

Manual despre dezinformare

GHID PENTRU JURNALIȘTII,
COMUNICATORII ȘI ORGANIZATORII
DE CAMPANII DIN MOLDOVA



Autor: **Nick Raistrick**

Autoarea secțiunii de Gen: **Monica Ellena**

Redactare: **Daniel Trilling**

Design: **Steve de la Humblebee Design**

Traducere: **Mirabela Osadci, Liliana Ursu**

Această publicație a fost elaborată în cadrul "Proiectului de combatere a dezinformării în Republica Moldova", implementat cu sprijinul Ministerului de Externe al Marii Britanii (FCDO). De asemenea, datorită suportului Ministerului Norvegian al Afacerilor Externe această publicație este accesibilă acum unei audiențe mai largi din Regiunea Vecinătății Estice.

Institutul pentru Raportare despre Război și Pace (IWPR) abilitază vocile locale să genereze schimbări în țările aflate în conflict, criză și tranziție. În condițiile în care discursul instigator la ură și propaganda se răspândesc, iar jurnaliștii și activiștii civici sunt atacați, IWPR promovează informația de încredere și dezbaterile publice cu impact. Informația pusă la dispoziție în acest manual nu constituie și nu are ca scop acordarea de sfaturi juridice sau medicale; în schimb, aceasta este destinată doar unor scopuri informative generale. Este important să cunoașteți legislația relevantă în domeniul mass-media și riscurile legate de raportarea asupra dezinformării în conflictul din regiunea dumneavoastră.

Nick Raistrick

Nick este jurnalist independent și consultant în comunicare, specializat în drepturile omului, dezinformare și raportarea sensibilă la conflict. El a fost redactor pentru Africa Resilience la IWPR, unde a scris un manual despre dezinformarea în domeniul sănătății, de asemenea a scris și a produs un podcast despre dezinformare și drepturile omului în Nigeria și Kenya. A fost angajat aproape un deceniu la BBC, unde a ajuns redactor de formare în jurnalism la BBC Media Action, lucrând la o gamă largă de proiecte media umanitare în Siria, Somalia, Nigeria, Rwanda și o serie de țări din fosta Uniune Sovietică. De asemenea, a scris materiale de instruire în jurnalism pentru ONU, DfID, Internews, FCDO și USAID.

Monica Ellena

Monica este redactor pentru Eurasia la IWPR. Ea are douăzeci de ani de experiență în jurnalism ca jurnalist și redactor și a relatat din Balcani, Orientul Mijlociu și din fosta Uniune Sovietică. Articolele ei au fost publicate atât de publicații internaționale de vârf, cât și în țara ei natală, Italia. Ea se concentrează pe drepturile omului, conflicte și probleme de gen și a compilat linii directoare de raportare sensibilă la gen și sensibilă la conflict pentru jurnaliștii din Caucazul de Sud și Ucraina. Monica are o experiență vastă în misiuni conduse de ONU, începând cu Kosovo și până în Afganistan, și a contribuit la cercetări relevante despre sclavia modernă.

Mulțumiri:

Comunitatea WatchDog.MD, Asociația Presei Independente, Centrul pentru Jurnalism Independent, Școala de Jurnalism din Moldova, Institutul de Istorie Orală din Moldova, Trigger/De Facto.



Părerăa dumneavoastră contează!
Vă rugăm să completați acest [formular de feedback](#) și să ne spuneți ce părere aveți despre acest manual. Feedback-ul dumneavoastră ne va ajuta să îmbunătățim calitatea resurselor noastre și să continuăm să oferim informații valoroase cititorilor noștri. De asemenea, puteți accesa formularul prin intermediul codului QR de mai jos.
Vă mulțumim anticipat!



MANUAL DESPRE DEZINFORMARE, PRODUS DE IWPR

INDEX	3
INTRODUCERE: DEZINFORMAREA ESTE PESTE TOT. NU PIERDEȚI SPERANȚA	4
PARTEA 1: SĂ ÎNȚELEM PROVOCAREA	
ISTORICUL AMPLU ȘI COMPLICAT AL DEZINFORMĂRII	6
CINE ESTE UN JURNALIST?	8
DEFINIȚII	10
PRECONCEPȚIA ADEVĂRULUI	12
DEZINFORMAREA PE TIMP DE CONFLICT	16
NATURA SPECIFICĂ A INFORMĂRII CU PRIVIRE LA CONFLICTUL RUSESC	18
LIMBAJUL CONFLICTULUI	20
INTERVIU CU VALERIU PAȘA	22
AUDIENȚA	24
RĂZBOAIELE CULTURALE	26
EMOȚIILE, DEZINFORMAREA ȘI INTERNETUL	28
PARTEA 2: ELEMENTELE ESENȚIALE ALE JURNALISMULUI	
EVITAREA ȘTIRILOR FALSE	30
CUM SE TERMINĂ CONFLICTELE	32
SETUL DE INSTRUMENTE DE VERIFICARE ÎN 10 SECUNDE	34
INIȚIERE ÎN OSINT	36
CONTRACARAREA DEZINFORMĂRII ÎN PRACTICĂ	38
GENUL	40
CHECKLIST DE SIGURANȚĂ ȘI IGIENĂ DIGITALĂ	44
PARTEA 3: COMBATEREA DEZINFORMĂRII ÎN PRACTICĂ	
TRANSMITEREA MESAJELOR	46
CAMPANIILE DE SCHIMBARE A COMPORTAMENTELOR	48
ALEGEREA TIPULUI DE MEDIA	50
CUM SĂ ATINGEM ECHILIBRUL	52
EVALUAREA SURSEI	54
ABILITĂȚI DE INTERVIEWARE	56
PRIVIND SPRE VIITOR	58
PEISAJUL MASS-MEDIA DIN MOLDOVA	60
NOTE DE FINAL ȘI RESURSE	62

INSTITUTE FOR
WAR & PEACE REPORTING



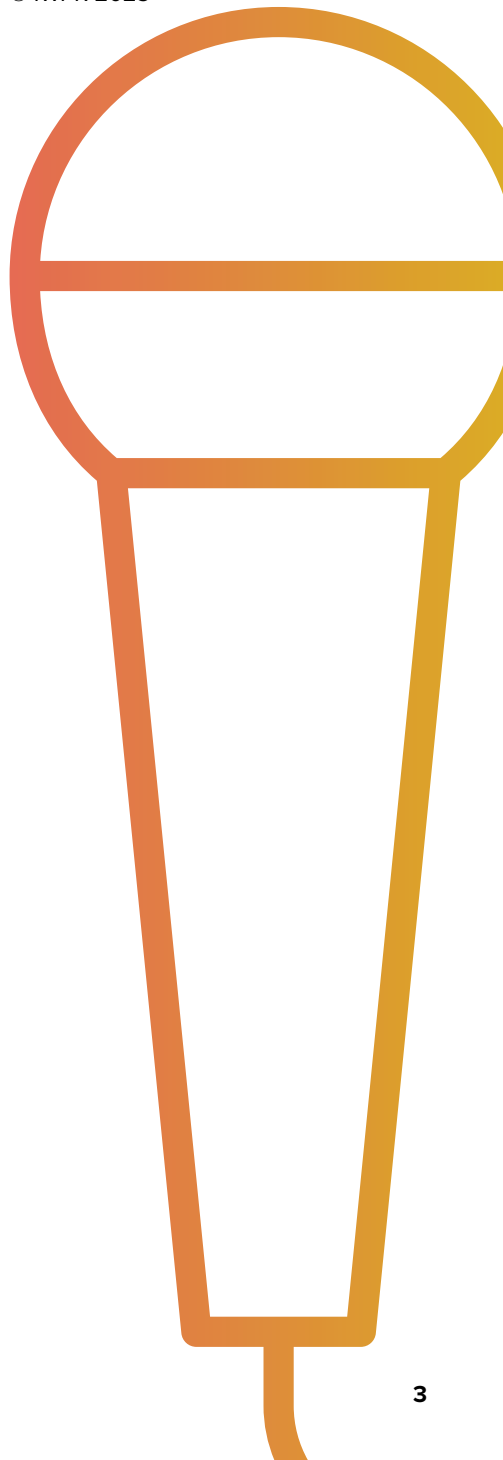
iwpr.net

IWPR Marea Britanie
48 Gray's Inn Road, Londra WC1X 8LT
Tel +44 (0)20 7831 1030

IWPR Statele Unite ale Americii
1156 15th Street NW Suite 329,
Washington, DC 20005
Tel +1 202 393 5641

IWPR Olanda
iwpr-nl@iwpr.net

© IWPR 2023



DEZINFORMAREA ESTE PESTE TOT. NU PIERDEȚI SPERANȚA.



CUM SĂ FOLOSIȚI ACEST MANUAL:

Acest manual este destinat jurnaliștilor, comunicatorilor și activiștilor, precum și celor implicați în instruire. Nu a fost conceput ca ghid cuprinzător cu privire la dezinformare, acesta fiind un subiect foarte larg. În schimb, este o introducere, concepută pentru a vă transmite o mentalitate de verificare a faptelor. În timp ce accentul se pune pe dezinformarea rusească în contextul războiului din Ucraina, gama de exemple ce ilustrează principalele puncte de învățare este la fel de globală ca și sursele de dezinformare.

Trei secțiuni distincte:

Partea I - înțelegerea provocărilor

Partea II - elementele esențiale ale jurnalismului în era dezinformării

Partea III - contracararea dezinformării în practică

TERMINOLOGIE

În locul unui glosar la sfârșitul acestui manual, termenii și expresiile utile vor fi explicate pe tot parcursul. Dacă nu se specifică altfel, aceștia aparțin autorului. Țineți minte că limbaul știrilor variază de la o țară la alta și chiar și într-o anumită țară, organizațiile folosesc adesea termeni diferiți.

De fapt, unul dintre scopurile dezinformării într-un conflict este să vă facă să vă simțiți neputincioși, să vă facă să nu mai credeți în nimic, să vă facă cinici și neîncredători, în special față de alte persoane care sunt diferite de dvs.

Dezinformarea, știrile false și propaganda creează neîncredere și îndoială.

Unele dintre aceste informații false sunt concepute pentru a-i face pe oameni să se enerveze și să se certe unii cu alții.

Informația falsă promovează ideea că toată lumea este la fel de rea, că e haos și dezordine.

Unele persoane vor să vă facă să credeți că nu contează cine este la putere. Deci, nu votați, sau votați pentru o figură puternică care va simplifica pentru dvs. problemele din lume.

E timpul să ripostăm.

Credem că războiul dezinformării poate fi câștigat prin veridicitate, abilități de verificare a faptelor și empatie. Chiar și prin bunățate.

Știm că și oamenii buni uneori împărtășesc informații false (pag. 12): verificarea faptelor nu a fost întotdeauna predată bine în școli, și până de curând, tehnicile de verificare digitală - deloc. Dar dezinformarea, intenționată și neintenționată, și minciunile ne-au fost alături atâta timp, încât unele falsități vechi de secole au devenit cunoștințe standard (pag. 6).

Țineți minte: nu toți își schimbă părerea atunci când li se prezintă faptele: A durat sute de ani ca oamenii să accepte că Pământul este (aproximativ) sferic. Unii încă se opun acestei idei.

Pentru a fi bine echipați în această luptă, veți avea nevoie de abilități psihologice și de media: înțelegerea modului în care oamenii își schimbă părerea. Indiciu: să le spuneți oamenilor că greșesc nu funcționează întotdeauna (pag. 48). Există motive complexe datorită cărora oamenii cred ceea ce cred.

Miza este înaltă: veți întâlni persoane care vor să spună minciuni despre oameni pentru a-i omorî și a le fura pământul. Uneori lucrurile vor fi confuze și complicate și va trebui să fiți în siguranță. Există riscuri online specifice pentru femei (pag. 40).

Furia, totuși, nu vă va ajuta, ci evaluarea surselor și accesarea unei game de informații, precum și dezvoltarea unor seturi de abilități pe care redactorii le folosesc pentru a decide aproape instantaneu dacă e necesară verificarea informației (pag. 34).

Pe lângă faptul că trebuie să fiți imparțiali, veridici și corecți, veți avea nevoie și de compasiune pentru cei a căror lipsă de abilități analitice poate fi frustrantă.

Capacitatea de a face un pas în spate și de a nu vă enerva din cauza fiecărei dezinformări concepute exact în acest scop este importantă pentru a raporta asupra unui conflict în era dezinformării: în această luptă veți avea nevoie de un bun simț al umorului.

NOTA REDACȚIEI:

Să rămâneți în siguranță în timpul raportării este vital și raportarea asupra conflictului poate fi periculoasă. Jurnaliști și activiști au fost omorâți, amenințați, închiși și torturați. Unii se confruntă cu abuzul online. De asemenea, trebuie să luați măsuri de precauție pentru a vă proteja sursele. Mai multe despre siguranța jurnaliștilor la pag. 44.



date Osint

informație

GREȘIT

MIT
ZVONURI
Verificare

DEZINFORMARE

onestitate

MAI information

AVĂR
ADEVĂR

allegere
DE ÎNCREDERE

înregistrare
MINCIUNĂ

real
DOVADĂ

acuratețe
FICȚIUNE

MITOLOGIE

noțiune
SUSPICIUNE

PROPAGADĂ

Realitate

evidență

VERIFICARE FAPTELOR

non
FALS

CRONOLOGIA DEZINFORMĂRII.

NOTA REDACȚIEI:

Informațiile false există de mii de ani.

Unele din primele știri false erau suficient de nevinovate și au fost corectate: acum majoritatea oamenilor cred că pământul este aproximativ sferic.

În alte cazuri, campaniile de dezinformare au fost atât de reușite, încât decenii și chiar secole mai târziu oamenii continuă să repete informația falsă.

Anumite state, grupuri religioase și corporații au o istorie lungă de răspândire a informațiilor false și de a determina persoane să facă acest lucru în numele lor. Această cronologie este menită să arate că unele tendințe de dezinformare sunt istorice.



c. 330 î.Hr.

Aristotel oferă dovezi empirice solide ce demonstrează că pământul este rotund. Mitul istoric, conform căruia europenii medievali credeau că pământul este plat, a fost creat mai târziu, de către adepții religiei protestante din secolul al XVII-lea care doreau să-i facă pe catolici să pară superstițioși. În Europa, începând cu mijlocul secolului al XIX-lea și până în prezent au existat încercări de a renaște teoria pământului plat, iar unii oameni continuă să susțină pe Internet „teoria pământului plat”.



44 î.Hr.

Conform multor istorici, se crede că Marc Antoniu a fost învins de către Octavian datorită unei campanii sofisticate de dezinformare, care a inclus documente falsificate și slogane scrise pe monede - ca primele Tweet-uri.

129-201AD

Apare teoria medicală a umorilor dezvoltată de medicul grec Galen, bazată pe cele patru elemente (pământ, foc, apă și aer) despre care se credea că alcătuiesc Universul. Aceasta era explicația principală a bolilor în medicina occidentală timp de mai bine de 2.000 de ani, până când oamenii au descoperit microbii în secolul al XIX-lea. Cu toate acestea, este incredibil, dar negarea teoriei microbilor încă mai exista la momentul actual.

1898

Ziarul “The New York Times” avertizează cititorii despre înșelătoria prizonierilor spanioli, o „escrocherie veche reînviată” ce prezintă o persoană bogată încarcerată care are nevoie de ajutor pentru a-și accesa averea vastă: aceasta a fost iarăși „reînviată” mai recent sub forma e-mail-ului despre „Prințul Nigerian” și alte „escrocherii cu taxe în avans” similare care fac milioane.



1903

Protocoloalele înțelepților din Sion sunt publicate la Sankt Petersburg; reluând istoriile medievale de „calomnie de sânge”, acestea sunt prezentate ca mențiuni scrise ale întâlnirilor secrete ale liderilor evreilor și a presupusei lor conspirații de a domina lumea. De fapt, aceasta a fost o fraudă, concepută de diverși scriitori antisemiți de mai devreme, nu de lideri ai evreilor. Falsul este republicat pe scară largă la nivel internațional, inclusiv de către antreprenorul american Henry Ford.

1915

“Fabrica germană de cadavre” era propagandă clasică de război: acuzațiile complet false încurajate de echipele de propagandă britanice îi fac pe mulți să creadă că germanii foloseau grăsimea din cadavrele soldaților căzuți. Toate părțile conflictului au încurajat informațiile false despre inamic.



2001

Rechinul și elicopterul! În ciuda faptului că este un fals cunoscut, această imagine virală a fost declarată fotografia anului de către „National Geographic”...

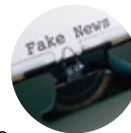


2016

Pizzagate era o teorie conspiraționistă complet dezmințită și deosebit de fantezistă precum că Hillary Clinton conducea o organizație criminală dintr-o pizzerie. Alegerile prezidențiale din SUA din 2016 au fost o perioadă de plină expansiune a știrilor false, cu multe subiecte de senzație pe Facebook, complet false, venind din „fabricile de știri false” macedonene.

2017

Parlamentul Republicii Moldova votează un proiect de lege ce vizează interzicerea propagandei rusești. Legea a fost promulgată în 2018, dar nu se vede să fi avut succes. „Știri false” a devenit și cuvântul anului în Dicționarul Collins.



DEFINIȚIE

“Efectul de adevăr iluzoriu”

Probabilitatea că informația va fi crezută este mai mare dacă aceasta e repetată, decât dacă este ceva complet nou. Acest fapt explică de ce agenții de publicitate cheltuiesc milioane pentru a repeta aceeași informație în orele de vârf și de ce regimurile totalitare repetă informația falsă până când începe să sune normal.

c. 985

Exploratorul nordic Erik cel Roșu numește Groenlanda astfel pentru a atrage vizitatorii care ar fi putut fi descurajați de un loc numit „țara zăpezii și a gheții”...!



1144

Comunitatea evreiască din Norwich, Marea Britanie, e acuzată pe nedrept de omorul ritual al unui copil cunoscut ca „William din Norwich”. Acuzația superstițioasă și neîntemeiată că evreii sacrifică ritualic copii creștini de Paște era o parte a vieții medievale. În ciuda lipsei de dovezi, aceste acuzații false de „calomnie de sânge” au dus la persecuția evreilor. Mulți au fost omorâți, iar alții au fost forțați să poarte o stea galbenă.

1782

Benjamin Franklin crează o ediție falsă al unui ziar din Boston pentru a genera simpatie față de Revoluția Americană. Ziarul susținea că soldații britanici au angajat indieni americani nativi care să-i scalpeze pe soldați și civili.



1835

„Marea Farsă a Lunii” prezintă că s-ar fi descoperit viață și chiar civilizație pe Lună; aceasta a sporit circulația ziarului “The New York Sun”, dar a fost respinsă la acea vreme drept știre falsă.



1917

Zânele din Cottingley: Poze trucate grosolan prin care cineva l-a păcălit pe Sir Arthur Conan Doyle, autorul cărților despre Sherlock Holmes



1938

“CBS Radio Network” difuzează piesa de radio „Războiul Lumilor”: unii ascultători cred într-adevăr că are loc o invazie marțiană.



1952

Cuvântul „dezinformare” apare în Marea Enciclopedie Sovietică oficială. Se spune că Stalin a inventat termenul „dezinformatsiya” în 1923, iar dezinformarea din epoca lui Stalin a inclus informații false în mass-media occidentală și a răspândit pe larg informații false și propagandă pe canalele locale ale mass-mediei de stat.



1983

Ziarul Patriotul: SIDA a fost creată în laborator de oameni de știință din SUA pentru a reduce populația Indiei. Această știre despre armele biologice făcea parte din “Operațiunea Infektion”, o dezinformare sovietică menită să discrediteze America.

2020

Boom-ul dezinformării „infodemic” COVID-19. Mesajele false variază începând cu faptul că virusul a fost fabricat în mod deliberat într-un laborator de către Bill Gates și până la invenția că ar fi fost de provocat rețelele de telefonie mobilă 5G. Națiunile Unite declară o „infodemie”, unde 45% din Tweet-urile despre virus conțin informații false.



2022

Ucraina elimină un milion de boți folosiți pentru dezinformarea cu privire la invazia rusească în Ucraina, care este descrisă de Rusia drept „operațiune militară specială”. Dezinformarea rusească include afirmații false, conform cărora victimele bombardamentelor sale ar fi actori.

2023

Publicitatea pe Facebook folosită în Republica Moldova în tentativa de a destabiliza guvernul: mesajele pro-ruse au fost plătite de conturi vietnameze false pentru a ocoli sancțiunile privind publicitatea politică a lui Ilan Shor. De asemenea, la evenimentele de la Chișinău s-au prezentat și protestatari plătiți.

CE TIPURI DE COMUNICATORI MEDIA EXISTĂ?

DE CARE SUNTEȚI DVS.?

În trecut, doar o mână de oameni încercau să facă jurnalism și lucrau la o agenție de presă de stat sau o companie de presă privată. În era digitală, a devenit mai ușor să creezi și să partajezi conținut online.

Cercetările arată că multe persoane din Moldova accesează știrile prin intermediul rețelelor sociale, ocolind adesea jurnalismul „tradițional”. Astfel, acestea obțin informații din surse de știri părtinitoare; multe subiecte sunt generate și amplificate de „fabricile” de propagandă susținute de diverse state; și multe persoane împărtășesc știri fără a verifica faptele.

Tipuri de comunicatori

Victoria Ciobanu

Jurnalist de serviciu public.

Încerc să mă ghidez după anumite valori tradiționale și internaționale în ceea ce privește știrile. Încerc să obțin veridicitate, echilibru în timp și imparțialitate. Voi raporta asupra oricărui subiect dacă voi crede că este de interes public. Am colegi care lucrează în toată lumea, în cadrul diferitor agenții de mass-media, atât în sectorul privat, cât și în cel public. Subscriu Codului **deontologic** al jurnaliștilor din Moldova și am învățat timp de câțiva ani. În ciuda acestui fapt, este o luptă să poți să-ți câștigi existența și cunosc multe persoane care au ajuns să lucreze în PR, sau la canale media de senzație. Îmi suplimentez venitul prin lucru independent pentru organizații media internaționale.

Platforme tipice: TeleRadio-Moldova, Jurnal TV, TVR Moldova

MAI MULTE DETALII:

Unii jurnaliști de serviciu public acoperă o anumită temă specializată, cum ar fi criminalitatea sau problemele de mediu. Alții acoperă știri și subiecte de actualitate în general. Reporterii de serviciu public pot lucra pentru companii de presă private: în timp ce unele dintre marile companii de presă încă angajează preponderent jurnaliști din Vest care călătoresc, multe totuși angajează reporteri cu expertiză regională, care pot raporta cu acuratețe și discernământ.

Anastasia Țurcanu

Sunt un jurnalist de campanie. Sarcina mea este să demasc nedreptatea. Raportez exclusiv asupra problemelor legate de drepturile omului și trimit conținut la o gamă

largă de canale media noi. Mă interesează mai puțin echilibrul și imparțialitatea, ci mai mult dezvăluirea acțiunilor incorecte ale corporațiilor și guvernelor. Fac jurnalism de investigație și sunt liber profesionist, conlucrând cu o serie de agenții de știri mari. Cu altele, lucrez la subiecte legate de Big Data.

Platforme tipice: reportajele mele apar la o serie variată de canale media

MAI MULTE DETALII:

Jurnaliștii de campanie adesea cred cu tărie într-o anumită cauză sau într-un domeniu de activitate, cum ar fi mediul, în timp ce alții acoperă un subiect de specialitate, cum ar fi probleme de afaceri, criminalitate, sport, acești jurnaliști sunt specializați.

Sergey Kuznetsov

Jurnalist pro-regim.

Sunt un jurnalist care lucrează pentru Kremlin. Lucrez pentru a-mi promova țara. Am lucrat la foarte multe companii de teleradiodifuziune și canale de stat. Subiectele mele apar frecvent pe canalele de știri din Moldova.

MAI MULTE DETALII:

Mass-media partizană, pro-guvernamentală și pro-opoziție cuprinde o gamă largă de jurnaliști: de la cei care lucrează direct în numele instituțiilor statului sau partidelor politice până la jurnaliști care lucrează pentru o companie de presă privată, cu o loialitate deosebit de puternică față de un anumit grup.

Platforme tipice: Primul în Moldova, RTR Moldova, NTV Moldova (canalele proprietare din Rusia ale acestora sunt Perviy Kanal, RTR și NTV).

Andrei Bordeianu

Influencer.

Sunt influencer și sunt motivat să-mi cresc „brand-ul personal”. Sunt specializat pe jocuri de calculator, dar conținutul meu acoperă o gamă largă de subiecte, inclusiv frumusețe, sănătate și sport. Nu am nicio pregătire ca jurnalist, dar îmi folosesc profilul pentru a aborda probleme importante pe care majoritatea canalelor de mass-media sunt prea speriate să le acopere. Așa că voi raporta asupra falsei pandemii și voi acoperi conflictul dintr-un punct de vedere non-NATO. Eu cred în libertatea de exprimare și nimeni nu mă poate cenzura!

Platforme tipice: Facebook, Twitter.

MAI MULTE DETALII:

Există dezbateri cu privire la modul de reglementare a influențelor pe rețelele sociale. Subiectele serioase, care erau odinioară rezervate jurnaliștilor, pot fi acum raportate de oricine. Uneori, influencerii cu audiențe enorme pot răspândi informații false, iar unii au fost plătiți pentru a raporta asupra conflictului: o investigație recentă realizată de **“Vice”** a arătat că unii YouTuberi și Tiktokeri au fost plătiți de către Rusia cu până la 20.000 de ruble pentru a raporta în mod favorabil cu privire la invazia Ucrainei.

Alexandru Chiriac

Reporter de senzație/tabloid.

Tind să mă concentrez pe subiectele controversate și zvonuri. Sunt jurnalist de investigație. Efectuez cercetări aprofundate și complexe pentru a aduce în premieră subiecte pe care restul presei de știri le acoperă mai târziu. Am abilități de cercetare de specialitate și realizez investigații de lungă durată.

MAI MULTE DETALII:

Jurnaliștii de investigație tradiționali au fost priviți ca „lupi singuratici”, lucrând adesea ca liber profesioniști. Munca lor poate dura mult timp și poate fi speculativă, respectiv și costisitoare, deci parteneriatele de investigație devin din ce în ce mai frecvente, în special în cazul subiectelor cu privire la Big Data, cum ar fi reportajele despre WikiLeaks.

Nume: Angela Petrea

Manager relații cu publicul

Promovez conținut unui public mare pentru mai mulți clienți. Nu este treaba mea să fac vreo verificare, doar să mă asigur că oamenii văd conținutul. Uneori îmi plasez conținutul în mass-media, creând legături cu jurnaliștii sau implicând unele celebrități.

Platforme tipice: este greu să ne gândim la un mijloc media care nu a produs vreun subiect apărut inițial de la o echipă de PR; persoanele de succes, „plasează” subiecte fără ca publicul să-și dea seama. Ei sponsorizează cercetările, informează jurnaliștii în mod neoficial și plătesc influenceri. Și, în timp ce focusul multor activități de PR este de a face oamenii să consume anumite produse, echipele de PR vor produce și interpreta subiectele în numele armatelor, guvernelor și grupurilor de mercenari. Jurnaliștii ar trebui să-și dezvolte abilitățile de a observa aceste interpretări PR.



Мажницкий
НОВЫЕ
АКЦИЯ

Участие кандидата в Госдуму на выборах в Государственную думу Даниила МАЖНИЦКОГО
Телефон Даниила: 8(495)781-98-78. Сайт: MAJNICZKIY.RU Телеграмм: T.MAJNICZKOV, SERVEK

19 сентября – выборы в Госдуму. Поддержите Даниила Мажницкого!



Даниил Мажницкий:
Шанс на своего политика



Nicolae Ceaușescu, fost președinte al României, rostește ultimul său discurs la TV



Jurnaliștii de serviciu public tind spre echilibru. Pentru a fi veridici și credibili, e considerată o bună practică să vorbești cu „ambele părți”. Acest lucru se aplică tuturor tipurilor de raportare.”

Sursa: Ghidul IWPR

DEFINIȚIE

Agenda telefonică

Chiar dacă în ziua de azi datele de contact sunt stocate digital, această expresie, care definește rețeaua de persoane ale căror date de contact le aveți, este încă în uz. Este un concept important: reporterii buni ar trebui să aibă o „agendă telefonică voluminoasă”, adică o serie de persoane pe care le puteți apela în scurt timp pentru a obține un citat, informații pentru context, sau un interviu. Agenda dvs. de contacte ar trebui să includă persoane dintr-o varietate de domenii și să includă atât oameni obișnuiți, cât și persoane în funcții de directori și lideri. Jurnaliștii naționali ar trebui să acopere toată Moldova, inclusiv zonele vorbitoare de limbă rusă.

Specializarea („beat”)

Este domeniul de expertiză a unui jurnalist. Criminalitatea, sportul, divertismentul sunt toate „specializări” diferite, deși originile termenului sunt geografice. În timp ce mulți jurnaliști din Moldova sunt „generalști” care nu au o specializare anume, poate fi util să învățați bine un subiect și să vă faceți o reputație într-o anumită zonă, astfel încât să puteți prezenta reportaje independente agențiilor de presă internaționale.

DEZINFORMAREA INTENȚIONATĂ, MALIȚIOASĂ, ȘI INFORMAREA DISTORSIONATĂ.



CUM ETICHETĂM DEZINFORMAREA. EXEMPLE:

- Această afirmație este contestată
- Nu există dovezi în susținerea acestei afirmații
- Este o manipulare
- Acesta este un videoclip modificat care pretinde să arate altceva
- Lipsește contextul
- Verificare a faptelor: adevărat/fals/parțial adevărat

NOTA REDACȚIEI:

În locul termenului potențial vag de „știri false”, mulți jurnaliști de date, academicieni și alte persoane fac distincție între dezinformare neintenționată (informație falsă, dar împărtășită în mod „nevinovat”), dezinformare malițioasă (informație falsă și creată în mod deliberat pentru a face rău cuiva) și informare distorsionată (informație bazată pe realitate, dar scoasă din context).

Termenul de „știri false”, folosit încă din secolul al XIX-lea, poate fi confuz: acesta a fost folosit pentru a descrie povești complet fabricate, relatări proaste și inexacte, satira interpretată greșit, greșeli autentice și subiecte părtinitoare sau unilaterale.

Mai recent, termenul de „știrile false” a fost folosit – în mod abuziv – ca termen pentru a descrie orice jurnalist a cărui raportare nu place vreunui lider politic sau unei persoane publice. Cel mai vestit exemplu este cel al lui Donald Trump care a folosit acest termen în 2016 pentru a insulta un jurnalist ce la CNN, la a cărui întrebare nu a vrut să răspundă. CNN este în general considerată o sursă de știri de încredere, cu verificare bună a faptelor. Unele guverne au folosit chiar termenul de „legislație anti-știri false” pentru a restrânge libertatea mass-media.

Multe audiențe nu vor înțelege diferențele dintre dezinformare malițioasă, neintenționată și știri false, iar acești termeni nu se traduc foarte bine în limba română sau rusă: deci este sarcina dvs. să contribuiți la explicarea acestora într-un limbaj clar.

Există o mulțime de modalități de a eticheta clar informațiile false, iar tehnicile pe care le utilizați vor depinde de publicul dvs. De exemplu, unele ziare europene folosesc ghilimele pentru afirmațiile false. Dar nu toată lumea ar putea înțelege această idee „subtilă”. O altă provocare este că unii oameni cred că, dacă un conținut nu este etichetat ca fiind fals, atunci acesta trebuie să fie adevărat: acesta se numește „efectul adevărului implicat”.



Kayla Velasquez | Unsplash



DEFINIȚIE

Efectul Dunning-Kruger

Explicat în mod mai simplu, acesta face ca oamenii cu cunoștințe limitate cu privire la un anumit subiect să creadă că îl înțeleg bine pentru că nu își dau seama cât de complex este acesta. Experții cu o bună cunoaștere a unui subiect vor părea mai puțin încrezători. „Ei știu ceea ce nu știu”.



„Noi limităm amplificarea conținutului înșelător sau îl înlăturăm de pe Twitter dacă consecințele offline ar putea fi imediate sau grave.”

Sursa: Ghidul Twitter

<https://help.twitter.com/en/resources/addressing-misleading-info>



Un adolescent rus creează o istorie falsă că Maia Sandu plănuiește să primească în țară 30.000 de sirieni
= **dezinformare malițioasă** = informație deliberat falsă.



Un muncitor pensionar din Bălți împărtășește informația falsă despre Maia Sandu pe Facebook
= **dezinformare neintenționată** = informația e împărtășită fără ca persoana să își dea seama că e falsă.

Imagini cu actori și sânge fals devin virale împreună cu afirmații false că războiul este o farsă
= **etichetare falsă** = imaginile sunt dintr-un film care a fost filmat cu mai mulți ani înainte de invazie.

Costurile de securitate ale Maiei Sandu s-au scurs în presă
= **informație distorsionată** = informația este adevărată, dar a fost scoasă din context pentru a o pune pe Maia Sandu într-o lumină proastă, toți liderii trebuie să plătească pentru servicii de securitate.



Falsurile profunde (deepfake), cunoscute și sub numele de „conținut fabricat” includ conținut audio și video generat de calculator, conceput pentru a uzurpa identitatea unei persoane reale. În mod clar, există o intenție rea, ca și în cazul conținutului etichetat greșit în mod deliberat. Acest lucru este utilizat deseori pentru trucarea imaginilor și a videoclipurilor. Aveți grijă, de asemenea, la satira și parodiile etichetate greșit.

„OAMENII BUNI UNEORI ÎMPĂRTĂȘESC LUCRURI RELE”



DEFINIȚIE

„Preconcepția adevărului”

Aceasta este tendința umană de a-i crede pe alți oameni. Termenul își are originea în psihologie: diverse experimente au arătat că oamenii sunt mult mai creduli decât chiar credem noi înșine. De asemenea, s-a teoretizat că acesta nu este un lucru rău, având în vedere că societățile complexe se bazează pe încredere, cooperare, rezolvarea problemelor, comerț. Mulți oameni presupun că ceilalți sunt sinceri, deoarece în timpul comunicării nu se gândesc că înșelăciunea ar fi o posibilitate. Psihologii au observat că atunci când falsitățile sunt repetate de multe ori, majoritatea oamenilor au tendința de a le accepta ca fapte.

Vezi și „teoria adevărului implicit”.
Informații suplimentare:

<https://www.newscientist.com/article/mg24532700-300-why-the-human-race-may-be-less-gullible-than-you-think/>

Churnalism versus Jurnalism

„Churnalismul” este strâns legat de plagiat și știri false și implică jurnaliști de birou care sunt prea ocupați (sau leneși) ca să-și colecteze propriile știri. Ei copiază sau rescriu informațiile de pe Internet, articolele originale ale altor jurnaliști, meme-uri sau materiale din comunicate de presă. Într-o oarecare măsură, în jurnalism acest lucru s-a întâmplat dintotdeauna, dar pe măsură ce bugetele redacțiilor au fost restrânse, fenomenul pare să fie în creștere. În mod normal, jurnalismul implică cercetări originale, interviuri și verificarea faptelor din mai multe surse.

NOTA REDACȚIEI:

Una din consecințele dezinformării este că ea îi face pe oameni să se certe. Iar online, oamenii pot fi abuzivi față de cei care consideră ei că nu au dreptate. Chiar dacă oamenii la care „strigi” în mod virtual nu se pricep la verificarea faptelor, atitudinea nepoliticoasă nu schimbă părerea nimănui. Dacă sunteți jurnaliști și specialiști în comunicare, trebuie să cercetați mai profund pentru a vă conecta cu publicul și a înțelege de ce acesta crede informațiilor false. Mai multe despre la pag. 28.

Macedonia > SUA > Marea Britanie > Rusia > Moldova

„În 2016, o absolventă șomeră pe nume Tamara, care lucrează la o „fermă de click-uri”, scrie un articol despre musulmanii din Marea Britanie care atacă femeii. Acesta este distribuit pe larg pe Facebook și generează o furtună mediatică.”



SUA > Nigeria > Somalia

Joseph Mercola, un antreprenor adept al curentului anti-vaccin care face bani din suplimentele alimentare, creează un meme pseudo-științific anti-vaccin. Unui pastor pentecostal din California îi place mesajul anti-știință și împărtășește postarea care este preluată atât de un pastor de la o mega-biserică din Lagos, cât și de al Shabaab, un grup terorist islamist armat care îl traduce în somaleză. Versiuni ale acestui mesaj apar și în Marea Britanie și în Moldova.

Sources: <https://www.channelnewsasia.com/cna-insider/paid-troll-army-hire-philippines-social-media-elections-influencers-2917556>



„Noua propagandă rusească distrează, derutează și copleșește publicul... Aceasta este, de asemenea, rapidă, continuă și repetitivă și nu are vreun angajament față de consecvență.”


Sursa: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html> (accesat în 2016)

Siria > Rusia > Marea Britanie > Moldova 


RT și Sputnik îi acuză în mod fals pe voluntarii din Siria ocupată că sunt teroriști. Subiectul este preluat de adepții teoriilor conspiraționiste și de surse alternative de știri, precum și de comentarii din SUA. Câțiva ani mai târziu, aceste subiecte sunt încă re-postate pe Twitter.

Rusia > China > Europa 

Ministerul de Externe al Chinei repetă afirmațiile false ale Rusiei despre prezența armelor biologice americane în Ucraina, prin intermediul rețelilor de socializare. Acest mesaj este preluat fără discernământ de către adepții teoriilor conspiraționiste atât de extremă dreapta, cât și de extremă stânga.

Filipine > SUA > Europa 

O „fabrică de spam” din Filipine reușește să facă ca videoclipul de conspirație “Plandemic” să fie distribuit de milioane de ori pe Facebook, în ciuda faptului că proprietarii videoclipurilor sunt interziși. Unele conținuturi pro-Putin sunt de asemenea distribuite prin intermediul acestor rețele.



DEFINIȚIE

Discurs de ură

„Deși nu există o definiție universală și specifică a discursului de ură în dreptul internațional, Dicționarul englez Oxford îl descrie ca fiind “un discurs sau scriere abuzivă sau amenințătoare care exprimă prejudecăți împotriva unor anumite grupuri, în special pe baza rasei, religiei sau orientării sexuale”.

Legile pentru combaterea discursului de ură există în majoritatea țărilor. Există totuși multe exemple când discursurile de ură prin dezinformare devin precursori ale genocidului și a altor abuzuri la scară largă asupra drepturilor omului. De asemenea, la fel ca în cazul limbajului umilitor, poveștile fabricate vizează temeri reale: de exemplu, acuzând în mod fals grupurile respective de abuzuri asupra copiilor.”

AGENȚIE DE CERCETARE PE INTERNET



DEFINIȚII

Troll

În folclorul nordic, troll-ul este un uriaș urât, răuvoitor, cu puteri magice. În limba engleză, cuvântul a devenit un jargon folosit pentru a-i descrie pe cei care atacă prin comentarii online: cineva face comentarii irelevante pentru subiect, provocatoare, negative sau pline de ură pe panourile de mesaje și rețelele sociale.

Fermă de trol

(sau fabrică de trol)

Instituții organizate care produc și distribuie știri false, discursuri instigatoare la ură și conținut dezbinător în scopuri politice. Acestea folosesc identități false (furând adesea identități virtuale) și mesaje automate (boți) pentru a răspândi dezinformare țintită. Acestea nu trebuie confundate cu „ferma de click-uri” (unde oamenii sunt plătiți pentru a scrie recenzii pozitive și a da „like-uri”), deși uneori aceste funcții se suprapun. Au fost raportate, de asemenea, ferme de trol semnificative cu o acoperire internațională în Filipine, China și Macedonia de Nord.

SURSA:

Asupra practicii „fermelor de trol” macedonene s-a raportat pe scară largă în mass-media internațională. Se spune că ar exista 140 de site-uri de știri false din SUA ce funcționează din Veles.

<https://www.bbc.com/future/article/20190528-i-was-a-macedonian-fake-news-writer>

<https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo#.hcRNEk6Ox>

A nu se confunda cu „ferma de clicuri” (unde persoanele sunt plătite pentru recenzii pozitive și „aprecieri”

Probabil cea mai renumită fermă de trol din lume, centrul de dezinformare din Sankt Petersburg, a fost fondată în jurul anului 2013 și, la un moment dat, avea cel puțin 1000 de angajați. Pe lângă crearea dezinformării în limba rusă cu privire la invazia în Ucraina, aceasta a fost implicată în mesaje polarizante pe mai multe subiecte, inclusiv vaccinurile, alegerile prezidențiale din SUA în 2016 și Brexit-ul. În America a avut loc un șir de mitinguri în realitate, organizate de asociații false la nivel de cetățeni de rând, create de agenții cu nume cum ar fi: Citizens Before Refugees. Florida Goes Trump, and Trump Is Not My President.

Au fost raportate, de asemenea, ferme de trol semnificative cu acoperire internațională în Filipine, China și Macedonia de Nord.

În februarie 2023, Yevgeny Prigozhin, fondatorul grupului de mercenari Wagner, a recunoscut că a inventat și conduce grupul.

Sursa: <https://www.themoscowtimes.com/2023/02/14/battles-in-vuhledar-bakhmut-signal-imminent-russian-offensive-analysts-say-a80222>

Comportament neautentic coordonat

Termen folosit de Facebook pentru a descrie „eforturi coordonate pentru a manipula discuția publică în scop strategic, unde conturile false sunt esențiale pentru operațiune”.

Sursa: <https://www.snopes.com/articles/366947/coordinated-inauthentic-behavior/>

Jurnalism obiectiv

Aceasta este raportarea care se concentrează mai degrabă pe fapte decât pe opiniile sau simpatiile jurnalistului sau organizației la care lucrează acesta. Jurnalismul obiectiv este privit pe scară largă ca fiind ambiția jurnalismului internațional de bune practici, dar și acolo se înțelege în general că părtinirile se vor strecura întotdeauna: de exemplu, selecția subiectului se bazează pe decizii editoriale care sunt luate de oameni..

Jurnalism hiper-partizan

Acestea sunt posturi de știri care sunt extrem de părtinitoare față de o anumită ideologie. Exemplele includ posturi de știri pro-Trump, pro-Kremlin sau pro-piață. În timp ce tendința către jurnalismul hiper-partizan

este adesea asociată cu creșterea mass-mediei online, această formă de jurnalism are o istorie îndelungată.

Presa mainstream (sau MSM)

Acestea sunt brandurile tradiționale de știri. Termenul este folosit uneori în mod peiorativ atât de către persoanele din extrema dreaptă, cât și din extrema stângă a spectrului politic (precum și de către adepții teoriilor conspiraționiste de tot felul), care cred că instituțiile de știri mainstream se completează pentru a stopa anumite subiecte și pentru a le promova pe altele. Termenul este oarecum vag, având în vedere gama de organizații mass-media care există în democrațiile din întreaga lume. Persoanele de stânga tind să creadă că marile corporații se asigură că media este părtinitoare față de dreapta și este pro-piață; cei de dreapta tind să creadă că elitele liberale controlează mass-media și că aceasta este părtinire față de stânga. Ambele grupuri adesea depun eforturi mari pentru a se asigura că subiectele lor ajung în mass-media mainstream, care poate include atât conglomerate mari cum ar fi News Corp, cât și radiodifuzori publici ca BBC.

Interferență editorială


Aceasta poate include cenzurarea directă a agențiilor de presă de către guverne, hărțuirea jurnaliștilor și redactorilor, interferența proprietarilor pentru a bloca anumite subiecte sau pentru a încuraja raportarea negativă asupra rivalilor de afaceri și eliminarea titlurilor care nu corespund cu „linia de partid”.

Autocenzura

De-a lungul timpului, interferența editorială duce adesea la autocenzură, unde atât reporterii, cât și ceilalți ajung să înțeleagă că pot raporta doar asupra anumitor subiecte „aprobate” și într-un mod părtinitor anume.

Independența editorială

Aceasta este situația în care jurnaliștii sunt liberi să investigheze și să raporteze asupra problemelor care decid ei că sunt importante pentru public fără nicio formă de interferență editorială. Ea este rareori atinsă.



„EFORTUL PRINCIPAL
AL LIMBAJULUI
RUSESC DE
PROPAGANDĂ ESTE
DE A DA IMPRESIA
ÎN CONTINUARE CĂ
NU EXISTĂ RĂZBOI”

Sursa: Aleksandra Arkhipova, în Global Voices: <https://globalvoices.org/2023/02/05/the-main-effort-of-russian-propaganda-language-is-to-give-the-impression-that-there-is-still-no-war/>

LIMBAJUL ÎNCĂRCĂT EMOȚIONAL



DEFINIȚIE

„Newspeak”

O formă de „limbaj dublu” eufemistic folosit de politicieni și alte persoane pentru a-și ascunde adevăratele intenții. Introducând în mod neonest fraze pentru a anula sensul acțiunilor, unii comunicatori au puterea de a obține consimțământul pentru acțiunile lor: de exemplu, oamenii ar putea susține „pacificarea unei țări”, în timp ce ar putea să nu fie de acord cu „invazia unei țări”.

NOTA REDACȚIEI

Newspeak era o limbă dublă fictivă folosită de scriitorul englez George Orwell în romanul său din 1984. Cu toate acestea, ea s-a bazat pe observațiile asupra modului în care limbajul e folosit de cei de la putere. Multe persoane cred că newspeak încă este folosit. Eseul [Politics and the English Language](#)

Style guide

Prim-ministru se scrie cu majuscule? Scrieți UE sau Uniunea Europeană? Este cuvântul „xxxxx” ofensator sau potrivit pentru publicul dvs? Majoritatea caselor media au un ghid stilistic care răspunde la acest tip de întrebări. Pe lângă faptul că astfel contribuți la consecvența limbajului, puteți să transmiteți care sunt valorile dvs. cu referire la știri și să explicați deciziile editoriale importante. Unele ziare - cum ar fi The Economist și New York Times - își publică propriile ghiduri stilistice.

Valorile editoriale (uneori valorile în știri)

Ce fel de subiecte ar trebui să acoperiți? În ce mod? Aceste întrebări sunt ghidate de valorile editoriale ale organizației dvs. Acuratețea, imparțialitatea și corectitudinea sunt relativ obișnuite, iar altele depind mai mult de subiect sau zona geografică: un post de știri din Comrat va aborda, evident, mai îndeaproape chestiunile legate de Găgăuzia.

Limba poate fi un câmp de luptă; și există o lungă istorie de state totalitare care au schimbat sensul cuvintelor pentru a-și justifica sau ascunde acțiunile. Sarcina dvs. în calitate de persoană cu sensibilitate la conflict care trebuie să comunice informația este să folosiți un limbaj corect și exact pentru a fi cât mai neutri posibil. Așa că va trebui să fiți capabili să descoperiți limbajul eufemistic.

Limbajul eufemistic există în toate domeniile vieții; agențiile de publicitate folosesc eufemismele atât de mult încât nici nu observăm că sofaua noastră nu este din vinil, ci din „piele faux”; că ingredientele din șampon listează „aqua” în loc de apă, sau că o mașină la mână a doua este un „automobil retro pre-iubit”.

Nu doar persoanele din PR folosesc astfel de înfloriri. Într-un studiu, medicii le-au spus pacienților: „Aveți lichid în plămâni pentru că inima dvs. nu pompează bine”, în loc de versiunea mai alarmantă „suferiți de insuficiență cardiacă”.

În fiecare caz, există o încercare subtilă, deliberată, de a induce în eroare. În timp ce aceste exemple pot provoca zâmbete, dezinformarea militară poate duce la uciderea oamenilor și la impunitatea celor responsabili.

Este foarte important ca organizațiile de media să elaboreze un ghid stilistic ce ar reflecta valorile lor editoriale. Asigurându-vă că limbajul folosit este clar și exact, astfel puteți evita „interpretarea” unui conflict de către cei implicați.

Un exemplu recent bine cunoscut este invadarea Ucrainei de către Rusia. Acesta a dus la implicarea a două armate într-o serie de bătălii terestre, maritime și aeriene cu tancuri, rachete și bombe. Sute de mii de militari au fost uciși sau răniți.

Cu toate acestea, aceasta este descrisă ca o operațiune militară specială; jurnaliștii ruși care folosesc termeni veridici cum ar fi „invazie” sunt puși sub acuzare pentru „discreditarea armatei ruse”.

NOTA REDACȚIEI:

Multe citate celebre sunt atribuite greșit. În unele cazuri, s-ar putea să nu știm niciodată cine a spus primul un anumit lucru. Motivele sunt variate: lipsa surselor primare înseamnă că nu vom ști niciodată cine și ce a spus; și putem presupune că unele citate înțelepte atribuite în mod fals lui Stalin au fost opera unor subalterni înfricoșați.



Nick Raistrick



„Sate lipsite de apărare sunt bombardate din aer, locuitorii sunt alungați în câmp, vitele sunt mitraliate, casele sunt incendiate cu gloanțe incendiare: asta se numește pacificare”

Sursa: George Orwell, Politics and the English Language

LIMBAJ ÎNCĂRCAT EMOȚIONAL**TERMEN MAI EXACT****MOTIVAȚIA**

'Daune colaterale'	Uciderea civililor de către soldați	Termen originar de pe timpul războiului din Vietnam, folosit de armata Statelor Unite.
Lovituri chirurgicale, bombardamente de precizie	Atac cu rachete sau bombardament	Termeni folosiți de forțele coaliției în invazia Irakului. De fapt, unele „lovituri chirurgicale” nu și-au lovit ținta ci au omorât copii
Tehnici extreme de interogare	Tortură, abuz	11 soldați americani au fost găsiți vinovați de agresiuni grave, tortura și abuzul asupra prizonierilor din Abu Ghraib în 2003/2004.
Linie de contact	Frontul de luptă	Din 2022, accentul limbajului militar rusesc a fost concentrat pe tentativa de a pretinde că nu există niciun fel de invazie, de aceea există acest eufemism inexact.
Eliberat	Invadat / capturat	Această frază are o istorie foarte îndelungată de utilizare greșită. Sensul specific de eliberare se aplică doar acolo unde oamenii nu erau liberi.
Operațiune militară specială	Invazia Ucrainei	Se spune că mulți soldați ruși au crezut într-adevăr că vor fi așteptați de ucraineni, atât de puternică a fost propaganda care a dus la invazie.
Misiune de eliberare	Război	Fiți veridici. O invazie împotriva unui stat suveran nu este o misiune de eliberare, ci un act de război.

SCENARIU

Cum ar trebui adevărații jurnaliști de serviciu public să descrie lupta trupelor ucrainene împotriva soldaților ruși?

OPȚIUNEA 1

Soldați curajoși pentru că apără Ucraina de fascism

OPȚIUNEA 2

Soldați lași pentru că atacă ucraineni nevinovați

OPȚIUNEA 3

Jurnaliștii nu ar trebui să-i descrie deloc pe soldați, ci doar să descrie faptele

OPȚIUNEA 4

Descrierea soldaților ne poate ajuta să înțelegem conflictul

FEEDBACK

Jurnaliștii de serviciu public și cei cu „sensibilitate la conflict” ar trebui să se gândească în primul rând la publicul lor și să urmărească să raporteze în numele lor. O parte importantă a acestui lucru este să nu se ia partea nimănui, așa că formulări cum ar fi „laș” și „curajos” nu ar trebui folosite în buletinele de știri, de exemplu.

Deși acest lucru poate să nu fie potrivit pentru un buletin de știri, mulți reporteri și redactori etici ar considera că este în regulă să descrii soldații. Există multe exemple ale corespondenților de război care dau culoare în rapoartele lor și „umanizează” combatanții. Faptul că mulți soldați de pe partea „rusă” sunt mercenari din Cecenia și Siria, de exemplu, și că alții sunt prizonieri ruși care au fost găsiți vinovați de crime violente precum omoruri și violuri este atât corect factual, cât și o parte importantă a raportării asupra subiectului. La fel este și faptul că mulți dintre soldații ucraineni, până recent, nu erau angajați ca soldați profesioniști și aveau locuri de muncă „obișnuite”.

**DEFINIȚIE****Incidente montate și actori de criză**

Potrivit adeptilor teoriilor conspiraționiste, anumite evenimente prezentate în știri sunt „incidente montate”, jucate de „actori de criză”. Această idee fantezistă și falsă pare să fi luat amploare în 2012, când s-a susținut că împușcările în masă din Sandy Hook (în SUA) fost înscenate de actori, în numele lobby-ului anti-arme. Ideea că evenimentele reale ar putea fi prezentate ca false se pare că a fost atrăgătoare pentru autoritățile ruse care, în 2018, au susținut în mod fals că Marea Britanie a organizat atacuri chimice în Siria, iar în 2022 au susținut în mod fals că ucrainenii au înscenat o invazie.

CEA MAI MARE VICTIMĂ A DEZINFORMĂRII RUSEȘTI ESTE POPORUL RUS



DEFINIȚII

Agresiune hibridă (uneori „război hibrid”)

Un amestec de război convențional, „fizic” cu alte elemente precum „știri false”, terorism, diplomație direcționată, PR negru, intervenții electorale străine și război cibernetic.

‘Articol de reflecție’

Acestea sunt orice articole ce oferă o opinie, analiză sau dezbateră cu privire la o problemă, în loc de pur și simplu fapte. Ele sunt asociate cu ziarele, dar blogurile au adesea un rol similar. Pe plan internațional, majoritatea liniilor directoare editoriale spun că știrile și comentariile trebuie să fie clar separate.

EXECITIU CU SCENARIU

Sunteți redactorul unui ziar cu sediul la Chișinău. Un coleg începător a scris un articol de reflecție numit „Adevărul este prima victimă a războiului”. Ce feedback i-ați da?

OPȚIUNEA A

Este corect, atunci când începe un conflict guvernele încep să facă afirmații false. Este o temă bună.

OPȚIUNEA B

Poate îi puteți da câteva exemple mai recente de dinaintea conflictului.

OPȚIUNEA C

Deoarece este un articol de opinie, nu ar trebui să faceți nicio modificare.

OPȚIUNEA D

Spuneți-i să scrie doar faptele.

FEEDBACK

În primul rând, în ziarele din întreaga lume există o lungă tradiție a articolelor de opinie. Este foarte important să faceți distincția între știri și opinie și să le marcați clar. Termenii cum ar fi „opinie”, „viziunea mea” și „editorial” sunt indicatori utili.

Aici provocarea este că această frază veche nu reflectă faptul că acum campaniile de dezinformare încep cu mult înainte de se deschide focul. Ideea din spatele informațiilor false despre conflict este de a crea condițiile în care un conflict armat sau invazia unei alte țări pare un curs de acțiune normal.

De exemplu, mulți comentatori au observat că dezinformarea rusă cu privire la invazia în Ucraina a început cu mulți ani înainte de venirea tancurilor. Având în vedere că mass-media rusească a descris Ucraina ca fiind o țară plină de neo-naziști corupți, unii ruși sunt cu adevărat confuzi că la invazia lor există obiecții.



„Modelul rus de propagandă prezintă [un] număr mare de canale și mesaje și o voință nerușinată de a disemina adevăruri parțiale sau ficțiuni absolute. În cuvintele unui observator, noua propagandă rusească distrează, derutează și copleșește publicul.

Propaganda rusească contemporană...[este], de asemenea, rapidă, continuă și repetitivă și nu are vreun angajament față de consecvență”

Sursa: Rand Corporation report, 2016 <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>

COMPORTAMENTE DE DEZINFORMARE CU PRIVIRE LA CONFLICT

NIVEL INALT

Cenzură directă, incidente inventate și discursuri instigatoare la ură, operațiuni emblematice false, dezumanizarea inamicului, cenzură, subiecte complet false, hărțuirea jurnaliștilor, măturii ale unor marionete pentru a influența dezbaterile, falsuri profunde, conținut impostor (de exemplu, site-uri care copiază un alt site), negarea atrocităților pentru care există dovezi.

NIVEL MEDIU

Jurnalism ultra-partizan, politicieni care critică deschis jurnaliștii (ceea ce poate duce la autocenzură și hărțuire), politicieni care refuză să vorbească cu jurnaliștii, excluzând din știri anumite voci, trolling plătit.

NIVEL JOS

Maeștri ai interpretării care „învârt mesajele”, glume despre inamic, politicieni care refuză să vorbească cu jurnaliștii, critici la adresa experților, conținut sponsorizat și „publicitate” fără etichetare clară, comentarii prezentate ca fapte.

NOTA REDACȚIEI:

Aceasta este o listă foarte personală. Sunteți de acord? Ce lipsește? Amintiți-vă că persoanele implicate în campanii de dezinformare la scară largă folosesc o gamă variată de tehnici. De asemenea, simplul volum al postărilor poate fi destul de mare; la fel ca spammerii care încearcă să îi înșele pe utilizatori pentru a le lua banii, campaniile de dezinformare pot produce un volum uluitor de mesaje false. De asemenea, anumite comportamente de dezinformare sunt indirecte: jurnalismul ultrapartizan în timp duce la dezinformare.

LIMBAJUL CONFLICTULUI: NOI/EI ȘI RĂZBOIUL DIN GOLF



În perioadele de conflict violent, limbajul se schimbă. Chiar și fără cenzură directă, se strecoară adesea un fel de limbaj „noi/ei”. Dezumanizarea inamicului prin intermediul limbajului este un lucru obișnuit în conflicte.

Adesea aceasta se poate observa doar atunci când vă îndepărtați de propriul conflict: poate fi greu să vă observați propriile prejudecăți. Așadar, petreceți timp analizând modul în care sunt reflectate alte conflicte și evitați capcanele relatării părtinitoare.

În cazul în care sunteți vinovat de churnalism (*jurnalism fără cercetări*), este probabil să copiați prejudecata altcuiva. Fiți deosebit de atent la limbaj: dacă numiți invazia rusă a unui stat suveran *„operațiune specială în Ucraina”*, sunteți incorect din punct de vedere factual. Acest lucru vă poate afecta credibilitatea și reputația de independență.

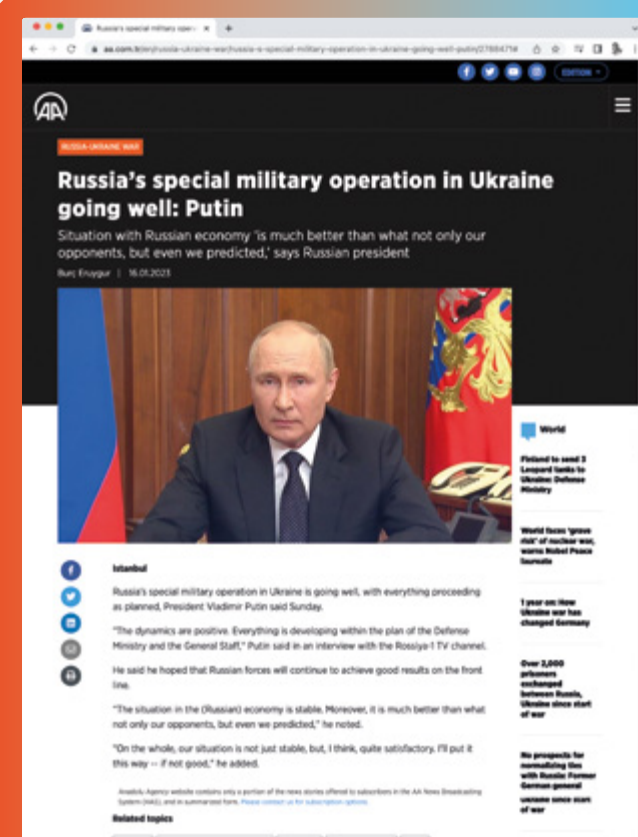
Folosiți un limbaj simplu, precis și evitați eufemismele (mai multe la pag. 16).

STUDIU DE CAZ

O analiză a reflectării celui de-al doilea Război din Golf de către ziarul *The Guardian* a arătat că, în timp ce soldații britanici erau adesea sau de obicei definiți ca fiind *„băieți cu inimă de leu”* și *„băieți hotărâți”*, trupele irakiene erau *„trupe cu creierul spălat”* și *„hoarde fanatice”*. Despre forțele britanice se relata ca lansând *„primele lovituri preventive”*, dar *„ticăloșii din Bagdad”* aparent lansau *„atacuri cu rachete pe furie”*. Armata, marina și forțele aeriene occidentale (SUA, Regatul Unit și altele) ar fi *„bombardat cu precizie”*, provocând uneori *„daune colaterale”*, în timp ce *„mașina de război irakiană”* ar fi *„tras cu sălbăticie asupra oricărui obiect din cer”*, provocând *„victime civile”*.

Trupele americane *„curajoase”* erau *„loiale lui George Bush”*, care era *„hotărât, om de stat”* și *„în pace cu [sine însuși]”*, în timp ce *„câinii turbați irakieni nemiloși”* erau *„obedienți orbește lui Saddam Hussein”*, *„monstrul dement și nebun”* și *„tiranul malefic”*.

În mod ironic, se relata că aliații *„încercători, dar prudenți”* aveau *„orientări cu privire la relatare”* și *„briefinguri de presă”*, în timp ce irakienii *„disperați”* și *„încolțiți”* ar avea *„cenzură”* și *„propagandă”*.





**“MINCIUNA POATE
FACE OCOLUL LUMII
ȘI AJUNGE ÎNAPOI,
ÎN TIMP CE ADEVĂRUL
ABIA ÎSI LEAGĂ
ȘIRETURILE.”**

Sursa: Mark Twain.

Verificarea faptelor: Probabil că nu Mark Twain a spus asta.

Mai multe despre citatele greșite celebre aici:

<https://www.nytimes.com/2017/04/26/books/famous-misquotations.html>



Trebuie să instruiem oamenii să identifice știrile false. Să identifice și să pună întrebări și să găsească informații mai bune

Suntem foarte tare afectați de propaganda rusă. Am crescut în ea, ne-a intrat sub piele. Este greu să o scoatem, va dura mult timp pentru a ne educa societatea să înțeleagă ce este adevărat și ce nu este.

Luminița, studentă la jurnalism, Chișinău

INTERVIU CU VALERIU PAȘA



DEFINIȚIE

Sursa primară

Un obiect original, un document, jurnal, o înregistrare sau orice altă sursă de informație. Pentru jurnaliști: propriul interviu original este o sursă primară, un citat preluat de la o altă agenție de presă – nu este. Acest concept este important și pentru istorici.

Sunt președintele comunității Watchdog. Principala noastră activitate este combaterea dezinformării și a altor influențe maligne. Noi abordăm dezinformarea sponsorizată de Kremlin în Moldova. Facem cercetări, verificări și cartografiere.

Încercăm să facem ca contracararea știrilor false să fie interesantă, și încercăm să explicăm modul în care creatorii de știri false păcălesc publicul.

Încercăm să explicăm modul în care creatorii de știri false amăgesc publicul. Încercăm să o facem într-un mod accesibil. Prin diferite tipuri de media și prin umor.

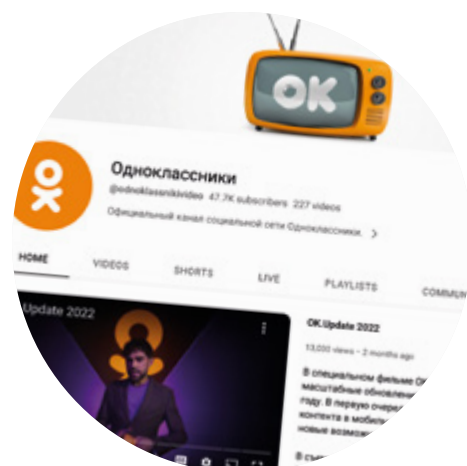
Pe lângă diferiți organizatori și persoane influente cu sediul în Rusia, există și influenceri media locali sponsorizați de grupuri tehnocrate locale. Canalele folosite includ rețelele sociale, TikTok, Telegram, Facebook, Instagram, precum și canalele rusești cum ar fi Odnoklassniki și Vkontakte.

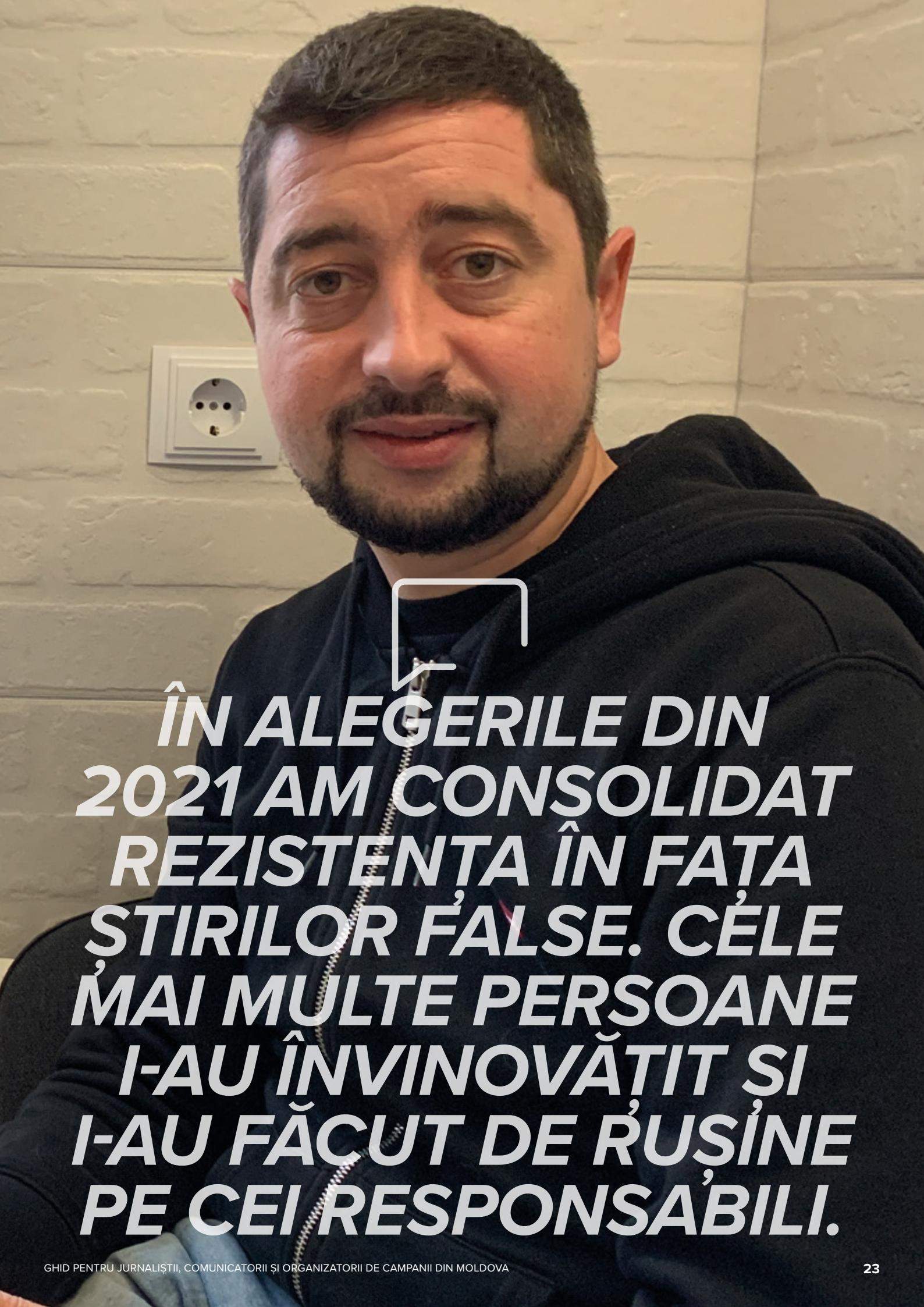
Există și dezinformare prin mass-media clasică, cum ar fi transmisiunile din Rusia. Uneori, aceasta e răspândită și prin YouTube și alte platforme online, cum ar fi [portalul în limba rusă] mail.ru, [motorul de căutare] Yandex și site-urile de partajare video în limba rusă.

Dezinformarea și propaganda rusească vine de la Moscova. Există câteva persoane direct în administrația președintelui rus, responsabile de politica media, care proiectează, reprojectează și adaptează diferite narațiuni. Și multe alte persoane care amplifică informația în diferite formate – știri, opinii, postări, tweet-uri, dezbateri, articole de opinie. În Rusia, în afară, în toate limbile posibile. Dar principalul propagandist este însuși Putin.

La alegerile din 2021 ne-am dezvoltat rezistența față de știrile false. Majoritatea oamenilor i-au acuzat și le-au ținut morală celor responsabili. Nu totul este perfect, dar eu sunt optimist. Atât în Moldova, cât și pe plan internațional, facem față mai bine acestor lucruri. Suntem mai conștienți de fenomenul dezinformării. Dar mai este mult de lucru.

Eu sunt optimist, dar provocarea este că actorii dezinformării se adaptează rapid. La moment noi reacționăm, dar cu timpul putem trece mai mult la prevenire.





**ÎN ALEGERILE DIN
2021 AM CONSOLIDAT
REZISTENTA ÎN FATA
ȘTIRILOR FĂLSE. CÈLE
MAI MULTE PERSOANE
I-AU ÎNVINOVĂȚIT ȘI
I-AU FĂCUT DE RUSINE
PE CEI RESPONSABILI.**

IMPORTANȚA CUNOAȘTERII PROPRIEI AUDIENȚE

În întreaga lume organizațiile de media cheltuiesc mult timp, efort și bani pentru cercetare, pentru a afla cât mai multe despre obiceiurile audienței lor.

Când se conectează? Ce conținut le place? Ce îi determină să treacă la un concurent? La ce fel de articole reacționează?

Algoritmii rețelelor sociale fac ceva similar. Chiar dacă ești în măsură să-ți comanzi propriile cercetări, cunoașterea propriei audiențe este esențială pentru o comunicare de succes. Este esențial să fiți la curent cu nevoile, așteptările și obiceiurile audienței.

Desigur, este important să fiți independent din punct de vedere editorial. Și ar trebui să evitați jurnalismul de tip *clickbait*, dacă doriți să vă dezvoltați o reputație de furnizor de încredere de știri și actualități.

Dar știrile pe care le produceți trebuie să reflecte audiența dvs. și ceea ce o interesează cel mai probabil. În comunitățile agricole din Moldova sunt mai degrabă interesați de prognoza meteo decât de prețul acțiunilor, de exemplu. Dacă știrile pe care le produceți sunt de interes pentru audiența dvs. este cu siguranță o temă de discuție pe care ar trebui să o aveți în redacție...

EXERCİTIU CU SCENARIU

Lucrați la o agenție de presă care produce ziare, pagini web și podcast-uri.

Doriți să relatați despre un subiect care circulă pe rețelele de socializare, conform căreia România „fură” ploaia din Moldova prin trimiterea de avioane cu nori de care pulverizează și „alungă” norii. Cum ar trebui să reflectați cel mai bine acest subiect?

OPȚIUNEA 1

Este un subiect important. Este o știre de prima pagină

OPȚIUNEA 2

Îl publicați în runda săptămânală de știri false, dar vă asigurați că vorbiți cu un expert în meteorologie

OPȚIUNEA 3

Faceți un program de discuții la o oră de vârf, astfel încât să obțineți opiniile tuturor persoanelor la această temă.

OPȚIUNEA 4

O verificare directă a faptelor își va face treaba

FEEDBACK

În mod incredibil, puțin peste cinci la sută dintre moldoveni au crezut această istorie complet falsă, potrivit unui sondaj al Watchdog.md; o altă variantă este că Moldova „fură” ploaia din Transnistria. Cum ați proceda pentru a dezminți acest lucru în cel mai eficient mod, depinde de audiența dvs.

Știm că unele audiențe nu răspund bine la „verificarea faptelor” odată ce au crezut ceva. Iar acordarea unui loc pe prima pagină acestei istorii false destul de vechi este de natură să îi confere și mai multă importanță: riscați să amplificați subiectul. Problema în a oferi tuturor șansa de a discuta despre acest subiect probabil fals este că riscați să creați un „fals echilibru” [a se vedea pxx] și să conferiți mai multă credibilitate istoriei false.

Trebuie să luați o decizie editorială și să vă anunțați audiența că acest zvon este fals. În acest caz, un meteorolog ar putea fi o voce de expert utilă pentru a explica imposibilitatea de a „fura” ploaia. Ei sunt neutri din punct de vedere politic și credibili: dar asigurați-vă că pot explica lucrurile într-un limbaj simplu. Aici intervine agenda dvs. de contacte [a se vedea pag.9].



EXERCİTIU CU SCENARIU

Sunteți un reporter de investigație independent și harnic, și în ultimele câteva săptămâni ați fost pe drumuri pentru a scrie un articol despre dezinformarea în conflicte. Sunteți mândru(ă) de investigația dvs. amănunțită care urmează să fie publicată săptămâna viitoare în Ziarul de Gardă. Credeți că va fi suficient de bună pentru a fi preluată de instituții media internaționale. Ce ar trebui să faceți în continuare?

OPȚIUNEA 1

Să treceți la următorul subiect

OPȚIUNEA 2

Să trimiteți un Tweet promoțional atunci când terminați munca în seara respectivă

OPȚIUNEA 3

Să vă gândiți unde altundeva puteți publica articolul, poate la o instituție de presă internațională.

FEEDBACK

Pentru mulți reporteri de investigație instinctul de a trece la următorul subiect este puternic: este ceea ce îi face să continue. Dacă aveți un alt proiect plătit în așteptare, este minunat. Dar poate ar trebui să vă gândiți la promovarea articolului un pic mai mult.

A fost o vreme când jurnaliștii puteau lăsa multe decizii pe seama echipelor de marketing și departamentelor comerciale; acum, în mod normal, ei trebuie să facă ceva promovare ei înșiși. Chiar și reporterii de profil înalt de la cele mai mari agenții de știri internaționale se pot trezi că apar ca invitați la alte programe pentru a promova o investigație de profil înalt, de exemplu.

De altfel, utilizarea Twitter ar putea fi un instrument util. Dar cercetările sugerează că publicarea pe Twitter în timpul zilei de lucru este de obicei cea mai reușită: publicarea pe timp de noapte nu este văzută ca o bună strategie, chiar dacă este convenabilă. De asemenea, alegeți pentru cine publicați pe Tweeter și rugați lumea să distribuie mai departe. Și dacă audiența dvs. nu folosește Twitter? Cum veți ajunge la ei?

Trebuie să verificați natura contractului și să vorbiți cu editorul dvs.: totuși căutând să publicați articolul în alte locuri poate fi o idee bună, atât pentru cei care v-au angajat, cât și pentru cariera dvs. Gândiți-vă: câți telespectatori noi ar putea avea emisiunea dvs. dacă articolul a primit expunere internațională?

NOTA EDITORULUI:

Poate dura sute de ore pentru a face o investigație jurnalistică, așa că trebuie să vă asigurați că articolul dvs. are expunere maximă atunci când va fi difuzat. În vremurile de demult, ziarele încercau să se „bage” una peste cealaltă și să păstreze secretul în legătură cu subiectele care urmau să apară: ”plescăitura” de pe prima pagină vindea ziarele la chioșcul de ziare. Având în vedere ciclul de știri de 24 de ore, acest lucru este în mare parte de domeniul trecutului, iar subiectele mari tind să fie promovate ca trailere pe rețelele de socializare înainte de a fi publicate sau difuzate.

SURSA

<https://www.youtube.com/watch?v=-JCd-ldUEj8> articolul este verificat din punctul de vedere al faptelor aici

<https://www.veridica.ro/en/fake-news/fake-news-the-republic-of-moldova-steals-transnistrias-gas-and-sells-it-to-ukraine>

ÎNȚELEGEREA RĂZBOAIELOR CULTURALE

ÎN REZUMAT

- Actorii de dezinformare exploatează adesea diviziunile culturale existente și uneori le cauzează
- Uneori, acest lucru este de nivel scăzut și se limitează la comportamentul online
- Cu toate acestea, cultura este adesea folosită pentru răspândirea de informații false despre anumite grupuri, ca un precursor al unei campanii directe de violență

Războaiele culturale

Noțiunea este adesea asociată cu politica americană și problemele care divizează și care sunt cunoscute pentru că provoacă dispute. Acestea sunt în special exploatare online în perioadele electorale. Printre acestea se numără avortul, politica privind armele de foc, separarea bisericii de stat, viața privată, homosexualitatea și cenzura.

Actorii de stat ruși amplifică adesea dezacordurile din războaiele culturale. Supărarea oamenilor în legătură cu imigrația, cu mișcarea „Viețile persoanelor de culoare contează”, sau cu aspectele trans este o tehnică importantă: oamenii supărați sunt mai puțin predispuși să verifice faptele.

La nivel global, războaiele culturale pot lua multe forme, de la politica tribală africană la naționalismul hindus indian. Retorica homofobă și misogină este răspândită în întreaga lume, adesea îmbrăcată în apeluri la „valorile familiei tradiționale”.

Umorul de ură este o ramură specifică a discursului instigator la ură, care implică glume despre grupuri de străini. Acest lucru a existat întotdeauna, într-un fel sau altul, ca parte a procesului de dezumanizare a dușmanilor. Studiul umorului nazist este un domeniu academic emergent, de exemplu. Acesta ilustrează cât de mult știau germanii de rând despre atrocități.

Umorul online modern este comun printre grupurile de extremă dreapta. Ideea este că atunci când sunt provocați, cei care vorbesc pot fi acuzați că sunt lipsiți de umor. Poate fi destul de sinistru: un program de comedie în care un grup de persoane care înscenează

atacuri chimice a fost produs de televiziunea siriană. Atacurile chimice erau fost reale, dar, jucând pe baza unor informații false precum că Căștile Albe ar fi înscenat aceste atrocități, regimul a reușit să inducă îndoiala asupra evenimentelor. Acesta poate fi considerat un exemplu de violență culturală.

Violența culturală este orice aspect al culturii care legitimează alte tipuri de violență. Aceasta poate include cântece, glume și opere de ficțiune, precum și jurnalism și propagandă. Termenul este adesea asociat cu sociologul norvegian Johan Galtung, care a observat legătura dintre violența culturală (de ex., rasismul anti-african), violența directă (de ex., sclavia) și violența structurală (de ex., apartheidul din Africa de Sud).

Comunicarea cu privire la conflicte

Se bazează pe ideea că oamenii își pot rezolva conflictele prin dialog. Își trage rădăcinile din teoriile de soluționare a conflictelor ale unor oameni precum Johan Galtung, un sociolog norvegian care consideră că ar trebui să privim dincolo de pozițiile noastre într-o anumită problemă și să ne uităm la interesele comune, în loc de a ne concentra pe greșelile percepute ale „celeilalte părți”.



DEFINIȚIE

Discursul de ură

Orice cuvinte, expresii sau descrieri care denotă dispreț față de un anumit grup sau etnie, sau care îndeamnă la moartea sau distrugerea acestora. Poate fi difuzat, tipărit sau publicat online sau prin intermediul dispozitivelor mobile. Deși sunt frecvente în reflectarea conflictelor, este adesea ilegală și poate fi o crimă împotriva umanității



Jason Leung | Unsplash

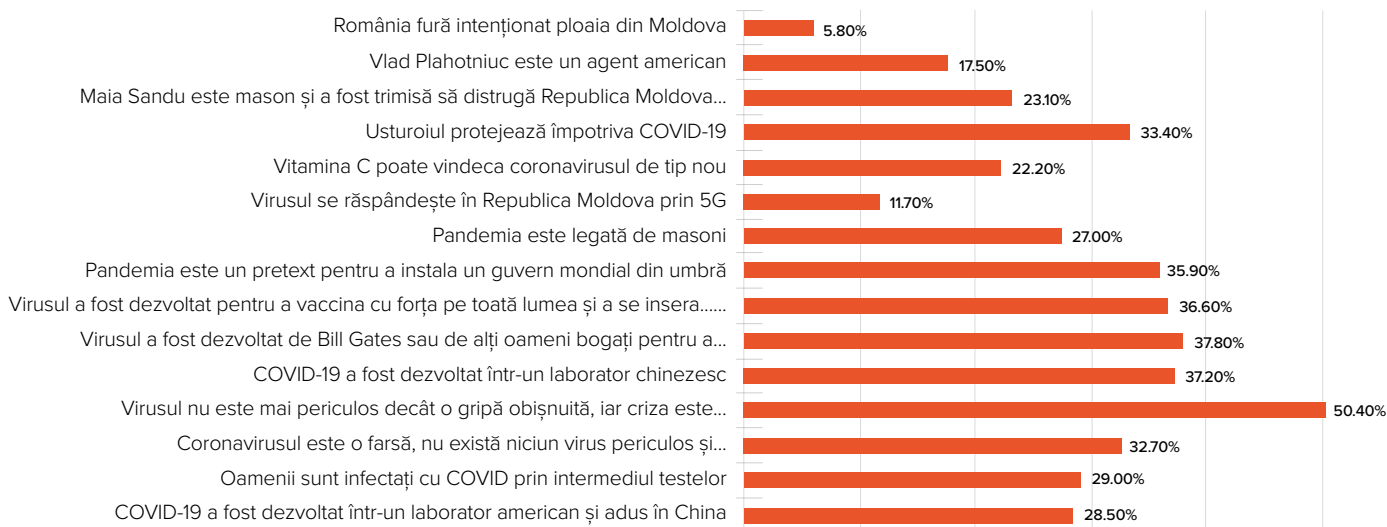


„Radioul continua să transmită mesaje de genul ‘căutați gândacii – asigurați-vă că îi găsiți’”.

Sursa: În timpul **genocidului din Rwanda din 1994** emisiunile radiofonice încurajau cetățenii să participe la masacrul etniei Tutsi. Peste un milion de oameni au murit. Unii jurnaliști de la radio au fost încarcerati pentru incitare la genocid.



Dezinformarea cu privire la COVID-19, știrile false și alte conspirații în Republica Moldova – date sociologice



Una dintre cele mai răspândite știri false din acea campanie era că Maia Sandu ar fi promis europenilor că va accepta 30.000 de imigranți sirieni în Moldova.... Propaganda Kremlinului [...] a încercat să creeze o imagine apocaliptică a unei veritabile invazii barbare în fața căreia Europa se prăbușea.

Sursa: <https://www.veridica.ro/en/fake-news/fake-news-under-the-leadership-of-maia-sandu-moldovans-are-leaving-and-syrians-are-coming>



Adam Niesioruk | Unsplash

EMOȚIILE ȘI CONFLICTUL



FORUMURI

Dacă găzduiți un forum de orice fel, setați orientări:

- Țineți oamenii la subiect
- Dacă cineva este abuziv, avertizați-l
- Apelați la excludere în ultimă instanță
- Aveți grijă la trolci

Învățați cum să recunoașteți un cont-clonă aici:

<https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2022/03/10/russian-sock-puppets-spreading-misinformation-on-social-media-about-ukraine/>

Oamenii împărtășesc diferite lucruri atunci când sunt furioși, supărați sau au un sentiment de nedreptate. Sau, uneori, când găsesc ceva amuzant. De multe ori, ceva amuzant despre oamenii de pe „cealaltă parte” a unei diviziuni ideologice.

Oamenii care răspândesc dezinformări știu acest lucru. Aceștia se vor folosi de motive ca de un fel de „cal troian” pentru a convinge oamenii să împărtășească informații false.

O tehnică folosită în mod obișnuit este ca conturile operate în numele actorilor de dezinformare să pândescă pe rețelele de socializare, uneori timp de ani de zile, postând comentarii aparent inocente și agreabile și repostând despre un anumit subiect (de ex., despre sport) înainte de a se arunca la altul „NATO este rău și Ucraina nu există”. Acei ani petrecuți adunând „like-uri” oferă o falsă mantie de credibilitate pe care un cont nou nu ar reuși să o prezinte.

Alteori, anumite grupuri de utilizatori sunt vizate de actorii de dezinformare pe baza interesului lor pentru anumite grupuri de subiecte. Persoanele care și-au exprimat interesul pentru campaniile împotriva vaccinării prin intermediul like-urilor și al click-urilor pe Facebook s-au trezit vizate de campanii de mesaje cu accente rusești care includ mesaje antidemocratice, anti-UE sau anti-NATO.

Unele comportamente de tip troll, susținute de stat, sunt mai puțin concentrate; se pare că scopul strategic este pur și simplu de a-i face pe oameni să se certe...

NOTA EDITORULUI:

În vremurile moderne o mare parte din interacțiunea și învățarea noastră are loc de pe un ecran. Iar noi ne comportăm diferit online. Lipsesc indiciile sociale și comportamentul nostru se schimbă. Nu v-ar trece prin cap să intrați într-o cafenea și să țipați la persoanele cu care nu sunteți de acord, dar un comportament echivalent are loc online. Oamenii devin furioși și abuzivi nu doar în cazul unor probleme importante, cum ar fi politica, conflictele și religia. În aproape orice forum veți găsi oameni care se enervează pe cei care au opinii diferite. Am văzut chiar și un forum online de observare a păsărilor care s-a „sfârșit” urât. În calitate de comunicatori profesioniști trebuie să stabilim standarde de bună conduită online și să le respectăm.



Poate fi surprinzător ce îi poate înfuria pe oameni pe internet. Unii oameni s-au supărat că din cauza „controlorului gras” [fictiv] din serialul pentru copii acesta a fost redenumit ca urmare a „corectitudinii politice înnebunite”. De fapt, istoria este falsă. După cum știu toți fanii adevărați ai lui Thomas, „controlorul gras” este o poreclă pentru Sir Topham Hatt și ambii termeni sunt folosiți în articole.



DEFINIȚII

Imparțialitate

Imparțialitate înseamnă să vorbești cu toate părțile, evitând în același timp un fals echilibru.

Amplificare

În contextul procesului de luare a deciziilor editoriale, amplificarea înseamnă a da o voce și a „amplifica” concepte care pot fi dăunătoare. De exemplu, dacă relațați despre sinucideri prin imitare, teroriști sau anumite tipuri de infracțiuni, puteți amplifica cauza acestora.



Democrația necesită capacitatea unei populații de a fi atentă suficient de mult timp pentru a identifica problemele reale, de a le deosebi de fantezii, de a găsi soluții și de a-și trage la răspundere liderii dacă nu reușesc să le ofere.

Sursa: Johann Hari, Stolen Focus.



DEFINIȚII

Cont-clonă

O identitate de utilizator falsă creată pentru a induce în eroare alți utilizatori de rețele sociale. În legătură cu războiul din Ucraina a crescut numărul de conturi clone, create în Rusia, deși practica de recenzii de carte de către critici fictivi este anterioară Internetului.

Conținutul generat de utilizatori, sau SGU

Orice lucru creat de utilizatorii de Internet și distribuit online, inclusiv imagini, postări pe Facebook, recenzii și chiar cărți: romanul „50 de nuanțe de gri” a început ca ficțiune scrisă de fani („fan fiction”) și a ajuns să fie vândut în 150 de milioane de exemplare în întreaga lume și tradus în 52 de limbi.

Boți

...prescurtare pentru roboți. Acestea sunt aplicații software care preiau anumite sarcini simple bazate pe computer. Roboții de text pot purta „conversații” de bază cu utilizatori reali. Unele sunt benigne – ajutând clienții la tranzacțiile online sau acordând asistență IT, de exemplu. Cu toate acestea, roboții sunt adesea folosiți de cei care desfășoară activități de campanii de dezinformare la scară largă, cum ar fi „Spambots”, care colectează detalii ale utilizatorilor, sau „troll bots”, care falsifică traficul și perturbă forumuri.



**Majoritatea codurilor
jurnalistice sunt de acord
că acuratețea,
imparțialitatea și
corectitudinea sunt
pietrele de temelie ale
unui jurnalism bun.**

Sursa: Manualul IWPR

EVITAREA ȘTIRILOR FALSE

AȘA DA

- ✓ Folosiți un limbaj foarte clar pentru a eticheta informațiile false
- ✓ Spuneți lucruri de genul: Nu există nicio dovadă pentru această afirmație care a fost repetată pe rețelele de socializare
- ✓ Luați decizii editoriale încrezătoare...
...dar recunoașteți unde există lacune în date („conform unor rapoarte neconfirmate”)

AȘA NU

- ✗ Să ignorați chestiunea
- ✗ Să vă faceți vinovat de „falsul echilibru”: nu trebuie să echilibrați un fapt cu o teorie falsă (a se vedea pxx)
- ✗ Să copiați un limbaj eufemistic inexact – o invazie nu este eliberare, iar „denazificarea” ar necesita existența unui regim nazist.

NOTA EDITORULUI:

Cele mai multe instituții media din Moldova sunt în proprietate privată și sunt relativ mici. Autocenzura este relativ frecventă, în timp ce cenzura directă din partea guvernului este rară.

În întreaga lume situațiile în care există o independență editorială pură sunt rare. În unele cazuri consiliile de redacție ghidează deciziile; New York Times are un consiliu editorial format din 14 persoane, iar BBC este cunoscut pentru faptul că are un consiliu de guvernatori transpartinici sarcina cărora este de a menține imparțialitatea și de a investiga reclamațiile (chiar dacă persoane din ambele tabere politice se plâng că BBC este părtinitor față de ele).

Unele instituții media de succes sunt deschise în ceea ce privește procesele lor editoriale și publică orientări, implicând în mod activ publicul pentru a le semna atunci când nu respectă standardele. Altele publică și difuzează pur și simplu ceea ce cred că va vinde ziarele, va atrage click-uri sau sunt plătite de sponsorii lor pentru a difuza anumite lucruri.

EXERCITIUL CU SCENARIU

Serviciile de securitate din regiunea separatistă moldovenească Transnistria susțin că au dejucat un complot al Ucrainei împotriva conducerii regiunii. Nu se poate corobora acest lucru.

OPȚIUNEA 1

Pare a fi o știre falsă – posibil o operațiune de „steag fals” pentru a speria oamenii. O ignorați, nu o amplificați.

OPȚIUNEA 2

Acesta este în mod clar un act agresiv din partea Ucrainei; ar trebui să vorbiți cu oficialul de cel mai înalt nivel de la Tiraspol pe care îl puteți găsi.

OPȚIUNEA 3

Oferiți un context în timp ce investigați mai departe.

OPȚIUNEA 4

Apelați la cineva din UE care să-l denunțe pe Putin



FEEDBACK

Amplificarea știrilor false este, desigur, o provocare. Consensul emergent în rândul persoanelor care urmăresc să combată dezinformarea este că ignorarea zvonurilor false le-a permis acestora să prospere. Acest lucru se datorează faptului că există atât de multe spații în care informațiile false pot prospera.

Și, desigur, site-urile de verificare a faptelor ar trebui să investigheze afirmațiile false înainte de a le respinge! Sau chiar înainte de a presupune că este vorba de un atac autentic. Ar fi util pentru audiența dvs. să-i oferiți informații de fond în timp ce investigați mai departe. Sunt sursele care fac aceste afirmații de încredere? Au mai făcut afirmații false similare în trecut? Au existat în trecut comploturi similare pentru care există dovezi? Ce dovezi reale (în afară de o declarație sau o „mărturisire”) au fost aduse?

A apela la cineva din UE care să-l denunțe pe Putin ar fi, desigur, un fals echilibru. Treaba dvs. este să vă limitați la fapte, presupunând că este vorba de un atac autentic.

Aceasta este o întrebare capcană: în cele din urmă, ceea ce ar trebui să faceți în această situație depinde foarte mult de audiența dvs. și de valorile editoriale.



DEFINIȚII

Pizzagate

O teorie a conspirației complet demontată și deosebit de fantezistă, care datează din 2016: precum că un consilier al candidatei la președinția SUA, Hillary Clinton, ar fi operat o rețea de trafic de copii în scopuri sexuale dintr-o pizzerie din Washington, DC, iar Donald Trump ar fi fost trimis de Dumnezeu pentru a opri acest lucru. Unii fani ai lui Trump au crezut cu tărie în această afirmație falsă, chiar însuși Trump a redistribuit mesaje pe Twitter de la cei care susțineau această idee.

QAnon

O altă conspirație bizară din SUA care a căpătat o importanță internațională: pe lângă răspândirea zvonurilor Pizzagate, susținătorii QAnon au răspândit teoriile conspirației privind vaccinul anti-Covid care, prin intermediul rețelelor bisericilor penticostale, s-au răspândit în Africa. Printre acestea se numără și afirmația falsă, conform căreia consumul de înălbitor industrial poate vindeca Covid-19.

Pseudoarheologie

Caracterizată de o respingere a științei și de o viziune simplistă asupra istoriei, pseudoarheologia are o istorie îndelungată. Naziștii au folosit „dovezi” arheologice false pentru a face afirmații false privind superioritatea rasială, iar diverse grupuri religioase fundamentaliste au datat Pământul mult mai tânăr decât dovezile științifice cu date de carbon. Mai recent, teoriile conspirației despre „Atlantida” au cunoscut o renaștere populară, uneori pentru a minimiza ideea că indigenii americani ar fi putut dezvolta civilizații avansate fără contribuția europeană. De asemenea, acestea promovează o agendă anti-expert și anti-intelectuală.

REFLECTAREA CONFLICTELOR VERSUS REFLECTAREA RĂZBOAIELOR



DEFINIȚIE

Soluționarea conflictelor

Cum și de ce se termină conflictele? Există diverse teorii de soluționare a conflictelor, precum și analize privind procesele de soluționare de succes din întreaga lume. În timp ce conflictele și soluționarea acestora variază în întreaga lume, există un consens cu privire la diplomație, comunicare, negociere, mediere și o înțelegere a pozițiilor, a intereselor comune.

Suma nulă

(viziunea unui conflict)

Acest lucru poate fi exprimat prin expresia „pentru ca eu să câștig, tu trebuie să pierzi”, fără a fi posibilă o cale de mijloc. Deși este larg răspândită în cultură (în special în mituri și filme), aceasta este considerată ca fiind o viziune falsă asupra soluționării conflictelor. Soluționarea conflictelor nu se încheie cu „cealaltă parte” învinsă, aceasta pur și simplu a reprimat conflictul.

Imaginați-vă un corespondent de război. Poate că este un om care bea mult, își asumă riscuri și este cinic. Lucrează singur, alergând de la un conflict la altul, mereu aproape de acțiune. Înțelege tacticile de pe câmpul de luptă și știe ce tabără va câștiga războiul. Și, evident, este un „el”. Nu-i așa?

La fel ca toate stereotipurile de la Hollywood, poate că a existat cândva ceva adevăr în acest mit al reporterului de război, amestecat cu unele exagerări și cu falsuri. Întotdeauna au existat încercări de a exclude femeile din prima linie, de exemplu. Dar jurnalistele pioniere, precum Ida B. Wells și Margaret Fuller, au reflectat conflicte încă din secolul al XIX-lea.

În prezent, cei mai buni editori așteaptă mai mult decât o proză incitantă de la o mână de reporteri-vedetă, care fac ocolul Pământului. Ei doresc o înțelegere în profunzime a conflictului, văzut din toate părțile. Ei vor expertiză locală. Iar cei mai buni editori vor dori o înțelegere a proceselor de pace, precum și a ceea ce se întâmplă pe câmpul de luptă.

Reporterul care relatează despre conflicte înțelege rolul pe care îl are în conflict și este conștient de importanța unei relatări imparțiale: va detecta interpretările și va evita să repete limbajul încărcat și inexact folosit uneori de actorii conflictului.

Dar vor relata cu compasiune și nu vor pretinde că atrocitățile sunt în regulă. Ei vor evita stereotipurile și vor privi dincolo de narațiunile simpliste care uneori pot încadra un conflict; își vor examina propriile prejudecăți și vor încerca să vorbească cu cei care se află de toate părțile unui conflict, inclusiv cu întreaga gamă de persoane – inclusiv civili – afectate de acesta.

În cele din urmă, s-a spus că a relata despre război fără a înțelege cum se termină conflictele este ca și cum ai relata despre un meci de fotbal fără a înțelege regulile jocului.

Cei mai buni reporteri care reflectă conflicte vor gândi în afara propriului lor conflict și se vor baza pe învățămintele trase din modul în care conflictele din trecut au fost soluționate în mod eficient, spre deosebire de simpla reprimare a acestora atunci când o parte „câștigă” pe câmpul de luptă.

Jurnaliștii care activează în medii ostile știu că o victorie militară nu înseamnă sfârșitul conflictului. Chiar și o încetare a focului negociată poate duce la o violență ulterioară, așa cum s-a întâmplat la sfârșitul Primului Război Mondial. Și unele conflicte par să continue într-un impas instabil. Poate dura decenii până când conflictele se încheie, iar procesul implică de obicei multă diplomație, lucru cu combatanții și dialog.



IWM



O STIRE BINE SCRISĂ NU TE ENERVEAZĂ.

Sursa: interviu original cu Maia Metaxa
Directoare, Școala de Jurnalism din Moldova

DECIZII ÎN REDACȚIE ȘI GÂNDIRE CA UN EDITOR



DEFINIȚIE

„Distrugerea” unui articol
(eng. *to spike – a distruge prin împungerea cu un ac redacțional*)

Respingerea unui articol din motive editoriale: cel mai bine ar fi să o faceți cât mai devreme posibil, înainte de a pierde timp cu acesta. Acele efective (și hârtia) nu mai sunt o caracteristică importantă a majorității redacțiilor. Printre motivele tipice pentru a respinge un articol se numără lipsa dovezilor, faptul că subiectul a fost deja reflectat, lipsa de interes din partea publicului.

Sedințe ale echipei editoriale

În mod tradițional, întâlnirile față în față, care au loc în redacție, dau tonul zilei. Reporterii speriați care prezintă idei unui editor teribilist, pot fi acum transmise prin Zoom, deși întâlnirile „pe viu” pot fi mai productive.

Măsuri active

Avându-și originea în operațiunile sovietice din anii 1920, acest termen a inclus de-a lungul timpului asasinat politice, susținerea grupurilor de gherilă și, bineînțeles, dezinformarea. Acestea continuă: anunțurile de dezbinare politică au ajuns la 126 de milioane de utilizatori americani de Facebook, conform unei mărturii a Senatului din 2017, iar postările pe Twitter ale unei Agenții de Cercetare pe Internet, susținută de Kremlin, au ajuns la circa 288 de milioane de utilizatori americani, prefixul „Dr.” din numele lor dovedindu-se a fi un veterinar.

Cum să recunoști știrile false în zece secunde

Sedințele echipei de redacție sunt de obicei foarte scurte. Oamenii sunt ocupați. Un editor cu experiență doar câteva secunde pentru a respinge un subiect sau pentru a decide să aloce timp de reporter pentru acesta. Chiar dacă nu ați pus niciodată piciorul într-o redacție, aceste abilități de „deverificare” aproape instantanee pot fi învățate și sunt utile indiferent de rolul pe care îl exercitați.

1. Care este subiectul? Și este prea bun pentru a fi adevărat?

De exemplu, dacă ar fi posibil să se facă gargară pentru a elimina coronavirusul cu apă caldă, nu ar mai fi nevoie de carantine și vaccinuri. Ambele au fost printre zvonurile false lansate în timpul pandemiei.

2. Sau prea rău pentru a fi adevărat?

Dacă Maia Sandu chiar a fost trimisă de masoni să distrugă Moldova, ar fi fost o adevărat teribil. Cel mai rău lucru posibil. Aproape prea rău ca să fie adevărat: dar ca și scandalul Pizzagate sau istoriile false vechi de secole despre grupuri religioase care vor să-ți ucidă copiii pentru a le bea sângele, aceste istorii teribile sunt false. Gândiți-vă la „prejudicata de confirmare”: oamenii cred lucrurile rele despre dușmanii lor ideologici.

3. Care este sursa?

Nu, sursa reală... De unde provin aceste informații? Nu de la cel care o distribuie, prietenul sau colegul tău, care este o persoană de încredere. Ci de la sursa originală, pe care nu o cunoașteți în acest moment. Aici intervin abilitățile dvs. OSINT. Deși, în majoritatea cazurilor, nu este nevoie să faceți acest lucru. În loc de aceasta:

4. Folosiți un verificator de fapte (fact-checker)

Folosirea unui site de verificare a faptelor cu renume, cum ar fi <https://stopfals.md>, sau Politifact al Institutului Poynter, va economisi timp, deoarece majoritatea știrilor false au fost deja verificate de cineva, undeva. Unele instituții media de știri globale sunt considerate de încredere și aplică tehnici de verificare a faptelor, precum și agențiile de știri – cum ar fi Reuters și AP (a se vedea pagina anterioară).

5. Atenție la experții falși

Persoanele cu un doctorat în inginerie, de exemplu, nu sunt cele mai calificate pentru a vorbi despre balistică. Acest lucru nu îi va opri și, de fapt, persoanele cu o pregătire academică într-un alt domeniu pot fi destul de eficiente în a convinge non-academicii că teoriile lor sunt corecte. Într-un caz celebru, un proeminent antivaxxer internațional cu acreditări la ONU.

6. Aruncați ambalajul adevărului în orice

Persoanele care răspândesc știri false și generează teorii ale conspirației amestecă adesea realitatea și ficțiunea. Așadar, da, există o rețea de telefonie 5G în multe orașe. Dar nu are nicio legătură cu Covid-19.

7. De ce se distribuie aceasta?

De multe ori este destul de ușor de identificat motivul persoanei care postează informațiile. Vinde un produs sau o ideologie? Sau este motivată să facă UE, Federația Rusă sau SUA să arate rău?

8. Unde a apărut aceasta?

Dacă auziți ceva la BBC sau la TeleRadio-Moldova, puteți fi siguri că a fost verificat de un jurnalist adevărat, ca parte a unui proces editorial minuțios. Se fac greșeli, dar în general sunt corectate rapid. În schimb, un articol dintr-o publicație online, cum ar fi Medium, sau un videoclip de pe YouTube, Facebook sau un post de știri de care nu ați auzit, s-ar putea să nu fi avut prea multe filtre editoriale. Publicațiile care efectiv se auto-citează sunt adesea mai puțin exacte decât cele care au fost editate riguros.

9. Atenție la WhatsApp (și Telegram)

Unul dintre motivele pentru care oamenilor le plac serviciile de mesagerie instantanee precum WhatsApp, Signal și Telegram este faptul că acestea sunt criptate: sunt atât de anonime și sigure. Dar acest lucru face, de asemenea, ca sursa originală a unui mesaj să fie foarte greu de depistat. Multe articole legate de conflict care au fost semnalate ca fiind informații false pe Twitter, reapar pe serviciile de mesagerie precum Signal.

10. “Șșș, mass-media tradițională este prea speriată/părtinitoare/proastă să reflecte acest subiect”, se arată în titlul unei reclame.





Sau „industria medicală nu vrea ca tu să cunoști acest leac simplu din cauza xxx”. „Leacul” descrie ceva care a fost reflectat pe larg deja și dezmințit. Acesta este un clickbait. Mass-media tradițională concurează pentru istorii care să atragă audiențe, și nu lucrează împreună pentru a opri subiecte care le-ar putea aduce profit. De fapt, oricine folosește expresia „mass-media tradiționale” ca și cum ar fi o singură entitate ar trebui deja să vă tragă alarma.

11. „Uite, sunt atât de speriați de acest subiect, încât în cele din urmă au fost nevoiți să-l reflecte”, (este Partea a doua din 10).

Problema este că, uneori, zvonurile legate de o știre falsă sau de o teorie a conspirației înseamnă că mass-media tradițională este „impusă să nege” ceva. Sau, altfel spus, să dezmințe. În mod frustrant, acest lucru poate amplifica subiectul: astfel, milioane de oameni află despre teorii ale conspirației marginale prin intermediul principalelor canale de știri.

12. Verificați etichetarea

Conținutul video este adesea distribuit cu o etichetă greșită, pentru a induce în eroare publicul. Un exemplu celebru implică imagini de la o filmare din 2013 pentru un film britanic de science-fiction: conturile pro-ruse de pe rețelele de socializare au afirmat că este o dovadă că invazia Ucrainei a fost o etapă și că aceștia erau „actori de criză”.

13. Aici e partea științifică...

Există vreo știință sau tehnologie pe care nu o înțelegeți? Discutați cu altcineva care este specializat în subiectul respectiv. De exemplu, știrea falsă despre românii care fură ploaia moldovenească nu este posibilă. Dacă aveți un meteorolog în agenda de contacte, vă va explica de ce...

OSINT NU ESTE HACKING...

DEFINIȚII

Osint

Abreviere în engleză pentru „open-source intelligence investigative techniques” - „tehnici de investigare a informațiilor cu sursă deschisă”. Asta înseamnă utilizarea materialului disponibil public și a instrumentelor online pentru a verifica (sau falsifica) informația. Pentru jurnaliștii de investigație în ziua de azi acesta este o abilitate vitală.

Amprenta digitală

Cunoscută uneori sub numele de „umbră digitală”, aceasta este dovada trasabilă a activității pe Internet a unei persoane și este importantă pentru investigațiile OSINT. Adesea se împarte în amprente active (cum ar fi postările și like-urile de pe Facebook, pentru care utilizatorul optează) și amprente pasive (de care utilizatorul poate să nu fie conștient, cum ar fi istoricul căutărilor).

Geolocalizarea

Software și tehnici utilizate pentru a găsi locația unei persoane sau a unui lucru. Jurnaliștii pot localiza o persoană prin intermediul adresei IP a unui computer sau a unui telefon mobil pe care îl utilizează. Geolocalizarea a fost folosită de reporterii pentru a găsi clădiri, morminte „ascunse” ale persoanelor decedate din cauza coronavirusului și surse ale lansatoarelor de rachete.

Adresa IP

Acesta este un identificator unic care este utilizat de dispozitivele care se conectează la Internet. IP este prescurtarea de la Internet Protocol, adică setul de reguli care definesc modul în care datele sunt trimise de la un „computer” (fie că este vorba de iPhone, laptop sau smartwatch) la altul, iar o adresă IP arată cam așa: 109.181.203.169.

Bellingcat

Un grup de investigație, Osint și de verificare a faptelor, cu sediul în Olanda, lansat în 2014 de cetățeanul britanic Eliot Higgins, jurnalist și blogger. El a dezvoltat tehnici de verificare a faptelor folosind date disponibile public: de exemplu, comparând imaginile din satelit cu imagini „oficiale” din războiul sirian pentru a dovedi că se foloseau bombe cu dispersie și arme chimice. Bellingcat a verificat mai multe afirmații false legate de conflictul ucrainean. Merită să fie urmărit, deoarece își explică metodele de cercetare în mod clar și detaliat.

Este vorba de utilizare a informațiilor disponibile online pentru a investiga o problemă. Pentru reporterii aceasta implică utilizarea instrumentelor online pentru a verifica părți ale unei știri, deși termenul se trage din serviciile de informații militare.

În timp ce hacking-ul este asociat cu accesul neautorizat la sisteme informatice, Osint presupune accesul la informații care sunt deja în domeniul public. Este un instrument vital pentru jurnaliștii de investigație din prezent, iar unele dintre cele mai mari dezvăluiri din ultimii ani au implicat Osint.

Cu toate că adesea cetățenii jurnaliști și activiștii sunt cei care se implică în Osint, instrumentele online utilizate în cadrul unei investigații Osint sunt, de regulă, disponibile gratuit. Oricine poate să privească un videoclip pe YouTube și să observe numerele de serie de pe rachete sau să compare datele meteorologice istorice pentru a infirma afirmațiile făcute cu privire la anumite incidente de conflict.

Războiul din Ucraina este verificat în timp real, o armată online de investigatori verificând afirmațiile făcute de ambele părți. Unele instrumente sunt foarte simple – cum ar fi, de exemplu, să înveți să analizezi datele pe Twitter. Cele mai multe dintre instrumentele utilizate în mod obișnuit necesită descărcarea unor programe noi destul de simple. Multe instrumente sunt gratuite și foarte ușor de utilizat, iar pentru multe dintre acestea există tutoriale pe YouTube.

Dar se poate de aprofundat destul de mult: există peste o duzină de instrumente de geolocalizare, de exemplu, dar majoritatea jurnaliștilor vor folosi doar câteva. Dezvoltarea competențelor Osint implică multă autoinstruire și căutarea pe Google a programelor și tehnicilor care funcționează cel mai bine: consultați secțiunea de resurse pentru câteva puncte de pornire bune.

SCENARIU

Primiți o imagine în mod anonim. Aceasta prezintă o imagine cu mai multe cadavre pe o stradă, care au fost ucise de soldații ucraineni în Dnipro, potrivit textului. Pentru a afla dacă este falsă sau nu, ce ar trebui să faceți mai întâi?

OPȚIUNEA 1

Ar trebui să vă dedicați toată energia pentru a afla cine a trimis-o. Este o sursă de încredere?

OPȚIUNEA 2

Ar trebui să începeți cu o căutare inversă detaliată a imaginii: utilizați TinEye sau Google pentru a afla unde și când a fost făcută fotografia.

OPȚIUNEA 3

Introduceți o parte din text într-un site de verificare a faptelor.

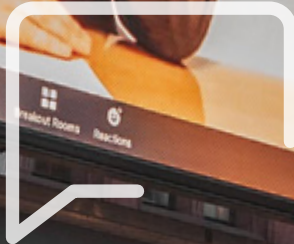
FEEDBACK

Să afli cine a trimis imaginea este un instinct bun. Unde își are sediul? Când a fost făcută? Cu ce dispozitiv? Instrumentele OSINT pot, în multe cazuri, să răspundă la aceste întrebări. Dar urmărirea unei surse care dorește să rămână anonimă poate necesita mult timp, iar oamenii pot să își acopere urmele.

Așadar, acesta nu ar fi neapărat primul lucru pe care l-ați face. O căutare inversă a imaginii este puțin mai rapidă și există diverse tipuri de software gratuit care vă ajută să faceți acest lucru. Învățarea modului de utilizare a Google Images este un lucru pe care îl puteți face de sine stătător online. Dar poate fi totuși destul de consumator de timp.

Trebuie să încărcați imaginea, apoi să filtrați prin toate locurile unde a apărut. Prin urmare, deși ambele sunt tehnici utile, atunci când credeți că aveți o știre, primul pas ar fi să introduceți câteva cuvinte cheie din textul însoțitor și cuvântul „factcheck”. De cele mai multe ori, veți descoperi că un factchecker cu renume, cum ar fi Associated Press sau AFP, va fi investigat deja în detaliu subiectul.

Dacă nu au făcut-o, atunci este timpul să vă folosiți abilitățile OSINT.



ÎN RĂZBOI, ADEVĂRUL ESTE PRIMA VICTIMĂ

Sursa: Uneori atribuită scriitorului/poetului grec Eschil (525 î.Hr. - 456 î.Hr.)

RESURSE SUPLIMENTARE:

[Școala de Jurnalism a Universității Columbia \(SUA\)](#) și [Centrul pentru Jurnalism de Investigație \(Marea Britanie\)](#) au ghiduri cuprinzătoare la acest subiect. De asemenea, „[Bellingcat](#)” produce ghiduri tematice despre tehnicile OSINT.

HANDS OFF
UKRAINE

Solidarität
mit der
Ukraine.

MENTALITATEA DE VERIFICARE A FAPTELOR



DEFINIȚII

Prejudicata confirmării

Tendința oamenilor de a filtra și procesa informații în așa fel încât să le susțină convingerile și opiniile. Cu toții am experimentat acest lucru într-o anumită măsură, și s-au observat multe forme, cum ar fi „perseverența convingerilor” (oamenii continuă să creadă un adevăr fals în ciuda dovezilor) și „efectului primatului irațional” (loialitate față de prima informație pe care o aud despre un subiect).

Camera cu ecou

Metaforă pentru a descrie un mediu în care oamenii întâlnesc doar credințe similare cu ale lor. Înrautățit de Internet, unde este posibil să găsești numeroase cantități de conținut care să îți susțină credința, chiar dacă acestea sunt potențial dăunătoare sau se bazează pe presupuneri inexacte: rasiști, teroriști, adepți ai teoriei conspirației, și cei care neagă schimbările climatice tind să se întâlnească online.

Bulele filtrante

Un anumit tip de cameră cu ecou, creată de algoritmi și de rețelele sociale. Vi se oferă „mai mult conținut identic” în funcție de like-urile, click-urile și follow-urile dvs.

Polarizarea radicală

Situația politică creată de oameni care trăiesc în camere cu ecou și bule filtrante. Oamenii nu au încredere unii în alții și nu reușesc să găsească un punct de vedere comun, în special în ceea ce privește anumite subiecte politice și culturale „fierbinți”. A se vedea, de asemenea, „splinternet” și „balcanizarea cibernetică”

NOTA REDACȚIEI:

Și unii specialiști în verificarea faptelor, cum ar fi Bellingcat și Fullfact își împărtășesc metodologia. Rețineți că noi verificatori de fapte apar tot timpul, iar unii se combină. Lista Wikipedia a site-urilor de verificare a faptelor poate fi o resursă utilă.

BBC își publică **orientările editoriale**, la fel ca multe alte organizații de știri. Este o resursă utilă, deși potrivită pentru o organizație de știri mult mai mare decât există în Moldova.

Cine îl verifică pe cel care verifică faptele?

Uneori, această întrebare este pusă în mod sarcastic pe forumurile online pentru a deprecia pe cineva care citează o platformă de verificare a faptelor; alteori aceasta este o întrebare sinceră. Uneori poate fi într-adevăr dificil să știți în cine să aveți încredere. Faptul că unele site-uri de dezinformare și chiar partidele politice copiază aspectul unei pagini de verificare a faptelor este o provocare deosebită. Deci ce la ce ar trebui să atrageți atenția? Și în cine puteți avea încredere?

În primul rând, un bun verificator de fapte este transparent cu privire la sursele sale, la modul în care este finanțat și la afilierea sa; analizează o gamă largă de afirmații și toate aspectele subiectului. Va examina afirmațiile discrete, va trage concluzii și va fi clar cu privire la metodologia sa.

Site-urile bune de verificare a faptelor sunt, de asemenea, transparente în ceea ce privește sursele și metodele; și vor cita din surse credibile și de renume – cum ar fi reviste de specialitate și instituții media care au reputația de a fi echilibrate și că verifică faptele.

Ne vom referi la instituții media care au o reputație de acuratețe, echilibru și verificare a faptelor.

Acestea includ anumite agenții de presă care sunt cunoscute în mod colectiv sub denumirea de „fire de știri” sau pur și simplu de „fire”: termenul provine din epoca victoriană a firelor de telegraf, când agenții ca Reuters (Marea Britanie) și Associated Press (SUA), Agence France-Presse (sau AFP, cu sediul în Franța) transmiteau informații „obiective” către sediile ziarelor din întreaga lume. Ele încă există, deși în mod digital, și sunt de obicei considerate surse de încredere de știri. Agențiile de presă deținute de stat nu sunt considerate credibile și sunt adesea instrumente de propagandă guvernamentală.

Atunci când citează surse de știri, trebuie să fim conștienți de sursele a căror părținare politică extremă este de așa natură încât nu mai pot fi considerate corecte: Fox News din SUA este un bun exemplu de post de televiziune cu o echipă mare de reporteri și o audiență uriașă, dar cu credibilitate redusă din cauza lipsei de echilibru și acuratețe.

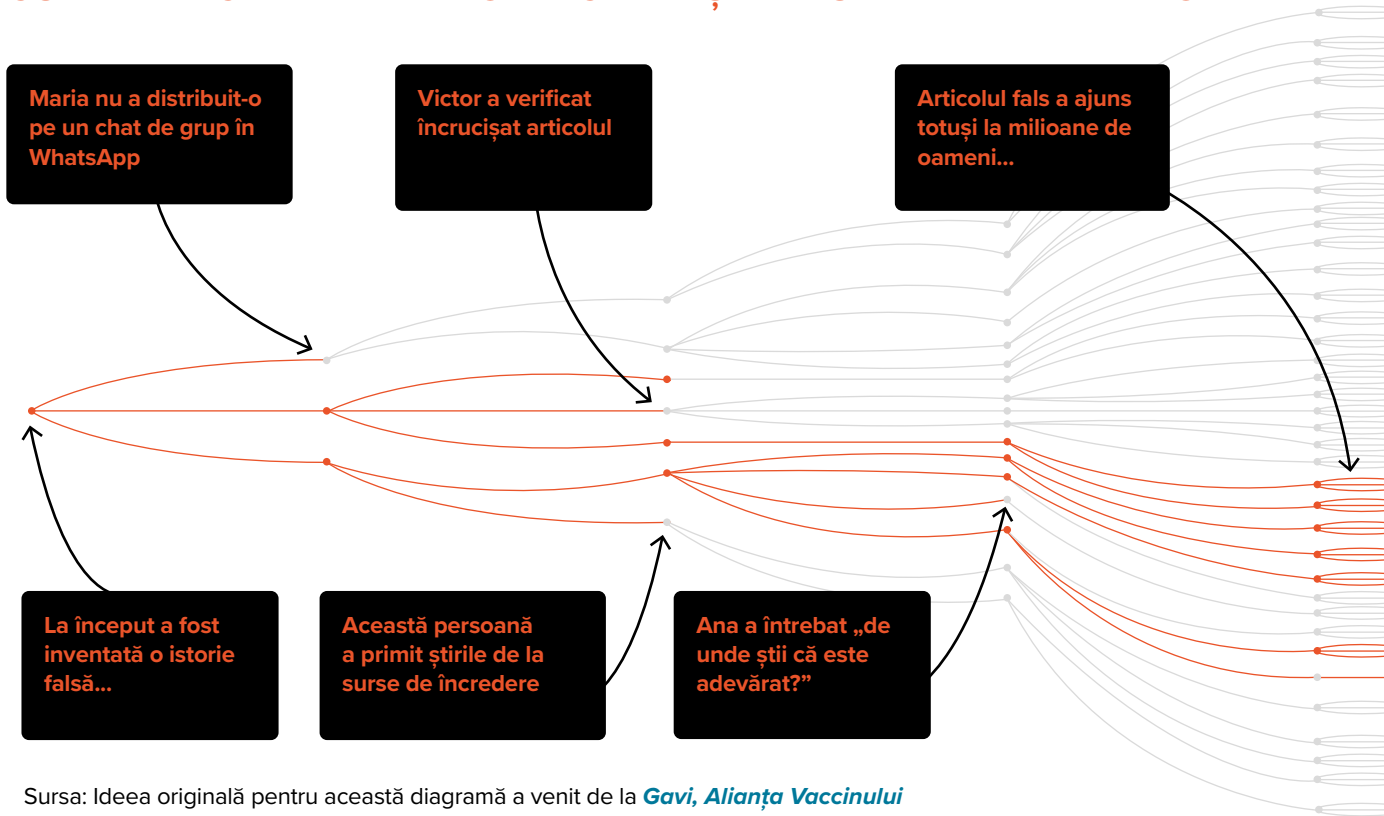
Printre verificatorii de fapte de renume se numără:

- <https://stopfals.md>
- Associated Press <https://apnews.com/hub/ap-fact-check> (global, news)
- Snopes (US, cultural, myths) [factcheck.org](https://www.snopes.com)
- Fullfact.org
- BBC <https://www.bbc.co.uk/news/reality-check> (UK)
- <https://www.factual.ro>
- <https://www.veridica.ro> (Romanian focus)



Dacă aveți un sentiment foarte puternic în legătură cu ceva ce ați citit pe Internet, acesta este un semnal de alarmă.

CUM VERIFICAREA FAPTELOR ÎNCETINEȘTE RĂSPÂNDIREA DEZINFORMĂRII



Sursa: Ideea originală pentru această diagramă a venit de la [Gavi, Alianța Vaccinului](#)

EXERCIȚIU CU SCENARIU

Sunteți redactor de știri la un post național de televiziune. Apare zvonul că o rachetă rusească a lovit Tiraspolul, după ce a survolat spațiul aerian al Republicii Moldova. Între timp, trupele moldovenești au fost văzute la manevre de antrenament. Nu sunteți sigur dacă ar trebui să includeți acest subiect în buletinul de știri.

OPȚIUNEA 1

Așteptați până când o persoană în funcție oficială de nivel înalt va comenta, înainte să menționați ceva. Nu doriți să provocați panică excesivă.

OPȚIUNEA 2

Vedeți ce se spune pe canalele Telegram de limbă rusă.

OPȚIUNEA 3

Odată ce aveți două surse, puteți aborda subiectul. Aceasta este metodologia BBC.

OPȚIUNEA 4

Încercați să vorbiți cu vreun martor ocular.

OPȚIUNEA 5

Dacă ignorați subiectul, vă veți pierde din credibilitate.

FEEDBACK

În primul rând, persoanele în funcții oficiale de nivel înalt refuză adesea să vorbească cu presa. Uneori, acest lucru se datorează faptului că unii reporteri e mai puțin probabil să acopere un subiect fără un citat din partea acestora. Nu aveți neapărat nevoie de o persoană în funcție de nivel înalt, deși desigur ar trebui să încercați.

Canalele Telegram de limba rusă pot fi o resursă utilă pentru acest tip de scenariu: dar acestea nu sunt în mod automat de încredere, sau automat nesigure, sunt doar o modalitate de a vă conecta la anumite surse, dintre care unele nu sunt de încredere. O mulțime de știri false au circulat prin Telegram, la fel și ocazionalul „pont”.

Este adevărat că BBC a folosit în mod tradițional două surse pentru a verifica un subiect: totuși aceasta nu a fost niciodată regula de aur. Dacă prima dvs. sursă este suficient de veridică, iar subiectul este suficient de important, puteți să mergeți înainte.

Desigur, este o idee bună să vorbiți cu un martor ocular. Dar țineți minte că aceștia nu sunt întotdeauna de încredere: poate că vor descrie o explozie de gaz ca fiind impact de obuz, vor înțelege greșit cifrele unei răscoale, sau vor presupune că oamenii care sunt înținși pe jos răniți sunt de fapt „morți”.

Este cu siguranță adevărat că, atunci când o știre de ultimă oră atrage multă atenție,

dacă o ignorați acest lucru va pune postul dvs. de știri într-o lumină proastă. Așadar, pe lângă încercările dvs. de a verifica știrea, luați în considerare opțiunea de a raporta asupra zvonului respectiv făcând clar faptul că nu îl puteți verifica pe deplin. Folosiți expresii cum ar fi „conform unor mărturii neconfirmate de pe Internet din partea xxx” sau „Unele instituții de presă au raportat pe scară largă... dar nu am putut confirma”.

Sper că ați observat „heringul roșu” despre trupele moldovenești aflate la manevre de antrenament. Soldații sunt mereu la manevre de antrenament: aceasta nu este o noutate. Acest lucru devine demn de a fi știre doar dacă trupele invadează o altă țară, de exemplu.

DEZINFORMAREA DE GEN: ȘTIRILE FALSE ȘI PATRIARHIA

DEZINFORMAREA DE GEN - REZUMAT

- Folosește informații false sau manipulează informațiile reale pentru a induce în eroare, a crea confuzie și discredita femeile.
- Transformă stereotipurile de gen în arme și utilizează interpretări misogine.
- Etichetează femeile care diferă de normele patriarhale ca fiind agresive și periculoase.
- Utilizează o varietate de tactici, cum ar fi postarea de informații, imagini și videoclipuri sexualizate false; falsificarea sau alterarea imaginilor și a meme-urilor pentru a discredita și ridiculiza femeile, utilizând automatizarea pentru a amplifica atacurile și raza de acțiune.
- Are ca scop polarizarea dezbaterilor publice pentru a submina coeziunea socială, a răspândi frică și, în cele din urmă, a menține puterea. Caută să redefească termenii dezbaterilor politice și sociale într-un mod care să lezeze femeile.
- Are ca scop descurajarea femeilor de la participarea la viața publică și reducerea lor la tăcere.

Dezinformarea de gen combină ideologia patriarhală înrădăcinată și atitudinile sexiste cu anonimatul și amploarea rețelelor sociale într-un efort de a distruge reputația femeilor și de a le scoate din viața publică.

Rețelele sociale sunt un teren fertil: algoritmi încurajează și amplifică conținutul inflamatoriu și stereotipurile de gen profund înrădăcinate pentru a menține la distanță femeile care sunt lideri politici și jurnaliști critici.

La rădăcina sa, dezinformarea bazată pe gen constă în campanii coordonate și denigratoare care exploatează stereotipurile de gen pentru a înlătura legitimitatea participării în toate sectoarele vieții, inclusiv în politică - subminând efectiv democrația și drepturile omului. Intenția sa malițioasă face parte adesea dintr-o strategie politică mai largă de consolidare a puterii. Aceasta poate interacționa și cu alte forme de dezinformare focusate pe identitate, cum ar fi cea bazată pe orientare sexuală, dizabilitate, rasă, etnie sau religie.

Dezinformarea vizează în principal persoane individuale, în special femei în poziții înalte - în politică, jurnalism, activiste pentru drepturile femeilor - într-un efort de a le discredita, intimida și/sau reduce la tăcere. Aceasta deformează înțelegerea publică a performanțelor politice ale femeilor și descurajează femeile să urmeze cariere politice. Vicepreședintele SUA, Kamala Harris, s-a confruntat cu un val de dezinformare și hărțuire în timpul ciclului electoral din 2020, care a inclus atacuri la adresa cazierului său judiciar, precum și aluzii și acuzații misogine.

Dezinformarea de gen nu presupune doar informație falsă. Aceasta folosește un conținut puternic emoțional și încărcat valoric pentru a submina persoanele vizate. Dezinformarea bazată pe gen transformă hărțuirea femeilor active public într-o armă. Intenția este de a reduce femeile la tăcere.

STUDII DE CAZ - GEORGIA, CONVENȚIA DE LA ISTANBUL

Diseminarea videoclipurilor filmate în secret din viața sexuală a unor personalități proeminente a fost o armă tulburătoare pe scena politică din Georgia la sfârșitul anilor 2010.

În 2016, în timpul campaniei electorale foarte contestate pentru alegerile parlamentare din Georgia, au fost răspândite videoclipuri sexuale false, care pretindeau că arată în imagini câteva femei din politică și un politician bărbat. Aceste videoclipuri au fost denumite „WikiLeaks-ul sexual” al Georgiei, iar videoclipuri similare au apărut și în 2019, în toate cazurile fiind îndepărtate.

Unul dintre videoclipurile răspândite în 2016 pretindea că un politician bărbat era homosexual. Într-o țară conservatoare din punct de vedere social, unde sexul în afara căsătoriei nu este tolerat pentru femei și unde homofobia este profundă, aceste acuzații au fost concepute pentru a discredita și intimida.

Campaniile pot fi îndreptate și către probleme precum drepturile femeilor, violența domestică, orientarea sexuală și identitatea de gen.

Să luăm, de exemplu, Convenția de la Istanbul - Convenția Consiliului Europei privind Prevenirea și Combaterea Violenței Împotriva Femeilor și a Violenței Domestice.

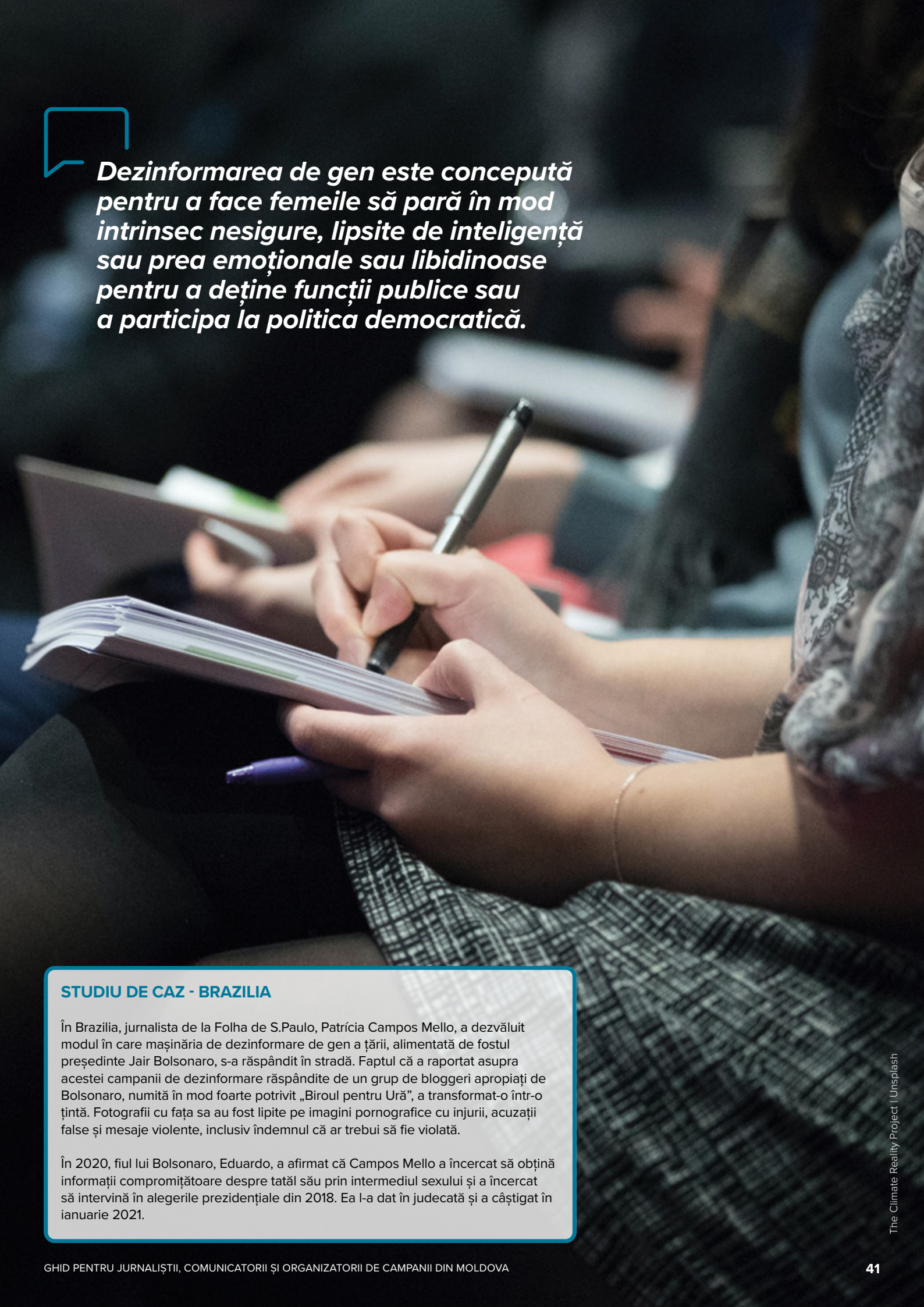
Aceasta își propune să sporească protecția victimelor și să pună capăt impunității făptașilor, dar a fost văzută ca o luptă pentru putere între „tradiționaliști” și „progresiști” în Europa.

Moldova a semnat Convenția în 2017, dar abia în octombrie 2021 a ratificat-o, după cinci ani de dezbateri politice intense, întrucât partidele conservatoare au considerat că aceasta erodează valorile familiei tradiționale.

Înainte de votul în parlament, Biserica Ortodoxă Moldovenească a făcut și ea lobby împotriva Convenției, cu Episcopia Fălești și Bălți amenințând că vor excomunica parlamentarii care o susțin. Cei care criticau Convenția susțineau că aceasta distruge valorile și tradițiile creștine, legalizează căsătoriile între persoane de același sex și promovează avortul și educația LGBT. Ei de asemenea, au accentuat faptul că tratatul definește genul ca o categorie „social construită”.

Polarizarea în privința acestui tratat nu este unică pentru Moldova. În Ungaria, Bulgaria, Cehia și Turcia, de asemenea, guvernele conservatoare au descris Convenția ca fiind o amenințare la adresa valorilor familiei și sistemelor lor naționale. Apărătorii drepturilor femeilor avertizează cu privire la o creștere îngrijorătoare a manipulării cu privire la ceea ce reprezintă acest tratat.





Dezinformarea de gen este concepută pentru a face femeile să pară în mod intrinsec nesigure, lipsite de inteligență sau prea emoționale sau libidinoase pentru a deține funcții publice sau a participa la politica democratică.

STUDIU DE CAZ - BRAZILIA

În Brazilia, jurnalista de la Folha de S.Paulo, Patrícia Campos Mello, a dezvăluit modul în care mașinăria de dezinformare de gen a țării, alimentată de fostul președinte Jair Bolsonaro, s-a răspândit în stradă. Faptul că a raportat asupra acestei campanii de dezinformare răspândite de un grup de bloggeri apropiați de Bolsonaro, numită în mod foarte potrivit „Biroul pentru Ură”, a transformat-o într-o țintă. Fotografii cu fața sa au fost lipite pe imagini pornografice cu injurii, acuzații false și mesaje violente, inclusiv îndemnul că ar trebui să fie violată.

În 2020, fiul lui Bolsonaro, Eduardo, a afirmat că Campos Mello a încercat să obțină informații compromițătoare despre tatăl său prin intermediul sexului și a încercat să intervină în alegerile prezidențiale din 2018. Ea l-a dat în judecată și a câștigat în ianuarie 2021.

DEZINFORMAREA DE GEN: CE PUTEM FACE ÎN PRIVINȚA ACESTUI LUCRU

DEFINIȚII

Educația în domeniul media

Aici vorbim despre studii care încurajează o evaluare critică a mass-mediei și a mesajelor sale. Aceasta poate include studiul proprietarilor mass-media, publicității, dezinformării, propagandei, comportamentului imitator, imaginii corporale, identității de gen... și mai mult. Se argumentează că educația în domeniul media este vitală într-o democrație și că regimurile autocratice nu includ gândirea critică în curriculum. Dar nici democrațiile nu predau întotdeauna educația în domeniul media.

Sexul

Se referă la caracteristicile biologice și fiziologice diferite ale bărbaților și femeilor, cum ar fi organele reproductive, cromozomii și hormonii.

Genul

Se referă la „caracteristicile social-construite ale femeilor și bărbaților, cum ar fi normele, rolurile și relațiile dintre grupurile de femei și bărbați”. Acesta se schimbă în timp și variază de la o societate la alta. În timp o persoană se naște fie bărbat, fie femeie, aceasta este învățată care sunt normele și comportamentele corespunzătoare, inclusiv modul în care ar trebui să interacționeze cu alte persoane de același sex sau de sex opus acasă, în comunitate și la locul de muncă.

Sursa: Organizația Mondială a Sănătății.

Tactici malițioase și creative

Internetul, în special rețelele sociale și manipularea tot mai mare a inteligenței artificiale, au făcut posibil ca dezinformarea de gen să crească semnificativ, dar lumea offline și online nu ar trebui considerate spații separate, ci mai degrabă un spațiu continuu în care misoginismul, normele patriarhale și violența bazată pe gen continuă să domine.

Tacticele malițioase sunt diverse și creative. Ele includ:

- Postarea de informații, imagini și videoclipuri false sexualizate, care încalcă ceea ce este considerat comportament social acceptabil pentru femei și bărbați;
- Postarea de imagini, videoclipuri sau meme-uri falsificate sau create prin utilizarea inteligenței artificiale, pentru a discredită și a ridiculiza;
- Diseminarea afirmațiilor false pentru a proteja „valorile tradiționale ale familiei”, combinând narațiuni despre religie, rasă sau imigrație;
- Utilizarea algoritmilor și a automatizării, de exemplu pe rețelele sociale, pentru a amplifica atacurile și a ajunge la un public mai larg;
- Manipularea stereotipurilor tradiționale despre bărbați și femei, de exemplu prezentarea femeilor ca agresoare violente care încalcă normele de gen tradiționale;
- Mituri și minciuni despre egalitatea de gen, de exemplu folosirea de către forțele ultra-conservatoare a narațiunilor despre „vestul corupt” pentru a mobiliza și dezvolta în anumite persoane mentalitatea „anti-gen”, argumentând că egalitatea de gen este împotriva familiei, împotriva vieții și susține homosexualitatea;
- Fabricarea de informații și statistici privind

problemele de gen controversate, creând legături false între anumite probleme și manipulând statisticile adevărate prin eliminarea contextului. De exemplu, în timpul referendumului din Irlanda privind avortul în 2018, grupurile din cadrul „Campaniei NU” au creat o legătură falsă între avort, depresie și cancer.

Campanii naționale și transnaționale

Campaniile de dezinformare de gen pot fi împărțite în două tipuri. Acestea pot fi interne și implică tentativa actorilor de stat să reducă la tăcere vocile critice sau opoziția internă. Aceasta este tendința în regimurile conduse de lideri autoritari, precum Vladimir Putin din Rusia, Rodrigo Duterte din Filipine sau Viktor Orban din Ungaria, care au folosit genul nu numai pentru a ataca vocile critice de gen feminin, ci și pentru a ataca însăși feminismul.

Dezinformarea de gen ar trebui să facă parte din reacțiile mai ample la dezinformare în general. Soluțiile de politici și cele în practică trebuie să recunoască faptul că dezinformarea ia multe forme și poate varia în funcție de context.

Soluțiile centralizate și automate la dezinformarea de gen sunt susceptibile să cenzureze discursul legitim și să treacă cu vederea dezinformarea de gen. Este vitală implicarea și supravegherea experților locali care înțeleg limba, cultura și societatea în care apare dezinformarea.

Soluțiile ar trebui să se concentreze asupra și să învețe din experiențele femeilor care deja lucrează pentru a contracara dezinformarea: problema este una sistemică și nu ar trebui să așteptăm ca țintele dezinformării de gen să o rezolve individual.

Jurnaliștii și mass-media pot lua două măsuri specifice pentru a combate dezinformarea de gen.

1. Adoptarea tehnicilor de raportare sensibile la gen

Având în vedere stereotipurile de gen predominante, jurnaliștii nu pot pur și simplu pretinde că sunt neutri din perspectiva genului. Raportarea de către mass-media poate fie să întărească stereotipurile de gen, fie să le conteste. O modalitate în care mass-media poate contesta dezinformarea de gen este prin contestarea stereotipurilor și prin raportare sensibilă la gen.

STUDIU DE CAZ - UCRAINA

În 2017, deputata ucraineană Svitlana Zalishchuk a vorbit la Organizația Națiunilor Unite despre războiul țării sale cu Rusia în regiunea din est, Donbas, și impactul pe care l-a avut acesta asupra femeilor. Ea declarat că, din cauza conflictului armat, femeile ucrainene și-au mutat atenția de la “egalitate la supraviețuire”.

Apoi aceasta a fost țintită de trollii pro-ruși. A început să circule o captură de ecran a discursului ei iar un tweet afirma că ea a promis să alerge goală pe străzile din Kiev dacă armata ucraineană pierdea o bătălie-cheie cu rușii. Mesajul a fost însoțit de o imagine falsificată care pretindea că o arată complet goală. Materialul falsificat a circulat timp de luni de zile, subminându-i și devalorizându-i imaginea politică.



Kate Bezubetts | Unsplash

Raportarea sensibilă la gen poate fi realizată prin:

- Selectarea surselor și a subiecților pentru a obține o prezență echilibrată a femeilor și bărbaților, reflectând compoziția societății și experiențele umane.
- Evitarea subiecților ce includ stereotipuri și evitarea presupunerilor bazate pe aceste stereotipuri.
- Utilizarea unui limbaj sensibil la gen.
- Promovarea egalității de gen în cadrul organizațiilor de media.

2. Transformarea dezinformării de gen în subiect de știri.

Mass-media poate pune în evidență dezinformarea de gen prin investigarea și raportarea asupra unor campanii specifice într-un mod critic, intervievând experți în dezinformare și gen pentru a prezenta o analiză.

La data de 19 ianuarie 2022, în ziua următoare de la publicarea unei investigații realizate de Emilia Șercan, care dezvăluia

cum prim-ministrul României și-a plagiat teza de doctorat, a urmat un val de amenințări și diseminarea de fotografii intime ale jurnalistei de investigație pe rețelele sociale.

Pozele pe care le-a făcut cu douăzeci de ani în urmă au fost încărcate pe site-uri pentru adulți și capturile de ecran pe care le-a furnizat poliției când a depus o plângere penală au fost publicate pe un site înregistrat în Moldova. Imaginile au fost răspândite pe o serie de site-uri din România cu articole defăimătoare.

Dovezile pe care Șercan le-a adunat au indicat că campania împotriva ei a fost dusă cu complicitatea unor funcționari publici; ea a acuzat autoritățile că au „*orchestrat o operațiune de kompromat*” împotriva ei. Cazul penal deschis nu a făcut progrese.

Experiența jurnalistei care a dezvăluit plagiatul folosit de demnitarul de rang înalt din țară ilustrează un alt front al războiului hibrid, în care un actor de stat utilizează narațiuni cu conotații de gen pentru a defăima femeile, cu implicații semnificative pentru participarea egală a femeilor în societate.

Femeile jurnaliste, din politică și activiste pentru drepturile omului sunt în mod deosebit expuse la riscuri. Nicio țară nu este imună: în India, se face trolling împotriva femeilor, în Rusia, activistele feministe sunt în mod regulat țintite de amenințări și insulte online, în Brazilia atacurile la adresa femeilor din viața publică au crescut sub conducerea președintelui precedent, Jair Bolsonaro.

Chiar și în Finlanda care este liberală, Sanna Marin, cel mai tânăr prim ministru din lume, a fost criticată de dreapta și de opoziția politică pentru un videoclip în care dansează la un eveniment privat și a fost forțată să facă un test de droguri „pentru propria ei protecție legală”.

CUM RĂMÂNEȚI ÎN SIGURANȚĂ ONLINE



DEFINIȚII

Atac cibernetic

Atac digital malițios realizat prin accesul de date la sisteme informatice sau dispozitive individuale. Acestea sunt efectuate de indivizi, grupuri de hackeri, state naționale: atacurile cibernetice rusești au inclus atacul Killnet asupra României, Georgiei, Azerbaidjanului și un atac la scară largă asupra Estoniei în 2007, ca rezultat al unei dispute diplomatice cu privire la un memorial de război sovietic.

Atac fără click

Un fel de atac cibernetic care nu necesită ca ținta să facă click pe nimic: telefoanele sunt adesea țintite în acest fel cu spyware. Acesta este un fel de atac cibernetic care nu necesită ca ținta să facă click pe nimic: telefoanele sunt adesea țintite în acest fel cu spyware.

Spyware

Software malițios (malware) care accesează datele personale și urmărește comportamentul utilizatorului. Programul-spion israelian Pegasus pentru telefoane smart este un exemplu internațional bine-cunoscut, în timp ce malware-ul rusesc include Gamaredon (cunoscut și sub numele de Ursul Primitiv și Actinium).

Aplicația SpyBuster

O aplicație ucraineană care a fost concepută pentru a detecta programele spion rusești.

Există o mulțime de liste de verificare pentru jurnaliștii care activează în medii ostile sau care raportează asupra unor subiecte cu risc înalt. Institutul pentru Raportarea Războiului și Păcii are câteva linii directoare excelente, iar organizații cum ar fi „Reporterii Fără Frontiere” și „Comitetul pentru Protecția Jurnaliștilor” elaborează și informații utile și care pot salva vieți.

Este cu siguranță util să selectați din aceste surse și să învățați câteva dintre sfaturile, trucurile și tehnicile care au protejat mulți oameni de pericol în timp ce raportau asupra anumitor subiecte.

Ați putea să vă creați propria listă de verificare înainte de a raporta asupra unui anumit subiect, deoarece riscurile cu care vă confrunțați vor fi unice pentru misiunea dvs.: raportarea cu privire la situația din Transnistria, de exemplu, necesită pregătire și cunoștințe specifice. Este posibil ca alți jurnaliști să nu fi publicat materiale despre cum să călătoriți în siguranță în această regiune.

Țineți minte: menținerea siguranței personale este o mentalitate. Va trebui să fiți flexibili, să colectați informații din surse de încredere și să fiți conștienți de riscurile de la orizont.

Cum rămâneți în siguranță online

Riscurile se schimbă permanent, așa că va trebui să vă mențineți atât cunoștințele, cât și software-ul actualizate. Serviciile și riscurile online variază de la o regiune la alta, iar raportarea asupra unor subiecte specializate va necesita mai multe măsuri de securitate decât asupra altora.

Cu cât jurnalismul dvs. este mai „investigativ”, cu atât aveți nevoie de un nivel mai înalt de securitate, de exemplu. Și dacă scrieți despre anumite subiecte – cum ar fi Ucraina, problemele de gen sau conflictul din Orientul Mijlociu, de exemplu – vă expuneți unor niveluri mai înalte de abuz online.

Cu toate acestea, chiar și jurnaliștii care acoperă subiecte mai puțin controversate au suferit (și au fost amenințați cu) atacuri cibernetice, hacking, șantaj online, trolling. Uneori, detaliile și informațiile personale sunt partajate online în mod malițios. Respectiv, uneori jurnaliștii suferă în urma violenței fizice.

Desigur, în prezent nu există siguranță ca jurnaliștii să raporteze în Rusia, iar cei care raportează asupra afacerilor rusești au devenit ținta specială a hărțuirii online sponsorizate de

stat, precum și a vătămării fizice directe.

Mulți reporteri au o serie de identități diferite, trecând de la o adresă de e-mail temporară ultra-securizată pentru investigații, la o identitate anonimă într-un chat-room, de exemplu, puteți să folosiți o adresă de email obișnuită, disponibilă public, împreună cu un număr privat, destinat doar prietenilor și familiei.

Aproape orice activitate pe care o desfășurați online poate prezenta un risc de securitate, dar există întotdeauna măsuri pe care le puteți lua pentru a reduce acest risc.

Multe dintre acestea sunt bune practici de securitate IT: ar fi bine să păstrați software-ul antivirus actualizat, de exemplu, și să vă gestionați eficient parolele. Unele persoane folosesc în acest scop o aplicație sau program de gestionare a parolelor.

Aproape fiecare program pe care îl utilizați are o versiune „mai sigură”. De exemplu, există servicii de e-mail criptate și chiar de „unică folosință” pentru corespondență extrem de sensibilă; servicii de partajare a fișierelor ultrasecurizate; și multe persoane au ales să folosească Signal în loc de WhatsApp din cauza problemelor de confidențialitate.

Va trebui să faceți propria cercetare cu privire la serviciile care sunt în prezent cele mai bune pentru circumstanțele dvs., în limitele bugetului dvs. și disponibile în Moldova.

E de la sine înțeles că trebuie să protejați întotdeauna identitatea surselor dvs., cu excepția cazului în care acestea au fost de acord să facă declarații în mod oficial. De asemenea, ar trebui să găsiți un echilibru între nevoia de securitate și ușurința de utilizare: e foarte bine dacă aveți o adresă de e-mail ultra-securizată de unică folosință, dar dacă uitați parola, ați pierdut o pistă de audit a email-urilor importante...

Nu uitați că aceasta este o introducere la subiectul respectiv. Recomandările devin foarte repede depășite și este posibil să nu fie adecvate anume pentru locația dvs. și nivelul de risc. Dacă aveți nevoie de sfaturi actualizate, vorbiți cu vreun coleg de încredere sau cu un prieten priceput în IT.

Trebuie să urmați recomandările de securitate ale organizației dumneavoastră înainte de a merge într-un mediu ostil.



Mikhail Volkov / Unsplash

Cum să rămânem în siguranță

1. Planificați, pregătiți și luați măsuri de precauție.

Ați cercetat riscurile cu aceeași diligență cu care ați investiga un subiect? Ați făcut o evaluare adecvată a riscurilor? Ați întrebat (discret) colegii și alte persoane despre potențialele pericole ale raportării dvs.?

2. Verificați-vă de mai multe ori planurile de călătorie.

Când jurnaliștii sunt uciși sau răpiți, acest lucru tinde să se întâmple într-o zonă de război sau în alt mediu ostil specific. Ați aflat care sunt aceste locuri? De asemenea, peste un milion de oameni mor anual în accidente de circulație. Pași cum ar fi să verificați automobilul ca acesta să fie sigur, să purtați centura de siguranță și să vă asigurați că șoferul nu este beat, pot salva vieți. Obțineți informație locală recentă despre cât este de sigur să călătoriți pe un anumit drum, în special pe timp de noapte.

3. Fiți în siguranță din punct de vedere digital.

V-ați asigurat că nimic din ceea ce purtați nu vă poate incrimina pe dumneavoastră sau pe sursele dvs? (a se vedea pagina anterioară). Unele persoane poartă un telefon ieftin de unică folosință și își elimină datele de pe dispozitivele de lucru și de stocare a

datelor atunci când sunt în investigație, în eventualitatea că ar putea fi reținuți.

4. Îmbrăcați-vă corespunzător.

Sună ciudat, dar să poarte încălțăminte potrivită la o demonstrație este un sfat important pentru tinerii jurnaliști. Ați ales haine care sunt practice, care vă ajută să vă pierdeți în mulțime și care sunt potrivite pentru investigația respectivă?

5. Evaluați situația.

Demonstrațiile sunt evenimente demne de știri, iar jurnaliștii vor dori să raporteze asupra acestora; dar amintiți-vă că atât protestatarii, cât și autoritățile vă consideră o țintă. Ați evaluat unde pot apărea îmbulzeala și panica cu călcat în picioare și ați identificat calea de evacuare? V-ați asigurat că locul unui accident este sigur?

6. Purtați legitimația (ca obișnuință).

În cele mai multe situații, este important să vă legitimați ca jurnalist. Ați luat cu dumneavoastră un act de identitate pentru a-l prezenta celor responsabili la locul faptei, de exemplu? Jurnalismul sub acoperire necesită motive editoriale excepționale, și implică riscuri dacă sunteți descoperit.

7. Aveți grijă să fiți sănătos.

Sunteți suficient de apt pentru a călători? Aveți apă, mâncare și medicamente? Aveți nevoie de o trusă de prim ajutor pentru călătoria dvs? V-ați gândit la impactul asupra sănătății mintale?

8. Gândiți-vă la o înțelegere cu un prieten.

Să mergeți să filmați ceva poate însemna să pierdeți atenția periferică și să vă puneți în pericol. Dacă nu aveți luxul de a lucra ca parte a unei echipe puteți lucra cu alți jurnaliști pentru a vă susține reciproc?

9. Spuneți cuiva unde vă aflați.

V-ați asigurat că cineva știe când vă veți întoarce? Așa că dacă sunteți răpit sau deținut ilegal, să fie cineva care vă va cauta?

10. Niciun subiect nu merită să vă pierdeți viața...

...și uneori trebuie să părăsiți o anumită situație pentru a fi în siguranță.

COMBATEREA DEZINFORMĂRII ÎN PRACTICĂ



DEFINIȚII

Modelul deficitului de informații

Denumit uneori „modelul deficitului”. Aceasta este ideea că, de îndată ce oamenii sunt expuși la o informație, își vor schimba înțelegerea și comportamentul. Pentru multe persoane, nu este cazul: unii oameni continuă să creadă că pământul este plat, în ciuda cantității copleșitoare de dovezi care arată contrariul.

„Sandvișul adevărului”

Aceasta este o tehnică recentă folosită în jurnalism pentru a contracara afirmațiile false făcute de politicieni. Ideea este că decât să citați o afirmație falsă făcută de un politician ca parte principală a unei știri, mai degrabă oferiți context. Deci, în loc să spuneți „conform experților pământul este plat”, ați putea spune „afirmații false că pământul este plat sunt vehiculate de experți auto-declarați, în ciuda dovezilor copleșitoare că pământul este rotund”.

Sandvișul adevărului:

1. Începeți cu adevărul. Prima încadrare are avantajul.
2. Indicați minciuna. Evitați să amplificați limbajul specific, dacă este posibil.
3. Reveniți la adevăr. Repetați întotdeauna mai multe adevăruri decât minciuni.

Sursa Poynter.org <https://www.poynter.org/reporting-editing/2020/how-to-serve-up-a-tasty-truth-sandwich/>



Deci... înțelegeți problema dezinformării și a propagandei. Înțelegeți că o democrație poate funcționa doar în baza faptelor. Înțelegeți cum funcționează jurnalismul și puteți evalua sursele, puteți raporta cu acuratețe și imparțialitate.

Cum puteți pune toate acestea cap la cap și verifica dezinformarea cu privire la conflict, astfel încât să vă conectați cu publicul dvs?

Răspunsul este complex. Și, din păcate, nu există o soluție rapidă. Într-un anumit fel, știm cu mult mai multe despre ceea ce nu funcționează.

Pare perfect logic, de exemplu, pur și simplu să le oferiți oamenilor faptele. Dar multe persoane se confruntă cu „prejudecata adevărului”, crezând primele informații pe care le aud despre un anumit subiect.

De asemenea, știm că majoritatea oamenilor sunt deosebit de înclinați să accepte informațiile repetate, familiare, din surse

care le sunt cunoscute. Așa că odată ce li s-a spus că nu există război în Ucraina, de exemplu, și după ce acest mesaj a fost repetat, ei nu-și vor schimba părerea, chiar și atunci când vor vedea imagini cu tancri și cadavre.

De fapt, după cum știm din certurile pe care le vedem pe platforme ca Twitter și Facebook, să le spuneți oamenilor că nu au dreptate poate avea efectul opus. Multe persoane devin mai înrădăcinate pe pozițiile lor atunci când sunt contrazise.

Deci, în calitate de comunicator, trebuie să munciți mai mult dacă aveți o abordare serioasă față de verificarea faptelor. Cunoașterea audienței este vitală. Va trebui să învățați despre schimbarea comportamentului. Și ar putea fi nevoie să învățați câteva tehnici noi de a relata un subiect.

VIDEOCLIPUL ARATĂ PREGĂTIRI PENTRU PARADA MILITARĂ, NU ACTIVITATE DE RĂZBOI ÎN ROMÂNIA

AFIRMAȚIE

Un videoclip în care se văd sisteme de apărare aeriană și alte vehicule militare care întorc încet la o intersecție din România prezentate ca fiind transportate către granița cu Moldova, pe măsură ce tensiunile în regiune cresc.

EVALUAREA AP

Fals. Videoclipul arată o paradă militară la Alba Iulia, România, la sute de kilometri de granița cu Moldova. Potrivit **Ministerului Apărării Naționale al României**, clipul datează din luna noiembrie a anului 2022 și nu are legătură cu războiul Rusiei împotriva Ucrainei.

FAPTELE

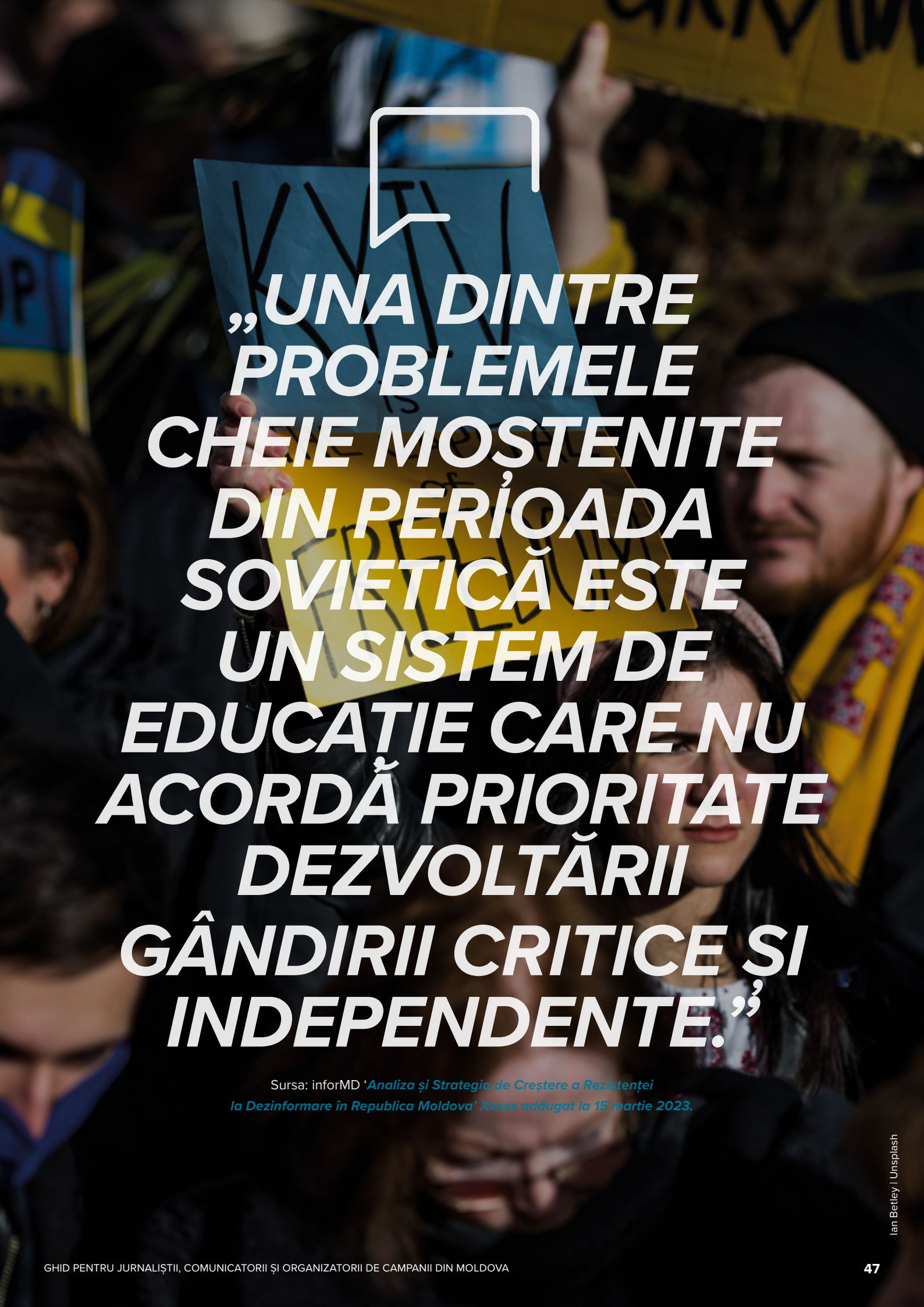
Un videoclip ce arată pregătirile pentru parada militară înainte de sărbătoarea națională a României în 2022 este prezentat online în mod denaturat, cu pretenția că ar fi arătând înaintarea militară reală către granița cu Republica Moldova.

Sursa: AP Factcheck

<https://apnews.com/article/fact-check-romanian-military-moldova-143412918752>

NOTA REDACȚIEI:

Acest format „clasic” de verificare a faptelor prezentat aici poate fi util, dar poate să nu rezoneze cu toate publicurile.



„UNA DINTRE
PROBLEMELE
CHEIE MOSTENITE
DIN PERIOADA
SOVIETICĂ ESTE
UN SISTEM DE
EDUCAȚIE CARE NU
ACORDĂ PRIORITATE
DEZVOLTĂRII
GÂNDIRII CRITICE ȘI
INDEPENDENTE.”

Sursa: inforMD 'Analiza și Strategia de Creștere a Rezistenței
la Dezinformare în Republica Moldova' Xxxx adăugat la 15 martie 2023.

CUM ÎȘI SCHIMBĂ OAMENII MENTALITATEA?



DEFINIȚIE

Adeptii absoluți ai libertății de exprimare

Acest termen este oarecum vag și e folosit adesea în contextul dezbaterilor politice americane, pentru a-i descrie pe cei care cred în dreptul din primul amendament, conform căruia cetățenii ar trebui să poată spune ce vor. În realitate, toate țările au legi care limitează efectiv libertatea de exprimare, inclusiv calomnia, discursul instigator la ură, și legile privind securitatea națională. Chiar și binecunoscutul „adept absolutist al libertății de exprimare” Elon Musk l-a suspendat pe Kanye West de pe Twitter pentru că a postat imagini naziste.

Dvs. fumați? Purtați centura de siguranță? Sau preferați o anumită marcă de băuturi carbogazoase?

Probabil credeți că acestea sunt decizii foarte personale. Dar este posibil că ați fost influențați în toate aceste decizii de o campanie de schimbare a comportamentului; și dacă sunteți serioși în ceea ce privește abordarea dezinformării, există câteva deprinderi utile pe care le puteți învăța.

CINCI PAȘI SPRE SCHIMBAREA COMPORTAMENTULUI:

Unul dintre modelele de comunicare utilizate în mod obișnuit include cinci pași de schimbare a comportamentului:

1. Cunoștințe
2. Aprobare
3. Intenție
4. Practică
5. Advocacy



Cunoștințe

Aceasta presupune că persoana sau grupul (publicul țintă) este conștient că schimbarea este posibilă și că există persoane care s-au schimbat în acest fel. Schimbarea este puțin probabilă fără aceste cunoștințe, acestea pot fi furnizate sub formă de informații clare, idei și/sau exemple de persoane care se comportă în modul pe care doriți să îl obțineți.



Aprobare

Aceasta se referă la ideea că publicul țintă consideră că ideea schimbării sugerate este în general una pozitivă, dar oamenii simt în același timp că este un pas prea mare pentru ei personal, sau că este ceva bun pentru alte persoane, dar nu și pentru ei.



Intenție

Intenția este momentul în care publicul țintă, sau o parte din el, își formează intenția de a-și schimba atitudinea sau comportamentul. Oamenii pot încă să creadă că este prea

SCENARIU

O persoană care postează regulat pe panourile de mesaje ale ziarului dvs și pe grupul de Facebook .un subiect despre acumularea de trupe în România. Această noutate are descrierea următoare: „consolidarea trupelor la începutul acestei săptămâni arată agresiunea NATO” și „România se pregătește să invadeze”. Dar ați făcut ceva cercetare OSINT și știți că filmările datează de la un exercițiu din 2020. În calitate de jurnalist, care ar fi cea mai bună modalitate de a contracara aceste mesaje?

OPȚIUNEA 1

Faceți o simplă verificare a faptelor pentru ediția zilnică și o postați pe site.

OPȚIUNEA 2

Un podcast în profunzime de 12 episoade.

OPȚIUNEA 3

Mergeți pe grupul de Facebook al ziarului dvs. și începeți să-i spuneți utilizatorului că nu are dreptate.

OPȚIUNEA 4

Un articol principal în ediția de weekend care prezintă un preot care obișnuia să creadă propaganda rusească până când a găzduit o familie de refugiați.

OPȚIUNEA 5

Blocați utilizatorul și ignorați problema.

FEEDBACK

O simplă verificare a faptelor are avantajul de a fi relativ rapidă și ușoară; dacă mergeți pe această cale, ar trebui să explicați metodele dvs. de cercetare. Această abordare cu siguranță vă poate ajuta să vă consolidați credibilitatea editorială. Vedeți pxx cu privire la ce înseamnă o verificare a faptelor bună.

Pe de altă parte, știm că unele persoane nu reacționează bine la verificarea elementară a faptelor. Un podcast în profunzime ar putea fi soluția pentru subiectul cu mult mai larg al dezinformării în general, dar veți

avea nevoie de mai multe săptămâni să vă pregătiți, așa că ar putea fi prea târziu pentru a corecta această istorie falsă: dacă aveți deja un podcast, această situație ar fi bună pentru un episod suplimentar, sau unul din programul dumneavoastră săptămânal.

(Da, și ziarele au podcasturi! Acestea fi o modalitate bună de a atrage noi audiențe) Certurile cu diferite persoane pe Facebook sunt, desigur, rareori respectabile. Deci evitați-le. Mult mai sensibil la conflict ar fi un articol principal care arată cum oamenii

ajung să își schimbe părerea referitor la dezinformare.

În cele din urmă, adeptii absoluți ai libertății de exprimare ar putea să nu fie de acord, dar majoritatea organizațiilor media cred că este acceptabil să blocheze trollii, spammerii și dezinformatorii în serie pe platformele proprii dacă aceștia încalcă „regulile site-ului”: deși ignorarea problemei nu este probabil cea mai bună soluție pentru publicul dvs. care vede aceste mesaje, iar atunci când e vorba de întrebări editoriale de acest tip, ar trebui să vă ghidați după propriul dvs. public specific.

SCENARIU

Sunt foarte multe discuții pe câteva canale de Telegram în limba rusă și română precum că zborul nr. 17 al Malaysia Airlines a fost lovit de o rachetă ucraineană: un soldat ucrainean a confirmat chiar incidentul din 2014.

Redactorul dumneavoastră este foarte dornic să urmărească subiectul și v-a invitat, în calitate de tânăr jurnalist, să prezentați idei despre cum să raportați asupra acestuia. Ce credeți că ar putea merge?

OPȚIUNEA A

Un program de discuții ar merge bine. Apoi ați putea arăta raportul dintre numărul de persoane ce cred că a fost cauzat de ruși și care cred că ucrainenii sunt cei care au doborât avionul.

OPȚIUNEA B

Un buletin de știri

OPȚIUNEA C

Trebuie să-i spuneți redactorului dvs. că este o idee foarte proastă: aceasta este o știre veche

OPȚIUNEA D

TikTok-ul ar fi cea mai bună soluție în acest caz, deoarece tinerilor le place această platformă și ați atrage o audiență mare

OPȚIUNEA E

Un podcast ar putea fi o modalitate bună de a relata acest subiect complex.

FEEDBACK

În primul rând faptele: Zborul nr 17 al Malaysia Airlines a fost doborât de o rachetă sol-aer rusească. Un tribunal olandez i-a găsit pe trei bărbați, vinovați de uciderea a 298 de oameni. Aceștia erau din autoproclamata Republică a Poporului Donetsk, o mișcare secesionistă pro-rusă.

Tribunalul a aflat, de asemenea, că aceștia erau controlați de Rusia la momentul respectiv, iar datele Osint au arătat că lansatorul folosit pentru a doborî avionul aparținea Brigăzii 53 de Rachete Antiaeriene rusești din Kursk.

Există multe persoane care cred propaganda rusească precum că un soldat ucrainean a recunoscut aceste crime. Dar acest subiect este foarte vechi, tocmai

din 2014, și a fost o încercare destul de evidentă și ușor de dezmințit a autorităților rusești de a respinge responsabilitatea pentru acest act de terorism propriu sponsorizat de stat.

Ar fi, prin urmare, jurnalism de proastă calitate să includem un subiect fals din 2014 într-un buletin de știri! De asemenea, este jurnalism de proastă calitate să discutăm problema ca și cum ar fi o chestiune de credință, când faptele sunt bine stabilite.

Este cu siguranță un subiect vechi. Dar în multe feluri, este foarte relevant și astăzi.

Narațiunea respectivă complet contrară faptelor este scandalosă, conform

acesteia este învinuită însăși țara care este victimă a violenței, de exemplu. Și mulți observatori au remarcat faptul că încrederea lui Putin și a echipei sale a crescut pe măsură ce și-au dat seama că tactica aceasta merge: există aici un subiect de relatat, deși este unul lung și complex. Ceva de genul unui podcast sau un articol foarte lung ar putea fi cel mai potrivit mod de a face acest lucru.

Printre altele, ar fi nevoie de un jurnalist curajos ca să poată spune editorului că ideile sale sunt teribile. TikTok-ul ar putea fi popular, dar poate nu este cel mai bun mod de a relata un subiect complex precum acesta, în care există afirmații, contra-afirmații și un anumit volum de context istoric.

dificil pentru ei să facă asta, având în vedere mediul înconjurător sau propriile personalități, dar deja au decis că la un moment dat în viitor (poate mâine, poate peste cinci ani) vor încerca să se schimbe.

Comunicare cu publicul.

Există o serie de modalități diferite în care oamenii găsesc și memorează idei noi. Acțiunile pe baza acestor idei vin mai târziu.

Sursa:

Materialul a fost adaptat dintr-un modul postuniversitar de jurnalism sensibil la conflict, elaborat de către Nick Raistrick și Francis Rolt. Acesta se bazează pe modelul trans-teoretic al schimbării comportamentului.



Practică

Latura practică este atunci când cei care au decis să își schimbe comportamentul lasă în urmă

trecutul și se schimbă. Schimbarea comportamentului poate dura doar o zi (mulți fumători, de exemplu, renunță și apoi revin la fumat), sau pentru totdeauna.



Advocacy

Advocacy intervine atunci când cei care reușesc să mențină schimbarea comportamentului pe o perioadă

mai lungă continuă să-i încurajeze și să-i convingă pe alții să se schimbe și ei. Ei devin susținători ai schimbării.

JURNALISMUL APROFUNDAT ȘI POPULARIZAREA PODCAST-ULUI



DEFINIȚIE

“Deșert de știri”

Zone fără jurnaliști independenți care să poată aduce la răspundere puterea. Aceasta include zone în care ziarele au fost închise (2500 în SUA începând cu 2005, în mare parte ziare regionale, deoarece veniturile din publicitate au trecut online), sau în care jurnaliștii independenți nu pot opera în siguranță.

Jurnalism de opinie

Acesta este uneori folosit ca termen derogatoriu pentru jurnalismul părtinitor, unilateral care prezintă niveluri ridicate de dezinformare și care apare adesea în golul lăsat de deșerturile de știri. (De asemenea, folosit pentru a descrie jurnalismul subiectiv, cum ar fi rubricile, opiniile și editorialele). Notă: instituțiile de presă respectabile separă faptele de opinie.

Ziare fantomă

Instituții media care teoretic încă există, dar sunt doar o umbră a gloriei lor trecute, unde personalul redacției a fost concediat pentru a reduce costurile și înlocuit cu știri naționale sindicalizate, jurnalism de opinie și știri fără valoare (churnalism).

În întreaga lume, bugetele redacțiilor de știri au fost reduse. Suntem dependenți de smartphone-urile noastre. Suntem stresați de fluxul constant de știri proaste și adesea false. Nu ne mai putem concentra. Datorită dependenței de Instagram, tinerii devin deprimați de felului în care arată.

Aceasta este cu siguranță una din versiunile narațiunii.

O alta versiune este că unele audiențe s-au săturat de ciclul de știri de 24 de ore și se îndreaptă către media de format mai lung; fiindcă contextul este mai important decât oricând; și explozia „jurnalismului lent” oferă o alternativă pentru povestitori.

Podcast-urile, de exemplu, trec printr-o explozie globală. Aproape jumătate de miliard de oameni le ascultă în întreaga lume. De ce? Cum să le faceți? Și ce înseamnă acest lucru pentru peisajul media din Moldova?

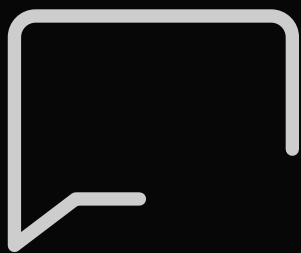
Creșterea popularității podcast-urilor a fost legată de dezvoltarea tehnologiei smartphone-urilor; puteți înregistra, edita și asculta podcast-uri pe un dispozitiv pe care majoritatea dintre noi îl avem deja. În afară de aceasta, nu este nevoie de echipa de redacție a unui post de radio care să controleze lucrurile. Hosting-ul costă doar câțiva dolari pe lună și vă permite să ajungeți la publicul din întreaga lume.

Cu toate că podcast-urile sunt foarte ușor de produs, pentru a-i convinge pe oameni să asculte aveți nevoie totuși de o idee puternică și de o promovare eficientă. Trebuie să „gândiți cu urechile” și să folosiți sunetul în mod creativ.

Anumite genuri se potrivesc mai bine pentru podcast-uri. Emisiunile de genul „În spatele știrilor” merg bine, la fel și documentarele aprofundate mai lungi. Infracțiunile și crimele reale sunt asociate cu podcast-urile și pot fi extrem de populare. Dar genul de emisiuni cum ar fi „Serial” – care a fost descărcat de 300 milioane de oameni – au presupus sute de ore de cercetare jurnalistică, precum și tehnici creative de relatare, cum ar fi finalurile cu suspans.

Un astfel de jurnalism aprofundat nu se limitează la formatele audio. Cărțile electronice auto-publicate, reviste publicate independent și site-urile specializate în jurnalism de lungă durată au fost toate o caracteristică a peisajului media din ultimii ani.

Există cu siguranță oportunități în știrile lente și jurnalismul aprofundat, de lungă durată, de verificare a faptelor, în special dacă puteți produce ceva de interes internațional. Dar piața internă a Moldovei este relativ mică; s-ar putea să nu fie încă momentul potrivit să renunțați la locul dvs. stabil de muncă.



**„AVETI DREPTUL
LA PROPRIA
OPINIE. DAR NU
AVETI DREPTUL
LA PROPRIILE
DVS. FAPTE.”**

Daniel Patrick Moynihan



ARTA PIERDUTĂ A CONTRAZICERII

Mikhail Volkov | Unsplash



POZIȚII, INTERESE ȘI... LĂMÂI

Pentru a înțelege cum pot fi rezolvate conflictele, poate fi util să ne gândim la exemplul cu lămâia. Există doar una disponibilă.

Bucătarul principal, care gătește pește, are un argument bun. La fel face și cofetarul. Oaspeții sunt flămânzi. Cine primește lămâia?

Recunoașterea faptului că conflictul există pretutindeni în jurul nostru și nu este neapărat un lucru rău, afirmă comunicarea sensibilă la conflict. Nu este nevoie să fim cu toții de acord, dar putem rezolva aceste dezacorduri prin comunicare mai bună.

Comunicarea tradițională în cazul unui conflict adesea înseamnă repetarea percepțiilor și pozițiilor noastre („Lămâia mi se cuvine mie”), în loc să încercăm să ajungem la cealaltă parte pentru a găsi interesul comun al ambelor părți implicate în conflict.

Exemplul cu lămâia este adesea folosit ca introducere în rezolvarea conflictelor. Dezbaterea pot fi aprinse, fiecare parte justificându-și propria necesitate.

Cu câteva întrebări mai inteligente (sau cu o cunoaștere practică elementară a gătitului), se poate ajunge la o soluție rapidă. Pentru a găti pește aveți nevoie de suc, în timp ce pentru a face budinci este necesară doar coaja. Interesul comun sunt clienții mulțumiți ai restaurantului. Aceasta este, desigur, o metaforă simplificată pentru a explica un punct de vedere; atingerea păcii în Fâșia Gaza poate fi puțin mai dificilă.

Dar ideea pozițiilor înrădăcinate este valabilă, de asemenea este importantă comunicarea și ascultarea „celeilalte” părți. Aceasta se întâmplă mai firesc atunci când suntem față în față decât pe forumuri; când vorbim aceeași limbă; când suntem politicoși și când punem întrebări „celeilalte părți”, în loc să ne reafirmăm propriile poziții și interese.

SCENARIU

Elaborați un program pentru discuții într-un panel politic despre conflictul din Ucraina, pentru că a existat foarte multă activitate falsă pe rețelele sociale ce susține că atrocitatea recentă a fost înscenată. Ce ar trebui să luați în considerare atunci când vă alcătuiți lista de invitați?

OPȚIUNEA 1

Persoane care au păreri opuse. Toată lumea iubește o ceartă bună. În acest caz veți primi și multe sunete de la persoane furioase. Această opțiune va fi bună pentru statistica audienței

OPȚIUNEA 2

Mai mulți experți de date care pot furniza fapte și date GPS detaliate. Este de datoria dvs. să vă asigurați că oamenii aud adevărul.

OPȚIUNEA 3

Alegeți o gamă variată de persoane, deoarece este important să reflectați toate punctele de vedere. Echilibrați un invitat pro-Kremlin cu un invitat pro-UE.

OPȚIUNEA 4

Utilizați discreția editorială și asigurați-vă că nu acordați importanță excesivă unor afirmații false.

FEEDBACK

Ca regulă generală, ar trebui să demonstrați echilibru atât în raportare, cât și în alegerea invitaților.

Dar, de asemenea, nu trebuie să acordați o importanță excesivă afirmațiilor false. Nu există nicio dovadă credibilă că aceste atrocități ar fi fost înscenate. Cu toate acestea, există o istorie îndelungată și bine documentată de situații în care Rusia acuză în mod regulat victimele atacurilor sale de organizarea evenimentelor respective, o tehnică pe care a dezvoltat-o cel puțin din 2013.

Aceasta este o tehnică de comunicare deosebit de neplăcută. Ea presupune acuzarea (fără dovezi) a celor care au pierdut persoane dragi și au suferit din cauza minciunii. Acesta este o strategie care a fost dezvoltată în timpul conflictului din Siria, când imagini din filme despre dezastre

care erau filmate, au fost prezentate drept „dovadă” că evenimentele ar fi fost „înscenate”. Aceasta a fost o încercare cinică de a acoperi atacurile reale ale aliatului său strategic, în care au murit mai mulți civili.

Deoarece în Rusia nu există o mass-media de opoziție reală, majoritatea comunicatorilor tind să meargă pe linia partidului și să repete afirmații false, fără a oferi vreo analiză.

De altfel, nici nu aveți nevoie de o voce pro-UE pentru acest panou. Acest lucru ar oferi „echivalență falsă”. În schimb, ar fi probabil mai bine să aveți vocea unui expert care înțelege cum sunt folosite rețelele sociale ca instrument de război hibrid.

Unor prezentatori, în mod evident, le place să provoace dezacorduri în emisiunile lor; alții nu pot gestiona subiectul și situația

le scapă de sub control. În ambele cazuri nu putem considera că sunt comunicatori sensibil la conflict.

Dacă amplificați conflictele, publicul poate rămâne cu sentimentul de neputință și frustrare și puteți ajunge să amplificați informații false și dăunătoare. În loc să-i faceți pe oameni să-și reafirme pozițiile, poate fi mai bine să îi convingeți să caute interese comune. Este o practică mai bună să vă gândiți bine din perspectiva editorială pe cine invitați la emisiunea dvs.

Ar putea fi o idee bună să invitați un expert de date: dar nu exagerați și asigurați-vă că acesta poate explica în mod coerent ceea ce face.

DEFINIȚII

Echilibrul (în jurnalism)

Aceasta este o valoare editorială strâns legată de echitate și considerată importantă de mulți redactori în încercarea de a obține imparțialitate. Unele directive editoriale sunt destul de stricte: de exemplu, cele ale BBC-ului prevăd că tuturor partidelor politice ar trebui să li se acorde o importanță egală, iar acest lucru este monitorizat cu atenție în timpul perioadei electorale. Prezentatorii de știri se presupune că trebuie să fie neutri din punct de vedere politic, cel puțin în public. Pentru alți jurnaliști și organizații media, atingerea unui echilibru este irelevantă: ei aleg să susțină deschis un anumit guvern sau regim.

„Echilibru fals” sau „părtinire dublă”

Prezentarea înșelătoare a unei teorii false (de exemplu, „Pământul este plat”) pentru a „echilibra” un fapt („Pământul este aproximativ rotund”). Pentru a evita acest lucru, trebuie să fiți siguri de propria înțelegere a subiectului și să folosiți un limbaj foarte clar. Explicați din start publicului când o afirmație este falsă sau neîntemeiată. Evaluați sursele: de exemplu, fiți conștienți de faptul că revistele cu recenzare colegială prezintă o probabilitate mai mare de a fi de încredere decât știrile cu o singură sursă.

Comunicare sensibilă la conflict

Aceasta se bazează pe ideea că oamenii își pot rezolva conflictul prin dialog. Rădăcinile vin din teoriile de rezolvare a conflictelor ale unor teoreticieni precum Johan Galtung. Comunicatorii sensibili la conflict încearcă să privească dincolo de propriile poziții cu privire la o anumită problemă și dincolo de defectele percepute ale „celeilalte părți”: ei caută, în schimb, interese comune și un numitor comun pentru a soluționa conflictul.

Pentru a ajunge la imparțialitate, nu e nevoie să includeți în raportarea BBC persoane care neagă direct schimbările climatice, la fel cum nu ați invita pe cineva care neagă că Manchester United a câștigat cu 2-0 sâmbăta trecută. Arbitrul a decis.

Sursa: Politica editorială a BBC: în urma unei analize în care corporația și-a recunoscut „greșelile” prin care a acordat persoanelor ce neagă schimbările climatice prea multă expunere.

EVALUAREA SURSEI



DEFINIȚIE

Reviste cu recenzare colegială

Acestea sunt asociate în special cu subiectele științifice, unde cercetările sunt publicate într-o revistă și recenzate de oameni de știință care lucrează într-un domeniu similar (colegi).

Cu toate că nicio știință nu pretinde a fi definitivă, procesul de recenzare colegială este conceput pentru a oferi o oarecare transparență cercetării.

Există, totuși, și dezavantaje. Recenzarea colegială presupune remunerarea experților pentru participarea într-un proces de verificare, recenzare și „semnare” care necesită timp. Ca urmare, unele cercetări recenzate colegial nu sunt disponibile public fără plată (uneori aceasta este foarte mare). În același timp, furnizorii de „știință ieftină” și „teorii pseudo-științifice” își publică propriile reviste.

Nu toate sursele sunt la fel; sarcina dvs. ca jurnalist este să evaluați și să decideți dacă sursele sunt de încredere. De asemenea, ar fi bine să explicați clar acest lucru publicului dvs.

Pe de o parte, trebuie să vă dezvoltați un scepticism sănătos și să vă ghidați de întrebarea: „Cine este sursa? De ce această persoană îmi spune asta acum?”

Pe de altă parte, nu trebuie să deveniți prea cinic. Una dintre metodele folosite de dezinformatori este să facă publicul să se îndoiască de toate, inclusiv de faptele binecunoscute și demonstrate. După ce au atins un nivel înalt de neîncredere a publicului, aceștia pot crea apoi o narațiune falsă.

Adeptii teoriilor conspiraționiste, de exemplu, tind să creadă în niște explicații destul de fantastice, deoarece au respins dovezile disponibile, și chiar și sursele credibile.

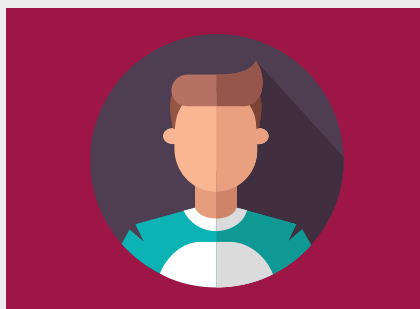
În caz de conflict, probabil că toate părțile vor avea interes personal să interpreteze lucrurile într-un anumit mod. Acest lucru nu înseamnă că toate părțile nu sunt de încredere în aceeași măsură. În mod clar, există diferență între a greși numărul de victime într-o luptă, să zicem, și a nega totală un atac chimic sau o invazie în susținerea căreia există dovezi independente substanțiale.

Sarcina unui jurnalist profesionist este să evalueze bine sursele; de asemenea, să

SE



Avertizori (de integritate)



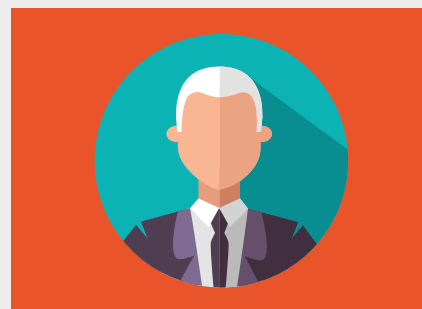
Veridicitate	8
Imparțialitate	2
Voință de a vorbi	8
Relevanță	8

RAPORTAREA CONFLICTELOR ÎN ERA DEZINFORMĂRII

SE



Politicieni



Veridicitate	3
Imparțialitate	2
Voință de a vorbi	8
Relevanță	8

RAPORTAREA CONFLICTELOR ÎN ERA DEZINFORMĂRII

NOTA REDACȚIEI:

Avertizorii de integritate sunt persoane din cadrul unei organizații care au ceva de spus. Acestea dezvăluie conduite greșite cu un mare risc personal și profesional. Ele sunt supuse în mod regulat hărțuirii, concedierii, arestării și chiar atacurilor fizice pentru demascarea nelegiuirilor.

NOTA REDACȚIEI:

Unii politicieni sunt onești și de încredere, și își dedică viața pentru a servi publicul. Dar mulți nu sunt așa și uneori „întorc” evenimentele spre propriul avantaj. De asemenea, e posibil să fie instruiți în media și se pricep să evite întrebările.



își cunoască limitările. Dacă un subiect este complex, uneori va trebui să găsiți un specialist. Probabil nu sunteți expert în balistică și nu aveți cunoștințe aprofundate despre tancuri sau strategie militară.

În așa situații va trebui să căutați în agenda dvs. de telefoane și să găsiți pe cineva care poate răspunde la aceste întrebări. Tipul de legături pe care trebuie să le cultivați sunt cu persoane care pot vorbi bine, inclusiv experți care pot explica subiecte complexe în limbaj simplu.

Uneori s-ar putea să obțineți un subiect bun dintr-o sursă nesigură sau chiar anonimă: aici ar trebui mai degrabă să îl corobați și să găsiți referințe decât să îl ignorați. O

mulțime de jurnaliști care au câștigat premiul Pulitzer au început cu o sursă anonimă sau o discuție neoficială.

Evaluarea sursei: Organizația Națiunilor Unite

ONU este adesea ținta adepților teoriilor conspiraționiste și a despoților, în special în ultimii ani; și chiar și dintre cei care susțin această organizație, puțini ar spune că este perfectă. De asemenea, aceasta este cu siguranță puternic părtinitoare în favoarea țărilor democratice. Dar ideea că ONU face judecăți false contra anumitor țări vizate în mod special și că fabrică dovezi pentru a face acest lucru este flagrant falsă. Experții independenți ai ONU și raportorul special ce evaluează problemele legate de drepturile


omului sunt, de obicei, cadre universitare cu experiență îndelungată de publicații cu recenzie colegială. Ei sunt selectați din foarte multe țări și contexte, iar biografiile și rapoartele lor sunt făcute publice.

NOTA REDACȚIEI:

Aceasta este o listă personală, iar opiniile pe care le reprezintă aparțin autorului. Politicienii pot fi foarte dedicați și plini de spirit civic. Deci poate părea nedrept să-i acuzăm pe toți de lipsă de onestitate. Care este părerea dvs?

SE 🔊

Purtători de cuvânt ai armatei de la Kremlin



Veridicitate	0
Imparțialitate	2
Voință de a vorbi	10
Relevanță	8

RAPORTAREA CONFLICTELOR ÎN ERA DEZINFORMARII

SE 🔊

Instituții ONU




Veridicitate	9
Imparțialitate	9
Voință de a vorbi	2
Relevanță	8

RAPORTAREA CONFLICTELOR ÎN ERA DEZINFORMARII

SE 🔊

Martori oculari



Veridicitate	?
Imparțialitate	De obicei înaltă
Voință de a vorbi	Depinde
Relevanță	10

RAPORTAREA CONFLICTELOR ÎN ERA DEZINFORMARII

NOTA REDACȚIEI:

Țineți minte că pentru dvs. ar putea fi extrem de evident că acest tip de sursă nu este de încredere și că aceștia sunt plătiți pentru a promova linia partidului. Dar pentru unele audiențe, care au deja încredere în surse rusești, poate să nu fie cazul.

NOTA REDACȚIEI:

Instituțiile ONU își propun să fie transparente și să facă publice materialele, adesea cu un nivel înalt de detalii. De exemplu, Mecanismul Secretarului General al ONU pentru Investigarea Presupuselor Utilizări a Armelor Chimice și Biologice își face publice constatările, inclusiv rapoartele comisiilor, procesele-verbale, liniile directe și procedurile. Componenta sa internațională asigură faptul că acesta nu favorizează o anumită națiune, iar miza carierei acestei echipe de experți este furnizarea de date științifice amănunțite. Desigur, nimeni nu ar spune că ONU este perfectă, dar această organizație își propune să-și bazeze deciziile pe un proces de recenzare colegială.

NOTA REDACȚIEI:

Martorii oculari pot face declarații excelente și de încredere cu privire la anumite evenimente; dar pot și greși lucrurile. Este binecunoscut faptul că aceștia de obicei greșesc dimensiunile unor mulțimi, sau presupun că o persoană întinsă jos este decedată. Țineți minte că persoanele care se prefac a fi martori oculari și relatările false ale martorilor oculari sunt un gen special de dezinformare.

LA BAZA JURNALISMULUI BUN SE AFLĂ INTERVIURILE



Interviurile se află la baza jurnalismului. Chiar dacă faceți jurnalism Osint sau subiecte despre date, oricum trebuie să plecați de lângă ecran și să vorbiți cu oameni reali.

Dacă relațiați despre subiecte la care e dificil să găsiți interviuatul ideal, nu este grav. Deși este util, totuși nu este întotdeauna necesar să vorbiți cu un funcționar de nivel înalt sau cu un expert. Puteți face un vox pop cu persoane afectate de subiectul respectiv sau să prezentați un invitat expert din cartea dvs. de telefoane.

Opusul unui sondaj de opinie publică, sau vox-pop, este un profil mai aprofundat: un interviu mult mai lung și detaliat. Cele mai multe interviuri sunt o versiune intermediară: un interviu informativ poate însemna să vorbiți cu cineva care are cunoștințe specifice de interes pentru audiența dumneavoastră. Un interviu de confruntare poate implica tragerea liderilor aleși la răspundere, în timp ce un interviu emoțional poate fi despre impactul unei probleme specifice.

Ideea este că interviurile nu ar trebui să sune toate la fel. Dar pentru un interviu ar trebui întotdeauna să vă pregătiți, pentru a putea pune la îndoială orice afirmație falsă făcută de persoana cu care vorbiți. Cercetarea materialelor vă va ajuta; astfel încât să puteți, de exemplu, cita surse care pot contrazice anumite afirmații false.

Ar trebui să vorbiți cu cât mai multe persoane posibile, inclusiv cu persoane din toate grupurile de vârstă, demografice și de opinii. Țineți minte întotdeauna: trebuie să puneți întrebări în numele acestora.

EXERCİTIU CU SCENARIU, PARTEA I – STILURI DE INTERVIU

Intervievați un avertizor care a lucrat la o fermă de trol. Acesta susține că a fost plătit pentru a genera dezinformare de către un actor de stat. A plecat pentru că a fost hărțuit după ce s-a plâns în privința conținutului. Cum ar trebui să-l intervievați și să editați interviul?

OPȚIUNEA 1

Asigurați-vă că puneți întrebări dificile și ostile din partea publicului dvs.

OPȚIUNEA 2

Prezentați persoana în cea mai bună lumină, pentru că este curajoasă și a trecut prin multe dificultăți. Concentrați-vă asupra emoțiilor.

OPȚIUNEA 3

Încercați să fiți obiectiv și să obțineți detaliile cheie; în afară de aceasta, ar putea prezenta interes felul în care s-a simțit persoana lucrând acolo și motivația acesteia.

OPȚIUNEA 4

Acesta este un subiect important, așa că interviul dvs. ar trebui să fie lung și detaliat, concentrându-se pe istoria și contextul agenției la care a lucrat persoana respectivă.

FEEDBACK

Există multe stiluri diferite de interviu. Un interviu de confruntare este, de obicei, potrivit pentru o persoană aleasă într-o funcție publică aflată într-o poziție de responsabilitate, căreia îi solicitați să răspundă pentru ceva ce a făcut; dar chiar și în acest caz, nu trebuie să fiți ostili, ci fermi în întrebările dvs.

Un interviu informativ ar fi cel mai potrivit pentru un „martor expert” și ar avea un ton neutru. În acest caz, trebuie să obțineți

detaliile și să porniți de la ele. Ghidați-vă de întrebările jurnalistice clasice: ce, când, cum, cine și cea mai dificilă dintre toate: de ce. În acest caz, pentru publicul dvs. ar putea fi interesantă motivația: detaliile și istoricul pe care le puteți obține din alte surse, iar interviuatul dvs. ar putea să nu vă poată oferi răspunsurile.

Anumite subiecte sunt în mod inerent emoționale și provocatoare. Țineți minte în acest caz că există posibilitatea

de retraumatizare și să țineți cont de conceptul „consimțământului informat”. Va avea persoana de suferit ca urmare a interviului dvs, chiar dacă nu își dă seama? Ați informat-o despre acest risc? Ar putea exista riscuri dacă persoana acceptă să facă declarații oficiale.



DEFINIȚII

Neoficial

Fiți atent la acest termen: pentru unii aceasta înseamnă „o declarație de context care nu poate fi folosită deloc”, iar pentru alții - „comentarii care pot fi citate, dar a căror sursă trebuie să rămână anonimă”. Aveți grijă la informațiile false despre adversarii politici care sunt transmise în informațiile „neoficiale”.

Vox pop

Acesta presupune interviuri foarte scurte, care pun de obicei aceeași întrebare mai multor oameni. El poate fi folosit în diferite moduri, de exemplu ca parte a unui pachet, ca reacție la un eveniment de știri sau pentru a aduce voci obișnuite la o masă rotundă. Acesta este deosebit de util atunci când doriți să abordați practic un subiect bazat pe date sau să obțineți opinii. Fiți atenți la răspândirea de informații false prin vox pop-uri! Acestea trebuie să fie reprezentative pentru publicul dvs, dar să nu amplifice informații false.

Consimțământ informat

Aceasta presupune că persoana care își dă consimțământul înțelege pe deplin consecințele unei decizii și își dă consimțământul în mod liber și fără nicio presiune: în contextul jurnalismului, aceasta ar putea explica pe deplin repercusiunile trecerii la declarații oficiale înregistrate. Intervistații pot fi hărțuiți pentru că au vorbit chiar și puțin ani mai târziu.

EXERCİTIU CU SCENARIU, PARTEA 2 - EDITAREA INTERVIULUI

Cum ar trebui să editați interviul?

OPȚIUNEA 1

Păstrați totul, detaliile sunt importante

OPȚIUNEA 2

Păstrați-l scurt și rapid, pentru ca oamenii să nu se plictisească

OPȚIUNEA 3

Gândiți-vă cum vă veți combina explicațiile și contextul cu răspunsurile persoanei

FEEDBACK

Modul în care editați va depinde foarte mult de publicul dvs. și de tipul de programe/conținut pe care îl creați. Formatul scurt și rapid este de obicei potrivit pentru știri.

Țineți minte că, în multe cazuri, veți face câteva montări diferite ale aceluiași interviu: deci clipurile scurte pot fi folosite într-un buletin de știri; clipurile mai lungi ar

putea servi ca bază pentru un ziar, reviste sau articol pe Internet; iar o versiune și mai lungă ar putea sta la baza unei analize aprofundate pentru un podcast.

Nu este necesar să păstrați totul - unele persoane au tendința să se bombănească, de exemplu. Dvs. decideți cât să tăiați.

Desigur, trebuie să fiți atenți să nu distorsionați mesajul persoanelor. În formatele scrise, este normal să corectați gramatica și să eliminați repetițiile. Când editați interviuri audio, este în regulă să eliminați unele „mm-uri” și „ăă-uri”. Dar nu exagerați; când oamenii editează prea mult pauzele, rezultatul poate suna nenatural și fragmentat.

EDUCAȚIA ÎN DOMENIUL MEDIA (ȘI MODUL ÎN CARE LECȚIILE DE ISTORIE ÎNCEP RĂZBOAIE)



DEFINIȚIE

Post-adevăr

Acesta este cuvântul anului 2016 în Dicționarul Oxford, termenul de „post-adevăr” este o referire ironică la situația politică exacerbată de mass-media socială, caracterizată prin lipsa de onestitate politică în ceea ce privește Brexit-ul, alegerea lui Donald Trump și negarea atacurilor chimice din Siria.

AI (intelență artificială)

În contextul dezinformării, AI poate fi utilizată în multe moduri. Aceasta este folosită atât de actorii buni, cât și de cei răi care răspândesc informații false, dar și de verificatorii de fapte care încearcă să le combată. ChatGPT este în prezent unul dintre cele mai faimoase instrumente de conținut AI: este un chatbot care poate oferi răspunsuri surprinzător de convingătoare [în bază de text] atunci când i se pun întrebări, chiar dacă aceste răspunsuri amplifică adesea dezinformarea care există deja pe Internet: la fel ca unii oameni.

Nu eu, ci altcineva:

59% dintre oameni cred că pot identifica știrile false. Pe de altă parte, doar 30% și respectiv 31% spun că populația în general poate identifica știrile false. În același timp, doar 9% au reușit să identifice corect știrile false într-un experiment.

Sursa: <https://www.mdpi.com/2076-0760/9/10/185>

La data de 21 februarie 2022, un bărbat în vârstă de 69 de ani a ținut o lecție de istorie oarecum divagată. Dacă prelegerea ar fi fost susținută de un adevărat profesor de istorie, părinții s-ar fi plâns. Având durata de 57 de minute, aceasta conținea o serie de declarații dovedite false, inclusiv afirmația bizară că o anumită țară nu a existat, în ciuda dovezilor contrare de secole vechime, inclusiv o capitală, o limbă, o echipă de fotbal... și milioane de oameni pregătiți să lupte atunci când sunt invadați de o putere străină.

Faptul că lecția de istorie a lui Putin a putut duce la invadarea Ucrainei, unde până acum au murit sute de mii de oameni, ne învață o serie de lecții importante.

Ați putea argumenta că cea mai mare lecție este cât de important e rolul educatorilor independenți în combaterea acestui tip de dezinformare care poate duce la conflicte violente și la invadarea unei țări suverane.

De ce nimeni nu a avut obiecții la lecția despre istoria Ucrainei?

Răspunsul evident este că o populație mai bine educată și mai bine informată ar fi fost capabilă să descopere imediat afirmațiile istorice evidente false, iar aceste comentarii ar fi fost luate în răs.

Dar acest lucru nu s-a întâmplat în izolare. De zeci de ani, în școlile rusești se predau doar anumite versiuni aprobate ale istoriei; academicienii care au contestat status quo-ul au fost dați afară de la lucru, la fel ca și jurnaliștii dinaintea lor; iar o versiune falsă, ultranaționalistă a istoriei a devenit „narațiunea dominantă”.

Gândirea critică a fost descurajată în mod activ și multe persoane au părăsit țara.

Există un precedent istoric pentru asta. Fiecare țară predă o perspectivă anume asupra istoriei și, uneori, are loc o represiune radicală a ideilor care îi pun la îndoială faptele celor de la putere.

Versiunea lui Stalin a istoriei era plină de dezinformare, iar oamenii erau prea speriați ca să verifice faptele prezentate. Încercările de reabilitare a reputației lui Stalin în epoca lui Putin acoperă în mod firesc marile

abuzuri ale drepturilor omului de care s-a făcut vinovat acesta.

Marele Salt Înainte, în China între 1958 și 1962, a presupus moartea ce putea fi prevenită a zeci de milioane de chinezi din cauza violenței și a foametei. Elevii erau încurajați să-și atace fizic profesorii „revizionști și reacționari”: era predată doar versiunea oficială marxist-leninistă a istoriei.

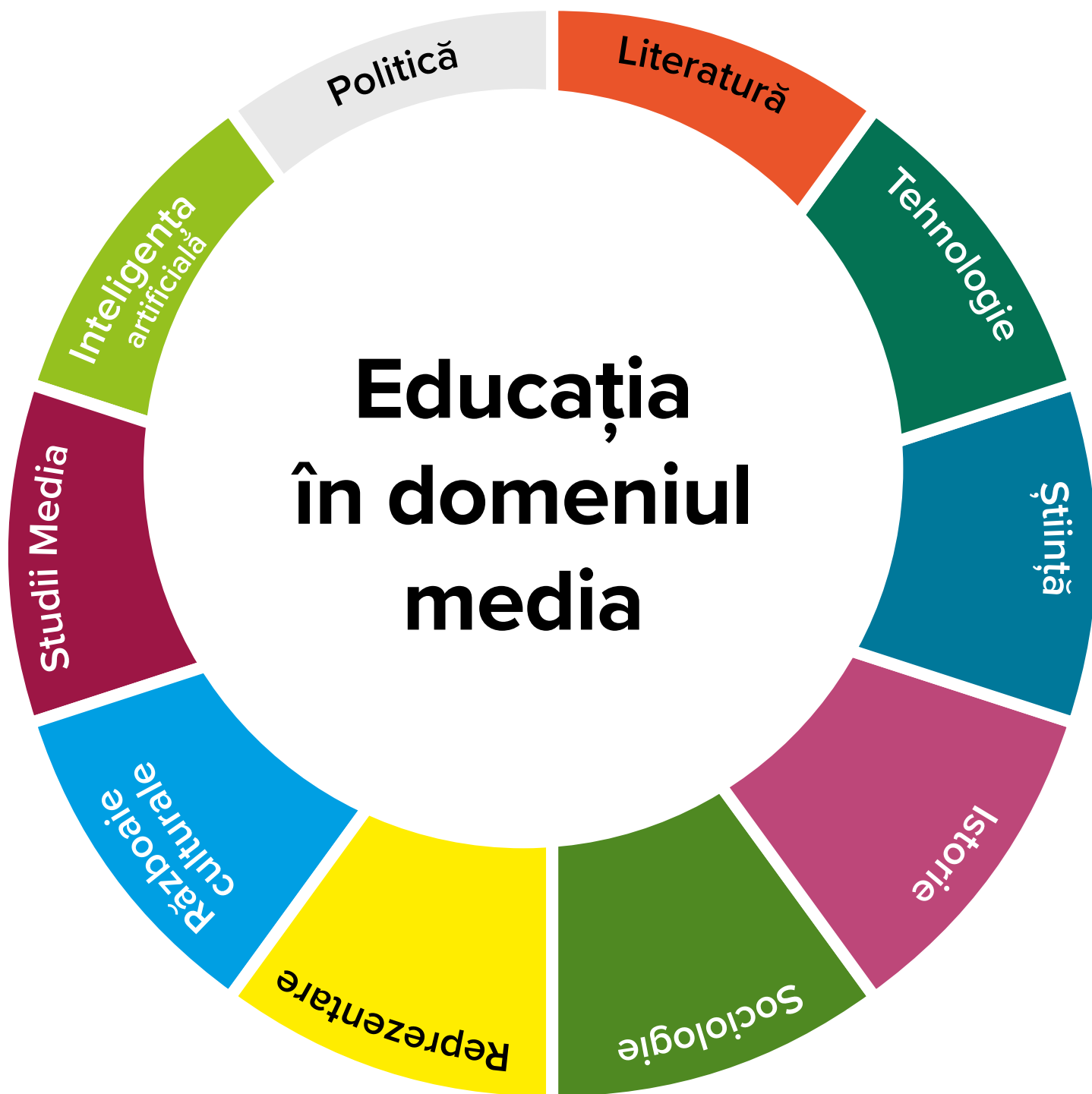
Educatorii din democrațiile occidentale nu sunt scutiți de atitudini părtinitoare. Programele școlare au tendința puternică de a mușamaliza rolul pe care l-au avut în exploatarea coloniilor, de exemplu, inclusiv a modului în care milioane de oameni nativi au fost exterminați.

Dacă istoria este un câmp de luptă în războaiele de dezinformare, profesorii sunt în prima linie. Dar educația în domeniul media nu se referă doar la modul în care versiunile concurente ale trecutului influențează politica de astăzi. Există cu siguranță abilități transversale împărtășite de jurnaliști și istorici, cum ar fi importanța identificării atitudinilor părtinitoare și capacitatea de a evalua cât de demne de încredere sunt sursele.

NOTA REDACȚIEI:

În întreaga lume, s-a realizat din ce în ce mai mult faptul că educația în domeniul media este prea importantă pentru a fi lăsată la voia întâmplării. Moldova este unul dintre liderii mondiali care se asigură că educația în domeniul media este predată în școli.

Combaterea dezinformării presupune o combinație de subiecte școlare; elevii vor trebui să înțeleagă istoria și importanța dovezilor primare, vor avea nevoie de abilități lingvistice pentru a identifica limbajul încărcat emoțional; evident, să cunoască puțin limba rusă și engleză le va fi util. Ei vor trebui să aibă cunoștințe IT de bază și să înțeleagă puțin cum funcționează rețelele sociale. Dar, mai presus de toate, ei vor trebui să deprindă mentalitatea de verificare a faptelor pe care cei mai buni redactori de știri o consideră implicită (p 38)



Politica noastră educațională trebuie să permită tuturor celor care primesc o educație să se dezvolte moral, intelectual și fizic și să devină muncitori cu conștiință socialistă, și cultură.

Mao Zedong („Președintele Mao„)

„Putin este un istorician izbitor de prost. Lungile [sale] eseuri despre relația Rusiei cu Ucraina, menite să justifice acest război

al său, care pe cât sunt de plate stilistic, pe atât de dubioase din punct de vedere istoric, selectează doar dovezi ce se potrivesc ideii sale, eliminând contextul și nuanțele lor. El a încurajat, de asemenea, o narațiune națională despre luptă și victorie concentrată pe război.”

Sursa: [Mark Galeotti](#), Războaiele lui Putin: din Cecenia în Ucraina.

MASS-MEDIA ÎN MOLDOVA

Deși în Moldova există libertatea presei, peisajul mass-media este văzut ca fiind polarizat, cu agenții media pro-occidentale și pro-ruse prezentând opinii editoriale diferite. Dată fiind dimensiunea relativ mică a țării, organizațiile de media independente se luptă să supraviețuiască, iar interferența proprietarilor (și auto-cenzura) sunt relativ obișnuite. Violenta directă împotriva jurnaliștilor este rară, totuși hărțuirea cibernetică este destul de frecventă; IWPR realizează în prezent cercetări cu privire la peisajul mass-media din Moldova.

Pentru a vedea cercetările în domeniul mass-media ale IWPR, accesați iwpr.net/impact



“Prin intermediul mass-media și a opiniei publice afiliate Kremlinului, cetățenilor moldoveni li se prezintă ideea că Chișinăul a fost agresorul în războiul din Transnistria din 1990-1992, și se fac încercări de a legitima prezența militară rusă pe malul stâng al râului Nistru.”

Sursa: *Analiza și strategia pentru creșterea rezilienței la dezinformare în Republica Moldova*



Organizațiile media „flagrant de toxice” continuă să fie foarte influente, subminând securitatea informațiilor din Moldova.

Sursa: *Indicele privind Situația Presei al Centrului pentru Jurnalism Independent 2020/15*



Mass-media UE este considerată de încredere de către majoritatea respondenților (42%), urmată de media rusească (35%) și media moldovenească (24%).

Sursa: *Internews. (Noiembrie 2020). Percepția publică asupra mass-media și abilităților media în Republica Moldova*

EXERCİȚIU CU SCENARIU

În calitate de producător începător, vi s-a cerut să moderați grupul de Facebook al echipei de știri la care lucrați. Recent, a crescut numărul comentariilor cu privire la o declarație veche asociată cu Biserica Ortodoxă din Moldova, care explică că vaccinurile Covid-19 sunt mai dăunătoare decât virusul în sine.

OPȚIUNEA A

Oamenii care cred în astfel de zvonuri sunt proști și nu mai pot fi ajutați. Spuneți-le managerilor să închidă grupul și să se concentreze pe colectarea știrilor.

OPȚIUNEA B

Religiile răspândesc întotdeauna zvonuri false despre vaccinuri. Acesta va fi un loc bun pentru a le verifica.

OPȚIUNEA C

Acestea pot fi informații utile despre public: de ce cred oamenii aceste zvonuri? Dar fiți pregătiți să semnalati informațiile false.

OPȚIUNEA D

Blocați utilizatorul care răspândește informații false

OPȚIUNEA E

Amplificați cearta, acest lucru e benefic pentru statistica implicării a publicului.

FEEDBACK

În primul rând, sarcina dvs în calitate de comunicator sensibil la conflict este să serviți publicul dvs, nu să îl judecați. Dacă aflați de ce oamenii cred în aceste zvonuri, puteți găsi câteva întrebări interesante. Cine a pornit aceste zvonuri? De unde au luat această informație?

De altfel, este fals să spunem că religiile răspândesc întotdeauna zvonuri false despre vaccin: Papa, Rabinul-șef și Patriarhul Kirill al Moscovei se numără printre majoritatea covârșitoare a liderilor religioși care atât că și-au îndemnat congregațiile să se vaccineze cât și le-au spus altora să nu mai răspândească zvonuri false.

Blocarea utilizatorilor și închiderea

camerelor de chat sunt cu siguranță opțiuni pe care le puteți utiliza. Dar majoritatea regulilor de moderare afirmă că acest lucru se va întâmpla doar dacă încălcați grav regulile - de exemplu, susținând discursul instigator la ură, făcând acuzații calomnioase sau ignorând în mod repetat avertismentele.

Există și alți pași pe care îi puteți face pentru a modera mai eficient camerele de chat - cum ar fi să vă asigurați că profilurile sunt conectate la un cont real pentru a evita „boții” și spam-ul, sau să vă asigurați că regulile unui forum sunt clare pentru utilizatori.

Marcarea informațiilor false poate fi cu

siguranță o tehnică utilă. Unele din aceste acțiuni pot fi automatizate: dar, în unele cazuri, este imposibil pentru moderatori să monitorizeze calitatea comentariilor, iar pentru anumite subiecte, multe organizații de media au decis ca este mai simplu să le dezactiveze.

NOTA REDACȚIEI: este foarte important să faceți tot ce este posibil pentru a vă cunoaște publicul, iar forumurile, camerele de chat și rețelele sociale pot fi surse utile pentru comunicatorii întreprinzători. De asemenea, puteți afla ce subiecte pot provoca dezbinare și pot înfuria oamenii. Acestea trebuie tratate cu o sensibilitate editorială deosebită: desigur, ar trebui să fiți atenți la trollii care pot domina discuțiile.

DEFINIȚII

Rusofobie

Literalmente, aceasta înseamnă o ură față de Rusia, inclusiv cultura și politica rusă. Termenul a fost înregistrat încă de la începutul secolului al XIX-lea, dar a devenit un exemplu de „limbaj încărcat emoțional” în ultimii ani. Acest lucru se datorează, în mare parte, faptului că oricine critică regimul lui Putin sau invazia sa în Ucraina este criticat ca rusofob. În timpul Războiului Rece, conținutul și sentimentul rusofob făceau parte din politica externă a SUA.

Limbaj încărcat emoțional

Termeni care sunt concepuți pentru a crea un răspuns emoțional. Acesta este uneori folosit ca parte a dezinformării sau a părtinirii și adesea există în perechi opuse – cum ar fi terorist versus luptător pentru libertate, anti-avort versus pro-viață, elitist versus condus de experți.

Decalaj de asimilare

Decalajul dintre o nouă tehnologie existentă și înțelegerea pe scară largă a acesteia. Acesta poate fi exploatat de dezinformatori și escroci: de exemplu, multe persoane au devenit victime ale știrilor false de pe rețelele de socializare și ale escrocheriilor prin e-mail înainte ca verificarea faptelor și cunoașterea măsurilor de securitate digitală să devină mai răspândite. Așadar, educatorii trebuie să se educe pe ei înșiși și pe alții cu privire la riscurile viitoare, de exemplu, dezinformarea generată de inteligența artificială și orice altceva va urma...

FILMING
TV & PRODUCTION
AREA

VIRTUAL
PRODUCTION

MOLDOVA
SCHOOL OF
JOURNALISM

CO-WORKING

NOTE DE FINAL

PAGINA 7

Ucraina elimină 100.000 de roboți, raportat larg, inclusiv pe <https://www.zdnet.com/article/ukraine-takes-out-five-bot-farms-spreading-panic-among-citizens>. Bazat pe o declarație a Serviciilor de Securitate ucrainene.

Publicitatea Facebook utilizată în Moldova pentru a încerca destabilizarea guvernului, raportat larg, inclusiv în revista Fortune: <https://fortune.com/2023/02/17/facebook-ads-oligarh-moldova/>

PAGINA 8

Este clar că acestea nu sunt persoane reale și sunt exemple doar în scop ilustrativ.

PAGINA 10

Utilizarea termenului „știri false” a fost foarte larg documentată; dar acest articol Politico din 2016 oferă un context util: <https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535/>

PAGINA 12

Factchecking-ul lui Joseph Mercola poate fi găsit aici (și în alte locuri): <https://healthfeedback.org/authors/joseph-mercola/> Pentru mai multe informații despre cum dezinformarea privind vaccinurile din SUA s-a răspândit în Africa, ascultați podcastul IWPR: <https://iwpr.net/impact/human-rights-africa>

PAGINA 17

Alex Jones a fost obligat să plătească daune în valoare de 965 de milioane de dolari familiilor victimelor Sandy Hook <https://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-63237092>

PAGINA 20

Presiunea exercitată asupra presei în timpul războiului din Irak: <https://www.theguardian.com/media/2006/nov/13/mondymediasection.iraq>

PAGINA 21

Interviu realizat de autor, în Chișinău, 2023

PAGINA 22

Interviu realizat de autor, în Chișinău, 2023

PAGINA 26

Site-ul Harvard este o resursă utilă despre Galtung și violența culturală: <https://rpi.hds.harvard.edu/what-we-do/our-approach/peace-violence>

PAGINA 27

„Dezinformarea și alte conspirații din Moldova” provine din sondajul Watchdog. md/CBS: <https://www.watchdog.md/2020/06/03/socio-political-trends-and-disinformation-impact-during-the-pandemic/>

PAGINA 29

Fenomenul „50 Shades” a fost acoperit extensiv, inclusiv aici: <https://www.nytimes.com/2014/02/27/business/media/for-fifty-shades-of-grey-more-than-100-million-sold.html>

PAGINA 31

Cu „Ancient Apocalypse” de pe Netflix, Graham Hancock a declarat război arheologilor”: <https://theconversation.com/with-netflixs-ancient-apocalypse-graham-hancock-has-declared-war-on-archaeologists-194881>

PAGINA 34

Conținutul susținut de Rusia a ajuns la 126 de milioane de utilizatori americani de Facebook: raportat larg, inclusiv aici: <https://www.nbcnews.com/news/us-news/russian-backed-election-content-reached>

PAGINA 40-44

¹ Emilia Șercan, „Autoritățile de stat au orchestrat o operațiune de kompromat împotriva mea. Acum încearcă să o acopere”, PressOne, 4 aprilie 2022 <https://pressone.ro/emilia-sercan-state-authorities-have-orchestrated-a-kompromat-operation-against-me-now-theyre-trying-to-cover-it-up>. Accesat la 23 februarie 2023.

² „România: Apel reînnoit la acțiune după o nouă campanie de denigrare împotriva Emiliei Șercan,” în Media Freedom Rapid Response, Centrul european pentru libertatea presei și mass-media, 17 februarie 2023. <https://www.ecpmf.eu/romania-renewed-call-for-action-after-fresh-smear-campaign-against-emilia-sercan/> <https://pressone.ro/emilia-sercan-state-authorities-have-orchestrated-a-kompromat-operation-against-me-now-theyre-trying-to-cover-it-up>. Accesat la 22 februarie 2023.

³ Patrícia Campos Mello, „Armata de trolli a Braziliei ajunge în stradă”, New York Times, 4 august 2020. [https://www.nytimes.com/2020/08/04/opinion/bolsonaro-](https://www.nytimes.com/2020/08/04/opinion/bolsonaro-office-of-hate-brazil.html)

[office-of-hate-brazil.html](https://www.nytimes.com/2020/08/04/opinion/bolsonaro-office-of-hate-brazil.html). Accesat la 18 februarie 2020.

⁴ Lucina Di Meco, Kristina Wilfore, „Dezinformarea de gen este o problemă de securitate națională”, Brookings Institute, 8 martie 2021. <https://www.brookings.edu/techstream/gendered-disinformation-is-a-national-security-problem/> Accesat la 20 februarie 2023.

⁵ Nina Jankowicz, „Cum a devenit dezinformarea o nouă amenințare pentru femei”, Coda Story, 11 decembrie 2017. <https://www.codastory.com/disinformation/how-disinformation-became-a-new-threat-to-women/> Accesat la 22 februarie 2022.

⁶ La 17 septembrie 2020, analistul politic Corneliu Ciurea a declarat despre președintele Maia Sandu înaintea primei runde a alegerilor prezidențiale din 2020 din Moldova. „Acest comportament instabil, uneori de-a dreptul isteric, este...,”

⁷ Giorgi Lomsadze, „Wikileaks-ul sexual din Georgia reînviorează frica de spionajul guvernamental”, Eurasianet, 16 martie 2016. <https://eurasianet.org/georgias-sex-wikileaks-revives-fear-of-government-snooping>. Accesat la 24 februarie 2023.

⁸ Piotr Garciu, „Moldova ratifică Convenția de la Istanbul în ciuda dezinformării și a opoziției”, IWPR, 14 decembrie 2021, <https://iwpr.net/global-voices/moldova-ratifies-istanbul-convention-amid-disinformation-and-opposition>. Accesat la 24 februarie 2023.

⁹ Maia de La Baume, „Cum a devenit Convenția de la Istanbul un simbol al războaielor culturale ale Europei”, Politico, 12 aprilie 2021. <https://iwpr.net/global-voices/moldova-ratifies-istanbul-convention-amid-disinformation-and-opposition>. Accesat la 24 februarie 2023.

¹⁰ „Adresarea clerului și enoriașilor Eparhiei de Bălți și Fălești”, Diocese of Balti and Falesti's official website, 1 October 2021. <https://ephbalti.md/noutati/adresarea-clerului-si-enoriasilor-eparhiei-de-balti-si-falesti.2021.10.26>. Accesat la 24 februarie 2023.

PAGINA 44

Această listă este adaptată din manualul IWPR privind raportarea dezinformărilor în domeniul sănătății, precum și de

către autor. <https://iwpr.net/global-voices/print-publications/reporting-healthdisinformation-age>

PAGINA 46

Tweet-ul cu svastica lui Kanye West îl obligă pe Elon Musk să facă în sfârșit anumite schimbări: <https://www.vanityfair.com/news/2022/12/kanye-elon-twitter-suspended>

PAGINA 49

Pentru o investigație (foarte) detaliată a zborului MH17, site-ul de investigare Bellingcat este un bun punct de plecare: <https://www.bellingcat.com/tag/mh17/>

PAGINA 50

„Peste 360 de ziare au fost închise de la începutul pandemiei”: <https://www.nytimes.com/2022/06/29/business/media/local-newspapers-pandemic.html>

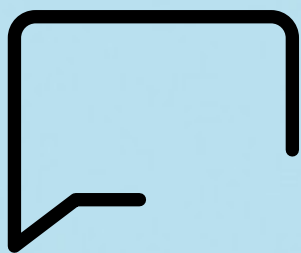
(deși acest articol este despre ziarele din SUA, acesta este un fenomen global).

PAGINA 53

„BBC recunoaște că ‘ne înșelăm prea des în ceea ce privește relatarea despre schimbările climatice’”: <https://www.theguardian.com/environment/2018/sep/07/bbc-we-get-climate-change-coverage-wrong-too-often>

„Politica editorială a BBC poate fi accesată aici: <https://www.bbc.com/editorialguidelines/guidelines>.”





**„LIBERTATEA
ÎNSEAMNĂ LIBERTATEA
DE A SPUNE CĂ DOI
PLUS DOI FAC PATRU.
DACĂ ACEASTA ESTE
PERMIS, TOT RESTUL
URMEAZĂ.”**

Sursa: George Orwell (în 1984)



INSTITUTE FOR
WAR & PEACE REPORTING



Scanează QR-ul
și citește online

