintre punctele prezentate în imagine.

Metoda **CRAAP**



Currency (actualitatea conținutului)

Cronologia informațiilor este publicată sau postată, pentru a ști dacă informațiile sunt actualizate sau revizuite, dacă link-ul este sau nu funcțional.



Relevance (relevanță)

Informația are legătură cu subiectul articolului, sursa este adecvată subiectului și poate fi folosită.



Authority (autoritate)

Încrederea cititorului este câștigată prin oferirea detaliilor cu privire la autor/ editor, înaintea informațiilor care apar pe site-ul web.



Accuracy (acuratețe)

Conținutul este verificat, pentru eventuale greșeli gramaticale sau erori tipografice.



Purpose (scop)

Scopul informației este clar: informare, educare, vânzare, delectare sau convingere.

Imaginea 3: creată de Lovila

2.2.2. Metoda SIFT

Metoda SIFT constă în patru pași de urmat sau „lucruri de făcut”, pentru a evalua sursa interesului dumneavoastră. Cei 4 pași sunt: **S**top – vă opriți, **I**nvestigate - investigați sursa de informare, **F**ind - găsiți o variantă mai bună și **T**race - verificați trasabilitatea afirmațiilor, citatelor și informațiilor media din textul original.

Stop

Primul pas este cel mai simplu de realizat: STOP (opriți-vă puțin în procesul de căutare a informațiilor).

În primul rând, *NU* deschideți imediat o pagină sau o postare. Gândiți-vă mai întâi dacă site-ul web este recunoscut ca sursă de informații sau vă este cunoscut dvs. Urmați ceilalți pași mai sus menționați dacă aveți îndoieli în privința site-ului. Verificați cu atenție înainte de a accesa sau distribui vreun articol.



În al doilea rând, după ce începeți să urmați pașii mai sus menționați, veți constata că vă este mai ușor căutați, accesând informații care să nu vă îndepărteze de scopul dvs. inițial. *Dacă sunteți puțin copleșit de efortul pe care îl depuneți în verificarea veridicității informațiilor, OPRIȚI-vă o secundă pentru a vă gândi la scopul de la care ați pornit.* Dacă doriți doar să postați din nou, să citiți o poveste interesantă sau să obțineți o explicație academică a unui concept, este suficient să verificați notorietatea publicației. Dacă intenționați să utilizați sursa într-o lucrare de cercetare, este important să verificați dacă sursa și informațiile pe care le oferă sunt credibile. În cazul unor cercetări mai amănunțite, puteți analiza și verifica afirmațiile apărute într-un articol de ziar.

Nu uitați că ambele tipuri de cercetare sunt benefice. Cea mai mare parte a activității noastre online constă de obicei în investigații scurte și superficiale, care ne pot ajuta să înlăturăm rapid sursele de informare de calitate scăzută. Realizăm sarcinile ușoare mult mai rapid, și avem timp mai mult în realizarea lucrurilor cu adevărat importante pentru noi. Dar, în ambele situații, este important să luăm din când în când o pauză, pentru a ne reevalua scopul și modul de căutare.

Investigați sursa de Informare

Înainte de a accesa o sursă de informare, nu trebuie să efectuați o investigație care să vă aducă un premiu Pulitzer. Trebuie însă să vă informați înainte de a citi un articol ce abordează o temă economică scris de un laureat al Premiului Nobel. Pe de altă parte, dacă doriți să obțineți informații despre numeroasele avantaje ale consumului de lapte urmărind un videoclip produs de industria de lactate, trebuie să fiți conștient că sursa poate fi subiectivă.

Acest lucru nu înseamnă că nu se poate avea încredere în afacerea cu produse lactate sau că economistul laureat al Premiului Nobel are întotdeauna dreptate. Dar, modul în care interpretați informațiile obținute depinde de puterea dvs. de înțelegere a obiectivelor sursei de informare și a modului în care aceasta oferă informațiile. Înainte de a citi, *verificați notorietatea și credibilitatea surselor media* pe care doriți să le accesați.

Găsiți surse de încredere

Este posibil să nu fiți întotdeauna interesat de un anumit articol sau videoclip pe care îl primiți. Sunteți însă interesat de conținutul articolului. Sunteți curios dacă afirmațiile sunt reale sau false. Vrei să aflați dacă afirmațiile pe care le conține sunt adevărate și dacă sunt larg acceptate sau creează controverse.

În acest caz, ar fi mai bine să nu țineți cont de sursa inițială pe care ați găsit-o și să căutați rapoarte sau analize de încredere, cu privire la posibile afirmații. Dacă citiți un articol postat de Fundația Salvați Urșii Koala, în care se afirmă că urșii Koala au fost declarați ca fiind o specie dispărută, cea mai bună alegere ar fi să nu investigați sursa, ci să căutați cele mai bune și profesioniste informații despre acest subiect.



Urmăriți afirmațiile, citatele și informațiile media pornind de la contextul inițial

Contextul multor informații postate online este adesea eliminat. Să presupunem că există un videoclip cu o luptă între doi oameni, în care o persoană a acționat ca un agresor. Dar, ce s-a întâmplat înainte de a exista filmarea pe care o vizionați? Ce a fost păstrat în videoclip și ce a fost eliminat? Poate că fotografia este reală, dar informația este incorectă. În cazul în care doriți să verificați adevărul informațiilor apărute într-un articol cu privire la o nouă procedură medicală eficientă ca urmarea a cercetărilor în domeniu, ar fi indicat să verificați afirmațiile, citatele sau sursa inițială, pentru a le putea vedea în contextul potrivit și a determina dacă versiunea pe care ați citit-o este corectă.

SIFT - ANALIZAȚI CU ATENȚIE!



1. OPRIȚI-VĂ (Stop)

- Cunoașteți acest site sau sursă de informații?
- Înțelegeți scopul sursei de informații sau a informației în sine?
- Cu ce scop căutați o astfel de informație?

2. INVESTIGAȚI SURSA (Investigate)

- Este important să știți despre ce vreți să citiți, înainte să vă apucați să citiți.
- Este important să cunoașteți notorietatea surselor de informare și subiectele pe care le abordează.



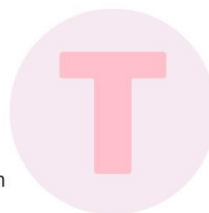
3. GĂSIȚI SURSE DE ÎNCREDERE (Find)

- Căutați rapoarte de analiză de încredere.
- Citiți mai multe surse și aflați care este părerea experților în domeniu despre subiectul care vă interesează.
- Ar trebui să fiți de acord cu părerea unanimă exprimată de experți?
- Nu, bineînțeles că nu! Dar, înțelegând contextul și afirmațiile, veți putea evalua mai bine și veți putea decide dacă veți folosi sau nu astfel de informații.

4. ÎNTOARCEȚI-VĂ LA SURSA DE INFORMAȚII INIȚIALĂ (Trace)

- Multe dintre informațiile pe care le găsim pe internet au fost scoase din context.
- Este indicat să citiți varianta originală a informației publicate.
- Este un mod de a vizualiza din nou contextul:

Cine?
Ce?
Unde?
Când?
De ce?



Imaginea 4: creată de Lovila

2.2.3. Metoda ACT UP

Metoda ACT UP, creată de Dawn Stahura, este o modalitate de a analiza informația dintr-o perspectivă diferită - „ca furnizori avizați de informații (și nu ca și consumatori culturali)”. Acronimul acestei metode indică cei cinci pași care trebuie urmați, respectiv **A**uthor (autorul), **C**urrency (actualitatea conținutului), **T**ruth (adevărul), **U**nbiased (obiectivitatea) și **P**rivilege (privilegiu).

Fiecare literă de mai jos explică metoda ACT UP. Utilizați fiecare literă și întrebările asociate acesteia pentru a vă evalua mai bine sursele, privind prin această lentilă academică.

A: autor (Author)

Căutați informații despre autor. O informație este mai credibilă dacă este scrisă de cineva care are o diplomă sau alte acreditări în domeniul care vă interesează. Dacă nu citează un autor sau o publicație, sursa ar trebui pusă la îndoială. Cu toate acestea, dacă autorul își prezintă propria lucrare, evaluați valoarea ideilor și nu recomandările. Recomandările nu au garantat niciodată inovația, iar din punct de vedere istoric s-a demonstrat că știința arată clar că marile progrese provin din surse externe și nu din ceea ce este deja admis și recunoscut. Întrebări referitoare la autor:

- o În ce domeniu activează autorul?
- o Dacă autorul este **afiliat la o instituție sau organizație recunoscută**, care sunt realizările și viziunile acestuia? Are beneficii financiare din promovarea acesteia?
- o Care este **pregătirea academică** a acestuia?
- o Ce alte proiecte a mai publicat?
- o Ce **experiență** are? Este un pionier în domeniul său sau este un practician și adept al descoperirilor actuale?
- o Alți savanți și experți în domeniu **l-au citat vreodată ca resursă de informare**?
- o Verificați **domeniul** site-ului web (.com, .org, .edu, .gov).

C: actualitatea conținutului (Currency)

Când a apărut informația? Cât de veche este informația? Contează actualizarea informațiilor? Materialul a fost actualizat sau revizuit?

- o Ce înseamnă prea vechi? Contează actualizarea informațiilor? De exemplu: luați în considerare importanța actualizării atunci când căutați informații despre tratamentele pentru cancer în comparație cu istoria revoluției din SUA.
- o Trebuie să găsiți informații apărute într-un anumit interval de timp, cum ar fi ultimii 10 ani?
- o Materialul a fost actualizat sau revizuit?
- o Puteți afla când a fost actualizat ultima dată un site web? (Sugestie: căutați marcajul temporal în partea de jos a paginii web numită „**Ultima actualizare**”).

T: adevăr (Truth)

Aceste informații sunt adevărate?

- Informația poate fi **verificată** în altă parte? Dezinformarea și informațiile de proastă calitate apar adesea, chiar și pe site-uri web renumite!
- **Regula celor trei:** puteți găsi trei surse suplimentare care confirmă informațiile?
- Informațiile sunt însoțite de dovezi? Informațiile comunicate includ referințe bibliografice? Căutați referințele bibliografice. Căutați informații în articole de știri, bloguri etc., urmăriți linkurile despre studiile la care informațiile fac referire.
- Ignorați această sursă dacă observați **greșeli tipografice, greșeli de ortografie sau greșeli gramaticale**; acestea indică faptul că textul nu a fost nici măcar verificat! De exemplu, dacă sursa folosește „sau” în loc de „s-au”, „la” în loc de „l-a” sau invers, nu este de încredere.
- Observați **limbajul** folosit. Este foarte probabil ca acesta să fie o capcană care să vă ademenească să dați click sau să fie o știre falsă care conține mesaje emoționante sau senzaționale, precum „CE NU VOR EI SĂ ȘTIȚI!”

U: obiectivitate (Unbiased)

Cu toții avem prejudecăți... deci ce ar trebui să facem?

- Faceți cercetări pentru a găsi **surse de informare obiective**.
- Admiteți că pot apărea eventuale **conflicte** de interese, cum ar fi cele din domeniul financiar.
 - ✓ exemplu: un articol scris de Apple despre calitatea imaginii celui mai nou iPhone;
 - ✓ exemplu: un articol publicat de ANOAM despre controlul armelor;
 - ✓ exemplu: un studiu finanțat de Coca-Cola, cu privire la legătura dintre consumul de zahăr și depresie.
- Faceți o introspecție și aflați care vă sunt **prejudecățile** (cu toții le avem!). Acest lucru poate afecta modul de abordare a unui subiect și cercetarea dvs.
- Încercați să nu vă lăsați influențat de prejudecata de confirmare!

P: privilegiu (Priviledge)

Privilegiile există în mediul publicistic, academic sau în biblioteci.

- Privilegiul publicării înseamnă că majoritatea savanților/ cercetătorilor care își pot publica cercetările în reviste academice sunt bărbați albi (adeseori verificați de către alți bărbați albi). Dar doar ei sunt singurii care ar putea publica sau scrie pe acest subiect? Desigur că nu!
- Cine este exclus din discuțiile despre lucrarea de cercetare? De ce?
- Cine **lipsește** din cadrul cercetării propriu-zise? De exemplu, care sunt oamenii care fac obiectul articolului științific? Ce efecte ar putea avea acest lucru? Această cercetare poate fi numită cu adevărat un studiu „generic”?
- Încercați să căutați surse și scriitori care nu apar în bazele de date.



- o Accesul la informații este, de asemenea, **un privilegiu**. Ca student, aveți acces la resursele bibliotecii. Cum sunt afectați cei care efectuează cercetări, dar nu sunt membri sau studenți într-o instituție academică? Ce resurse sunt disponibile la biblioteca publică? Disponibilitatea computerelor sau chiar a internetului ar putea reprezenta o problemă.

ACT UP

EVALUAREA SURSELOR DE INFORMAȚII

Utilizați metoda ACT UP pentru a evalua sursele,
respinge textele prea incisive și filtra informațiile.

1. AUTOR

- Cine a scris informațiile?
- Căutați informații despre persoană sau o organizație.
- Cu ce scop au fost create informațiile?
- Pentru a afla mai multe despre un site web, căutați „Despre noi”.
- Acordați o atenție deosebită domeniului unui site web.



2. ACTUALITATEA CONȚINUTULUI (CURRENCY)

- Când a apărut informația?
- Cât de veche este informația?
- Materialul a fost actualizat sau revizuit?
- Puteți afla când a fost actualizat ultima dată un site web?



3. ADEVĂR (TRUTH)

- Aceste informații sunt reale și veridice?
- Informația este susținută de dovezi?
- Acordați atenție limbajului folosit.
- Dacă observați greșeli de ortografie, greșeli de scriere sau greșeli gramaticale, renunțați să mai accesați această sursă.



4. OBIECTIVITATE (UNBIASED)

- Căutați surse de informare imparțiale.
- Încercați să nu vă lăsați influențați de prejudecata de confirmare!
- Fiți conștienți de orice conflict de interese, cum ar fi sursele de finanțare.



5. PRIVILEGIU

- Cine lipsește din informațiile propriu-zise?
- Cine este exclus din discuțiile despre lucrarea de cercetare?
- Accesul la informații este, de asemenea, un privilegiu.



Imaginea 5: creată de Lovila

2.2.4. Citirea laterală

O tehnică recomandată pentru evaluarea unei surse online este **citirea laterală**. Citirea laterală implică să căutați de informații despre o sursă de informare pentru a evalua actualitatea, relevanța, autoritatea, acuratețea și scopul sursei, pe măsură ce citiți. Termenul se referă *la navigarea prin mai multe file din browser, pentru a găsi informații despre un anumit site*. Cititorul obține o mai bună înțelegere și o informare mai amplă și mai detaliată dacă alege să se informeze de „pe multe site-uri conectate, în loc să continue caute tot mai multe pe site-ul pe care se află informația”.



Imaginea 6: creată de Lovila

2.2.5. 10 moduri de a identifica și opri știrile false

1. **Verificați sursa** conținutului pe care intenționați să îl distribuiți de cel puțin două ori, chiar și de trei ori. Verificați dacă reportajul apare în alte publicații recunoscute sau pe Google. (Cel mai probabil) nu este o „știre de ultimă oră” dacă este singulară și provine dintr-o sursă nesigură, ce nu face parte din mass media oficială. Mulți redactori publică reportaje care conțin știri false, pentru a incita oamenii și a-i determina să le citească.
2. **Fiți foarte vigilenți** atunci când verificați sursele în contextul unor situații naționale tensionate, când emoțiile sunt puternice. Grupurile de interes răspândesc frecvent informații false, pentru a sprijini una sau ambele părți în timpul unei crize sociale. Învățați cursanții să fie foarte atenți și să se gândească cu atenție înainte de a face public un astfel de material. Când aveți îndoieli, evitați distribuirea, postarea sau publicarea oricărui articol.
3. **Fiți atent la reportajele impresionante**, care încearcă să pară credibile prin îmbinarea știrilor false cu cele reale. În plus, verificați dacă site-ul web pe care îl accesați conține reclame absurde. Suplimentele pentru pierderea în greutate sau zvonurile despre celebrități nu apar la rubrica de știri pe canale media de notorietate.
4. **Înainte de distribui o informație sau un articol, aflați sursa acesteia.** Este vorba despre o companie renumită? Informațiile (date sau opinii) sunt părtinitoare?
5. **Identificați obiectivitatea.** Orice reportaj de știri autentic va prezenta două puncte de vedere contradictorii. Titlurile și veridicitatea surselor pot fi găsite printr-o căutare rapidă pe Google. A fi obiectiv înseamnă pur și simplu a analiza punctele de vedere contradictorii în mod echitabil.
6. Evaluați cu atenție dacă articolul este **sponsorizat**. Din ce în ce mai multe grupuri de interes sponsorizează site-uri web ce copiază surse credibile de informații.
7. **Căutați pe Google numele autorului** pentru a vedea ce a mai scris și publicat acesta. Există posibilitatea ca autorul să nu își dezvăluie adevărata identitate, iar dacă nu îl puteți identifica din alte surse de căutare, deși știrea este „uriasă”, este cu siguranță un autor care probabil scrie articole conținând informații false.
8. **Analizați scopul articolului și modul în care acesta este scris.** Este scris într-un stil neutru, cu scopul de a informa și educa cititorul sau este scris într-un stil subiectiv, cu scopul de a convinge sau provoca cititorul?
9. **Verificați data.** Data este aproape întotdeauna inclusă într-un articol autentic, pe când poveștile frauduloase nu conțin data publicării, de cele mai multe ori.
10. **Evaluați aspectul general**, numărul de accesări și calitatea imaginii. Cum sunt realizate imaginile grafice? Site-ul de „știri” conține prea multe reportaje? Ilustrațiile care însoțesc articolul îmbunătățesc conținutul sau diminuează impactul informațiilor? De câte ori ați făcut click pentru a găsi informațiile pe care le căutați? Știrile false apar adesea în expuneri de diapozitive sau sunt însoțite de o mulțime de reclame care duc la deschiderea mai multor ferestre pop-up. Câștigurile din anunțuri ce apar pe un site web care conține știri de senzație cresc odată cu accesarea acestora de către utilizatori.



10 LOGUL

CUM SĂ IDENTIFICAȚI ȘI SĂ
OPRIȚI ȘTIRILE FALSE



1 VERIFICAȚI DE DOUĂ ORI



2 VERIFICAȚI ÎNTOTDEAUNA SURSELE
ÎN CAZUL UNOR
SITUAȚII NAȚIONALE
TENSIONATE

3 ATENȚIE LA ȘTIRILE
SENZAȚIONALE

4 ÎNAINTE DE A DISTRIBUI, ÎNTREBAȚI-
VĂ: CINE A PUBLICAT ARTICOLUL?
ESTE O SURSĂ CREDIBILĂ?

5 OBSERVAȚI OBJECTIVITATEA



6 VERIFICAȚI DACĂ
ARTICOLUL ESTE
SPONSORIZAT

7 CĂUTAȚI NUMELE
AUTORULUI PE GOOGLE

8 ANALIZAȚI SCOPUL ȘI TONUL
ARTICOLULUI



9 VERIFICAȚI DATA



10 EVALUAȚI CALITATEA
IMAGINILOR

Imaginea 7: creată de Lovila



3. RESURSE SUPLIMENTARE

VIDEO

- [Poți identifica o știre falsă?](#)
- [How to Evaluate Resources \(the CRAAP Test\)](#)
- [Psihologia dezinformării: Ce este citirea laterală?](#)
- [70\) How to choose your news - Damon Brown - YouTube](#)
- [\(Is the Information Accurate and Documented](#)

STUDII DE CAZ

- [The case of ibuprofen: evidence of huge impact of COVID-19 misinformation when coming from credible sources](#)

4. BIBLIOGRAFIE

1. Beal, V., 2022. *What is Domain?* / Webopedia. [online] Webopedia. Disponibil la: <https://www.webopedia.com/definitions/domain/>
2. Library.nwacc.edu. 2022. *LibGuides: Lateral Reading: What is lateral reading?* [online] Disponibil la: <https://library.nwacc.edu/lateralreading>
3. Sccollege.edu. 2022. *Internet Search*. [online] Disponibil la: <https://www.sccollege.edu/Library/Pages/InternetSearchEngines.aspx>
4. Library.nwacc.edu. 2022. *LibGuides: Fake News vs. Real News: Tips for Evaluating Information*. [online] Disponibil la: <https://library.nwacc.edu/fakenews/evaluating>
5. Psychology Today. 2022. *10 Ways to Spot Fake News*. [online] Disponibil la: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/thoughts-thinking/201910/10-ways-spot-fake-news>
6. Sjcc.libguides.com. 2022. *LibGuides: Evaluating Resources Using the SIFT Method: SIFT Method*. [online] Disponibil la: <https://sjcc.libguides.com/c.php?g=1186667&p=8678805>
7. Libguides.salemstate.edu. 2022. *Research Guides: ACT UP - Evaluation Method: Evaluating sources*. [online] Disponibil la: <https://libguides.salemstate.edu/c.php?g=1236214&p=9046150>
8. Guides.lib.lsu.edu. 2022. *Research Guides: ENGL 1001: English Composition Research Strategies: ACT UP Method*. [online] Disponibil la: https://guides.lib.lsu.edu/ENG1001/ACT_UP



MODULUL 5: Folosirea eficientă a mass-mediei



1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

1.1. SCOPUL MODULULUI

Utilizarea eficientă a mass-media este un punct important în sprijinirea adulților în a analiza informațiile, astfel încât să poată fi mai rezistenți la știri false și dezinformare, după cum la fel de importante sunt și instrumentele (aplicația de mobil ce va fi dezvoltată în cadrul proiectului) pentru analiza știrilor false.

Folosirea eficientă a mass-media înseamnă a fi capabil atât de a analiza informațiile pe care le primesc, cât și de a fi parte activă și inclusă a procesului de comunicare, contribuind la limitarea vulnerabilității, dar și contracarând o atitudine prea precaută, de distanță, care duce la autoexcludere.

Scopul acestui modul este deci de a introduce cursantul în conceptele de bază ale comunicării și gândirii critice, astfel încât, cu ajutorul mijloacelor de informare în masă, cursantul, prin înțelegerea acestora, să le poată pune în practică și să-și sporească alfabetizarea media și viziunea critică.

1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

La sfârșitul acestui modul, cursantul va stăpâni:

- o concepte cheie privind utilizarea eficientă a comunicării și mass-media;
- o modele teoretice și practice de abordare eficientă a mass-media;
- o instrumente pentru recunoașterea unei surse de informații eficiente.

2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII

În ultimii douăzeci de ani, internetul și mai ales apariția rețelelor sociale au reprezentat o adevărată revoluție în socialitatea umană. Schimbările pe care le-a adus această revoluție au un mare impact și sunt omniprezente în fiecare domeniu al vieții oamenilor. Majoritatea serviciilor, care înainte necesitau contact direct, sunt acum transmise efectiv prin internet.

Acest fenomen nu este doar despre știri, ci include servicii și acreditări legale.

Este societatea în ansamblu capabilă să se adapteze la toate aceste schimbări?

Din păcate, internetul și comunicațiile digitale, care la începuturile lor păreau să promită o adevărată democratizare a comunicării, pentru că puteau da voce oricui, au creat diferențe profunde în funcție de vârstă, școlarizare și nivelul de alfabetizare digitală a fiecărui individ. Întrucât educația în sine, cu potențialul său de a face oamenii să crească,

are loc acum prin media digitală, decalajul riscă să nu fie acoperit, contribuind la o divizare clară între cei care sunt capabili să comunice digital și cei care nu sunt.

Pentru a acoperi acest decalaj și a sprijini oamenii cu mai puține oportunități în a dobândi abilitățile de bază necesare utilizării media (tradiționale și noi), este esențial să pornim de la o abilitate de bază a rasei umane, capacitatea de a comunica folosind un limbaj codificat și complex.

Această acțiune va fi utilă și în contracararea acelei contraculturi a separării și a autoexcluderii la care recurg din ce în ce mai mult acești oameni și care reprezintă, la nivel comportamental, o barieră pe drumul către incluziunea deplină.

Chiar dacă în lumea de azi comunicarea, chiar și cea oficială, a depășit granițele limbajului scris și folosește sunete și imagini, este oportun să cunoaștem regulile elementare de sintaxă.



2.1. SCHEMA COMUNICĂRII APLICATĂ COMUNICĂRII DIGITALE

2.1.1. Teoria comunicării

Schema clasică a comunicării se poate aplica și comunicării sociale și digitale. Următorul tabel prezintă o comparație, element cu element, care evidențiază asemănările și diferențele.

ELEMENT	SEMNIFICAȚIE	COMUNICARE	COMUNICARE SOCIALĂ ȘI DIGITALĂ
EMIȚĂTOR	(cine comunică)	Persoană, instituție, organizație	
RECEPTOR	(cine primește)	Public cunoscut, definit	Public necunoscut, nelimitat Informații, idei, opinii
MESAJ	(ce comunică)	Informații, idei, concepte, opinii	
CONTEXT	(situația în care are loc comunicarea)	Sub control	Fără control
CANAL	(cum are loc transmiterea)	Într-un mod definit	În multe moduri nedefinite, deoarece

ELEMENT	SEMNIIFICAȚIE	COMUNICARE	COMUNICARE SOCIALĂ ȘI DIGITALĂ
	mesajului)	(radio, TV, ziare, cărți)	canalele sunt vase comunicante care acționează ca o cutie de rezonanță unul pentru celălalt.
REFERENT	(tema mesajului, subiect)	Surse definite, nivel definit de cunoștințe, autoritate a mesajului.	Resurse nelimitate, de toate nivelurile de calitate, fiecare își poate exprima părerea.
COD	(limbaj)	Definit, identificabil, reglementat de reguli și obiceiuri.	Nedefinit, multimedia, în funcție de canal, receptor și scop.

Devine clar că atunci când există o diferență substanțială între înainte și după digitalizarea comunicării, caracterul nedefinit și complexitatea cresc, iar odată cu acestea vin și riscurile care trebuie interpretate, atât în poziția EMITĂTORULUI (riscul de a nu putea transfera corect mesajul - Ce? Cui? Când? Unde? De ce?) și în cea a RECEPTORULUI (riscul de a nu putea înțelege mesajul într-un mod adecvat - Ce? Este pentru mine? Când? Unde? De ce?)

Această complexitate are un impact și mai semnificativ atunci când se ia în considerare faptul că rețelele sociale au dus la cel mai înalt nivel sensul comunicării ca și conversație.

Din acest punct de vedere, este evident cum se generează neîncredere și respingere față de rețelele de socializare, unde comunicarea este rapidă (frenetică), nesigură și nedefinită, declanșând teama de a nu fi înțeles, înțeles greșit sau de a fi considerat neînțeles, înțeles greșit și înșelat.

Calea către incluziune nu este la fel de compatibilă cu păstrarea unei distanțe de siguranță precum capacitatea de a înțelege și stăpâni mecanismele de comunicare pentru a participa în mod conștient.

A comunica prin intermediul rețelelor sociale astăzi nu înseamnă doar a transmite un mesaj, ci înseamnă a iniția o conversație, în care feedbackul este, poate, la fel de valoros ca și comunicarea ce l-a generat. În practică, comunicatorul (EMIȚĂTORUL) se așteaptă să primească aprecieri, comentarii și distribuiri, la care poate răspunde, dacă dorește.

2.2. REȚELELE DE SOCIALIZARE ȘI TEORIA CONVERSAȚIEI

Când vorbim de comunicarea conformă cu modelul conversațional, este util să luăm în considerare cele patru maxime conversaționale pe care Herbert Paul Grice (1913 - 1988)



le-a identificat drept reguli cardinale pentru o comunicare eficientă. Deși aceste maxime au fost dezvoltate de Grice, filosof și lingvist, pentru a regla schimburile verbale față-n față, fiind inspirate de un principiu de cooperare între oameni, ele pot fi aplicate cu succes într-un univers complex de comunicare, precum cel al comunicării digitale.

În această sens, ele pot fi utilizate în formare, pentru a oferi o structură interpretativă eficientă.

Grice este cunoscut pentru „teoria implicațiilor conversaționale” și pentru formularea „principiului cooperării”. Conform teoriei lui Grice, fiecare interlocutor, pentru a fi eficient în conversație, trebuie să contribuie la schimbul comunicativ, ținând cont de patru maxime.

- o **Maxima cantității:** contribuția dvs. trebuie să satisfacă cererea sau nevoia de informații, într-o manieră adecvată scopurilor comunicării; nu furnizați mai multe informații decât este necesar;
- o **Maxima calității:** oferiți o contribuție adevărată; nu spuneți lucruri pe care le credeți a fi false și pentru care nu aveți dovezile potrivite;
- o **Maxima relevanței:** fiți relevanți;
- o **Maxima manierei:** fiți clari, evitați ambiguitatea și obscuritatea expresiei, fiți concisi și ordonați.

Pentru Grice, conversația începe când există cooperare între participanți.

2.3. CUM PUTEM FOLOSI CELE PATRU MAXIME ALE CONVERSAȚIEI ÎN EDUCAȚIE?

După ce am explicat pe scurt cum și de ce comunicarea socială este asemănătoare unei conversații și care sunt cele patru maxime conversaționale, facilitatorul le va cere participanților să lucreze în grupuri mici (de 4 sau 5 persoane) și va atribui fiecărui grup sarcina de a iniția o comunicare pe un subiect cu care sunt familiarizați (acesta poate fi rezultatul unei competiții sportive, lansarea unui film, organizarea unei excursii). Inițierea comunicării trebuie să se conformeze celor 4 maxime ale lui Grice.

După aceea, fiecare grup își prezintă pe rând comunicarea (verbal sau în scris pe un poster la alegere), iar celelalte grupuri contribuie la schimb, inițiind o conversație. Fiecare membru al clasei poate raporta o încălcare, dacă o vede. La sfârșitul schimbului, facilitatorul invită participanții la o sesiune de discuții asupra schimbului care a avut loc.

Scopul acestei activități este de a aduce participanții mai aproape de o utilizare activă, conștientă și normată a comunicării. Dimensiunea de grup permite o atmosferă jucăușă, care îi ajută pe oameni să învețe împreună și unii de la alții. Este esențial ca facilitatorul să promoveze un climat de colaborare și fără judecăți.

2.4. EDUCAȚIE MEDIA ȘI EDUCAȚIE ÎN COMUNICARE SOCIALĂ

Când vorbim despre educația media, ne referim la:

- o educația media - înțeleasă ca instrumente utile în procesele de predare și ca parte a experienței pe care cursanții o au cu mass-media;
- o educația media - adică înțelegerea critică a textelor și a sistemului media pentru a le permite cursanților să le folosească în mod critic și conștient.

Aceste două moduri de înțelegere a educației media contribuie la dobândirea abilităților digitale de bază, printr-un proces indirect și direct de comunicare media, în special comunicare digitală.

Indiferent dacă se vorbește de un înțeles sau altul al educației media, învățarea vizează dobândirea combinată și organică a practicilor de comunicare eficientă și gândire critică.

Abilitățile de comunicare eficientă și gândire critică sunt cruciale pentru crearea de știri credibile și responsabile, dacă ne aflăm în poziția EMITĂTORULUI și identificarea și verificarea acestora, dacă ne aflăm în poziția RECEPTORULUI.

Credibilitatea unei știri (sub formă de postare, articol, informație) se bazează pe verificarea a trei aspecte fundamentale:

- ✓ conținut;
- ✓ formă;
- ✓ autor.

2.5. REGULI DE COMUNICARE: MODELUL LASSWELL

Pentru a utiliza mass-media în mod eficient, atât în faza de emiterie, cât și în faza de primire a știrilor, ne vom referi la un alt model „clasic” de comunicare: modelul 5W.

Acest model a fost dezvoltat de Lasswell, un politolog aparținând Școlii din Chicago și prezintă o structură liniară, prin care se poate interpreta procesul de comunicare.

Deși modelul a fost elaborat de Harnold D. Lasswell în 1948, într-o perioadă în care nimeni nici măcar nu-și putea imagina revoluția digitală a comunicării și impactul rețelelor de socializare, acesta este eficient și își evidențiază toată valoarea tocmai în mediul pe care comunicarea îl exprimă în zilele noastre.

„O modalitate convenabilă de a descrie un act de comunicare este de a răspunde la următoarele întrebări: Cine spune Ce, prin ce Canal, Cui, Care este efectul?”.

Cu această definiție scurtă și eficientă, Lasswell identifică un model atotcuprinzător, care este valabil în toate domeniile comunicării, inclusiv în cele viitoare.

Aceasta se bazează pe ideea că comunicarea (și propagarea știrilor) îndeplinește trei funcții sociale: supraveghere, corelare și transmite. Mass-media, în concepția lui Lasswell, a fost destinată să aibă un impact asupra ideilor și convingerilor oamenilor, ceea ce este o problemă extrem de actuală, având în vedere caracterul generalizat actual al informațiilor.

Crearea unei comunicări eficiente și, în consecință, primirea unei comunicări eficiente, înseamnă a răspunde la întrebările:

- ✓ Cine spune (**Who**)?
- ✓ Ce spune (**What**)?
- ✓ Prin ce mijloace (**Which**)?
- ✓ Cui spune (to **Whom**)?
- ✓ Care sunt efectele (**What effects**)?

2.6. REFLECȚII ASUPRA MODELULUI LUI HAROLD LASSWELL CU PRIVIRE LA COMUNICAREA SOCIALĂ

Modelul lui Lasswell se concentrează asupra celui care activează procesul de comunicare (emițător) și produce mesajul. Deoarece modelul de comunicare socială, așa cum este descris mai sus, coincide în multe privințe cu conversația, este evident că toate părțile incluse în procesul de comunicare trebuie să răspundă la cele 5W dacă se dorește să se urmărească o comunicare eficientă.

Răspunsul la cele 5 întrebări (cei 5W), chiar și atunci când comentați știri, este un antidot valabil pentru frenezia comunicării sociale de astăzi.

Iată aplicarea modelului lui Lasswell la o comunicare socială de tip diseminare.

Dacă eu sunt cel care emite:

- ✓ Cine? În ce capacitate comunic această știre? „Sunt expert în acest subiect.”
- ✓ Ce? Care este conținutul și ce este important?
- ✓ Prin care canal? Ce canal aleg pentru postare/ articol/ comentariu/ mesaj instant și prin intermediul cărei platforme aleg să comunic?
- ✓ Cui? Cine sunt destinatarii comunicării mele? Clienți? Experti? Cursanți?
- ✓ Care sunt efectele? Vreau să predau? Vreau să-mi demonstrez expertiza? Vreau să deschid canale de discuții? Vreau să vând un produs sau un serviciu?

Dacă eu sunt cel care primește:

- ✓ Cine? Cine scrie? Care îi sunt competențele?
- ✓ Ce spune? Care este conținutul și ce este important?
- ✓ Prin care canal? Ce canal a ales pentru postare/ articol/ comentariu/ mesaj instant și prin intermediul cărei platforme comunică?
- ✓ Cui? Cui îi este adresat? Este acest mesaj pentru mine?
- ✓ Care sunt efectele? Ce dorește să realizeze prin această comunicare?

Cine	COMUNICATOR/ EMIȚĂTOR	Investigarea expeditorului
Ce spune	MESAJ	Conținutul investigării
Prin ce canal	CANAL	Cercetări media
Cui	PUBLIC ȚINTĂ/ RECEPTOR	Investigarea receptorului
Cu ce efecte	IMPACT	Studierea efectelor

Dacă modelul original al lui Lasswell prezintă comunicarea ca având un singur sens, ce nu ia în considerare feedbackul receptorului, în aplicarea modelului la comunicarea socială, care acum influențează toate interacțiunile noastre, nu putem să nu luăm în considerare feedbackul ca element integral al comunicării, capabil de a o orienta și a-i defini evoluția.

Modul preponderent asincron al acestor schimburi ne îndreaptă către un model care înmulțește emitenții. Relevanța și înțelegerea poziției cuiva în raport cu mesajul este fundamentală în construirea unei comunicări eficiente.

2.7. CUM PUTEM FOLOSI TEORIA CELOR 5W ÎN PREDARE?

Propunem ca participanții să experimenteze teoria celor 5W. Facilitatorul le cere participanților să lucreze în grupuri mici (de 4 sau 5 persoane) și atribuie fiecărui grup sarcina de a „realiza” o comunicare socială.

Tema este comună tuturor grupurilor: vor vorbi despre formarea în care sunt implicați. Acesta este singurul element comun tuturor, deoarece fiecare grup mic va avea o fișă care conține aceste informații:

- ✓ **Cine?** Adică, cine este autorul știrii?
- ✓ **Cui?** Adică, cui îi este adresată știrea?
- ✓ **Ce?** Care este mesajul/ informația?
- ✓ **Ce efect** dorește să obțină? Posibilitatea de a alege, de ex., între: a asista/ a convinge/ a spune/ a împărtăși emoții.
- ✓ **Prin ce canale?** Ce canal de socializare - între Facebook, LinkedIn, Instagram, e-mail, WhatsApp și în ce limbaj (scris, video, audio, etc.)?
- ✓ **Un element surpriză**, în afara contextului, care trebuie inclus în mesaj.

Ultimul element funcționează ca o constrângere și servește la activarea procesului creativ și de rezolvare a problemelor, împiedicând participanții să se sprijine prea mult pe convențiile preconcepute.

Grupurile au 15 minute pentru a realiza comunicarea socială. Când au terminat, fiecare grup își ilustrează munca, iar colegii din afara grupului sunt invitați să identifice cei 5W ai mesajului.

Această fază este de obicei foarte distractivă, plină de observații și glume. Acesta este momentul în care formatorul poate contribui cu câteva informații tehnice și de management.

2.8. GÂNDIREA CRITICĂ ȘI REȚELELE DE SOCIALIZARE

Dacă ne oprim să ne observăm propriul comportament sau pe al persoanelor pe care le frecventăm cel mai mult în viața noastră de zi cu zi, fie că sunt membri ai familiei sau colegi, nu putem să nu remarcăm spațiul pe care canalele de socializare îl ocupă în viața noastră. Accesul continuu și masiv la informații, prin intermediul dispozitivelor, nu mai

are limite de timp sau contextuale: suntem expuși constant la date și informații care, într-un fel, ne condiționează starea de spirit și contribuie la definirea gândirii noastre despre ceea ce se întâmplă în lume, sau mult mai simplu, lângă noi.

Mai multe studii confirmă că utilizarea continuă a internetului ne diminuează gândirea critică. Aparent, unele aspecte ale internetului nu ajută la dezvoltarea acestei abilități, dimpotrivă, o slăbesc. Aceasta nu este o ipoteză de temut, ci o concluzie care reiese din analiză. Rețeaua funcționează în cadrul unor logici care, în mod firesc, au și consecințe.

Cum se întâmplă asta? Multe funcții, servicii sau spații de pe web, de la motoarele de căutare la rețelele sociale, funcționează cu algoritmi. Principiul ar fi să „întuiască” interesele și preferințele utilizatorului. Cu timpul, însă, ajung să limiteze experiențele navigatorilor pe web.

Haideți să privim mai în detaliu! Au existat deja multe discuții în trecut despre fenomenul cunoscut sub numele de „stabilirea agendei”, adică puterea mass-media de a filtra și manipula informațiile, concentrând atenția utilizatorilor doar pe subiecte prestabilite, orientând astfel opinia colectivă. Un proces similar, dar mai rafinat, are loc pe rețelele de socializare, canale pe care sunt publicate și partajate milioane de tipuri diferite de conținuturi în fiecare zi: un algoritm bazat pe interacțiune semnificativă este folosit pentru a filtra știrile, care arată utilizatorului doar conținut cu care a interacționat și față de care a manifestat interes.

Acest mod, aparent eficient și funcțional, creează o zonă de confort virtual din ce în ce mai înăbușită și mai restrânsă. Așa-numita „bulă de filtrare” este astfel creată: utilizatorii afișează știri în cronologia lor, algoritmii propun conținut similar și oamenii se regăsesc, astfel, într-o bulă în care au acces doar la informații care le confirmă propriile convingeri.

La început ne stabilim propria „agendă” de interes, dar curând capacitatea noastră de luare a deciziilor trece peste algoritmul care ne blochează în această bulă, pentru a face ca experiența de pe rețelele sociale să fie cât mai plăcută și mai de durată posibil.

Acest proces dă impuls unui alt fenomen: „camera de ecou”. Camera de ecou se referă la o situație în care o persoană primește pe internet o serie de informații sau idei care îi întăresc punctul de vedere, fără a avea acces la alte resurse care ar putea oferi o perspectivă diferită și, astfel, o viziune mai obiectivă asupra situației.

Consecințele sunt exponențiale: în primul rând, o izolare progresivă, datorită rigidității și limitării temelor la care suntem expuși, de parcă interesele noastre sunt injectate sub piele, anihilând orice stimul către curiozitate, deschidere către teme noi și către căutarea proactivă de informații. Rețelele sociale devin instrumente de distragere a atenției în masă, care omit informații importante din punctul nostru de vedere. Rezultatul este slăbirea gândirii critice.

Există trei moduri principale în care internetul acționează în acest sens.

1. Informațiile găsite pe internet ne confirmă opiniile.

Atunci când căutăm un cuvânt pe internet, motorul de căutare activează o serie de parametri pe baza informațiilor pe care le-a adunat anterior despre noi. În acest fel, primele site-uri care apar în lista de răspuns la căutarea noastră sunt cele pe care le

vizităm cel mai des sau care conțin informații pe care le consultăm de obicei. Inutil să mai spunem că o cantitate semnificativă de material este lăsată în afara căutării.

Ceva asemănător se întâmplă și pe rețelele de socializare. Imediat ce ne conectăm, vedem în prim plan postările persoanelor cu care interacționăm în mod obișnuit și care, în principiu, gândesc în mod similar cu noi. Fără să ne dăm seama, cercul nostru s-a micșorat deja considerabil.

Algoritmii ne trimit, fără să ne dăm seama, într-o lume de idei care ne confirmă părerile. Nu suntem puși în contact cu informații și idei care intră în conflict cu ale noastre, oferindu-ne o imagine limitată despre realitatea din jurul nostru. Suntem convinși că cunoaștem realitatea, fără să ne dăm seama că suntem încurajați să vedem doar o bucată din ea. Acesta este primul motiv pentru care internetul ne reduce gândirea critică.

2. Internetul încurajează narcisismul și diminuează capacitatea critică.

Rețelele de socializare au creat un nou tip de dependență, acela de „**îmi place**”. Nu o facem în mod conștient, dar de fiecare dată când postăm ceva, într-un fel sau altul ne așteptăm la reacțiile prietenilor noștri, la aprobarea a ceea ce am postat. Dacă nimeni nu o face, suntem frustrați și chiar ne îndoim de validitatea gândurilor noastre.

Știința spune că „**îmi place**” activează secreția de dopamină și acționează ca un mecanism de recompensă, adică ne face să ne simțim bine, pentru că implică acceptarea de către comunitate. Acest lucru poate deveni o problemă atunci când această dependență ne modelează ideile sau cuvintele, fără ca noi să ne dăm seama.

Un alt mod prin care internetul ne diminuează gândirea critică este tocmai acesta: transformându-ne egoul într-un produs al consumului social și al căutării constante a aprobării. Dezacordul poate însemna părăsirea unui grup, nevoia de a face față respingerii sau criticilor. Frica de consecințe ne poate condiționa puternic gândirea.

3. Internetul încurajează relațiile sociale irelevante.

Există diferite moduri de a interacționa online: rețele de socializare, dar și forumuri, chat-uri, etc. Internetul ne dă falsul sentiment de a nu fi singuri, într-o conversație care pare să nu aibă nici cap, nici coadă. Acest dialog nesfârșit se învârtă în jurul unor subiecte care devin „comune”. Indiferent dacă ne plac sau nu, aceste subiecte trebuie discutate.

Treptat, internetul face contactul fizic de prisos. Interacțiunile pe internet implică întotdeauna aceeași postură: stând așezați în fața unui ecran. Atât corpul cât și creierul sunt afectate de această situație.

Mișcarea stimulează inteligența, contactul fizic crește capacitatea de a simți empatie și afecțiune, de a face schimb de idei. Internetul ne determină să ne adaptăm, voluntar și fără să ne dăm seama, la noi moduri de a relaționa cu ceilalți, îndepărtându-ne de experiența directă a vieții reale. Riscul este de a începe să vedem lumea printr-un cadru îngust și limitat: ecranul computerului nostru.

Ne obișnuim cu o lene intelectuală fără precedent: ne mulțumim cu informațiile care ni se oferă, fără să verificăm sursa, fără să căutăm o voce critică, în afara refrenului. Exersăm

credința că părerea noastră este adevărată și de necontestat, deoarece este întărită și dovedită de o sumă de știri, pierzând astfel capacitatea de a ne pune întrebări.

Soluția, ca întotdeauna, este conștientizarea și intenția: internetul este un instrument foarte puternic în slujba omeniilor, o resursă enormă care nu poate fi totuși considerată atotștiitoare. Trebuie să fim educați, orientați și pregătiți pentru sursa digitală inepuizabilă, ce curge pe ecranele noastre, și doar atunci tehnologia va fi un avantaj și nu o amenințare.

2.9. CUM PUTEM PROMOVA DEZVOLTAREA GÂNDIRII CRITICE?

Oamenii care nu și-au dezvoltat gândirea critică se mulțumesc, în general, cu explicații simple, în conformitate cu propriile părțiri și prejudecăți cognitive, preferând sloganurile în detrimentul argumentelor și acceptarea necritică în detrimentul investigației și verificării aprofundate a surselor.

De la contactul de pe Facebook care distribuie știri false până la marele manager care ia decizii pripite, fără să pună la îndoială datele pe care le are la dispoziție, persoanele cu o gândire critică insuficient dezvoltată riscă să se rănească grav pe sine și pe alții.

Cele de mai sus ne conduc la conceptul de „analfabetism funcțional”, adică incapacitatea de a interpreta corect textele și mesajele, demonstrată de persoanele școlarizate, care, teoretic, ar trebui să fie capabile să înțeleagă și să verifice informațiile care le sunt prezentate.

Un segment din ce în ce mai mare al populației școlarizate evită complexitatea, văzând-o mai degrabă ca pe o amenințare decât ca pe o provocare, conducând societatea către o regresie cu contururi îngrijorătoare. Cea mai bună modalitate de a contracara această tendință este adoptarea și dezvoltarea abilităților de gândire critică și aplicarea acestora la provocările vieții cotidiene și profesionale.

Pentru a dezvolta gândirea critică, cheia constă în a fi obiectiv. Într-adevăr, gânditorul critic trebuie să fie capabil să-și lase în urmă propriile sentimente, prejudecăți și interese, pentru a urmări o viziune cât mai obiectivă și reală, bazată pe fapte și context. A ști să conștăți preconcepțiile și să adopți noi perspective în numele imparțialității, este, de fapt, una dintre cerințele de bază ale celor care sunt dispuși să-și testeze gândirea critică.

Iată 3 puncte de vedere utile pentru dezvoltarea gândirii critice:

1. Recunoaște-ți părțirile... și dă-le deoparte!

Părțirile, cunoscute și sub denumirea de „distorsiuni cognitive”, includ generalizarea, prejudecățile, polarizarea (a vedea lucrurile doar ca negru/ alb, corect/ greșit) și așa-numita „atenție selectivă”, adică tendința de a selecta doar acele părți ale unui discurs, care ne susțin convingerile și opiniile. Primul pas pentru a înțelege cum să dezvoltăm gândirea critică este să acceptăm că toți avem părțiri și să le putem lăsa cu calm deoparte.

2. Fii proactiv

A fi proactiv înseamnă a juca un rol activ în viețile noastre și a fi un motor al schimbărilor pe care am dori să le vedem în lume. Alternativa? Trăind ca actori, care doar reacționează la ceea ce ni se întâmplă, ne limităm la a ne adapta comportamentul întotdeauna la "a reacționa" și niciodată la „a propune”.

De ce să suferim schimbări dacă putem fi autorii acestora? A fi proactiv înseamnă a-ți pune mintea în slujba progresului personal și colectiv și, de asemenea, a deveni mai competitiv pe piața muncii.

3. Extinde-ți orizonturile

Când vă confrunțați cu o problemă sau o alegere dificilă, încercați să depășiți concluziile pe care mintea le generează automat. Gândiți-vă la ce ar face o altă persoană și la ce ar crede un străin. Adoptați-le perspectivele și veți realiza că aceeași problemă și alegere pot fi abordate în multe moduri diferite, la care probabil nu v-ați fi gândit.

Puneți mereu totul la îndoială și luați aminte la știri, opinii și comentarii, doar pentru a păstra acele elementele care corespund realității.

În general, o persoană care își antrenează gândirea critică este mai puțin susceptibilă la manipulare, ia decizii mai informate și este capabilă să rezolve problemele și conflictele într-un mod mai eficient și mai original, deoarece gândirea critică și cea creativă lucrează adesea împreună. Să aplicăm cele două abordări aceleiași probleme: un bărbat cade de pe o clădire de 40 de etaje și supraviețuiește - cum este posibil acest lucru?

Folosind gândirea critică, putem căuta posibilități care ar putea explica evenimentul ciudat:

- ✓ bărbatul ar fi putut cădea pe o saltea amplasată acolo de pompieri;
- ✓ căderea ar fi putut fi atenuată de o serie de obstacole, care au încetinit-o.

Folosind gândirea creativă, pe de altă parte, putem explora problema căutând posibile scăpări de logică:

- ✓ clădirea are 40 de etaje, dar nimeni nu a spus că bărbatul a căzut de la cel mai înalt;
- ✓ era actor într-un film de acțiune și, din fericire pentru el, avea parașută.

Combinarea acestor două abilități poate ajuta la găsirea mai multor soluții, mai diverse și neobișnuite, spre deosebire de cei care exploatează doar gândirea necritică, verticală.

2.10. REGULI PENTRU O COMUNICARE SOCIALĂ EFICIENTĂ - NU TOATE REȚELELE SOCIALE SUNT LA FEL

Scopul acestei ultime secțiuni a modulului „Folosirea eficientă a mass-mediei” este de a îmbogăți cunoștințele despre canalele digitale și de socializare, ca parte integrantă a „contextului” pe care îl reprezintă procesul modern de comunicare.

Deoarece nu va fi posibilă sondarea tuturor platformelor care continuă să apară în peisajul digital, ne vom referi la cele mai cunoscute și cele mai relevante pentru publicul țintă al proiectului, oferind totuși dovezi ale unei metode de abordare care poate fi aplicată critic și pe alte platforme.

Prezentarea canalelor sociale și digitale urmează un tipar recurent, a cărui structură o explicăm aici:

- o scurt istoric;
- o tipul de comunicare abordat;
- o câteva reguli de comunicare;
- o înșelătorii uzuale și riscuri la care trebuie să fim atenți.

Să începem cu definiția rețelelor sociale (de socializare):

Cea mai larg acceptată definiție a rețelei de socializare este cea dată de Andreas Kaplan și Michael Haenlein în articolul lor „Users of the world unite! The challenges and opportunities of social media” („Utilizatori din toată lumea, uniți-vă! Provocările și oportunitățile rețelelor sociale”), pentru care rețelele de socializare reprezintă „un grup de aplicații bazate pe internet, care formează bazele ideologice și tehnologice ale Internetului 2.0 și care permit crearea și schimbul de conținut generat de utilizatori”.

Caracteristica de identificare este, prin urmare, orizontalitatea în crearea și difuzarea conținutului, spre deosebire de verticalitatea mass-mediei tradiționale.

Toate subiectele proiectului de comunicare sunt la același nivel și această natură democratică modifică rolurile tradiționale ale comunicării, deoarece fiecare mesaj este multidirecțional, adică se trece la transmisia „de la mulți la mulți” sau „de la egal la egal” . „Monologul” devine un „dialog”, o conversație, între utilizatori, media și companii, emițătorul și receptorul alternează, într-un schimb continuu de roluri, fără ierarhii predefinite.

Rețelele de socializare au devenit foarte populare, deoarece permit oamenilor să folosească internetul pentru a stabili relații personale sau de afaceri. Ele mai sunt denumite „conținut generat de utilizatori” (user-generated content - UGC) sau „media generată de consumatori” (consumer-generated media - CGM).

Rețelele de socializare au crescut în popularitate de câteva decenii și sunt acum specializate pe domenii.

2.10.1. Facebook

Facebook a luat naștere în 2004, din ideea unor studenți la Harvard (SUA), care doreau să creeze o „rețea de socializare” în cadrul universității. Unul dintre acești studenți a fost Mark Zuckerberg, care a reușit să transforme o mică aplicație universitară în rețeaua de socializare răspândită la nivel global, pe care o cunoaștem astăzi.

O urmă a originii sale rămâne în numele său, care se referă la anuarul școlar, al cărui versiunea digitală este: studenții care locuiau în campus se puteau cunoaște cu ajutorul unui dosar personal, plin de imagini și informații indexate.

Încă de la înființare, Facebook a fost în centrul controverselor și al cauzelor în instanță, cu privire la obținerea și utilizarea datelor cu caracter personal. Cu toate acestea, extinderea sa a fost de neoprit, iar din 2006 este deschisă oricărei persoane peste 13 ani.

În 2012, Zuckerberg a achiziționat Instagram și Whatsapp. Din 2018 și până acum, Facebook este rețeaua socială cu cel mai mare număr de utilizatori activi, guvernați printr-un algoritm Facebook, care alege conținutul ce urmează să fie afișat utilizatorilor prin crearea așa-numitei bule informaționale.

Facebook a trebuit să prevadă măsuri anti-știri false, care să permită utilizatorului posibilitatea de a raporta știrile false și ștergerea acestora la atingerea unui număr adecvat de raportări negative.

În 2015, Facebook a introdus emoticoane, pentru a permite o reacție emoțională mai detaliată la stări și știri, pe lângă butonul „Îmi place”.

Tipul de comunicare abordat

Deși este încă cea mai populară rețea de socializare cu 2,797 miliarde de utilizatori activi lunar, nu este cea mai căutată de publicul tânăr, care pare să prefere servicii precum TikTok sau Instagram. Prezența pe rețelele sociale este posibilă în două moduri:

- ✓ cont individual;
- ✓ pagina unei organizații, cauze, proiect, utilizată pentru marketing și promovare și administrată de unul sau mai mulți utilizatori individuali cu roluri atribuite.

Pentru conturile individuale, funcția principală rămâne împărtășirea experiențelor și emoțiilor.

Există un cod de etică, la care se aderă la înscriere și care prevede blocarea utilizatorului în caz de încălcare. De exemplu, în 2021 contul lui Donald Trump (nu doar cel de pe



Februarie, 2004

2797
miliarde de
utilizatori
activi lunar



*Creată de LABC, după o imagine
Creative Commons*

Facebook, ci și de pe alte canale de socializare) a fost blocat, pentru că s-a considerat că acesta a folosit platforma pentru a stimula violența, care a dus la atacul asupra congresului SUA.

Foarte celebru este cazul „Cambridge Analytics” dezvăluit de un articol din 17 martie 2018 în paginile The New York Times și The Guardian: printr-o aplicație aparent inofensivă („This is your digital life”), platforma a permis achiziția necorespunzătoare a informațiilor personale a aproximativ 87 de milioane de utilizatori Facebook și, pe baza acestor informații, au fost influențate rezultatele campaniilor electorale ale lui Donald Trump și Ted Cruz, dar și campania de susținere a Brexit-ului.

Câteva reguli de comunicare

Tonul folosit este adesea confidențial, textele pot fi îmbogățite cu zâmbete și emoticoane, pentru a sublinia și întări mesajul. Este posibil să împărtășiți activități, emoții, amintiri și opinii. Oricine poate scrie orice fără a fi nevoie să se verifice sursele.

Înșelătorii uzuale și riscuri la care trebuie să fim atenți

Facebook este o piață virtuală imensă, este important să știm că ceea ce putem vedea în conținutul disponibil utilizatorului nostru este rezultatul algoritmului. Deci, este posibil să avem impresia că utilizatorii Facebook au idei și interese similare cu ale noastre. Trebuie să fim conștienți că ne aflăm într-o bulă informațională, care nu ar trebui să ne epuizeze setea de informare.

În plus, există multe conturi false pe Facebook, care ar putea să ne ceară prietenia, să ne capteze încrederea și să încerce să ne manipuleze sau să ne înșele. Există câteva reguli bune, pe care le putem urma, înainte de a ne împrieteni cu un utilizator care ne contactează:

1. Este bine să oferi prietenie doar oamenilor pe care îi cunoști în viața reală.
2. Dacă nu cunoști utilizatorul care cere să se alăture grupului de prieteni, verifică mai întâi profilul acestuia, dacă este foarte gol, cu puține fotografii, câteva postări, care poate se repetă, și puține știri, probabil că este un cont fals creat de un program automat.
3. Dacă cineva cere bani pentru o cauză folosind sistemul de mesagerie instantanee, nu trimiteți bani și nu dați acces la numerele cardurilor de credit. Există alte modalități de a finanța cauzele bune! Dacă aveți dubii, întrebați care sunt canalele oficiale prin care puteți dona.

2.10.2. LinkedIn

Dacă Facebook a luat naștere într-un mediu universitar, LinkedIn și-a arătat încă de la înființare, în 2002, vocația de serviciu dedicat sferei și pieței muncii.

Astăzi, LinkedIn este o rețea socială profesională răspândită în peste 200 de țări, cu peste 830 de milioane de utilizatori.

Creatorul său, Reid Hoffman, absolvent în Științe Cognitive (1990), cu specializare în Filosofie (1993), cu o pregătire profesională în tehnologia informației, dezvoltase deja pentru Apple Computer, în 1994, eWorld, o rețea socială profesională eșuată. După această primă experiență nereușită, a lansat primul său start-up SocialNet.com, un site web capabil să conecteze oameni cu interese similare, care a fost adevăratul precursor al rețelelor de socializare de astăzi. Din păcate, nu era încă timpul potrivit, iar Hoffman a schimbat sectoarele și a contribuit la crearea PayPal, un serviciu de transfer de bani online, pentru care a fost mai întâi director de operațiuni și apoi vicepreședinte executiv.

În decembrie 2002, după achiziția PayPal de către Ebay, împreună cu trei foști colegi și un prieten de liceu, au început proiectul LinkedIn.

Ideea inițială a fost de a conecta companii și candidați, dar rețeaua de socializare a evoluat, pentru a deveni cea mai importantă rețea profesională din lume, menită să crească productivitatea și succesul.

LinkedIn este o platformă de socializare, dedicată profesioniștilor, cu scopul de a oferi oportunități pentru creare de contacte și rețele profesionale de afaceri, unde se pot căuta și oferi locuri de muncă online. Serviciul este disponibil la nivel mondial, în 24 de limbi.

Astăzi, LinkedIn este o bază de date de profiluri profesionale, primul loc în care recrutorii caută candidați și locul unde trebuie să fii, dacă ești în căutarea unui loc de muncă.

Principalele sale funcții sunt:

- o publicare de CV-uri, pentru a putea căuta locuri de muncă;
- o împărtășirea de conținut și proiecte valoroase;
- o posibilitatea de a găsi noi clienți și colaboratori;
- o oferirea de informații.

Astăzi, LinkedIn are peste 16.000 de angajați, 33 de birouri în peste 30 de orașe și urmează un model de afaceri diversificat, capabil de a fi adaptat la diferite contexte naționale.



2002

**830 de
milioane de
membri și
peste 58 de
milioane de
companii
înregistrate**



*Creată de LABC, după o imagine
Creative Commons*

Tipul de comunicare abordat

LinkedIn este dedicat știrilor despre viața profesională și companii. Subiectele personale sau recreative nu sunt împărtășite.

LinkedIn este o platformă digitală serioasă, oarecum formală, unde controversile și discuțiile neconstructive ar trebui evitate. Pe de altă parte, este un loc plin de informații și referințe pentru cei care doresc să-și extindă cunoștințele pe o anumită temă.

Câteva reguli de comunicare

Tonul este profesional, cel mai bine este să evitați sau măcar să limitați emoticoanele. Opiniile personale trebuie susținute de surse. Videoclipurile sunt în mare parte instituționale.

Înșelătorii uzuale și riscuri la care trebuie să fim atenți

Mulți utilizatori LinkedIn se plâng că adesea nu primesc feedback cu privire la cererea lor pentru un loc de muncă postat pe LinkedIn. Acest lucru poate fi pus pe seama comportamentului companiilor, ce nu angajează candidați care nu sunt interesați pentru ei. Sau poate fi vorba de reclame ascunse folosite de HR pentru a face benchmarking pe anumite poziții.

Pe lângă aceste obiceiuri proaste, există adevărate înșelătorii, precum o campanie de phishing, care în 2021 a atacat LinkedIn, trimițând oferte de locuri de muncă false, care ascundeau viruși în computerele celor ce le accesau, activând controlul de la distanță. Oferte de locuri de muncă false se potriveau exact cu formularea ultimului job anunțat pe profilul respectiv.

2.10.3. Instagram

Instagram este una dintre cele mai populare rețele de socializare, cu peste un miliard de utilizatori activi.

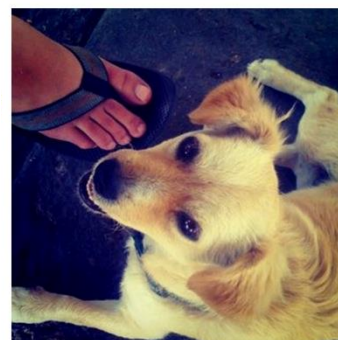
Instagram a avut un succes atât de mare, încât a creat o nouă figură profesională, cea a influencer-ului, adică proprietarul unui profil cu un număr mare de urmăritori și, din acest motiv, capabil să influențeze opiniile, obiceiurile și consumul, în cadrul comunității care îl urmărește.

Prima imagine distribuită pentru testare pe Instagram este datată 16 iulie 2010 și este o fotografie postată chiar de unul dintre creatorii săi, Kevin Systrom (celălalt fondator fiind Mike Krieger), ce înfățișează un câine stând lângă piciorul iubitei sale. Pe 6 octombrie 2010, aplicația Instagram a fost lansată pentru prima dată.



Octombrie, 2010

**1.074
miliarde
de
utilizatori
activi lunar**



*Creată de LABC, după o imagine
Creative Commons*

Intenția inițială a fost de a propune o rețea de socializare cu funcția de album de fotografii public.

Evoluția sa a fost atât de semnificativă încât, pentru multe funcții, a servit drept exemplu pentru alte rețele sociale: hashtag-uri (2011), postare video (2013), povești (2015-2016) și reels (2020) au apărut pentru prima dată pe Instagram, iar acum sunt prezente pe aproape toate canalele de socializare. Această standardizare și transferabilitate a funcționalității este și rezultatul achiziției Instagram de către Facebook în 2013.

Instagram a dezvoltat și un set de instrumente dedicate comunicării, atât în sensul mesajelor, cât și al apelurilor video.

Astăzi, din vocația inițială a Instagramului pentru colecțiile de fotografii, rămâne doar sigla. Acum, Instagram este un canal de comunicare comercial puternic, în special pentru brandurile de modă sau de imagine. În fiecare zi, aproximativ 80 de milioane de fotografii sunt distribuite pe IG și există aproximativ 3,5 miliarde de aprecieri.

Tipul de comunicare abordat

Orice comunicare din Instagram conține cel puțin o imagine. Tonul nu este prea serios, este bine să alegem un mesaj scurt, eficient și direct legat de conținutul vizual. Adesea, textul este parte din imagine.

Câteva reguli de comunicare

Textele nu pot depăși 2.200 de caractere, deoarece sunt concepute ca explicații pentru fotografii. În mod ideal, ar trebui să aibă maxim 125 de caractere, astfel încât mesajul să

fie vizibil, fără ca audiența să trebuiască să dea din nou clic. Acest aspect este important, deoarece Instagram a fost creată pentru telefoanele mobile.

Hashtag-urile Instagram ar trebui să urmeze textul, separate de explicația fotografiei printr-o linie sau puncte și trebuie alese cu atenție. Acestea sunt foarte utile pentru a crește vizibilitatea postării și pentru a ajunge la acei utilizatori care ar putea fi interesați de subiectul postat.

Instagram nu are un editor de text real (nu putem așeza sau schimba fontul decât cu instrumente accesorii pentru profesioniști).

Pentru a ocoli această limitare, se pot folosi emoticoane sau putem scrie textul într-o altă aplicație (de exemplu, „Note” pe telefonul mobil), putem apoi copia textul formatat și insera în legenda postării de pe Instagram.

Înșelătorii uzuale și riscuri la care trebuie să fim atenți

O rețea socială atât de răspândită atrage persoane rău-intenționate și multe înșelătorii sunt comise zilnic asupra utilizatorilor naivi. Una dintre acestea este cea în care utilizatorul este etichetat într-o poveste ca fiind câștigătorul unui obiect scump (cel mai recent model de iPhone, de exemplu). Este bine să nu răspundem la acestea, să raportăm utilizatorul și să nu divulgăm niciodată datele personale.



2.10.4. WhatsApp

WhatsApp este un sistem de mesagerie instantanee, dar care este acum integrat cu rețelele de socializare populare.

Creatorii, Jan Koum și Brian Acton, sunt foști angajați ai Yahoo!, care au vrut să se alăture echipei Facebook, înainte de a se lansa în aventura lor.

Ideea WhatsApp a luat naștere în 2009, când Jan Koum a început să se gândească la crearea unei aplicații, care să permită utilizatorilor să poarte conversații cu prietenii, colegii, familia, etc. Prima finanțare de 250.000 USD a venit de la niște prieteni de la Yahoo.

Scopul este de a permite o comunicare fără interferențe, imediată și rapidă, fără jocuri și fără reclame.

Începutul a fost greu, astfel încât Koum a fost tentat să renunțe.

În 2009, WhatsApp era disponibil în magazinul de aplicații pentru iPhone și câteva luni mai târziu era gata și o versiune pentru Blackberry.

De atunci, aplicația s-a dezvoltat exponențial și în 2013 avea deja peste 200 de milioane de utilizatori, ceea ce a atras achiziția sa de către Facebook, pentru aproximativ 19 miliarde de dolari.

Investiția lui Zuckerberg a fost una de succes, în 2016 înregistrând peste 1 miliard de utilizatori, iar numărul este în continuă creștere. Koum și Acton rămân la cârmă, iar logoul este cel conceput inițial.

Tipul de comunicare abordat

WhatsApp permite conversații scrise cu mai multe persoane prin definirea grupurilor, trimiterea de imagini și documente, apeluri audio și video în doi sau în cadrul grupurilor. Este un instrument de colaborare popular, care accelerează transferul de informații. Are și o versiune de PC utilizată pe scară largă. De asemenea, este din ce în ce mai folosit în marketing.

Câteva reguli de comunicare

Nu există reguli specifice.

Înșelătorii uzuale și riscuri la care trebuie să fim atenți

Mesajele în lanț și-au găsit un nou canal aici, facilitate de simplitatea cu care mesajele pot fi transmise și răspândite. Din acest motiv, WhatsApp a inclus o limită de 5 „redirecționări” pe mesaj și imposibilitatea redirecționării multiple. Aceste măsuri au fost



2009

**1.6 miliarde
de
utilizatori
activi lunar,
din peste
180 de țări**



*Creată de LABC, după o imagine
Creative Commons*



introduse în timpul pandemiei, pentru a limita răspândirea știrilor false despre coronavirus. Mesajele redirectionate se disting de altele printr-o pictogramă cu dublă săgeată.



2.10.5. E-mail

Nașterea internetului se datorează proiectului ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network), pe care Departamentul de Apărare al SUA l-a inițiat în septembrie 1969, pentru a facilita comunicarea între diferite departamente.

Prima experiență de comunicare online a fost dezvoltată în 1965 la MIT, în Boston: programul MAILBOX permitea studenților să trimită mesaje colegilor lor. Era un sistem inovator la acea vreme, dar destul de grosier.

Ray Tomlinson, din echipa ARPANET, a inventat apoi un program, care permitea angajaților agenției să comunice, dând astfel naștere e-mailului modern.

Primul e-mail a fost trimis în octombrie 1971, înlocuind rapid telegraful (anii 1930) și Telex-ul (anii 1960).

Însuși Tomlinson a inventat semnul @, care servește la identificarea destinatarului. Primele adrese erau construite ca numedeutilizator@numecomputer.

Succesul ARPANET a determinat dezvoltarea programului de îmbunătățire a serviciului: în 1975, John Vittel a realizat funcționalitatea de a organiza mesajele trimise, iar Shiva Ayyadura le-a împărțit în „mesaje primite” și „mesaje trimise”.

Au luat naștere primele liste de corespondență, adică grupuri de discuții prin e-mail, iar în 1980 au fost introduse emoticoanele.

Când au apărut primii furnizori de servicii de internet, domeniul de aplicare a e-mailului nu mai avea limite.

Serviciile de e-mail la începuturile lor sunt foarte diferite de cele pe care le cunoaștem și care au fost inspirate de Microsoft Outlook (1992).

De la apariția Hotmail în 1996, urmată de Yahoo Mail, e-mailul a fost online.

În prezent și din 2007, Gmail este cel care domină piața și datorită integrării recente a unei suite de programe de birou.

Evoluția e-mailului este e-mailul certificat (PEC). Aceasta este o aplicație capabilă să producă comunicări însoțite de un certificat digital legal. În Italia, este o cerință pentru comunicarea cu organisme guvernamentale. În acest sens, situația nu este omogenă în cadrul Uniunii Europene și este în desfășurare un proces complex de aprobare.

Adresa de e-mail PEC seamănă cu o casuță de e-mail standard, dar calea mesajului este urmărită. Expeditorul primește confirmarea primirii și citirii, iar mesajul nu poate fi



1971

**Larg
răspândit,
predominant**



*Creată de LABC, după o imagine
Creative Commons*



modificat. În Italia, deținerea unei căsuțe de e-mail PEC este obligatorie pentru orice tip de afacere.

Tipul de comunicare abordat

E-mailurile sunt acum atât de răspândite încât nu fac parte din contextul nostru. Tonul depinde de scriitor, receptor și scopul comunicării. O mare parte din regulile sintactice de comunicare prin text derivă din ceea ce s-a dezvoltat la nivel lingvistic în e-mail-uri.

Câteva reguli de comunicare

Regulile sunt derivate din regulile de comunicare scrisă folosite în scrisori. Un sfat mereu valabil este să nu scrieți texte încărcate sau redundante, să folosiți marcatori pentru a contura concepte și să nu abuzați de imagini, care îngreunează transmiterea mesajului.

În plus, iată câteva atenționări de luat în seamă, pentru a stăpâni pe deplin comunicarea:

1. Scrierea cu MAJUSCULE este în mod convențional echivalentă cu ridicarea tonului (a fi folosită cu înțelepciune, pentru a nu supăra interlocutorul).
2. Adresați-le doar persoanelor implicate efectiv (suntem invadați de e-mailuri și multe sunt în pericol de a nu fi citite).
3. Alegeți subiecte relevante, inteligibile și pregătite pentru arhivare.

Înșelătorii uzuale și riscuri la care trebuie să fim atenți

Multe tipuri de înșelătorii pot fi comise prin e-mail, dar acesta este mediul ideal pentru phishing. E-mailurile foarte asemănătoare cu cele reale în conținut, aspect și adresa expeditorului sunt trimise solicitând coduri și date personale, parole secrete și acces la serviciile bancare online. Cea mai bună regulă este să nu dezvăluim niciodată codurile de acces, nici măcar organizațiilor care le-au emis!

Mai puțin periculoase, dar, până în urmă cu câțiva ani, foarte răspândite, sunt scrisorile în lanț, un sistem de multiplicare a unui mesaj, prin care destinatarul este îndemnat să trimită mai departe persoanelor din lista sa pe baza superstiției, a promisiunii unui câștig sau a unui premiu. Această practică exista deja înainte de comunicarea digitală și datează din tradiția conform căreia a-ți determina prietenii și cunoștințele să se roage unui sfânt era o modalitate de a obține bunăvoința acestuia și de a le fi îndeplinite cererile.

Astăzi, scrisorile în lanț sunt distribuite mai ales prin Whatsapp.



3. RESURSE SUPLIMENTARE

- *Ce conturi de Social Media trebuie să îți creezi pentru Afacerea Ta? Cum să îți promovezi produsele:* <https://www.youtube.com/watch?v=olu2JNkTwOw>
- Steven Levy, *Facebook: Povestea din spatele unui brand de succes*, 2022, Editura RAO
- Jason Steinhauer, *History, Disrupted: How Social Media and the World Wide Web Have Changed the Past*, 2022, Palgrave Macmillan
- Film: *Rețeaua de socializare*, de David Fincher, 2010, Columbia Picture
- Prin accesarea următoarelor linkuri, veți descoperi videoclipuri despre gândirea critică:
<https://www.youtube.com/watch?v=dItUGF8GdTw>
<https://www.youtube.com/watch?v=vNDYUlxNIAA>

4. BIBLIOGRAFIE

1. Holler insights, *Conversational Media. Defining a New Digital Medium*, 10 mai 2021, accesat la 10 septembrie 2022, <https://www.holler.io/insights/conversational-media-defining-a-new-digital-medium>
2. *Exploring Communication Theory: Making Sense of Us* Paperback – 29 decembrie, 2015, de Kory Floyd, Paul Schrod, Larry A. Erbert, Angela Trethewey
3. Paul Grice, *Studies in the Way of Words*, Harvard University Press, 1991
4. Dingkun Wang, *Translation and Social Media Communication in the Age of the Pandemic*, 2022, Tong King Lee
5. *Conversational Media. Defining a New Digital Medium*, Holler insights, 10 mai 2021, accesat la 10 septembrie 2022
6. Mulder, P. (2018). Lasswell Communication Model. Accesat în 2022, la Toolshero: <https://www.toolshero.com/communication-methods/lasswell-communication-model/>
7. UNESCO. *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*, 2018, from: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>
8. Analysis of New Media Communication Based on Lasswell's "5W" Model, Peng Wenxiu, 2015, *Journal of Educational and Social Research*, MCSER Publishing, Roma, Italia
9. <https://community.criticalthinking.org/>
10. Andrew Arnold, *How To Maintain Critical Thinking In The Modern World Of New Media*, 2018, Forbes, <https://www.forbes.com/sites/andrewarnold/2018/02/27/how-to-maintain-critical-thinking-in-the-modern-world-of-new-media/?sh=7133ccfc50e5>
11. McCombs M. E., Shaw D. L., Weaver D. H. (2014). New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*, 17:781–802 http://www.bemedialiterate.com/uploads/1/7/2/2/1722523/agendasetting_2014.pdf



MODULUL 6: Instrumente digitale care ne sprijină munca



1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

1.1. SCOPUL MODULULUI

Scopul acestui modul este de a oferi informații despre instrumentele online disponibile, cum ar fi platformele, aplicațiile sau extensiile web, astfel încât, odată ce vă familiarizați cu acestea, să puteți alege instrumentul potrivit, care să vă ajute să analizați informațiile pe care le primiți și să vă dezvoltați abilitatea de a gândi în mod critic. Modulul include și cursuri online disponibile sub formă de jocuri, pentru a vă ajuta să vă dezvoltați capacitatea de a recunoaște dezinformarea și știrile false.

1.2. OBIECTIVELE ÎNVĂȚĂRII

La finalizarea acestui modul, veți fi capabil:

- o să recunoașteți diferite tipuri de instrumente online;
- o să decideți ce instrument să alegeți pentru a analiza informațiile găsite online;
- o să folosiți instrumentul selectat;
- o fiți mai rezistent la tehnicile de manipulare folosite de unele mijloace de mass-media.

2. CONȚINUTUL ÎNVĂȚĂRII

2.1. INSTRUMENTE ONLINE DISPONIBILE PENTRU VERIFICAREA INFORMAȚIILOR

Știrile false sunt o problemă care afectează întreaga lume. Dezinformarea, al cărei scop principal este să inducă în eroare privitorul, să creeze incertitudine și haos, are o putere și o influență incredibile asupra deciziilor societății în viața de zi cu zi și la fiecare nivel. Tot mai mulți oameni devin conștienți de existența dezinformării, dar problema este, s-ar putea spune, aproape imposibil de controlat. Dezinformarea are capacitatea de a se răspândi cu viteza luminii. Există așadar o soluție la această problemă?

Instrumentele prin care puteți recunoaște și verifica informațiile pe care le primiți pot fi de ajutor în această direcție.

În acest modul veți găsi informații despre instrumentele, platformele și aplicațiile online gratuite disponibile, care vă pot ajuta să distingeți dezinformarea și știrile false.

În ultima vreme, au fost dezvoltate tot mai multe instrumente pentru verificarea știrilor false. Cu toate acestea, încă nu a apărut niciun instrument care să poată distinge perfect adevărul de minciună. Dar, chiar și așa, multe dintre aceste instrumente disponibile online vă pot ajuta să verificați informațiile pe care le primiți. Când vine vorba de alegerea

instrumentului potrivit, aceasta va depinde de tipul de informații primite; acestea pot fi o **fotografie**, un **videoclip** sau poate un **articol** pe un portal?

2.2. PLATFORME ȘI APLICAȚII ONLINE PENTRU VERIFICAREA FAPTELOR

2.2.1. AdblockPlus

AdblockPlus este o aplicație și extensie de browser menită să blocheze reclamele rău intenționate, dar și site-urile care răspândesc dezinformare. Instrumentul a fost creat în 2011 și este o resursă deschisă și gratuită.

Puteți ajusta setările implicite, astfel încât nici măcar reclamele „albite” de instrument, adică cele care îndeplinesc standardele pentru reclame acceptabile, să nu apară. Această setare asigură combaterea dezinformării, care este răspândită prin publicitate, și că cookie-urile și tracker-ii nu pot monitoriza site-urile web vizualizate.

Cu acest instrument, puteți bloca reclame YouTube, reclame Facebook, banner-e, ferestre pop-up sau orice alte reclame enervante.

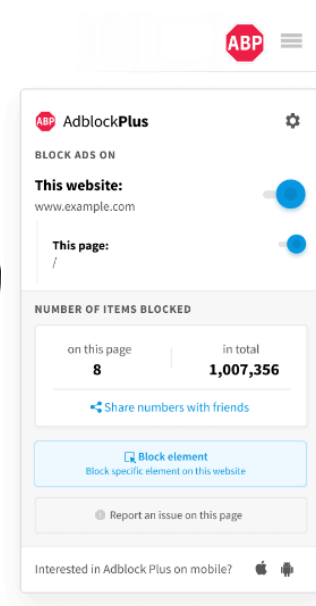
Surf the web with no annoying ads

- ✓ Experience a cleaner, faster web and block annoying ads
- ✓ Acceptable Ads are allowed by default to support websites (learn more) ^[1]
- ✓ Adblock Plus is free and open source (GPLv3+)

By clicking the button below, you agree to our [Terms of Use](#).



[Download Adblock Plus for another browser](#)



Imaginea 1

Sursa: <https://adblockplus.org/en/>

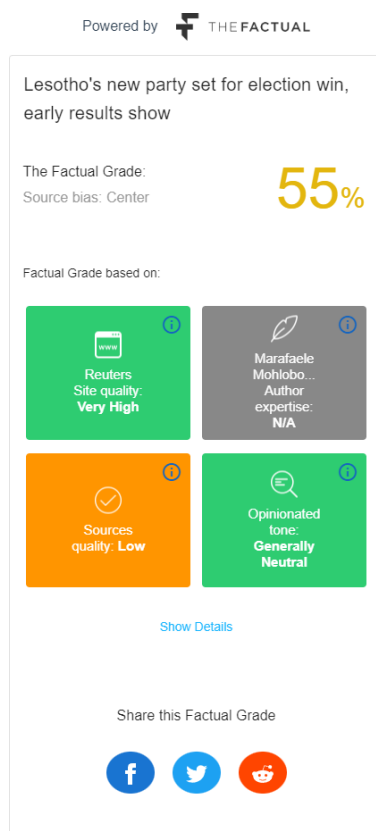
2.2.2. Factual

Este o aplicație mobilă și o extensie de browser care verifică în fiecare zi peste 10.000 de articole de știri pentru credibilitatea lor. Prin acest instrument, veți avea acces la cinci produse, care vă ajută să primiți cele mai fiabile informații. Acestea sunt: buletin informativ (newsletter), site web, aplicație mobilă (iOS, Android), extensii Chrome, site-ul [IsThisCredible.com](https://www.isthiscredible.com) - dacă ați găsit un articol care nu vi se pare credibil, aici îl puteți evalua și verifica, precum și găsi informații de încredere despre orice subiect.

Factual este alimentată de un algoritm, care evaluează conținutul pe o scară de la 0 – 100%. Evaluarea se concentrează pe patru indicatori și anume:

- ✓ *surse*: cât de extinse și diverse sunt, sunt primare sau secundare, se repetă, sunt diverse din punct de vedere politic, câte și cât de lungi sunt citatele?
- ✓ *ton*: cât de neutru este, încearcă autorul să transmită informația sau să agite?
- ✓ *expertiza asupra subiectului*: autorul a mai scris anterior despre subiect, cum sunt apreciate articolele anterioare?
- ✓ *reputația site-ului web*: care este media istorică a site-ului de-a lungul timpului?

Evaluarea este interpretată prin prisma probabilității ca articolul să fie credibil. Un articol cu o evaluare mai mare de 75% este considerat informativ, în timp ce un articol cu o evaluare mai mică de 50% este considerat ca fiind mai puțin credibil.



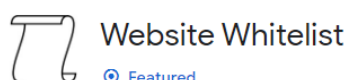
Imaginea 2

Sursa: <https://www.isthiscredible.com/?url=https://www.reuters.com/world/africa/lesothos-new-party-set-election-win-early-results-show-2022-10-09/>

2.2.3. Website Whitelist

Aceasta este o extensie de browser care permite acces doar către site-uri pe care le considerați de încredere. Solicitățile către site-uri web care nu sunt de încredere sunt blocate, prin evaluarea domeniului, pentru a vedea dacă acesta este inclus în „lista albă”. Dacă site-ul solicitat nu este găsit, cererea este blocată automat înainte de a începe.

Cu această extensie, vă veți proteja de redirecționarea către site-uri dubioase de către hackeri și de răspândirea programelor malware.



Featured

★★★★★ 11 | Productivity | 673 users

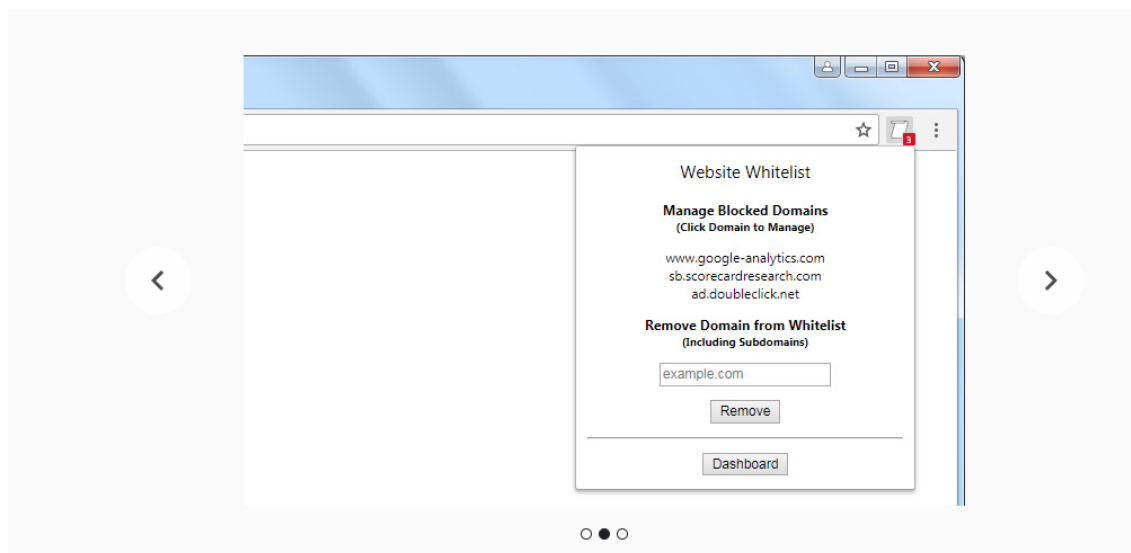
Overview

Privacy practices

Reviews

Support

Related

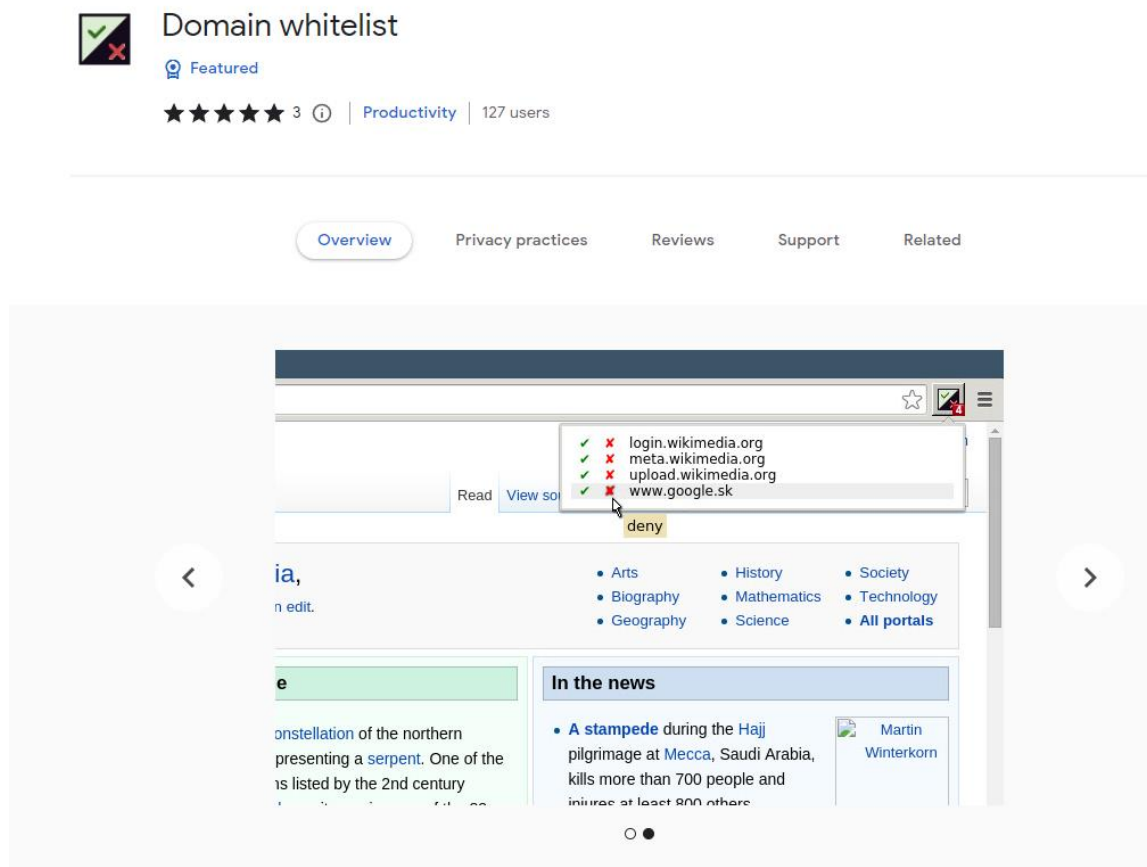


Imaginea 3

Sursa: <https://chrome.google.com/webstore/detail/website-whitelist/bmlipnlhfpjgmajlennmdkldjmebahnm?hl=en>

2.2.4. Domain whitelist

Acesta blochează anunțuri, permițând solicitări ce vin doar de la site-urile web incluse într-o listă de domenii specificate de dvs. Acesta blochează toate solicitările site-ului web, astfel încât dacă doriți să vedeți un anumit site, trebuie să acordați permisiunea din fereastra pop-up. Este cel mai mic dispozitiv de blocare a reclamelor interactiv din lume, codul sursă este are doar 5 kB.



Imaginea 4.

Sursa: <https://chrome.google.com/webstore/detail/domain-whitelist/pdfmaiicdceohdpbcldidiobpfpdkda?hl=en>



2.2.5. Logically

Este o extensie de browser și o aplicație mobilă cu care puteți verifica fapte și imagini. Are o funcție automată de asistent de căutare, dar se bazează și pe verificatori de fapte umani. Instrumentul monitorizează mai mult de un milion de domenii și platforme de social media în timp real. Utilizează datele colectate pentru a evalua veridicitatea informațiilor care apar online.

The screenshot shows the Logically website interface. At the top, there's a dark navigation bar with the 'Logically.' logo on the left and links for 'Solutions', 'Research', 'Resources', and 'Company' on the right. Below the navigation bar, there's a section titled 'Follow Logically fact-checking on social media' with Twitter and Facebook icons. The main content area is titled 'Latest fact-checks' and displays three fact-check cards. Each card includes a thumbnail image, a status label (FALSE, PARTLY TRUE, or FALSE), a date, and a brief description of the claim being checked.

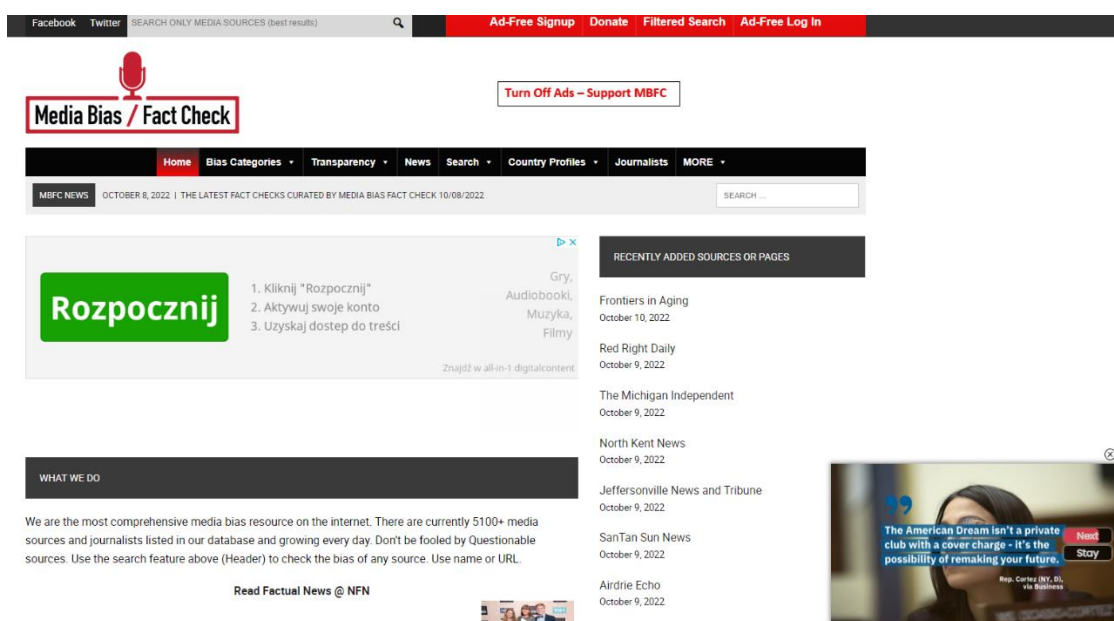
Thumbnail	Status	Date	Description
	FALSE	10/10/2022	BBC journalist Jeremy Bowen pretended to be under attack while reporting on Russian-Ukraine war.
	PARTLY TRUE	07/10/2022	China produced more CO2 equivalent emissions than the entire western hemisphere in 2021.
	FALSE	07/10/2022	Qatar FIFA World Cup 2022 has released an infographic listing restriction on alcohol, loud music, and profanity.

Imaginea 5

Sursa: <https://www.logically.ai/fact-check>

2.2.6. MediaBias Ratings

Aceasta este o platformă cu ajutorul căreia puteți identifica sursele de știri îndoielnice și cele care vi se par a fi conspirative. Platforma are în baza sa de date peste 5 000 de surse media și jurnalistice și se extinde în fiecare zi. Puteți verifica sursa introducând numele sau adresa site-ului web.



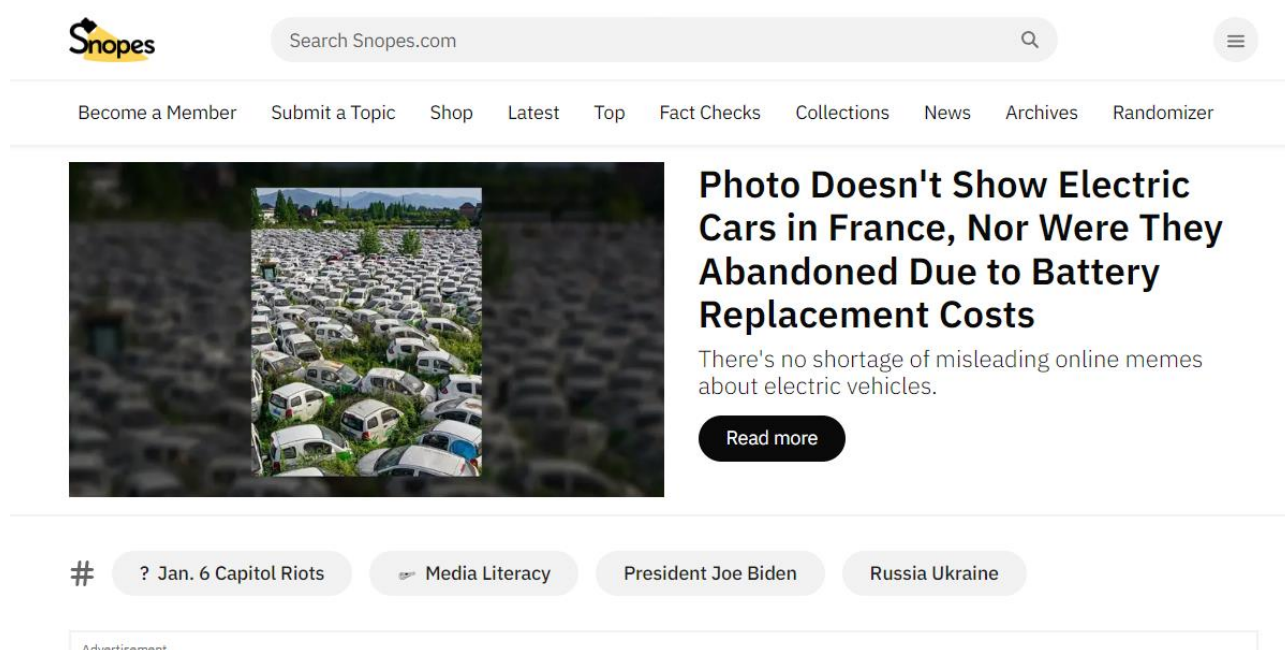
Imaginea 6

Sursa: <https://mediabiasfactcheck.com/>

2.2.7. Snopes

Site-ul a fost înființat în 1994, pentru a cerceta legendele urbane, farsele și folclorul. Acum este cea mai veche și cea mai mare platformă pentru verificarea informațiilor. Analiza informațiilor se bazează pe dovezi, cu legături către surse, astfel încât să puteți căuta singuri informații și să vă dezvoltați gândirea critică, formându-vă propria opinie asupra unui subiect dat.

Snopes evaluează articolele, marcându-le astfel: Adevărat, Mix de minciună și adevăr, În mare parte fals, Fals, Nedovedit, Învechit, Subtitrare greșită, Atribuire corectă, Atribuire incorectă, Scanare, Legendă.



The screenshot shows the Snopes website interface. At the top is the Snopes logo and a search bar. Below the navigation bar, there is a featured article titled "Photo Doesn't Show Electric Cars in France, Nor Were They Abandoned Due to Battery Replacement Costs". The article includes a thumbnail image of a large parking lot filled with cars, some of which appear to be electric vehicles. The text of the article states: "There's no shortage of misleading online memes about electric vehicles." Below the article title is a "Read more" button. At the bottom of the page, there is a section with hashtags and topics: "# Jan. 6 Capitol Riots", "Media Literacy", "President Joe Biden", and "Russia Ukraine".

Imaginea 7
Sursa: <https://www.snopes.com/>



2.2.8. FactCheck.org

Acesta este un site web dedicat în principal politicii americane. Jurnaliștii care verifică materialele se concentrează pe declarațiile politicianilor.



Imaginea 8

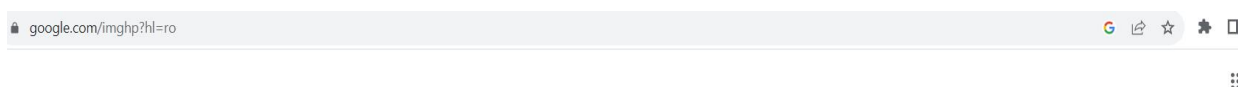
Sursa: <https://www.factcheck.org/>



2.3. INSTRUMENTE DIGITALE PENTRU VERIFICAREA VIDEOCLIPURILOR ȘI IMAGINILOR

2.3.1. Google Reverse Image Search

Acesta este probabil cel mai cunoscut instrument pentru verificarea site-urilor web pentru imagini similare cu cea care vă interesează. Vă oferă posibilitatea de a verifica sursa originală a imaginii, precum și dacă aceasta a fost folosită anterior într-un alt context, de exemplu, într-un alt articol. Instrumentul este foarte intuitiv, așa că oricine poate lucra cu el. Puteți căuta o imagine încărcând-o de pe computer sau introducând adresa imaginii. Pe site-ul web Google Reverse Image Search, veți găsi, de asemenea, o pagină de ajutor, cu informații pas cu pas despre cum să începeți.

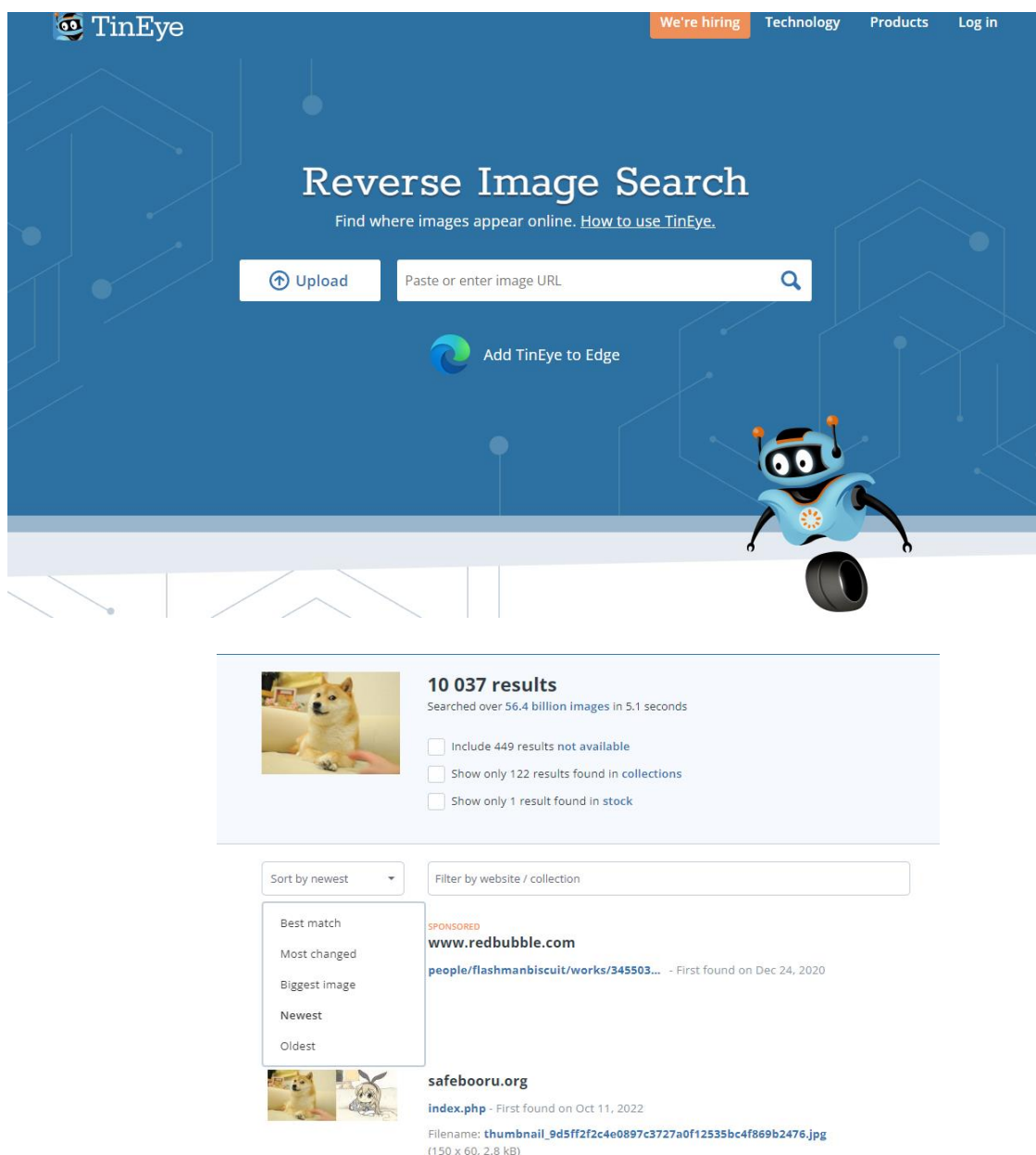


Imaginea 9

Sursa: <https://www.google.com/imghp?hl=ro>

2.3.2. TinEye

Acest instrument funcționează similar cu Google Reverse Image Search. Căutați după imagine, încărcând-o de pe computer sau introducând o adresă URL. TinEye are peste 56,4 miliarde de imagini în catalogul său. Este de remarcat faptul că, prin utilizarea acestui instrument, imaginea dvs. nu este salvată sau indexată - căutarea este privată și sigură. În plus, instrumentul are o opțiune de sortare a rezultatelor care facilitează compararea imaginii verificate cu cele afișate în rezultatele căutării.



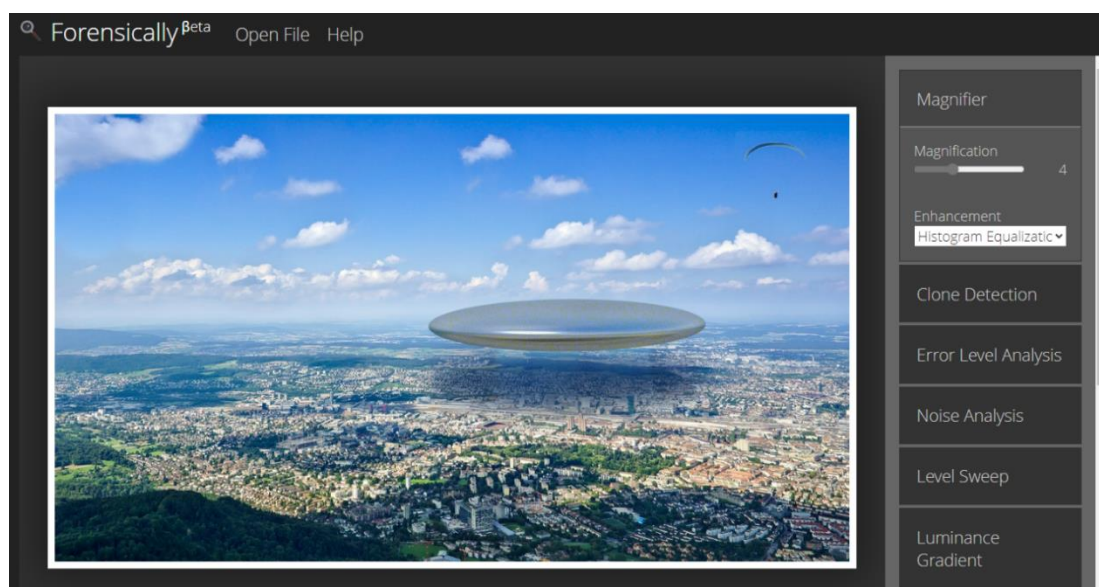
Imaginea 10

Sursa: <https://tineye.com/>

2.3.3. Forensically

Un set de instrumente de verificare digitală a imaginilor, care vă va ajuta să identificați inconsecvențele din imaginile dvs. Este alcătuit din instrumente precum:

- *Magnifier (lupă)* – mărește dimensiunea pixelilor și contrastul, permițându-vă să vedeți detalii ascunse în imagine.
- *Clone Detection (detectare clonare)* – scopul acestui instrument este de a evidenția zone similare dintr-o imagine, ceea ce este un indicator al faptului că imaginea a fost manipulată folosind instrumentul de clonare.
- *Error Level Analysis (analiza erorilor de nivel)* – acest instrument arată că zonele din imagine care sunt mai întunecate sau mai deschise pot fi manipulate.
- *Noise Analysis (analiza Noise)* – funcționează cel mai bine pe imagini de înaltă calitate și este utilă pentru verificarea manipulărilor de imagine, cum ar fi aerograful, deformările, distorsionarea și clonarea cu corecție de perspectivă.
- *Level Sweep (explorarea nivelării)* – mărește contrastul nivelurilor de luminozitate, făcând vizibile marginile care au fost introduse când a fost copiat conținutul.
- *Luminance gradient (degradeu luminozitate)* – analizează nivelul de luminozitate al diferitelor zone ale fotografiei. Pe o fotografie ale cărei părți diferă ca și culoare, dar se află la unghiuri similare cu sursa de lumină, este posibil ca iluminarea să fi fost manipulată. Acest instrument este, de asemenea, folosit pentru a verifica marginile, care ar trebui să aibă degradeuri similare. Cu toate acestea, dacă degradeurile de pe o margine diferă de celelalte, acest lucru poate indica manipularea imaginii.
- *PCA (analiza componentelor principale)* – analizează principalele componente din imagine, oferind un unghi diferit de vedere al datelor imaginii, ceea ce, la rândul său, vă ajută să vedeți orice modificări pe care le-ar fi putut suferi imaginea.
- *Meta Data* – afișează metadata de imagine ascunse.
- *Geo Tags* – indică locația GPS în care a fost făcută fotografia.
- *Thumbnail Analysis (analiză miniatură)* – arată o previzualizare a imaginii ascunse în interiorul celei originale, dacă aceasta există.
- *JPEG Analysis (analiza JPEG)* – permite extragerea metadatelor din fișierele JPEG.

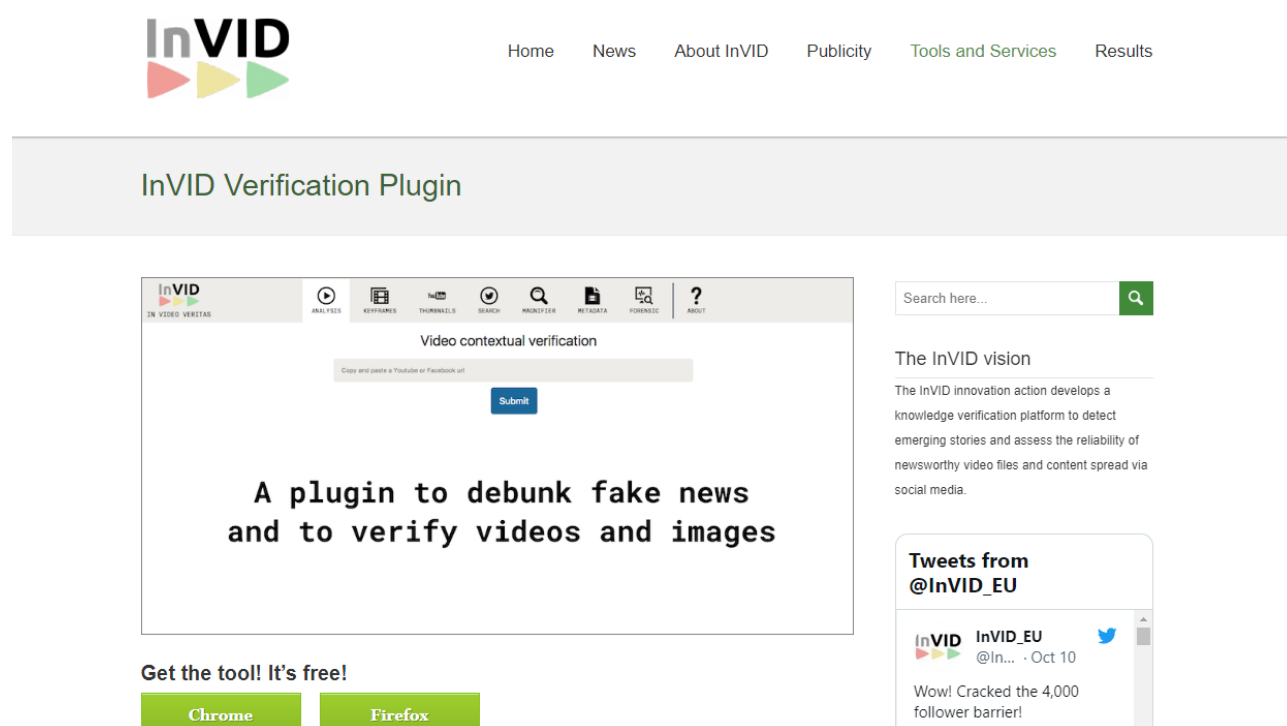


Imaginea 11

Sursa: <https://29a.ch/photo-forensics/#forensic-magnifier>

2.3.4. InVID

Un plug-in pentru motorul de căutare Chrome, care permite verificarea videoclipurilor de pe Facebook, Twitter și Youtube. Pentru a face acest lucru, introduceți pur și simplu adresa videoclipului. Instrumentul va analiza videoclipul și vă va furniza metadatele pe care le conține, cum ar fi locațiile din acesta sau când videoclipul a fost încărcat. De asemenea, foarte important este că, cu ajutorul InVID, puteți segmenta videoclipul în cadre, astfel încât să poată fi căutat prin instrumente de verificare a imaginii, cum ar fi Google sau TinEye.



Imaginea 12

Sursa: <https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>

2.4. INSTRUMENTE ONLINE PENTRU REȚELELE SOCIALE

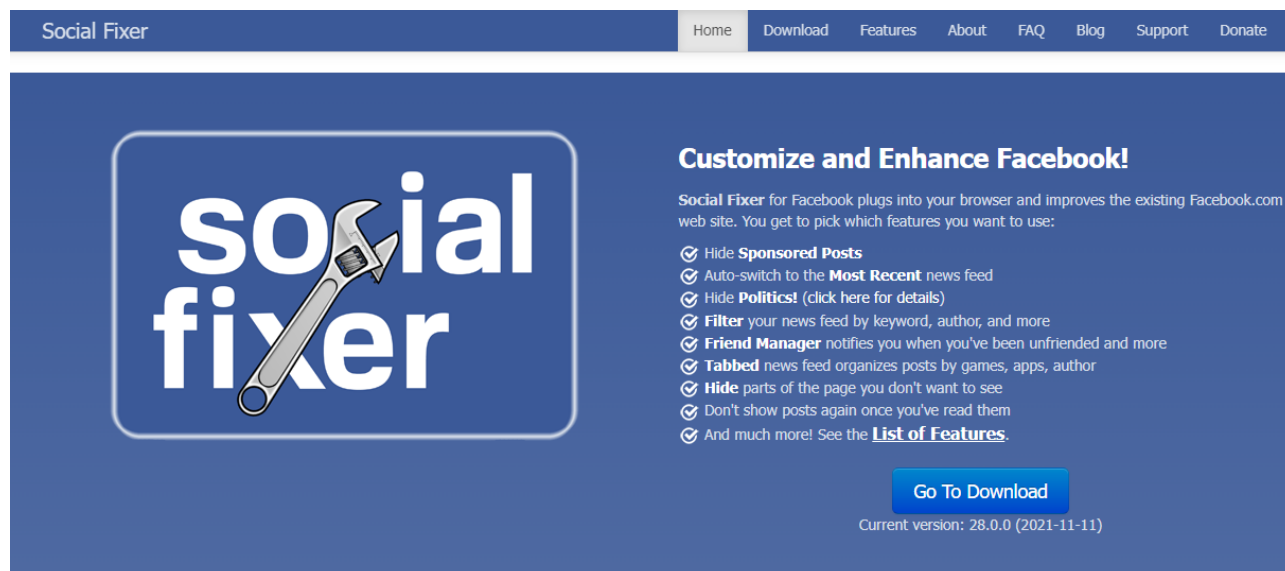
2.4.1. Social Fixer - un instrument util pentru Facebook

Acesta este un instrument creat pentru pagina de Facebook. Tot ce trebuie să faceți este să descărcați și să instalați Social Fixer, iar acesta se conectează la motorul de căutare. Are multe caracteristici care vor face utilizarea rețelei de socializare mult mai ușoară. Le puteți alege pe cele de care credeți că aveți cea mai mare nevoie. Mai jos, vă prezentăm câteva dintre ele:

Filter your news feed (filtrează postările noi) – un filtru care creează reguli ce procesează postările noi ce apar pe pagina dvs. Dvs. decideți cum vreți să arate aceasta, cu posibilitatea de a grupa postările în categorii. Puteți ascunde poveștile, grupându-le după cuvânt cheie, autor sau aplicație. Totuși, dacă nu știți cum să creați filtre, nimic nu se pierde, deoarece instrumentul are filtre gata făcute, pe care le puteți adăuga cu un singur clic. Un astfel de filtru, de exemplu, este pentru ascunderea reclamelor.

Hide the posts you have read (ascunde postările citite) – o altă caracteristică este capacitatea de a ascunde postările pe care le-ați citit deja. Pur și simplu, le marcați ca citite și, la următoarea accesare, nu vor mai apărea pe pagina dvs.

Hide parts of the page you do not want to see (ascunde părți din pagină pe care nu vreți să le vedeți) - selectând această opțiune din meniu, pagina se va afișa cu zone marcate, pe care le puteți ascunde pentru totdeauna. Pur și simplu, faceți clic pe cele pe care doriți să le ascundeți. Desigur, puteți, de asemenea, să reveniți la setări și să reactivați secțiunile selectate, pentru a fi afișate din nou.

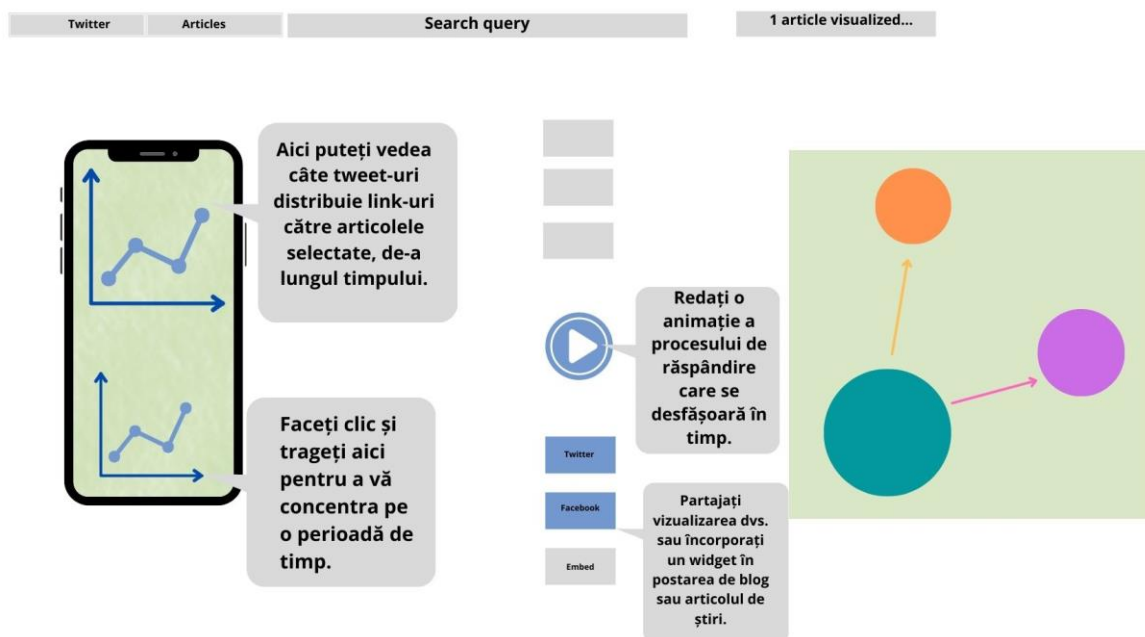


Imaginea 13

Sursa: <https://socialfixer.com/index.html>

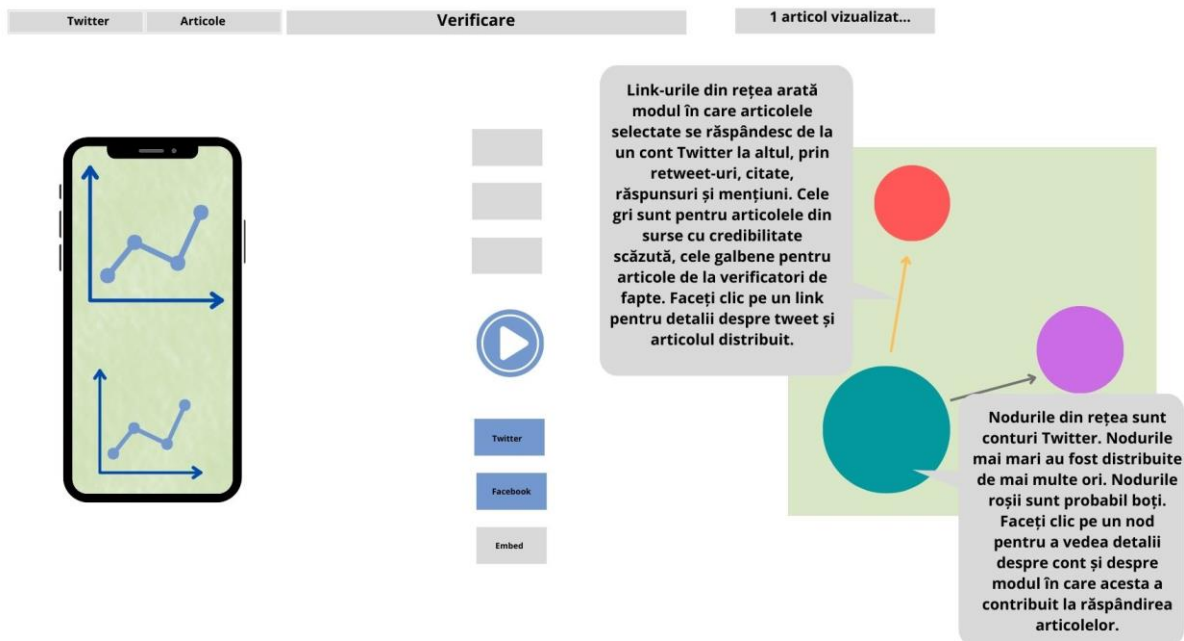
2.4.2. Hoaxy

Acesta este un instrument dedicat platformei Twitter, care ilustrează răspândirea articolelor pe internet. Hoaxy poate căuta informații până în 2016. Urmează link-uri distribuite către știri care provin din surse cu credibilitate redusă și, de asemenea, de la organizații independente de verificare a faptelor. Mai jos, puteți vedea cum funcționează.



Imaginea 14

Sursa: creată de CWEP pe baza informațiilor preluate de pe site-ul web <https://hoaxy.osome.iu.edu/>



Imaginea 15

Sursa: creată de CWEP pe baza informațiilor preluate de pe site-ul web <https://hoaxy.osome.iu.edu/>

HOAXY_® Help Software OSoMe

HOAXY_® beta
Visualize the spread of information on Twitter

☒ Live Search Any Twitter content from the past 7 days ⓘ
☐ Import Data Upload a CSV or JSON file containing Tweet information ⓘ

Example: vaccines Language: Any

Show: ☐ Recent ☐ Popular ☒ Mixed

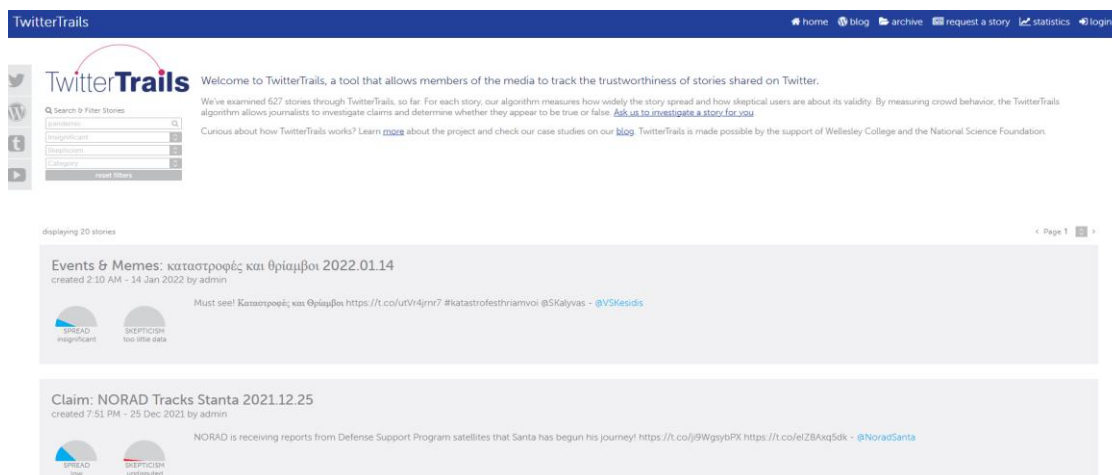
Search

Imaginea 16

Sursa: <https://hoaxy.osome.iu.edu/>

2.4.3. TwitterTrails

Este un instrument care își propune să combată dezinformarea, prin utilizarea unui algoritm ce analizează răspândirea postărilor și reacția utilizatorilor la acestea. Până în prezent, 627 de postări au fost colectate și analizate folosind TwitterTrails.

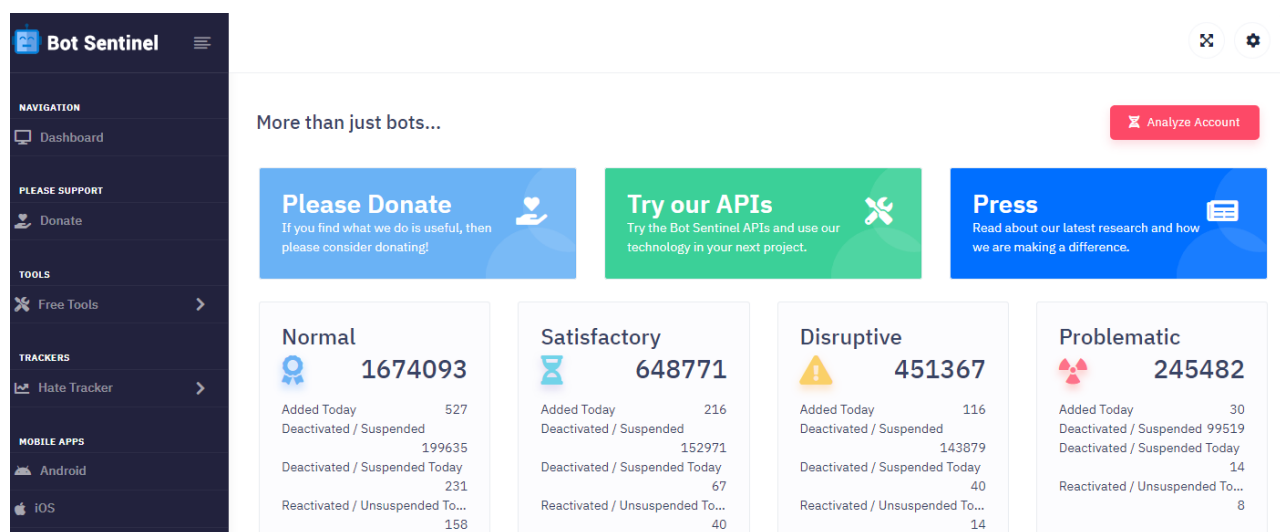


Imaginea 17

Sursa: <http://twittertrails.com/>

2.4.4. Bot Sentinel

Aceasta este o platformă pentru verificarea conturilor de Twitter. Utilizează învățarea automată, clasificând conturile cu o precizie de până la 95%. Bot Sentinel detectează așa-numiții „boți”, conturi create automat, analizând tweet-urile care sunt considerate neadecvate, conform regulilor Twitter. Conturile sunt evaluate pe o scară de la 0% la 100%. Cu cât ratingul unui cont este mai mare, cu atât este mai probabil ca acesta să fie implicat în răspândirea de știri false, menite să provoace diviziune și haos.



Imaginea 18

Sursa: <https://botsentinel.com/>



2.5. INSTRUMENTE DE FORMARE ONLINE PENTRU A DEZVOLTA ABILITĂȚI ÎN RECUNOAȘTEREA ȘTIRILOR FALSE

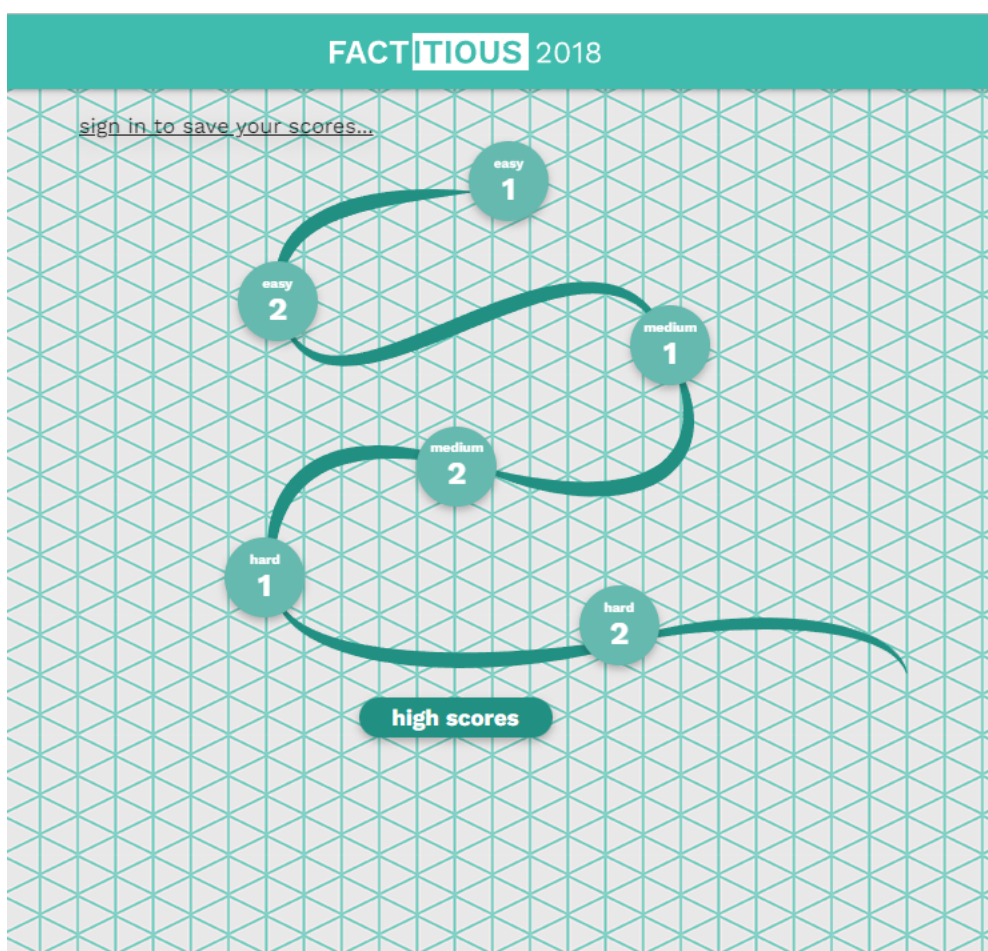
2.5.1. Factitious

Cu ajutorul acestui instrument, vă puteți îmbunătăți capacitatea de a recunoaște informații false, sub forma unui joc educațional. Jocul se bazează pe trei pași:

1. Citiți un articol.
2. Marcați cu X dacă credeți că este fals.
3. Marcați cu V dacă credeți că este adevărat.

Puteți verifica sursa articolului făcând click pe el. Jocul Factitious are trei niveluri de dificultate: ușor, mediu și greu.

Începeți cu cel mai ușor și strângeți puncte pentru a trece la nivelul următor!



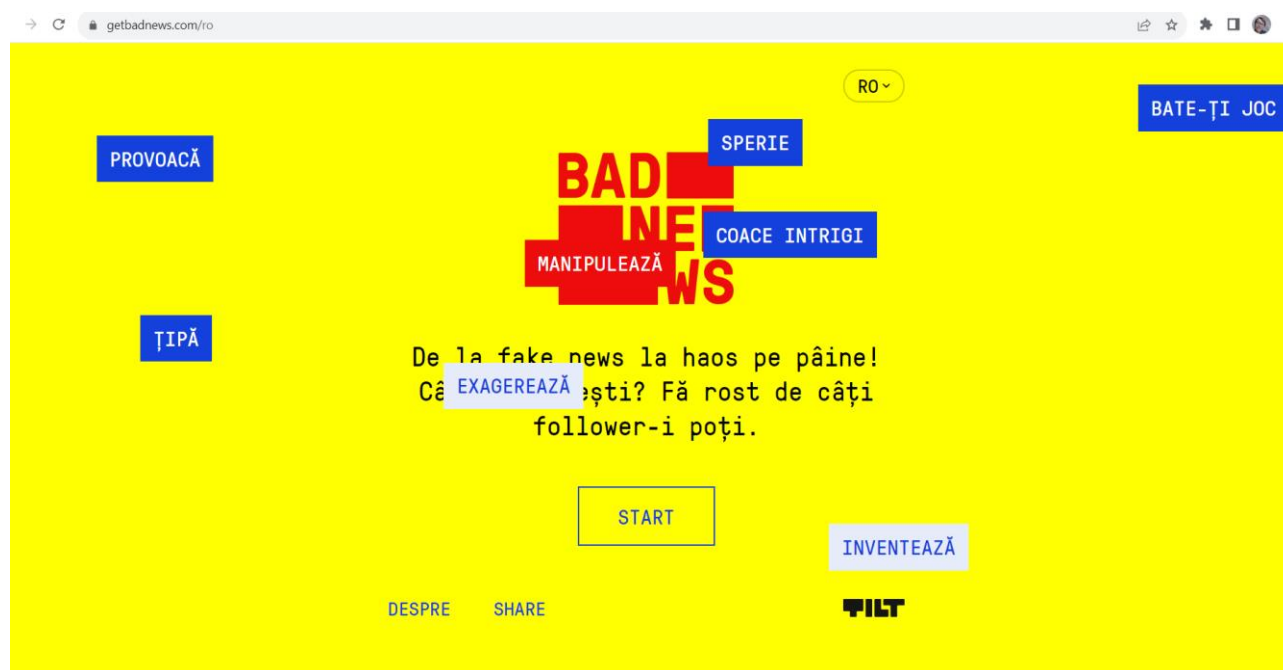
Imaginea 19

Sursa: <http://factitious.augamestudio.com/#/>

2.5.2. Bad News

Jocul este despre a câștiga cât mai multă audiență, în timp ce construiești credibilitatea falsă a unui serviciu de știri.

Este un joc care vă ajută să deveniți conștient de tehnicile folosite pentru a manipula și răspândi informații false. Folosind acest instrument, veți deveni mai rezistent la informațiile false întâlnite pe rețelele de socializare și veți înțelege că nu merită să le răspândiți prietenilor dvs. De asemenea, veți deveni mai încrezător în a recunoaște tehnicile de manipulare. Jocul este conceput pentru utilizatori cu vârsta peste 14 ani.



Imaginea 20

Sursa: <https://www.getbadnews.com/ro>



3. RESURSE SUPLIMENTARE

Iată câteva resurse suplimentare pe care le puteți folosi pentru a aprofunda cunoștințele legate de acest modul:

Videoclipuri

<https://www.youtube.com/watch?v=yBU2sDIUbp8>

<https://www.youtube.com/watch?v=hB6qjlxKItA>

<https://www.youtube.com/watch?v=tRZ-N3OwUs>

<https://www.youtube.com/watch?v=wJG7kFmS0FE>

<https://www.youtube.com/watch?v=nmgbFODPiBY>

4. BIBLIOGRAFIE

<https://adblockplus.org/en/>

<https://www.thefactual.com/>

<https://chrome.google.com/webstore/detail/websiteswhitelist/bmlipnlhfpjgmafjlnnmdkl djmehbahnm?hl=en>

<https://chrome.google.com/webstore/detail/domainwhitelist/pdfmaijcdceohdpbclfdidi obpfpdkda?hl=en>

<https://www.logically.ai/fact-check>

<https://mediabiasfactcheck.com/>

<https://www.snopes.com/>

<https://www.factcheck.org/>

<https://www.google.com/imghp?hl=en>

<https://tineye.com/>

<https://29a.ch/photo-forensics/#forensic-magnifier>

<https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>

<https://socialfixer.com/index.html>

<https://hoaxy.osome.iu.edu/>

<http://twittertrails.com/>

<http://factitious.augamestudio.com/#/>



<https://www.getbadnews.com/en/intro>

<https://whatsnewinpublishing.com/fighting-fake-news-5-powerful-and-free-tools-for-journalists/>

<https://www.rand.org/research/projects/truth-decay/fighting-disinformation/search.html>

<https://thetrustedweb.org/ai-powered-tools-for-fighting-fake-news/>



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

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 știri 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 propriile 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 de socializare

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”*⁹.

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 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.

⁹ „Utilizatori ai lumii, uniți-vă! Provocările și oportunitățile social media”, 2010, Andreas Kaplan și Michael Haenlein.

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

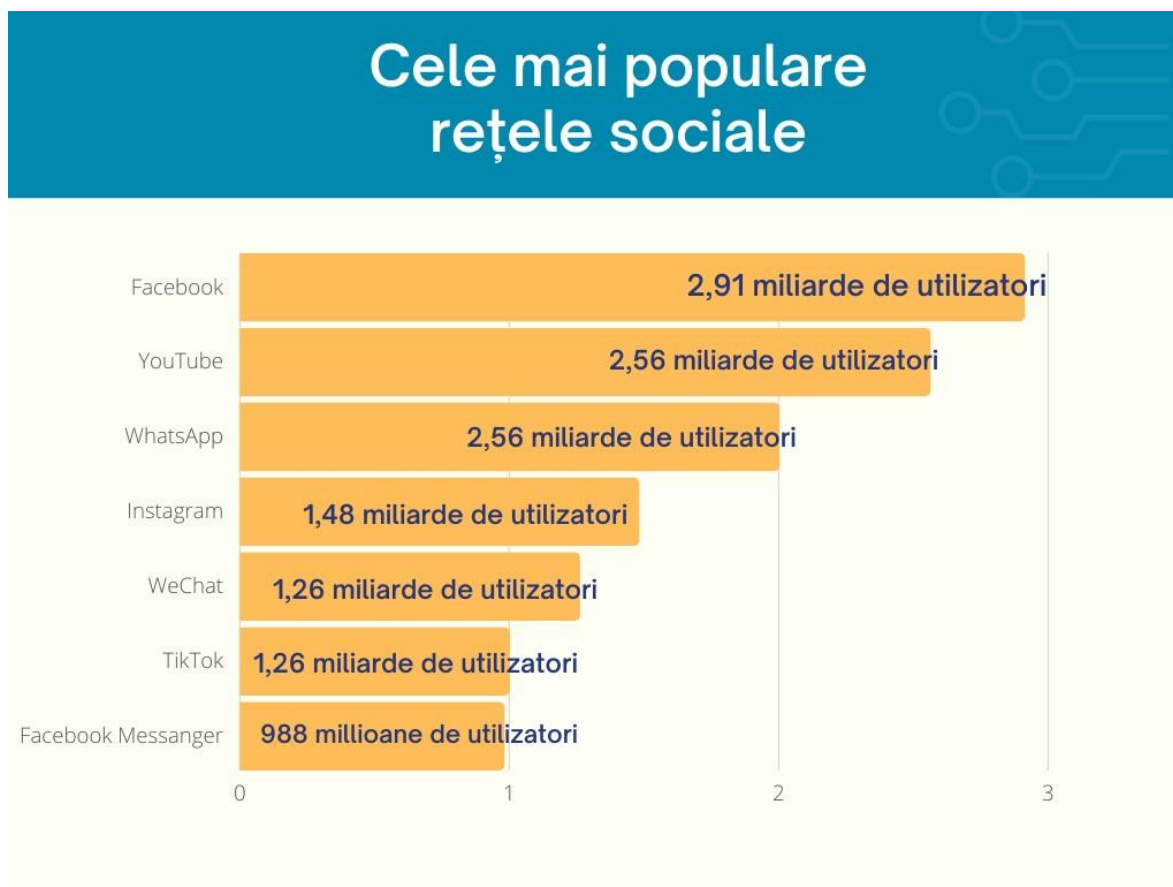
1. aplicații interactive Web 2.0 bazate pe internet;
2. conținut generat de utilizatori, cum ar fi texte postate sau comentarii, fotografii sau videoclipuri, precum și date generate prin toate interacțiunile online;
3. utilizatorii creează profiluri specifice serviciului pentru un anumit site web sau 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

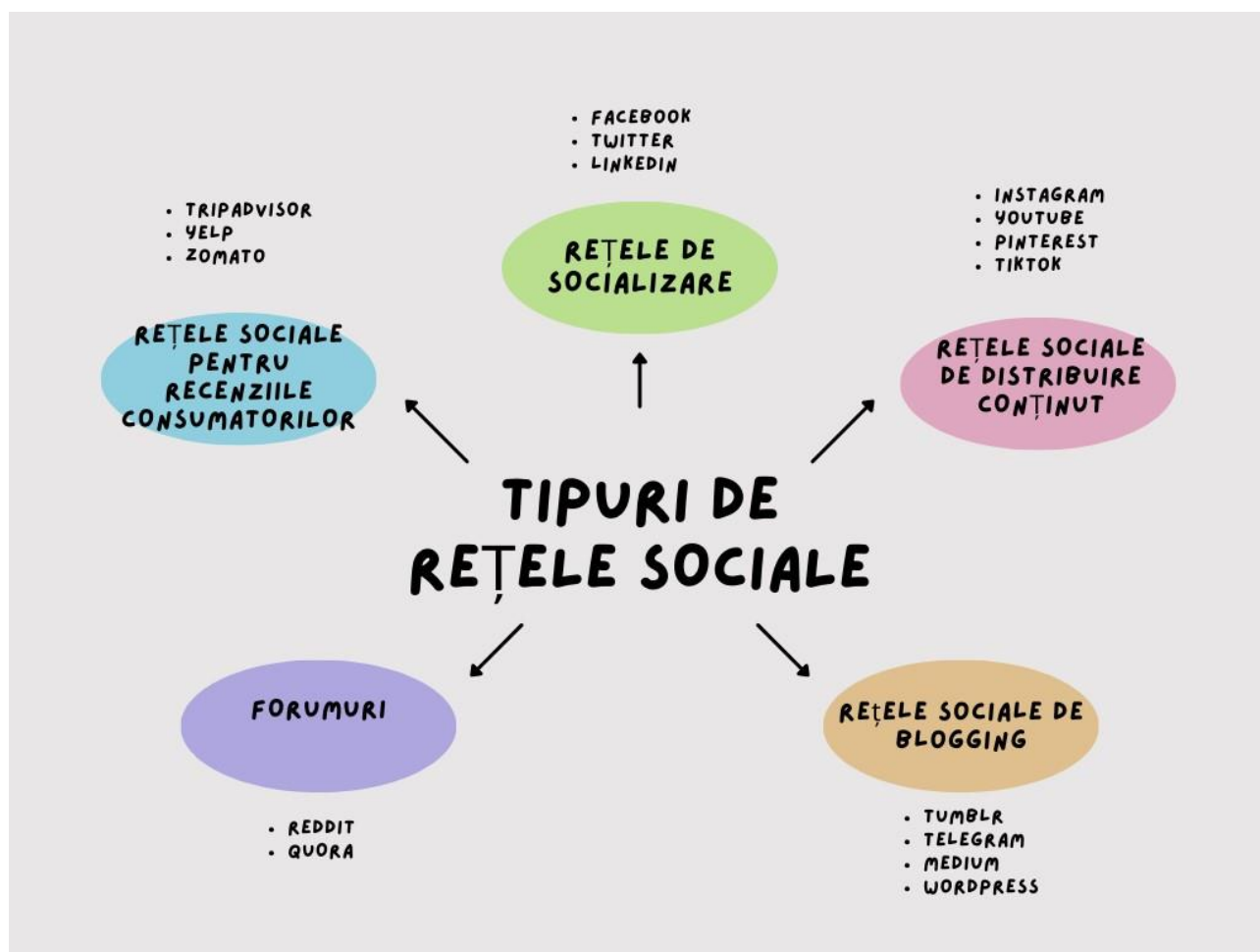


Per ansamblu, putem prezenta numărul de utilizatori pentru cele mai cunoscute site-uri de social media din ianuarie 2022¹⁰ după cum urmează:



Imaginea 2: creată de TUCEP

¹⁰ „Cele mai populare rețele sociale din întreaga lume din ianuarie 2022, clasate după numărul de utilizatori activi lunar” - <https://www.statista.com/statistici/272014/retele-sociale-globale-clasate-dupa-numar-de-utilizatori/>



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:** aidoma Facebook-ului, 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 distribuirea produselor și ideilor creative.
- **TIKTOK:** este o platformă de socializare utilizată pentru crearea, distribuirea 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?

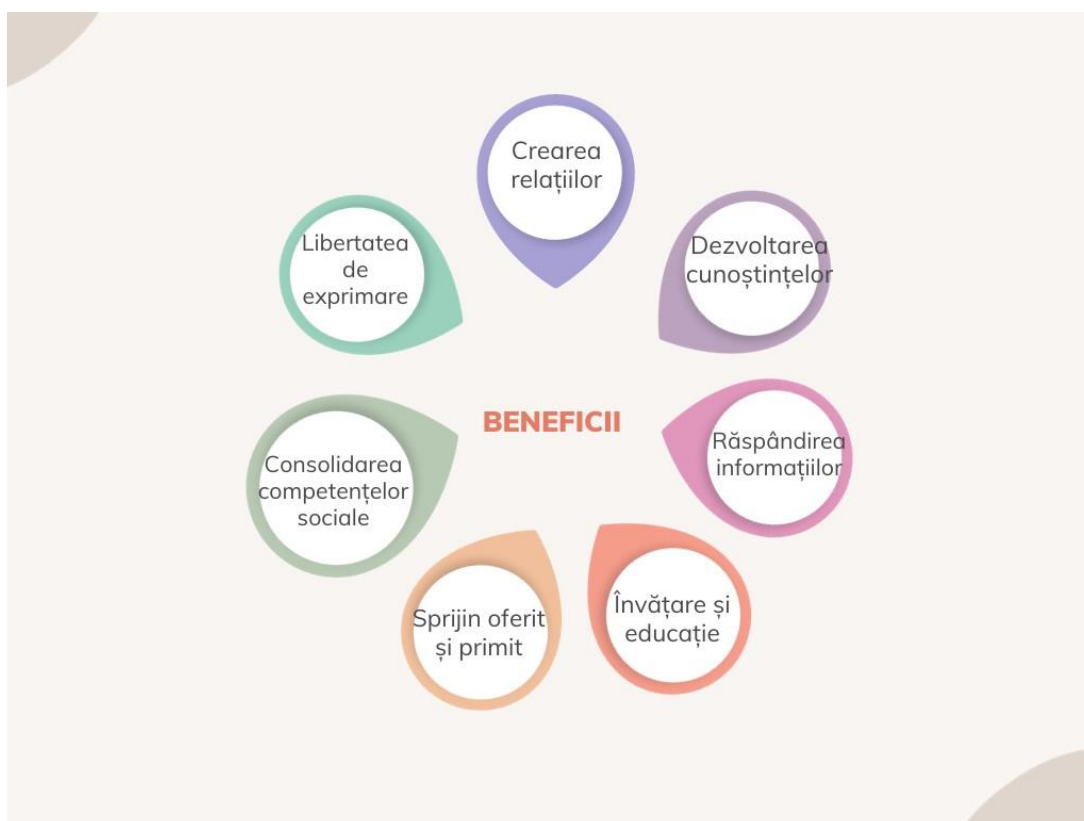
Este de netăgăduit că în zilele noastre toată lumea se află pe una sau mai multe platforme sociale, indiferent de vârstă, sex, mediul social și cultural, educație sau statut profesional. Adolescenții folosesc TikTok, influencer-ii, adulții sau micii întreprinzători, Instagram sau Facebook, iar cei care 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.
- o **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.

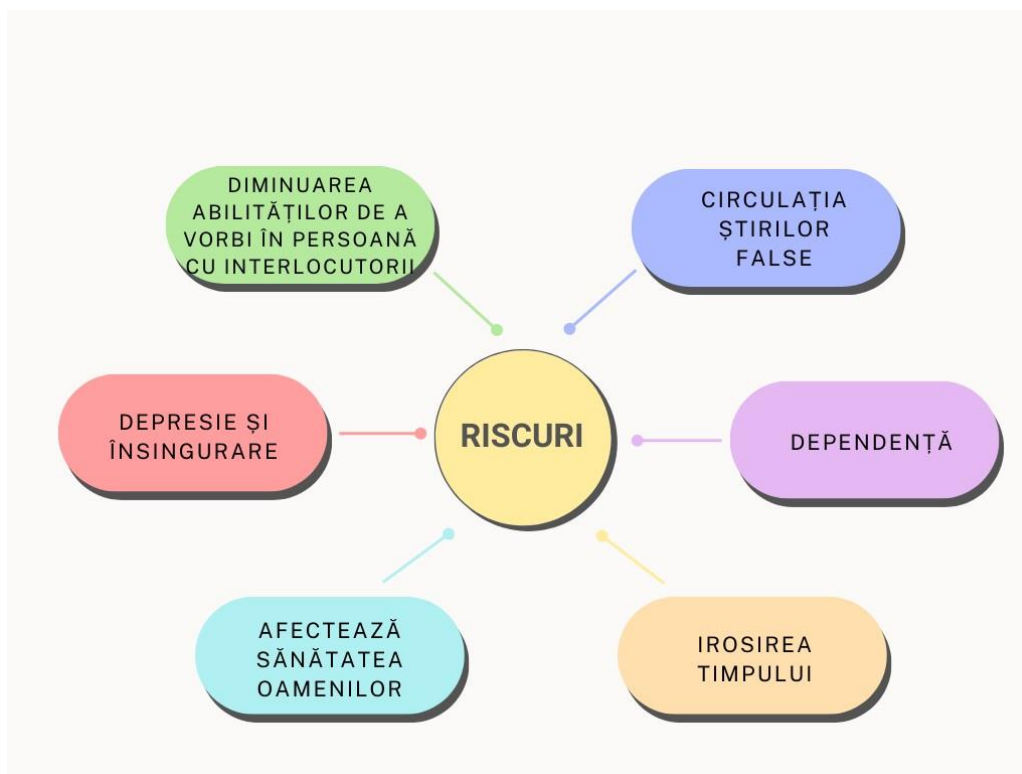
- **Distribuirea informațiilor.** Rețelele sociale reprezintă unul dintre cele mai rapide mijloace de răspândire a știrilor din întreaga lume. Pe de o parte, acest lucru poate fi copleșitor, dar pe de altă parte ne oferă oportunitatea de a fi permanent la curent cu evenimentele importante. În plus, rețelele 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. Rețelele sociale 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”¹¹ unde *suntem înconjurați de dezinformarea transmisă prin instrumente precum site-urile web și social media*.

2.1.5. Cum să identifiți 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 Oxford¹², care a chestionat aproximativ 46 de țări, credibilitatea știrilor citite de pe rețelele sociale rămâne ridicată. Facebook a fost 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

¹¹ Age of ignorance, 2012, Charles Simic, New York Review of Books

¹² https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf

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 vrei să devinți 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 fotografii 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 Oxford¹³ 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:

- 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

¹³ <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

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 UNESCO¹⁴.

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?

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 distribuie? 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:

¹⁴ <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>

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 știrii.

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:

- Site web: verificați dacă există adresa web indicată.
- Articol științific sau despre sănătate: căutați numele autorului pentru a afla ce calificări are.
- 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

“Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users” - <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. Click and elect: how fake news helped Donald Trump win a real election. 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/> How to spot fake news?, Eugene Kiely, Lori Robertson, posted on November 18, 2016

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