

Comunicare non-ostilă

ȘTIRI FALSE & VERIFICAREA FAPTELOR




DEFINIȚIA ACTUALĂ :

- Postări vizuale ale unor conturi fictive făcute să semene cu știrile. Definiția Allcott and Getzkow, 2017)
- Știri care sunt intenționat și verificabil false.
- Știri care pot induce în eroare cititorii

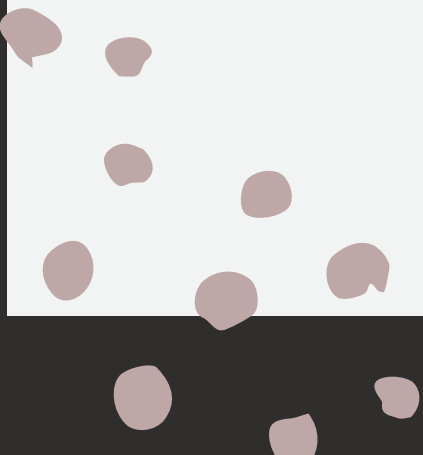
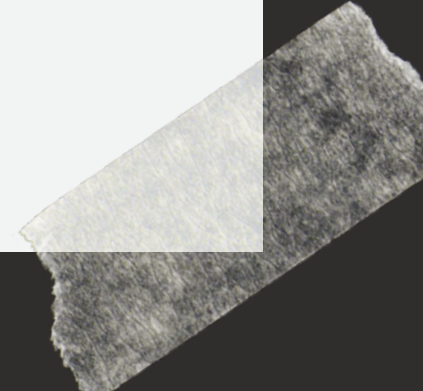
Tipologia de fake news (2003-2017)

Satira, parodia, știri fabricate, manipularea, publicitate și PR, propagandă.



- Știrile false sunt scrise și publicate cu intenția de a induce în eroare, în scopul de a deteriora reputația unei agenții, entități sau persoane, precum și pentru câștig financiar sau politic, de multe ori folosind titluri senzaționale, necinstite, sau pur și simplu fabricate pentru a crește numărul de cititori, pentru răspândirea în mediul online și pentru venituri prin click-uri pe Internet.

- Relevanța știrilor false a crescut în sistemul politic de tip post-adevăr. Pentru mass-media, capacitatea de a atrage cititori la site-urile lor este necesară pentru a genera venituri din publicitate online. Dacă publicarea unui material cu conținut fals atrage utilizatori, acest lucru aduce beneficii agenților de publicitate și îmbunătățește opiniile.



Există anumite organizații/ startup-uri pentru combaterea știrilor false, dar și evenimente organizate de către guverne pentru combaterea acestei probleme cu care ne confruntăm.

» Iată câteva exemple din România:

- Grupul de experți la nivel înalt promovat de către Comisia Europeană;
- Trueinchain este un startup italian, fondat în 2017, care folosește tehnologia din spatele criptomonedelor — blockchain — pentru a urmări și semnaliza știrile false;
- Fake News Guard combină inteligența artificială cu feedback-ul de la utilizatori pentru a detecta informațiile false;
- Factual.ro este primul site de fact-checking pe politicile și pe declarațiile publice din România. Factual.ro e întreținut voluntar de experți în politici publice, de o bună guvernare și comunicare. Se adresează oricărui cetățean interesat de bunul mers al comunității, dar cu precădere celor la fel de nereprezentați politic ca și noi, afectați de calitatea slabă a dezbaterilor din spațiul public românesc.
- Adverif.ai este un startup de inteligență artificială care oferă soluții de verificare a conținutului pentru agenții de publicitate, editori și distribuitori de reclame. Startup-ul cu sediul central în Amsterdam a fost fondat în 2017. AdVerif.ai face parte din campania „EU Versus Disinformation”.

Cum recunoști știrile false?

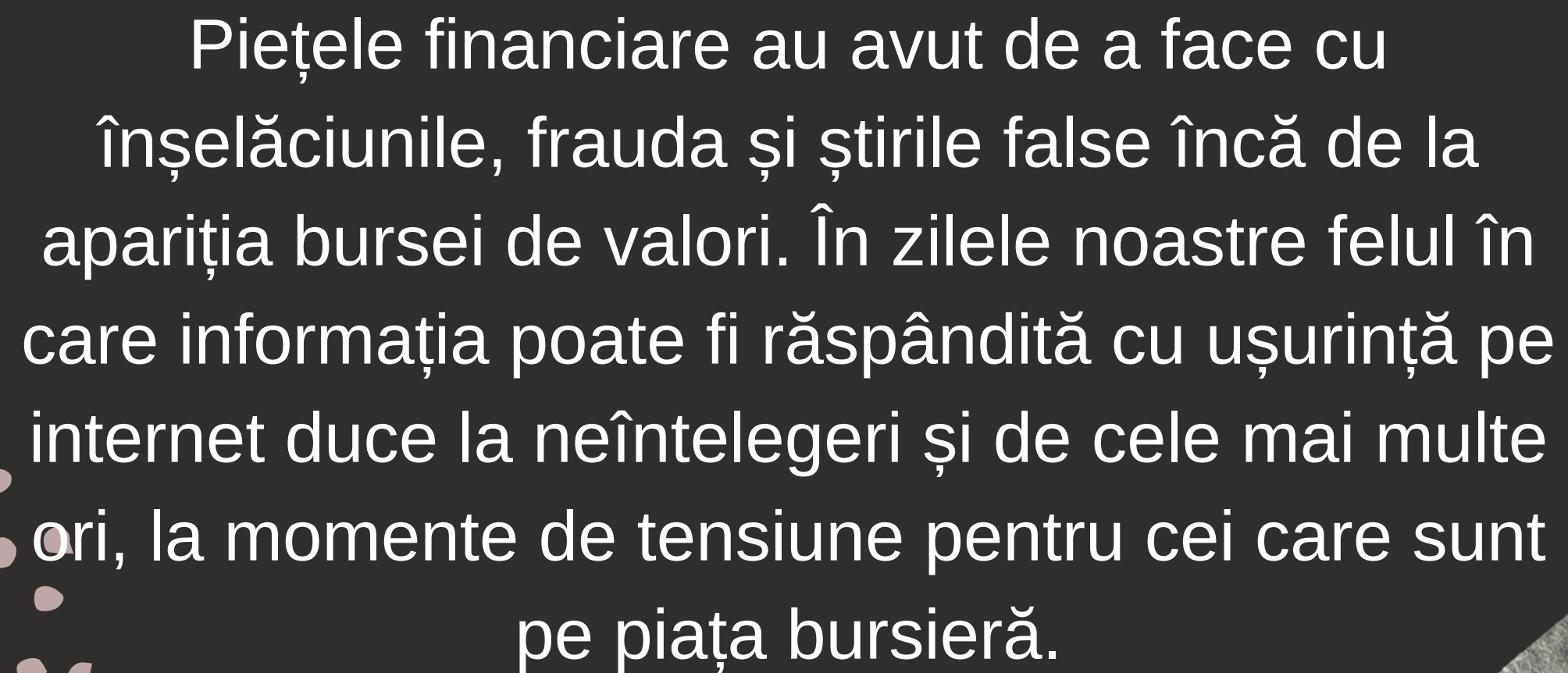


ORA DE NET

Salvați Copiii



STIRI FALSE ? CE IMPACT AU ?



Piețele financiare au avut de a face cu înșelăciunile, fraudă și știrile false încă de la apariția bursei de valori. În zilele noastre felul în care informația poate fi răspândită cu ușurință pe internet duce la neînțelegeri și de cele mai multe ori, la momente de tensiune pentru cei care sunt pe piața bursieră.

• VERIFICAREA FAPTELOR:

La data de 21 februarie 1814 Anglia era angajată în conflictul sângeros cu Franța, sub conducerea lui Napoleon Bonaparte. Puțin după miezul nopții, o figură cunoscută putea fi observată în lumina slabă a străzii Dover. Persoana respectivă a ajuns la hotelul Ship Inn, unde a anunțat către proprietarul hotelului că el este "Colonel du Bourg, ajutorul lui Lord Cathcart". Ajuns tocmai din Calais cu informații importante din

Paris – Bonaparte a fost omorât într-o bătălie și Franța a fost înfrântă. Vestile morții lui Napoleon s-au răspândit rapid în Londra, iar ulterior s-a deschis bursa de valori londoneză, iar prețul obligațiilor de stat au crescut. Dar în mijlocul răspândirii acestor zvonuri, o persoană care lucra la bursă a observat că au fost vândute obligațiuni în valoare de 1.1 milioane de lire sterline. O investigație a dezvăluit faptul că Bourg nu a fost colonel, ci un infractor numit Charles Random de Berenger. Guvernul a confirmat că acele știri au fost false și au afectat de asemenea, prețul bursei. Iar De Berenger a fost condamnat la 12 luni de închisoare.

La data de 25 august 2000, un zvon din presă a fost lansat spunând că CEO-ul companiei Emulex Corporation se va retrage și că veniturile trimestriale declarate au fost în scădere, compania fiind pusă sub investigația SEC (U.S. Securities and Exchange Commission). În următoarea zi stocurile companiei Emulex au scăzut cu aproape 60%, pierzând 2.2 miliarde pe piața de schimb.

1.

În privința primei companii – PepsiCo – în anul 2016, aceasta a suferit singurul prejudiciu asupra brand-ului ca rezultat direct al publicării unei știri false în legătură cu CEO-ul companiei.

Mai multe website-uri conservatoare au citat greșit CEO-ul Indra Nooyi spunând despre susținătorii lui Donald Trump ar trebui "să-si vadă de treabă în altă parte". Însă Nooyi nu a afirmat acest lucru niciodată. Din contra, chiar ea l-a felicitat pe Donald Trump în privința victoriei sale. În cele din urmă, atât alegătorii cât și diferite site-uri de știri false au încurajat cititorii să nu mai cumpere produsele din gama Pepsi. Persoanele care au redactat aceste știri au dorit să boicoteze brand-ul Pepsi prin a influența cumpărătorii în mod negativ să nu mai cumpere produse din această gama comercializate în restaurantele Pizza Hut, Taco Bell și KFC.

În anul 2013, hackerii au postat un tweet fals de pe contul Associated Press în care au anunțat că Barack Obama a fost rănit într-o explozie. Algoritmii au dat greș în a recunoaște că această postare este falsă, iar pe piața bursieră s-au pierdut 130 de miliarde de dolari. Cu toate că valorile bursiere și-au revenit în scurt timp, totuși asta ne arată cum nu ne putem baza întotdeauna pe algoritmi.

2.

Pagubele aduse reputației companiei au fost resimțite imediat. Pe parcursul celui de-al patrulea semestru din anul 2016, brand-ul Pepsi era privit în mod pozitiv pe piață. Însă imediat după publicarea acelei știri false, scorul brand-ului a scăzut cu 35%. Pagubele aduse valorii companiei au fost, de asemenea, imediate. Precedent publicării știrii false, prețul acțiunilor în compania Pepsi erau situate undeva la 106.58 \$. Însă, în ziua în care articolul a fost publicat, prețul acțiunilor a scăzut în mod evident cu 3.75%. Cu cât știrea a fost mai mediatizată pe rețelele de socializare, cu atât mai mult prețul acțiunilor a scăzut cu 5.21%.

Chiar dacă știrea a fost recunoscută ca fiind falsă, acțiunile PepsiCo au rămas la fel de scăzute timp de 3 săptămâni.

În privința celei de-a doua companii – Lidingo Holdings LLC – la data de 12 aprilie 2017, SEC a luat acțiune asupra Lidingo Holdings LLC pentru pretinderea unei promovări a acțiunilor și a lăsat investitorii cu impresia că citesc în mod independent și imparțial analiza investițiilor asupra site-urilor. Însă cei care operau site-ul erau plătiți în secret pentru a induce în eroare piața bursieră.

Lidingo aparține lui Kamilla Bjorlin, o actriță care joacă sub numele de scena Milla Bjorn. Aceasta a apărut în Misconduct, un film din anul 2016 alături de Al Pacino și Anthony Hopkins. Compania ei ar fi manevrat publicarea a peste 400 de știri false despre 11 companii bursiere, și ar fi primit cel puțin 1 miliard de dolari în cash și capitaluri proprii pentru serviciile prestate. În alt caz, compania a ridicat prețul unei mici companii farmaceutice listate pe bursă cu 925%, publicând știri false în legătură cu compania

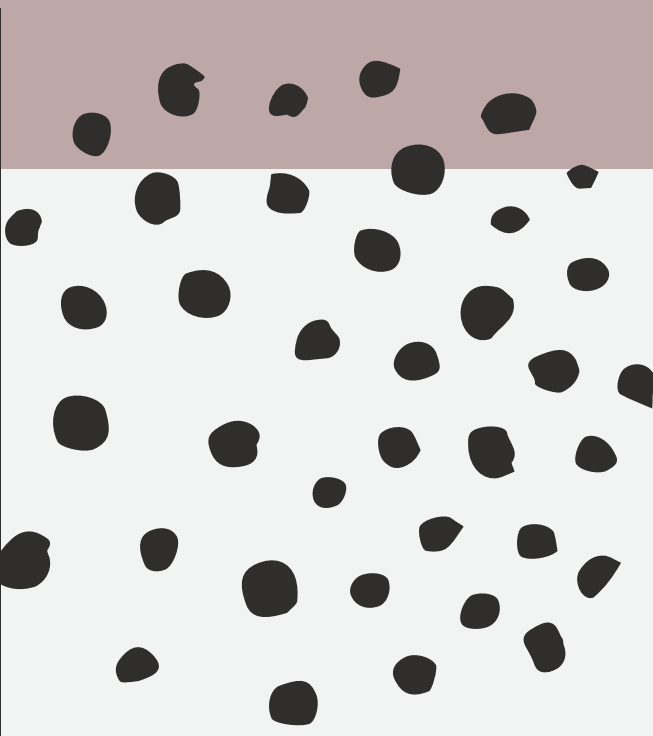
**AFLATI ACUM CARE ESTE IMPACTUL
STIRILOR FALSE!**





CE PUTEM FACE IMPOTRIVA LOR?

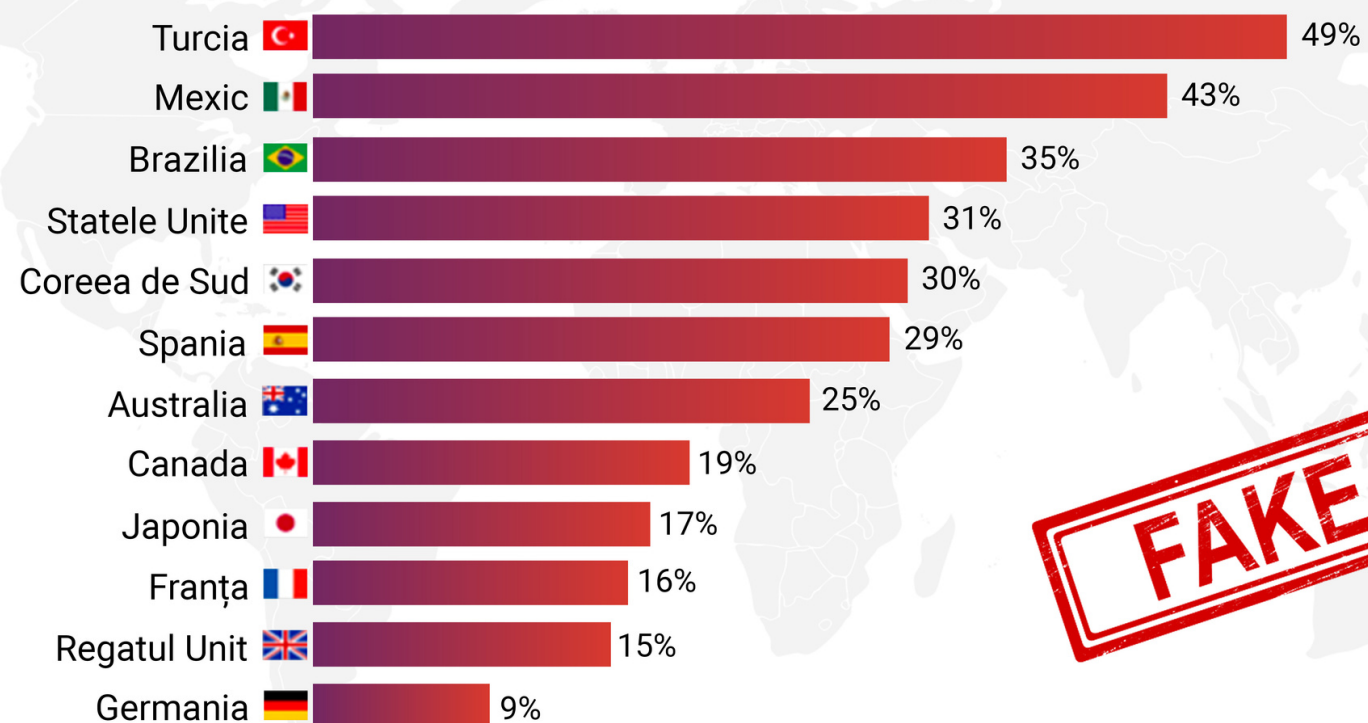
La fel ca OMS, multe publicații de calitate încearcă să folosească articole, videoclipuri și podcasturi de tip fact checking (de verificare a informațiilor) pentru a educa oamenii despre știrile false. Și noi putem face ceva atunci când întâlnim știri false. Chiar dacă nu putem preveni știrile false, le putem însă minimiza ori contracara efectul.



Pentru a face acest lucru, trebuie să confruntăm direct distribuitorii online de știri false, pentru a proteja de dezinformare alte persoane. Studii științifice arată este necesar ca dezinformarea să fie expusă ca atare. Prin urmare, dacă suntem confrunțați cu știri false în rubricile de comentarii de pe rețelele de socializare, putem încerca să educăm utilizatorii. Nu este suficient doar să etichetăm știrile false ca fiind false. Mai degrabă, afirmația trebuie analizată în mod explicit și trebuie oferită o explicație rațională, bazată pe fapte, care să arate de ce informația incorectă nu poate fi adevărată. Aceasta este singura modalitate de a demasca nucleul mincinos al știrilor false. Corectarea știrilor false ar trebui susținută printr-o sursă de încredere, de exemplu prin site-uri profesionale de verificare a informațiilor, cum ar fi Mimikama sau CORRECTIV.

Unde este cea mai mare expunere la fake news?

% de cetățeni care spun că au văzut știri evident false în ultima săptămână*



*dintre țările selectate

n=74000 respondenți în 27 țări (Jan/Feb 2019)

FAKE

- Statisticile din data de 2.03.2020 arată că 83% dintre europeni cred că știrile false constituie o încălcare din punct de vedere democratic.
- Tot conform statisticilor realizate la nivelul Europei putem remarca: Spania este țara cea mai afectată din punctul de vedere al știrilor false, iar Finlanda este considerată țara cu populația cea mai neîncrezătoare în informațiile transmise de către posturile de TV sau Social Media.

Un sondaj Eurobarometru 2018 a peste 26.000 de cetățeni ai UE din 28 de state membre ale UE a constatat că doar 11% au considerat dezinformarea online o amenințare la adresa democrației, cu rezultate constante în toate statele membre. Cel puțin jumătate dintre respondenți au declarat, de asemenea, că se confruntă cu dezinformare online și „fake news” cel puțin o dată pe săptămână, cel mai mare număr de rapoarte (între 73% și 78%) provenind din Spania, Ungaria, Croația, Polonia, Franța, Grecia și Slovacia

COMUNICAREA

Comunicarea reprezintă un mod de interacțiune psihosocială a oamenilor, realizată prin limbaj sau prin alte coduri, în scopul transmiterii de informații sub formă de mesaje, știri, semne, texte ori gesturi simbolice. Acest ansamblu de acțiuni este efectuat între cel puțin doi interlocutori, respectiv emițătorul și receptorul. Conceptul de comunicare este strâns legat de existența noastră ca oameni, însă interacțiunea dintre persoane poate fi afectată de foarte multe lucruri pentru că include emoțiile celor implicați, situația culturală, mediul sau chiar locația folosită pentru a comunica. Este esențial să ai o minimă pregătire a mesajului înainte de a-l livra destinatarului.

Comunicarea este un proces dinamic, aflat într-o continuă schimbare, iar societatea își datorează existența comunicării interumane, însă apariția inovațiilor tehnologice face ca modul în care discutăm cu cei din jur să fie diferite. Zilnic ne lovim de o diversitate de probleme în familie, la job, în societate sau în intimitatea vieții, iar pentru a le rezolva trebuie să comunicăm în mod corect.

Importanța comunicării în relația de cuplu:

Cheia unei relații stabile în cuplu o reprezintă comunicarea. Pe lângă respect, admirație și iubire, modul în care comunică partenerii poate îmbunătăți sau destrăma un cuplu. Fiecare partener ajunge într-o relație cu propria sa individualitate și istorie personală, însă ambii trebuie să aibă capacitatea de a modela ceea ce îi unește și de a vorbi unul cu celălalt indiferent de situație. Oricât de bine l-ai cunoaște pe cel de lângă tine și oricât de mari ar fi sentimentele tale pentru el, nu ai cum să-i citești gândurile. Practic, pentru a evita neînțelegerile ce conduc la furie, resentimente, certuri, răni sau confuzii trebuie să comunicați clar.

- Importanța comunicării cu copiii

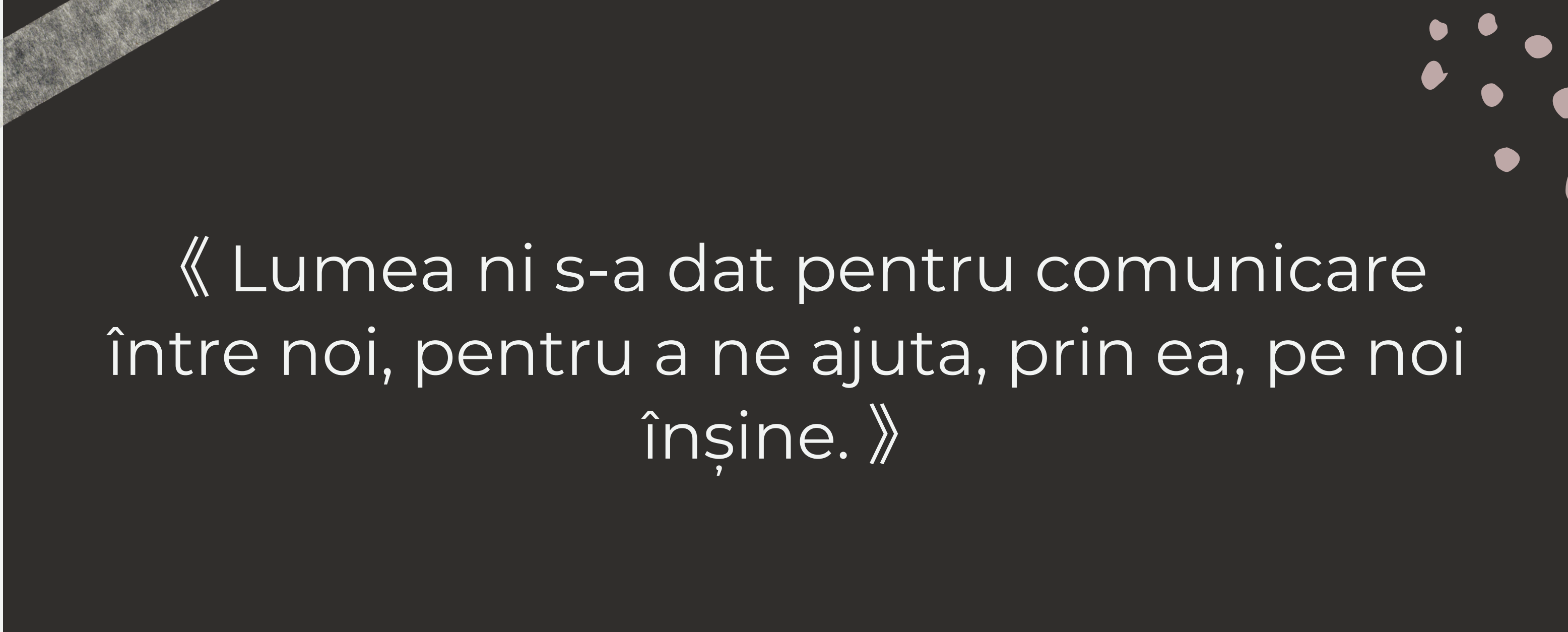
Comunicarea este fundamentală pentru dezvoltarea copiilor. Aceștia trebuie să poată înțelege ceea ce le spun adulții și să fie înțeleși la rândul lor. În cazul celor mici, comunicare este esențială pentru învățare, interacțiune socială, joc, încredere în sine sau educație. Persoanele adulte trebuie să știe că, în relația cu copiii, comunicarea nu înseamnă doar a rosti câteva cuvinte, ci face referire la empatie, ascultare, atenție, dicție și înțelegere.

- Importanța comunicării profesionale:

Mare parte din angajatori apreciază abilitățile de comunicare ca fiind o prioritate față de alte calificări sau experiența în muncă. La job, relația cu oamenii din jurul nostru se construiește prin intermediul comunicării, dar trebuie să fim foarte atenți la ceea ce transmitem în mediul profesional.

- Importanța comunicării în afaceri

Fără îndoială, comunicarea este disciplina care îți poate aduce succesul în afaceri. În lucrarea Abilități de comunicare, Allan și Barbara Pease te invită să-ți imaginezi câte lucruri s-ar putea îmbunătăți în viața ta dacă ai avea abilitatea de a convinge mai ușor oamenii să acționeze așa cum vrei tu. Un astfel de ghid este extrem de util în business pentru că tehnicile eficiente de comunicare te pot ajuta să obții un impact maxim. Discuțiile în afaceri ajută la rezolvarea diferitelor probleme, înțelegerea situației inițiale, stabilirea celor mai bune strategii și a modului de abordare a acestora. Potrivit lui Simon Sinek, totul începe cu De ce și continuă cu Descoperă-ți propriul de ce, adică atunci când vrei să le transmiți altora viziunea ta trebuie ca tu să-ți răspunzi înainte la o astfel de întrebare fundamentală.



« Lumea ni s-a dat pentru comunicare
între noi, pentru a ne ajuta, prin ea, pe noi
înșine. »



DUMITRU STĂNILOAE



**MULTUMESC
,
PENTRU
ATENȚIE!**