



Cofinanțat de
Uniunea Europeană

Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin, însă, exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctele de vedere și opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate răspunzătoare pentru acestea.



Educație media pentru gândire critică în sistemul de învățământ

D2.1 – Educația media: date, nevoi, bune practici

WP2 – CARTOGRAFIEREA RESURSELOR EXISTENTE ȘI ELABORAREA
MATERIALELOR PENTRU FORMARE



Co-funded by
the European Union

Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat cele ale Uniunii Europene sau ale Agenției Executive pentru Educație și Cultură Europeană (EACEA). Nici Uniunea Europeană, nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.



Informații despre proiect

Acronim:	MILES
Nume:	MILES - MIL and PRE-BUNKING approaches for Critical thinking in the education sector
Program de finanțare:	[ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD] — [ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD-LOT1]
Număr:	101132716
Partener autor:	OLAE- Portugalia
Traducere :	Asociația Lectura și Scrierea pentru Dezvoltarea Gândirii Critice România
Data:	2024



Educație media pentru gândire critică în sistemul de învățământ - MILES
ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD — [ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD-LOT1]
Număr proiect: 101132716

D2.1 – Educația media: date, nevoi, bune practici

WP2 – Cartografierea resurselor existente și elaborarea materialelor pentru formare

Finanțat de Uniunea Europeană. Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat cele ale Uniunii Europene sau ale Agenției Executive pentru Educație și Cultură Europeană (EACEA). Nici Uniunea Europeană, nici EACEA nu pot fi considerate responsabile pentru acestea.

Informații despre proiect

Acronimul proiectului:	MILES
Titlul proiectului:	MILES - MIL and PRE-BUNKING approaches for Critical thinking in the education sector
Program de finanțare:	[ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD] — [ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD-LOT1]
Numărul proiectului:	101132716
Partener autor:	OLAE- Portugalia
Data realizării:	Martie 2024

Cuprins

1. Introducere	4
1.1 Scurtă prezentare a proiectului	4
1.2 Rezumatul raportului	6
2. Cercetare de birou	8
2.1. Analiza literaturii	8
2.2 Contextul transnațional în domeniul educației media și informaționale	14
1) Statistici referitoare la educația media și informațională și <i>data literacy</i>	19
2) Tendințe actuale	21
3) Obstacole și oportunități	23
2.3 Practici promițătoare	24
3. Cercetare de teren	39
3.1 Interviuuri	39
3.1.1 Eșantionare	40
3.1.2 Design-ul interviurilor	41
3.1.3 Considerente de etică a cercetării	42
4. Constatări din interviuri	42
4.1 Factorii interesați	44
4.2 Factorii de decizie	47
4.3 Persoanele care lucrează în mediul școlar	51
5. Analiza datelor din chestionare	56
5.1 De la dimensiunea națională la cea transnațională	56
5.2 Comparatii	58
5.3 Modele de consum al știrilor	59
5.4 Percepții despre știrile false	60
5.5 Nevoi educaționale și bune practici	60
5.6 Constatări cheie	61
5.7 Profilul sociodemografic al respondenților	61
5.8 Expunerea la surse de știri	66
5.9 Percepțiile despre știrile false și despre impactul lor	75
5.10 Comportamente de verificare a informațiilor	80
5.11 Educația și literația media	82
5.12 Constatări din chestionarele elevilor	86
Provocări și direcții viitoare	101
	2

<i>Recomandări și concluzii</i>	107
<i>Referințe</i>	111
<i>Anexa 1 – Lista persoanelor intervievate</i>	117
<i>Anexa 2 – Ghidul de interviu</i>	122
<i>Anexa 3 – Chestionar adresat adulților</i>	124
<i>Anexa 4 – Chestionar adresat minorilor</i>	129

1. Introducere

1.1 Scurtă prezentare a proiectului

Proiectul **MILES - Educație media pentru gândire critică în sistemul de învățământ** este o inițiativă de cooperare finanțată prin programul Erasmus+ implementat de 11 parteneri din 10 țări ale Uniunii Europene. Proiectul abordează provocările tot mai mari ale dezinformării și manipulării digitale care au un impact direct asupra sectorului educațional și urmărește formarea de cetățeni informați care gândesc critic. Într-o epocă în care informațiile circulă rapid și sunt accesate de oricine, de multe ori fără a verifica sursele, promovarea educației media și a științei datelor, precum și prevenirea dezinformării devin un imperativ. Prin aceste abordări, proiectul MILES își propune să formeze profesorii și viitorii profesori pentru a fi agenți ai schimbării, echipați să întărească rezistența împotriva dezinformării și să cultive gândirea critică în sistemul de învățământ și în societate.

Obiectivele majore ale proiectului MILES sunt:

- Dezvoltarea și implementarea de programe de formare pentru profesori și viitori profesori în domeniul educației media și a prevenirii dezinformării atât în formarea inițială a profesorilor, cât și în domeniul formării continue.
- Formarea profesorilor pentru a deveni multiplicatori ai practicilor gândirii critice, creând o rețea de profesori pregătiți să aplice și să disemineze metodologii inovatoare în practicile lor zilnice.
- Integrarea metodele de prevenire a dezinformării și de educație informațională în programa școlară, instruirea profesorilor pentru a dezvolta instrumente pedagogice și organizarea de ateliere care implică elevii în identificarea și analiza critică a informațiilor false și înșelătoare.
- Implicarea familiilor și comunităților educaționale în activități de educație digitală, folosind resurse precum jocurile de societate dezvoltate de elevi pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la pericolele dezinformării și pentru a promova o cultură a gândirii critice dincolo de mediul școlar.
- Crearea unui impact durabil asupra educației digitale europene, implicând factorii de decizie și părțile interesate din domeniul educației pentru a asigura continuitatea și replicabilitatea metodelor dezvoltate.

Proiectul își propune să implementeze programe de formare care să acopere aspecte esențiale ale literației digitale și critice atât pentru profesorii începători, cât și pentru cei cu experiență. Componenta de intervenție în formarea inițială va permite viitorilor profesorilor să-și dezvolte abilitățile de a încorpora practici didactice digitale în mod conștient încă de la începutul activității lor. Acest nivel de pregătire este esențial, deoarece majoritatea profesorilor nu dețin încă acele competențe necesare pentru a face față provocărilor unui mediu digital saturat de dezinformare. La nivel de formare continuă, destinat profesorilor mai experimentați, proiectul va viza îmbunătățirea abilităților, oferind abordări practice pentru combaterea dezinformării și promovarea unei culturi critice în sala de clasă. Astfel, MILES își propune să formeze în total 180 de profesori și viitori profesori.

Pe lângă formare, MILES și-a asumat să dezvolte instrumente didactice, astfel încât profesorii să poată multiplica impactul conceptelor învățate. Profesorii care finalizează formarea continuă vor avea rolul cheie de a crea împreună un set de instrumente educaționale cuprinzând activități practice pentru a

încuraja elevii să identifice și să reziste dezinformării înainte ca aceasta să provoace efecte dăunătoare, un proces cunoscut sub numele de *pre-bunking*. Inspirat de conceptul de inoculare, *pre-bunking*-ul expune elevii la doze mici de dezinformare într-un mediu controlat, astfel încât să poată dezvolta imunitate împotriva conținutului fals în situații reale. Prin atelierele derulate la clasă, aproximativ 540 de elevi vor fi implicați direct și vor avea ocazia să aplice conceptele învățate, promovând gândirea critică în rutina lor școlară. Proiectul are, de asemenea, o componentă puternică de implicare a familiei și a comunității. Pentru a integra comunitatea educațională, MILES va dezvolta un joc educațional care va permite elevilor să aplice cunoștințele despre dezinformare și să le împărtășească și cu familiile lor. Această activitate se va desfășura în ateliere specifice pentru familii, cu scopul de a crește gradul de conștientizare cu privire la riscurile dezinformării și de a promova o cultură a analizei critice dincolo de zidurile școlii. Aproximativ 270 de părinți și tutori vor fi implicați în aceste ateliere, care vor contribui la crearea unui mediu care încurajează gândirea critică, întărind legăturile dintre școală și familie. Impactul așteptat al MILES este semnificativ și profund, proiectul având ca scop nu numai transformarea practicilor didactice în contextul digital, ci și consolidarea societății europene în ansamblu. Pe termen scurt, proiectul este de așteptat să îmbunătățească capacitatea profesorilor de a face față dezinformării și să împuternicească elevii să dezvolte abilități critice care vor fi aplicate în mediul digital. Pe termen mediu și lung, MILES aspiră să contribuie la construirea unei societăți mai rezistente, conștientă de pericolele manipulării digitale, promovând în același timp continuitatea învățării digitale critice prin implicarea părților interesate și a factorilor de decizie. Prin promovarea liniilor directe și a practicilor promițătoare la nivel local, național și european, MILES își propune să stabilească o moștenire de inovare educațională care poate fi replicată și susținută în diferite contexte educaționale. Această diseminare și integrare a metodologiilor dezvoltate în proiect are potențialul de a inspira schimbări politice pe termen lung, contribuind la crearea unui sistem de învățământ european care prețuiește și cultivă gândirea critică, literația digitală și rezistența la dezinformare, contribuind astfel la o democrație mai solidă și mai bine informată.

Parteneriatul MILES este compus din următoarele organizații:

- Coordonator: [Centro per lo Sviluppo Creativo Danilo Dolci](#) (Italia)
- [OLAE](#) – Associação de Investigação Observatório Lusófono de Actividades Económicas (Portugalia)
- [Aproximar](#) – Cooperativa de Solidariedade Social (Portugalia)
- [ALSDGC](#) – Asociația Lectura și Scrierea pentru Dezvoltarea Gândirii Critice (România)
- [Bupnet](#) – Germania
- [KMOP](#) – Education Hub (Grecia)
- [GO!](#) – Belgia
- [Cardet](#) – Center for the Advancement of Research and Development in Educational Technology (Cipru)
- [die Berater](#) – Austria
- [Atermon](#) – Țările de Jos
- [Danmar](#) Computers – Polonia

1.2 Rezumatul raportului

Acest raport se bazează pe rapoartele partenerilor europeni, care s-au documentat, au realizat interviuri, precum și sondaje online într-o fază inițială de cercetare pentru a explora situația actuală privind MIL în țările lor, identificând principalele tendințe, nevoi de învățare și practici inspiratoare care vor fi referințe în etapele următoare ale proiectului. Țările partenere în care a fost efectuată cercetarea sunt următoarele: **Italia, Portugalia, România, Germania, Grecia, Belgia, Cipru, Austria, Olanda și Polonia.**

Raportul de față a rezultat din următoarele acțiuni:

- Câte o cercetare de birou în fiecare țară despre contextul național, recenzia literaturii disponibile și 5 practici promițătoare/bune pe tema proiectului.
- Interviuri cu câte 5 factori de decizie, 5 actori din mediul școlar și 2 părți interesate în fiecare țară, rezultând într-un total de **124 de persoane.**
- 100 de sondaje pe țară, care vizează 70 de adulți (în special profesori) și 30 de elevi/tineri, ajungându-se la **1159 de persoane** în total.

Mai jos sunt prezentate principalele constatări.

Rapoartele proiectului MILES privind interviurile realizate în țările partenere au evidențiat provocări semnificative și au oferit recomandări detaliate pentru combaterea știrilor false și a dezinformării. **Aceste rapoarte subliniază importanța educației media și a integrării abilităților de gândire critică în programa școlară.**

O provocare cheie identificată în rapoarte este evoluția **rapidă a mass-media și sofisticarea tot mai mare a tacticilor de dezinformare.** Profesorii și factorii de decizie politică sunt preocupați în special de „infodemie” – o cantitate copleșitoare de informații, inclusiv conținut fals și înșelător, care face dificilă discernerea surselor credibile pentru indivizi. Această provocare este exacerbată de nivelurile ridicate de interacțiune cu platformele de socializare în rândul tinerilor, care sunt adesea cei mai vulnerabili la dezinformare datorită dependenței lor de aceste platforme pentru știri.

O altă problemă semnificativă este **lipsa dezvoltării profesionale continue pentru profesori.** Profesorii au nevoie de formare continuă pentru a fi la curent cu cele mai recente instrumente și strategii digitale de combatere a dezinformării. Rapoartele subliniază importanța investiției în programe de formare a profesorilor în domeniul educației media, inclusiv inteligența artificială și alfabetizarea algoritmică, pentru a echipa profesorii cu abilitățile necesare pentru a ghida elevii în mod eficient.

Rapoartele subliniază, de asemenea, necesitatea implicării comunității și eforturilor de colaborare. Implicarea părinților, a comunităților locale și organizațiilor media în inițiative de educație media este crucială pentru crearea unei abordări cuprinzătoare pentru combaterea

dezinformării. Proiectele comunitare și parteneriatele dintre școli și organizațiile media pot oferi elevilor experiențe practice, din lumea reală și pot stimula o înțelegere mai largă a peisajului media.

În ceea ce privește **practicile promițătoare**, au fost evidențiate mai multe inițiative. De exemplu, Proiectul News Literacy din Londra și inițiativa Segura Net de la Direcția Generală pentru Educație din Portugalia sunt exemple notabile de programe eficiente de educație media. Aceste inițiative oferă resurse și cadre valoroase pentru profesori și elevi pentru a dezvolta abilități critice în domeniul literaturii media. În plus, cărți precum „Gosto, logo existo” au fost recomandate pentru valoarea lor educațională în abordarea educației media.

Recomandările de politici din rapoarte includ **integrarea educației media în toate disciplinele școlare, începând de la o vârstă fragedă**. Dezvoltarea gândirii critice și încurajarea toleranței și a diversității sunt considerate componente esențiale ale unei educații media solide. Se conturează, de asemenea, un apel pentru mai multă rigoare jurnalistică și mecanisme de verificare a faptelor pentru a asigura credibilitatea informațiilor difuzate publicului.

Rapoartele sugerează că **strategiile naționale ar trebui aliniate la cadrele europene**, având în vedere natura transfrontalieră a dezinformării. Cu toate acestea, rapoartele evidențiază necesitatea ca aceste strategii să fie specifice contextului, recunoscând mediile diverse ale elevilor și impactul variat al dezinformării.

Abordările tehnologice, legislative și educaționale trebuie integrate pentru a aborda în mod eficient provocările generate de știrile false și dezinformarea. Rapoartele recomandă utilizarea tehnologiei pentru a dezvolta instrumente pentru detectarea și combaterea dezinformării, implementarea măsurilor legislative pentru a reglementa răspândirea informațiilor false și promovarea strategiilor educaționale cuprinzătoare pentru a dezvolta rezistența la dezinformare.

În concluzie, rapoartele proiectului MILES pledează pentru o **abordare multidimensională a știrilor false și dezinformării**. Deși știrile false și dezinformarea sunt concepte conexe, ele nu sunt aceleași lucru.

Știri false

Termenul se referă în general la articole de știri sau conținut media care conține în mod intenționat informații false, fabricate pentru a arăta ca știri legitime. Aceste articole își propun adesea să înșele cititorii să creadă ceva care nu este adevărat. Știrile false pot fi răspândite din diferite motive, cum ar fi influențarea opiniilor, atragerea clicurilor (clickbait) sau generarea de indignare, dar nu întotdeauna cu o intenție puternică de a manipula.

Dezinformare

este răspândirea de informație falsă, intenționat, pentru a induce în eroare sau a manipula oamenii. Este un concept mai larg care include nu numai știri false, ci și alte tactici, cum ar fi imagini falsificate, videoclipuri deepfake și propagandă. Dezinformarea este adesea folosită pentru a influența opinia publică, a discredita indivizi sau grupuri sau chiar pentru a destabiliza structurile politice sau sociale.

Ambele sunt problematice, dar dezinformarea implică în mod obișnuit o intenție mai strategică, adesea rău intenționată, în timp ce știrile false pot fi uneori mai puțin ținute sau chiar răspândite neintenționat de oameni care cred că ele sunt adevărate. Pentru a preveni răspândirea știrilor false, este nevoie de îmbunătățirea educației media, dezvoltarea profesională continuă a profesorilor, implicarea comunității și politici coerente. Prin adoptarea acestor strategii, țările pot construi o societate bine informată, cu indivizi care pot gândi critic, capabili să navigheze în complexitățile peisajului informațional modern.

2. Cercetare de birou

2.1. Analiza literaturii

Proiectul MILES raportează despre știrile false și dezinformarea din țările partenere și oferă o analiză cuprinzătoare a literaturii care abordează provocările și strategiile pentru combaterea dezinformării. Literatura analizată în aceste rapoarte evidențiază **evoluția rapidă a mediei digitale și impactul profund al acesteia asupra răspândirii informațiilor false**. Cercetătorii și experții sunt de acord că răspândirea platformelor de *social media* a amplificat în mod semnificativ raza și viteza cu care se răspândește dezinformarea, creând un mediu complex de navigat.

Pentru a realiza această cercetare documentară am analizat informații și referințe nu numai din țările Uniunii Europene, ci și din unele studii pe aceste subiecte realizate în țări din afara UE.

O temă recurentă în literatură este conceptul de „**Infodemic**”, care se referă la cantitatea copleșitoare de informații, atât adevărate, cât și false, pe care oamenii le întâlnesc zilnic. Acest fenomen subminează capacitatea de a distinge între sursele credibile și necredibile. Numeroase studii arată că tinerii, care sunt utilizatori avizi ai rețelelor sociale, **sunt deosebit de susceptibili la dezinformare**. Studii realizate în Regatul Unit au arătat că competențele de

literație digitală în rândul tinerilor sunt insuficiente pentru a naviga în mod eficient în peisajul complex al informației online. Pew Research Center (SUA) raportează că tinerii americani sunt printre cei mai frecvenți utilizatori ai platformelor de *social media* precum Facebook, Instagram și Twitter, unde întâlnesc diferite tipuri de dezinformări. Studiile Pew au arătat că rețelele sociale reprezintă o sursă majoră de știri pentru mulți adulți tineri, ceea ce crește expunerea acestora la informații potențial înșelătoare sau false.

Stanford History Education Group (SHEG) a constatat că studenții de gimnaziu, liceu și colegiu din SUA se luptă adesea să evalueze credibilitatea informațiilor online. Studiul intitulat „Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning” (Evaluarea informațiilor: piatra de temelie a raționamentului civic online) a dezvăluit că deseori tinerii nu pot face distincția între sursele credibile și informațiile nesigure de pe rețelele sociale.

Ofcom (2021) (autoritatea de reglementare a comunicațiilor din Marea Britanie) publică un raport anual cu tema „Copii și părinți: utilizarea media și atitudinile față de media”, care indică faptul că minorii și adulții tineri depind din ce în ce mai mult de rețelele de socializare pentru știri și informații, dar adesea le lipsesc abilitățile de a evalua critic acuratețea acestora. Acest raport evidențiază preocupările legate de literația digitală și potențialul tinerilor de a fi induși în eroare de dezinformarea online.

National Literacy Trust (2018) a constatat că tinerii din Regatul Unit au nevoie de abilități mai bune de literație digitală pentru a naviga în peisajul digital în siguranță. Raportul lor, „Fake News and Critical Literacy” (Știrile false și literația critică), subliniază că un număr semnificativ de tineri nu au abilitățile de a identifica informații false online, ceea ce îi face vulnerabili la dezinformare.

Literatura de specialitate subliniază necesitatea unei educații media îmbunătățite pentru a echipa indivizii cu abilitățile de gândire critică necesare pentru a evalua cantitățile mari de informații pe care le consumă. Cercetătorii susțin că educația media ar trebui să fie o componentă de bază a educației de la o vârstă fragedă, ajutându-i pe elevi să dezvolte abilitățile necesare pentru a evalua critic informațiile. Această abordare educațională este susținută de diverse inițiative și cadre, cum ar fi Planul național de literație media și Strategia națională de educație pentru cetățenie în Portugalia, care servesc drept documente directe pentru implementarea educației media la diferite niveluri educaționale. Eforturile comparabile din țări precum Finlanda, care a integrat educația media în curriculumul său național, demonstrează eficacitatea unor astfel de abordări în stimularea gândirii critice și a rezistenței împotriva dezinformării. UNESCO a evidențiat exemplul pozitiv al Finlandei în educația media. Rapoartele despre educația media și informațională trimit adesea la exemplul Finlandei în privința succesului de a integra educația media în curriculum-ul său și de a stimula gândirea critică a elevilor. Agenția națională finlandeză pentru educație oferă informații detaliate despre integrarea educației media în curriculumul național.

Formarea cadrelor didactice este un alt domeniu critic evidențiat în literatură. Necesitatea dezvoltării profesionale continue este o temă recurentă, studiile indicând că profesorii au nevoie de formare continuă pentru a fi la curent cu cele mai recente instrumente și strategii digitale de combatere a dezinformării. Literatura sugerează că programele eficiente de formare a profesorilor ar trebui să includă componente privind inteligența artificială și alfabetizarea algoritmică, deoarece aceste domenii sunt din ce în ce mai relevante în media digitală. În Canada, de exemplu, programele de formare a profesorilor au încorporat module de alfabetizare digitală și gândire critică pentru a pregăti mai bine educatorii pentru provocările generate de dezinformare.

Implicarea comunității și eforturile de colaborare sunt, de asemenea, proeminente în literatură. Cercetătorii pledează pentru implicarea părinților, comunităților locale și organizațiilor media în inițiative de educație media pentru a crea o abordare cuprinzătoare pentru combaterea dezinformării. Studiile arată că proiectele comunitare și parteneriatele dintre școli și organizațiile media pot oferi elevilor experiențe practice, din lumea reală și pot stimula o înțelegere mai largă a peisajului media. Exemplele din Australia evidențiază inițiative de succes bazate pe comunitate care reunesc școli, părinți și mass-media locală pentru a educa publicul despre pericolele dezinformării și importanța consumului critic de media.

Mai multe practici promițătoare sunt evidențiate în literatura de specialitate, inclusiv inițiative precum Proiectul News Literacy din Londra și programul Segura Net de la Direcția Generală pentru Educație din Portugalia. Aceste programe sunt citate pentru eficiența lor în furnizarea de resurse și cadre de referință valoroase pentru profesori și elevi pentru a dezvolta abilități critice de literație media. În plus, materialele educaționale precum cartea „Gosto, logo existo” sunt recomandate de Ministerul Educației din Portugalia, pentru rolul lor în abordarea educației media într-un mod antrenant. Programe similare din Suedia, cum ar fi inițiativa „Literație în mass-media și informații”, oferă resurse și formare cuprinzătoare pentru a ajuta profesorii și elevii să navigheze în media digitală.

În literatura de specialitate se discută și **rolul tehnologiei și al măsurilor legislative** în combaterea dezinformării. Studiile identificate mai jos subliniază necesitatea unor soluții tehnologice pentru detectarea și contracararea dezinformării, precum și cadre legislative care să reglementeze răspândirea informațiilor false. Importanța unor mecanisme robuste de verificare a faptelor și rigoarea jurnalistică este subliniată în mod repetat, cercetătorii susținând că aceste elemente sunt cruciale pentru menținerea credibilității informațiilor difuzate publicului. Iată câteva exemple de studii și rapoarte care subliniază nevoia de soluții tehnologice și cadre legislative pentru a aborda dezinformarea:

- **Tackling Online Disinformation: A European Approach** (Combaterea dezinformării online: o abordare europeană), Comisia Europeană (2018) – Acest raport subliniază strategia Uniunii Europene de a contracara dezinformarea printr-o combinație de

soluții tehnologice, inclusiv inteligența artificială și învățarea automatizată pentru moderarea conținutului și eforturile legislative pentru a reglementa răspândirea de informații false. Raportul pledează pentru un cadru de reglementare mai puternic pentru a asigura responsabilitatea din partea platformelor digitale. Sursa: European Commission (2018). Tackling Online Disinformation: A European Approach.

- **The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation** (Ordinul global de dezinformare: Inventarul global 2019 al manipulării organizate a rețelelor sociale) de Oxford Internet Institute – Acest studiu analizează rolul instrumentelor tehnologice, cum ar fi software-ul de detectare a boților, pentru a identifica și a atenua campaniile de dezinformare. De asemenea, evidențiază importanța politicilor guvernamentale și a cooperării internaționale în reglementarea platformelor de social media. Sursa: Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). "The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation." Oxford Internet Institute.
- **Artificial Intelligence and the Fight Against Disinformation** (Inteligența artificială și lupta împotriva dezinformării) de NATO StratCom Centre of Excellence – Acest raport discută rolul soluțiilor bazate pe IA în detectarea știrilor false, inclusiv a deepfake-urilor, și modul în care IA poate fi folosită pentru a îmbunătăți procesele de verificare a faptelor. Acesta acoperă, de asemenea, necesitatea unor cadre de politici solide pentru a aborda provocările etice și de reglementare prezentate de instrumentele bazate pe inteligență artificială în combaterea dezinformării. Sursa: NATO StratCom Centre of Excellence (2020). Artificial Intelligence and the Fight Against Disinformation
- **Disinformation and 'Fake News': Final Report** (Dezinformare și „știri false”: raport final) Comitetul pentru mediul digital, cultură, mass-media și sport al Camerei Comunelor din Regatul Unit (2019) – Acest raport subliniază necesitatea unui cadru legal care să tragă la răspundere platformele de rețele sociale pentru răspândirea dezinformării. De asemenea, pledează pentru inovarea tehnologică pentru a sprijini detectarea informațiilor false și solicită reglementări mai stricte privind publicitatea politică pe platformele digitale. Sursa: House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee. (2019). Disinformation and 'Fake News': Final Report.
- **Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training** (Jurnalism, știri false și dezinformare: manual pentru educația și formarea în jurnalism), UNESCO – Deși este axat pe jurnalism, acest manual discută abordările tehnologice și legislative necesare pentru combaterea dezinformării. Acesta subliniază rolul instrumentelor de detectare automată și sugerează recomandări de politică pentru inițiativele de educație media și digitală. Sursa: UNESCO. (2018). Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training

Următoarele studii evidențiază rolul critic atât al inovației tehnologice, cât și al măsurilor de reglementare în crearea unei strategii cuprinzătoare pentru a contracara răspândirea dezinformării.

- **Eforturile legislative din Germania**, prin Network Enforcement Act (Legea rețelelor), demonstrează modul în care cadrele de reglementare pot viza în mod eficient difuzarea de știri false pe platformele de social media. Legea germană privind aplicarea rețelelor (Netzwerkdurchsetzungsgesetz sau NetzDG), adoptată în 2017, este un exemplu proeminent de eforturi legislative care vizează combaterea răspândirii știrilor false și a discursurilor instigatoare la ură pe platformele de social media. Legea a fost concepută pentru a asigura tragerea la răspundere a companiilor de social media, cum ar fi Facebook, Twitter și YouTube, pentru conținutul partajat pe platformele lor, în special atunci când acesta implică materiale ilegale conform legislației germane, inclusiv dezinformare, hate speech și incitare la violență.
- Unul dintre cele mai influente documente în lupta împotriva dezinformării în Europa este **Action Plan Against Disinformation** „Planul de acțiune împotriva dezinformării” al Comisiei Europene (Comisia Europeană, 2018). Acest plan subliniază o abordare strategică pentru îmbunătățirea capacităților UE de detectare, prevenire și reacție la dezinformare. Acesta subliniază necesitatea unor răspunsuri coordonate între statele membre și se bazează pe patru piloni cheie: îmbunătățirea detectării, coordonarea răspunsurilor, mobilizarea sectorului privat și creșterea gradului de conștientizare a societății.
- **Code of Practice on Disinformation** (Codul de practică privind dezinformarea) (Comisia Europeană, 2018) completează Planul de acțiune prin implicarea principalelor platforme online și a industriei de publicitate în lupta împotriva dezinformării. Companii precum Facebook, Google și Twitter s-au angajat să adopte măsuri precum creșterea transparenței în publicitatea politică, perturbarea veniturilor din publicitate pentru conținut înșelător și combaterea conturilor false și a boților. Acest cod evidențiază rolul critic al cooperării în atenuarea răspândirii de informații false online.
- **European Digital Media Observatory (EDMO)** (Observatorul European al Mass-Mediei Digitale) (EDMO), înființat de Comisia Europeană, servește ca un centru pentru verificatori de fapte, cercetători și alte părți interesate. EDMO facilitează partajarea celor mai bune practici și încurajează cercetarea colaborativă privind dezinformarea, jucând un rol esențial în construirea unui răspuns în rețea în întreaga Europă (EDMO, 2020). Observatorul sprijină eforturile de a dezminți narațiunile false și de a îmbunătăți literația media, contribuind la un ecosistem informațional mai rezilient.
- Comunitatea academică a adus contribuții semnificative la înțelegerea și combaterea dezinformării. Raportul **A Multi-Dimensional Approach to Disinformation** (O abordare multidimensională a dezinformării) al Serviciului de Cercetare al Parlamentului European (EPRS, 2018) oferă o analiză aprofundată a originilor, mecanismelor și

impactului dezinformării. Acesta pledează pentru o strategie pe mai multe direcții care să includă măsuri de reglementare, educație în domeniul media și inovație tehnologică. Raportul subliniază complexitatea dezinformării și nevoia de soluții cuprinzătoare.

- Autori precum Wardle și Derakhshan (2017) în studiul lor **Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making** (Tulburarea informațională: către un cadru interdisciplinar pentru cercetare și elaborarea politicilor) oferă o bază teoretică pentru înțelegerea diferitelor tipuri de dezinformare și a metodelor de diseminare. Munca lor subliniază importanța cercetării interdisciplinare în dezvoltarea contramăsurilor eficiente.
- Statele membre au dezvoltat strategii naționale care se aliniază la cadrele europene mai largi, fiecare aducând abordări și perspective unice. Finlanda, de exemplu, a integrat educația media în curriculum-ul național încă de la o vârstă fragedă, cu scopul de a echipa elevii cu abilitățile de a evalua critic informațiile (Ministerul Educației și Culturii, Finlanda, 2018). Această abordare a fost eficientă în stimularea gândirii critice și a rezistenței la dezinformare.
- Inițiativa **Media and Information Literacy** (Literație în mass-media și informație) din Suedia oferă resurse și formare cuprinzătoare pentru profesori și elevi, subliniind importanța gândirii critice în combaterea dezinformării (Consiliul Media Suedez, 2019). Inițiativa evidențiază rolul educației în construirea unei societăți care poate naviga prin complexitățile peisajului informațional digital.
- **NetzDG** (Legea privind rețelele) din Germania creează un precedent pentru acțiunile legislative, solicitând platformelor de rețele sociale să elimine conținutul ilegal, inclusiv discursul instigator la ură și știrile false, în anumite intervale de timp (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, 2017). Acest act demonstrează o abordare juridică proactivă pentru a răspunde platformelor și pentru a asigura acțiuni rapide împotriva conținutului dăunător.
- Soluțiile tehnologice sunt cruciale în detectarea și contracararea dezinformării. Eforturile Uniunii Europene de a dezvolta algoritmi și instrumente avansate pentru identificarea știrilor false sunt bine documentate. Raportul Centrului Comun de Cercetare (Joint Research Centre) intitulat **Automated Detection of Disinformation** (Detectia automată a dezinformației) (JRC, 2019) subliniază potențialul învățării automatizate și al inteligenței artificiale în monitorizarea și analiza conținuturilor online.
- Cadrele legislative sunt, de asemenea, esențiale în reglementarea răspândirii informațiilor false. Rezoluția Parlamentului European **Online Platforms and the Digital**

Single Market (Platformele online și piața unică digital) (Parlamentul European, 2019) solicită măsuri de reglementare mai stricte pentru a asigura transparența și responsabilitatea platformelor online. Rezoluția reflectă un consens din ce în ce mai mare asupra necesității unor cadre juridice solide care să completeze eforturile voluntare ale industriei.

Materialele educaționale precum „**Gosto, logo existo**” sunt recomandate pentru rolul lor în abordarea temelor de educație media într-o manieră antrenantă (Ramos, 2018). Aceste materiale ajută profesorii să introducă concepte complexe într-o manieră accesibilă, conducând la elevi mai informați și cu gândire critică¹.

2.2 Contextul transnațional în domeniul educației media și informaționale

În ultimul deceniu, **știrile false și dezinformarea au devenit probleme critice cu care se confruntă Europa**, amenințând nu numai integritatea proceselor democratice, ci și țesutul social al societăților europene. Dependența tot mai mare de platformele digitale pentru informații a creat **noi provocări atât pentru cetățeni, cât și pentru guverne**. Platformele de social media, deși oferă oportunități de diseminare a informațiilor și de conectare, au devenit, de asemenea, un teren fertil pentru răspândirea conținuturilor false și înșelătoare. Campaniile de dezinformare, deseori desfășurate de actori statali și nestatali, urmăresc să influențeze opinia publică, să interfereze în alegeri și să semene discordie în rândul populației. Națiunile europene au recunoscut amploarea problemei și au apărut diverse răspunsuri, de la eforturi de reglementare la campanii de conștientizare a publicului. Uniunea Europeană, în special, a jucat un rol cheie în coordonarea acțiunilor între statele membre, promovând colaborarea și stabilirea cadrelor de reglementare pentru combaterea dezinformării la nivel european. Cercetătoarea Claire Wardle, expert de top în dezinformare și co-fondator [First Draft](#), subliniază natura critică a acestei probleme: „Răspândirea dezinformării este o provocare fundamentală pentru democrație. Fără cetățeni bine informați, însuși fundamentul guvernării democratice este în pericol.” (Wardle, 2019).

Munca lui Wardle evidențiază nevoia urgentă de strategii cuprinzătoare pentru a aborda răspândirea informațiilor false în era digitală. Amplașea știrilor false și a dezinformării în Europa a atins niveluri fără precedent în ultimii ani (Wardle, 2023). Fenomenul a fost cel mai vizibil în timpul evenimentelor politice esențiale, cum ar fi alegerile și referendumurile, și în timpul pandemiei de COVID-19. **Campaniile de dezinformare** au vizat alegerile europene,

¹ Alte câteva surse foarte interesante sunt: A European approach to media literacy in the digital environment; Media literacy for all: Supporting competencies to face information disorder; Digital education action plan 2021-2027 of the European Commission. Alte referințe care merită menționate sunt: Krotz, F. (2011). Media Connectivity: Concepts, Conditions, and Consequences. Wiesbaden: Springer VS; Köhler, M. (2017). Digital Communication and Democratic Participation. Wien: Springer; de Jong, W., & Hoebink, P. (2017). Media and Development: Issues and Challenges in Communication for Development. The Hague: KIT Publishers

măsurile de sănătate publică și chiar legitimitatea guvernelor și instituțiilor. Aceste campanii au folosit o varietate de platforme – în special rețelele sociale, dar și site-uri web, bloguri și servicii de mesagerie – pentru a răspândi rapid informații false.

Unul dintre cele mai proeminente exemple de dezinformare în Europa a fost referendumul **Brexit** din 2016 din Regatul Unit. Dezinformarea a jucat un rol semnificativ în formarea opiniei publice de ambele părți ale dezbaterii, cu numeroase afirmații false despre Uniunea Europeană și consecințele părăsirii acesteia. Reclamele înșelătoare, postările pe rețelele sociale și site-urile web au difuzat narațiuni false care au fost amplificate de algoritmi care să crească implicarea utilizatorilor. Impactul acestei campanii de dezinformare a fost profund, deoarece a contribuit la polarizarea societății britanice și a complicat discursul politic în jurul Brexit-ului. Profesorul Rasmus Kleis Nielsen, director al Institutului Reuters pentru Studiul Jurnalismului de la Universitatea Oxford, remarcă impactul unor astfel de campanii: „Referendumul Brexit a fost un moment de cotitură în înțelegerea rolului dezinformării în influențarea opiniei publice. A demonstrat cât de ușor pot fi ușor propagate narațiunile false și impactul profund pe care îl pot avea asupra proceselor politice.” (Nielsen, 2018).

Europa de Est a fost, de asemenea, o țintă semnificativă pentru campaniile de dezinformare, în special în țări precum Ungaria, Polonia și Ucraina (EUnews, 2024). În același timp, **pandemia COVID-19 a creat un teren fertil pentru dezinformare în întreaga Europă**, la care Comisia Europeană a răspuns printr-o strategie specifică (a se vedea *Joint Communication – Tackling COVID-19 disinformation: getting the facts right*/Comunicarea comună – Abordarea dezinformării COVID-19: obținerea de date corecte, în 2020 și *European Commission Guidance on Strengthening the Code of Practice on Disinformation* / Ghidul Comisiei Europene privind consolidarea Codului de practici privind dezinformarea”, în 2021). Dr. Divina Frau-Meigs, profesor la Universitatea Sorbonne Nouvelle și expert în educație media și informațională, a evidențiat rolul platformelor digitale în răspândirea dezinformării legate de sănătate: „Pandemia ne-a arătat cât de repede se poate răspândi dezinformarea pe rețelele sociale. mass-media, în special în domenii precum sănătatea publică, unde consecințele pot fi grave. Trebuie să ne consolidăm programele de educație media pentru a ajuta oamenii să navigheze în acest peisaj informațional complex.” (Frau-Meigs, 2020).

Răspândirea știrilor false și a dezinformării nu se limitează la domeniul politic sau al sănătății publice. **Dezinformarea afectează, de asemenea, domenii precum migrația, politica de mediu și problemele sociale**, cu narațiuni false adesea concepute pentru a aprinde tensiunile și a polariza dezbaterile publice. În țări precum Spania și Italia, campaniile de dezinformare au vizat migrația, considerând migranții o amenințare la adresa securității naționale și a identității culturale. Aceste narațiuni, adesea partajate de grupurile de extremă dreapta, au contribuit la creșterea sentimentului anti-imigranți în Europa și au îngreunat aplicarea politicilor mai inclusive din partea guvernelor. Având în vedere amploarea și complexitatea problemei, **este clar că nicio abordare singulară nu poate rezolva pe deplin problema**

dezinformării. Este necesar un **răspuns multidimensional**, unul care să implice guvernele, organizațiile media, societatea civilă și sectorul privat.

În cele de mai jos, ne vom referi la strategiile și politicile care au fost dezvoltate la nivelul Uniunii Europene pentru combaterea dezinformării, precum și la măsurile specifice luate de fiecare țară membră. Uniunea Europeană s-a poziționat în fruntea eforturilor de combatere a știrilor false și a dezinformării în statele sale membre. Recunoscând amenințarea pe care o reprezintă dezinformarea pentru instituțiile democratice, UE a dezvoltat mai multe inițiative menite să abordeze problema atât la nivel european, cât și la nivel național. Aceste inițiative sunt construite în jurul principiilor de colaborare, transparență și responsabilitate, cu un accent deosebit pe reglementarea platformelor digitale și promovarea educației media. Una dintre cele mai semnificative inițiative dezvoltate de UE este **Observatorul European al Mass-Mediei Digitale (EDMO)**, care a fost lansat în 2020. EDMO servește drept *hub* pentru cercetători, verificatori de fapte și experți în educație media, oferind o platformă de colaborare și partajare de informații. Obiectivele principale ale EDMO includ monitorizarea tendințelor de dezinformare în Europa, promovarea celor mai bune practici în educația media și încurajarea cooperării între diverse părți interesate. Activitatea EDMO este aliniată cu Planul de acțiune al Comisiei Europene împotriva dezinformării, care a fost introdus în 2018 pentru a spori capacitățile UE în detectarea, analizarea și răspunsul la dezinformare. Profesorul Sonia Livingstone, un expert renumit în mass-media și comunicații la London School of Economics, a lăudat abordarea UE: „Observatorul European al Mass-Mediei Digitale reprezintă un pas semnificativ înainte în eforturile noastre de a combate dezinformarea. Prin reunirea experților din întreaga Europă, oferă o platformă atât de necesară pentru colaborare și împărtășirea celor mai bune practici” (Livingstone, 2021).

O altă inițiativă critică este **Digital Services Act (DSA) /Actul legislativ privind serviciile digitale**, un cadru de reglementare cuprinzător care a fost adoptat în 2022. DSA introduce noi obligații pentru platformele digitale, solicitându-le să ia măsuri proactive pentru a monitoriza și elimina conținutul ilegal, inclusiv știrile false și dezinformarea. **Conform DSA, platformele trebuie să fie mai transparente cu privire la modul în care folosesc algoritmi pentru a recomanda conținut și trebuie să ofere utilizatorilor un control mai mare asupra informațiilor pe care le văd.** DSA prevede, de asemenea, ca platformele să lucreze cu verificatori independenți de fapte pentru a identifica și semnaliza dezinformarea. Sancțiunile pentru nerespectare sunt semnificative, cu amenzi care pot ajunge până la 6% din veniturile globale ale unei companii. DSA reprezintă un pas important înainte în responsabilizarea platformelor digitale pentru conținutul pe care îl găzduiesc și în asigurarea faptului că își asumă responsabilitatea pentru combaterea dezinformării. Planul de acțiune pentru democrația europeană (**European Democracy Action Plan / EDAP**), introdus în decembrie 2020, completează DSA, concentrându-se pe consolidarea proceselor democratice și pe protejarea alegerilor libere și corecte în toată Europa. EDAP **oferă o serie de măsuri menite să protejeze integritatea alegerilor, să promoveze mass-media independentă și să combată dezinformarea.** Una dintre componentele cheie ale EDAP este reglementarea publicității

politice, care a fost o sursă majoră de dezinformare în perioadele electorale. EDAP propune noi reguli care necesită o mai mare transparență în publicitatea politică, asigurându-se că cetățenii știu cine se află în spatele reclamelor pe care le văd și cum sunt vizați. Planul subliniază, de asemenea, importanța educației media, solicitând eforturi sporite pentru a educa cetățenii cu privire la riscurile dezinformării și cum să evalueze critic informațiile pe care le întâlnesc.

Educația media este considerată pe scară largă drept unul dintre cele mai eficiente instrumente în lupta împotriva dezinformării. Ea implică dezvoltarea abilităților necesare pentru a evalua critic informațiile pe care indivizii le întâlnesc, pentru a înțelege sursele acelor informații și pentru a lua decizii informate cu privire la credibilitatea acestora. Într-o eră în care dezinformarea se poate răspândi rapid prin intermediul rețelelor sociale și al altor platforme digitale, educația media este esențială pentru a ajuta cetățenii să navigheze în acest peisaj informațional complex. Dr. Divina Frau-Meigs, care a cercetat pe larg literația media în Europa, susține că „literația media nu este doar un set de abilități; este o componentă crucială a educației civice în secolul 21. **Prin împuternicirea indivizilor să interacționeze în mod critic cu mass-media, putem construi o societate mai rezilientă, care este mai bine echipată pentru a rezista dezinformării**” (Frau-Meigs, 2020). Un exemplu al acestei abordări este oferit Finlanda, lider în educația media, integrând-o în programa națională de la o vârstă fragedă. Școlile finlandeze îi învață pe elevi cum să navigheze în media digitală, să recunoască dezinformarea și să gândească critic. Această abordare proactivă a dus la o populație care este mai rezistentă la dezinformare, iar Finlanda ocupă în mod constant locuri de frunte în clasamente globale de competențe media ale populației (Comisia Europeană, 2023).

Comisia Europeană a sprijinit mai multe inițiative care vizează creșterea gradului de conștientizare cu privire la pericolele dezinformării și importanța gândirii critice. Campania „#ThinkBeforeSharing”, de exemplu, încurajează utilizatorii rețelelor sociale să verifice acuratețea informațiilor înainte de a le partaja online. Astfel de campanii sunt cruciale în promovarea unei culturi a scepticismului și a analizei critice în rândul publicului. Pe lângă educația formală, campaniile de **conștientizare a publicului joacă un rol vital în promovarea literației media** în întreaga Europă.

Lupta împotriva dezinformării în Europa se confruntă cu numeroase provocări, dintre care multe sunt profund înrădăcinate în infrastructura digitală și normele societale ale erei informaționale moderne. Printre cele mai semnificative provocări se numără rolul platformelor de social media, scăderea încrederii în mass-media și instituții și disparitățile educaționale care există în diferite regiuni ale Europei. Platformele de social media au devenit principalele câmpuri de luptă în lupta împotriva dezinformării. Aceste platforme sunt concepute pentru a maximiza implicarea utilizatorilor, acordând deseori prioritate conținutului senzational care generează clicuri și distribuiri mult mai multe față de informații mai precise, dar mai puțin captivante. Această dinamică a creat un mediu în care informațiile

false se pot răspândi rapid și pe scară largă, ajungând adesea la mai mulți oameni decât corecțiile sau conținutul real. Profesorul Rasmus Kleis Nielsen, care a studiat pe larg rolul rețelelor sociale în răspândirea dezinformării, a remarcat: „Designul platformelor de social media favorizează în mod inerent răspândirea dezinformării, deoarece acordă prioritate conținutului care este captivant, chiar dacă nu este exact. Aceasta reprezintă o provocare semnificativă pentru cei care încearcă să combată informațiile false” (Nielsen, 2020). O altă provocare majoră este scăderea încrederii în mass-media și instituțiile publice. În toată Europa, există un scepticism din ce în ce mai mare față de instituțiile media tradiționale, determinat de percepțiile de părtinire, senzaționalism și influență politică. Această erodare a încrederii a determinat mulți indivizi să apeleze la surse alternative de informații, care pot fi mai puțin fiabile și mai predispuse la răspândirea dezinformării. Prof. Sonia Livingstone subliniază importanța reconstruirii încrederii în mass-media, afirmând: „Pentru a combate dezinformarea în mod eficient, trebuie să restabilim încrederea publicului în mass-media. Acest lucru necesită un angajament față de transparență, responsabilitate și jurnalism de înaltă calitate, care servește interesul public” (Livingstone, 2019).

Disparitățile educaționale din Europa reprezintă, de asemenea, o provocare semnificativă în promovarea educației media. În țările cu sisteme educaționale bine dezvoltate, literația media este adesea integrată în curriculum, echipând elevii cu abilitățile necesare pentru a naviga în peisajul digital. Cu toate acestea, în țările în care sistemele de învățământ sunt mai puțin robuste, educația media ar putea să nu fie prioritară, lăsând indivizii mai vulnerabili la dezinformare. Dr. Frau-Meigs subliniază această problemă: „Disparitățile educaționale din întreaga Europă înseamnă că nu toată lumea are același acces la educația mediatică. Acest lucru creează o polarizare digitală în care unii cetățeni sunt mai bine pregătiți pentru a rezista dezinformării decât alții” (Frau-Meigs, 2021). Abordarea acestor provocări necesită un efort coordonat din partea guvernelor, instituțiilor de învățământ, organizațiilor media și societății civile. Următoarea secțiune va explora unele dintre cele mai bune practici care au apărut în Europa în combaterea știrilor false și a dezinformării.

În ciuda provocărilor, mai multe țări europene au implementat **strategii eficiente de combatere a știrilor false**, oferind lecții valoroase pentru alții. Aceste bune practici includ eforturi de colaborare, inovații tehnologice și programe cuprinzătoare de educație media.

Colaborarea dintre guverne, organizațiile media și societatea civilă este esențială pentru combaterea eficientă a dezinformării. Observatorul European al Mass-Mediei Digitale (EDMO) joacă un rol cheie în stimularea unei astfel de colaborări prin reunirea părților interesate din întreaga Europă pentru a împărtăși cele mai bune practici și a dezvolta soluții inovatoare. Dr. Frau-Meigs a laudat aceste eforturi de colaborare, menționând: „Puterea EDMO constă în capacitatea sa de a reuni un grup divers de experți și părți interesate, creând o rețea care poate răspunde rapid și eficient la amenințările emergente de dezinformare” (Frau-Meigs, 2020).

Inovațiile tehnologice joacă, de asemenea, un rol vital în combaterea dezinformării. Instrumentele bazate pe inteligența artificială pentru verificarea faptelor, extensiile de browser care semnalează conținut suspect și platformele care adună informații verificate devin din ce în ce mai importante în lupta împotriva dezinformării. Aceste tehnologii îi ajută pe indivizi să identifice știrile false și să ia decizii mai informate cu privire la informațiile pe care le consumă. Dr. Nielsen a evidențiat potențialul acestor instrumente tehnologice: „Inovațiile tehnologice, în special cele conduse de IA, au potențialul de a îmbunătăți semnificativ capacitatea noastră de a detecta și contracara dezinformarea. Cu toate acestea, ele trebuie utilizate împreună cu strategii mai largi care includ educația și reglementarea” (Nielsen, 2021).

Pe lângă soluțiile tehnologice, programele cuprinzătoare de educație media rămân o piatră de temelie a eforturilor de combatere a dezinformării. Țări precum Finlanda și Suedia au deschis calea în integrarea educației media în programele lor naționale, asigurându-se că cetățenii sunt echipați cu abilitățile necesare pentru a naviga în mediul digital. Profesorul Livingstone a subliniat importanța acestor programe: „Literația media nu se referă doar la a-i învăța pe oameni să identifice știrile false, ci este despre a-l împuternici să interacționeze critic cu toate formele de media. Acest lucru este esențial pentru menținerea unei democrații sănătoase” (Livingstone, 2020).

1) Statistici referitoare la educația media și informațională și *data literacy*

Data literacy (competența de comunicare prin date), **definită ca abilitatea de a citi, înțelege și utiliza datele în moduri diferite** (Harvard, 2021), devine din ce în ce mai esențială în era digitală. Le permite indivizilor să ia decizii în cunoștință de cauză, să navigheze în peisajul digital și să participe pe deplin la societatea informațională. Această secțiune a raportului prezintă statistici și tendințe actuale în *data literacy* în țările europene, evidențiind disparități semnificative și inițiative-cheie care vizează îmbunătățirea acestor abilități.

La nivelul anului 2023, există variații considerabile în *data literacy* în Uniunea Europeană (UE). Potrivit Eurostat, **55% dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 16 și 74 de ani din UE posedă cel puțin abilități digitale de bază**, care cuprind capacități esențiale de *data literacy*. Cu toate acestea, această medie maschează diferențe semnificative între țări. De exemplu, **Țările de Jos și Finlanda** au cele mai înalte niveluri de competențe digitale de bază, cu 79%, în timp ce România și Bulgaria se află la nivelul inferior, cu **28%** și, respectiv, **31%** (Eurostat, 2023). Aceste disparități sunt influențate de diverși factori, inclusiv educație, vârstă și statutul socioeconomic. Nivelurile superioare de educație sunt strâns corelate cu abilități digitale mai bune. De exemplu, în UE, 80% dintre persoanele cu educație formală superioară posedă abilități digitale de bază, comparativ cu doar 34% dintre cei fără educație formală sau educație de nivel scăzut. **Cele mai mari decalaje în ceea ce privește competențele digitale în funcție de nivelul de educație sunt observate în Portugalia (66 de puncte procentuale), Grecia (63**

de puncte procentuale) și Malta (59 de puncte procentuale). În schimb, Estonia (12 puncte procentuale), Finlanda (14 puncte procentuale) și Lituania (22 puncte procentuale) prezintă cele mai mici decalaje (Eurostat, 2023).

Educația are un impact semnificativ asupra nivelurilor de data literacy. Țările cu sisteme educaționale robuste care integrează alfabetizarea digitală în curricula lor tind să aibă niveluri mai ridicate de data literacy. Finlanda, lider în acest domeniu, încorporează educația media și data literacy de la educația timpurie până la învățământul superior. Această abordare cuprinzătoare asigură faptul că elevii dezvoltă abilități digitale puternice ca parte a educației lor generale (Eurostat, 2023).

Vârsta joacă, de asemenea, un rol crucial. Persoanele mai tinere au, în general, niveluri mai ridicate de abilități digitale în comparație cu grupurile de vârstă mai înaintate. În UE, **69% dintre bărbații cu vârsta cuprinsă între 25 și 34 de ani au competențe digitale de bază**, în timp ce această cifră scade la **34%** pentru cei cu vârsta cuprinsă între 65 și 74 de ani. Pentru femei, **71% dintre cei cu vârsta cuprinsă între 25-34 de ani posedă abilități digitale de bază**, comparativ cu doar **25% dintre cei cu vârsta cuprinsă între 65-74 de ani**. Această tendință evidențiază necesitatea unor intervenții direcționate pentru a îmbunătăți alfabetizarea digitală în rândul populațiilor în vârstă (Eurostat, 2023).

Mai multe inițiative, atât la nivel național, cât și la nivelul UE, urmăresc să îmbunătățească data literacy. Inițiativa „Deceniul digital” a Comisiei Europene stabilește obiective ambițioase, vizând ca cel puțin 80% dintre cetățenii UE cu vârsta cuprinsă între 16 și 74 de ani să aibă competențe digitale de bază până în 2030. Această inițiativă conturează o viziune cuprinzătoare pentru transformarea digitală, subliniind importanța alfabetizării digitale în atingerea acestor obiective (Forum Economic Mondial, 2023). Programele naționale joacă, de asemenea, un rol esențial. Data Literacy Education Network (DLEN) din Germania oferă resurse extinse și programe de formare, integrând data literacy în toate nivelurile educaționale. În mod similar, Institutul Național de Statistică din Italia (ISTAT) publică rapoarte cuprinzătoare privind competențele digitale, ajutând factorii de decizie să dezvolte intervenții țintite (Eurostat, 2023).

În ciuda progreselor semnificative, rămân mai multe provocări. Disparitățile între țări și în cadrul populațiilor indică necesitatea unor abordări mai adaptate și incluzive. Este crucial să se asigure că zonele rurale și grupurile dezavantajate din punct de vedere socioeconomic au acces la educație digitală de calitate. În plus, dezvoltarea profesională continuă a profesorilor este esențială pentru a ține pasul cu progresele tehnologice și cu noile metode de predare. Integrarea educației digitale în cadrele de învățare pe tot parcursul vieții prezintă o oportunitate semnificativă. Pe măsură ce tehnologia evoluează, la fel trebuie să avanseze și abilitățile necesare pentru a o naviga. Inițiativele de învățare pe tot parcursul vieții pot ajuta indivizii să-și actualizeze în mod continuu abilitățile, asigurându-se că rămân competenți într-un peisaj digital în continuă schimbare.

2) Tendințe actuale

Educația media cuprinde capacități tehnice, cognitive, sociale, civice și creative care permit unui cetățean să acceseze, să aibă o înțelegere critică a mass mediei și să interacționeze cu aceasta (EDMO, n.d). În ultimii ani, țările europene au recunoscut importanța educației media în promovarea cetățenilor informați și implicați. Potrivit Observatorului European al Audiovizualului (2018), aproximativ 65% dintre europeni se simt încrezători în competențele lor media, dar există disparități semnificative între țări.

Țările nord-europene, cum ar fi Finlanda și Suedia, sunt fruntașe în educația media, integrând-o în programele lor naționale. Finlanda, de exemplu, este adesea citată ca un model pentru educația mediatică, cu o abordare cuprinzătoare care începe din copilărie și continuă prin învățământul superior. Un studiu din 2018 al Comisiei Europene a constatat că 90% dintre elevii finlandezi beneficiază de educație media în context formal, comparativ cu doar 30% în unele țări din Europa de Sud și de Est.

Indicele european al educației media (2020) indică faptul că țări precum Danemarca, Țările de Jos și Estonia, de asemenea, obțin scoruri ridicate, beneficiind de sisteme educaționale puternice și de politici guvernamentale de susținere. În schimb, țări precum Bulgaria, România și Grecia se confruntă cu provocări, inclusiv resurse limitate și pregătire insuficientă a profesorilor. Mai multe inițiative paneuropene vizează îmbunătățirea alfabetizării media. Săptămâna europeană a educației media, lansată de Comisia Europeană, crește gradul de conștientizare și promovează cele mai bune practici. Programul *Media Literacy for All* finanțează proiecte care dezvoltă instrumente și resurse inovatoare pentru educația media. **Observatorul European al Mass-Mediei Digitale** (EDMO) sprijină cercetarea și recomandările de politici, încurajând colaborarea între părțile interesate. De asemenea, promovează inițiativele de verificare și dezmințire a faptelor, esențiale pentru combaterea dezinformării. Pe măsură ce volumul de date generate continuă să crească, data literacy a devenit esențială atât pentru indivizi, cât și pentru organizații. Un **sondaj din 2019 realizat de Portalul european de date** a constatat că 58% dintre europeni se simt nepregătiți să gestioneze datele în mod eficient, evidențiind un deficit semnificativ de competențe. Țările din Europa de Vest, cum ar fi Germania, Regatul Unit și Franța, au făcut investiții substanțiale în educația și formarea în domeniul datelor. **Rețeaua de educație pentru data literacy (DLEN)** din Germania oferă resurse extinse și programe de formare, având ca scop integrarea data literacy în toate nivelurile de educație. Parteneriatul pentru competențe digitale al guvernului Regatului Unit a acordat, de asemenea, prioritate pentru data literacy, lucrând cu întreprinderi și instituții de învățământ pentru a aborda lipsa de competențe. În schimb, țările din Europa de Sud și de Est se confruntă cu provocări mai mari. **Instrumentul european de monitorizare a pieței de date (2020)** raportează că țări precum Italia, Spania și Polonia sunt în urmă în ceea ce privește alfabetizarea datelor, cu mai puține programe educaționale și cu mai puțină implicare a industriei. **Proiectul UE de data literacy**, o colaborare între sectorul public și cel privat,

urmărește să îmbunătățească data literacy în întreaga Europă. Oferă cursuri online, ateliere și resurse, care vizează diverse audiențe, de la elevi la profesioniști. În plus, programul Horizon 2020 finanțează proiecte de cercetare și inovare care îmbunătățesc data literacy, promovând abordări interdisciplinare și utilizarea tehnologiilor avansate.

Știrile false sau dezinformarea reprezintă o amenințare semnificativă pentru societățile democratice, subminând încrederea în mass-media și instituții. Sondajul Eurobarometru (2018) a arătat că 83% dintre cetățenii UE percep știrile false ca fiind o problemă pentru democrație, iar 73% sunt îngrijorați de impactul dezinformării asupra alegerilor. Sondajul a mai indicat că platformele de social media sunt văzute ca principalele surse de știri false de 70% dintre respondenți. **Un studiu realizat de Institutul Reuters pentru Studiul Jurnalismului (2020) a constatat că 28% dintre europeni întâlnesc în mod regulat știri false online.** Prevalența dezinformării variază în funcție de țară, cu incidențe mai mari raportate în sudul și estul Europei. De exemplu, în România, 42% dintre respondenți au raportat că au întâlnit frecvent știri false, față de 16% în Finlanda.

Centrul Comun de Cercetare al Comisiei Europene (2019) a subliniat că știrile false se răspândesc adesea mai rapid și mai pe scară largă decât știrile reale, datorită naturii lor senzaționale. Studiul a subliniat rolul algoritmilor în amplificarea dezinformării, deoarece acordă prioritate conținutului captivant, care este adesea înșelător. Pentru a combate știrile false, Uniunea Europeană a implementat mai multe inițiative. Codul de practică privind dezinformarea (2018) implică platforme online majore în eforturile de a crește transparența, de a perturba veniturile din publicitate pentru sursele de dezinformare și de a aborda conturile false. EDMO joacă un rol esențial în coordonarea activităților de verificare a faptelor și în sprijinirea cercetării privind dezinformarea. La aceste eforturi contribuie și strategiile naționale. Legea germană privind rețelele (NetzDG) impune platformelor de rețele sociale să elimine rapid conținutul ilegal, inclusiv știrile false. Programele cuprinzătoare de educație media din Finlanda urmăresc să creeze reziliență în fața dezinformării încă de la o vârstă fragedă.

Open Data Maturity Report / Raportul privind maturitatea datelor deschise (2020) subliniază importanța inițiativelor de date deschise în promovarea data literacy. Țările cu politici solide de date deschise, cum ar fi Franța și Țările de Jos, tind să aibă niveluri mai ridicate de competențe în interacțiunea cu date, deoarece accesul la datele publice promovează o cultură a utilizării datelor și a inovației. În ciuda progreselor, rămân mai multe provocări. Disparitățile dintre țări și regiuni, precum și dintre zonele urbane și rurale, trebuie abordate. Investițiile în formarea profesorilor și dezvoltarea profesională sunt esențiale, deoarece educatorii joacă un rol cheie în dezvoltarea competențelor media și data literacy. Colaborarea dintre guverne, instituțiile de învățământ și sectorul privat este esențială pentru a crea programe educaționale cuprinzătoare și incluzive. Factorii politici trebuie să acorde prioritate finanțării inițiativelor care promovează competențele digitale, asigurându-se că toți cetățenii au posibilitatea de a deveni competenți în domeniul media și al datelor. În perspectivă, integrarea educației media și a datelor în cadrele de învățare pe tot parcursul vieții va fi vitală. Pe măsură ce tehnologia

continuă să evolueze, vor fi necesare îmbunătățiri și recalificări continue pentru a ține pasul cu noile dezvoltări și provocări. Agenda europeană pentru competențe, care pune accent pe alfabetizarea digitală, este un pas pozitiv în această direcție, subliniind necesitatea unui efort coordonat de îmbunătățire a competențelor digitale în întreaga Europă.

3) Obstacole și oportunități

Combaterea știrilor false și a dezinformării prezintă atât obstacole semnificative, cât și oportunități considerabile. Pe măsură ce societățile devin tot mai dependente de media digitală pentru informare, proliferarea informațiilor false a devenit o problemă presantă, provocând integritatea discursului public și procesele democratice. După cum s-a menționat anterior, complexitatea acestei probleme necesită o **abordare multidimensională, care implică măsuri tehnologice, educaționale și de reglementare.**

Unul dintre **obstacolele principale** în abordarea știrilor false este **volumul și viteza cu care se răspândește dezinformarea.** Platformele de social media, concepute pentru a maximiza implicarea utilizatorilor, amplifică adesea conținutul senzational și înșelător. Algoritmii prioritizează postările care generează niveluri ridicate de interacțiune, sporind din neatenție vizibilitatea știrilor false. Această diseminare rapidă face dificilă identificarea și contracararea promptă a narațiunilor false. Mai mult, natura fără granițe a internetului complică eforturile de reglementare și control al răspândirii dezinformației în diferite jurisdicții.

O altă provocare semnificativă este **sofisticarea campaniilor moderne de dezinformare.** Progresele tehnologice, cum ar fi videoclipurile deepfake și boții, au făcut mai ușoară crearea și răspândirea informațiilor false în manieră convingătoare. Aceste instrumente pot fi folosite pentru a manipula opinia publică și a semăna discordie, făcând mai greu pentru indivizi să discerne adevărul de ficțiune. În plus, anonimatul oferit de internet permite actorilor rău intenționați să opereze cu relativă impunitate, complicând și mai mult eforturile de a-i trage la răspundere pe făptuitori.

Problema încrederii reprezintă, de asemenea, un obstacol considerabil. Încrederea publicului în mass-media și instituțiile tradiționale a fost erodată, parțial din cauza proliferării dezinformării. Când oamenii își pierd încrederea în surse credibile, devin mai susceptibili la știrile false, care exploatează adesea părtinirile și emoțiile existente. Această erodare a încrederii face dificilă promovarea informațiilor de încredere și contracararea eficientă a narațiunilor false.

În ciuda acestor obstacole, există **oportunități semnificative** de a aborda știrile false și dezinformarea. Una dintre cele mai promițătoare abordări este îmbunătățirea educației media. Educarea publicului, în special a tinerilor, cu privire la modul de evaluare critică a surselor de informare poate consolida rezistența împotriva dezinformării. Școlile și instituțiile de învățământ joacă un rol crucial în acest efort, integrând educația media în programele școlare pentru a dezvolta la elevi abilitățile necesare pentru a interacționa cu informația

digitală. Programe precum educația media din Finlanda servesc drept modele de succes, demonstrând impactul pozitiv al unor astfel de inițiative.

Inovația tehnologică oferă, de asemenea, oportunități substanțiale. Algoritmii avansați și inteligența artificială pot fi valorificate pentru a detecta și semnaliza dezinformarea mai eficient. Instrumentele de verificare a faptelor și aplicațiile de educație digitală pot ajuta utilizatorii să verifice autenticitatea informațiilor. Eforturile de colaborare între companiile de tehnologie, guverne și organizațiile societății civile pot duce la dezvoltarea de soluții mai solide pentru a identifica și a atenua răspândirea știrilor false.

Măsurile de reglementare reprezintă o altă cale de abordare a dezinformării. Guvernele pot adopta legislație care responsabilizează platformele de social media pentru conținutul difuzat pe site-urile lor. Codul de practică al Uniunii Europene privind dezinformarea și NetzDG (Germania) sunt exemple de cadre de reglementare menite să sporească transparența și responsabilitatea. Aceste reglementări pot obliga platformele să ia măsuri, proactiv, în monitorizarea și eliminarea informațiilor false.

În plus, **promovarea unei culturi a transparenței și a răspunderii în industria media este vitală**. Standardele și etica jurnalistică trebuie respectate pentru a menține încrederea publicului. Inițiativele care promovează transparența, cum ar fi dezvăluirea surselor și a finanțării, pot ajuta la restabilirea credibilității instituțiilor media tradiționale. Sprijinirea jurnalismului independent și a organizațiilor de verificare a faptelor este, de asemenea, crucială în lupta împotriva dezinformării.

Eforturile internaționale de colaborare sunt esențiale, având în vedere natura globală a internetului. Țările pot împărtăși cele mai bune practici și pot coordona răspunsurile la campaniile transfrontaliere de dezinformare. Organizațiile și alianțele internaționale, cum ar fi EDMO, joacă un rol esențial în stimularea cooperării și a schimbului de cunoștințe.

În concluzie, deși abordarea știrilor false și a dezinformării prezintă provocări semnificative, există oportunități ample de a aborda aceste probleme prin educație, tehnologie, reglementări și cooperare internațională. Îmbunătățirea educației media, valorificarea inovațiilor tehnologice, adoptarea unor reglementări eficiente și promovarea transparenței în mass-media sunt componente esențiale ale unei strategii cuprinzătoare. Prin adoptarea unei abordări multidimensionale, societățile pot crea rezistență la dezinformare și pot proteja integritatea discursului public și a proceselor democratice. Efortul colectiv al guvernelor, instituțiilor de învățământ, companiilor de tehnologie, organizațiilor media și societății civile este crucial pentru depășirea obstacolelor și valorificarea oportunităților în lupta împotriva știrilor false.

2.3 Practici promițătoare

Acest capitol explorează unele dintre practicile promițătoare identificate de partenerii proiectului MILES în combaterea dezinformării și promovarea educației media în Europa. Prin cercetare colaborativă, partenerii MILES au dezvoltat și rafinat o serie de strategii și instrumente inovatoare care

vizează îmbunătățirea gândirii critice, consolidarea alfabetizării digitale și abilitarea profesorilor și elevilor să navigheze în peisajul complex al informațiilor online. Prin documentarea și analizarea acestor practici, capitolul de față oferă perspective asupra abordărilor eficiente care pot fi adaptate în diverse contexte educaționale. Practicile evidențiate aici reflectă angajamentul de a promova reziliența împotriva dezinformării, echipând profesorii cu resursele necesare pentru a aborda provocările digitale și implicând elevii în experiențe de învățare semnificative care le construiesc capacitatea de gândire critică și cetățenie informată.

În total, partenerii au identificat 44 de practici de mai multe categorii: programe de formare; cadre de competențe; practici sau metodologie care vizează stimularea abilităților critice de literație media și data literacy; politici și altele. Mai jos, s-au selectat opt practici pentru a oferi o serie de exemple demne de cunoscut. Lista completă a practicilor poate fi găsită în rapoartele naționale ale fiecărui partener, disponibile la cerere.

1.

Denumirea practicii promițătoare	Generazioni Connesse/ Generații conectate
Țara	Italia
Tipul:	- Program de formare - Cadru de competențe - Practici sau metodologie de dezvoltare a abilităților de interacțiune critică cu media și datele - Politici
Anul implementării	2022 - 2024 (ediția a 6-a a proiectului)
Context	
<i>Nevoi</i>	„Generazioni Connesse” abordează nevoia de educație digitală cuprinzătoare prin dezvoltarea unei platforme. Acesta creează materiale educaționale, ghiduri și programe de formare pentru profesori, părinți și elevi. De asemenea, sprijină școlile în formarea politicilor digitale, oferă campanii de comunicare și inițiative de conștientizare și oferă mecanisme de raportare și asistență legate de siguranța pe internet.
<i>Ținta vizată – adresabilitate/ scurtă descriere</i>	Ca program de formare, profesorii de la grădiniță în sus sunt ținta directă a majorității rezultatelor proiectului. Cu toate acestea, vom enumera beneficiarii indirecti, deoarece proiectul a reușit să ajungă la peste 357.000 de adulți, inclusiv părinți, precum și la aproape 900.000 băieți și fete, în 2021.

<i>Obiectivul major</i>	Proiectul își propune să îmbunătățească competențele digitale, media și informaționale și să promoveze utilizarea responsabilă a internetului la diferite grupe de vârstă, cu accent pe incluziune.
Descrierea practicii promițătoare	
<i>Conținut</i>	Generazioni Connesse, susținută de mulți ani de Ministerul Educației, a dezvoltat o platformă pentru îmbunătățirea educației digitale, implicând parteneri precum Salvați Copiii, Telefono Azzurro, Cooperativa EDI Onlus și CREMIT în producerea de materiale și ghiduri educaționale. Platforma oferă diferite niveluri de implicare, pornind de la accesul de bază la materiale informaționale, ajungând la un nou kit educațional cu ghiduri detaliate pentru utilizarea în clasă și adânciri în teme diverse de în domeniile acoperite de Programa de educație civică digitală și culminând cu dezvoltarea politicilor și practicilor digitale pentru școli prin cursuri de formare a profesorilor și proiecte de colaborare pentru elevi. Acesta implică campanii de comunicare, inițiative de conștientizare și programe de formare concepute pentru adulți (cum ar fi profesori, părinți, profesioniști în îngrijirea copiilor) și tineri (inclusiv copii și adolescenți). Tinerii sunt implicați activ în formarea de echipe jurnalistice pentru a-și împărtăși perspectivele asupra lumii digitale. Proiectul organizează, de asemenea, evenimente cu experți naționali și internaționali pentru a discuta subiecte specifice legate de temele sale. Școlile secundare sunt încurajate să participe la un apel la acțiune pentru a crea aplicații sau instrumente care promovează utilizarea pozitivă și conștientă a tehnologiei. Mecanismele de asistență includ o linie de asistență telefonică pentru raportarea conținutului online ilegal, concentrându-se în mod special pe pornografia infantilă și o linie de asistență care oferă asistență pentru probleme legate de utilizarea internetului și a tehnologiei digitale. Proiectul continuă să asiste comunitățile școlare în dezvoltarea politicilor interne pentru promovarea competențelor digitale,

	îmbunătățirea utilizării tehnologiei în educație, prevenirea situațiilor problematice și stabilirea procedurilor de recunoaștere, gestionare, raportare și monitorizare a incidentelor de utilizare abuzivă. Aceste eforturi fac parte dintr-un angajament mai larg de a integra eficient alfabetizarea digitală în practicile educaționale.
<i>Trăsături de interes</i>	Proiectul <i>Generații conectate</i> al Safer Internet Center este susținut de Comisia Europeană prin programul Digital Europe. Face parte din rețeaua „Better Internet for Kids” gestionată de European Schoolnet în colaborare cu INSAFE și Inhope, care reunesc centrele europene pentru un internet mai sigur și, respectiv liniile de asistență telefonică.
Link	https://www.generazioniconnesse.it/site/it/home/

2.

Denumirea practicii promițătoare	Infuzarea educației media. Ghid de bune practici pentru profesorii de limba și literatura română (liceu)/ Infuzarea educației media
Țara	România
Tipul:	ghid metodologic pentru profesori rezultat dintr-un program de formare
Anul implementării	2022 (online)
Context	
<i>Nevoi</i>	Lipsa resurselor practice pentru ca profesorii să învețe cum să dezvolte abilitățile de literație media a elevilor
<i>Țința vizată – adresabilitate/ scurtă descriere</i>	profesori de limba și literatură română care predau la liceu
<i>Obiectivul major</i>	Oferirea de îndrumare pentru profesorii de limba și literatura română pentru realizarea educației media în educația formală (programa de limba și literatura română) cu elevii de liceu
Descrierea practicii promițătoare	
<i>Conținut</i>	Ghid de practici promițătoare pentru profesorii de limba și literatura română (liceu), publicație coordonată de Monica Halaszi, Centrul de Jurnalism

	Independent (dezvoltat în proiectul Predau educație media! – Laboratorul de educație și cultură media. Informații teoretice despre diverse concepte centrale în educația media, abordate în mod integrat prin 25 de planuri de lecție care arată aplicabilitatea lor concretă la clasă, în strânsă corelație cu conținuturile specifice limbii și literaturii române.
<i>Trăsături de interes</i>	Foarte practic, dezvoltat de profesor pentru profesori pentru a arăta cum să încorporeze educația media în lecțiile lor, valorificând oportunitățile oferite în programa națională
Link	https://educatiamedia.cji.ro/2022/12/23/infuzarea-educatiei-media-lb-ro-ghid-2022/

3.

Denumirea practicii promițătoare	Podcast – Adevărul în timpul Coronei
Țara:	Germania
Tipul:	podcast audio
Anul implementării	
Context	
<i>Nevoi</i>	• depășirea limitărilor predării la clasă • creșterea interesului pentru un subiect • oferirea unei abordări mai profunde a subiectului decât ar permite o lecție
<i>Tința vizată – adresabilitate/ scurtă descriere</i>	Publicul general interesat de explorarea mai profundă a temei dezinformării
<i>Obiectivul major</i>	Susținerea înțelegerii mai profunde a teoriilor conspirației
Descrierea practicii promițătoare	
<i>Conținut</i>	Podcastul, creat de Bundeszentrale für politische Bildung, este dedicat teoriilor și miturilor conspirației în jurul virusului Corona. Pentru bpb, jurnalistul Axel Schröder a vorbit în acest podcast cu diverși experți despre cele mai diverse aspecte ale acestei lumi adesea bizare și nu de puține ori odioase și violente. În primul episod, Axel Schröder vorbește cu Karolin Schwarz (fondatorul hoaxmap.org) și Jan Rathje de la Fundația Amadeu Antonio despre cele mai comune teorii, despre antisemitismul care le este adesea

	inerent și despre strategiile de acțiune împotriva teoriilor conspirației. Al doilea episod tratează aspectele psihologice sociale ale teoriilor conspirației și, de asemenea, se uită la rolul furnizorilor de rețele sociale. Psihologul social Pia Lamberty și bloggerul Katharina Nocun oferă informații despre acest lucru. Prevenirea teoriilor conspirației este punctul central al discuției cu Sabanur Cheema (Centrul Educațional Anne Frank) și Renate Pulz (BildungsBausteine e.V.). Iar în cel de-al patrulea episod, Schröder vorbește cu David Begrich (Miteinander e.V.) despre „rezistență” în contextul așa-ziselor demonstrații de „igienă”, iar cu istoricul Hedwig Richter despre relația dificilă dintre măsurile autoritare și democrație.
<i>Trăsături de interes</i>	Podcast-ul poate fi ascultat în orice moment și loc – ceea ce îl face mult mai accesibil decât alte tipuri de materiale de învățare. De asemenea, poate oferi o înțelegere profundă a unui subiect într-o perioadă scurtă de timp. În sfârșit, poate fi văzut ca o introducere în alte podcasturi despre educația politică oferite de același autor, bpb.
Link	https://www.bpb.de/mediathek/podcasts/wahrheit-in-zeiten-von-corona/

4.

Denumirea practicii promițătoare	Mediterranean Digital Media Observatory/ Observatorul Mediteranean Digital Media
Țara:	Cipru
Tipul:	metodologie/proiect de <i>pre-bunking</i>
Anul implementării	2022
Context	
<i>Nevoi</i>	Proiectul MedDMO este de o importanță deosebită, pentru apărarea democrației și întărirea alfabetizării media, cărora Autoritatea le acordă o importanță deosebită. Prin combaterea dezinformării contribuim la întărirea gândirii critice și la crearea cetățenilor activi. Verificarea faptelor este de o importanță crucială pentru a ne asigura că cetățenii sunt informați. Autoritatea are în vedere informarea cetățenilor,

	prevenirea răspândirii de știri false și dezinformare, și mai ales cultivarea și întărirea continuă a competențelor cetățenilor.
<i>Tința vizată – adresabilitate/ scurtă descriere</i>	publicul general
<i>Obiectivul major</i>	Acționează ca un <i>hub</i> pentru EDMO, acoperind granițele de sud-est ale Europei, cu participarea Ciprului, Greciei și Maltei care, în afară de proximitatea lor geografică, se confruntă cu provocări comune în ceea ce privește campaniile de dezinformare, care încearcă adesea să creeze polarizare în jurul dezbaterilor publice europene, cum ar fi problemele legate de imigrație și controlul frontierelor.
Descrierea practicii promițătoare	
<i>Conținut</i>	Mediterranean Digital Media Observatory (MedDMO) este un centru regional al Observatorului European al Mass-Mediei Digitale, care acoperă Grecia, Cipru și Malta. Lansat la 1 decembrie 2022, proiectul, care se desfășoară până în mai 2025, a primit finanțare din partea programului European Digital Europe (2021-2027) pentru crearea de hub-uri naționale pe media digitală, care vizează extinderea acoperirii EDMO. În afară de asemănările geografice, Grecia, Cipru și Malta se confruntă cu provocări destul de asemănătoare în ceea ce privește campaniile de dezinformare care încearcă adesea să polarizeze dezbaterile UE, cum ar fi problemele privind imigrația și controlul frontierelor. MedDMO este un consorțiu care oferă noi căi pentru verificarea colaborativă a faptelor, concentrându-se pe campaniile emergente de dezinformare relevante în mod specific pentru teritoriul mediteranean. Acesta își propune să fie o sursă crucială de cunoștințe despre mediile informaționale locale. Reunește organizații de cercetare, de verificare a faptelor și mass-media care desfășoară activități de cercetare recunoscute la nivel internațional și activități în domeniul dezinformării. MedDMO se inserează în ecosistemele media din cele trei țări. Se prevede crearea unei platforme tehnologice conectate direct la infrastructura EDMO și, de asemenea, asigurarea operațiunilor zilnice de

	cercetare investigativă care alimentează zilnic centrele și alte hub-uri naționale cu informații valoroase. Portalul meddmo.eu este poarta digitală care găzduiește activitatea de verificare a faptelor desfășurată de jurnaliști și cercetători din cele trei țări. Include, de asemenea, activitățile detaliate ale consorțiului privind promovarea în continuare a educației media și a metodelor de verificare a știrilor. Partenerii sunt interesați să abordeze probleme din punct de vedere jurnalistic și științific, cum ar fi imigrația, schimbările climatice, sănătatea, problemele electorale și tehnologia - subiecte care apar adesea în centrul campaniilor de dezinformare care au polarizat UE.
<i>Trăsături de interes</i>	Informațiile pe care le vom primi din program sunt de o importanță crucială pentru Autoritate, nu doar ca instrument important pentru o mai bună implementare a responsabilităților sale în domeniul radio-televiziunii, ci și mai ales pentru implementarea noilor responsabilități pe care Autoritatea le-a dobândit recent, în calitate de Coordonator național pentru implementarea și funcționarea Regulamentului DSA (Legea serviciilor digitale).
Link	https://meddmo.eu/

5.

Denumirea practicii promițătoare	#FakeHunter-Edu
Țara:	Polonia
Tipul:	Practici sau metodologie de dezvoltare a abilităților de interacțiune critică cu media și datele
Anul implementării	2022
Context	
<i>Nevoi</i>	Nevoia principală abordată de proiectul #FakeHunter-Edu este lipsa abilităților digitale critice în rândul elevilor de liceu. Având în vedere că internetul și rețelele sociale sunt sursele primare de informare pentru mulți tineri, există o cerință urgentă de a-i

	învăța cum să deosebească sursele credibile de cele false sau înșelătoare.
<i>Tința vizată – adresabilitate/ scurtă descriere</i>	Publicul țintă pentru proiectul #FakeHunter-Edu este alcătuit din elevi de liceu, de obicei cu vârsta cuprinsă între 13 și 18 ani. Această categorie demografică este deosebit de susceptibilă la influența rețelelor sociale și a informațiilor online, făcând-o un grup critic pentru intervențiile care vizează îmbunătățirea alfabetizării digitale. Cadrele didactice din gimnaziu sunt, de asemenea, un grup țintă cheie, deoarece sunt facilitatorii conținutului proiectului și joacă un rol crucial în educarea elevilor.
<i>Obiectivul major</i>	Obiectivul principal al proiectului #FakeHunter-Edu este conștientizarea elevilor de liceu cu privire la pericolele dezinformării și știrilor false. Proiectul își propune să ofere tinerilor abilitățile de a verifica conținutul online, de a recunoaște informațiile false și de a practica un comportament sigur și responsabil pe internet. Prin furnizarea de resurse educaționale cuprinzătoare, inclusiv instruire video, truse de activități și planuri de lecție, proiectul urmărește să promoveze o generație de gânditori critici care pot naviga în lumea digitală cu încredere și discernământ. În cele din urmă, scopul este de a crea o societate mai informată și mai rezistentă, care poate combate în mod eficient răspândirea dezinformării.
Descrierea practicii promițătoare	
<i>Conținut</i>	#FakeHunter-Edu este un proiect educațional destinat elevilor de liceu, al cărui scop este de a conștientiza pericolele dezinformării, de a combate știrile false, de a-i învăța pe tineri să verifice conținutul publicat pe internet și de a consolida comportamentul sigur. În cadrul proiectului, serviciul #FakeHunter a pregătit cursuri video despre combaterea dezinformării, pe care profesorii le-au folosit în timpul lecțiilor cu elevii. În înregistrări, explicăm cum să recunoaștem știrile false, ce este fenomenul dezinformării, care este rolul rețelelor sociale în răspândirea conținutului fals și oferim sfaturi despre cum să interacționezi cu înțelepciune și conștient în realitatea virtuală. Pe lângă

	instruirea video, toate școlile gimnaziale au primit și un kit de activități și un scenariu de lecție. Proiectul este implementat de: Agenția de presă poloneză, Ministerul Educației și Științei, Centrul GovTech Polonia și Institutul de Cercetare Educațională.
<i>Trăsături de interes</i>	Proiectul vizează în mod special tinerii din școlile secundare, concentrându-se pe un grup de vârstă critic, care este foarte activ online și impresionabil. Scopul principal este de a crește gradul de conștientizare cu privire la pericolele dezinformării și de a dota tinerii cu tehnici de verificare a autenticității conținutului online. Oferă module de instruire video pe care profesorii le pot folosi în timpul orelor de la școală. Aceste videoclipuri acoperă recunoașterea știrilor false, înțelegerea fenomenului de dezinformare, rolul rețelelor sociale în răspândirea informațiilor false și sfaturi pentru navigarea în mod înțelept și conștient în realitatea virtuală. Fiecare școală primește un kit de activități, care oferă instrumente practice și resurse pentru a implica elevii în mod interactiv. În ansamblu, #FakeHunter-Edu exemplifică o abordare completă, colaborativă și practică pentru educarea tinerilor despre dezinformare și dezvoltarea acelor abilități necesare pentru a naviga în lumea digitală în siguranță și în mod responsabil.
Link	https://fake-hunter.pap.pl/edukacja

6.

Denumirea practicii promițătoare	Comisarul pentru știri false este în libertate
Țara:	Austria
Tipul:	Proiectul „Der Fake News Kommissar geht um” (Comisarul pentru știri false este în libertate) este un joc online menit să îmbunătățească alfabetizarea media și rezistența împotriva știrilor false în rândul elevilor. Combinând elemente de învățare bazată pe joc cu abordări psihologice, cum ar fi teoria inoculării,

	proiectul oferă o abordare unică pentru învățare despre dezinformare în contextul școlar.
Anul implementării	2022-2024
Context	
<i>Nevoi</i>	Într-o eră a dezinformării digitale, există o nevoie presantă de a dezvolta la tineri abilități de literație media. Ei trebuie să învețe să-și dezvolte rezistența împotriva știrilor false, să evalueze critic conținutul online și să facă distincția între informațiile factice și dezinformarea.
<i>Țința vizată – adresabilitate/ scurtă descriere</i>	Publicul țintă principal al proiectului include elevii din școli, în special adolescenții care sunt din ce în ce mai expuși la dezinformarea digitală. În plus, proiectul implică profesori care joacă un rol crucial în facilitarea implementării intervențiilor și sprijinirea elevilor în dezvoltarea abilităților de literație media.
<i>Obiectivul major</i>	Obiectivul principal al proiectului este de a întări competențele media și rezistența elevilor față de știrile false. Prin combinarea învățării bazate pe joc cu strategii psihologice, cum ar fi teoria inoculării, proiectul își propune să doteze studenții cu abilitățile necesare pentru a evalua critic conținutul online și a identifica dezinformarea.
Descrierea practicii promițătoare	
<i>Conținut</i>	Proiectul constă din două componente principale: un joc online interactiv despre știri false și un fluturaș cu aceleași informații și ilustrații ca și jocul online. Jocul oferă elevilor o experiență interactivă în care joacă rolul agenților sub acoperire care trebuie să creeze și să răspândească știri false fără a fi prinși de comisarul de știri false. Prin joc captivant și conținut relevant pentru tineri, elevii învață să recunoască strategiile comune folosite în știrile false și să dezvolte abilități de gândire critică. Flyerul conține aceleași informații teoretice despre știrile false care sunt prezentate și învățate prin intermediul jocului online. În plus, materialele educaționale pentru profesori vor fi publicate pe site-ul jocului și vor oferi îndrumări

	privind integrarea jocului în activitățile de la clasă și facilitarea discuțiilor despre mass media.
<i>Trăsături de interes</i>	Învățare bazată pe joc: proiectul folosește elemente de <i>gamification</i> pentru a crește implicarea și motivația elevilor de a învăța despre media și detectarea știrilor false. Teoria inoculării: prin încorporarea principiilor psihologice, cum ar fi teoria inoculării, proiectul își propune să dezvolte rezistența elevilor împotriva știrilor false prin expunerea acestora la forme slăbite de dezinformare. Conținut relevant pentru tineri: Intervențiile prezintă conținut și scenarii relevante pentru tineri, făcând experiența de învățare relatabilă și captivantă pentru elevi. Asistență pentru profesori: Materialele și atelierelor suplimentare oferă sprijin profesorilor în implementarea eficientă a abordărilor și integrarea educației media în curriculum.
Link	https://www.fakenewskommissar.eu/

7.

Denumirea practicii promițătoare	<i>Stampmedia</i>
Țara:	Belgia
Tipul:	Program de formare
Anul implementării	
Context	
<i>Nevoi</i>	StampMedia abordează nevoia de îmbunătățire a abilităților media și data literacy în rândul tinerilor din Belgia. Într-o eră marcată de diseminarea rapidă a informațiilor prin diverse canale, există o necesitate tot mai mare ca tinerii indivizi să-și dezvolte capacitatea de a analiza critic, evalua și crea conținut media. Acesta vizează lipsa de implicare reală a tinerilor în educația media.
<i>Ținta vizată – adresabilitate/ scurtă descriere</i>	Cele mai bune practici StampMedia vizează în primul rând tinerii, în special adolescenții și adolescenții, care navighează în peisajul media din ce în ce mai complex. Acești indivizi sunt

	adesea consumatori activi și producători de conținut media, dar este posibil să nu aibă abilitățile necesare pentru a discerne informațiile credibile de cele false.
<i>Obiectivul major</i>	StampMedia este prima agenție media pentru tineret din Flandra care amplifică vocea tuturor tinerilor din media. StampMedia a fost recunoscut de Asociația Flamandă a Jurnaliștilor drept „mediu general de știri”. Obiectivul principal al StampMedia este de a oferi tinerilor cunoștințele, abilitățile și instrumentele necesare pentru a interacționa în mod critic cu mass-media și pentru a contribui eficient la discursul media. Oferind programe de formare și oportunități practice de experimentare, StampMedia își propune să promoveze educația media, alfabetizarea digitală și abilitățile de gândire critică în rândul publicului țintă.
Descrierea practicii promițătoare	
<i>Conținut</i>	StampMedia oferă un program cuprinzător de formare și o metodologie concepute pentru a îmbunătăți abilitățile esențiale de literație media și date literacy în rândul tinerilor. Prin ateliere, mentorat și proiecte practice, participanții sunt îndrumați să exploreze diverse aspecte ale producției media, inclusiv text, fotografie, video și audio. În plus, StampMedia pune un accent puternic pe cetățenia activă, încurajând tinerii să-și exprime perspectivele și să se angajeze în discuții societale prin intermediul mass-media. Tinerii pot veni la noi pentru a experimenta cu text, fotografie, video, audio. Ei primesc îndrumare în ateliere și sesiuni de formare. În plus, vocea tinerilor este foarte importantă. Tinerii sunt cetățeni activi și își revendică locul în societate. De aceea, avem mai multe proiecte în derulare pentru a întări vocea tinerilor lucrând de jos în sus și activându-l, prin proiecte precum Lab X și Press Change. StampMedia se concentrează puternic pe producții personalizate și proiecte multimedia. Tinerii freelanceri pot lucra pentru a realiza videouri în care redau diverse experiențe. În plus, se colaborează în mod regulat cu școlile și toată lumea este liberă să folosească tutorialele și manualele cu fapte și informații amuzante și utile.
<i>Trăsături de interes</i>	Se organizează ateliere pentru adulți și pentru tineri. Una dintre cele mai notabile caracteristici ale StampMedia este

	abordarea sa colaborativă. Prin crearea de parteneriate cu școli, organizații media și alte părți interesate, StampMedia cultivă un ecosistem de sprijin pentru implicarea tinerilor în mass-media. Această abordare nu numai că extinde rețeaua de sprijin, ci și îmbogățește oportunitățile tinerilor de a participa la creații media și la discursul public. În centrul StampMedia este împuternicirea tinerilor. Prin implicarea directă în producția media, tinerilor li se oferă o voce și o platformă pentru a se exprima în mod autentic. Această împuternicire nu numai că încurajează încrederea și exprimarea de sine, dar încurajează și cetățenia activă, deoarece tinerii creatori contribuie la dialogul public și la narațiunile comunitare. StampMedia joacă, de asemenea, un rol esențial în educația media a tinerilor. Angajându-i în crearea de conținut media, StampMedia echipează tinerii participanți cu abilități de gândire critică și o înțelegere mai profundă a producției și consumului media. Această abordare practică a educației media îi ajută pe tineri să navigheze în complexitățile erei digitale și să devină consumatori și creatori de media exigenți. Mai mult, StampMedia oferă oportunități de explorare și implicare. Fie că este vorba de ateliere, proiecte sau inițiative multimedia, tinerii participanți sunt încurajați să exploreze diverse formate media, subiecte și tehnici de storytelling. Acest lucru stimulează creativitatea, curiozitatea și un sentiment de proprietate asupra narațiunilor media, dând putere tinerilor să modeleze poveștile care contează pentru ei și comunitățile lor. În esență, angajamentul StampMedia față de colaborare, abilitarea tinerilor și educația media creează o platformă dinamică în care tinerii nu numai că își pot amplifica vocea, ci și pot contribui semnificativ la discursul mai larg, modelând în cele din urmă un peisaj media mai incluziv și mai informat.
Link	https://beinternetawesome.withgoogle.com/el_gr/interland

8.

Denumirea practicii promițătoare	Be Internet Awesome & Jocul „Interland”
Țara:	Grecia
Tipul:	Program de formare

	Joc strategic
Anul implementării	
Context	
<i>Nevoi</i>	Interland este un joc online care își propune să educe copiii cu privire la riscurile digitale, modalități de a le aborda și de a pregăti cetățenii digitali ai viitorului.
<i>Tința vizată – adresabilitate/ scurtă descriere</i>	- Elevi - Profesori - Familii
<i>Obiectivul major</i>	Obiectivul jocului este ca copiii să învețe mai multe despre securitatea digitală și cetățenia digitală într-o manieră interactivă și distractivă. Jucându-se, copiii îi ajută pe alți „internauți” să lupte cu hackeri necinstiți, phisherii online, supracomunicatorii și bătaușii, exersând abilitățile de care au nevoie pentru a fi cu adevărat cetățeni ai lumii digitale.
Descrierea practicii promițătoare	
<i>Conținut</i>	Interland este un joc online gratuit, conceput pentru a ajuta copiii să învețe cinci lecții fundamentale în patru mini-jocuri diferite, sau „terenuri”. Copiii sunt invitați să se joace Internet Awesome, încercând să-i învingă pe hackeri, să scufunde phisher-ii, să supună cyberbully-i, să-l depășească pe cei mai deștepți și să devină exploratori siguri și încrezători ai lumii online. Pentru educatori, se oferă o serie de resurse digitale de siguranță pentru a fi utilizate la clasă. Curriculumul „Be Internet Awesome” oferă educatorilor instrumentele și metodele de care au nevoie pentru a preda elementele fundamentale ale siguranței digitale. Pentru familii, se oferă „Ghidul pentru familie <i>Be Internet Awesome</i>”, ajutându-le să învețe despre siguranța online și cetățenie acasă și să încorporeze și să practice bunele obiceiuri digitale în viața lor de zi cu zi.
<i>Trăsături de interes</i>	Dezvoltată de Google în parteneriat cu numeroase instituții specializate în tehnologie și educație, campania <i>Be Internet Awesome</i> promovează educația digitală și media în rândul copiilor, în sălile de clasă și în familii. Jocul Interland și mare parte din materialul dezvoltat au fost traduse în numeroase limbi (greaca fiind una dintre ele).
Link	https://beinternetawesome.withgoogle.com/el_gr/interland

3. Cercetare de teren

3.1 Interviu

Acest capitol explorează principalele rezultate ale interviurilor realizate la nivel național, identificând astfel principalele nevoi, experiențe utile pentru următoarea fază a proiectului și pentru a garanta un impact puternic.

Proiectul MILES a colectat informații prin interviuri într-un demers sistematic și incluziv, asigurând o înțelegere cuprinzătoare a peisajului educației media și a provocărilor dezinformării. Interviurile, semi-structurate, au echilibrat nevoia de colectare consecventă a datelor cu flexibilitatea de a explora subiecte care apar în mod natural în conversație. Prin utilizarea interviurilor semi-structurate, proiectul surprinde atât răspunsuri comparabile, cât și perspective unice, contribuind la o înțelegere mai bogată a practicilor de educație media.

Ghidul de interviu a acoperit o serie de subiecte relevante. El a fost împărțit în secțiuni tematice pentru a aborda practicile curente în educația media, provocările și barierele cu care se confruntă practicienii, eficacitatea tehnicilor existente și recomandări pentru îmbunătățiri. Pentru a asigura claritatea și relevanța, ghidul a fost testat cu un eșantion mic de participanți înainte de implementarea completă, permițând ajustări bazate pe feedback-ul inițial. Selecția participanților a fost crucială pentru a reprezenta o gamă largă de perspective în domeniul educației media. Printre participanți s-au numărat profesori, experți în educație media, factori de decizie, reprezentanți ai ONG-urilor, studenți și părinți. Această diversitate de respondenți asigură faptul că proiectul a colectat informații de la cei direct implicați în implementarea și experimentarea inițiativelor de educație media. Strategia de eșantionare a prevăzut selecția indivizilor pe baza expertizei și experienței lor, garantând astfel date bogate și relevante.

Interviurile au fost realizate atât față în față, cât și prin întâlniri virtuale și apeluri telefonice pentru a maximiza accesibilitatea pentru participanți. Înregistrările (realizate pe baza de consimțământ) și notițele au captat răspunsurile cu acuratețe, ajutând la analiza ulterioară a datelor. Dincolo de interviurile individuale, proiectul MILES beneficiază și de contribuțiile experților și practicienilor, care au participat la ateliere, paneluri și discuții. Aceste sesiuni au servit mai multor scopuri: au permis experților să împărtășească cele mai bune practici, să valideze constatările și să informeze dezvoltarea materialelor de formare. Aceste contribuții asigură că rezultatele proiectului vor fi bazate pe experiența din lumea reală și reflectă cea mai recentă gândire în educația media.

După colectarea datelor, echipa de proiect MILES s-a angajat într-un proces riguros de analiză a datelor pentru a extrage teme și modele cheie. S-a utilizat analiza tematică, cu date clasificate în domenii precum practici de succes în educația media, bariere în calea implementării și recomandări pentru inițiative viitoare. Procesul de analiză a inclus codificare și comparația încrucișată pentru a asigura faptul că informațiile sunt organizate sistematic și că sunt identificate conexiunile între răspunsurile diferite ale participanților.

Constatările din interviuri și contribuțiile experților au fost apoi integrate în proiectarea modulelor de formare, a seturilor de instrumente pentru profesori și a recomandărilor de politici. Bazându-se pe experiențele și nevoile diverselor părți interesate, proiectul urmărește să se asigure că resursele sale sunt atât relevante, cât și practice. Perspectivele adunate în această etapă ghidează crearea unui set

de instrumente care abordează provocările din lumea reală cu care se confruntă profesorii și sprijină educația media eficientă.

Metodologia proiectului MILES pentru colectarea informațiilor este cuprinzătoare și colaborativă. Combinând informațiile din interviuri cu cele obținute de la experți și din focus grupuri, proiectul surprinde imaginea de ansamblu a educației media. Această abordare asigură că strategiile și resursele proiectului MILES vor fi bazate pe dovezi, adaptabile, permițând profesorilor, elevilor și comunităților să devină mai rezistente la dezinformare. Angajamentul față de incluziune și rigoare în colectarea datelor susține în cele din urmă obiectivul general al proiectului: promovarea unei societăți informate și implicate critic.

3.1.1 Eșantionare

Procesul de eșantionare a urmărit identificarea persoanelor cu experiență și expertiză relevante în educația media. Participanții au fost aleși pe baza unor criterii specifice, inclusiv mediul lor profesional, rolul și implicarea în educația media sau inițiativele educaționale conexe. Această abordare asigură că proiectul beneficiază de perspective diverse, deoarece fiecare participant aduce o perspectivă unică, modelată de poziția și experiența sa.

Participanții selectați includ profesori, experți în educație media, factori de decizie, reprezentanți ai ONG-urilor și membri ai comunității, cum ar fi studenți și părinți. Fiecare dintre aceste grupuri oferă un punct de vedere distinct asupra eficacității și provocărilor programelor de educație media. De exemplu, profesorii oferă perspective asupra aplicării practice a educației media în sălile de clasă, în timp ce factorii de decizie discută aspectele sistemice și de reglementare mai ample care influențează aceste inițiative. Implicarea elevilor și părinților permite proiectului să încorporeze perspectivele celor direct afectați de educația media, adăugând un strat valoros de perspectivă experiențială la datele colectate. Această metodologie de eșantionare asigură că proiectul MILES surprinde o înțelegere completă a nevoilor și practicilor de educație media. Prin selectarea strategică a participanților din medii diverse, proiectul este capabil să adune date care reflectă natura multidimensională a educației media și rolul acesteia în construirea rezistenței împotriva dezinformării în diferite contexte educaționale și sociale.

În tabelul următor redăm numărul persoanelor implicate în interviuri în fiecare țară și profilul lor, pe sexe:

Țări	factori de decizie	persoane cre lucrează în școală	factori interesați	bărbați	femei	non-binar	Total persoane
<i>Italia</i>	5	5	2	5	7	0	12
<i>România</i>	5	5	2	1	11	0	12
<i>Germania</i>	3	6	3	6	6	0	12
<i>Cipru</i>	6	13	2	8	13	0	21
<i>Polonia</i>	5	5	2	2	10	0	12
<i>Austria</i>	5	5	2	2	10	0	12
<i>Belgia</i>	6	5	2	8	5	0	13
<i>Grecia</i>	6	7	4	6	11	0	17
<i>Portugalia</i>	5	5	3	8	5	0	13
Total	46	56	22	46	78	0	124

Lista completă a persoanelor intervievate este disponibilă în *Anexe*.

3.1.2 Design-ul interviurilor

Interviurile au fost realizate față în față, în mediul virtual și telefonic, în funcție de disponibilitatea și locația participanților, în format unu-la-unu, sau aducând laolaltă experții și părțile interesate să reflecteze asupra temei.

Etapă de colectare de date prin interviu a fost esențială pentru a aduna informații calitative de la o gamă diversă de părți interesate. Interviurile nu numai că au surprins perspective individuale, ci au permis și explorarea unor teme mai largi relevante pentru educația media, dezinformarea și eficacitatea intervențiilor educaționale. Scopul principal al interviurilor a fost de a obține o înțelegere nuanțată a peisajului actual al educației mediatice și a provocărilor legate de dezinformare. Prin aceste interviuri, proiectul a căutat să identifice practici și strategii de succes în alfabetizarea media și eforturile de pre-bunking, să înțeleagă barierele și obstacolele cu care s-au confruntat diferitele părți interesate în promovarea educației media, să adune recomandări pentru îmbunătățirea cadrelor educaționale și a instrumentelor practice de combatere a dezinformării, asigurându-ne astfel că rezultatele proiectului sunt aliniate cu nevoile și experiențele celor implicați activ în domeniu. Aceste obiective au modelat structura și conținutul întrebărilor interviului, pe teme specifice, lăsând în același timp loc pentru a obține perspective unice de la fiecare participant.

Interviurile semi-structurate s-au bazat pe un set de întrebări predefinite pentru a asigura coerența între interviuri, dar au permis un flux natural de conversație, permițând participanților să împărtășească experiențe relevante în profunzime. Abordarea semi-structurată a asigurat consecvența în abordarea subiectelor de bază, a oferit flexibilitate de adaptare la expertiza și interesele participantului și a permis examinarea cuprinzătoare a răspunsurilor, conducând la o înțelegere mai bogată a problemelor. Interviurile au fost dezvoltate pentru a acoperi o serie de subiecte relevante, organizate pe secțiuni tematice. Fiecare secțiune s-a concentrat pe un aspect specific al educației media și dezinformării. Am obținut informații despre mediul profesional al participantului, rolul și experiența acestora în domeniul educației media, asigurând contextualizarea răspunsurilor acestora. Am inclus, de asemenea, întrebări despre metodele și strategiile existente pe care participanții le-au folosit sau pe care le cunoșteau în promovarea educației media și combaterea dezinformării, cu scopul de a identifica cele mai bune practici și instrumente utilizate în mod obișnuit. De asemenea, am explorat obstacolele cu care s-au confruntat participanții în activitatea lor, cum ar fi limitările de resurse, constrângerile instituționale sau lipsa de conștientizare a publicului, care a fost esențială pentru identificarea zonelor care au nevoie de sprijin suplimentar sau de inovare. Întrebările au încurajat participanții să discute despre impactul și eficacitatea unor instrumente, programe sau abordări specifice și au adunat idei pentru îmbunătățirea programelor de educație media. În plus, participanții au fost invitați să-și împărtășească perspectivele despre tendințele emergente în educația media și potențialele provocări viitoare.

3.1.3 Considerente de etică a cercetării

Echipa de proiect s-a asigurat că participanții au fost informați cu privire la scopul cercetării, la modul cum vor fi utilizate datele lor și dreptul lor de a se retrage în orice moment. Toate înregistrările și transcrierile au fost stocate în siguranță pentru a preveni accesul neautorizat, menținând securitatea datelor pe tot parcursul procesului de cercetare.

4. Constatări din interviuri

În cadrul proiectului MILES s-au realizat interviuri cu următoarele categorii: factori interesați, factori de decizie și persoane care lucrează în mediul școlar.

Factori interesați

- Total: 22
- **Gen**
 - Masculin: 9 (40,9%)
 - Feminin: 13 (59,1%)
- **Roluri profesionale**
 - Reprezentanți ai unor asociații comunitare: 6 (27,3%)
 - Specialiști media/ comunicare: 6 (27,3%)
 - Profesori de diferite categorii: 5 (22,7%)
 - Jurnaliști: 4 (18,2%)
 - Alții (de ex. psiholog, student): 1 (4,5%)
- **Tip de instituție/ organizație**
 - Asociații comunitare/ ONG-uri: 9 (40,9%)
 - Instituții de învățământ: 8 (36,4%)
 - Sectorul privat: 2 (9,1%)
 - Alții (de ex. reprezentanți ai părinților): 3 (13,6%)
- **Domenii de expertiză**
 - Educație media: 6 (27,3%)
 - Învățământ: 5 (22,7%)
 - Journalism/media: 4 (18,2%)
 - Implicarea comunității: 4 (18,2%)
 - Psihologie și stare de bine: 3 (13,6%)

Factori de decizie

- Total: 46
- **Gen**

- Masculin: 21 (45,7%)
- Feminin: 25 (54,3%)
- **Roluri profesionale**
 - Ofițer politici publice: 18 (39,1%)
 - Profesor (incl. învățământ superior): 16 (34,8%)
 - Reprezentant ONG: 7 (15,2%)
 - Formator/ profesor de educație media: 2 (4,3%)
 - Alții (de ex. coordonator de program): 3 (6,5%)
- **Tip de instituție/ organizație**
 - Sectorul public/ guvernamental: 24 (52,2%)
 - Instituții de învățământ: 12 (26,1%)
 - ONG-uri: 7 (15,2%)
 - Sectorul privat: 3 (6,5%)
- **Domenii de expertiză**
 - Educație media: 7 (15,2%)
 - Politici și normative: 17 (37,0%)
 - Educație/literație digital: 10 (21,8%)
 - Jurnalism/media: 5 (10,9%)
 - Implicarea comunității: 7 (15,2%)

Persoane care lucrează în școală

- Total: 56
- **Gen**
 - Masculin: 16 (28,6%)
 - Feminin: 40 (71,4%)
- **Roluri profesionale**
 - Profesori: 34 (60,7%)
 - Formatori: 12 (21,4%)
 - Asistenți universitari: 5 (8,9%)
 - Studenți/ angajați în administrație: 3 (5,4%)
 - Profesor educație media: 2 (3,8%)
- **Tip de instituție/ organizație**
 - Instituții de învățământ: 50 (89,3%)
 - Sectorul privat: 1 (1,8%)
 - Asociații comunitare: 3 (5,4%)
 - Alții: 2 (3,8%)
- **Domenii de expertiză**
 - Educație/literație media: 2 (3,8%)
 - Educație (diverse discipline): 42 (75,0%)

- Cetățenie activă/ discipline socio-umane: 6 (10,7%)
- Știință, discipline din aria limbă și comunicare: 4 (7,1%)
- Formare și dezvoltare profesională: 2 (3,8%)

4.1 Factorii interesați

Informații generale

Respondenții acoperă o gamă diversă de factori interesați, cum ar fi elevi/ studenți, profesori, cercetători, decidenți și profesioniști în mass-media, fiecare contribuind la eforturile de combatere a dezinformării și de îmbunătățire a educației media.

Raportul din Polonia evidențiază implicarea studenților de la filologie engleză de la Universitatea din Rzeszow. Focus grupul din Grecia a inclus persoane precum verificator de fapte, un reprezentant al unei platforme populare de verificare a faptelor, un membru al unui ONG care se ocupă de siguranța pe internet și un reprezentant al Diviziei de criminalitate cibernetică a Poliției Elene. Competențele lor includ elaborarea de metodologii inovatoare de învățare, cercetare psihologică, activități educaționale, jurnalism și dezvoltare de politici. Aceștia se concentrează pe combaterea dezinformării, îmbunătățirea educației media în școli și integrarea competențelor digitale în programele educaționale. În Austria, părțile interesate intervievate includ un dezvoltator de conținut media și un expert media, care au discutat despre necesitatea educației media, a abilităților de gândire critică și a metodologiilor de predare actualizate pentru a combate știrile false. Au fost evidențiate provocări precum răspândirea rapidă a dezinformării pe platformele de social media și natura învechită a sistemelor educaționale actuale. În România, factorii interesați intervievați au fost profesori universitari, formatori de cadre didactice, a căror activitate implică formarea inițială a profesorilor din învățământul preuniversitar. Preocupările lor s-au referit în principal la asigurarea unei pregătiri de calitate a profesorilor și au subliniat necesitatea de a se conecta la tendințele actuale la nivel european în domeniul formării inițiale a profesorilor, inclusiv în ceea ce privește pregătirea lor pentru a realiza educația media și a dezvolta gândirea critică.

Principalele nevoi și provocări menționate

Se constată un consens cu privire la necesitatea de a încorpora în mod sistematic educația media în programele școlare. Eforturile de a-i învăța pe tineri să verifice credibilitatea surselor și să discearnă informații corecte din falsuri sunt considerate cruciale. Inițiativele actuale sunt adesea sporadice și limitate la siguranța pe internet, mai degrabă decât la educația media cuprinzătoare. O provocare semnificativă este lipsa resurselor și a sprijinului necesar pentru a capacita profesorii să implementeze în mod eficient educația media. Adesea, profesorilor le lipsește pregătirea și instrumente tehnologice moderne, ceea ce împiedică furnizarea unei educații media eficiente. Există o nevoie recunoscută de programe interdisciplinare structurate și de formare continuă a profesorilor. Parteneriatele dintre școli, agenții

guvernamentale, ONG-uri și sectorul privat pot îmbunătăți inițiativele de educație media. Sunt necesare politici și orientări clare la nivel național pentru a asigura implementarea consecventă și eficientă în școli.

Resurse și practici promițătoare

Unele dintre cele mai importante resurse educaționale care au fost subliniate:

#FakeHunter-Edu Project: Un proiect educațional destinat elevilor de liceu pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la pericolele dezinformării. Oferă resurse video, seturi de activități și planuri de lecție pentru a ajuta elevii și profesorii să identifice și să combată știrile false.

Programul „Digital Youth” al Digital Poland Foundation oferă resurse pentru alfabetizarea digitală și educația media. Acestea includ planuri de lecții, ateliere de lucru și activități menite să îmbunătățească gândirea critică și abilitățile de evaluare a mass mediei în rândul tinerilor. Fundația Szkoła z Klasą - Fake KNOW More: Un program de formare conceput pentru copiii și tinerii cu vârsta cuprinsă între 10 și 15 ani. Include jocuri educaționale, planuri de lecție și materiale axate pe construirea rezistenței împotriva dezinformării prin conștientizarea de sine și înțelegerea mecanismelor psihologice.

NASK - (Dez)informacja, czyli w co wierzyć w internecie: Un program cuprinzător de formare pentru profesori și elevi, care acoperă identificarea dezinformării, dezvoltarea abilităților de gândire critică și înțelegerea impactului știrilor false. Include elemente interactive și resurse practice pentru profesori.

Inițiative precum atelierele „Keyboard Warriors” au ca scop educarea elevilor cu privire la amenințările dezinformării și echiparea lor cu abilități practice pentru a naviga în media în mod responsabil. Aceste ateliere promovează gândirea critică și conștientizarea, ajutând elevii să discerne informații fiabile și să combată dezinformarea, pregătindu-i astfel să navigheze eficient în peisajul digital.

Factorii interesați au evidențiat crearea de site-uri web publice care permit utilizatorilor să verifice autenticitatea videoclipurilor și articolelor. Aceste site-uri web servesc ca instrumente accesibile elevilor și publicului larg pentru a verifica credibilitatea informațiilor. Atelierele s-au concentrat pe educarea tinerilor despre securitatea cibernetică și detectarea știrilor false. Aceste sesiuni practice au scopul de a dezvolta abilitățile de a naviga în lumea digitală în siguranță și responsabil. Adaptat în școlile poloneze, acest program ajută atât elevii, cât și profesorii să dezvolte abilități de interacțiune critică cu media. Accentuează învățarea practică și aplicarea gândirii critice la consumul media de zi cu zi. Oferă oportunități de dezvoltare profesională continuă pentru ca profesorii să-și îmbunătățească literația media și să rămână la curent cu cele mai recente instrumente și metodologii. Acest lucru este crucial pentru dezvoltarea eficientă a literației media, ținând pasul cu peisajele media în evoluție.

Factorii interesați au evidențiat o varietate de resurse și programe care vizează îmbunătățirea educației media și combaterea dezinformării. Acestea includ proiecte educaționale, programe de formare, instrumente publice de verificare și dezvoltare profesională continuă pentru

profesori. Prin valorificarea acestor resurse, instituțiile de învățământ pot echipa mai bine elevii cu abilitățile necesare pentru a evalua critic mass-media și a rezista dezinformării.

Idei, citate, remarci etc.

Factorii interesați subliniază necesitatea urgentă de a integra educația media în programele școlare pentru a stimula abilitățile de gândire critică. Aceasta implică pregătirea elevilor pentru a pune la îndoială sursele, să evalueze dovezile și să discearnă informații credibile de cele înșelătoare sau false. În plus, este recomandată încorporarea unor metode practice și interactive, cum ar fi *gamificarea*, *storytelling* și proiectele practice, pentru a implica activ elevii și pentru a demonstra implicațiile dezinformării. O provocare semnificativă identificată este întârzierea răspunsului școlii la fenomenele digitale care evoluează rapid. Programele actuale se concentrează adesea pe măsuri reactive, mai degrabă decât pe educație proactivă. Există, de asemenea, o inconsecvență notabilă în integrarea educației media în diferite școli și regiuni. În plus, profesorii se confruntă cu constrângeri precum lipsa de familiaritate cu tehnologiile mai noi, frica, lipsa de timp și motivația, care împiedică educația media eficientă. Colaborarea între diverse părți interesate, inclusiv școli, ONG-uri, companii de tehnologie și organisme guvernamentale este esențială pentru valorificarea expertizelor și resurselor diverse. Sunt necesare eforturi coordonate pentru a dezvolta un cadru eficient de educație media care să implice profesorii, părinții și organizațiile comunitare în promovarea educației media și combaterea dezinformării.

Practicile eficiente evidențiate includ integrarea jurnaliștilor în medii educaționale pentru a oferi informații directe asupra proceselor de creare și verificare a știrilor. Sunt recomandate și proiecte care combină științele și disciplinele umaniste și implică profesioniști din diverse domenii pentru ateliere practice. Crearea de site-uri web publice pentru verificarea videoclipurilor și articolelor și desfășurarea de ateliere de securitate cibernetică pentru tineri se numără printre soluțiile sugerate pentru combaterea știrilor false. Părinții joacă un rol esențial în educația mediatică. Ei ar trebui să-și învețe în mod activ copiii cum să facă față știrilor false și dezinformării, completând eforturile școlilor. Implicarea părinților în înțelegerea importanței alfabetizării media și a rolului lor în consolidarea acestor abilități acasă sporește eficacitatea generală a eforturilor educaționale. Este nevoie de cadre legale care să limiteze dezinformarea fără a încălca libertatea de exprimare. Părțile interesate subliniază importanța echilibrării măsurilor de reglementare cu autoreglarea de către platformele media pentru a aborda în mod eficient problema știrilor false.

Formarea profesorilor și atragerea de experți pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la consecințele știrilor false sunt pași cruciali. Educația și formarea continuă pentru educatori sunt esențiale pentru a ține pasul cu progresele tehnologice și pentru a preda eficient alfabetizarea media. Constatările subliniază importanța integrării educației media în sistemele educaționale, abordând constrângerile profesorilor și valorificând eforturile de colaborare între factorii interesați. Dezvoltarea de programe structurate, furnizarea de resurse de înaltă calitate și încurajarea parteneriatelor sunt pași cruciali pentru îmbunătățirea educației media și combaterea dezinformării. Aceste perspective indică o abordare

cuprinzătoare care implică metode practice, interactive și colaborative pentru a dezvolta gândirea critică a elevilor, esențială în evaluarea media.

Constatări despre grupurile țintă și domeniile de competență

Studentii polonezi posedă experiențe academice solide în limbă și literatură, ceea ce îi echipează potențial cu gândire critică și abilități analitice esențiale pentru evaluarea mass-media și a informațiilor. Perspectivile lor sunt valoroase, deoarece reprezintă punctele de vedere ale tinerilor adulți care sunt atât consumatori, cât și critici ai conținutului media. Părțile interesate din Grecia au subliniat importanța verificării surselor de știri, rolul de susținere al tehnologiei și nevoia de auto-reflecție asupra instrumentelor utilizate pentru diseminarea informațiilor. În Austria, părțile interesate au subliniat importanța educării publicului cu privire la identificarea surselor credibile și necesitatea unor strategii solide de comunicare pentru a contracara dezinformarea. Eforturile de integrare a educației media în programele de învățământ și de promovare a colaborării între Instituțiile de învățământ și instituțiile media sunt cruciale. Integrarea educației media în curriculum, infuzarea disciplinelor existente cu educația media, cum ar fi educația civică sau crearea de module dedicate în cadrul curriculei pot fi benefice. Reducerea orelor alocate disciplinelor tradiționale pentru a face loc pentru educația media ar putea fi, de asemenea, o abordare eficientă. Oferirea de programe de formare continuă pentru profesori pentru a ține pasul cu progresele tehnologice și peisajele media în evoluție este esențială. Aceasta include modernizarea metodologiilor de predare și utilizarea tehnicilor de gamificare pentru a implica activ elevii. Școlile au nevoie de resurse actualizate și instrumente tehnologice pentru a implementa eficient inițiativele cuprinzătoare de dezvoltare a competențelor media și a gândirii critice. Investițiile în aceste domenii vor împuternici atât profesorii, cât și elevii. Promovarea eforturilor unificate și a politicilor coezive prin colaborarea dintre profesori, factori de decizie, profesioniști în mass-media și societatea civilă este vitală pentru succesul programelor de educație media. Împărtășirea practicilor și resurselor promițătoare poate spori semnificativ impactul acestor inițiative.

Aceste perspective evidențiază rolul critic al educației, politicilor și eforturilor de colaborare în promovarea educației media și combaterea dezinformării. Competențele colective și devotamentul părților interesate implicate sunt esențiale în promovarea acestor inițiative.

4.2 Factorii de decizie

Informații generale

Această secțiune prezintă informațiile obținute de la respondenții din categoria decidenților implicați în educația media. Principalii părți interesate includ organizații precum Agenția de Dezvoltare Regională Rzeszow (RRDA) și Biroul Voievodal pentru Muncă din Rzeszów (VLO). Aceste instituții joacă un rol esențial în dezvoltarea regională și sprijinul pentru ocuparea forței de muncă, intersectându-se cu probleme legate de literația media, știrile false și dezinformarea datorită impactului lor asupra stabilității regionale și pregătirii forței de muncă.

Principalele nevoi și provocări menționate

Una dintre provocările principale evidențiate este integrarea educației media și a dezvoltării gândirii critice în programa școlară formală. Profesorii subliniază necesitatea unor programe structurate care să învețe elevii cum să analizeze critic conținuturile media, să discearnă surse credibile și să navigheze în mod responsabil în informațiile digitale. Există o lipsă notabilă de ghiduri standardizate pentru curriculum și resurse adaptate acestor nevoi.

Profesorii identifică lacune semnificative în pregătirea lor pentru a preda eficient educația media și abilitățile de gândire critică. Mulți profesori nu au cunoștințe specifice și strategii pedagogice, evidențiind o nevoie critică de programe de dezvoltare profesională continuă care să abordeze peisajele media în evoluție și progresele tehnologice. Școlile se confruntă cu constrângeri de resurse, inclusiv acces limitat la materiale educaționale actualizate, instrumente digitale și finanțare pentru programe de formare specializate. Acest lucru limitează sfera și eficacitatea inițiativelor de alfabetizare media care, altfel, ar putea conferi elevilor abilități esențiale pentru era digitală.

Există o nevoie recunoscută de o mai mare implicare a părinților și a comunității în promovarea educației media în afara școlii. Părinții se simt adesea prost echipați pentru a-și ghida copiii în navigarea în informațiile digitale și în discernământul surselor credibile, subliniind necesitatea unor inițiative educaționale și de sensibilizare specifice.

Absența politicilor educaționale cuprinzătoare și a eforturilor coordonate între sectoarele guvernamentale, educaționale și media reprezintă o provocare semnificativă. Factorii de decizie subliniază necesitatea unor politici coezive care să sprijine inițiativele de educație media, să încurajeze colaborarea între diversele părți interesate și să aloce resurse în mod eficient pentru a susține impactul pe termen lung.

Deși elevii sunt competenți în utilizarea platformelor digitale, adesea le lipsesc abilitățile de gândire critică necesare pentru a evalua fiabilitatea și credibilitatea informațiilor online. Există o nevoie stringentă de a echilibra competența tehnologică cu competențe solide de gândire critică pentru a împuternici elevii ca cetățeni digitali informați și responsabili.

S-a exprimat nevoia de evaluare și măsurare sistematică a impactului programelor de alfabetizare media. Profesorii și factorii de decizie caută informații bazate pe date pentru a evalua eficacitatea programului, pentru a identifica domeniile de îmbunătățire și pentru a justifica investiția continuă în educația media. Contextul cultural și lingvistic unic al Ciprului ridică provocări suplimentare în abordarea dezinformării și în promovarea eficientă a alfabetizării media. Strategiile trebuie adaptate la nuanțele și limbile locale pentru a implica comunități diverse și pentru a asigura incluziunea în eforturile de educație mediatică.

Abordarea acestor provocări necesită coordonare, cu mai multe părți interesate, care să acorde prioritate reformei educaționale, dezvoltării profesionale, susținerii politicilor și implicării comunității. Prin promovarea unei culturi a gândirii critice și a alfabetizării media, scopul este dezvoltarea abilităților necesare pentru a naviga pe peisajul digital cu discernământ și reziliență.

Resurse și practici promițătoare

Factorii de decizie subliniază importanța integrării educației media în programa școlară. Ei

recunosc nevoia de dezvoltare profesională continuă pentru profesori pentru a ține pasul cu schimbările rapide în mass-media și tehnologie. Aceasta include utilizarea de platforme și instrumente online pentru educația digitală interactivă, proiecte de colaborare între școli și organizații comunitare și materiale de instruire actualizate care reflectă tendințele și provocările actuale ale mass-media.

O resursă notabilă este Programul Learn to Discern al IREX, care a fost adaptat în școlile poloneze pentru a ajuta atât elevii, cât și profesorii să dezvolte abilități critice media. O altă resursă importantă este NASK, Institutul Național de Cercetare din Polonia, care a dezvoltat soluții pentru a contracara dezinformarea. Aceasta include Departamentul pentru Contracarea Dezinformării, prima unitate de acest gen din Polonia.

Practicile promițătoare evidențiate de decidenți includ implicarea elevilor în proiecte media practice care necesită gândire critică și creativitate, parteneriatul cu instituțiile media locale pentru a oferi experiență media din lumea reală și încorporarea sarcinilor practice de producție media în programele de formare a profesorilor. De asemenea, se recomandă desfășurarea de ateliere și seminarii pe problemele mass-media contemporane. În plus, inițiative precum Programul „Tineretul digital” al Fundației Digital Poland și site-ul web <https://fakenews.pl/> sunt recunoscute ca instrumente valoroase pentru dezmințirea informațiilor manipulative din mass-media poloneză. Aceste resurse oferă o abordare structurată a realizării educației media și ajută la construirea rezistenței la dezinformare.

Factorii de decizie au subliniat, de asemenea, resurse precum InVID – WeVerify Verification Plugin, un plugin de browser care susține dezmințirea știrilor false și verificarea videoclipurilor și imaginilor. Metodele de gamificare, cum ar fi folosirea „jocul de știri false” pentru a face ca învățarea despre media să fie captivantă, sunt de asemenea considerate eficiente. În Cipru, profesorii subliniază necesitatea unor abordări colaborative, împărtășind perspective și strategii între colegi pentru a le spori eficiența în realizarea educației media. Proiectul de învățare experiențială în domeniul media, condus de Autoritatea de Radio Televiziune din Cipru este un exemplu de practici promițătoare care vizează educația continuă, asigurând ca profesorii să rămână abili în navigarea peisajelor media în evoluție. Mai mult, Mediawijs Knowledge Center din Belgia și VRT Public Broadcaster cu Eduboxen sunt remarcate pentru furnizarea de instrumente și resurse educaționale special concepute pentru a îmbunătăți literația media în rândul elevilor. Aceste inițiative oferă propuneri structurate și strategii de implementare, făcând educația media mai accesibilă și mai eficientă.

Utilizând aceste resurse și adoptând practici promițătoare, factorii de decizie urmăresc să creeze un cadru robust pentru educația media care dă putere elevilor și profesorilor să interacționeze în mod critic cu mass-media, încurajând astfel o societate mai informată și mai democratică.

Idei, citate, remarci

Factorii de decizie subliniază necesitatea esențială de a integra educația media în programele școlare. „Dacă vrei să faci alfabetizare media, o poți face foarte bine în cadrul curriculum-ului existent. [...] Aici lucrăm cel mai mult – pentru a realiza această schimbare de mentalitate și pentru a le arăta profesorilor că programa nu este un obstacol, ci mai degrabă cel mai

important instrument, cel mai important aliat al lor dacă doresc să dezvolte alfabetizarea media.” (factor de decizie din România) Aceștia subliniază importanța dezvoltării abilităților de gândire critică la elevi, permițându-le să pună la îndoială sursele, să evalueze dovezile și să discearnă informații credibile de afirmațiile înșelătoare sau false. Acest proces educațional trebuie susținut de părinți, care joacă un rol critic în a-și învăța copiii cum să gestioneze știrile false și dezinformarea acasă, completând astfel eforturile școlare.

Sunt indicate îngrijorări cu privire la cadrele legale; decidenții avertizează că eforturile de a limita dezinformarea nu trebuie să încalce libertatea de exprimare. Se subliniază echilibrul delicat necesar în elaborarea politicilor pentru a proteja libertatea de exprimare în timp ce se combate dezinformarea. În plus, există o provocare semnificativă legată de resursele disponibile pentru organizațiile de voluntari, cum ar fi Comitetul de etică a jurnaliștilor, care adesea nu dispune de finanțare și resurse pentru a-și extinde eforturile și pentru a obține un impact pe termen lung.

Formarea profesorilor apare ca o necesitate critică, cu consens printre părțile interesate că profesorii au nevoie de o pregătire mai bună pentru a sprijini în mod eficient dezvoltarea competențelor media și a abilităților de gândire critică ale elevilor. Acest lucru este agravat de diferitele niveluri de competență digitală în rândul profesorilor, de lipsa de încredere în predarea educației media și de numărul covârșitor de resurse disponibile, care pot fi confuze și dificil de navigat.

Practicile și resursele eficiente identificate includ proiecte media practice pentru elevi, parteneriate cu instituții media locale pentru a oferi experiență media din lumea reală și utilizarea articolelor de știri și a metodelor de predare interactive în educație. Proiecte precum Learn to Discern al IREX și Programul „Digital Youth” al Digital Poland Foundation sunt evidențiate ca instrumente valoroase în îmbunătățirea alfabetizării media în rândul elevilor și profesorilor.

Factorii de decizie subliniază, de asemenea, importanța dezvoltării profesionale continue pentru ca profesorii să țină pasul cu progresele media și tehnologice. Aceștia recomandă instrumente practice precum Eduthek, workshop-uri organizate de Saferinternet.at și decretul media pentru școli, care oferă suport structurat pentru integrarea educației media în programele de învățământ. De asemenea, este evidențiată colaborarea cu organizații precum „Detectorii de minciuni” pentru ateliere de lucru privind gândirea critică și identificarea știrilor false.

În rezumat, factorii de decizie subliniază necesitatea unei abordări coordonate, cu mai multe părți interesate, pentru a îmbunătăți educația media. Aceasta implică formarea continuă a profesorilor, dezvoltarea unor programe cuprinzătoare, valorificarea resurselor practice și asigurarea cadrelor legale care protejează atât libertatea de exprimare, cât și eforturile de combatere a dezinformării. Aceste inițiative vizează crearea unei societăți bine informate și cu gândire critică, capabilă să navigheze în complexitățile peisajului media modern.

Constatări despre grupurile țintă și domeniile de competență

Factorii de decizie politică au identificat un decalaj semnificativ în educația media în cadrul curriculei regionale și naționale. Există o nevoie clară de programe extinse de formare destinate profesorilor pentru a-i echipa cu abilitățile necesare pentru a preda eficient educația media. Adesea, școlilor le lipsesc instrumentele tehnologice și sprijinul necesar pentru a implementa eficient educația mediatică, ceea ce împiedică eficacitatea generală a unor astfel de programe.

În plus, există un nivel scăzut de conștientizare a publicului și a elevilor cu privire la știrile false și dezinformarea. Acest lucru indică necesitatea unor campanii educaționale mai largi pentru a crește gradul de conștientizare și a îmbunătăți alfabetizarea media în rândul populației. Educația media eficientă nu înseamnă doar integrarea acesteia în curriculum, ci și asigurarea faptului că profesorii sunt bine pregătiți și că publicul este informat.

Factorii de decizie recunosc, de asemenea, valoarea parteneriatelor cu companii de tehnologie pentru a oferi instrumentele și expertiza necesare pentru a îmbunătăți programele de alfabetizare media. Mecanismele de evaluare continuă sunt cruciale pentru a evalua eficacitatea inițiativelor de alfabetizare media, asigurându-se că acestea rămân relevante și de impact în fața provocărilor digitale în evoluție.

În rezumat, factorii de decizie se concentrează pe abordarea lacunelor în educația, îmbunătățirea suportului tehnologic în școli, creșterea gradului de conștientizare a publicului și promovarea colaborărilor cu diverse părți interesate pentru a îmbunătăți cadrul general de alfabetizare media. Aceste eforturi sunt cruciale pentru construirea unei societăți bine informate și rezistente, capabilă să navigheze în complexitățile peisajului media modern.

4.3 Persoanele care lucrează în mediul școlar

Informații generale

În școli, profesorii se confruntă cu provocarea de a integra educația media în practicile lor de predare din cauza lipsei abordărilor structurate și a resurselor de bază. Există o nevoie evidentă de formare cuprinzătoare în alfabetizare digitală și media atât pentru profesori, cât și pentru elevi. Eforturile educaționale actuale se concentrează adesea pe siguranța pe internet, mai degrabă decât pe o abordare amplă, interdisciplinară a educației media. Acest decalaj evidențiază necesitatea formării sistematice și continue a profesorilor, asigurându-se că sunt echipați pentru a dezvolta literația media în mod eficient. În plus, educatorii subliniază importanța abordării dezinformării și a știrilor false, ceea ce le impune să echilibreze predarea faptică cu respectarea emoțiilor și mediului cultural al elevilor.

Principalele nevoi și provocări menționate

Această secțiune analizează principalele provocări identificate de persoanele care lucrează în școli în ceea ce privește integrarea educației media și lupta împotriva dezinformării.

Una dintre provocările principale evidențiate este integrarea inconsecventă a educației media în diferite discipline din curriculum. Această inconsecvență creează lacune semnificative în

cunoștințele elevilor, deoarece profesorilor adesea le lipsesc pregătirea și resursele suficiente pentru a preda eficient educația media și a combate dezinformarea. În plus, avansarea rapidă a tehnologiei face dificilă actualizarea programelor de învățământ, ceea ce duce la metode de predare învechite care nu reușesc să abordeze fenomenele digitale actuale.

O altă provocare semnificativă este lipsa unei pregătiri adecvate și a dezvoltării profesionale a profesorilor. Mulți profesori își exprimă îngrijorarea cu privire la disponibilitatea lor de a aborda în mod eficient abilitățile media, invocând necesitatea unor programe de formare continue și cuprinzătoare care să țină pasul cu peisajul media în evoluție. Profesorii raportează, de asemenea, că se simt copleșiți de volumul uriaș de instrumente și resurse digitale disponibile, care poate fi confuz și dificil de navigat fără îndrumarea și sprijinul adecvat.

Constrângerile de resurse sunt, de asemenea, o problemă majoră, școlile se confruntă adesea cu acces limitat la tehnologia modernă și finanțare insuficientă pentru inițiativele de alfabetizare media. Acest lucru limitează sfera și eficacitatea programelor de educație media, deoarece profesorii se străduiesc să implice active elevii folosind instrumente învechite sau inadecvate.

Implicarea studenților în gândirea critică cu privire la informațiile online prezintă o altă provocare. Mulți elevi sunt dezinteresați și se bazează foarte mult pe internet pentru informații, acceptând adesea conținut online la valoarea nominală, fără analize critice. Profesorii consideră că este dificil să promoveze o cultură a scepticismului și a gândirii critice în rândul studenților, care sunt obișnuiți cu comoditatea și disponibilitatea imediată a surselor online.

În plus, colaborarea dintre profesori și experți externi este adesea împiedicată de practicile tradiționale de predare și de constrângerile de timp. Profesorii raportează rezistență față de integrarea de noi metodologii și expertiză externă în practicile lor de predare, ceea ce poate limita eficiența educației media.

În cele din urmă, se evidențiază problemele sistemice mai largi din cadrul educațional, cum ar fi sarcinile școlare numeroase și natura reactivă a programelor școlare actuale. Aceste programe se concentrează adesea pe abordarea unor probleme imediate, cum ar fi hărțuirea cibernetică, mai degrabă decât pe echiparea proactivă a elevilor cu abilități de gândire critică necesare pentru a naviga în lumea digitală. Necesitatea unei abordări mai structurate și mai unificate a educației media este evidentă, solicitând eforturi coordonate și sprijin din partea tuturor părților interesate implicate.

În rezumat, principalele provocări identificate de actorii care lucrează în școli includ integrarea inconsecventă a educației media, lipsa unei pregătiri adecvate și a resurselor pentru profesori, accesul limitat la tehnologia modernă, dificultăți în implicarea elevilor în gândirea critică, rezistența la noile metodologii de predare și probleme sistemice mai ample în sfera educațională. Abordarea acestor provocări necesită coordonare cu mai multe părți interesate, pentru a dezvolta programe eficiente de educație media care să echipeze elevii cu abilitățile necesare pentru a evalua critic informațiile digitale.

Resurse și practici promițătoare

Educatorii se confruntă cu limitări personale, cum ar fi lipsa de familiaritate cu tehnologiile mai noi, frica, lipsa de timp și motivația. Suportul tehnologic este evidențiat ca fiind crucial, dar valoarea acestuia depinde de modul în care este utilizat. Este nevoie de o abordare structurată a integrării educației media în curriculum, care este adesea inconsecvent realizată în instituțiile de învățământ.

Practicile eficiente includ proiecte de colaborare care combină elemente științifice și umaniste și ateliere practice cu profesioniști din diverse domenii. Învățarea interactivă și practică, folosind instrumente digitale, analiza datelor și discuțiile sunt recomandate pentru a dezvolta gândirea critică și abilitățile de evaluare a conținuturilor media.

Dezvoltarea și diseminarea resurselor de înaltă calitate pentru realizarea educației media sunt esențiale. Acestea includ platforme digitale, proiecte de colaborare și oportunități de dezvoltare profesională pentru profesori. Crearea de site-uri web publice pentru verificarea videoclipurilor și articolelor și desfășurarea de ateliere care să acopere securitatea cibernetică și detectarea știrilor false sunt, de asemenea, importante. Colaborarea părților interesate este crucială pentru valorificarea expertizei și resurselor diverse. Parteneriatele dintre școli, ONG-uri și companii de tehnologie sunt vitale. Coordonarea dintre factorii de decizie, profesori și comunitatea mai largă este necesară pentru a dezvolta un cadru eficient de alfabetizare media.

Practicile promițătoare pun accent pe experiențe practice de învățare, folosind scenarii din viața reală. Gamificarea și jocurile interactive sunt instrumente eficiente pentru implicarea activă a elevilor în educația media. Implicarea în proiecte de producție media îmbunătățește înțelegerea și abilitățile de evaluare critică ale elevilor. Părțile interesate subliniază în mod constant necesitatea integrării educației media în sistemele educaționale, abordând constrângerile profesorilor și valorificând tehnologia și eforturile de colaborare. Dezvoltarea de programe structurate, furnizarea de resurse de înaltă calitate și încurajarea parteneriatelor sunt pași cruciali pentru îmbunătățirea educației media și combaterea dezinformării. Aceste perspective indică o abordare cuprinzătoare care implică metode practice, interactive și colaborative pentru a dezvolta gândirea critică a elevilor, esențială pentru evaluarea conținuturilor media.

Idei, citate, remarci etc.

Profesorii subliniază nevoia critică de formare continuă și cuprinzătoare pentru a aborda eficient dezvoltarea abilităților media. Mulți profesori se simt nepregătiți și nu au cunoștințele specifice și strategiile pedagogice necesare pentru a aborda peisajul digital în schimbare rapidă. Un profesor a menționat: „Avem nevoie de mai mult decât doar alfabetizare digitală; elevii noștri trebuie să descifreze adevărul din minciună și să învețe să se îndoiască”. Acest mesaj își găsește ecoul în diverse instituții de învățământ, evidențiind o preocupare comună cu privire la adecvarea programelor de formare actuale.

Profesorii se confruntă cu dificultăți semnificative în integrarea educației media în programele existente din cauza accesului limitat la tehnologii și resurse moderne. Ei se luptă adesea cu

implicarea activă a elevilor în gândirea critică cu privire la informațiile online. După cum a declarat un profesor: „Elevii iau adesea informațiile de pe internet la valoarea nominală, fără analize critice, influențate de comoditatea și disponibilitatea imediată a surselor online”. Această problemă este agravată de progresul rapid al tehnologiei, ceea ce face dificil ca programele educaționale să rămână actuale și eficiente.

Există, de asemenea, o inconsecvență remarcată în integrarea educației media în diferite școli și discipline, ceea ce duce la lacune în cunoștințele elevilor. Profesorii subliniază necesitatea unei abordări mai structurate și mai unificate a educației media, mai degrabă decât să se bazeze pe deschiderea profesorilor, la nivel individual. Un profesor a remarcat: „Literația media nu este încă o parte oficială a curriculumului; eforturile depind în mare măsură de angajamentul individual al profesorilor”. Pe de altă parte însă, ei înșiși se confruntă cu provocări: „Am fost în numeroase săli profesionale și cred că există o mare problemă cu profesorii când vine vorba de a avea un program național de dezvoltare a educației media. Mă îngrijorează că mulți profesori au o problemă cu media, cu modul în care ei înșiși înțeleg mesajele media. Sunt îngrijorat că mulți profesori nu ar avea deschiderea de a preda educația media sau de a dezvolta gândirea critică. Îmi pare rău că nu avem un cod etic național pentru profesori care să stabilească reguli cu privire la corectitudinea mesajelor sociale și profesionale pe care profesorii au voie să le împărtășească elevilor, astfel încât profesorii înșiși să nu fie promotori ai știrilor false.”, punctează un respondent care lucrează în școală.

Implicarea părinților și a comunității mai largi în eforturile de educație media este evidențiată ca fiind un factor critic. Profesorii subliniază importanța implicării părinților în educația media pentru a completa eforturile școlare. Această abordare duală asigură că elevii primesc mesaje consecvente despre importanța gândirii critice și a consumului media responsabil atât la școală, cât și acasă. Mai mult, părinții înșiși pot avea nevoie de sprijin pentru a înțelege mai bine ce ar însemna gândirea critică a copiilor lor: „(...) chestionăm părinții în fiecare an, iar termenul gândire critică apare adesea în răspunsurile lor fie ca ceva pe care ei exprimă că și-ar dori de la copiii lor să-și dezvolte, fie ca o apreciere a procesului de învățare din școală, deoarece copiii lor și-au dezvoltat abilitățile de gândire critică. Totuși, deseori ceea ce părinții înțeleg prin semne de gândire critică este că elevii sunt încurajați să-și exprime părerea, mai degrabă decât procesul de gândire presupus de gândirea critică și care trebuie construit pornind de la un conținut.” (director de școală)

În plus, profesorii se confruntă cu provocarea de a aborda dezinformarea și știrile false în sala de clasă, menținând în același timp un mediu de învățare pozitiv. Discuțiile pe subiecte încărcate emoțional pot fi deosebit de dificile, necesitând un echilibru atent între predare propriu-zisă și sensibilitatea față de emoțiile și mediul cultural al elevilor. Un profesor a remarcat: „Deoarece știrile false se combină de obicei cu emoții puternice, devine mai dificil să le punem la îndoială și să le discutăm”.

Constatări despre grupurile țintă și domeniile de competență

În termeni practici, profesorii se luptă adesea să implice active elevii în gândirea critică cu privire la informațiile online, să navigheze pe subiecte încărcate emoțional și să mențină un

mediu de învățare pozitiv. Mulți profesori nu sunt familiarizați cu tehnologiile mai noi și se confruntă cu limitări personale, cum ar fi frica și lipsa de motivație, ceea ce le complică și mai mult capacitatea de a preda educația media. Școlile se confruntă, de asemenea, cu probleme sistemice mai largi, cum ar fi accesul limitat la tehnologia modernă și un curriculum supraîncărcat care lasă puțin loc pentru educația practică a abilităților de viață.

În ciuda acestor provocări, se subliniază importanța proiectelor media practice, a parteneriatelor cu instituțiile media locale și a încorporării sarcinilor de producție media în practicile de predare. Se folosesc diverse metode pentru a aborda dezinformarea, cum ar fi discuțiile în clasă, instrumentele interactive și încurajarea elevilor să evalueze critic informațiile pe care le întâlnesc online.

Integrarea alfabetizării media în programa școlară rămâne inconsecventă, bazându-se adesea pe angajamentul individual al profesorilor, mai degrabă decât pe o abordare standardizată. Acest lucru evidențiază nevoia de strategii cuprinzătoare și sprijin structural pentru a asigura implementarea consecventă și eficientă în școli.

În general, actorii care lucrează în școli recunosc importanța educației media, dar se confruntă cu provocări semnificative în integrarea eficientă a acesteia în sistemul educațional. Abordarea acestor provocări necesită un efort coordonat pentru a oferi instruirea, resursele și sprijinul necesare pentru profesori pentru a promova o societate implicată critic și educată în privința mass media.

3.2 Chestionare

3.2.1 Eșantionare, design-ul chestionarului și colectarea de date

Față de cei 900 de respondenți la chestionare pe care ne-am propus să îi avem, am reușit să obținem 1159 de chestionare completate, 795 de la adulți, iar 364 de la minori.

Întrebările au fost grupate pe următoarele categorii:

- 1) Profil sociodemografic;
- 2) Expunerea la surse de știri;
- 3) Percepția și impactul știrilor false;
- 4) Comportamentul de căutare a informațiilor;
- 5) Educație media;
- 6) Nevoi, bune practici și exemple;

Chestionarele au fost disponibile online, iar cea mai mare parte a respondenților a fost invitată să răspundă direct de către partenerii de proiect. În ceea ce privește colectarea de răspunsuri de la minori, care aveau peste 12 ani, s-a solicitat acordul părinților.

Chestionarele au fost trimise prin email și WhatsApp către persoana de contact din partea partenerilor. În partea introductivă a fost inclusă o scurtă prezentare a proiectului. Pentru minori (cu vârsta între 12 și 18 ani), cererile de colaborare au fost trimise prin email către școlile elevilor. După acceptarea colaborării, formularele de consimțământ informat au fost transmise pentru a fi semnate de către părinți și o mare parte a chestionarelor au fost administrate în contextul clasei.

5. Analiza datelor din chestionare

5.1 De la dimensiunea națională la cea transnațională

Compararea constatărilor de la nivel național reflectă diversitatea abordărilor și percepțiilor față de educația media și gândirea critică în abordarea știrilor false în țările participante. Analiza comparativă reliefează asemănările, diferențele, tendințele și perspectivele esențiale colectate din rapoartele realizate de partenerii din Grecia, Italia, Germania, Portugalia, Cipru, Austria, Polonia, România, Belgia și Țările de Jos.

Datele demografice ne ajută să observăm modul în care caracteristicile respondenților influențează atitudinile față de mass-media și știrile false. Datele întăresc nevoia de strategii localizate care să ia în considerare variațiile culturale, de vârstă și de gen pentru a promova mai eficient educația media. Răspunsurile la chestionare oferă perspective bogate asupra peisajului educației media, evidențiind niveluri variate de înțelegere, expunere la surse de știri și strategii de combatere a știrilor false.

Această secțiune oferă o analiză comparativă a temelor cheie, cum ar fi consumul de știri, percepția știrilor false și nevoile educaționale din țările participante.

Analiza demografică consolidează câteva tendințe deja observate în rapoartele naționale. În primul rând, există o corelație între nivelul educațional al participanților și conștientizarea importanței educației media. În țările cu o proporție mai mare de participanți cu studii superioare, cum ar fi Portugalia, Germania și Austria, s-a pus un accent mai mare pe nevoia de competențe critice pentru a evalua sursele de știri și a combate știrile false. Variația de vârstă între țări oferă, de asemenea, perspective relevante. În țări precum Grecia, unde participanții sunt preponderent mai în vârstă, există o dependență mai mare de sursele tradiționale de știri, cum ar fi televiziunea și radioul. În schimb, în țări precum Germania și Danemarca, unde respondenții sunt mai tineri, utilizarea rețelelor sociale ca sursă principală de informații este mult mai răspândită. Diferențele de gen sunt de asemenea notabile. Predominanța feminină în majoritatea țărilor poate indica o mai mare disponibilitate din partea femeilor de a participa la inițiative educaționale și sociale legate de alfabetizarea media. Acest factor ar trebui să fie luat în considerare la dezvoltarea programelor vizate, asigurându-se că nevoile ambelor genuri sunt abordate.

Compoziția demografică a respondenților a variat semnificativ între țări, ceea ce le-a influențat, la rândul său, percepțiile și practicile. În **Grecia**, majoritatea participanților aveau vârste cuprinse între 46 și 55 de ani, cu un procent ridicat de femei (peste 71%) și mulți profesioniști din sectorul educației. Acest profil demografic se aliniază cu interesul observat pentru educația media formală și cu scepticismul față de sursele de știri digitale. Grupul de vârstă sugerează o audiență deja experimentată în implicarea media, dar care caută instrumente pentru a naviga în complexitatea dezinformării digitale.

În **Italia**, respondenții au fost distribuiți mai uniform pe grupele de vârstă, cu o participare notabilă a adulților mai tineri (25-35 de ani). Acest grup demografic mai tânăr se bazează pe medii digitale și pe platformele sociale pentru consumul de știri, reflectând tendințele globale mai largi. Respondenții italieni au arătat un nivel ridicat de îngrijorare cu privire la impactul știrilor false, în special asupra problemelor sociale și a sănătății publice, reflectând angajamentul lor activ cu provocările contemporane din ecosistemul digital.

Respondenții din **Portugalia** au acoperit o gamă mai largă de vârstă, manifestând o concentrare în rândul adulților de vârstă mijlocie (36-45 de ani). Încrederea ridicată în media tradițională remarcată în răspunsurile portugheze indică un consum media care pune accent pe responsabilitate și calitate, deși au fost evidențiate programele de alfabetizare digitală ca un domeniu de îmbunătățit pentru a gestiona dependența publicului mai tânăr de platformele de social media precum Instagram și TikTok.

Germania a avut un mix demografic echilibrat în rândul respondenților. Datele au indicat o înțelegere sofisticată a surselor media, o parte semnificativă a participanților verificând în mod regulat informațiile. Respondenții germani au fost unici în preferința lor pentru radio și podcasturi alături de platformele digitale, prezentând o dietă media variată și o tradiție puternică de încredere în radiodifuzorii publici.

În **Cipru**, majoritatea respondenților au fost educatori și cercetători, cu vârsta predominant între 36-45 de ani. În ciuda acestui context profesional, participanții și-au exprimat îngrijorarea semnificativă cu privire la capacitatea lor de a discerne dezinformarea, subliniind necesitatea unor programe de educație media cuprinzătoare și structurate, adaptate la mediile profesionale.

Respondenții din **Austria** au fost în mare măsură profesori, 58% identificându-se astfel sau ca formatori. Grupa de vârstă 36-55 de ani a dominat. Respondenții au subliniat integrarea gândirii critice în programele educaționale existente. Ei au manifestat o mare încredere în identificarea și abordarea dezinformării, probabil influențate de inițiative educaționale bine stabilite în țară.

Raportul din **Polonia** oferă o imagine de ansamblu cuprinzătoare a provocărilor și oportunităților în educația media și combaterea dezinformării. Cel mai numeros grup de respondenți se încadrează în intervalul de vârstă 36-45 de ani, urmat de grupul 25-35 de ani. Participanții de sex feminin au depășit ușor participanții bărbați. În ceea ce privește mediul educațional, majoritatea dețineau diplome de licență sau postuniversitare, cu o reprezentare puternică a profesorilor, cercetătorilor și psihologilor. Platformele de social media și site-urile de știri online au fost identificate ca surse dominante de știri, TikTok și Facebook fiind percepute ca fiind cele mai susceptibile de a răspândi știri false.

România și **Belgia** au prezentat respondenți mai tineri, cu o prezență notabilă a elevilor și a profesioniștilor la începutul carierei. În timp ce participanții români au evidențiat provocările în accesarea surselor credibile, respondenții belgieni au indicat un nivel mai ridicat de interacțiune cu resursele instituționale pentru educația media, reflectând infrastructura educațională robustă a programului rețelei GO!.

Țările de Jos, cu populația pricepută în domeniul tehnologiei, au prezentat o tendință unică de folosire a instrumentelor digitale pentru verificarea media. Respondenții de aici aveau preponderent vârste

cuprinse între 25 și 45 de ani, cu o bună cunoaștere a limbii engleze, permițând accesul la resurse globale privind educația media.

5.2 Comparații

În **Grecia**, participanții la sondaj au demonstrat o conștientizare acută a riscurilor prezentate de știrile false, împreună cu un interes puternic pentru programele educaționale formale pentru a contracara dezinformarea. Respondenții greci au consumat predominant știri prin intermediul platformelor online, dar și-au exprimat îngrijorarea cu privire la fiabilitatea acestor surse. Acest lucru se aliniază cu constatările și din alte țări, deși accentul pus pe formarea formală pentru combaterea dezinformării pare deosebit de pronunțat în Grecia.

Respondenții **italieni** au arătat o dependență puternică de platformele digitale pentru consumul de știri. Accentul pus pe instrumentele practice de identificare și contracarare a știrilor false a fost notabil, mulți participanți susținând dezvoltarea de aplicații și platforme ușor de utilizat pentru a facilita verificarea faptelor. Această abordare tehnică distinge răspunsul Italiei de cel al altor țări care acordă prioritate intervențiilor instituționale sau curriculare.

Portugalia se evidențiază cu unul dintre cele mai înalte niveluri de încredere în știri dintre țările participante. Acest lucru este atribuit eforturilor instituționale de promovare a alfabetizării media prin reforme educaționale și campanii de conștientizare a publicului. Cu toate acestea, răspândirea persistentă a dezinformării, în special în timpul crizelor precum pandemia de COVID-19, subliniază necesitatea unor inițiative educaționale susținute. Respondenții portughezi au subliniat integrarea gândirii critice și a practicilor de verificare a faptelor în programa școlară, aliniindu-se îndeaproape cu tendințele europene mai largi.

În **Germania**, analiza a evidențiat un echilibru între consumul media tradițional și digital. Respondenții au demonstrat niveluri ridicate de conștientizare critică și o abordare proactivă pentru verificarea informațiilor, valorificând atât resursele instituționale, cât și instrumentele independente. Integrarea de către sistemul de învățământ german a educației media în curriculumul școlar este probabil un factor de influență în această atitudine proactivă. Cu toate acestea, rămâne în continuare necesitatea de a aborda lacunele în rândul persoanelor mai în vârstă, care tind să se bazeze mai mult pe mass-media tradiționale fără a se implica atât de mult în practicile de verificare.

În **Cipru** respondenții și-au exprimat îngrijorarea semnificativă cu privire la capacitatea lor de a discerne știrile false. Acest lucru este parțial atribuit unei prevalențe mai scăzute a inițiativelor structurate de educație mediatică în comparație cu alte națiuni. Constatările au subliniat importanța introducerii unor cadre educaționale cuprinzătoare care vizează atât adulții, cât și tinerii, evidențiind rolul profesorilor în stimularea gândirii critice.

În **Austria** s-a evidențiat un nivel ridicat de alfabetizare media, în special în rândul persoanelor mai tinere și al profesioniștilor din sectorul educației. Respondenții au demonstrat capacitatea de a evalua critic sursele de informații, reflectând succesul programelor educaționale și campaniilor de conștientizare țintite. Abordarea austriacă pune accent pe ateliere interactive și instrumente digitale,

concentrându-se pe împuternicirea persoanelor să identifice și să contracareze dezinformarea în mod independent.

România s-a confruntat cu provocări notabile, participanții raportând o expunere mai mare la știri false și acces limitat la resurse pentru verificare. Acest lucru subliniază un decalaj semnificativ în infrastructura alfabetizării media, în special în zonele rurale. Respondenții români și-au exprimat un interes puternic pentru programele educaționale specifice și sprijinul instituțional, semnalând o nevoie stringentă de intervenție atât la nivel de politici, cât și la nivel comunitar.

Belgia, reprezentată de rețeaua GO!, a demonstrat o implicare semnificativă în educația media în rândul profesorilor și elevilor. Integrarea gândirii critice în programele educaționale pare a fi o practică bine stabilită, totuși respondenții au identificat nevoia de instrumente și resurse mai avansate pentru a ține pasul cu peisajul în evoluție al dezinformării.

În **Țările de Jos**, accentul pus pe valorificarea tehnologiei pentru a combate știrile false a fost proeminent. Respondenții olandezi au subliniat utilizarea platformelor și aplicațiilor digitale pentru verificarea informațiilor, alături de metodele educaționale tradiționale. Nivelul ridicat de cunoaștere a limbii engleze în rândul populației a facilitat accesul la resurse internaționale, îmbogățind discursul la nivel național despre educația media.

În toate țările, au apărut tendințe comune, inclusiv dependența din ce în ce mai mare de platformele digitale pentru știri, impactul generalizat al dezinformării și recunoașterea universală a necesității îmbunătățirii educației media. Cu toate acestea, strategiile și prioritățile au variat semnificativ. Grecia și Italia au avut tendința de a pune accentul pe reformele instituționale și pe extinderea educațională, în timp ce Germania și Țările de Jos au înclinat spre integrarea tehnologiilor avansate și a instrumentelor independente.

Aceste constatări subliniază importanța adaptării inițiativelor de educație media la contextele culturale, demografice și tehnologice specifice fiecărei țări. Proiectul MILES oferă un cadru solid pentru încurajarea colaborării transnaționale, asigurând că cele mai bune practici sunt împărtășite și adaptate pentru a spori rezistența împotriva dezinformării în întreaga Europă.

Acest raport stabilește cadrul pentru o explorare mai profundă a metodologiilor și a rezultatelor proiectului MILES, susținând investițiile continue în educația media ca piatră de temelie a rezilienței democratice în era digitală.

5.3 Modele de consum al știrilor

În toate țările, platformele digitale au apărut ca sursa predominantă de știri. Platformele de social media precum Facebook, YouTube și Instagram au fost citate frecvent în **Grecia, Italia, Portugalia** și **România**, în timp ce platformele profesionale precum LinkedIn și site-urile de agregare de știri au fost mai frecvent menționate în **Germania** și **Austria**.

Dependența de televiziune ca sursă de știri a variat, **Portugalia** și **Grecia** manifestând o implicare mai mare în comparație cu **Țările de Jos**, unde televiziunea tradițională a jucat un rol mai puțin semnificativ.

Podcasturile și radioul au fost deosebit de populare în **Germania** și **Austria**, reflectând preferințele culturale pentru media auditive.

Respondenții din **Cipru** și **România** au identificat lacune în capacitatea lor de a discerne fiabilitatea surselor online, corelând cu niveluri mai ridicate de expunere auto-raportată la știri false. Acest lucru contrastează cu **Belgia** și **Țările de Jos**, unde respondenții au manifestat o mai mare încredere în capacitatea lor de a identifica surse credibile, datorită inițiativelor specifice de educație media.

5.4 Percepții despre știrile false

Percepția știrilor false ca o amenințare la adresa societății a fost unanimă între țări, deși amploarea îngrijorării a variat. În **Grecia** și **Italia**, respondenții au identificat platformele de social media ca fiind vectori primari pentru dezinformare, cu accent semnificativ pe rolul *influencer*-ilor și pe conținutul neverificat generat de utilizatori. În mod similar, participanții **români** au remarcat prevalența senzaționalismului și a conținutului încărcat emoțional ca și contributory semnificativi la dezinformare.

Portugalia și **Austria** au demonstrat niveluri relativ ridicate de încredere în sursele de știri instituționale, atenuând amenințarea percepută a știrilor false. Cu toate acestea, participanții din aceste țări au recunoscut provocarea de a combate dezinformarea în timpul crizelor, cum ar fi pandemia de COVID-19, care a perturbat dinamica tradițională a încrederii. În **Polonia**, raportul evidențiază că, deși majoritatea respondenților întâlnesc știri false și le percep ca pe o amenințare semnificativă pentru democrație și viața politică, există un decalaj notabil în educația media formală. Majoritatea participanților au indicat o lipsă de pregătire în gândire critică sau abilități media, subliniind necesitatea unor intervenții direcționate. În ciuda acestui fapt, mulți respondenți se angajează activ în verificarea știrilor prin referințe încrucișate cu mai multe surse și utilizând platforme de încredere de verificare a faptelor.

În **Cipru**, respondenții și-au exprimat o vulnerabilitate sporită la știrile false din cauza accesului limitat la instrumente robuste de verificare. În schimb, **Țările de Jos** au evidențiat utilizarea proactivă a soluțiilor tehnologice și a platformelor de verificare a faptelor, demonstrând o cultură a responsabilității în consumul de știri.

5.5 Nevoi educaționale și bune practici

Necesitatea unei educații media îmbunătățite a apărut ca o temă consecventă în toate țările. **Grecia** și **Cipru** au subliniat dezvoltarea unor programe de formare fundamentală care vizează profesorii și elevii, reflectând un decalaj în curricula oficială. **Italia** și **România** au pledat pentru integrarea gândirii critice și a alfabetizării digitale în politicile educaționale naționale, cu accent pe abordarea dezinformării legate de probleme sociale și politice.

Germania și **Austria** au prezentat cadre mature de educație media, respondenții solicitând mai multe ateliere interactive și simulări în timp real pentru a aborda provocările emergente. **Belgia** a subliniat importanța colaborării intersectoriale între școli, ONG-uri și agenții guvernamentale pentru a susține o agendă cuprinzătoare de educație media.

Portugalia și **Țările de Jos** au subliniat importanța valorificării tehnologiei pentru a combate știrile false. Respondenții portughezi au susținut dezvoltarea de aplicații mobile pentru verificarea faptelor, în timp ce participanții olandezi au pledat pentru instrumente bazate pe inteligență artificială pentru a detecta informațiile greșite în timp real.

5.6 Constatări cheie

Analiza comparativă arată că, în timp ce țările se confruntă cu provocări comune în combaterea știrilor false, strategiile lor reflectă contexte socio-culturale și instituționale unice. Țările cu sisteme educaționale robuste, cum ar fi **Germania**, **Austria** și **Belgia**, manifestă o încredere mai mare în educația media, în timp ce țări precum **România** și **Cipru** evidențiază lacunele în resurse și formare.

Utilizarea proactivă a tehnologiei, așa cum s-a văzut în **Țările de Jos**, oferă un model pentru integrarea inovației în inițiativele de educație media. Simultan, accentul pus pe consolidarea încrederii și pe implicarea comunității în **Portugalia** și **Grecia** ilustrează importanța adaptării culturale în abordarea dezinformării.

Aceste constatări oferă o bază pentru intervenții personalizate în cadrul proiectului MILES, asigurând că strategiile se aliniază cu nevoile și capacitățile specifice ale fiecărei țări. Cercetările și colaborarea ulterioare vor fi esențiale pentru promovarea unui cadru european coeziv pentru educația media și dezvoltarea gândirii critice în era digitală.

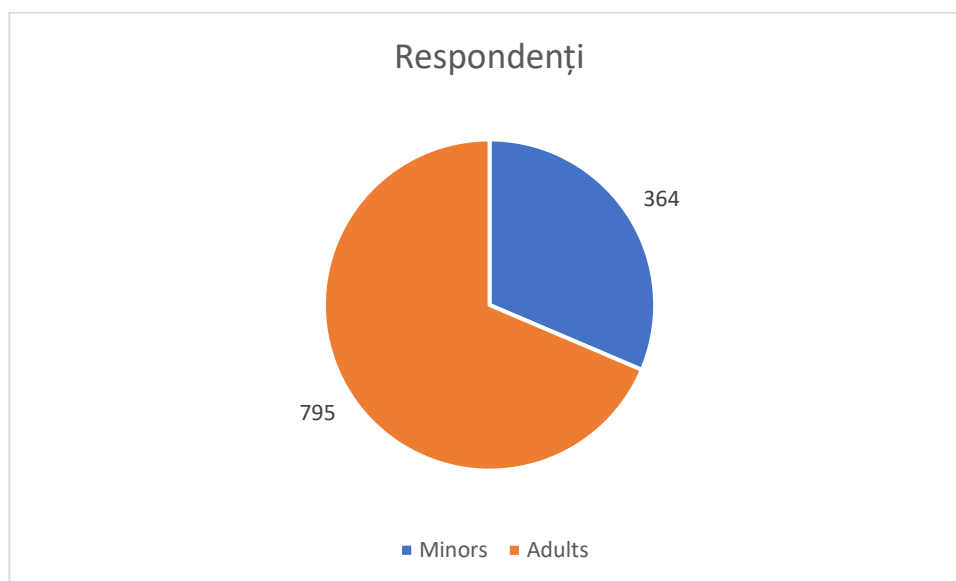
Date numerice și grafice

5.7 Profilul sociodemografic al respondenților

Răspunsuri la chestionare

S-au elaborat și aplicat chestionare separate pentru adulți și pentru minori. Numărul total de respondenți la sondaj a fost de 1159, dintre care 795 de adulți și 364 minori. În prima parte, vom aborda doar răspunsurile primite de la adulți, iar apoi cele de la minori.

Graficul nr.1

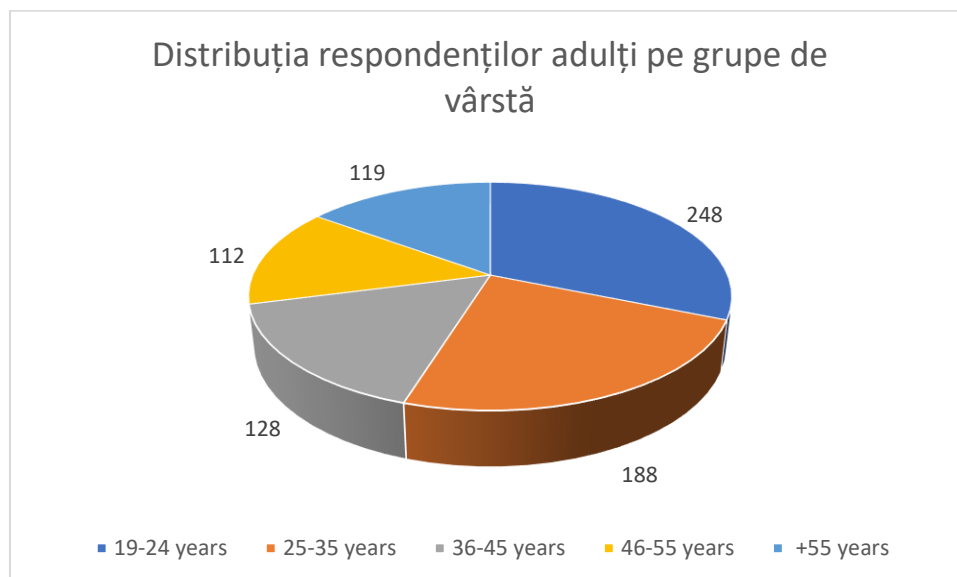


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Grupe de vârstă

Respondenții adulți au avut o participare mai mare în grupele de vârstă cuprinse între 19 și 24 de ani și între 25 și 35 de ani. Distribuția respondenților în aceste grupe de vârstă oferă un context important pentru interpretarea rezultatelor sondajului. Dominanța grupului de vârstă 25-35 de ani sugerează că acest grup demografic poate avea o influență semnificativă asupra constatărilor generale. Pe de altă parte, reprezentarea adulților din categoria de vârstă de peste 55 de ani poate oferi perspective diverse asupra problemelor precum alfabetizarea media, expunerea la dezinformare și alte subiecte abordate în sondaj. Înțelegerea distribuției de vârstă este crucială pentru analiza modului în care diferitele grupuri de vârstă percep și se implică în media și informații.

Graficul nr.2

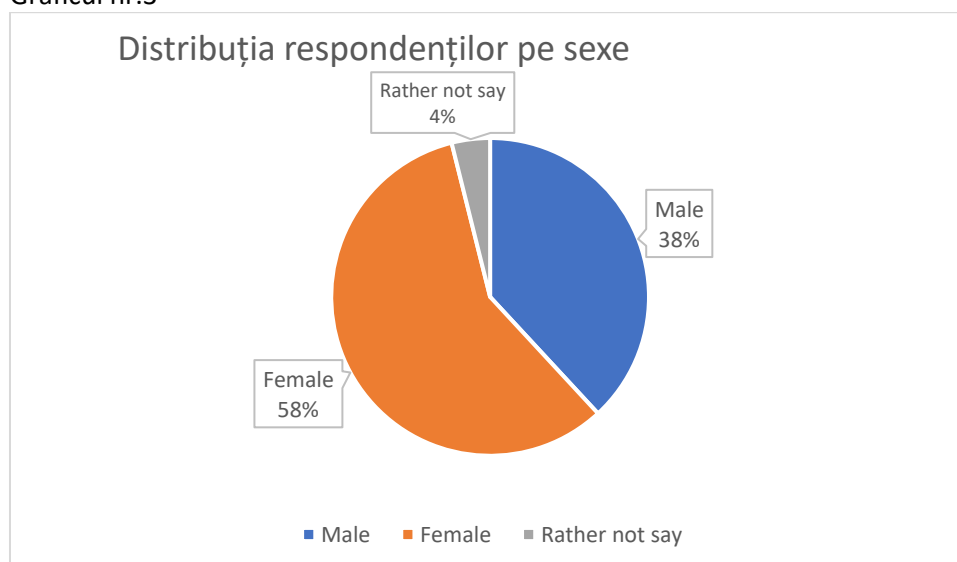


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Distribuția pe sexe

În ceea ce privește distribuția pe sexe a adulților din grupul de respondenți la sondaj, cel mai mare segment este reprezentat de femei (58%). Sondajul a avut așadar o rată de participare mai mare din rândul femeilor. Bărbații au reprezentat 38% din respondenți, restul de 4% fiind reprezentat de cei care au preferat să nu-și declare identitatea sexuală. Această defalcare pe sexe este importantă pentru înțelegerea perspectivelor și experiențelor reprezentate în sondaj, deoarece apartenența sexuală poate influența obiceiurile de consum media, percepția știrilor false și implicarea în inițiativele de educație media. Această distribuție ar trebui luată în considerare atunci când se analizează alte rezultate ale anchetei, deoarece poate afecta generalizarea constatărilor la populația mai largă.

Graficul nr.3



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

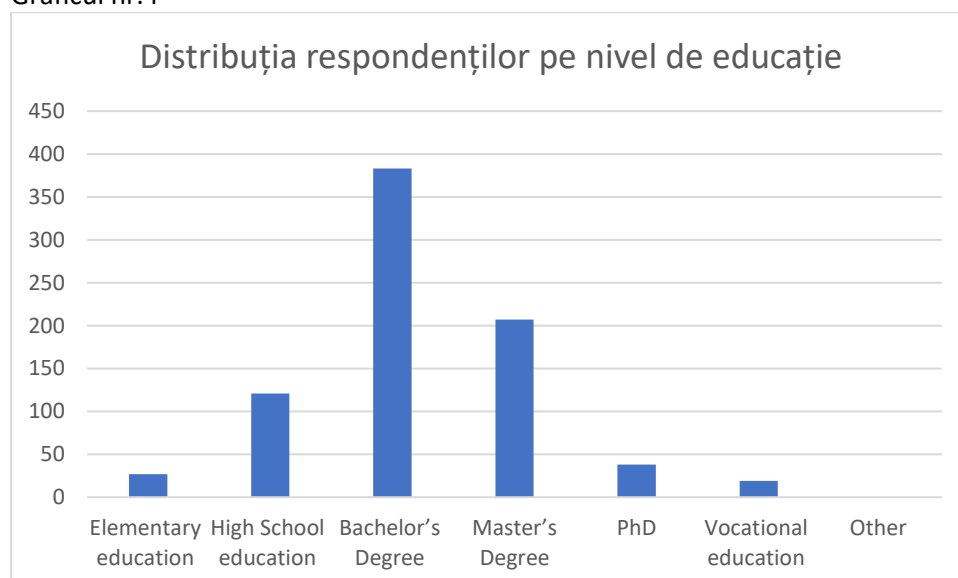
Nivelul de educație

Graficul nr. 4 ilustrează distribuția respondenților adulți în funcție de nivelul lor de educație, variind de la învățământul elementar la nivelurile mai avansate. La cel mai de jos capăt al spectrului, un număr mic de respondenți adulți au absolvit doar studiile elementare. Acest lucru sugerează că majoritatea participanților la sondaj au urmat studii dincolo de nivelul elementar, indicând un eșantion în general bine educat. Urcând pe scara educațională, numărul respondenților cu studii liceale este mai mare decât al celor cu studii doar elementare, deși reprezintă încă o parte relativ mică din totalul grupului. Acestea ar putea include persoane care au intrat pe piața muncii direct după liceu sau au ales formarea profesională în locul studiilor universitare.

Cel mai frecvent nivel de educație în rândul respondenților este nivelul de licență. Acest lucru sugerează că o parte semnificativă a participanților la sondaj au absolvit studii universitare de licență, reflectând o populație bine educată, cu o bază solidă în învățământul superior. Urmează îndeaproape cei cu masterat, al doilea grup ca mărime din sondaj. Prezența unui număr substanțial de participanți cu studii superioare reflectă angajamentul față de învățarea avansată și specializarea ulterioară în domeniile lor de studiu. Un segment mai mic de respondenți au absolvit studii doctorale.

Graficul arată, de asemenea, un număr mic de respondenți care au absolvit studiile profesionale. Această categorie include probabil persoane care au urmat formare specializată și dezvoltarea abilităților în meserii sau profesii specifice, oferind o cale educațională practică, orientată spre carieră. În cele din urmă, categoria „Altele”, care are cei mai puțini respondenți, sugerează că foarte puțini participanți nu se încadrează în parcursurile educaționale tradiționale enumerate. Aceasta ar putea include forme netradiționale de educație, cum ar fi metode alternative de învățare sau certificări care nu se aliniază cu celelalte categorii.

Graficul nr.4



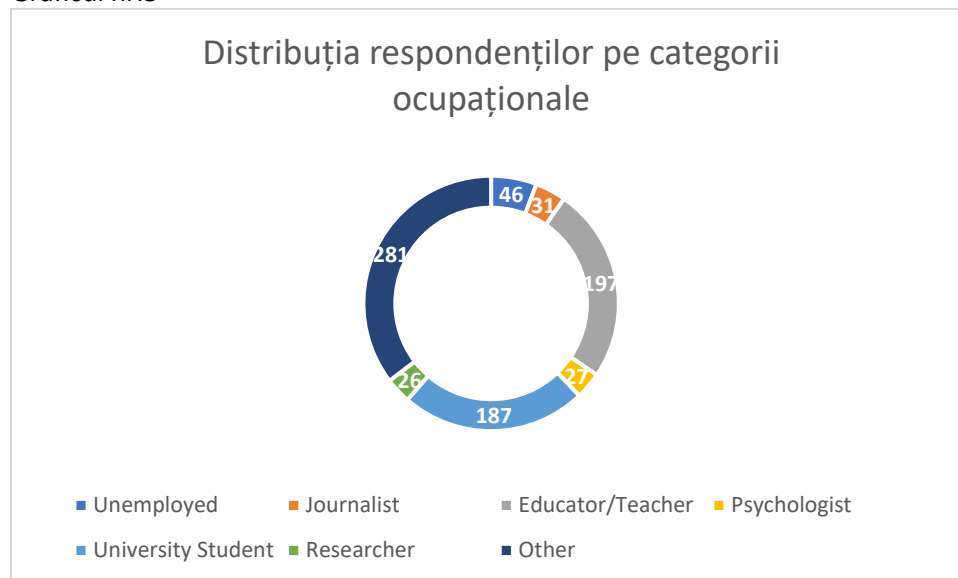
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Profesia respondenților

Graficul nr. 5 ilustrează distribuția funcție de profesie/ ocupație a respondenților la sondaj. Cel mai mare grup, etichetat ca „Altele”, include 281 de respondenți, indicând o gamă largă de profesii care nu sunt clasificate în mod specific în grafic. Acest lucru sugerează medii diverse în rândul participanților. Al doilea grup ca mărime este format din „Studentii”, cu 187 de respondenți. Această categorie este esențială în discuțiile despre educația media, având în vedere implicarea lor activă în media digitală. „Profesori”, cu 197 de respondenți, reprezintă un segment crucial, deoarece aceștia sunt direct implicați în realizarea educației media. Perspectivile lor sunt vitale în înțelegerea provocărilor și oportunităților din educație legate de acest domeniu. Segmentele mai mici includ „Cercetătorii” (26

de respondenți), „Jurnaliștii” (31 de respondenți) și „Psihologii” (27 de respondenți). Cercetătorii oferă perspective academice, jurnaliștii contribuie cu perspective asupra impactului dezinformării asupra mass-media, iar psihologii oferă înțelegerea efectelor cognitive și emoționale ale dezinformării. În final, sunt 46 de respondenți „Șomeri”. Deși nu este asociată cu o anumită profesie, includerea acestei categorii ajută la capturarea unei perspective societale mai ample. În general, graficul evidențiază mediile profesionale diverse ale respondenților, fiecare contribuind cu perspective valoroase asupra constatărilor sondajului privind educația media și dezinformarea.

Graficul nr.5



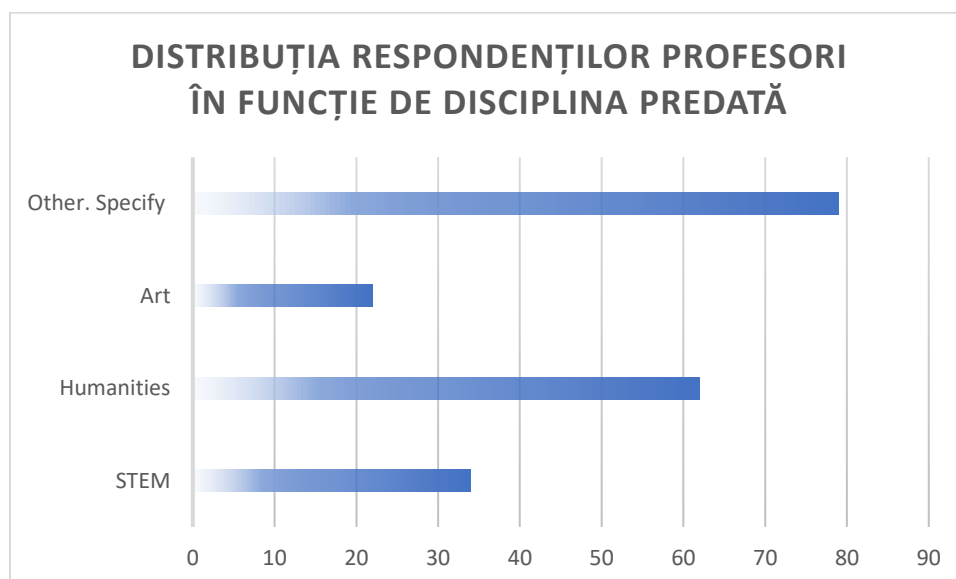
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Disciplina predată

În ceea ce privește domenii de expertiză ale profesorilor, așa cum este ilustrat în Graficul nr.6, categoria „Altele” are cel mai mare număr de cadre didactice, ceea ce indică faptul că mulți sunt specializați în domenii care nu sunt enumerate în mod specific în grafic. În continuare, „Științe umaniste” are și un număr semnificativ de profesori, reflectând o reprezentare puternică în discipline precum limbă și literatură și științe sociale.

„STEM” (Științe tehnologii, inginerie și matematică) are o reprezentare moderată. „Arta” are cei mai puțini profesori dintre categoriile enumerate. În general, graficul arată o distribuție diversă a expertizei didactice, cu un accent notabil pe „Altele” și „Științe umaniste”, în timp ce „Artă” și „STEM” sunt domenii de expertiză didactică mai modest reprezentate.

Graficul nr.6



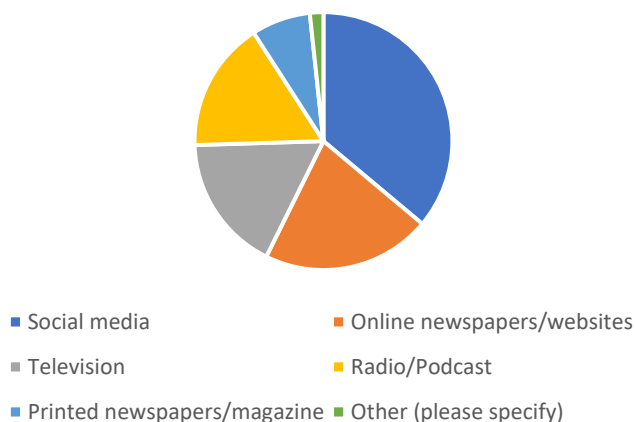
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

5.8 Expunerea la surse de știri

Graficul nr 7 de mai jos ilustrează distribuția surselor primare de știri folosite de respondenți (chestionarul a permis opțiuni multiple). Cel mai mare segment este Social Media, ceea ce indică faptul că o parte semnificativă a respondenților se bazează pe platformele de social media ca sursă principală de știri. Acest lucru reflectă tendința în creștere a oamenilor care apelează la platforme precum Facebook, Twitter și Instagram pentru informații și actualizări în timp real. Ziarele/site-urile online reprezintă o altă sursă majoră de știri pentru respondenți, subliniind importanța continuă a organizațiilor tradiționale de știri care au trecut la formatele digitale. Acest lucru sugerează că, în timp ce rețelele de socializare sunt populare, rămâne o preferință puternică pentru site-urile de știri dedicate pentru raportări mai detaliate. Televiziunea este o sursă importantă de știri pentru respondenți. În ciuda creșterii media digitale, televiziunea continuă să fie o sursă crucială de știri, în special pentru anumite categorii demografice care pot prefera știrile vizuale și transmisiunile în direct. Radio/Podcasturile reprezintă o pondere mai mică, dar totuși notabilă, între sursele primare de știri ale respondenților. Acest lucru indică faptul că mediile audio, inclusiv emisiunile radio tradiționale și podcasturile moderne, joacă încă un rol semnificativ în modul în care oamenii accesează știrile. Ziarele/Reviste tipărite sunt preferate de un grup mai mic de respondenți. Acest segment, deși mai mic, subliniază relevanța continuă a publicațiilor fizice într-o lume din ce în ce mai digitală. Categoria *Altele* reprezintă surse alternative de știri specificate de respondenți. Acestea pot include publicații de nișă, buletine informative sau alte forme de media care nu sunt acoperite de categoriile principale. În general, graficul relevă o gamă diversă de obiceiuri de consum de știri în rândul respondenților, cu un accent puternic pe rețelele digitale și sociale, dar părți semnificative se bazează încă pe platforme tradiționale precum televiziunea, radioul și presa scrisă.

Graficul nr.7

Sursele primare de știri preferate de respondenți (opțiuni multiple)

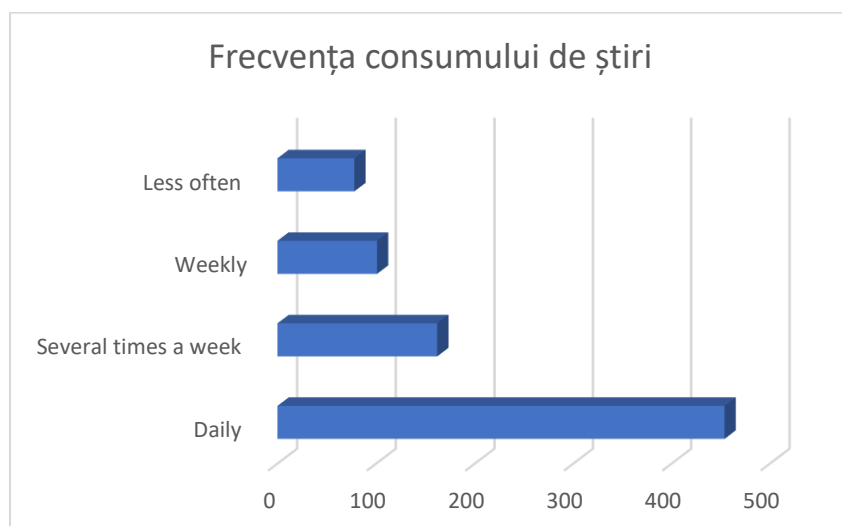


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Frecvența consumului de știri

Graficul nr 8 ilustrează frecvența cu care respondenții interacționează cu conținutul știrilor. Graficul este împărțit în patru categorii: „Zilnic”, „De mai multe ori pe săptămână”, „Săptămânal” și „Mai rar”. Cea mai mare categorie, „Zilnic”, arată că majoritatea semnificativă a respondenților interacționează zilnic cu conținut de știri. Acest lucru indică un nivel ridicat de interacțiune regulată cu știrile, sugerând că a rămâne informat este o prioritate zilnică pentru mulți participanți. Următorul grup ca mărime este „De mai multe ori pe săptămână”, ceea ce indică faptul că un număr substanțial de respondenți accesează știrile de mai multe ori pe parcursul săptămânii, dar nu neapărat în fiecare zi. Acest grup menține încă un nivel de interacțiune ridicat cu conținutul de știri, deși cu o intensitate puțin mai mică decât consumatorii zilnici. Frecvența „săptămânală” arată că unii respondenți preferă să se informeze despre știri o dată pe săptămână. Acest grup poate reprezenta indivizi care interacționează cu știrile în mod mai selectiv sau cei care preferă să acceseze știrile în sesiuni mai mari și mai puțin frecvente. Cea mai mică este categoria „Mai rar”, care denotă respondenții ce interacționează cu conținutul de știri mai rar decât o dată pe săptămână. Acest grup este format probabil din persoane care au un interes limitat pentru evenimentele curente. În general, graficul arată că majoritatea respondenților sunt foarte implicați cu conținutul de știri în mod regulat, consumul zilnic fiind cel mai frecvent. Această frecvență mare de consum de știri reflectă un interes puternic pentru a rămâne informat și sugerează că știrile joacă un rol important în viața de zi cu zi a multor participanți.

Graficul nr.8

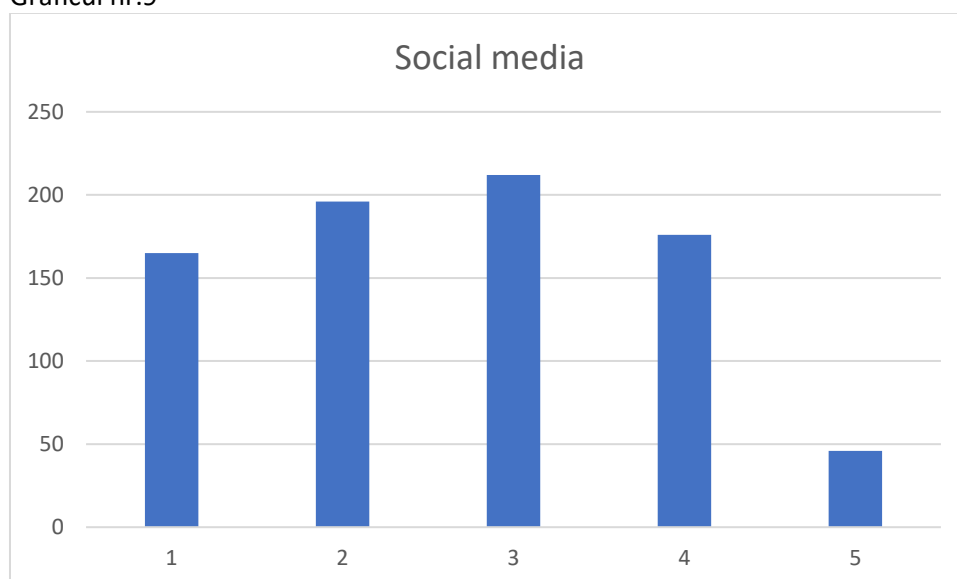


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Sursa de știri: Social Media

La întrebarea despre nivelul lor de încredere în diferite surse de știri, în ceea ce privește rețelele sociale, respondenții par să aibă percepții diferite despre încredere în surse, dar acest lucru nu este aliniat cu obiceiurile lor, deoarece unele dintre cele mai utilizate platforme nu sunt cele mai de încredere.

Graficul nr.9

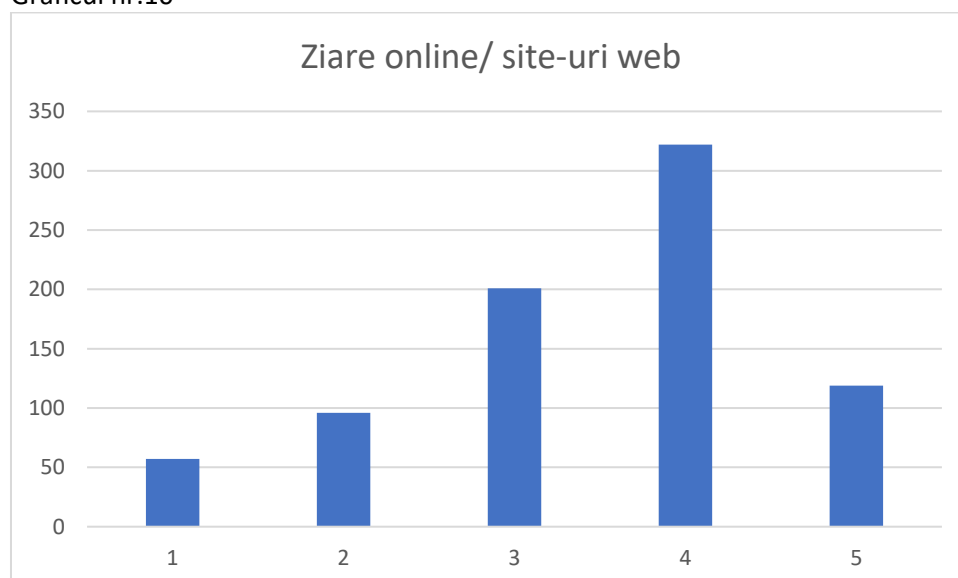


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Sursa de știri: ziare online și site-uri web

Graficul nr 10 ilustrează încrederea pe care o au respondenții în ziarle și site-urile online, relevând că, deși există o oarecare variație în nivelurile de încredere, majoritatea respondenților văd ziarlele și site-urile online ca surse de informații de încredere, un număr semnificativ plasându-le în categorii de încredere superioare. Acest lucru sugerează că platformele de știri digitale joacă un rol crucial în diseminarea informațiilor și sunt în general private ca fiind de încredere de către participanții la sondaj.

Graficul nr.10

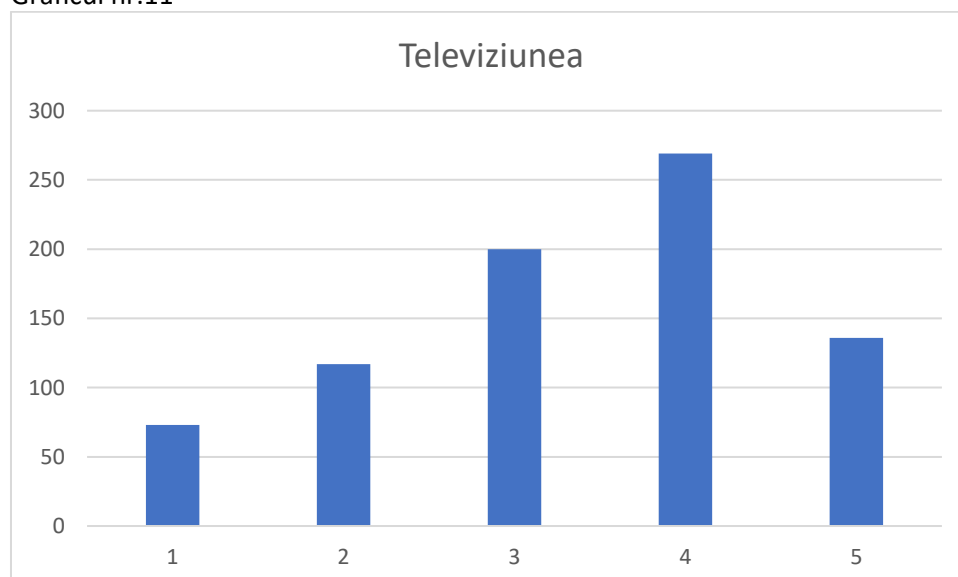


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Sursa de știri: televiziunea

Graficul nr 11 arată că, deși există o oarecare variație în nivelurile de încredere, televiziunea este în general văzută ca o sursă de informații de încredere de către majoritatea respondenților; mulți o plasează în categoriile de încredere superioară. Acest lucru sugerează că, în ciuda creșterii mass-mediei digitale, televiziunea continuă să dețină o poziție puternică printre sursele de știri de încredere pentru mulți oameni.

Graficul nr.11

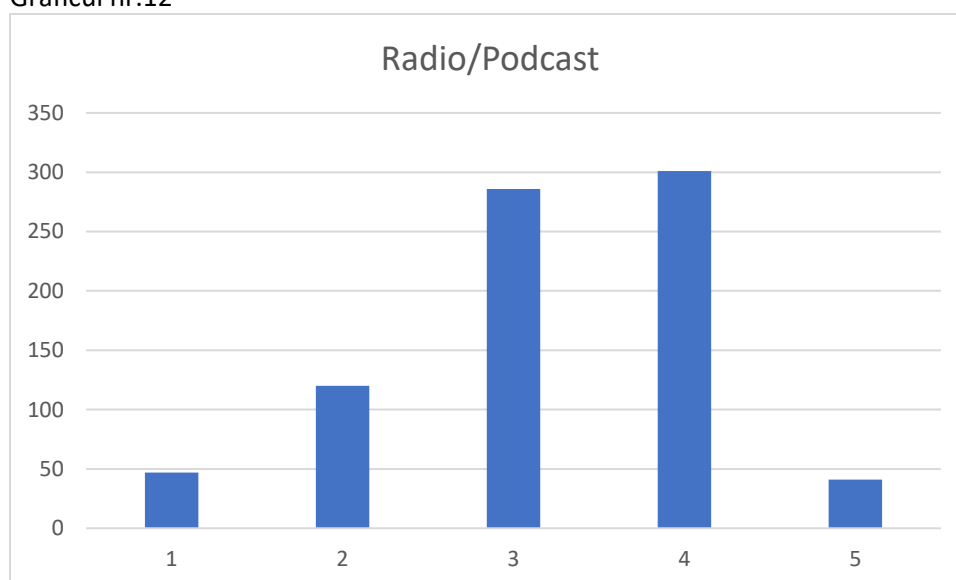


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Sursa de știri: radio/podcast-uri

Graficul nr. 12 arată că majoritatea respondenților văd radioul și podcasturile ca surse sigure de informații, cu un accent puternic pe niveluri de încredere moderate spre ridicate. Acest lucru reflectă relevanța continuă a mass-mediei audio în furnizarea de știri și informații de încredere pentru publicul larg.

Graficul nr.12

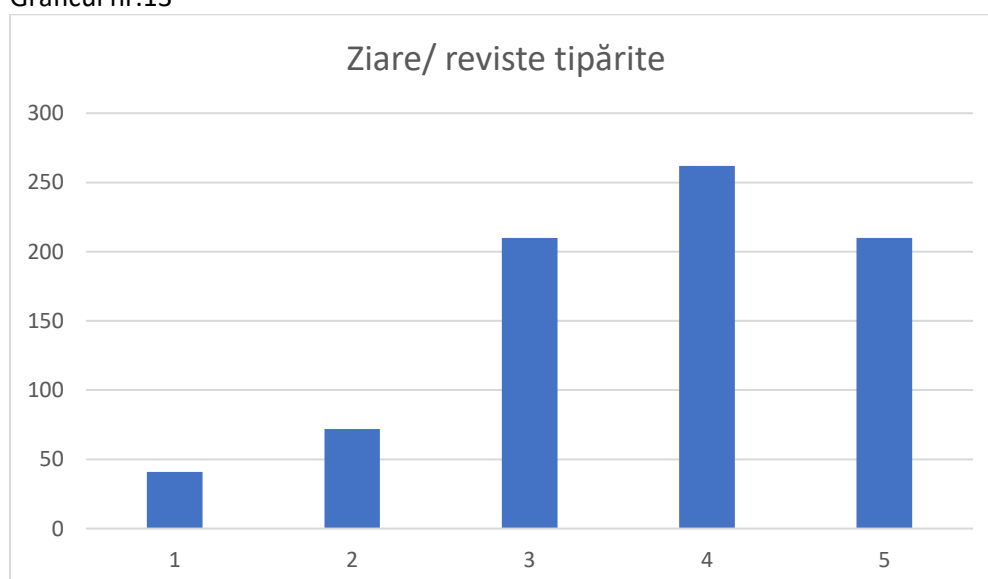


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Sursa de știri: ziare/ reviste tipărite

Graficul nr 13 sugerează că ziarele și revistele tipărite sunt, în general, privite ca surse de informații mai mult sau mai puțin de încredere de către majoritatea respondenților, mulți dintre ei plasându-le în categoriile mai mari de încredere. Acest lucru indică faptul că presa scrisă tradițională continuă să dețină o poziție puternică printre sursele de știri și informații de încredere.

Graficul nr.13

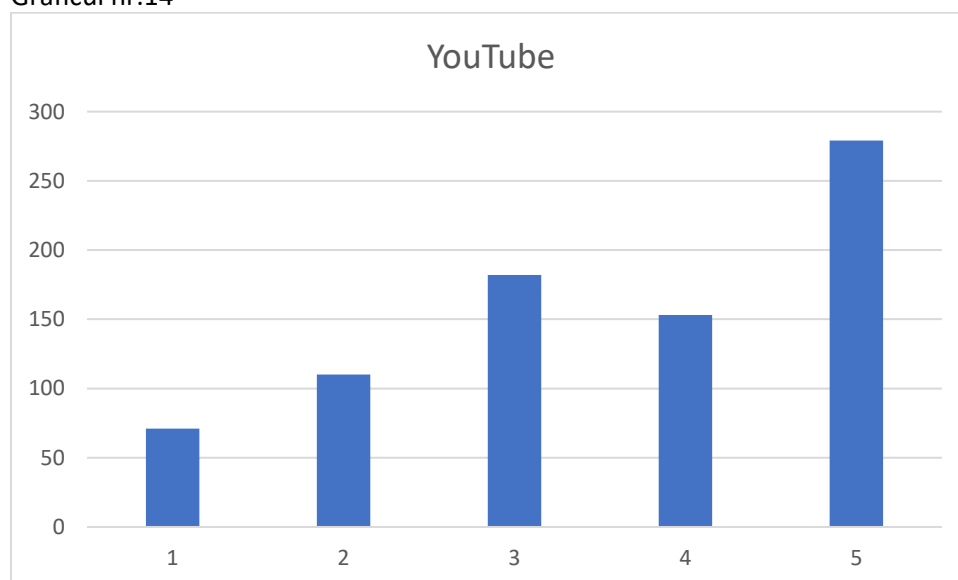


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Youtube

Graficul nr.14 reprezintă percepția respondenților cu privire la probabilitatea ca YouTube să răspândească știri false, folosind o scală de la 1 la 5, unde 1 indică cea mai mică probabilitate și 5 indică cea mai mare probabilitate. Distribuția arată că o parte mai mică dintre respondenți consideră că YouTube este foarte puțin probabil să răspândească știri false, ceea ce sugerează o anumită încredere în platformă. Cu toate acestea, pe măsură ce evaluările cresc, există o schimbare vizibilă, un număr semnificativ de respondenți atribuind un rating de 3, indicând o îngrijorare moderată că YouTube ar putea răspândi știri false. Cele mai înalte evaluări ale probabilității, în special 5, reflectă faptul că o parte considerabilă dintre respondenți consideră că YouTube este foarte probabil să răspândească știri false. Acest lucru sugerează că, în ciuda popularității YouTube, există o îngrijorare semnificativă în rândul utilizatorilor cu privire la potențialul de dezinformare pe platformă, în special datorită gamei sale vaste de conținut generat de utilizatori.

Graficul nr.14



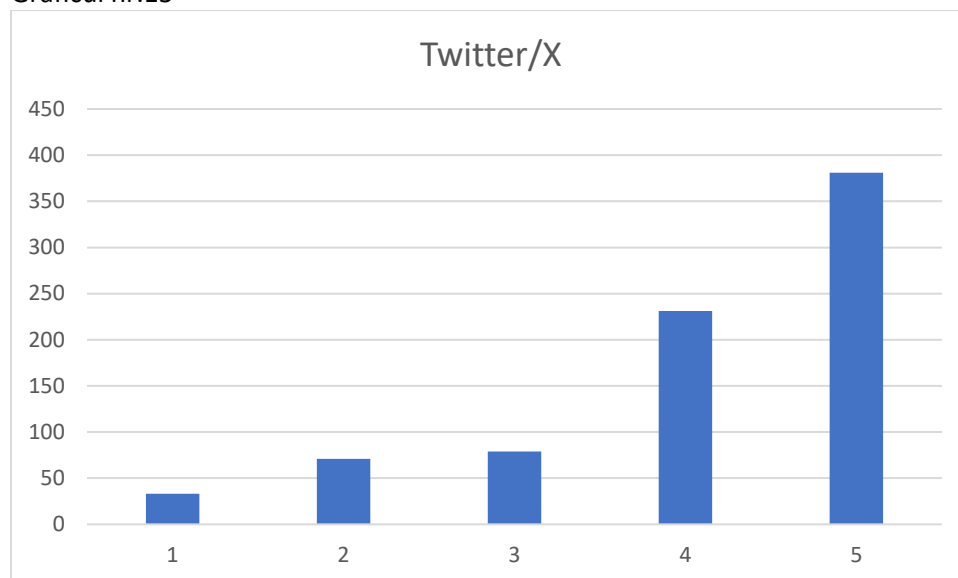
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Twitter

Graficul nr 15 ilustrează percepțiile respondenților cu privire la probabilitatea ca Twitter (cunoscut acum ca X) să răspândească știri false, folosind o scală de la 1 (cel mai puțin probabil) la 5 (cel mai probabil). Puțini respondenți consideră că platformă este puțin probabil să răspândească știri false, iar numărul crescând de respondenți care evaluează Twitter la un 2 sau 3 reflectă îngrijorările tot mai mari cu privire la potențialul platformei de a disemina informații greșite.

Mulți respondenți au evaluat Twitter la 4, iar un grup și mai mare l-a plasat la 5, ceea ce indică faptul că majoritatea respondenților consideră că Twitter este foarte probabil să răspândească știri false. Acest lucru sugerează că există un scepticism considerabil cu privire la gradul de încredere al informațiilor de pe Twitter, probabil din cauza naturii rapide a platformei, a prevalenței conținutului neverificat generat de utilizatori și a răspândirii frecvente de zvonuri și a dezinformări. Aceste date subliniază provocările cu care se confruntă Twitter pentru a fi perceput ca o sursă de informații de încredere, mulți utilizatori văzându-l ca pe o platformă în care știrile false pot prolifera cu ușurință.

Graficul nr.15

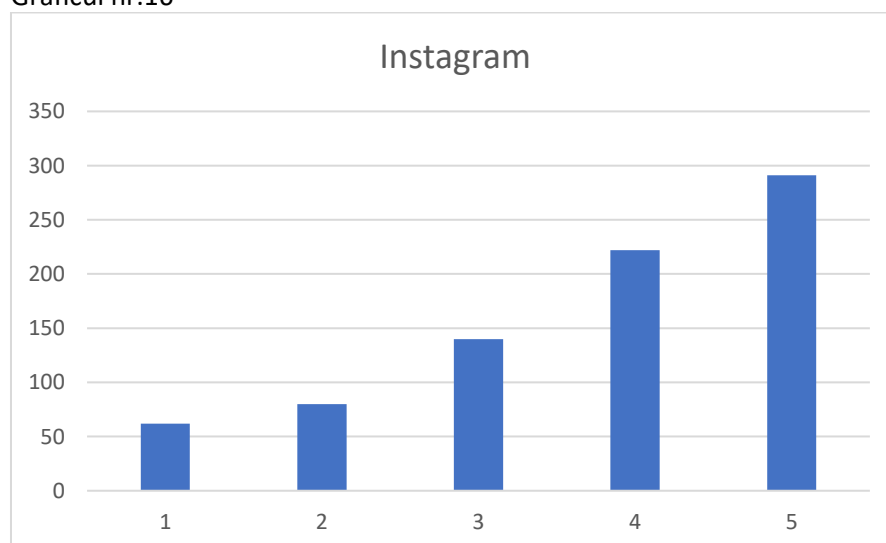


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Instagram

Graficul nr.16 ilustrează percepția respondenților cu privire la probabilitatea ca Instagram să răspândească știri false, pe o scară de la 1 (cel mai puțin probabil) la 5 (cel mai probabil). Datele indică faptul că mai puțini respondenți cred că este foarte puțin probabil ca Instagram să răspândească știri false, cu o oarecare creștere a celor care o consideră oarecum probabilă, reflectând preocupările cu privire la credibilitatea informațiilor partajate pe o platformă puternic determinată de conținutul generat de utilizatori. O parte semnificativă dintre respondenți plasează Instagram la nivelul 4 sau 5, ceea ce sugerează că mulți utilizatori Instagram, în ciuda popularității sale, percep riscul semnificativ ca Instagram să fie o platformă în care dezinformarea poate prolifera cu ușurință, mai ales având în vedere accentul pe care îl pune pe conținutul vizual și influența utilizatorilor populari care s-ar putea să nu verifice întotdeauna informațiile pe care le distribuie.

Graficul nr.16



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

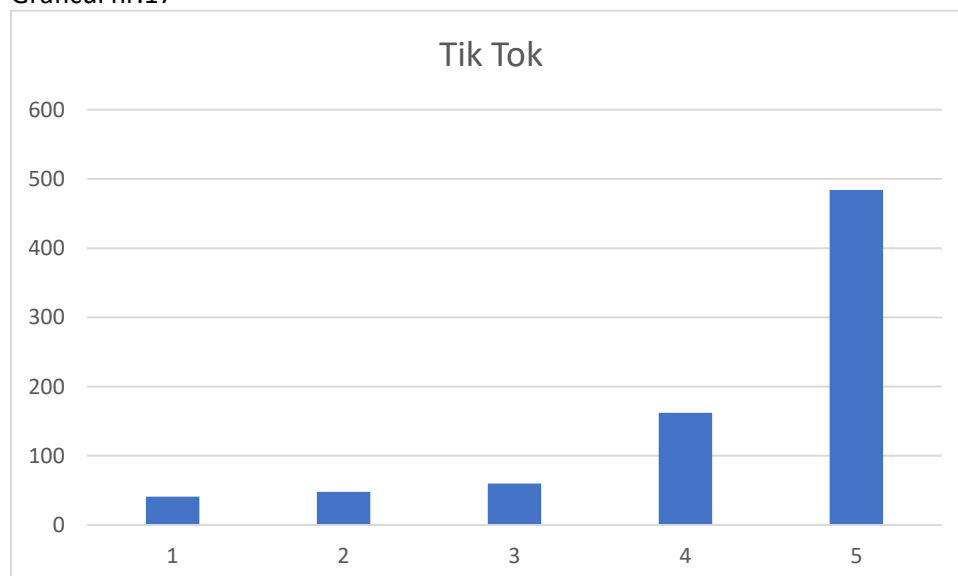
TikTok

Graficul nr 17 ilustrează percepțiile respondenților despre TikTok ca sursă de știri false, folosind o scală de la 1 (cel mai puțin probabil) la 5 (cel mai probabil). Graficul arată că un număr mic de respondenți consideră că TikTok este puțin probabil să răspândească știri false, așa cum indică barele mai scurte pentru evaluările cu scorul 1 și 2. Numărul respondenților crește ușor la nivelul 3, reflectând o îngrijorare moderată cu privire la potențialul de dezinformare al platformei. Cea mai frapantă caracteristică a acestui grafic este numărul foarte mare al respondenților care evaluează TikTok la nivelurile 4 și mai ales 5. Acest lucru indică faptul că majoritatea respondenților cred că TikTok este foarte probabil să răspândească știri false.

Aceste date evidențiază o problemă critică: în ciuda popularității imense a lui TikTok, în special în rândul publicului mai tânăr, este perceput de mulți ca o platformă în care dezinformarea se poate răspândi cu ușurință. Formatul TikTok, care pune accent pe videoclipuri scurte, captivante, care sunt rapid consumate și partajate, poate contribui la această percepție. Consumul rapid de conținut și ușurința cu care videoclipurile pot deveni virale pe TikTok ar putea face mai dificil pentru utilizatori să discearnă acuratețea informațiilor prezentate.

Faptul că TikTok este văzut ca o sursă majoră de știri false, dar încă atrage o bază vastă de utilizatori ridică întrebări importante despre literația media și rolul rețelelor sociale în modelarea percepției publice. Acesta sugerează necesitatea unor eforturi sporite în educarea utilizatorilor, în special a publicului mai tânăr, cu privire la evaluarea critică a conținutului pe care îl consumă pe astfel de platforme. În plus, evidențiază responsabilitatea platformelor precum TikTok de a implementa măsuri mai radicale pentru a preveni răspândirea dezinformării. În ciuda reputației sale ca sursă de știri false, utilizarea pe scară largă a TikTok subliniază influența sa semnificativă, făcându-l un mediu puternic atât în mod pozitiv, cât și în mod potențial dăunător. Această dualitate prezintă o provocare pentru societate: cum să valorificăm beneficiile unor astfel de platforme, atenuând în același timp riscurile asociate cu răspândirea dezinformării.

Graficul nr.17



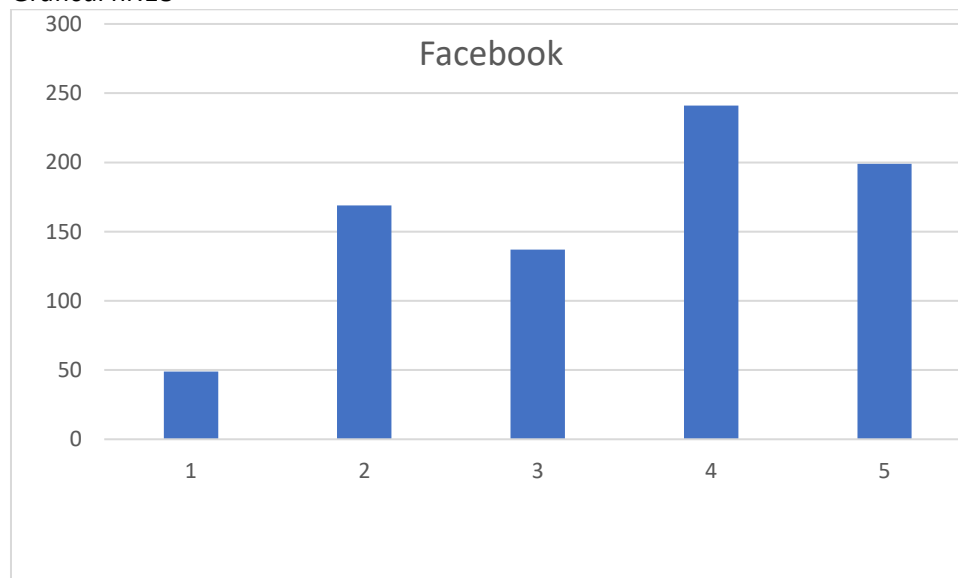
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Facebook

Graficul nr.18 prezintă percepțiile respondenților cu privire la probabilitatea Facebook de a răspândi știri false, folosind o scală de la 1 (cel mai puțin probabil) la 5 (cel mai probabil). Graficul arată că o mică parte dintre respondenți au evaluat Facebook ca fiind foarte puțin probabil să răspândească știri false, așa cum indică bara mai scurtă pentru scorul 1. Există o creștere vizibilă a numărului de respondenți care au evaluat Facebook la nivelul 2, ceea ce sugerează că mai mulți participanți au unele rezerve cu privire la fiabilitatea platformei. Numărul respondenților care au evaluat Facebook la nivelul 3 este ușor mai mic, iar bara pentru nivelul 4 este cea mai înaltă, ceea ce arată că mulți respondenți cred că Facebook este probabil să răspândească știri false. Scorul 5, deși atribuit de ceva mai puține persoane, reprezintă totuși o parte substanțială a respondenților care consideră că Facebook este foarte probabil să răspândească dezinformare. Această distribuție sugerează că un număr semnificativ de utilizatori sunt sceptici cu privire la acuratețea informațiilor de pe Facebook și le privesc ca pe o platformă în care știrile false sunt predominante.

Această percepție este critică, având în vedere baza extinsă de utilizatori ai Facebook și rolul său ca sursă majoră de știri și informații pentru milioane de oameni din întreaga lume. Faptul că Facebook ar putea răspândi știri false reflectă îngrijorări mai ample cu privire la capacitatea platformei de a gestiona și filtra conținutul în mod eficient, în special având în vedere istoria sa de lupte cu dezinformarea. În ciuda acestor preocupări, Facebook rămâne utilizat pe scară largă, evidențiind provocarea de a echilibra rolul său de instrument vital de comunicare cu nevoia de a asigura acuratețea și fiabilitatea informațiilor pe care le difuzează. Această tensiune subliniază importanța eforturilor continue de a îmbunătăți moderarea conținutului și de a îmbunătăți competențele de literație media în rândul utilizatorilor.

Graficul nr.18



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

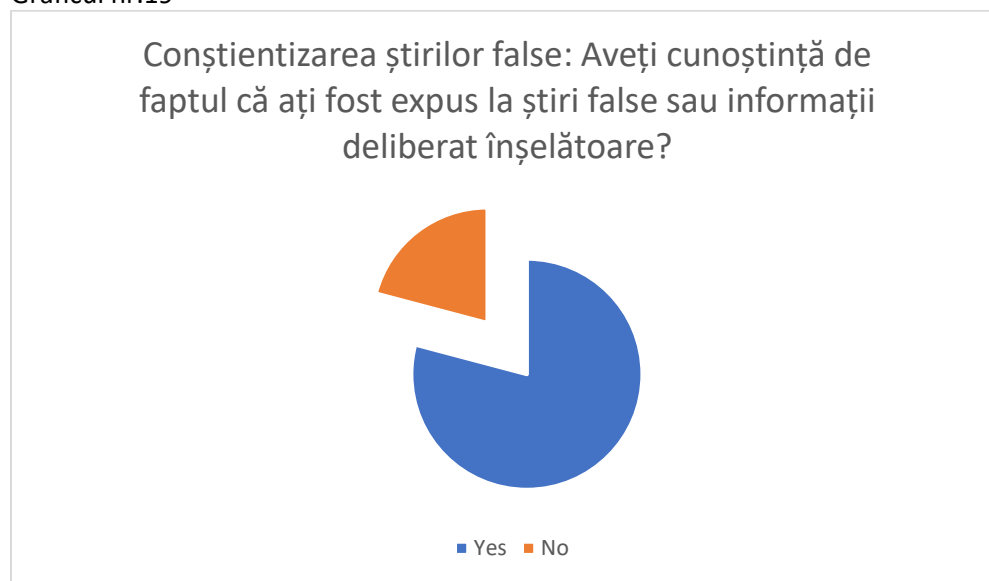
5.9 Percepțiile despre știrile false și despre impactul lor

Ce sunt știrile false?

În ceea ce privește percepția asupra expunerii la știri false și impactul lor, Graficul nr.19 ilustrează gradul de conștientizare a respondenților față de știrile false, în mod specific dacă au întâlnit vreodată conținut pe care îl consideră a fi știri false. Marea majoritate a respondenților au întâlnit ceea ce credeau că sunt știri false. Acest lucru sugerează un nivel ridicat de conștientizare în rândul participanților cu privire la prezența dezinformării în mass-media pe care le consumă. O minoritate a respondenților nu au întâlnit sau recunoscut știri false în experiența lor.

Acest grafic evidențiază prevalența percepției despre diseminarea știrilor false în peisajul informațional, majoritatea respondenților indicând că au fost expuși la conținut înșelător sau fals. Această conștientizare larg răspândită subliniază importanța educației media și a abilităților de gândire critică pentru a-i ajuta pe indivizi să identifice și să răspundă la știrile false sau, de fapt, ar putea arăta că majoritatea respondenților noștri sunt conștienți de știrile false și cum să le descopere.

Graficul nr.19



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

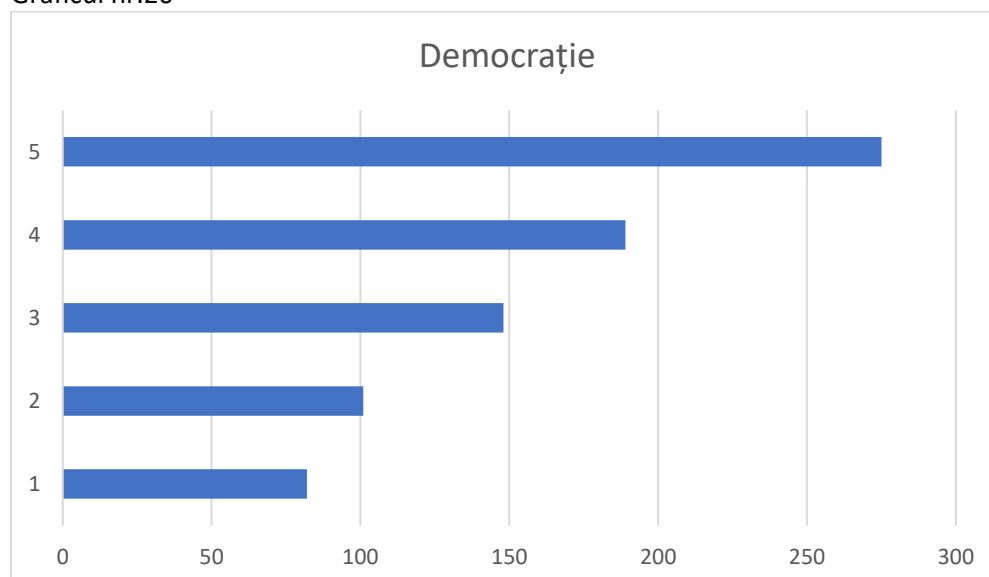
Impactul știrilor false asupra democrației

Graficul nr.20 reprezintă opiniile respondenților cu privire la măsura în care ei cred că știrile false influențează democrația. Răspunsurile sunt atribuite pe o scară de la 1 la 5, unde 1 indică cel mai mic impact și 5 indică cel mai semnificativ impact.

Graficul arată că majoritatea respondenților consideră că știrile false au un impact substanțial asupra democrației, cel mai mare număr de respondenți selectând 5, ratingul de impact maxim. Al doilea cel mai mare număr de respondenți a evaluat impactul la 4, indicând în continuare o preocupare puternică cu privire la influența știrilor false asupra proceselor democratice.

Mai puțini respondenți au ales evaluări de 3, 2 și 1, indicând faptul că, deși unii consideră că impactul este moderat până la minim, consensul general este că știrile false reprezintă o amenințare serioasă la adresa democrației. Acest lucru sugerează o percepție larg răspândită conform căreia dezinformarea poate submina instituțiile democratice și integritatea alegerilor, ceea ce duce la un efect potențial destabilizator asupra guvernării.

Graficul nr.20

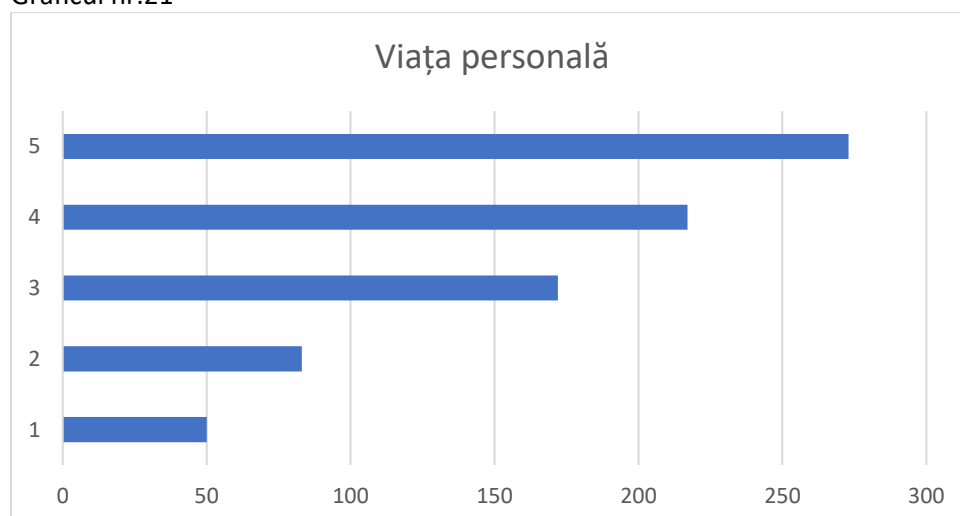


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Impactul știrilor false asupra vieții personale

Un număr considerabil de respondenți consideră că știrile false au un impact puternic asupra vieții personale, așa cum se arată în Graficul nr.21, cel mai mare număr de respondenți selectând 5, indicând un efect semnificativ. Această categorie este urmată îndeaproape de cei care au evaluat impactul la 4, ceea ce sugerează că mulți respondenți consideră că știrile false pot influența profund deciziile personale, relațiile și bunăstarea generală. Mai puțini respondenți au evaluat impactul ca fiind moderat (3), iar și mai puțini au selectat 2 sau 1. Așadar, deși unii indivizi consideră că impactul știrilor false asupra vieții personale este mai puțin sever, majoritatea îl consideră o problemă serioasă.

Graficul nr.21

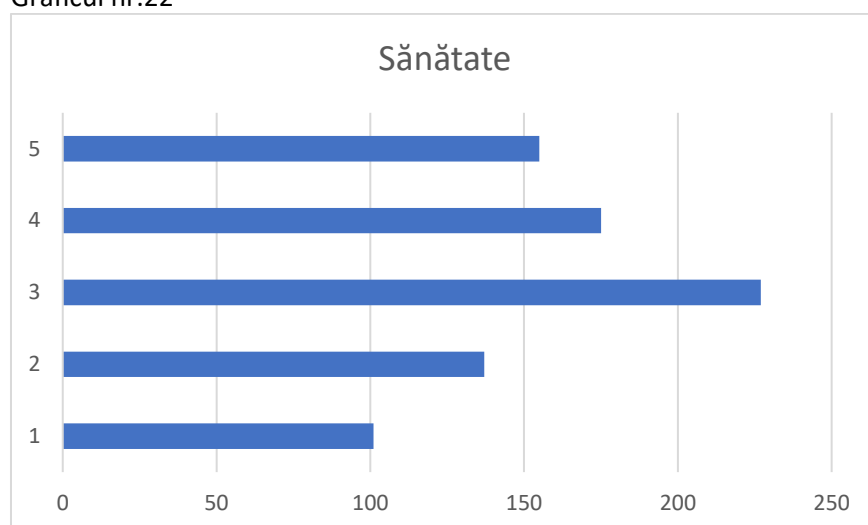


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Impactul știrilor false asupra sănătății

Cea mai proeminentă bară din Graficul nr.22 este pentru nota de 3, ceea ce indică faptul că o parte semnificativă a respondenților consideră că impactul știrilor false asupra sănătății este moderat. Acest lucru sugerează că, deși respondenții recunosc că știrile false pot afecta deciziile și percepțiile legate de sănătate, mulți văd acest impact ca fiind nici minim, nici maxim. Barele pentru scorurile de 4 și 5 sunt, de asemenea, substanțiale, indicând faptul că mulți respondenți cred că știrile false au un impact puternic spre foarte puternic asupra sănătății. Aceste răspunsuri evidențiază îngrijorarea că dezinformarea poate duce la consecințe dăunătoare, cum ar fi răspândirea de informații false despre sănătate sau ezitarea cu privire la tratamentele medicale. Mai puțini respondenți au selectat scorurile 1 și 2, ceea ce sugerează că doar o minoritate consideră că impactul știrilor false asupra sănătății este redus.

Graficul nr.22

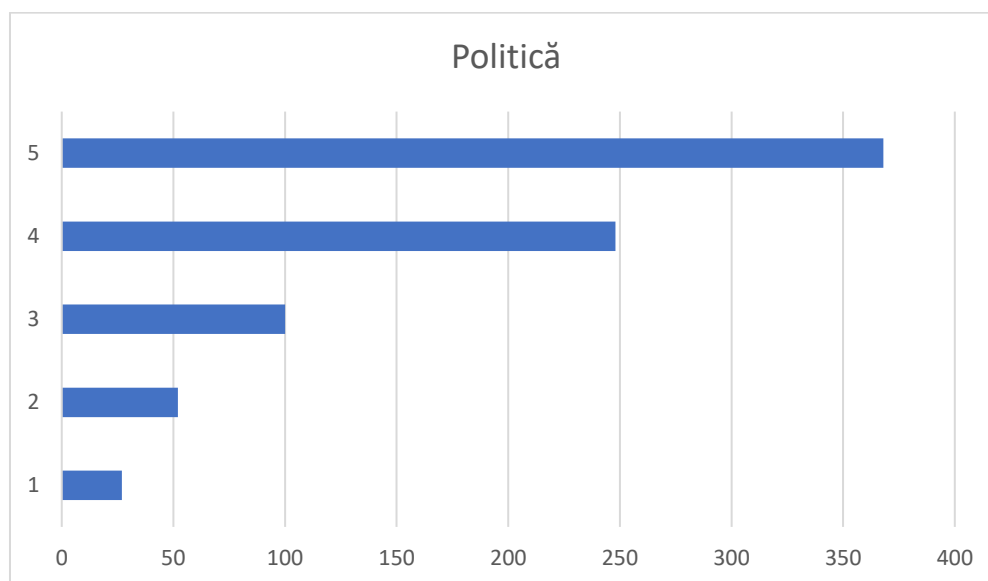


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Impactul știrilor false asupra politicii

Graficul nr. 23 indică în mod clar că majoritatea respondenților consideră că știrile false au un impact foarte puternic asupra politicii. Acest lucru sugerează îngrijorarea larg răspândită că dezinformarea poate influența semnificativ rezultatele politice, opinia publică, și procesele democratice. Al doilea cel mai frecvent răspuns este la nivelul 4, subliniind în continuare faptul că mulți participanți percep știrile false ca având un efect substanțial asupra peisajului politic. Mai puțini respondenți au evaluat impactul la nivelul 3, un număr și mai mic selectând nivelurile 2 și 1, indicând faptul că doar o minoritate consideră că știrile false au un efect moderat până la minim asupra politicii. În general, datele evidențiază un consens puternic conform căruia știrile false sunt un factor major în modelarea discursului și deciziilor politice, reflectând preocupările profunde cu privire la potențialul lor de a submina stabilitatea politică și încrederea în instituțiile democratice.

Graficul nr. 23



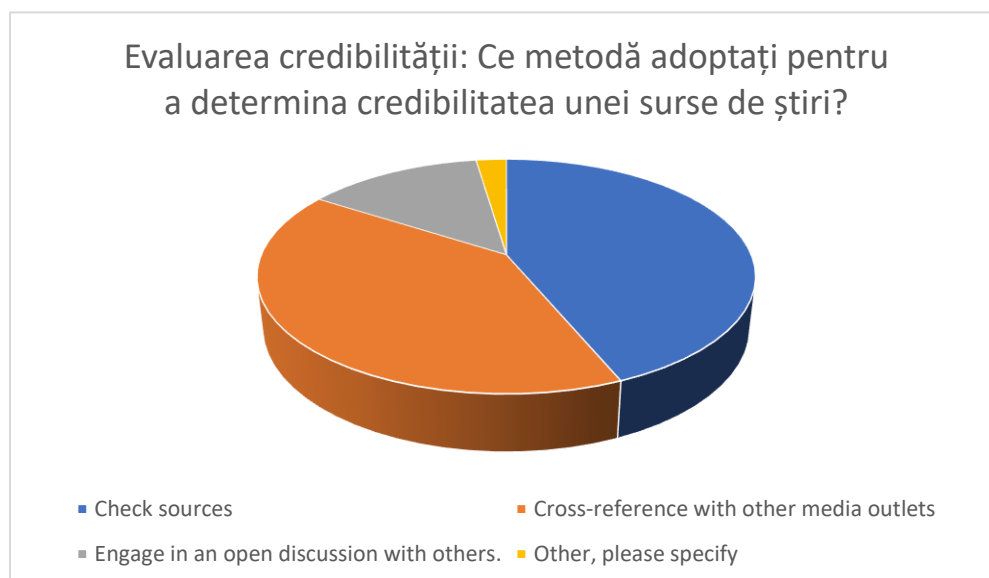
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Cum se evaluează credibilitatea surselor de știri

Graficul nr.24 ilustrează metodele pe care respondenții le folosesc pentru a evalua credibilitatea unei surse de știri. Graficul este împărțit în patru segmente: „Verificați sursele”, „Referințe încrucișate cu alte instituții media”, „Vă angajați într-o discuție deschisă cu alții” și „Altele, vă rugăm să specificați”. Majoritatea respondenților se bazează pe „Verificarea surselor” ca metodă principală pentru a determina credibilitatea unei surse de știri. Acest lucru sugerează că un număr semnificativ de participanți acordă importanță verificării originii și fiabilității informațiilor înainte de a le lua de bune, evidențiind o abordare critică a consumului media. A doua categorie ca mărime reprezintă respondenții care preferă să facă „referințe încrucișate cu alte instituții media”. Această metodă implică compararea informațiilor pe diferite platforme pentru a vedea dacă sunt consecvente, ceea ce demonstrează în continuare o atitudine atentă și discernătoare față de știri. Unii respondenți declară că se angajează în discuție deschisă cu alții pentru a determina credibilitatea unei surse de știri. Această abordare indică faptul că dialogul și schimbul de opinii și perspective joacă un rol în modul în care unii indivizi evaluează informațiile, sugerând un aspect social al evaluării credibilității.

În general, respondenții sunt implicați activ în verificarea credibilității surselor de știri, cu o preferință puternică pentru verificarea directă a surselor și referințe încrucișate cu alte canale de mass-media. Această abordare atentă a consumului de știri este crucială într-o eră în care dezinformarea este predominantă și evidențiază importanța abilităților de gândire critică în navigarea peisajului informațional modern.

Graficul nr.24



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

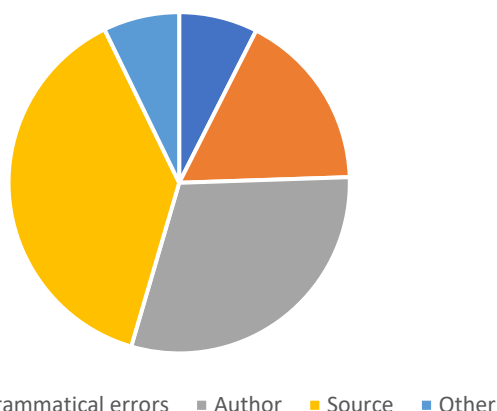
Criterii pentru determinarea credibilității unei surse de știri

Graficul nr.25 ilustrează criteriile pe care respondenții le consideră importante atunci când evaluează credibilitatea unei surse de știri. Diagrama este împărțită în mai multe segmente: „Titlu”, „Erori gramaticale”, „Autor”, „Sursă” și „Altele”.

Cel mai mare segment îl reprezintă respondenții care prioritizează „Sursa” știrilor. Acest lucru indică faptul că originea informațiilor este cel mai semnificativ factor pentru mulți indivizi atunci când determină credibilitatea unei știri. Încrederea în sursă sugerează că respondenții se bazează foarte mult pe reputația și fiabilitatea publicației de știri sau a editorului. Cei care consideră „Autor” drept criteriul critic sunt de asemenea în proporție considerabilă. Acest lucru sugerează că mulți respondenți apreciază credibilitatea, expertiza și reputația autorului din spatele articolului de știri atunci când evaluează fiabilitatea acestuia. Identitatea și istoricul autorului sunt astfel văzute ca indicatori importanți ai informațiilor demne de încredere. Alegerea opțiunii „Erori gramaticale” arată că unii respondenți judecă credibilitatea unei surse de știri pe baza calității scrisului. Gramatica slabă poate semnala acestor persoane că știrea nu este produs profesional sau demn de încredere, ceea ce ar putea submina fiabilitatea percepută a știrilor. „Titlu” este cel mai mic segment, ceea ce indică faptul că puțini respondenți consideră titlul știrii drept criteriu principal de credibilitate. Cu toate acestea, acest grup poate acorda atenție dacă titlul pare senzational sau înșelător, ceea ce le-ar putea afecta percepția asupra credibilității articolului.

Graficul nr.25

Ce criterii considerați importante atunci când
evaluați credibilitatea unei surse de știri?



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

5.10 Comportamente de verificare a informațiilor

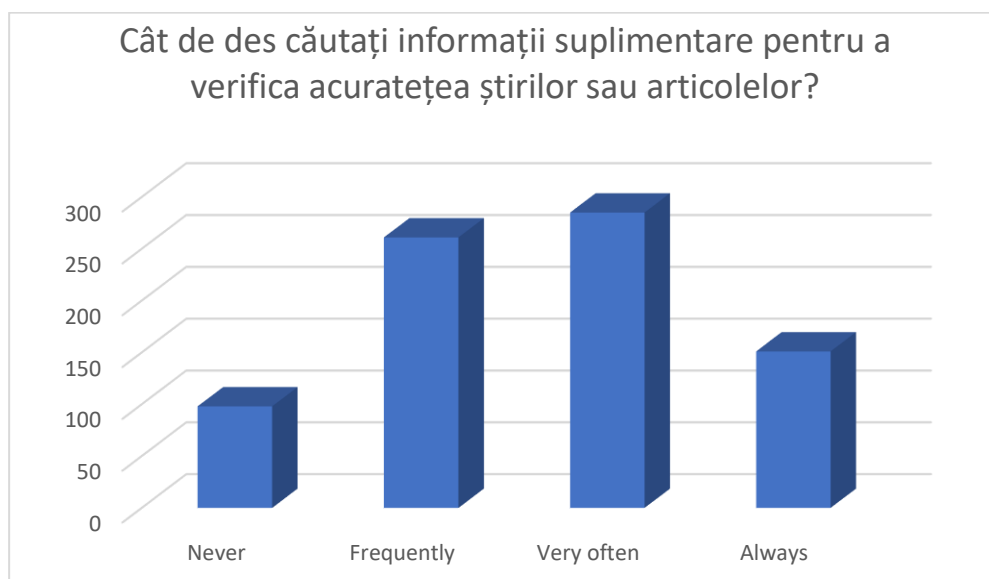
Frecvența căutării de informații suplimentare

Graficul nr.26 ilustrează cât de des respondenții caută informații suplimentare pentru a verifica acuratețea știrilor sau articolelor. Diagrama este împărțită în patru categorii: „Niciodată”, „Frecvent”, „Foarte des” și „Întotdeauna”.

Majoritatea respondenților caută în mod regulat informații suplimentare pentru a verifica acuratețea știrilor. Acest lucru sugerează un angajament puternic în rândul acestor respondenți de a se asigura că informațiile pe care le consumă sunt fiabile și corecte, reflectând o abordare critică a consumului media. Un număr semnificativ de respondenți afirmă că verifică în mod constant rapoartele de știri. Este probabil ca acest grup să fie foarte sânguincios în verificarea faptelor, ceea ce sugerează că sunt foarte precauți cu privire la informațiile în care au încredere și le împărtășesc, sau cel puțin cred că o fac. Doar o mică parte dintre respondenți nu se angajează să verifice acuratețea rapoartelor de știri sau cel puțin se văd acționând astfel. Acest lucru sugerează că majoritatea participanților la acest sondaj sunt cel puțin oarecum preocupați de acuratețea informațiilor pe care le întâlnesc.

În general, Graficul nr 26 dezvăluie că majoritatea respondenților sunt implicați activ în verificarea acurateței știrilor, mulți făcând acest lucru frecvent sau foarte des. Acest lucru indică un nivel ridicat de educație media în rândul respondenților, deoarece aceștia recunosc importanța verificării încrucișate a informațiilor într-o epocă în care dezinformarea se poate răspândi cu ușurință.

Graficul nr.26



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

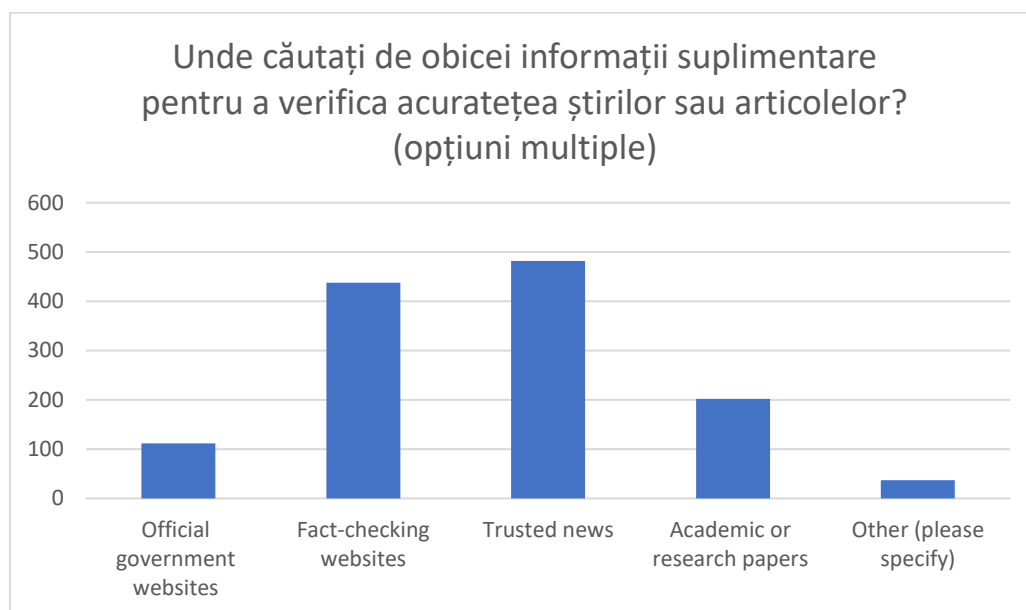
Surse unde se caută informații suplimentare

Graficul nr. 27 arată sursele în care respondenții caută în mod obișnuit informații suplimentare pentru a verifica acuratețea știrilor sau articolelor, cu mai multe opțiuni disponibile. Respondenții au putut alege dintre cinci categorii: „Site-uri web oficiale ale guvernului”, „Site-uri web de verificare”, „Știri de încredere”, „Lucrări academice sau de cercetare” și „Altele (vă rugăm să specificați)”.

Cele mai populare surse de verificare sunt „site-uri web de verificare” și „știri de încredere”, ceea ce indică faptul că mulți respondenți se bazează pe aceste resurse pentru a confirma acuratețea informațiilor. Acest lucru sugerează că respondenții acordă o mare valoare serviciilor de verificare a faptelor și posturilor de știri pe care le consideră de încredere. „Lucrările academice sau de cercetare” sunt, de asemenea, folosite de un număr semnificativ de respondenți, deși mai puțin frecvent decât primele două categorii. Acest lucru indică faptul că unii apelează la surse academice pentru o verificare mai aprofundată sau specializată, reflectând o preferință pentru informații bazate pe dovezi. Răspunsurile „site-uri web oficiale ale guvernului” indică faptul că mai puțini respondenți folosesc aceste site-uri pentru a verifica știrile, poate din cauza preocupărilor legate de părtinire sau accesibilitate. În cele din urmă, categoria „Altele” este cea mai puțin utilizată, ceea ce sugerează că, deși unii respondenți ar putea folosi metode sau surse alternative pentru verificare, acestea nu sunt la fel de comune.

În general, majoritatea respondenților preferă să folosească surse de încredere și bine stabilite, cum ar fi site-uri web de verificare a faptelor și posturi de știri de prestigiu, pentru a verifica acuratețea informațiilor pe care le întâlnesc. Aceasta reflectă o abordare conștiincioasă a consumului media, în care verificarea faptelor este o componentă cheie a interacțiunii cu conținutul știrilor.

Graficul nr.27



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

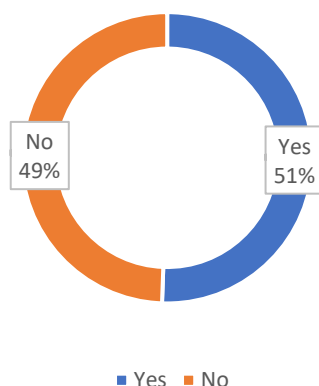
5.11 Educația și literația media

Faptul că 51% dintre respondenți au beneficiat de o formă de educație media formală sau non-formală este un indiciu pozitiv că înțelegerea literației media devine din ce în ce mai răspândită. Acest lucru sugerează că o parte semnificativă a respondenților deține abilitățile necesare pentru a analiza și evalua critic informațiile pe care le întâlnesc în diverse mijloace media, ceea ce este crucial în era digitală de astăzi, în care dezinformarea și știrile false sunt predominante.

Cu toate acestea, acest lucru înseamnă, de asemenea, că aproape jumătate dintre respondenți, sau 49%, nu au beneficiat de nicio educație media, evidențiind un decalaj care trebuie abordat. Absența educației mediatice îi poate face mai vulnerabili la dezinformare și mai puțin capabili să discearnă informații credibile de falsități. Acest lucru subliniază importanța extinderii programelor de educație media pentru a ajunge la un public mai larg, asigurându-se că mai mulți indivizi sunt pregătiți să navigheze eficient peisajul media complex. Extinderea acestor eforturi educaționale, atât în mod formal în școli, cât și nonformal prin programe comunitare sau resurse online, ar putea îmbunătăți semnificativ capacitatea publicului de a interacționa în mod critic cu mass-media și de a reduce impactul dezinformării. Cu toate acestea, în combinație cu constatările de mai sus (adică o majoritate care crede că a descoperit știri false, înțelegerea impactului știrilor false asupra democrației, vieții, sănătății etc.), acest lucru poate sugera de fapt că o pot face fără educație formală sau non-formală. Prin urmare, acesta ar putea fi un semn că oamenii își pot îmbunătăți comportamentul în fața dezinformării, dacă sunt cu adevărat dispuși să se protejeze de știrile false și să prevină difuzarea dezinformării, dar poate că ar fi mai eficienți dacă ar beneficia de formare sau educație suplimentară. Aceasta deschide o nouă discuție și spațiu pentru cercetări ulterioare despre acest subiect.

Graficul nr.28

Ați beneficiat de educație media formală sau nonformală sau formare în acest domeniu?



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

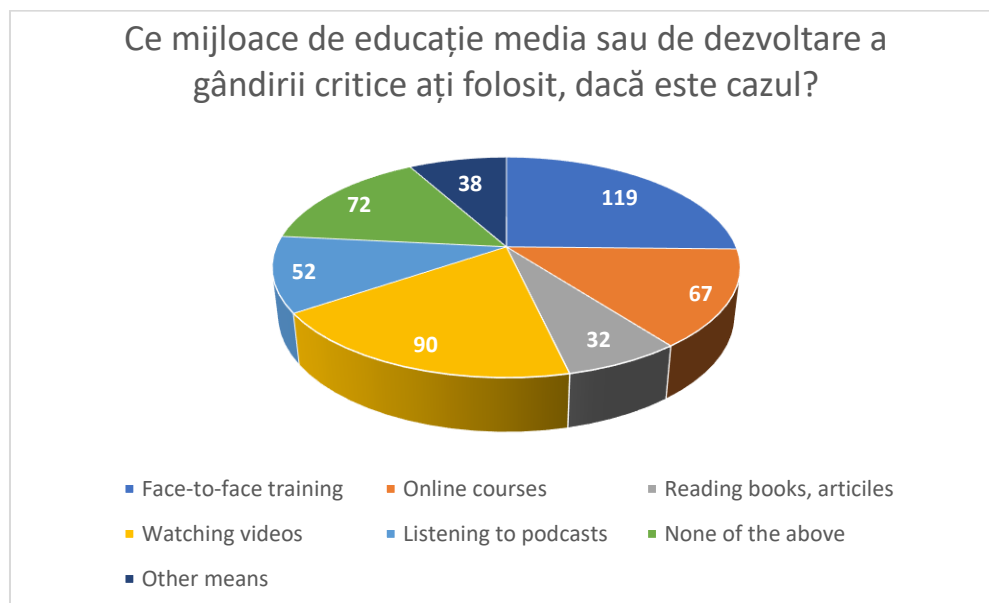
Mijloace utilizate pentru realizarea educației media și dezvoltarea gândirii critice

Graficul nr 29 ilustrează diferitele mijloace pe care respondenții le-au folosit pentru a-și dezvolta competențele media sau abilitățile de gândire critică. Graficul este împărțit în mai multe segmente, fiecare reprezentând diferite metode de învățare sau de dezvoltare a abilităților.

Cel mai mare segment reprezintă respondenții care au participat la „formare față în față”, 119 persoane din 470 au selectat această opțiune. Acest lucru indică faptul că 25% dintre respondenți apreciază mediile de învățare directe, interactive, în care pot interacționa cu formatorii și colegii în timp real. În continuare, „Vizionarea videoclipurilor” a fost opțiunea aleasă de 90 de respondenți. Acest lucru sugerează că o parte dintre indivizi preferă metode de învățare vizuale și auto-ritmate, care pot fi mai accesibile și mai flexibile; 67 de respondenți au folosit „cursuri online” pentru a-și dezvolta competențele media sau abilitățile de gândire critică. 72 de respondenți au ales opțiunea „Niciuna dintre cele de mai sus”, ceea ce indică faptul că 15,3% dintre participanți ar putea să nu caute în mod activ să-și dezvolte aceste abilități sau s-ar putea baza pe alte metode informale care nu sunt oferite ca opțiuni. „Cărți sau articole de citit” a fost selectat de 32 de respondenți, subliniind faptul că unii preferă materialele tradiționale de învățare bazate pe text pentru a-și îmbunătăți înțelegerea. „Ascultare de podcasturi” a fost ales de 52 de respondenți. Acest lucru arată că materialele audio, care pot fi consumat din mers, sunt, de asemenea, un mijloc popular pentru dezvoltarea abilităților. În cele din urmă, „Alte mijloace” a fost ales de 38 de respondenți care ar putea folosi metode alternative necaptate de celelalte categorii.

În ansamblu, graficul arată că respondenții folosesc o varietate de metode pentru a-și dezvolta competențele media și abilitățile de gândire critică, cu o preferință notabilă pentru formarea față în față și conținutul vizual. Această diversitate a preferințelor de învățare subliniază importanța oferirii unei game de resurse educaționale care să răspundă diferitelor nevoi de învățare.

Graficul nr.29



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

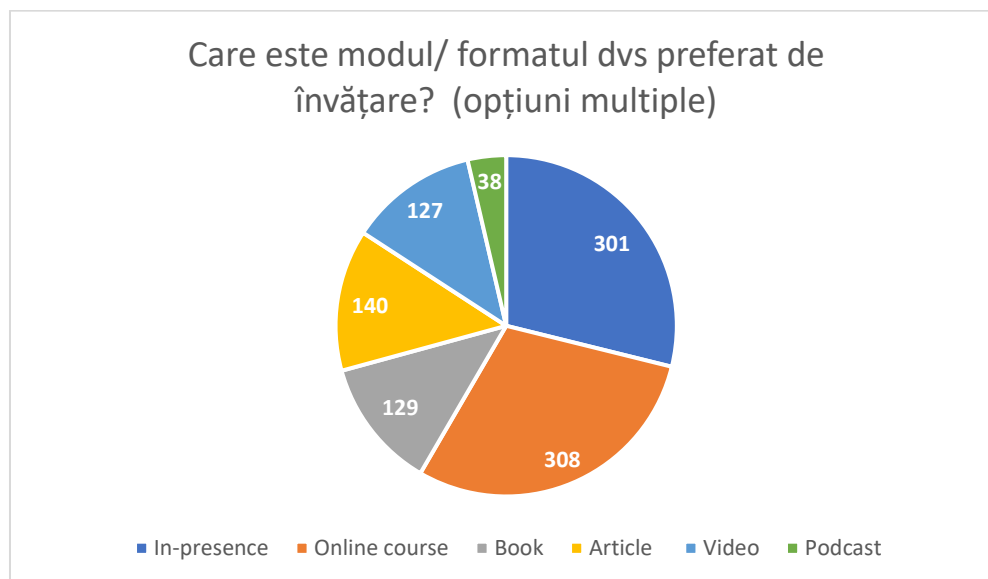
Moduri/formate preferate de învățare

Următoarea diagramă (Graficul nr 30) reprezintă formatele preferate de învățare ale respondenților, cu opțiuni multiple permise.

Cel mai mare segment reprezintă „Cursuri online”, cu 308 respondenți selectând această opțiune. Acest lucru sugerează că cel mai popular format de învățare în rândul respondenților sunt cursurile online, probabil datorită flexibilității, accesibilității și naturii structurate pe care o oferă; 301 respondenți preferă învățarea „în persoană”, ceea ce arată o preferință puternică pentru modurile tradiționale de clasă, unde este posibilă interacțiunea directă cu formatorul/ profesorul și colegii, facilitând o experiență de învățare mai captivantă și mai dinamică. Citirea de articole a fost aleasă de 140 de respondenți. Acest lucru reflectă popularitatea învățării vizuale, unde conținutul poate fi consumat într-un format ușor de digerat, făcând adesea mai ușor de înțeles subiectele complexe. Comparativ, 129 de respondenți preferă să învețe prin cărți, evidențiind atractivitatea de durată a învățării bazate pe text, unde se găsesc adesea informații detaliate și explicații mai complexe. Vizionarea unor videoclipuri a fost selectată de 127 de respondenți, iar cel mai mic segment a ales podcasturi, 38 de respondenți preferând acest format. Deși este mai puțin populară decât celelalte, această ultimă opțiune arată că unor persoane le place să învețe prin conținut audio, care poate fi consumat convenabil în timpul activităților precum naveta sau mișcarea.

În ansamblu, graficul arată că, deși cursurile online și învățarea în persoană sunt cele mai preferate formate, există și un interes semnificativ pentru videoclipuri, cărți și articole. Această diversitate în preferințe subliniază importanța de a oferi o varietate de formate de învățare pentru adaptate diferitelor stiluri și nevoi de învățare.

Graficul nr.30



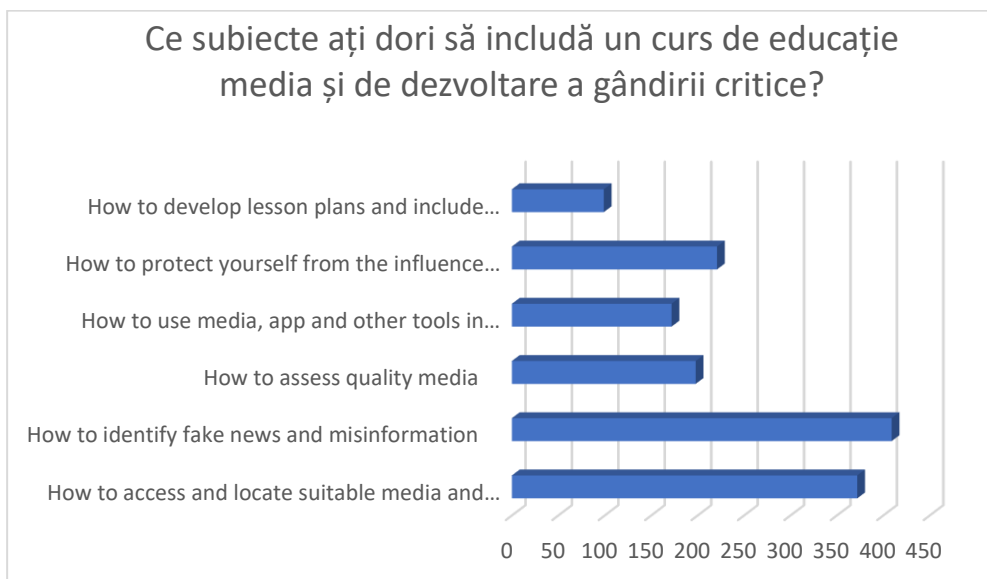
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Preferințe pentru teme incluse într-un curs de educație media și de dezvoltare a gândirii critice

Graficul nr.31 prezintă preferințele respondenților pentru subiecte incluse într-un curs care vizează dezvoltarea competențelor media și a abilităților de gândire critică. Cel mai popular subiect este „Cum să identifici știrile false și informațiile greșite”, ceea ce indică faptul că un număr mare de respondenți sunt dornici să învețe cum să recunoască și să evite informațiile false sau înșelătoare. Acest lucru reflectă îngrijorarea larg răspândită cu privire la prevalența știrilor false și dorința de a dobândi instrumente pentru a le combate. Următorul subiect cel mai popular este „Cum să accesezi și să identifici canale media și informații adecvate”, ceea ce sugerează că respondenții doresc să-și dezvolte capacitatea de a localiza surse de informații fiabile și relevante, o componentă cheie a literației media. „Cum să te protejezi de influență...” și „Cum să evaluezi media de calitate” s-au dovedit și ele teme de interes, respondenții fiind interesați să dezvolte abilități pentru a evalua credibilitatea și calitatea conținutului media, care este esențială pentru un consum media informat. „Cum să utilizezi mass media online, aplicațiile și alte instrumente...” a fost selectat de mai puțini respondenți. Aceste zone îi atrag probabil pe cei care doresc să-și îmbunătățească abilitățile practice în navigarea instrumentelor digitale sau care sunt preocupați de influența mass-media asupra deciziilor lor personale. Subiectul cel mai puțin popular s-a dovedit a fi „Cum să elaborezi planuri de lecție care să includă...”, ceea ce indică faptul că mai puțini respondenți sunt interesați de această abordare educațională, posibil pentru că este mai specializată sau se adresează mai mult profesorilor.

În concluzie, graficul nr 30 evidențiază diversitatea preferințelor, nevoile și preocupările variate ale respondenților în domeniul educației media.

Graficul nr.31



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

5.12 Constatări din chestionarele elevilor

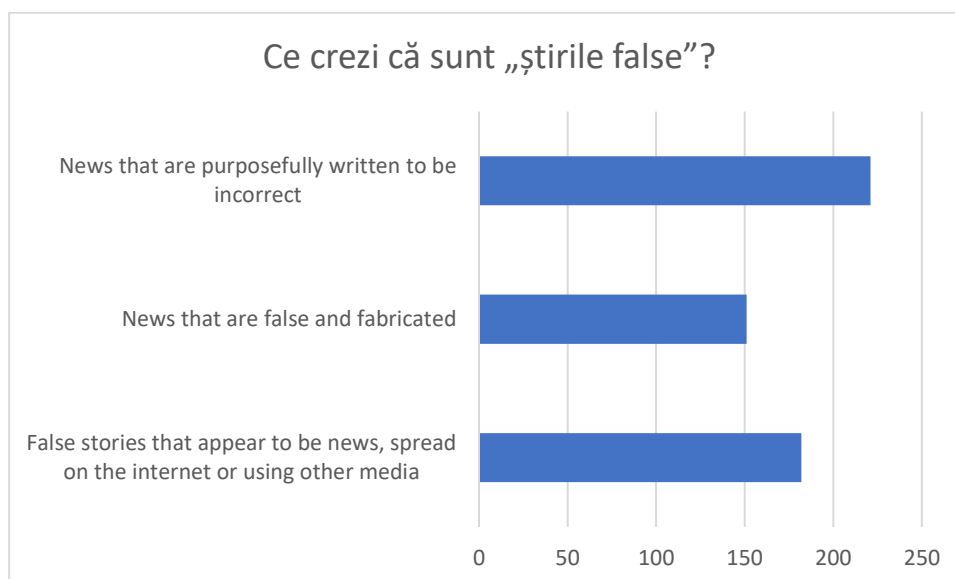
În ceea ce privește sondajul în rândul elevilor, cei 364 minori care ne-au răspuns din cele zece țări europene ale partenerilor de proiect ne oferă câteva perspective importante, după cum vom detalia în secțiunea de față.

Ce sunt știrile false?

Graficul nr.32 ilustrează percepțiile respondenților despre ceea ce constituie „știri false”. Graficul este împărțit în trei categorii, fiecare reprezentând o definiție sau o caracteristică diferită a știrilor false. Categoria cel mai frecvent aleasă este „Știri care sunt scrise incorect în mod intenționat”, ceea ce indică faptul că un număr semnificativ de respondenți consideră că știrile false includ conținut creat în mod deliberat pentru a induce în eroare sau pentru a furniza informații sau știrile false. A doua categorie cel mai frecvent aleasă este „Știri care sunt false și fabricate”, ceea ce sugerează că respondenții recunosc diferența dintre reportajele inexacte și știrile care sunt în întregime inventate. Alegerea celei de-a treia opțiuni „Povești false care par să fie știri, răspândite prin Internet sau folosind alte medii” denotă o conștientizare a rolului pe care internetul și rețelele sociale îl joacă în răspândirea dezinformării.

În general, răspunsurile ne arată că respondenții au o înțelegere bună a conceptului de știri false, recunoscând că sunt falsități intenționate, povești inventate ca se răspândesc pe diverse canale media.

Graficul nr.32



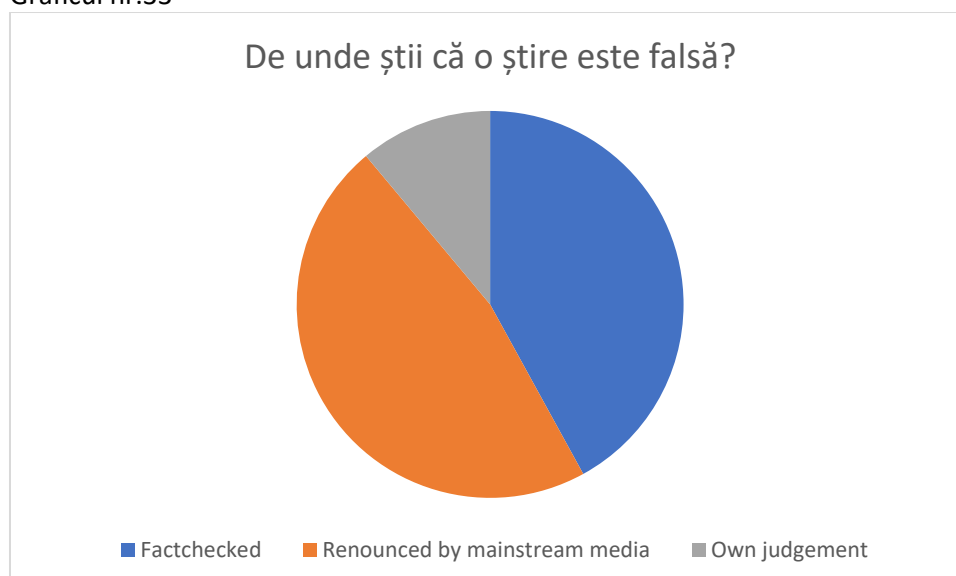
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Conștientizarea știrilor false

Graficul nr 33 ilustrează modul în care respondenții decid că o știre este falsă. Cei mai mulți respondenți se bazează pe verificarea faptelor, ceea ce indică faptul că mulți respondenți au încredere și depind de procesele sau platformele de verificare a faptelor pentru a stabili acuratețea știrilor pe care le întâlnesc. Respondenții care apelează la mass media clasică pentru a verifica dacă știrile sunt false reprezintă un segment substanțial. Cei care își folosesc „propria judecată” pentru a identifica știrile false reprezintă cel mai mic segment.

Așadar, majoritatea respondenților pun un accent puternic pe verificarea externă pentru a identifica știrile false, fie prin verificarea faptelor pe site-uri specializate, fie prin mass-media consacrată, în timp ce un grup mai mic are încredere în propria judecată. Această distribuție reflectă importanța surselor cu autoritate în combaterea dezinformării și importanța dezvoltării gândirii critice.

Graficul nr.33



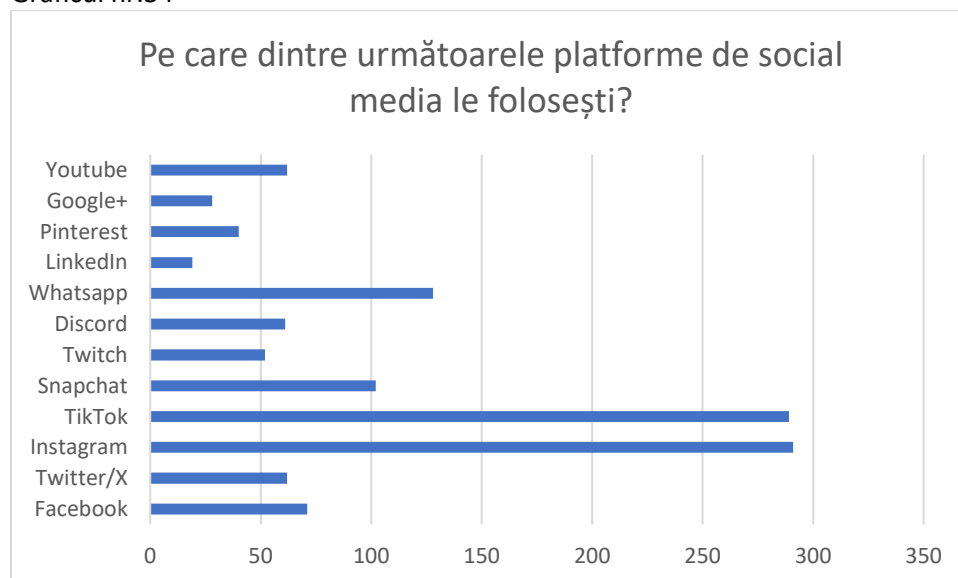
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Utilizarea platformelor de social media

Graficul nr.34 prezintă gradul de utilizare a diferitelor platforme de social media în rândul respondenților. Cele mai populare platforme printre respondenți sunt TikTok, Instagram și WhatsApp, fiecare indicând niveluri ridicate de utilizare. TikTok și Instagram sunt folosite de o mare parte a respondenților. WhatsApp arată, de asemenea, o utilizare semnificativă, reflectând popularitatea sa ca platformă de mesagerie. Facebook, deși este încă utilizat pe scară largă, arată o utilizare puțin mai mică în comparație cu TikTok și Instagram, ceea ce indică faptul că, deși rămâne o platformă cheie, poate fi mai populară în rândul diferitelor categorii demografice sau pentru diferite utilizări. Alte platforme, cum ar fi YouTube, Snapchat și Twitter/X, prezintă, de asemenea, o utilizare considerabilă, deși mai puțin decât platformele principale. Acest lucru sugerează că, deși aceste platforme sunt populare, ele nu sunt la fel de utilizate pe scară largă precum TikTok, Instagram și WhatsApp printre participanții la sondaj. Platformele mai puțin utilizate includ Google+, Pinterest, LinkedIn, Discord și Twitch, care pot satisface mai multe audiențe de nișă sau scopuri specifice care nu atrag o bază mai largă de respondenți.

În general, graficul arată că TikTok, Instagram și WhatsApp sunt platformele de social media dominante în rândul respondenților, reflectând tendințe mai ample în utilizarea rețelelor sociale unde conținutul vizual și aplicațiile de mesagerie joacă un rol central în comunicarea zilnică și consumul de conținut.

Graficul nr.34



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

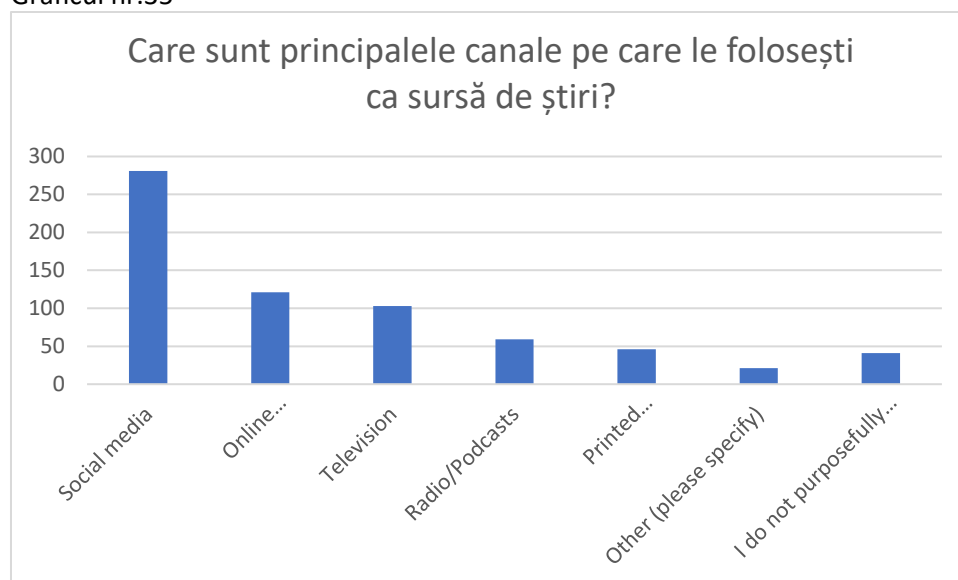
Surse de știri

Cea mai des folosită sursă de știri în rândul respondenților este „Social media”, cu un număr semnificativ mai mare de utilizatori în comparație cu alte canale. Acest lucru sugerează că platformele de social media joacă un rol dominant în modul în care respondenții accesează știri, probabil datorită confortului și accesibilității rapide. Sursele „online”, cum ar fi site-urile de știri sau aplicațiile, sunt a doua ca popularitate, deși sunt folosite de semnificativ mai puțini respondenți decât rețelele sociale. Acest lucru indică faptul că, deși platformele tradiționale de știri online rămân importante, ele sunt mai puțin favorizate în comparație cu accesul instantaneu oferit de rețelele sociale. Televiziunea și radio/podcasturi-le sunt, de asemenea, utilizate ca surse de știri, deși într-o măsură mai mică. Aceste canale media tradiționale încă dețin relevanță, mai ales pentru cei care preferă forme mai structurate de știri. Sursele de știri „tipărite”, cum ar fi ziarele și revistele, sunt printre cele mai puțin utilizate canale, reflectând o deplasare de la presa scrisă în favoarea platformelor digitale. Acest declin se aliniază cu tendințele mai ample în consumul de mass media, unde accesul digital este mai răspândit. Categoria „Nu caut știri intenționat” are o reprezentare minimă. Acest lucru sugerează că majoritatea

respondenților interacționează activ cu știrile prin canale specifice, mai degrabă decât să le întâlnească pasiv.

În general, se evidențiază rolul dominant al rețelelor sociale în consumul de știri în rândul respondenților, urmat de sursele tradiționale online și de televiziune, presa scrisă înregistrând o utilizare semnificativ mai scăzută. Acest lucru reflectă importanța crescândă a platformelor digitale în definirea modului în care oamenii se informează.

Graficul nr.35



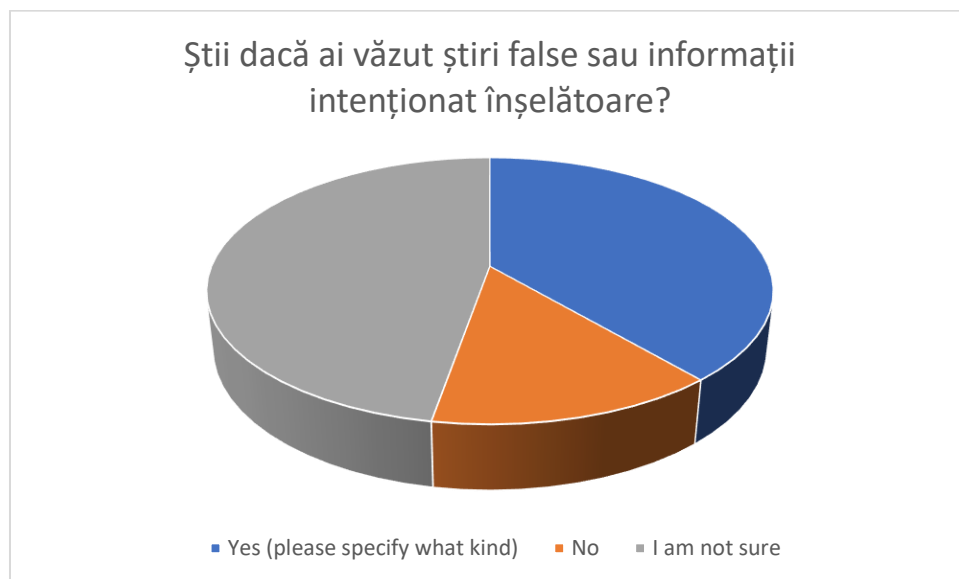
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Conștientizarea întâlnirii cu știri false în trecut

Graficul nr.36) ilustrează gradul de conștientizare a întâlnirii știrilor false sau informațiilor intenționat înșelătoare.

Cel mai mare segment îl reprezintă respondenții care nu sunt siguri dacă au întâlnit știri false. Acest lucru indică provocări potențiale în identificarea unui astfel de conținut sau o lipsă de încredere în capacitatea proprie de a discerne. Al doilea segment ca mărime arată respondenții care au răspuns „Da”, recunoscând că au văzut exemple de știri false sau informații înșelătoare. Acest lucru sugerează că mulți respondenți sunt conștienți de prezența dezinformării în mass-media pe care le consumă și pot recunoaște cazuri specifice ale acesteia. Cel mai mic segment, indică cei care au răspuns „Nu”, adică nu au observat sau au încredere că nu au întâlnit știri false sau informații înșelătoare în mod deliberat. Acest lucru ar putea reflecta convingerea că sursele cu care interacționează sunt de încredere sau o lipsă de expunere la un astfel de conținut.

Graficul nr.36



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

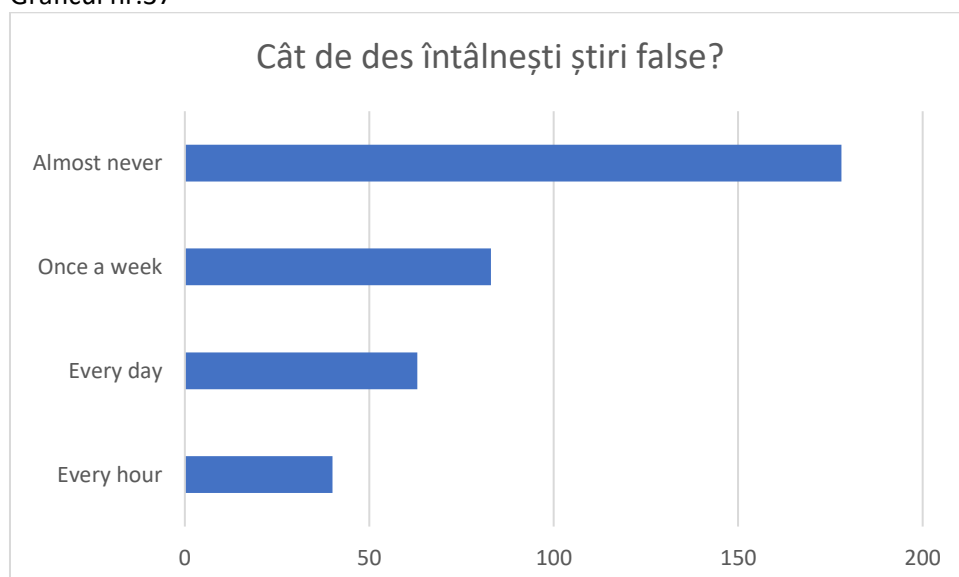
Frecvența interacțiunii cu știrile false

Elevii nu sunt convingeți că se confruntă des cu știri false și dezinformare. Majoritatea respondenților raportează că întâlnesc rar știri false, ceea ce sugerează că majoritatea fie cred că nu sunt expuși frecvent la știri false, fie sunt încrezători în capacitatea lor de a le evita.

Un număr moderat de respondenți au considerat că întâlnesc știri false săptămânal. Acest lucru reflectă o expunere mai regulată, dar totuși limitată, la dezinformare. Categoria celor care au opinat că întâlnesc știri false „în fiecare zi” este mai redusă: acest grup poate fi mai activ în relație cu media sau platformele sociale unde știrile false sunt mai răspândite. Cei care au răspuns că întâlnesc știri false „la fiecare oră” - un număr mic de respondenți – probabil că sunt persoane omniprezente pe rețelele sociale sau pe alte platforme online în care dezinformarea se răspândește rapid.

În ansamblu, deși unii respondenți cred că întâlnesc știri false în mod regulat, majoritatea le experimentează rar. Acest lucru evidențiază experiențele variate ale indivizilor privind expunerea la dezinformări și sugerează că, deși știrile false sunt o îngrijorare, este posibil să nu fie o prezență constantă pentru majoritatea oamenilor.

Graficul nr.37



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

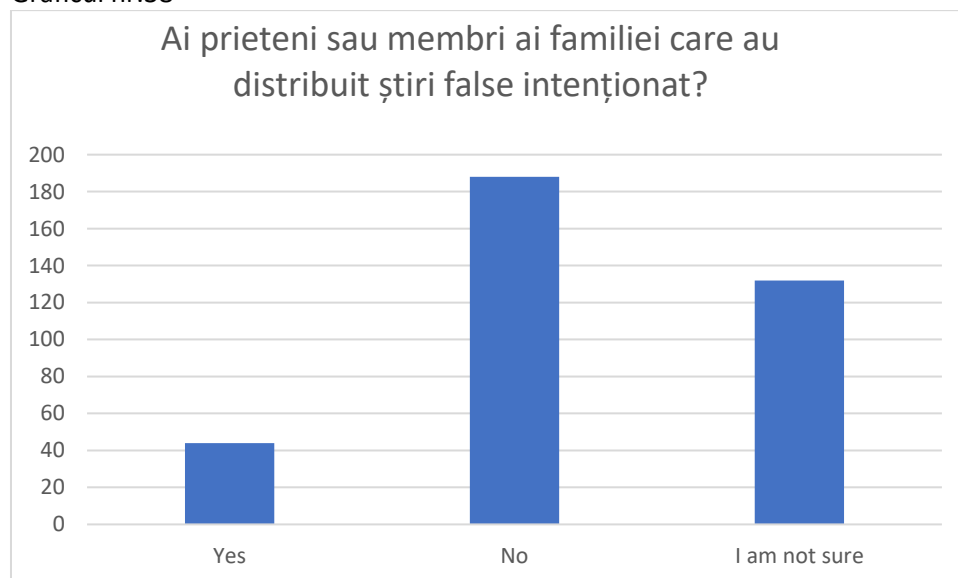
Prieteni sau rude care partajează știri false

Graficul nr.38 arată experiențele respondenților legate de faptul că prieteni sau membri ai familiei distribuie știri false în mod intenționat.

Cei mai mulți respondenți au declarat că nu au prieteni sau membri ai familiei care au partajat în mod intenționat știri false. Acest lucru sugerează o încredere generală în rândul respondenților că cercurile lor sociale apropiate nu se angajează în diseminarea deliberată a dezinformării. Categoria celor care au răspuns „Nu sunt sigur” este numeroasă, incertitudine care ar putea reflecta dificultatea de a discerne intențiile celorlalți sau o lipsă de conștientizare a conținutului împărtășit de cei apropiați. Un număr mic de respondenți au răspuns „Da”, ceea ce evidențiază totuși faptul că răspândirea intenționată a dezinformării este o preocupare pentru unele persoane din cercul lor social.

În general, deși majoritatea respondenților au încredere că cercurile lor sociale nu răspândesc în mod deliberat știri false, există încă un nivel notabil de incertitudine și o anumită îngrijorare cu privire la dezinformarea intenționată în rețelele personale.

Graficul nr.38



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Experiențe de semnalare a știrilor false

Graficul nr.39 ilustrează experiențele respondenților în ceea ce privește semnalarea știrilor false sau cunoașterea cuiva care a făcut acest lucru. Întrebarea a permis răspunsurile da și nu. Segmentul mai mare reprezintă respondenții care au răspuns „Nu”, ceea ce indică faptul că majoritatea participanților nu au semnalat ei înșiși știri false sau nu cunosc pe nimeni care să le facă. Acest lucru sugerează că, deși gradul de conștientizare a știrilor false poate fi mare, acțiunea pentru semnalarea sau raportarea lor este mai puțin frecventă în rândul acestui grup de respondenți. Segmentul mai mic îi reprezintă pe cei care au răspuns „Da”, ceea ce indică faptul că o parte mai mică de respondenți fie au semnalat știri false, fie cunosc pe cineva care a făcut-o. Aceasta reflectă o abordare proactivă a unor persoane în combaterea dezinformării, deși pare a fi un comportament minoritar. Așadar, în timp ce unii respondenți sunt implicați în eforturi de a identifica și raporta știri false, majoritatea nu au participat la semnalarea unui astfel de conținut. Acest lucru ar putea indica necesitatea unei conștientizări sporite și familiaritatea cu instrumente care să faciliteze luarea măsurilor împotriva dezinformării.

Graficul nr.39



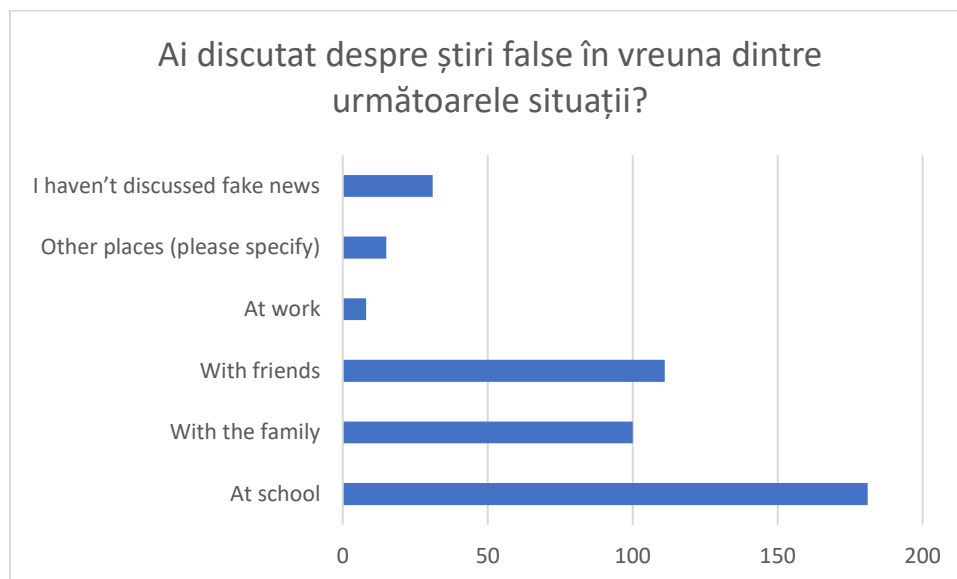
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Mediul în care se discută știrile false

Graficul nr.40 ilustrează diferitele contexte în care respondenții au discutat subiectul știrilor false. Categoriile de răspuns au fost: „La școală”, „Cu prietenii”, „Cu familia”, „La serviciu”, „Alte locuri” și „Nu am discutat despre știri false”. Cel mai numeros grup este al celor care au participat la discuții care au avut loc la școală, ceea ce indică faptul că acesta este cel mai frecvent cadru în care respondenții s-au implicat în conversații despre știri false. Acest lucru sugerează că mediile educaționale sunt spații cheie pentru abordarea subiectului, posibil datorită includerii educației media în programele de învățământ. Următoarele cele mai comune contexte sunt „cu prietenii” și „cu familia”, ambele fiind alese de numeroși respondenți, ceea ce arată că mulți au discutat despre știri false cu persoane mai apropiate. Acest lucru evidențiază relevanța subiectului în conversațiile de zi cu zi și importanța discuțiilor între colegi și familie în creșterea gradului de conștientizare și înțelegere a dezinformării. Categoria „la locul de muncă” a fost aleasă de către mai puțini respondenți, ceea ce ar putea reflecta faptul că discuțiile despre știrile false sunt mai puțin frecvente sau mai puțin prioritizate la locul de muncă în comparație cu alte medii. În plus, deoarece chestionarul s-a adresat minori, și a fost diseminat mai ales prin mijlocirea școlilor, este firesc ca doar o parte foarte mică din respondenți să lucreze. Categoria „Alte locuri” a fost selectată de puțini respondenți, în timp ce un grup și mai mic a declarat că nu s-a implicat în astfel de discuții deloc.

În general, graficul indică faptul că știrile false sunt un subiect dezbătut pe scară largă, în special în mediile educaționale și între prieteni și familie, subliniind importanța lor atât în discuțiile formale, cât și în cele informale.

Graficul nr.40

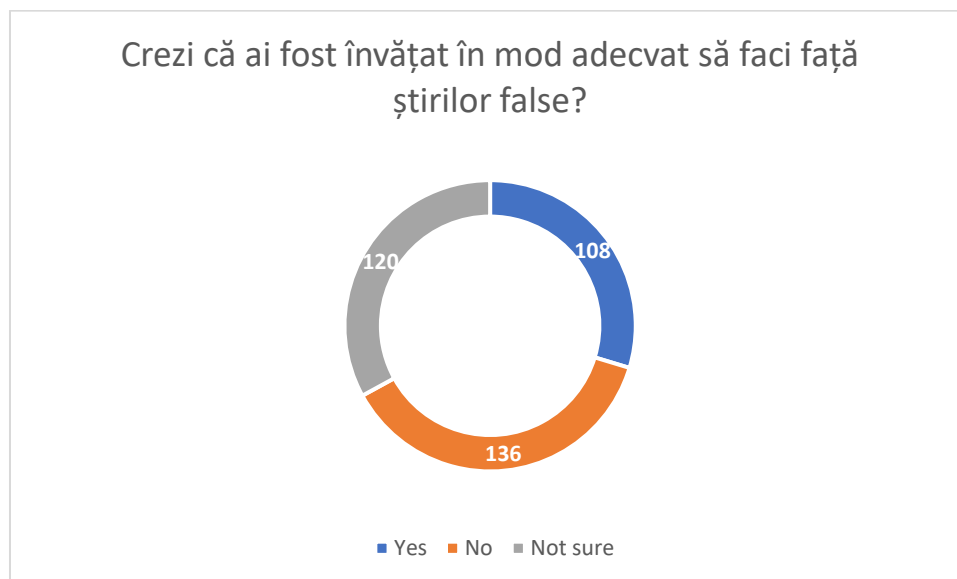


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Conștientizarea modului de a face față știrilor false

Graficul nr.41 redă percepțiile respondenților cu privire la faptul dacă aceștia au fost învățați în mod adecvat să facă față știrilor false. Întrebarea „Crezi că ai fost învățat în mod adecvat să faci față știrilor false?” putea primi răspunsurile „Da”, „Nu” sau „Nu sunt sigur(ă)”. Cei mai numeroși sunt respondenții care au răspuns „Nu”, adică o parte semnificativă a respondenților consideră că nu au fost educați în mod adecvat cu privire la gestionarea știrilor false. Acest lucru sugerează un decalaj perceput în educația media și necesitatea unei formări sau a unor resurse mai cuprinzătoare pentru a echipa indivizii cu abilitățile necesare pentru a identifica și a contracara dezinformarea. Răspunsul „Nu sunt sigur” indică incertitudinea unui număr considerabil de respondenți cu privire la faptul dacă au primit suficientă educație pe această temă. Acest lucru ar putea reflecta o lipsă de încredere în abilitățile lor de a face față știrilor false sau incertitudinea cu privire la ceea ce constituie o pregătire *adecvată*. Răspunsul „Da” a fost ales de către cei mai puțini, adică un număr mai mic crede că au fost învățați în mod adecvat să facă față știrilor false decât cei care fie sunt nesiguri, fie răspund că nu au avut parte de educație adecvată în acest domeniu. Deși acest ultim grup este mai mic, arată totuși că unii participanți se simt încrezători în capacitatea lor de a evalua informații critic.

Graficul nr.41

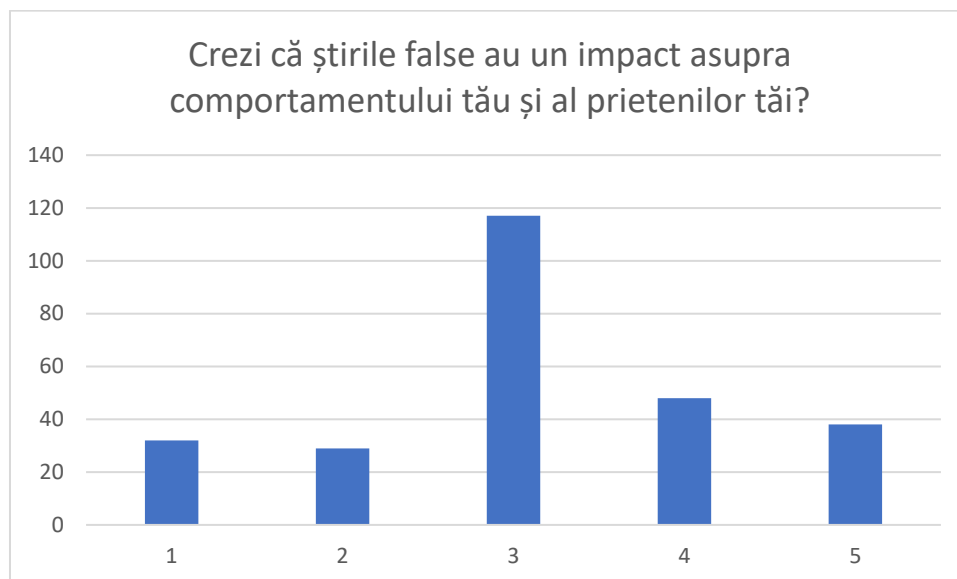


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Percepția despre impactul știrilor false asupra vieții elevilor

Elevii par să creadă că nu sunt păcăliți de știri false, că nu sunt victime ale acestora. Graficul nr 42 ilustrează punctele de vedere ale respondenților cu privire la măsura în care ei cred că știrile false influențează comportamentul lor și pe cel al prietenilor lor, folosind o scală de la 1 (fără impact) la 5 (impact semnificativ). Cele mai multe răspunsuri sunt la valoarea 3, ceea ce indică faptul că majoritatea respondenților consideră că știrile false au un impact moderat atât asupra propriului comportament, cât și asupra comportamentului prietenilor lor. Răspunsurile 4 și 5, care reprezintă niveluri de impact mai ridicate, sunt mai puțin numeroase, dar totuși semnificative. Acest lucru indică faptul că o parte notabilă a respondenților consideră că știrile false au un impact puternic asupra comportamentului lor sau al prietenilor lor, reflectând preocupările cu privire la puterea de persuasiune a dezinformării. Răspunsurile 1 și 2, care reprezintă capătul inferior al scalei de impact, arată că mai puțini respondenți cred că știrile false au un impact redus sau deloc asupra comportamentului. Acest lucru sugerează că, deși unii indivizi s-ar putea simți imuni la efectele știrilor false, ei sunt în minoritate. În general, majoritatea respondenților recunosc că știrile false au un impact cel puțin moderat asupra comportamentului, un număr considerabil recunoscând o influență mai puternică. Acest lucru reflectă o conștientizare a naturii omniprezente a știrilor false și a potențialului lor de a modela percepțiile și acțiunile în cercurile sociale.

Graficul nr.42



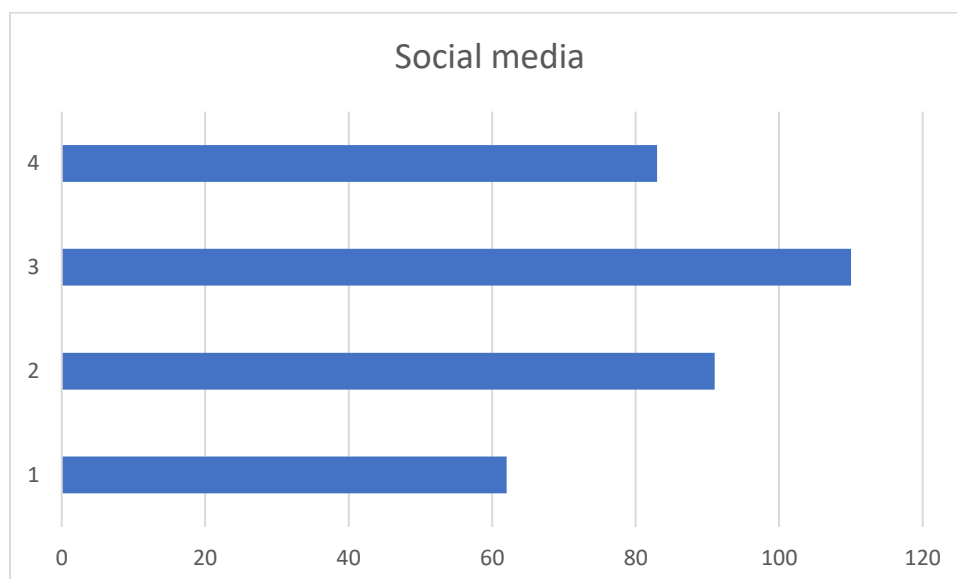
Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Încrederea în social media ca sursă de știri

Graficul nr 43 oferă o imagine de ansamblu asupra modului în care elevii au evaluat fiabilitatea rețelelor sociale ca sursă de știri, cu evaluări variind de la 1 (cel mai puțin de încredere) la 4 (cel mai de încredere). Cel mai mare număr de elevi a evaluat rețelele sociale la nivelul 3, adică ei consideră că rețelele sociale sunt moderat de încredere. Acest lucru sugerează că, deși elevii pot găsi informații de încredere pe rețelele sociale, ei rămân precauți și nu au încredere în ea ca sursă principală de știri. Nivelul 4, care reprezintă cel mai înalt nivel de încredere, a fost ales de un număr considerabil de elevi. Acest lucru poate indica faptul că unii au încredere în sursele specifice pe care le urmăresc pe aceste platforme sau cred în autenticitatea conținutului generat de utilizatori. Nivelul 2, care indică un nivel mai scăzut de încredere, are și un număr notabil de răspunsuri. Acest lucru sugerează că un grup semnificativ de elevi privesc rețelele sociale cu scepticism, posibil din cauza prevalenței dezinformării sau a credibilității diferite a conținutului partajat pe aceste platforme. Cel mai mic număr de elevi a evaluat rețelele sociale la nivelul 1, ceea ce indică faptul că o parte mai mică dintre respondenți consideră că rețelele sociale sunt sursa de știri mai puțin demnă de încredere. Deși acest grup este mai mic, evidențiază prezența unui scepticism puternic în rândul unor elevi cu privire la fiabilitatea informațiilor de pe rețelele sociale.

În general, am constatat o percepție mixtă asupra credibilității rețelelor sociale în rândul elevilor, cu o tendință spre încredere moderată, dar și un scepticism semnificativ.

Graficul nr.43

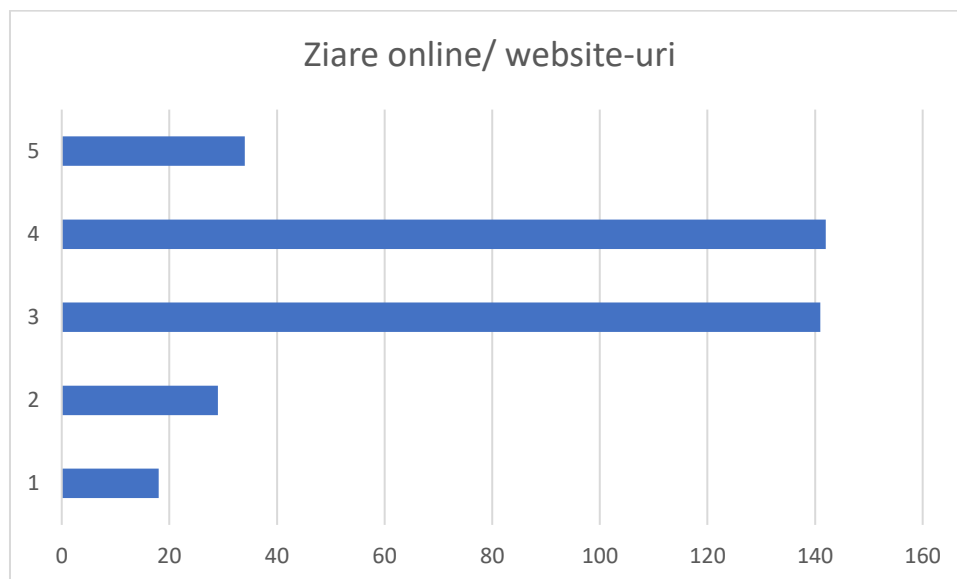


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Încrederea în ziare online/ website-uri ca surse de știri

Graficul nr 44 ilustrează modul în care elevii au evaluat fiabilitatea ziarelor și site-urilor online ca surse de știri, cu evaluări variind de la 1 (cel mai puțin demn de încredere) la 5 (cel mai demn de încredere). Majoritatea elevilor au evaluat ziarele și site-urile online la nivelurile 4 și 3, nivelul 4 având cele mai multe răspunsuri. Acest lucru sugerează că o parte semnificativă a elevilor consideră aceste surse a fi de încredere, probabil datorită reputației stabilite a multor posturi de știri online și standardelor jurnalistice profesionale pe care le respectă. Nivelul 3, care a fost ales de mulți elevi, indică faptul că mulți consideră ziarele și site-urile online ca fiind demne de încredere. Acest lucru sugerează că elevii pot aborda totuși aceste surse cu un grad de prudență, posibil din cauza preocupărilor legate de părtinire sau de viteza cu care știrile sunt publicate online. Nivelul 2 este mai puțin selectat, ceea ce indică faptul că unii elevi sunt sceptici față de ziarele și site-urile web online, punându-și probabil la îndoială acuratețea sau obiectivitatea. Nivelul 1 (cel mai puțin demn de încredere) are cele mai puține răspunsuri, lucru ar putea reflecta preocupări legate de senzaționalism, clickbait sau experiențe specifice cu surse de știri online nesigure.

Graficul nr.44

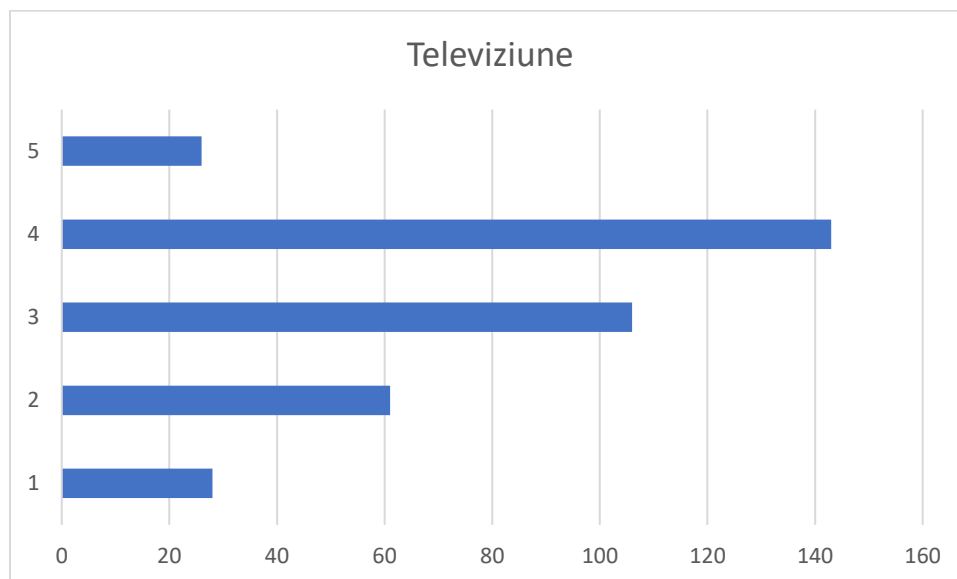


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Încrederea în televiziune ca sursă de știri

După cum se arată în Graficul nr.45, cel mai mare număr de elevi a evaluat televiziunea la nivelul 4, ceea ce indică faptul că mulți consideră că televiziunea este o sursă de știri destul de demnă de încredere. Acest lucru sugerează că, în ciuda creșterii media digitale, televiziunea rămâne o sursă de informații respectată și de încredere pentru o parte semnificativă a populației studentești. Nivelul 3 a fost ales de un număr semnificativ de respondenți, ceea ce reflectă faptul că mulți consideră televiziunea ca fiind demnă de încredere la nivel mediu. Cu alte cuvinte, în timp ce televiziunea este percepută ca fiind în general de încredere, unii elevi o pot aborda totuși cu un grad de prudență, posibil din cauza preocupărilor legate de părtinire sau senzaționalism. Nivelul 2 are mai puține răspunsuri, ceea ce indică faptul că unii elevi sunt sceptici în ceea ce privește credibilitatea știrilor de televiziune, punând probabil la îndoială acuratețea sau obiectivitatea conținutului pe care îl văd la televizor. Nivelul 1 (cel mai puțin demnă de încredere ca sursă de știri) a fost selectat de cei mai puțini, arătând că doar o mică parte dintre elevi au foarte puțină încredere în televiziune ca sursă de știri. Acest lucru ar putea reflecta preocupări legate de senzaționalism, părtinire percepută sau experiențe negative specifice cu știrile de televiziune. Cei mai puțini respondenți au cotaș televiziunea cu nivel de încredere 5 (cel mai înalt nivel de încredere), ceea ce indică faptul că doar o minoritate de studenți au încredere deplină în televiziune ca sursă de știri.

Graficul nr.45

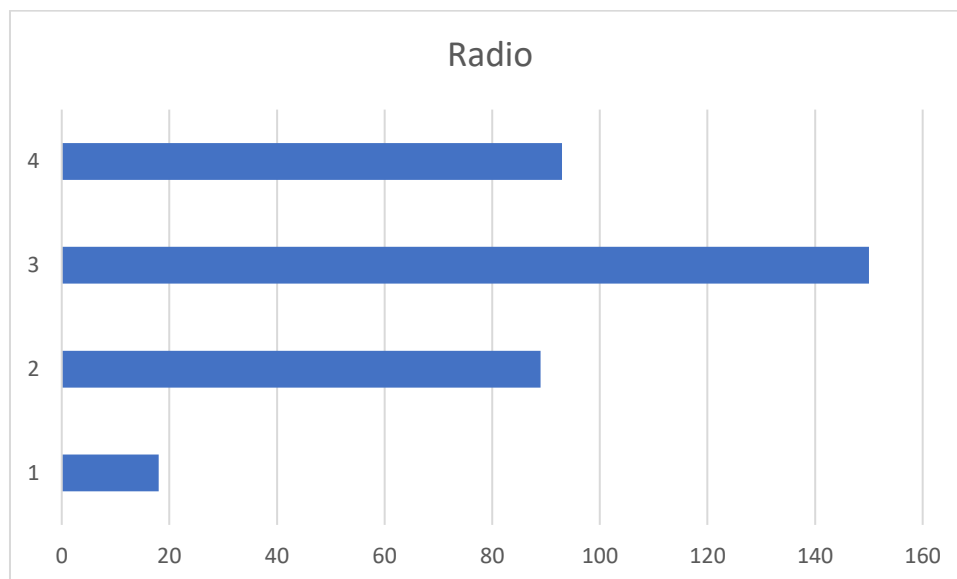


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Încrederea în radio ca sursă de știri

După cum se arată în Graficul nr.46, majoritatea elevilor au evaluat radioul la nivelul 3, indicând faptul că mulți consideră radioul ca fiind moderat de încredere. Acest lucru sugerează că, deși elevii au încredere în radio, în general, ca sursă de știri, ei pot aborda această sursă cu o oarecare precauție, posibil din cauza preocupărilor legate de calitatea sau obiectivitatea conținutului. Nivelul 4 are, de asemenea, un număr semnificativ de răspunsuri, ceea ce reflectă faptul că o parte considerabilă a elevilor consideră că radioul este o sursă de încredere de știri. Acest lucru sugerează că radioul este încă privit ca un mediu de încredere pentru difuzarea știrilor de către mulți. Nivelul 2 are mai puține răspunsuri, ceea ce indică faptul că unii elevii sunt sceptici cu privire la credibilitatea radioului, punând eventual la îndoială relevanța sau acuratețea conținutului acestuia. Nivelul 1, cel mai puțin demn de încredere, are cele mai puține răspunsuri, arătând că doar o mică parte dintre elevi au foarte puțină încredere în radio ca sursă de știri. Acest lucru s-ar putea datora unor experiențe negative specifice sau unei preferințe generale pentru alte media.

Graficul nr.46

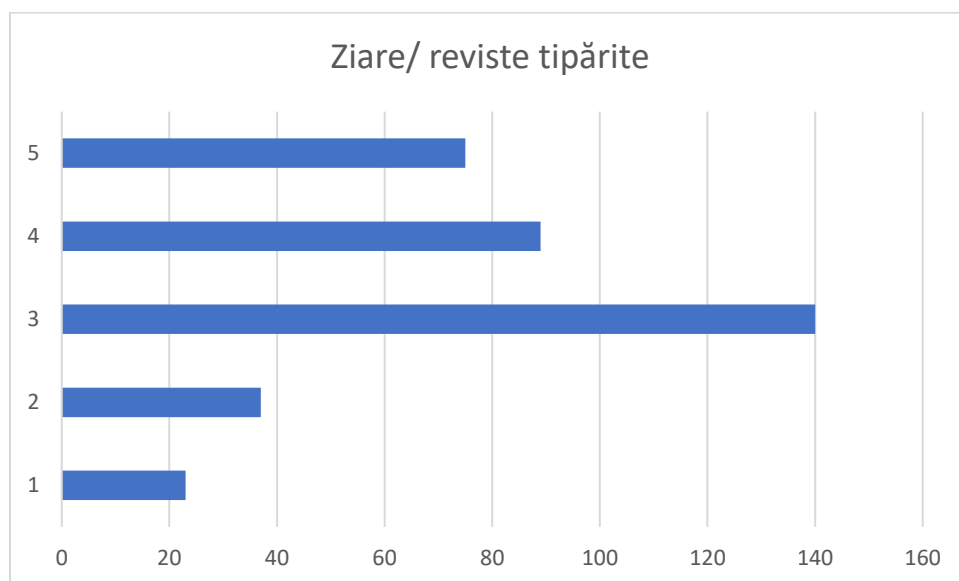


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Încrederea în ziare și reviste tipărite ca surse de știri

Cel mai mare număr de elevi a evaluat ziarul și revistele tipărite la nivelul 3, ceea ce indică faptul că le consideră de încredere într-o măsură moderată, așa cum se arată în Graficul nr.47. Acest lucru sugerează că, în timp ce presa scrisă este în general respectată, elevii pot fi precauți și să nu se bazeze pe deplin pe ea ca sursă principală de știri. Nivelul 4 a primit, de asemenea, un număr substanțial de răspunsuri, arătând că mulți elevi consideră ziarul și revistele tipărite ca fiind demne de încredere. Acest lucru reflectă un grad puternic de încredere în capacitatea mass-media tradițională de a furniza informații fiabile și precise. Nivelul 5, cel mai înalt nivel de încredere, are un număr notabil de răspunsuri, ceea ce indică faptul că un grup mai mic, dar semnificativ de elevi, are totală încredere în ziare și reviste tipărite ca surse de știri. Acest lucru ar putea fi atribuit minuțiozității percepute și standardelor editoriale asociate jurnalismului scris. Nivelurile 2 și 1 (niveluri mai scăzute de încredere) au mai puține răspunsuri, adică elevii sceptici față de presa scrisă sunt în minoritate.

Graficul nr.47

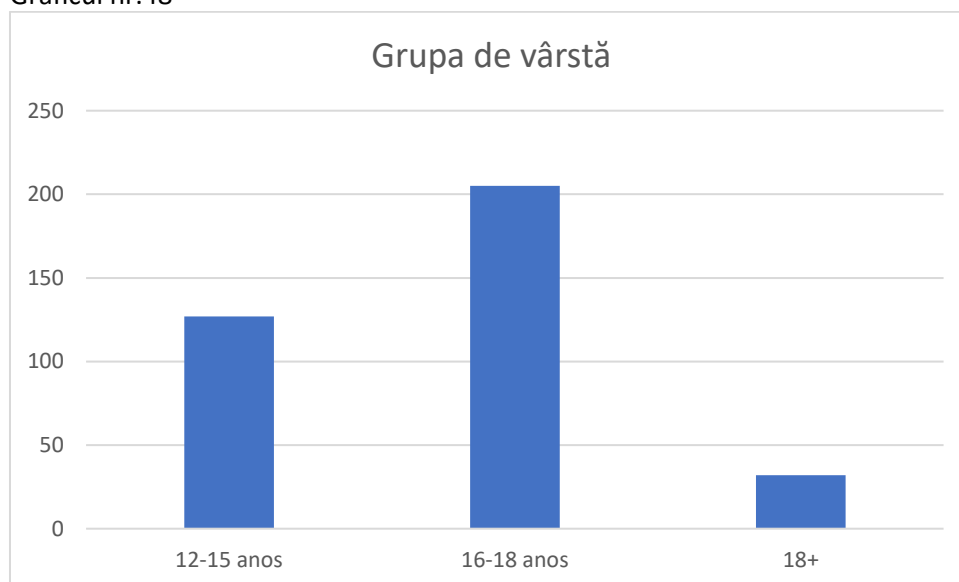


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Vârsta

Graficul nr.48 ilustrează distribuția respondenților pe trei grupe de vârstă diferite: 12-15 ani, 16-18 ani și 18+ ani. Majoritatea respondenților se încadrează în grupa de vârstă 16-18 ani, următoarea este categoria de vârstă 12-15 ani, iar grupa de vârstă de peste 18 ani este cel mai puțin reprezentată. Această distribuție pe categorii de vârstă oferă context pentru interpretarea rezultatelor sondajului, deoarece opiniile și comportamentele raportate sunt cel mai probabil să reflecte cele din grupa de vârstă 16-18 ani.

Graficul nr.48

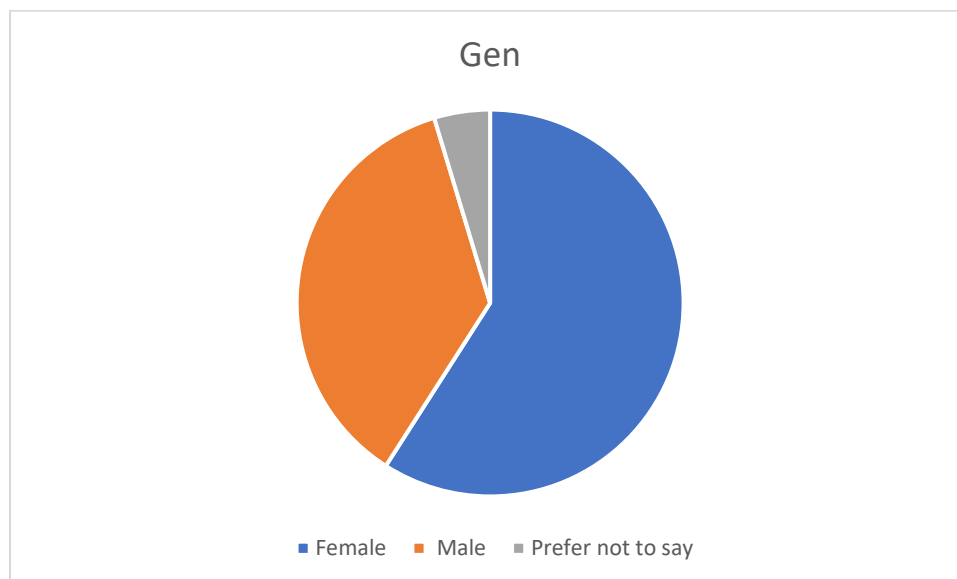


Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Gen

Majoritatea respondenților (59%) sunt fete, iar băieții reprezintă 36%, restul respondenților preferând să nu-și declare genul.

Graficul nr.49



Sursa: date colectate de partenerii MILES. Grafic realizat de OLAE.

Provocări și direcții viitoare

Răspândirea știrilor false și a dezinformării în întreaga Europă a devenit o problemă critică, care amenință procesele democratice, subminează încrederea în instituții și perturbă coeziunea socială. Acest raport explorează nevoile, provocările și practicile promițătoare asociate cu combaterea dezinformării la nivel european. Analizând strategiile existente și identificând lacunele, raportul oferă recomandări pentru consolidarea eforturilor de combatere a dezinformării și promovarea educației media pe întreg continentul. În ultimii ani, problema știrilor false și a dezinformării a devenit din ce în ce mai răspândită în întreaga Europă, cu consecințe de amploare pentru societățile democratice.

Creșterea mass-mediei digitale a revoluționat modul în care informațiile sunt diseminate, dar a facilitat și răspândirea rapidă a conținutului fals și înșelător. Acest fenomen a fost deosebit de evident în perioadele electorale, crizele de sănătate publică și evenimentele socio-politice majore, unde dezinformarea a fost folosită pentru a manipula opinia publică și a eroda încrederea în instituțiile democratice.

Impactul știrilor false nu se limitează la o singură țară; este o problemă paneuropeană care necesită eforturi coordonate pentru a o aborda. În timp ce unele țări europene au fost proactive în implementarea măsurilor de combatere a dezinformării, altele încă se confruntă cu provocările pe care le reprezintă peisajul informației digitale. Acest raport își propune să ofere o analiză detaliată a nevoilor, provocărilor și practicilor promițătoare în combaterea știrilor false în Europa. Înțelegând acești factori, decidenții, profesorii și organizațiile media pot dezvolta strategii mai eficiente pentru a contracara dezinformarea și pentru a îmbunătăți educația media.

În ultimii ani, Europa a fost martoră a unor campanii semnificative de dezinformare care vizează alegeri și referendumuri. De exemplu, alegerile prezidențiale din Franța din 2017 au fost puternic influențate de dezinformarea răspândită prin intermediul rețelelor de socializare, cu scopul de a submina integritatea procesului electoral. În mod similar, alegerile federale din Germania au înregistrat o creștere a știrilor false, adesea folosite pentru a influența opiniile alegătorilor cu privire la chestiuni sensibile precum imigrația și securitatea națională.

Referendumul Brexit din Regatul Unit a evidențiat și puterea dezinformării în formarea opiniei publice, afirmațiile înșelătoare despre Uniunea Europeană jucând un rol semnificativ în rezultat. În Europa de Est, țări precum Ungaria și Polonia s-au confruntat cu provocări cu campanii de dezinformare sponsorizate de stat, menite să susțină narațiunile autoritare și să discrediteze Uniunea Europeană.

Impactul știrilor false se extinde dincolo de sfera politică, afectând sănătatea publică, siguranța și încrederea socială. În timpul pandemiei de COVID-19, Europa a cunoscut un val masiv de dezinformare despre virus și vaccinuri, ceea ce a dus la confuzie și ezitare publică. Mișcările anti-vaccin în țări precum Italia și Franța au fost alimentate de informații false, contribuind la scăderea ratelor de vaccinare și la creșterea riscurilor pentru sănătatea publică.

Educația media este o componentă critică în lupta împotriva știrilor false și a dezinformării. Aceasta implică dezvoltarea abilităților necesare pentru a evalua în mod critic informațiile, pentru a înțelege sursele de știri și a diferenția între conținutul credibil și fals. În Europa, există o nevoie semnificativă de a îmbunătăți educația media, în special în rândul populațiilor mai tinere și a celor cu niveluri mai scăzute de educație formală. Finlanda este lider în educația media, integrând-o în programa națională de la o vârstă fragedă. Această abordare proactivă a dus la o populație care este mai bine echipată pentru a rezista dezinformării. Prin contrast, alte țări europene au început abia recent să acorde prioritate educației media și există o nevoie presantă de a extinde aceste inițiative pentru a ajunge la segmente mai largi ale populației. Îmbunătățirea educației media implică, de asemenea, abordarea provocărilor specifice reprezentate de rețelele sociale. Având în vedere că mulți oameni, în special cei mai tineri, accesează majoritatea știrilor lor prin intermediul platformelor de social media, este esențial să fie învățați cum să navigheze în mod responsabil pe aceste platforme. Aceasta include înțelegerea modului în care algoritmi influențează conținutul pe care îl văd, recunoașterea semnelor de știri false și abilitatea de a verifica informațiile înainte de a le partaja. Uniunea Europeană a recunoscut importanța educației/literației media în combaterea dezinformării. Politica UE de educație media subliniază necesitatea unui efort coordonat între statele membre pentru a îmbunătăți educația media, în special în era digitală. Inițiative precum Săptămâna europeană a educației media își propune să crească gradul de conștientizare și să promoveze cele mai bune practici în educația media pe întreg continentul. O altă necesitate critică în combaterea știrilor false este **stabilirea și consolidarea cadrelor de reglementare** care pot aborda în mod eficient răspândirea dezinformării. În Europa, Uniunea Europeană a făcut pași semnificativi pentru a crea un mediu online mai sigur prin inițiative precum Digital Services Act (DSA) și Codul de practici privind dezinformarea. Aceste

reglementări urmăresc să sporească transparența platformelor digitale și să le tragă la răspundere pentru conținutul pe care îl găzduiesc. DSA reprezintă un progres major în abordarea UE de reglementare a platformelor online. Introduce cerințe mai stricte pentru platforme pentru a monitoriza și elimina conținutul ilegal, inclusiv știrile false și impune sancțiuni pentru nerespectare. Acest cadru de reglementare este conceput pentru a proteja consumatorii, pentru a asigura transparența și pentru a crea un ecosistem digital mai responsabil. În plus, Codul de practici al UE privind dezinformarea, lansat în 2018, a fost un acord voluntar cu marile platforme online precum Facebook, Google și Twitter pentru a combate dezinformarea. Deși a făcut progrese, eficacitatea acestui Cod a fost limitată de natura sa voluntară, ceea ce a condus la solicitări pentru măsuri mai obligatorii. De asemenea, este nevoie de o mai mare cooperare între țările europene pentru a crea o abordare unificată a reglementării platformelor digitale. Dezinformarea nu cunoaște granițe, iar o abordare fragmentată a reglementărilor va fi mai puțin eficientă în combaterea răspândirii acesteia. Țările europene ar trebui să colaboreze pentru a-și armoniza reglementările și mecanismele de aplicare, asigurându-se că dezinformarea este abordată în mod consecvent pe tot continentul.

Conștientizarea publicului este un alt element esențial în lupta împotriva știrilor false. Educarea publicului cu privire la pericolele dezinformării și la modul de recunoaștere a acesteia este esențială pentru a promova o societate mai informată și mai vigilentă. Campaniile de conștientizare a publicului pot juca un rol semnificativ în atenuarea impactului știrilor false, încurajând persoanele să evalueze critic informațiile pe care le întâlnesc și să caute surse credibile. Comisia Europeană a sprijinit mai multe inițiative care vizează creșterea gradului de conștientizare a publicului cu privire la pericolele dezinformării. Printre acestea se numără campania „#ThinkBeforeSharing” a UE, care încurajează utilizatorii rețelelor sociale să verifice acuratețea informațiilor înainte de a le partaja online. Astfel de campanii sunt cruciale în crearea unei culturi a gândirii critice și a scepticismului față de informațiile neverificate. Campaniile de conștientizare a publicului ar trebui să fie adaptate diferitelor grupuri demografice, ținând cont de diferitele niveluri de literație media și de implicare digitală din Europa. De exemplu, audiența mai tânără poate beneficia de campanii care folosesc influencer-i în rețelele sociale pentru a promova educația media, în timp ce adulții de vârstă mai înaintată pot răspunde mai bine la canalele media tradiționale, cum ar fi televiziunea și presa scrisă. În plus, campaniile de conștientizare a publicului nu ar trebui să se concentreze doar pe aspectele negative ale știrilor false, ci și să promoveze comportamente pozitive, cum ar fi verificarea faptelor, partajarea responsabilă a informațiilor și sprijinirea surselor de știri credibile. Prin promovarea unei culturi a gândirii critice și a scepticismului față de informațiile neverificate, aceste campanii pot contribui la reducerea răspândirii știrilor false și a impactului acestora asupra societății.

Una dintre cele mai semnificative provocări în combaterea știrilor false este **rolul platformelor de social media în difuzarea acestora**. Rețelele de socializare au transformat modul în care oamenii consumă știri, permițând informațiilor – atât celor adevărate, cât și celor false – să se răspândească rapid și pe scară largă. Algoritmii utilizați de aceste platforme prioritizează

adesea conținutul care generează interacțiuni, care poate include informații senzaționale sau înșelătoare. Uniunea Europeană a recunoscut provocarea reprezentată de platformele de social media și a luat măsuri pentru a o aborda prin reglementări precum Digital Services Act. Cu toate acestea, reglementarea rețelelor sociale rămâne complexă din cauza cantităților mari de conținut generate zilnic și a necesității de a echilibra libertatea de exprimare cu prevenirea dezinformării dăunătoare. Rolul rețelelor sociale în răspândirea știrilor false este și mai complicat de efectul *camerelor de ecou*, în care utilizatorii sunt mai susceptibili de a fi expuși la informații care le întăresc convingerile existente. Acest lucru poate duce la înrădăcinarea narațiunilor false și poate face mai dificilă corectarea dezinformării. Abordarea acestei provocări necesită nu numai măsuri de reglementare, ci și eforturi de promovare a literației digitale și a gândirii critice în rândul utilizatorilor rețelelor sociale. Eforturile Uniunii Europene de a se implica cu companiile de *social media* au condus la unele îmbunătățiri, cum ar fi introducerea unor politici mai stricte de moderare a conținutului. Cu toate acestea, aceste măsuri sunt adesea mai degrabă reactive decât proactive, iar eficacitatea autoreglementării de către aceste platforme este îndoielnică. Necesitatea unei supravegheri mai riguroase și a răspunderii mai clar asumate este evidentă, deoarece răspândirea știrilor false prin intermediul rețelelor sociale continuă să fie o preocupare semnificativă.

Încrederea în mass-media și instituțiile publice este o altă provocare critică în lupta împotriva dezinformării. În toată Europa, există o neîncredere în creștere față de instituțiile media tradiționale, determinată de percepțiile de părtinire, senzaționalism și influență politică. Această neîncredere îi poate determina pe indivizi să caute surse alternative de informații, care pot fi mai puțin fiabile și mai predispuse să răspândească știri false. Scăderea încrederii în mass-media tradițională este o problemă complexă influențată de mai mulți factori, inclusiv creșterea populismului, polarizarea tot mai mare a discursului politic și proliferarea mass-mediei digitale. În unele țări europene, această neîncredere a fost exacerbată de campaniile de dezinformare sponsorizate de stat, care urmăresc să submineze încrederea publicului în instituțiile democratice și mass-media. Reconstruirea încrederii în mass-media și instituțiile publice necesită o abordare multidimensională. Organizațiile media trebuie să acorde prioritate transparenței, acurateței și responsabilității în raportările lor. De asemenea, ar trebui să se implice activ în verificarea faptelor și să ofere context pentru probleme complexe pentru a ajuta publicul să înțeleagă mai bine știrile pe care le consumă. La nivel european, inițiative precum Actul european pentru libertatea presei urmăresc să protejeze independența și pluralismul mass-mediei, care sunt esențiale pentru menținerea încrederii publicului. Asigurându-se că instituțiile media funcționează fără presiuni politice și comerciale nejustificate, UE încearcă să creeze un mediu în care jurnalismul credibil poate prospera. Mai mult, instituțiile publice trebuie să-și îmbunătățească strategiile de comunicare pentru a oferi publicului informații clare, factice și la timp. Aceasta include transparența cu privire la sursele lor de informații și la procesele de luare a deciziilor. Procedând astfel, ei pot contribui la contracararea răspândirii dezinformării și la restabilirea încrederii publicului în autoritatea lor.

Disparitățile educaționale din Europa reprezintă o provocare semnificativă în promovarea educației media și a abilităților de gândire critică. În țările cu sisteme educaționale bine

dezvoltate, probabilitatea ca elevii să beneficieze de educație media este mai mare, ceea ce îi echipează să navigheze mai eficient peisajul digital. Însă în țările în care sistemele de învățământ sunt mai puțin robuste sau în care educația media nu este prioritară, indivizii pot fi mai vulnerabili la dezinformare. Uniunea Europeană a recunoscut aceste disparități și a cerut eforturi mai mari pentru a integra educația media în programele educaționale din statele membre. Inițiative precum Planul de acțiune al UE pentru educație digitală subliniază necesitatea ca toți cetățenii să dobândească competențe digitale, inclusiv capacitatea de a evalua critic conținutul online. Abordarea acestor disparități necesită un efort coordonat între guverne, instituții de învățământ și organizații ale societății civile. Este esențial să ne asigurăm că educația media este accesibilă tuturor, indiferent de mediul socio-economic sau locația geografică. Aceasta include furnizarea de resurse și formare pentru profesori, dezvoltarea de programe de studii adecvate vârstei și sprijinirea oportunităților de învățare pe tot parcursul vieții. Disparitățile educaționale se extind și la populațiile adulte, dintre care multe segmente este posibil să nu fi avut oportunitatea de a dezvolta competențe digitale în timpul educației lor formale. Pentru acești indivizi, programele de învățare din comunitate și campaniile de conștientizare a publicului pot juca un rol crucial în reducerea decalajului și în dezvoltarea abilităților necesare pentru a identifica și a rezista dezinformării.

Mai multe țări europene au implementat **strategii de succes pentru a combate știrile false**, oferind lecții valoroase pentru alții. Finlanda, de exemplu, a fost pionier în educația media, încorporând-o în programa școlară începând cu școala primară. Această abordare a condus la o populație care este mai rezistentă la dezinformare și servește drept model pentru alte țări. Legea germană privind rețelele (NetzDG), introdusă în 2017, impune platformelor de *social media* să elimine conținutul ilegal, inclusiv știrile false, în termen de 24 de ore. Această lege a jucat un rol esențial în responsabilizarea platformelor și pentru a garanta că conținutul dăunător este gestionat rapid. Abordarea Germaniei subliniază importanța unor cadre de reglementare puternice în lupta împotriva dezinformării. În Franța, guvernul a luat măsuri pentru a contracara dezinformarea prin înființarea unui grup de lucru național dedicat monitorizării și combaterii știrilor false. Legea franceză împotriva manipulării informațiilor, adoptată în 2018, permite autorităților să ia măsuri legale împotriva celor care răspândesc informații false care ar putea afecta rezultatul alegerilor. Această abordare proactivă a creat un precedent pentru alte țări europene. Italia a fost, de asemenea, activă în combaterea știrilor false, în special în contextul sănătății publice. Guvernul italian a colaborat cu organizații de verificare a faptelor și platforme de social media pentru a contracara dezinformarea legată de COVID-19. Aceste eforturi au inclus campanii de conștientizare a publicului și promovarea unor informații corecte prin canale oficiale.

Eforturile de colaborare între guverne, organizațiile mass-media și societatea civilă sunt esențiale pentru combaterea eficientă a dezinformării. În Uniunea Europeană, EDMO joacă un rol cheie în reunirea verificatorilor de fapte, experților în educație media și cercetătorilor pentru a combate dezinformarea. EDMO sprijină monitorizarea și analiza dezinformării în întreaga Europă și promovează cele mai bune practici în educație media și verificarea faptelor. Planul de acțiune al UE împotriva dezinformării, lansat în 2018, a încurajat și colaborarea între

statele membre și sectorul privat. Acest plan subliniază importanța unui răspuns coordonat la dezinformare, inclusiv schimbul de bune practici, îmbunătățirea cooperării transfrontaliere și promovarea dezvoltării de noi instrumente pentru detectarea și contracararea știrilor false. Mai mult, UE a stabilit sisteme de alertă rapidă pentru a facilita schimbul de informații între statele membre cu privire la amenințările de dezinformare. Aceste sisteme permit țărilor să răspundă mai rapid la campaniile emergente de dezinformare și să își coordoneze eforturile pentru a le contracara. Eforturile de colaborare sunt, de asemenea, evidente în activitatea organizațiilor internaționale precum UNESCO, care a elaborat linii directoare pentru educația media și promovarea jurnalismului bazat pe fapte. Prin parteneriat cu guverne și ONG-uri, UNESCO își propune să sporească eforturile globale de combatere a dezinformării și să sprijine dezvoltarea programelor de educație media.

Inovațiile tehnologice joacă un rol vital în combaterea știrilor false. Instrumente precum algoritmi de verificare a faptelor bazați pe inteligență artificială, extensiile de browser care semnalează conținut suspect și platformele care reunesc informații verificate în baza faptelor devin din ce în ce mai importante în lupta împotriva dezinformării. Aceste tehnologii pot ajuta la identificarea știrilor false și la luarea de decizii mai informate cu privire la informațiile pe indivizii care le consumă. În Europa, mai multe inițiative au folosit tehnologia pentru a combate dezinformarea. Programul Horizon 2020 al Uniunii Europene a finanțat cercetarea noilor tehnologii pentru detectarea și combaterea știrilor false. Aceste inovații au potențialul de a spori semnificativ eficacitatea eforturilor de abordare a dezinformării, în special atunci când sunt combinate cu măsuri educaționale și de reglementare. De exemplu, tehnologia IA este folosită pentru a analiza cantități mari de conținut online și pentru a identifica modele care indică dezinformarea. Organizațiile de verificare a faptelor din Europa au dezvoltat, de asemenea, instrumente care permit utilizatorilor să verifice rapid acuratețea informațiilor pe care le întâlnesc online. Aceste instrumente sunt adesea integrate în platformele de social media sau disponibile ca extensii de browser, făcându-le ușor accesibile publicului. Deci, putem spune că inovațiile tehnologice nu se limitează la detectarea știrilor false; acestea includ, de asemenea, eforturi pentru a îmbunătăți transparența și responsabilitatea platformelor online. De exemplu, tehnologia *blockchain* este explorată ca o modalitate de a verifica autenticitatea surselor de știri și de a urmări originile informațiilor. Prin sporirea transparenței, astfel de tehnologii pot contribui la reducerea răspândirii dezinformării și la restabilirea încrederii în mass-media online.

Una dintre provocările principale identificate este integrarea inconsecventă a educației media în diferite discipline și niveluri de învățământ. Profesorii se confruntă adesea cu dificultăți în integrarea educației media în curriculum din cauza lipsei de orientări și resurse structurate. Această situație duce la lacune semnificative în cunoștințele și abilitățile elevilor în evaluarea critică a informațiilor digitale.

Pentru a aborda aceste provocări, este necesar un demers multidimensional care implică strategii cuprinzătoare și sprijin sistemic. Una dintre direcțiile cheie este dezvoltarea și punerea în aplicare a unor programe de educație media standardizate care acoperă toate nivelurile educaționale. Aceste programe ar trebui să se concentreze pe gândirea critică,

evaluarea surselor și recunoașterea părținirii, asigurându-se că elevii sunt echipați cu abilitățile necesare pentru a naviga în peisajul digital în mod responsabil. Dezvoltarea profesională continuă pentru profesori este crucială. Programele de formare trebuie să fie concepute pentru a acoperi atât aspectele tehnice ale instrumentelor digitale, cât și strategiile pedagogice pentru discutarea subiectelor controversate și a dezinformării. Astfel de programe ar trebui să urmărească îmbunătățirea experienței profesorilor în domeniul educației media și să-i mențină la curent cu cele mai recente instrumente și metodologii. Alocarea resurselor este un alt domeniu critic pentru îmbunătățiri viitoare. Asigurarea accesului echitabil la instrumente digitale și materiale educaționale actualizate în școli este esențială. Finanțarea și sprijinul sporit pentru inițiativele de educație media pot contribui la reducerea decalajului de resurse, permițând școlilor să implementeze programe mai eficiente. Implicarea părinților și a comunității este, de asemenea, importantă. Implicarea părinților în eforturile de educație media poate completa inițiativele școlare și poate oferi un mesaj consecvent despre importanța gândirii critice și a consumului media responsabil. Crearea de parteneriate între școli, părinți și organizații comunitare poate stimula un mediu de sprijin pentru elevi.

În cele din urmă, promovarea unei culturi a gândirii critice și a literației media prin eforturi de colaborare este esențială. Părțile interesate, inclusiv profesorii, factorii de decizie, profesioniștii media și societatea civilă, trebuie să lucreze împreună pentru a promova educația media și gândirea critică. O astfel de colaborare poate duce la dezvoltarea unor politici coezive și la alocarea resurselor necesare pentru un impact susținut.

Recomandări și concluzii

În **Italia**, raportul subliniază necesitatea integrării educației media în programele școlare la toate nivelurile. Sunt recomandate programe educaționale structurate pentru a preda gândirea critică, verificarea surselor și impactul dezinformării. Dezvoltarea profesională continuă pentru profesori este crucială, concentrându-se pe abilitarea profesorilor pentru a realiza eficient educația media prin activități practice. Ar trebui alocate fonduri și resurse adecvate pentru a sprijini aceste inițiative, inclusiv resurse pentru formarea profesorilor, instrumente digitale și materiale educaționale. Colaborarea cu experți externi, cum ar fi jurnaliști și profesioniști din mass-media, este încurajată pentru a oferi elevilor perspective practice despre procesul de creare a știrilor și despre importanța verificării informațiilor. Se evidențiază și promovarea gândirii critice prin programe interdisciplinare care combină elemente științifice și umaniste. Decidenții sunt sfătuiți să dezvolte politici și linii directoare clare pentru a sprijini implementarea consecventă a educației media în toate școlile, creând un cadru unificat pentru adoptare sa.

În **Austria**, accentul se pune pe modernizarea educației pentru a integra în mod cuprinzător alfabetizarea digitală. Dezvoltarea profesională continuă pentru profesori este considerată esențială, acoperind atât aspectele tehnice ale instrumentelor digitale, cât și strategiile pedagogice pentru discutarea subiectelor controversate și dezinformării. Raportul evidențiază importanța experiențelor de învățare captivante și bazate pe joc pentru a face educația media mai atractivă pentru elevi. Colaborările dintre școli, părinți și organizațiile comunitare sunt vitale pentru crearea unui ecosistem de sprijin pentru elevi. Încurajarea unei abordări critice a informației și promovarea utilizării resurselor de verificare a faptelor sunt strategii cheie în combaterea răspândirii știrilor false.

Raportul din **Cipru** atrage atenția asupra nevoii de programe cuprinzătoare de dezvoltare profesională, adaptate pentru a abilita profesorii cu instrumentele pedagogice necesare pentru a integra eficient educația media în practicile lor de predare. Aceasta include strategii pentru analiza de conținut, evaluarea surselor și aplicarea practică a gândirii critice în diverse domenii. Există un consens cu privire la necesitatea de a include educația media în curriculum-ul de bază, școlile fiind încurajate să înființeze cluburi de educație media și activități extracurriculare care favorizează experiențe de învățare practică. Reformele sistemice sunt esențiale pentru a instituționaliza educația media la toate nivelurile educaționale din Cipru, pledând pentru politici educaționale coerente care impun includerea competențelor media ca o competență de bază. Sunt recomandate campanii de conștientizare a publicului pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la importanța educației media în rândul factorilor de decizie, educatorilor, părinților și comunității în general.

În **Grecia**, este evidențiată necesitatea unui plan strategic coeziv pentru a promova alfabetizarea media și informațională și pentru a combate dezinformarea printr-o abordare holistică. Se pune accent pe începerea educației media de la nivelul școlii primare, cu intervenții ajustabile la nevoile vârstei și intensificate pe măsură ce elevii trec de la învățământul primar la cel gimnazial. Raportul solicită abordarea barierelor sistemice, cum ar fi constrângerile birocratice și lipsa de profesori specializați pentru educația media, pentru a spori eficacitatea acestei educații.

Recomandările și concluziile din raportul **portughez** privind educația media și combaterea dezinformării subliniază necesitatea unei abordări cuprinzătoare și integrate. Recomandarea principală este de a integra educația media în toate disciplinele educaționale, începând de la începutul vieții copiilor și continuând prin învățământul superior. Această abordare integrată asigură că elevii își dezvoltă abilitățile de gândire critică necesare pentru a naviga în mod eficient în peisajul digital. Dezvoltarea profesională continuă pentru profesori este, de asemenea, evidențiată ca fiind crucială, cu accent pe formarea în domenii precum dezinformarea, inteligența artificială și competențe de algoritmizare. Implicarea familiilor și a comunității mai largi este considerată esențială în crearea unui mediu de învățare favorabil. Inițiative precum Academia Digitală pentru Părinți și proiectul Digital Leaders sunt recomandate ca practici promițătoare care împuternicesc părinții cu abilități digitale și îi implică pe elevi în promovarea utilizării sigure și conștiente a tehnologiilor digitale. Raportul subliniază, de asemenea, importanța măsurilor preventive pentru combaterea dezinformării,

cum ar fi strategiile de pre-bunking și demonetizarea site-urilor care propagă informații false. În plus, raportul solicită o mai bună coordonare și integrare a diferitelor inițiative pentru a evita suprasolicitarea cauzată de proiectele fragmentate. Ca strategii eficiente sunt sugerate proiecte pe termen lung, contextualizate, dezvoltate de grupurile școlare și autoritățile locale, care promovează învățarea continuă și colectivă. Implicarea elevilor în aceste proiecte este esențială pentru a asigura o abordare colaborativă și incluzivă. Progresele tehnologice și măsurile legislative joacă, de asemenea, un rol esențial în combaterea dezinformării. Carta portugheză a drepturilor digitale și proiectul IBERIFIER al EDMO oferă cadre pentru abordarea aspectelor juridice și tehnice ale dezinformării. Raportul subliniază necesitatea unui cadru solid de sprijin pentru politici pentru a promova o societate competentă în mass-media, capabilă de gândire critică și de luare a deciziilor în cunoștință de cauză.

În **România**, deși Ministerul Educației pare preocupat de educația media, dezvoltarea unei politici publice întârzie. Ca parte a Planului Național de Recuperare și Reziliență, s-a lansat un proiect la scară largă pentru formarea a 100.000 de profesori, care își propune să dezvolte la profesori competențe digitale și de realizare a educației media. În prezent, formarea profesorilor pentru educație media este realizată de ONG-uri, unele cu o experiență de peste două decenii, care însă au un număr relativ mic de formatori disponibili pentru aceste programe de formare. Aceste ONG-uri au realizat multe resurse care însă par să fie subutilizate și se atrage atenția că realizarea de noi produse ar putea fi o pierdere de timp dacă materialele de calitate disponibile în prezent nu sunt de fapt folosite de mai mulți profesori. În categoria resurselor includem și cursurile opționale dezvoltate deja pe care profesorii pot alege să le propună elevilor lor pentru a realiza educația media. Așadar, este de dorit instituționalizarea mai clară a formării cadrelor didactice, cu roluri clar asumate de Casele Corpului Didactic și de universități, instituțiile publice responsabile de formarea profesorilor, care ar trebui să își dezvolte capacitatea de a oferi formare de calitate profesorilor pentru a-i abilita să realizeze educația media.

Guvernele ar trebui să acorde prioritate integrării educației media în sistemele naționale de învățământ, asigurându-se că elevii beneficiază de educație pentru dezvoltarea gândirii critice, a abilităților de verificare a faptelor și de consum responsabil de media încă de la o vârstă fragedă. Această educație ar trebui să fie disponibilă nu numai elevilor, ci și adulților prin programe de învățare pe tot parcursul vieții. Țările europene ar trebui să conlucreze pentru a consolida cadrele de reglementare care responsabilizează platformele digitale pentru răspândirea dezinformării. Aceasta include aplicarea reglementărilor existente, cum ar fi DSA, și dezvoltarea de noi politici care abordează provocările emergente din peisajul digital. Campaniile de conștientizare a publicului care educă cetățenii cu privire la pericolele știrilor false și la modul de identificare a dezinformării ar trebui extinse și susținute. Aceste campanii ar trebui să fie adaptate diferitelor grupuri demografice și difuzate printr-o varietate de canale, inclusiv mass-media tradițională, rețelele sociale și programele de comunicare comunitară. Colaborarea între guverne, organizații media, instituții de învățământ și societatea civilă este esențială pentru crearea unui răspuns coordonat la dezinformare. Țările europene ar trebui să sprijine și să participe la inițiative precum EDMO și alte eforturi de

colaborare care reunesc părțile interesate pentru a împărtăși cele mai bune practici și a dezvolta soluții inovatoare. Investiția în inovații tehnologice care pot ajuta la detectarea și combaterea știrilor false ar trebui să fie o prioritate. Guvernele și partenerii din sectorul privat ar trebui să sprijine cercetarea și dezvoltarea în acest domeniu, asigurându-se că noile instrumente și tehnologii sunt disponibile pe scară largă și accesibile publicului. Provocarea combaterii știrilor false și a dezinformării în Europa este complexă și cu mai multe fațete, necesitând o abordare cuprinzătoare și coordonată. Deși s-au înregistrat progrese semnificative în țări precum Finlanda, Germania și Franța, mai sunt multe de făcut pentru a se asigura că toți cetățenii europeni sunt echipați cu instrumentele și cunoștințele de care au nevoie pentru a naviga în peisajul informației digitale. Prin îmbunătățirea educației media, întărirea cadrelor de reglementare, promovarea conștientizării publicului, încurajarea colaborării și valorificarea inovațiilor tehnologice, națiunile europene pot consolida rezistența împotriva răspândirii știrilor false și pot asigura integritatea ecosistemelor lor informaționale.

În concluzie, **recomandările evidențiază o abordare holistică care implică o pregătire temeinică a profesorilor, implicarea comunității, măsuri legislative și progrese tehnologice.** Integrarea educației media în spectrul educațional, susținută de cercetări avansate și eforturi coordonate, este esențială pentru promovarea unei societăți cu competențe media, capabilă de gândire critică și de luare a deciziilor în cunoștință de cauză.

În general, aceste rapoarte subliniază în mod colectiv **importanța integrării educației media în programele educaționale, oferind dezvoltare profesională continuă pentru profesori, asigurând finanțare și resurse adecvate, promovând colaborările cu experți externi și organizații comunitare și elaborând politici și linii directoare clare pentru a sprijini educația media.** Prin abordarea acestor recomandări, obiectivul de a educa un tânăr bine informat și cu gândire critică, capabil să navigheze în mod responsabil peisajul digital, poate fi atins.

Referințe

Apestaartjaren 2024: Yearly research on media use and media possession of young people in Flanders.

Disponibil la <https://www.mediawijs.be/nl/apenstaartjaren2024>

Aroldi, P., Carenzio, A., Cino, D., Paradisi, A., & Pratesi, A. (2022). Media literacy versus fake news: Esperienze e best practice in Italia.

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2017). Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG). Disponibil la

https://www.bmjv.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_EN_node.html

Cappuccio, G., & Compagno, G. (2020). L'illusione del sapere: L'universo delle fake news. Un'indagine esplorativa con gli adolescenti. MeTis - Mondi Educativi. Temi, Indagini, Suggestioni, 10(1).

Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P. C., Paisana, M., Quintanilha, T. L., & Couraceiro, P. (2018). As fake news numa sociedade pós-verdade: Contextualização, potenciais soluções e análise. Relatório Obercom.

Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2023). Digital news report Portugal 2023. OberCom - Observatório da Comunicação.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2021). Relatório discurso de ódio e imigração em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2022). Discriminação das pessoas migrantes nos serviços públicos em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2022). Relatório experiências de discriminação na imigração em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Cruz, M. (2020). Fake news & desinformação: Estudo de caso numa instituição de ensino superior em Portugal (Master's thesis, Instituto Politécnico de Viseu).

D'Errico, F., Papapicco, C., & Lamanna, I. (2022). Adolescents' vulnerability to fake news and to racial hoaxes: A qualitative analysis on Italian sample. Multimodal Technologies and Interaction, 6(20).

Dimitriadis, D. (2023). Disinformation landscape in Greece. EU Disinfo Lab. Disponibil la <https://www.disinfo.eu/publications/disinformation-landscape-in-greece/#>

Drigas, A., Bravou, V., Demertzi, E., & Papagerasimou, Y. (2019). MeLDE: Media literacy in the digitalised era: Supporting teachers through a whole-school approach. MELDE Project.

EduTV. (n.d.). EduTv. Disponibil la <https://edutv.minedu.gov.gr/>

EDMO. (2020). European Digital Media Observatory. Disponibil la <https://edmo.eu/>

ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2019). A desinformação: Contexto Europeu e Nacional (Contributo da ERC para o debate na Assembleia da República). ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Esteves, F. (2019). In April 2019, Polígrafo achieved accreditation by the International Fact-Checking Network. Web Summit.

European Commission. (2018). Action plan against disinformation. Disponibil la https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-against-disinformation_en

European Commission. (2018). Code of practice on disinformation. Disponibil la https://ec.europa.eu/digital-strategy/policy/code-practice-disinformation_en

European Parliamentary Research Service. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation. Disponibil la [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_STU\(2018\)614537](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_STU(2018)614537)

European Parliament. (2019). Online platforms and the digital single market. Disponibil la https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0220_EN.html

Eurostat. (2023). Digital skills in 2023: Impact of education and age. Disponibil la Eurostat.

Frau-Meigs, D. (2020). The pandemic has shown us how quickly disinformation can spread on social media. Sorbonne Nouvelle University.

Frau-Meigs, D. (2020). The strength of EDMO lies in its ability to bring together a diverse group of experts and stakeholders. Sorbonne Nouvelle University.

Frau-Meigs, D. (2021). Educational disparities across Europe mean that not everyone has the same access to media literacy education. Sorbonne Nouvelle University.

Harvard Business School online (2021), Data Literacy: an introduction for business, Business Inside Blog. Disponibil la <https://online.hbs.edu/blog/post/data-literacy>

Hobbs, R. (2017). Teaching media literacy: New directions and connections. *Journal of Media Literacy Education*, 9(1), 1-10.

Institut für Demoskopie Allensbach. (2020). Die Vermittlung von Nachrichtenkompetenz in der Schule: Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Lehrkräften im Februar/März 2020.

Joint Research Centre (JRC). (2019). Automated detection of disinformation. European Commission. Disponibil la <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/automated-detection-disinformation>

Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.

Lessenskim, M. (2022). European Policies Initiative (EuPI) report: Media Literacy Index 2022. Open Society Institute Sofia. Disponibil la https://osis.bg/wp-content/uploads/2022/10/HowItStarted_MediaLiteracyIndex2022_ENG_.pdf

Livingstone, S. (2019). To combat disinformation effectively, we must restore public trust in the media. London School of Economics.

Livingstone, S. (2020). Media literacy is not just about teaching people to identify fake news; it's about empowering them to engage critically with all forms of media. London School of Economics.

Livingstone, S. (2021). The European Digital Media Observatory represents a significant step forward in our efforts to combat disinformation. London School of Economics.

Marangi, M., Pasta, S., & Rivoltella, P. C. (2023). When digital educational poverty and educational poverty do not coincide: Socio-demographic and cultural description, digital skills, educational questions.

MediaNest. (z.d.). Onderzoek in Vlaanderen naar het mediagebruik van 0- tot 18-jarigen en mediaopvoeding in gezinnen. In *MediaNest Cijfers 2023* (pp. 02–07). Disponibil la https://assets.mediawijs.be/2023-05/Rapport%20MediaNest%20Cijfers_2023_v2.pdf

MedienScouts Hamburg. Experten für digitale Medien. Disponibil la <https://li.hamburg.de/fortbildung/themen-aufgabengebiete/medienpaedagogik/medienscouts-657818>

Meßmer, A.-K., Sänglerlaub, A., & Schulz, L. (2021). „Quelle: Internet“? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test. Stiftung Neue Verantwortung.

Ministry of Education and Culture, Finland. (2018). National Core Curriculum for Basic Education 2014. Finnish National Agency for Education. Disponibil la <https://www.oph.fi/en/statistics-and-publications/publications/national-core-curriculum-basic-education-2014>

National Literacy Trust. (2018). "Fake News and Critical Literacy: The Impact of Disinformation on Young People." <https://literacytrust.org.uk/policy-and-campaigns/all-party-parliamentary-group-literacy/fakenews/>

Niedersächsische Staatskanzlei. (2021, January). Medienkompetenz in Niedersachsen Ziellinie 2025. Disponibil la <https://bildungsportal-niedersachsen.de/digitale-welt/medienbildung/vorgaben/medienkompetenz-in-niedersachsen-ziellinie-2025>

Nielsen, R. K. (2018). The Brexit referendum was a turning point in understanding the role of disinformation in influencing public opinion. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nielsen, R. K. (2020). The design of social media platforms inherently favours the spread of disinformation. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nielsen, R. K. (2021). Technological innovations, particularly those driven by AI, have the potential to significantly enhance our ability to detect and counter disinformation. Reuters Institute for the Study of Journalism.

News Literacy Project. (2019). News Literacy Project. Disponibil la <https://newslit.org/>

Ofcom. (2021). "Children and Parents: Media Use and Attitudes Report." Disponibil la: <https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-children/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2021/>

Pädagogische Hochschule Burgenland. (2024). Aktuelles Programm. Disponibil la <https://www.ph-burgenland.at/fortbildung-und-beratung/programm/aktuelles-programm>

Pädagogische Hochschule Kärnten. (2024). Fortbildungskatalog. Disponibil la <https://service.ph-kaernten.ac.at/fortbildungskatalog/>

Pädagogische Hochschule Niederösterreich. (2023). Curriculum Hochschulelehrgang Digitale Grundbildung. Disponibil la https://www.ph-noe.ac.at/fileadmin/lehrgaenge/720_714_Digitale_Grundbildung.pdf

Pädagogische Hochschule Niederösterreich. (2024). Bildungsprogramm Sommersemester 2024 [PDF]. Disponibil la https://www.ph-noe.ac.at/fileadmin/root_phnoe/Fortbildung/Bildungsprogramm_Sommersemester_2024.pdf

Pädagogische Hochschule Oberösterreich. (2024). Fortbildungsprogramm SEK 24 [PDF]. Disponibil la https://ph-ooe.at/fileadmin/Daten_PHOOE/Fortbildung_II_und_Schulentwicklung/Seminaranmeldung/Fortbildungsprogramm-SEK-2024-Doppelseitig.pdf

Pädagogische Hochschule Steiermark. (2024). StudiVZ SCHiLF SCHÜLF 24/25 [PDF]. Disponibil la https://www.phst.at/fileadmin/Redakteure/Bilder/ZIDAs/SCHiLF_SCHueLF/StudiVZ_SCHiLF_SCH%C3%BCLF_24_25.pdf

Pädagogische Hochschule Vorarlberg. (2024). SchiLF-Angebote. Disponibil la <https://www.ph-vorarlberg.ac.at/schulentwicklung/digi-fuer-schulen/schilf-angebote#c5907>

Pädagogische Hochschule Wien. (2022). Ziel-Leistungsplan 2022-2024 [PDF]. Disponibil la <https://phwien.ac.at/wp-content/uploads/2022/08/phwien-ziel-leistungsplan-2022-2024.pdf>

Pädagogische Hochschule Wien. (2024). Fortbildungsangebot SoSe 2024 [PDF]. Disponibil la https://phwien.ac.at/wp-content/uploads/Veranstaltungsverzeichnis/Fortbildungsangebot_SoSe_2024.pdf

Papaioannou, T., & Themistokleous, A. (2018). An overview of media education in Cyprus: Concepts and policies. In S. Iordanidou (Ed.), Media literacy: In the search of the concept and the function of media literacy (pp. 35–53). Advanced Media Institute/Metamesonykties Ekdoseis.

Pereira, L., Jorge, A., & Costa, C. (2014). Práticas de educação para os media em Portugal: Uma visão panorâmica. In I. Eleá (Ed.), Agentes e vozes: Um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha (pp. 167–172). Nordicom.

Pew Research Center. (2019). News Use Across Social Media Platforms; Disponibil la: <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/>

Ramos, M. (2018). Gosto, logo existo: Media literacy education.

Santis, A., Sannicandro, K., Bellini, C., & Minerva, T. (2021). The training of digital education professionals. LLL, 17(38), 324–338.

Save the Children. (2022). IMpossibile 2022: Povertà educativa digitale.

Segura Net. (2020). Segura Net: Directorate-General for Education. Disponibil la <https://www.seguranet.pt/>

Swedish Media Council. (2019). Media and information literacy. Disponibil la <https://statensmedierad.se/>

Szymaniak, J. (2020). Fake news: Distortions and manipulations as a threat to democracy. The role of the school. Studia Gdańskie. Wzję i rzeczywistość: T. XVI, 161–174. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.2519>

Themistokleous, A. (2023). Media education for children in Cyprus: Educating pupils to critically read advertisements. Media Education – Studi, ricerche e buone pratiche, 14(1). <https://doi.org/10.36253/me-13368>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe. Disponibil la <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

Wardle, C. (2019). The spread of disinformation is a fundamental challenge to democracy. First Draft.

Wineburg, S., & McGrew, S. (2016). "Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning." Stanford History Education Group.

World Economic Forum. (2023). How many people in the EU have basic digital skills? World Economic Forum.

Anexa 1 – Lista persoanelor intervievate

Factori de decizie				
Nr	Inițiale	Profil	Gen	Data interviului
1 (PT)	VT	Cercetător, Institutul Universitar CIES-ISCTE din Lisabona, Profesor asistent – Universidade Autónoma de Lisabona, Expert: Consiliul Europei, Punct focal (CIES-ISCTE) în IBERIFIER – Cercetare și verificare în mass-media iberică.	M	20/06/2024
2 (PT)	MJH	Director General Adjunct Educație – Direcția Generală Educație	F	31/05/2024
3 (PT)	MFS	Expert la Autoritatea portugheză pentru comunicare (ERC). Profesor universitar.	M	08/06/2024
4 (PT)	CRM	Expert la Centrul de Informare Jacques Delors din Portugalia. Profesor universitar	M	02/06/2024
5 (PT)	MRM	Expert în norme legale pentru a combate dezinformarea și știrile false	M	06/06/2024
6 (IT)	S.O.	Cercetător CNR	F	27/05/2024
7 (IT)	L.D.M.	Expert media, fondator al unei asociații pentru alfabetizarea media.	M	31/05/2024
8 (IT)	M.M.	Manager de proiect, Designer de proiect și membru Rete INA.	F	18/06/2024
9 (IT)	M.B.	Manager de proiect și jurnalist	M	13/06/2024
10 (IT)	G.C.	Decan al liceului	M	5/05/2024
11 (RO)	LC	Cercetător la Institutul de Științe ale Educației, elaborator curriculum național pentru istorie, profesor universitar, Universitatea din București	F	19/04/2024
12 (RO)	MF	Profesor universitar de filozofie, manager voluntar al Clubului de Filosofie pentru copii, Universitatea Babeș-Bolyai Cluj	F	19/04/2024
13 (RO)	CL	Director al Centrului de Jurnalism Independent (ONG), București	F	26/04/2024
14 (RO)	BR	Coordonator de program la Centrul de Jurnalism Independent (ONG), București	F	26/04/2024
15 (RO)	NV	Dezvoltator de programe, manager, trainer la Centrul de Inovare Publică (ONG), București	F	17/04/2024
16 (CY)	LT	Profesor universitar și fondator al Fact Check Cyprus (universitate privată)	F	29/5/2024
17 (CY)	CK	Profesor universitar (universitate privată)	F	29/5/2024
18 (CY)	NK	Director - Institutul pentru Mass-Media (autoritate publică)	M	4/6/2024
19 (CY)	DT	Lector în Jurnalism și Media (universitate publică)	M	30/6/2024

20 (CY)	AT	Ofițer/reprezentant director – Autoritatea pentru Radio și Televiziune	F	14/6/2024
21 (CY)	CA	UNIC professor universitar	M	8/6/2024
22 (BE)	BP	Expert în mass-media, radicalizare, limbaj vizual, polarizare și propagandă la Mediawijs. Centrul flamand de cunoștințe pentru alfabetizarea digitală și media	M	05/06/2024
23 (BE)	OVD	Fost profesor, lucrează la Centrul de Cunoaștere Digisprong din cadrul guvernului flamand	M	17/06/2024
24 (BE)	SS	Lucrează în departamentul de siguranță socială, orașul Anvers, concentrându-se pe prevenirea radicalizării	F	17/06/2024
25 (BE)	JB	Cercetător principal și lector la Universitatea de Științe Aplicate Artevelde. Cercetarea sa se concentrează în prezent pe utilizarea știrilor și dezinformarea în rândul copiilor și adolescenților.	M	24/06/2024
26 (BE)	JS	După ani ca profesor de istorie, a devenit lector și cercetător la programul prescurtat de formare a profesorilor de la Universitatea Artevelde.	F	24/06/2024
27 (BE)	OC	Este specialist în detectarea radicalizării (online). El este șeful Academiei Textgain, un spin-off al Universității din Anvers, specializat în inteligență artificială, în special procesarea limbajului natural.	M	19/06/2024
28 (GR)	S. P.	Șef Departament, Direcția Radioteleviziune Educațională și Media Digitală, Ministerul Educației	F	01/05/2024
29 (GR)	I. G.	Reprezentant al Direcției Regionale de Învățământ Primar și Gimnazial Attica	M	02/05/2024
30 (GR)	A. A.	Viceprimar pentru Educație, Municipiul Pireu	F	02/05/2024
31 (GR)	A. M.	Viceprimar Educație, Municipiul Paiania	M	30/05/2024
32 (GR)	K. G.	Viceprimar Educație, Ag. Municipiul Paraskevi	M	31/05/2024
33 (GR)	A. G.	Viceprimar Educație, Municipiul Nea Philadelphia	M	7/06/2024
34 (PL)	DK	Lucrător al Agenției de Dezvoltare Regională Rzeszow	F	22/05/2024
35 (PL)	MK	Lucrător al Agenției de Dezvoltare Regională Rzeszow	F	22/05/2024
36 (PL)	PS	Lucrător al Agenției de Dezvoltare Regională Rzeszow	F	22/05/2024
37 (PL)	AK	Lucrător al Agenției de Dezvoltare Regională Rzeszow	F	22/05/2024
38 (PL)	MD	Lucrător al Oficiului Voievodat de Muncă din Rzeszów	M	22/05/2024
39 (AT)	IOB	Manager de proiect internațional la IP Center	F	14/05/2024
40 (AT)	AR	Asistent universitar, Post-Doc la Universitatea din Viena	F	15/05/2024
41 (AT)	MS	Unitatea de educație media la Ministerul Federal al Educației, Științei și Cercetării	F	16/05/2024
42 (AT)	BB	Director educațional la Saferinternet.at	F	17/05/2024

43 (AT)	MS	Șeful Departamentului Public și Comunicare la Teach for Austria	F	24/05/2024
44 (DE)	SP	Educator media în școli ca misiune a radioului comunitar local	M	03/06/2024
45 (DE)	UP	Lector la Universitatea pentru Educație Media	F	04/06/2024
46 (DE)	TS	Dezvoltator CPD	M	29/05/2024
Persoane care lucrează în școală				
Nr	Inițiale	Profil	M/F/non -binar	Data interviului
1 (PT)	CB	Profesor activități extracurriculare, student	F	05/06/2024
2 (PT)	LC	Profesor universitar. Manager de proiect și coordonator.	M	01/06/2024
3 (PT)	AVN	Profesor de liceu	M	05/06/2024
4 (PT)	JMV	Profesor universitar. Expert în impactul economic al știrilor false și dezinformării.	M	06/06/2024
5 (PT)	JS	Profesor universitar	M	05/06/2024
6 (DE)	FG	Profesor de liceu și coordonator departament de științe	M	07/06/2024
7 (DE)	FD	Director și formator de profesori	M	28/05/2024
8 (DE)	C	Profesor de liceu	F	02/06/2024
9 (DE)	S	Profesor și trainer AE pentru limba germană ca limbă străină	F	07/06/2024
10 (DE)	BB	Profesor de liceu	F	29/05/2024
11 (DE)	SS	Profesor de școală în VET	F	30/05/2024
12 (IT)	G.G.	Predă italiană și istorie în școala secundară.	F	29/05/2024
13 (IT)	T.V.	Profesor de științe biologice și științe ale pământului la o școală secundară.	F	29/05/2024
14 (IT)	A.M.	Predă psihologie generală aplicată elevilor din liceu, precum și științe sociale și comunicare.	F	29/05/2024
15 (IT)	M.R.A.	Profesor de franceză la liceu, cu o vastă experiență.	F	29/05/2024
16 (IT)	B.L.D.	Ofițer administrativ la liceu. Lucrează în primul rând în contabilitate, în cadrul sistemului școlar.	M	6/06/2024
17 (RO)	CS	Profesor de științe socio-umane	F	19/04/2024
18 (RO)	AG	Profesor, director educațional într-o școală privată, fost jurnalist	F	19/04/2024
19 (RO)	HC	Profesor de limba și literatura română, inspector școlar, formator, autor de manuale, colaborator regulat la un jurnal, județul Cluj	M	17/04/2024
20 (RO)	MH	Profesor de limba și literatura română, director de școală, formator, autor de manuale, județul Bistrița-Năsăud	F	17/04/2024
21 (RO)	DM	Profesor de limba și literatura română, formator, București	F	23/04/2024
22 (CY)	MK	Student, reprezentant al Clubului de Jurnalism al Universității din Cipru	F	29/5/2024
23 (CY)	EM	Profesor secundar	F	8/6/2024

24 (CY)	HN	Cercetător-formator	F	8/6/2024
25 (CY)	KA	Resurse umane - formator	F	8/6/2024
26 (CY)	AM	Formator	M	8/6/2024
27 (CY)	EA	Profesor de gimnaziu	F	8/6/2024
28 (CY)	LA	Profesor de gimnaziu	M	8/6/2024
29 (CY)	TA	Profesor	M	8/6/2024
30 (CY)	AS	Formator	F	8/6/2024
31 (CY)	AK	Formator	F	8/6/2024
32 (CY)	BA	Formator	M	8/6/2024
33 (CY)	KS	Lucrător de tineret-Profesor	M	8/6/2024
34 (CY)	NL	Profesor de antreprenariat	M	8/6/2024
35 (BE)	SVB	Profesor de istorie, geografie și științe umaniste	F	12/06/2024
36 (BE)	CEF	Profesor de educație religioasă islamică	M	12/06/2024
37 (BE)	HK	Profesor cetățenie activă	M	12/06/2024
38 (BE)	MZ	Secretară studentă	F	12/06/2024
39 (BE)	EVH	Profesor cetățenie activă	F	14/06/2024
40 (GR)	Z. T.	Profesor	F	12/04/2024
41 (GR)	T. L.	Profesor	F	12/04/2024
42 (GR)	T. E.	Profesor	F	12/04/2024
43 (GR)	P. C.	Profesor	F	12/04/2024
44 (GR)	F. K.	Profesor	F	12/04/2024
45 (GR)	A. M.	Profesor	M	12/04/2024
46 (GR)	K. T.	Profesor	M	12/04/2024
47 (PL)	MJM	Asistent universitar, doctorat la Universitatea de Tehnologie din Rzeszow	F	22/05/2024
48 (PL)	NP	Asistent universitar, MSc la Universitatea de Tehnologie Rzeszow	F	22/05/2024
49 (PL)	JSR	Asistent universitar, doctorat la Universitatea de Tehnologie din Rzeszow	F	22/05/2024
50 (PL)	AMW	Asistent universitar, doctorat la Universitatea de Tehnologie din Rzeszow	F	22/05/2024
51 (PL)	BZ	Asistent universitar, doctorat la Universitatea de Tehnologie din Rzeszow	M	22/05/2024
52 (AT)	JH	Formator	F	30/04/2024
53 (AT)	TZ	Formator	M	30/04/2024
54 (AT)	VD	Formator	F	30/04/2024
55 (AT)	MK	Formator	F	30/04/2024
56 (AT)	VS	Profesor	F	06/05/2024
Factori interesați				
Nr.	Inițiale	Profil	M/F/non -binar	Data interviului
1 (PT)	BA	Profesor de educație media. A lucrat ca expert internațional la Forumul privind alfabetizarea	F	31/05/2024

		media și informațională pentru Secțiunea de comunicare și informare a UNESCO. Fondator al Simpozionului Internațional de Cercetare în Educația Media. Președinte al Consiliului Internațional pentru Educația Media (IC4ML). Autor al revistei Media Literacy for Justice (ALA: Neal Schuman, 2022), Teaching Media Literacy (ALA: Neal-Schuman, 2019) și editor al Media Literacy, Equity and Justice (Routledge 2023), printre alte publicații. Distins cu Premiul Național pentru Educație Media 2021, Consultant al Grupului Informal Media Literacy (GILM)		
2 (PT)	CM	Vicepreședinte al Asociației Părinților din Școala São João de Brito, jurnalist	F	07/06/2024
3 (PT)	VC	TEHNICIAN/PSIHOLOG SUPERIOR – Psiholog la Biroul Multidisciplinar de Prospectare și Investiții - Consiliul Municipiului Vila Franca de Xira	F	6/06/2024
4 (DE)	SS	Reprezentant al asociației de părinți	M	03/06/2024
5 (DE)	LF	Angajat și formator universitar	F	03/06/2024
6 (DE)	PS	Expert media	M	03/06/2024
7 (IT)	L.S.	Jurnalist	M	28/05/2024
8 (IT)	L.G.	ONG	F	13/06/2024
9 (RO)	ES	Profesor, Universitatea Al I Cuza Iași	F	16/05/2024
10 (RO)	LM	Profesor, Universitatea Lucian Blaga Sibiu	F	16/05/2024
11 (CY)	NF	Șef comunicare/Jurnalist	F	29/5/2024
12 (CY)	MC	Membru al Asociației Părinților și al Federației	M	3/6/2024
13 (BE)	TV	Jurnalist și expert în media digitală pentru VRT NWS	M	11/06/2024
14 (BE)	TVL	Cercetător UX și expert EduTech la VRT Sandbox	M	12/06/2024
15 (GR)	H. V.	Verificator de fapte, Hellenic Hoaxes	F	11/04/2024
16 (GR)	L. G.	Director pentru Drepturile Omului și Inteligența Artificială, Homo Digitalis	F	11/04/2024
17 (GR)	E. D.	Șeful Departamentului Acțiuni inovatoare și Strategie, Divizia Cyber Crime, Poliția Elenă	F	18/04/2024
18 (GR)	D. T.	Manager de proiect, Centrul de tehnologie din Atena	F	24/04/2024
19 (PL)	AŁ	Student la Universitatea din Rzeszow	F	22/05/2024
20 (PL)	ZH	Student la Universitatea din Rzeszow	F	22/05/2024
21 (AT)	GT	Dezvoltator de conținut media	F	18/04/2024
22 (AT)	PR	Expert Media	M	18/04/2024

Anexa 2 – Ghidul de interviu

1. Factori interesați

Întrebări introductive:

- Ne puteți spune mai multe despre munca dvs. și legătura dintre ea și știrile false, dezinformarea și educația media?
- Care este punctul dumneavoastră de vedere cu privire la situația actuală cu privire la aceste subiecte?

Întrebări principale:

- Care este rolul școlii în combaterea dezinformării?
- Care sunt punctele forte și punctele slabe ale școlii în ceea ce privește educația media și dezinformarea?
- Cunoașteți vreo bună practică și/sau resurse care pot fi utile și eficiente, pentru a aborda răspândirea dezinformării sau pentru a ajuta la integrarea educației media în mediul școlilor, cu tinerii și cu profesorii?
- Cu ce provocări se confruntă tinerii în această privință și/sau ce pericol considerați legat de aceasta?
- Puteți împărtăși exemple de inițiative sau proiecte de succes care au împuternicit profesorii și/sau elevii să combată știrile false și dezinformarea în medii educaționale?
- Mai este ceva ce ați dori să adăugați?

**dacă sunteți părinte, întrebarea suplimentară poate fi: credeți că dvs trebuie să vă învățați copilul cum să facă față știrilor false și dezinformării?*

1.2. Factori de decizie

Întrebări introductive:

- Ne puteți spune mai multe despre munca dvs. și legătura dintre ea și știrile false, dezinformarea și educația media?
- Care este punctul dumneavoastră de vedere cu privire la situația actuală cu privire la aceste subiecte?

Întrebări principale:

- Care este situația de fapt în context național? Este educația media abordată într-o manieră transversală, în tot curriculum-ul, sau este de sine stătătoare, dacă există în curriculumul național?
- Cunoașteți strategii, planuri de acțiune sau politici în țara dumneavoastră pentru a combate dezinformarea și/sau pentru a promova educația media?
- Există orientări pentru profesori care să fie implementate în curriculum cu privire la educația media?
- Există vreun sprijin pentru implementarea acestor orientări?
- Credeți că profesorii au nevoie de o anumită pregătire sau sunt deja pregătiți, dacă acestea din urmă, cum este implementată formarea?
- Există vreo monitorizare și evaluare a predării și/sau învățării educației media? Dacă da, care sunt constatările?

- Ce măsuri propuneți pentru a împuternici profesorii cu instrumentele și formarea necesare pentru a aborda în mod eficient știrile false și a promova literația media?
- Ce rol considerați că joacă tehnologia în îmbunătățirea educației media și în combaterea știrilor false în școli?
- Ce bariere vedeți în implementarea inițiativelor de educație media în școli și cum vă propuneți să le depășiți?
- Cum pot fi consolidate parteneriatele dintre agențiile guvernamentale, ONG-uri și instituții de învățământ pentru a sprijini inițiativele de educație media?
- Ce instrumente și abilități specifice cunoașteți, dacă există, care pot fi considerate resurse utile?

3. Persoane care lucrează în școală

Întrebări introductive:

- Ne puteți spune mai multe despre munca dvs. și legătura dintre ea și știrile false, dezinformarea și educația media?
- Care este punctul dumneavoastră de vedere cu privire la situația actuală cu privire la aceste subiecte?

Întrebările principale:

- Tema educației media și dezinformării este abordată în școala dumneavoastră? Dacă da, în ce mod?
- Întâmpinați provocări în abordarea educației media și a dezinformării în școala dvs.?
- Ce nevoi identificați, în ceea ce privește prevenirea dezinformării și a știrilor false?
- Ne puteți relata un eveniment personal legat de acest subiect pe care l-ați tratat?
- Doriți să împărtășiți instrumente și bune practici care pot sprijini formarea în domeniul educației media și combaterea dezinformării?
- Din experiența dumneavoastră, ce tip de metodologie funcționează cel mai bine cu elevii?
- Puteți identifica câteva resurse existente care ar putea fi utilizate pe scară mai largă de alți profesori?
- Există ghiduri pentru profesori?
- Există programe de formare? Dacă da, ne puteți spune mai multe?
- Considerați că formările existente sunt suficiente pentru nevoile actuale?
- Ce formă de formare credeți că ar fi mai utilă?
- Ne puteți împărtăși câteva resurse dacă știți vreuna?
- Ați văzut vreo evoluție în acest domeniu în ultimii 5 sau 10 ani?

Anexa 3 – Chestionar adresat adulților

Sectiunea 1: Profil sociodemografic

1.1 În ce categorie de vârstă vă încadrați?

- 19-24 ani
- 25-35 ani
- 36-45 ani
- 46-55 ani
- +55 ani

1.2 Gen

- masculin
- feminin
- Prefer să nu spun

1.4 Nivel de studii pe care îl aveți

- Studii elementară
- Studii liceale
- Studii la nivel de licență
- Masterat
- Doctorat
- Învățământ profesional

Altceva _____

1.7 – Sunteți:

- șomer
- jurnalist
- profesor
- psiholog
- student
- cercetător
- altceva:

1.7.1 – Dacă sunteți profesor, vă rugăm să selectați aria curriculară / disciplina pe care o predați:

- STEM
- Limbă și comunicare sau Om și societate
- Matematică
- Artă
- Altele. Specificați _____

Sectiunea 2: Expunerea la surse de știri

2.1 Care sunt principalele canale pe care le folosiți ca sursă de știri? (alegeri multiple):

- ☐ Platforme social media
- ☐ Ziare online /website-uri
- ☐ Televiziune
- ☐ Radio/Podcast
- ☐ Ziare/ reviste tipărite
- ☐ Altele (vă rugăm specificați)

2.2 Frecvența cu care interacționați cu conținutul unor știri:

- zilnic
- de mai multe ori pe săptămână
- săptămânal
- mai puțin frecvent

2.3 – Nivelul de încredere în diferite surse de știri: Evaluați gradul de încredere în următoarele surse, pe o scară de la 1 (încredere scăzută) la 5 (încredere mare):

- ☐ Social media
- ☐ Ziare online /site-ul web
- ☐ Televiziune
- ☐ Radio/Podcast
- ☐ Ziare/ reviste tipărite
- ☐ Altele (vă rugăm specificați)

2.4- Care dintre următoarele rețele sociale considerați că este cel mai probabil să răspândească știri false și dezinformare?

Vă rugăm evaluați pe o scară de la 1 însemnând „cel mai puțin probabil” la 5 (cel mai probabil)

- YouTube 1-2 -3 – 4 -5
- Twitter/X 1-2-3-4-5
- Instagram 1-2-3-4-5
- Tik Tok 1-2-3-4-5
- Facebook 1-2-3-4-5

Secțiunea 3: Percepții despre știrile false și impactul lor

3.1 – Conștientizarea știrilor false: Ați fost expus vreodată la ceea ce considerați că au fost știri false?

- Da
- Nu

3.2 În ce măsură considerați că știrile false au un impact asupra următoarelor?

Vă rugăm evaluați pe o scară de la 1 la 5, 1 însemnând „deloc”, iar 5 „extrem de mult”

- Democrație
- Viața persoană
- Sănătate
- Politică
- Economie
- Altele

3.3 Evaluarea credibilității: Ce demersuri adoptați pentru a determina credibilitatea unei surse de știri?

- Verific sursele
- Compar cu alte canale media
- Mă implic în discuții deschise cu alții
- Altele (vă rugăm specificați)

3.3. Ce criterii considerați importante atunci când evaluați credibilitatea unei surse de știri?

- Titlul
- Greșelile gramaticale
- Autor
- Surse
- Altele

Secțiunea 4: Comportament de căutare a informațiilor

4.1 - Cât de des căutați informații suplimentare pentru a verifica acuratețea știrilor sau articolelor?

- Niciodată
- Frecvent
- Foarte des
- Întotdeauna

4.2 Unde căutați de obicei informații suplimentare pentru a verifica acuratețea știrilor sau articolelor? (opțiuni multiple)

- website oficial al guvernului
- website de verificare a faptelor
- știri de încredere
- articole științifice
- altele (specificați) _____

Secțiunea 5: Literație și educație media

5.1 - Ați beneficiat de educație formală sau nonformală sau formare în domeniul educației media?

- Da
- Nu

5.1.1 - Ce mijloace pentru a vă dezvolta competențele media sau gândirea critică ați folosit, dacă este cazul?

- formare față-în-față
- cursuri online
- citire de cărți, articole
- urmărirea unor videoclipuri
- ascultarea de podcast-uri
- nimic din cele de mai sus
- alte mijloace

5.2 – Care este formatul / modul dvs. preferat de învățare? (opțiuni multiple)

- față-în-față

- cursuri online

- cărți

- articole

- video

- podcast

- altele:

5.3 - Ce fel de subiecte ați dori să includă un curs care are ca scop educația media și dezvoltarea gândirii critice?

- modul de accesare și localizare a mijloacelor media și a surselor de informare adecvate
- cum să identifici știrile false și informațiile greșite
- cum se evaluează calitatea media
- cum să utilizați media, aplicația și alte instrumente în viața de zi cu zi
- cum să te protejezi de influența știrilor false
- cum să dezvolte planuri de lecție și să includă instrumente în sălile de clasă
- Altele:

Sectiunea 6: Nevoi, bune practice și exemple

6.1 - Există instrumente, resurse sau inițiative specifice despre care credeți că ar putea fi eficiente în combaterea răspândirii știrilor false? Dacă sunteți profesor, vă rugăm să oferiți câteva informații despre resursele pe care le cunoașteți deja:

6.2 - De ce formare sau materiale educaționale specifice aveți nevoie sau credeți că ar fi utile pentru a îmbunătăți literația media și informațională și a contracara dezinformarea?

Vă mulțumim pentru contribuție!

Anexa 4 – Chestionar adresat minorilor

În calitate de tânăr în ziua de azi, crești într-o lume globalizată și procesezi informații dintr-o varietate mai mare de surse decât oricând înainte. Există o cantitate tot mai mare de știri false și informații false răspândite pe rețelele sociale și pe internet. Am dori să te rugăm să completezi acest chestionar pentru a ne ajuta să aflăm ce părere ai despre acest lucru. Nu ar trebui să îți ia mai mult de 5 minute.

A. CUNOȘTINȚE ȘI EXPERIENȚE LEGATE DE ȘTIRI FALSE

1. Ce crezi că sunt știrile false? (poți alege mai multe variante de răspuns)

Povești false care par a fi știri, răspândite pe internet sau folosind alte media

Știri false și fabricate

Știri care sunt scrise intenționat pentru a fi incorecte

Alte

2. Cum îți dai seama dacă o știre este falsă?

Verifici faptele

Principalele mass-media o consideră și anunță că este falsă

Folosesc judecata proprie

Alte

3. Pe care din platformele social media le folosești?

☐ Facebook

☐ Twitter/X

☐ Instagram

☐ TikTok

☐ Snapchat

☐ Twitch

☐ Discord

☐ Whatsapp

☐ LinkedIn

☐ Pinterest

☐ Google+

☐ Youtube

☐ Niciuna

☐ Altele (te rog să specific)

4. Care sunt principalele canale pe care le folosești ca sursă de știri?

- ☐ Social media
- ☐ Ziare online/ site-uri web
- ☐ Televiziune
- ☐ Radio/Podcasts
- ☐ Ziare/ reviste tipărite
- ☐ Altele (te rog să specifici)
- ☐ Nu folosesc în mod intenționat nicio sursă de știri

5. Ai cunoștință de faptul că ai văzut exemple de știri false sau informații deliberat înșelătoare?

- ☐ Da (te rog să specificei ce fel de informații)
- ☐ Nu
- ☐ Nu sunt sigur(ă)

Vezi câteva exemple mai jos:

- *Supermodelele aplică aceste 3 trucuri simple pentru a arăta tinereț. Clic pentru a afla care sunt acestea.*
- *BREAKING: Obama și Hillary promit acum amnistie oricărui ilegal care votează democrat*
- *O specie nouă de păianjen în S.U.A. cu mușcătură letală a ucis cinci persoane în vara lui 2018*

6. Cât de des întâlnești știri false?

- ☐ În fiecare oră
- ☐ În fiecare zi
- ☐ Săptămânal
- ☐ Aproape niciodată

7. Ai prieteni sau membri ai familiei care au distribuit știri false intenționat?

- ☐ Da
- ☐ Nu
- ☐ Nu sunt sigur(ă)

8. Ai semnalat sau cunoști pe cineva care a semnalat știri false? Semnalarea de știri false este procesul de identificare sau de marcare a unui conținut ca fiind potențial fals, înșelător sau nesigur.

- ☐ Da
- ☐ Nu

9. Ai discutat subiectul știrilor false în oricare dintre următoarele situații: (poți alege mai multe opțiuni)

- ☐ La școală
- ☐ Cu familia
- ☐ Cu prietenii
- ☐ La locul de muncă



- ☐ În alte locuri (te rugăm să specifice)
- ☐ Nu am discutat despre știri false

10. Consideri că ai fost învățat să faci față știrilor false?

- ☐ Da
- ☐ Nu
- ☐ Nu sunt sigur(ă)

11. Consideri că știrile false au impact asupra ta și a prietenilor tăi? Te rugăm să acorzi o notă de la 1 la 5?

- Impactul știrilor false 1-2-3-4-5

12. Evaluează următoarea sursă de știri de la cea mai de încredere la cea mai puțin de încredere

Opțiuni:

Social media
Ziare online / website-uri
Televiziune
Radio
Ziare/ reviste tipărite

13. Ce altceva mai asociezi cu „știrile false”? (întrebare deschisă – nu este obligatoriu)

● **INFORMAȚII GENERALE**

14. Cărei categorii de vârstă în aparții?

- ☐ 12-15
- ☐ 16-18
- ☐ 18+

15. Gen

- ☐ Feminin
- ☐ Masculin
- ☐ Prefer să nu spun



**Cofinanțat de
Uniunea Europeană**

Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin, însă, exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctele de vedere și opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate răspunzătoare pentru acestea.



CARDET



CENTRO SVILUPPO
CREATIVO
DANILO DOLCI



DANMAR
COMPUTERS

IT mai



die Berater
bridges to europe



kmop
EDUCATION HUB



aproximar
COOPERATIVA DE SOLIDARIEDADE SOCIAL, CRL



LECTURA ȘI
SCRIEREA PENTRU
DEZVOLTAREA
GÂNDIRII CRITICE

Go!

onderwijs
van de Vlaamse
Gemeenschap



olae